

令和8年度移住促進に向けたコンテンツの企画・運営及びデジタルマーケティング等に関する業務委託仕様書

1 業務の名称

令和8年度移住促進に向けたコンテンツの企画・運営及びデジタルマーケティング等に関する業務

2 委託期間

令和8年4月1日から令和9年3月31日まで

3 業務委託の上限額

37,270,000円（消費税及び地方消費税を含む。）

4 委託者（業務発注者）

「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議 会長 村岡 嗣政

（以下「委託者」という。）

事務局：山口県 総合企画部 中山間・地域振興課

（以下「事務局」という。）

5 受託者（業務受注者）

所定の契約手続きにより、委託者と業務委託契約を締結し、本業務委託仕様書等に定める委託業務を委託者から受託し実施する者（以下「受託者」という。）

6 背景

本県の人口は、1985年（昭和60年）の160万人から一貫して減少を続けており、2023年（令和5年）には130万人を割り込むなど、若者を中心に、進学や就職による県外流出が一貫して続いており、男性に比べて女性の流出が大きくなっている。一方で、コロナ禍を契機に変化が出てきており、社会減に縮小の動きが見られたが、コロナ禍後、再び東京圏等への流出が拡大傾向にある。

県政の最重要課題である人口減少を食い止めるため、市町や関係団体と構成する「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議を中心に、東京、大阪、福岡及び県内における移住相談窓口の設置や移住セミナーの開催等、本県への移住・定住の促進に取り組んできたところである。

7 目的

コロナ禍を契機に、地方暮らしの良さが改めて認識され、都市部の若い世代を中心に地方移住への関心が高まっているが、移住先としての本県の魅力や移住・定住促進のための取組が移住希望者等に対して十分に伝えきれていない状況にある。

このため、本業務では、移住先候補地としての山口県を強くアピールする「YY！タ

ーンセミナー」の実施等、移住促進に向けたコンテンツを積極的に展開することにより、移住先候補地としての本県の魅力を発信する。

また、マーケティング発想に基づくデジタルプロモーションを実施し、ターゲットに向けた効果的かつ的確なPRを行うことにより、本県への移住につながる、移住潜在層の意識の顕在化を図るとともに、意識の顕在化した潜在層を山口県YY！ターン支援サイト「住んでみいね！ぶちええ山口」（以下「支援サイト」という。）へと誘導し、移住セミナーや関連イベント等への参加等、具体的な行動へと結びつけることにより、本県における移住・定住の促進を図る。

8 業務のターゲット

本業務におけるターゲットは、表1に示すとおりとする。

ただし、ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとすることが本業務の目的を達成するためにより効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに委託者に対して助言及び提案を行い、ターゲットの見直しについて協議するものとする。

表1 移住・定住促進におけるターゲット層

エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・東京圏（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）の在住者 ・中京圏・近畿圏の一部（愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）の在住者 ・広島県、福岡県の在住者
性別	全て
年齢	20代～40代
子の有無	全て

9 業務内容

(1) 大都市圏等での移住促進セミナー「YY！ターンセミナー」の実施

- ①大都市圏等の移住希望者を対象に、移住候補地としての山口県を強くアピールする「YY！ターンセミナー」の企画・運営・広報を行うこと。
- ②「YY！ターンセミナー」は、若者、女性及び子育て世代をメインターゲットに、本県への移住促進に向けたテーマを設定の上、原則として、現地開催（リアル会場）によるセミナー、ワークショップ等で構成し、年6回程度実施すること。

実施回数	概要	募集人数
6回程度	<ul style="list-style-type: none"> ・うち1回は、「福岡県」で開催すること。 ・うち1回は、学生をメインターゲットとした内容を検討のこと。 ・セミナー等の様子はオンライン配信するとともに、撮影した動画を編集の上、県民会議が運営する「支援サイト」（https://yng-uji.jp/）に掲載し、アーカイブ配信を実施すること。 	50人/回

<参考>

種類	内容
セミナー	移住者等をゲストとして招聘し、体験紹介や意見の交換、情報提供等
ワークショップ	移住者等をゲストとして招聘した体験型イベント
ツアー	移住者等を訪ね、体験紹介や意見の交換、交流等

(2) オンラインライトセミナーの実施

- ① 潜在層の意識の顕在化を図り、本県への移住につなげるため、本県の魅力を広く発信するオンラインライトセミナーの企画・運営・広報を行うこと。
- ② セミナーの回数は、年間6回程度とすること。
- ③ セミナーのテーマは、広くターゲット層の興味・関心を引き、気軽に参加できるようなライトな内容とすること。テーマ設定にあたっては、セミナー全体を通じたコンセプトを設定し、セミナーの集客や移住相談者の獲得、移住者数増加に向けた戦略及び測定方法を提案すること。
- ④ セミナー1回につき、移住者等を2名程度登壇させること。
- ⑤ セミナーの様子はオンライン配信するとともに、撮影した動画を編集の上、県民会議が運営する「山口県の移住支援サイト」(<https://ymg-uji.jp/>) (以下「支援サイト」という。)に掲載し、アーカイブ配信を実施すること。

(3) YouTubeによるライブ配信の実施

- ① 主に女性・若者・子育て世代等の移住潜在層にアプローチするYouTubeチャンネル「山口のリアル発信チャンネル(仮称)」を開設すること。
- ② 市町が主体となりリアルな情報を発信するYouTubeライブ配信の企画・運営・広報を実施すること
- ③ 年10回程度、各回30分程度とし、各回のテーマは、市町のニーズに応じつつ、集客等の観点を加えて設定すること。
- ④ ライブ配信した動画は、後日編集の上、チャンネルに掲載するとともに、県民会議が運営する支援サイトに掲載し、アーカイブ配信を実施すること。
- ⑤ 各配信で発信したイベント等について、配信後も広報等の支援に努めること。

(4) YY! ターンセミナー、オンラインライトセミナー、YouTubeライブ配信における参加募集、PR

- ① YY! ターンセミナー、オンラインライトセミナー、YouTubeライブ配信(以下「移住促進コンテンツ」という。)の集客を効果的かつ効率的に行うため、広告配信及びSNS等の活用により、ターゲット層に対する参加募集、PRを行うこと。
- ② 移住促進コンテンツ各回の実施にあたり、効果的なタイミングで広告配信等を行うとともに、テーマに応じて、クリエイティブを工夫し制作すること。
- ③ 広告等から関心を抱いたターゲットを的確に申込・参加につなげるため、移住促進コンテンツ各回のランディングページ(LP)を制作すること。

(5) 第2のふるさとづくりプログラムの参加募集、PR

- ① 第2のふるさとづくりプログラムへの集客を効果的かつ効率的に行うため、広告配信及びSNS等の活用により、ターゲット層に対する参加募集、PRを行うこ

と。

- ② プログラムの各回の実施にあたり、効果的なタイミングで広告配信等を行うとともに、テーマに応じて、クリエイティブを工夫し制作すること。
- ③ 別途、委託者が委託契約する「第2のふるさとづくりの推進に関する業務」受託者と連携、協力して実施すること。

(6) 仮説の設定と広告運用計画の作成

- ① 国の「デジタル田園都市国家構想総合戦略」及び本県の「やまぐち未来維新プラン」、第3期「山口県まち・ひと・しごと創生総合戦略」等の基礎資料を熟覧し、地方が抱える課題を理解した上で、他の自治体が取り組む移住・定住促進、関係人口創出関連事業に係る近年の取組や、参考資料1に示す移住相談実績等からの分析を行い、ターゲット設定、本事業の目的を達成するために必要な広告運用方法とその効果に係る仮説を設定するとともに、次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに委託者に提出し、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込む内容】

- (ア) 本業務のターゲット設定と本業務を通じたカスタマージャーニーに係る仮説
 - ※ 8で委託者が提示するターゲットのイメージを基礎として、別添の参考資料等を参考に、地方への移住や地域とのつながりづくりに係る消費者心理及び行動等に関する分析を行った上で、本業務におけるターゲット設定と本業務を通じたカスタマージャーニーについての仮説を設定する。
- (イ) 委託期間を通じた広告の運用方針（委託期間中の広告運用スケジュールを含む）
 - ※ 設定したターゲットと起こしたい態度変容・目的に合わせ、広告手法や掲出プラットフォーム、各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告）への投資配分バランスの方針を明確にすること。
 - ※ その他、広告の運用方法や運用スケジュールに関することなどを盛り込むこと。
- (ウ) 広告物の作成方針
- (エ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法
- (オ) 目標設定（後述：9(10)参照）
- (カ) その他必要な事項
- ② 作成した「広告運用計画」の承認を得ようとするときは、委託者への原則対面による説明会を委託者の所在地にて1回以上開催すること。

(7) ターゲットに向けた広告の配信

広告運用計画で定めたターゲットに向けて、ユーザーの属性やウェブサイトの閲覧履歴等に基づき、ウェブサイトや各種アプリケーション等の広告枠に表示される画像・テキスト広告（以下「ディスプレイ広告」という。）及びウェブサイトの検索結果に連動して表示されるテキスト広告（以下「検索連動型広告」という。）を配信する。

① ディ스플레이広告

- (ア) 広告配信

- a 広告を掲出するプラットフォーム（Google Display Network、Yahoo!ディスプレイ広告（運用型）等）は、ユーザー層の違いや対象となる市場及びターゲットへの広告到達確度、配信単価等を総合的に勘案し、事業効果の最大化を図るために最適と考えられるものを選択、または組み合わせることにより、広告を配信すること。
 - b 広告の配信先については、ターゲット層に属する消費者のデジタルデバイスの保有・使用状況等を踏まえ、適切なバランスで設定すること。
- (イ) ターゲットに応じた広告物の制作
- a ディスプレイ広告に掲出する画像（又はアニメーション）（以下「クリエイティブ」という。）は、ターゲットとなるクラスターに応じて、趣向や素材及びコピー等が異なるものを委託期間中に15パターン以上作成（パターンごとの必要なサイズ展開も含み、異サイズ展開はパターンの計数に含まない）し、配信すること。また、広告を配信するデジタルデバイスの選択と合わせて、広告が最適に表示されるよう、適切なサイズのことを必要に応じて作成すること。
 - b クリエイティブは、委託者が主催するイベント等の開催のタイミング、ターゲット見直しのタイミング等を踏まえ、順次作成すること。
 - c 受託者は、本県のUSP（Unique Selling Proposition）を明らかにした上で、その要素（複数可）をクリエイティブに盛り込むこと。また、USPの訴求が効果的にターゲット層の行動を呼び起こし、広告効果が最適化されるよう、A/Bテストの手法を取り入れ、USPの見極め及びクリエイティブの質の向上を図ること。
 - d クリエイティブは、ターゲットの感覚に訴え、ニーズを呼び起こし、効果的に支援サイトへの誘導を図るものとなるようグラフィックやコピーを工夫すること。
 - e クリエイティブの作成に係る写真素材等を使用する場合の準備に関して、その一切の調整及び許認可等の諸手続は、受託者が行うこと。なお、当該年度及び過年度に委託者が実施した事業関連の写真等については、協議の上、委託者が提供する。

② 検索連動型広告

(ア) 広告配信

- a 広告を掲出するプラットフォーム（Google 広告、Yahoo! 広告等）は、ユーザー層の違いや対象となる市場及びターゲットへの広告到達確度、配信単価等を総合的に勘案し選択、または組み合わせることにより、15パターン以上広告を配信すること。
- b 委託者の意図を十分に咀嚼し、広告効果が最適化されるよう、キーワード、除外ワード、広告タイトル及び広告文を作成の上、委託者に提案し、協議の上、決定すること。また、広告タイトル及び広告文の作成に当たっては、本県のUSPを明らかにした上で、その要素（複数可）を盛り込んだものを作成すること。
- c キーワード、除外ワードの設定及びタイトル、広告文の作成にあつては、より

効果的にターゲット層の行動を呼び起こし、広告効果が最適化されるよう、A/Bテストの手法を取り入れ、検証と見直しを行うこと。

③ 共通事項

- (ア) 広告は、委託者が行う移住関連イベント等のタイミングを参考に、適切なタイミングと期間を設定して配信すること。
- (イ) ディスプレイ広告及び検索連動型広告のバランスは、それぞれの広告手法の特性を踏まえ、適切な割合で設定すること。
- (ウ) 広告掲載料については、広告掲出期間中の消化金額に偏りが発生しないように運用すること。
- (エ) 広告の掲出により得られた「リマーケティングリスト」を蓄積するとともに、広告運用の状況により必要に応じてリマーケティングによる広告を配信すること。
- (オ) 広告からのランディング先については、原則として、支援サイトのトップページ (<https://www.ymg-uji.jp/>) とする。ただし、クリエイティブや広告文の内容によって当該ページの下層ページをランディング先とする場合は、その旨提案すること。
- (カ) 広告価値を毀損させる「ビューアビリティ」、「アドフラウド」、「ブランドセーフティ」等については、確実な対策を実施することとし、広告配信開始前にその対策の内容及び効果を委託者に説明すること。

④ その他

ディスプレイ広告及び検索連動型広告の掲出プラットフォームは、一般的なウェブサイト又はアプリケーションを原則とするが、SNS (Facebook、Instagram、X、LINE 等) や特定のアプリケーション等への広告掲出と組み合わせて運用することでより高い広告効果が見込まれる場合は、委託者に提案し、運用方法を協議の上、決定すること。なお、その場合においても、広告効果の最適化を図るよう、9 (10) に基づき運用の見直しを行うこと。

(8) 縦型ショート動画の制作・配信

- ① 山口県の雄大な自然や絶景、伝統的な歴史・文化等の観光スポットや、県産農林水産物及びそれを用いている飲食店や特産品等の食の魅力など、本県ならではの魅力の発信に加え、移住後の暮らしがイメージできるよう、県外からの移住者や地域づくりのキーパーソン等を最大限に活用し、まずは「行ってみたい・住んでみたい」を想起させ、移住先選択の1つとして山口県が挙げられる内容とすること。
- ② 1分程度の動画を10本以上制作すること。
- ③ 縦型のショート動画として、仕様は以下のとおりとすること。
 - ・ アスペクト比率 9:16
 - ・ 解像度 1,080×1,920px
- ④ (8) ①に基づく動画内容を企画すること。企画にあたっては、年間を通じたコンセプトを設定し、移住フェアやセミナーへの参加、移住相談につなげて行くためのテーマ設定等の具体的な戦略及び測定方法を提案すること。
- ⑤ 動画の制作に当たり、取材・撮影を行うこと。なお、被写体となる施設等への許

可申請、モデルや必要な資機材の手配、撮影に付随する全ての必要な業務は受託者が実施し、それに伴う費用は受託者が負担すること。

- ⑥ 動画の編集・制作をすること。なお、必要に応じてBGMやテロップ、ナレーションを付加すること。また、動画が無音で再生されている場合においても魅力が伝わる工夫を設けること。

(9) やまぐち暮らし・しごと福岡支援センターの広報及び情報発信

- ① デジタルマーケティングの手法を取り入れるなど、福岡市内及び近隣市町在住・在勤の若者や子育て世代に対して移住相談や相談会、交流イベント、「(仮称) やまぐち移住フェア in 福岡」への参加を促す情報発信をすること。
- ② 別途、委託者が委託契約する「やまぐち暮らし・しごと福岡支援センター運営・管理等に関する業務」受託者と連携、協力して実施すること。

(10) 目標設定

- ① 県内市町の住民異動窓口での転入者アンケート等により集計する移住者数から上積みした目標値5,000人/年を設定すること。なお、移住者数の集計については、委託者が各市町から毎月報告を受けて行うものとする。

(参考) 転入者アンケート等により集計した移住者数 令和6年度：4,578人

やまぐち未来維新プランによる目標値 5,000人/年 各年度5,000人

- ② オンライン移住相談フォームを活用した相談件数のうち、広告経由によるものを目標値として設定すること。なお、広告を経由した相談件数の集計については、委託者がアカウントを有する「TimeRex」を使用し、受託者が発行する広告コンバージョンタグ（Google広告、Facebook広告等）を設置すること。

(参考) 令和6年度：オンライン移住相談フォームによる申込43件、オンライン移住相談82件

- ③ 「YY！ターンセミナー及びオンラインライトセミナー」への申込件数のうち、広告経由によるものを目標値として設定すること。なお、広告を経由した申込件数の集計については、委託者がアカウントを有する「セールスフォース」を使用し、受託者が発行する広告コンバージョンタグ（Google広告、Facebook広告等）を設置すること。

(参考) 令和6年度：YY!ターンセミナー7回（ハイブリッド6回、オンライン1回）

延べ参加者数429人、オンラインライトセミナー4回 参加者数114人

- ④ 支援サイトにおける広告経由のセッション数（目標セッション数）を目標値として設定すること。

(参考) 令和6年度：セッション数 237,690セッション

- ⑤ (5) 第2のふるさとづくりプログラムの参加募集、PRについては、何を指標として設定することが適当であるか、設定の考え方及び根拠、戦略を明示して提案した上で、目標値を設定すること。

- ⑥ 目標値及び目標セッション数を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して業務を継続すること。

(11) 配信結果の分析・効果測定及び結果報告

- ① 本業務により配信する広告のインプレッション数、クリック数、クリック率、閲覧者の属性やクリック後の行動等を適宜分析しながら、月に1回以上、ターゲティング、又は検索連動型広告におけるキーワード等設定の見直しについて、委託者に協議すること。
 - ② 広告配信開始後2ヶ月間は1週間に1回程度、2カ月经過以降は2週間に1回程度のミーティングを実施し、広告結果の報告と運用の見直し等についての提案を行うこと。なお、ミーティングを対面で行う場合は、原則として委託者の所在地にて実施する。
 - ③ 広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等について、広告の配信開始後、月次報告書として毎月とりまとめを行い、委託者に報告すること。
 - ④ 月次結果報告に加え、業務委託期間の中間時点で、それまでの広告配信結果等をまとめた中間報告書を作成すること。
 - ⑤ 委託者が広告の実施状況を随時確認できるよう、広告管理システムの閲覧権等を委託者に付与し、ID及びパスワード等、閲覧に必要な情報を提供すること。なお、広告プラットフォームの性質上、閲覧権を付与できない場合は、代替策を確保すること。
- (12) SNSの運用支援及び助言・提案
- ① 委託者がアカウントを有するSNS（Facebook、LINE等）の運用を支援し、投稿の内容、投稿の頻度、投稿するタイミング等を分析し、適宜、助言や提案を行うこと。
 - ② フォロワー数の推移、フォロワーの流入経路、ページビュー数等を分析し、適宜、助言や提案を行うこと。
- (13) 移住相談業務のファシリテーション
- 各やまぐち暮らし・しごと支援センター（東京・大阪・福岡・総合）の相談業務における情報共有・相談窓口を跨いだノウハウの共有を目的とした定例会の開催、相談内容に関する情報共有及びデータ連携の先導指揮、相談窓口業務に関する各種相談の受付、オンライン相談における面談立会の実施など、本県の移住相談の品質向上を目指したファシリテーションを実施すること。

10 実施体制

- (1) 受託者は、本業務の実施に当たり、本業務全体を総括する責任者（以下「総括責任者」という。）を配置し、効率的な受託業務の進行管理を行うこと。
- (2) 受託者は、業務遂行における体制を明確にし、総括責任者は企画提案時点で明確にすること。
- (3) 受託者は総括責任者を中心に、業務遂行を円滑に実施するための内部体制を整備すること。
- (4) 原則として、業務委託期間を通じ、業務遂行における体制の変更は認めないこと。ただし、やむを得ない事情が生じた場合には、委託者に申し出ること。

- (5) 県庁職員と電話やメールで高頻度かつ迅速な対応ができるとともに、対面での協議も頻度高く実施できる体制を整備すること。

11 成果品

(1) 提出物

ア 実績報告書

紙媒体（A 4 判）2 部及び電子媒体（DVD-ROM 等）1 式

イ 制作したクリエイティブを収めた電子媒体（DVD-ROM 等）1 式

(2) 提出場所

「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議事務局

（山口県中山間・地域振興課内）

(3) 提出期限

令和 9 年 3 月 31 日

12 権利等

- (1) 本仕様書により制作された成果品の一切の著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）は、完了検査をもって全て委託者に移転すること。
- (2) 成果品については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。
- (3) 納品するクリエイティブに関する著作権・肖像権等の権利は委託者に帰属するよう整理すること。
- (4) 第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときには、受託者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。
- (5) 受託者は、委託者が認めた場合を除き、成果品に係る著作者人格権を行使できないものとする。

13 提出書類

委託契約書に定めるもののほか、次の各号に掲げる書類を提出しなければならない。

(1) 契約締結時に速やかに提出するもの

ア 実施計画書

本業務の履行に当たり、実施体制、移住促進コンテンツ及び広報運用計画、作業スケジュール等を記した実施計画書を提出し、委託者に対し説明の上、承諾を受けること。

イ 総括責任者通知書

ウ 業務推進体制表

業務遂行における体制を明確にし、業務に従事する者（総括責任者を含む。）の氏名及びその連絡先を明記したものを提出すること。

エ その他委託者が必要と認める書類

(2) 業務完了後に速やかに提出するもの

ア 業務完了届

イ その他委託者が業務確認に必要と認める書類

14 再委託

- (1) 受託者は、本業務の全部又は一部を第三者に委託又は請け負わせてはならない。ただし、再委託先ごとの業務内容、再委託先の概要及びその体制と責任者を明記の上、事前に書面にて報告し、委託者の承認を得た場合はこの限りではないこと。
- (2) (1) により委託者が承認した場合には、承認を得た第三者も受託者としての義務を負うものとし、受託者は、当該第三者にこの義務を遵守させるために必要な措置を取ること。
- (3) (1) により委託者が承認した場合であっても、受託者は、委託者に対し、承認を得た第三者の行為について全責任を負うこと。

15 機密保持

- (1) 受託者は、本業務の実施に当たって、知り得た機密情報を他に漏らしてはならない。この契約が終了し、又は解除された場合においても同様とすること。
- (2) 受託者は、委託者から提供された機密情報に係る資料等（以下「資料等」という。）を厳重に取り扱うものとし、本業務の目的以外のために利用し、又は第三者に提供してはならない。
- (3) 受託者は、資料等を本業務の目的以外のために複製及び加工してはならない。
- (4) 受託者は、本業務終了後、速やかに資料等を返還すること。

16 情報セキュリティの管理

- (1) 受託者は、情報セキュリティ管理については、山口県個人情報保護条例（平成13年山口県条例43号）、山口県情報セキュリティポリシーのほか、関係法令を遵守すること。
- (2) 受託者は、業務実施のための個人情報の取扱いについて、「個人情報取扱特記事項」（別記1）及び「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議プライバシーポリシー」（別記2）を遵守すること。

17 特記事項

- (1) 本業務は、企画提案書の内容を尊重しつつ、各移住促進コンテンツの実施時期、実施方法、テーマ、対象者、ゲスト等については、事務局と協議の上、最終的な決定については、事務局において行うこと。
- (2) 企画提案書の審査後契約締結までの間、委託業務内容等の見直し等が生じた場合は、その内容を契約締結時の業務委託仕様書に反映することとし、また、事務局が必要と認め、指示した事項については、受託者はその指示に従うものとする。
- (3) 本業務により得られた成果及び情報（個人情報含む）等は、事務局に帰属する。
- (4) 本業務履行のための受託者の人件費、旅費、通信費、印刷製本費及び編集、制作・運用、調査、分析、報告、契約に関する費用等の一切の経費は、本業務の委託料に含

まれるものとする。

- (5) 見積書や請求書の作成に当たっては、業務の透明性を確保するため、業務の内容ごとに別立てで計上し、積算するとともに、「広告配信費（広告配信原価）」、「広告管理運用費」、「クリエイティブ等作成費」、「分析レポート費」について、個別に確認できるように作成すること。

18 その他

- (1) 受託者は、本業務の実施に当たっては、関係法令を遵守し、委託者と協議を重ねながら、適正に履行すること。
- (2) 受託者は、契約締結後、速やかに事務局と協議を行い、業務内容について十分な理解を図るとともに、委託契約期間においても定期的に協議を行うこと。
- (3) 受託者は、東京・大阪・福岡・山口（総合）の移住相談の窓口である「やまぐち暮らし・しごと支援センター」及び山口県の関係人口の窓口となる「山口つながる案内所」と情報共有を図り、緊密に連携し業務を実施すること。
- (4) 受託者は、業務に係る日報等により活動内容について記録すること。
- (5) 受託者は、業務実施に当たり生じた調整事項やトラブル等は直ぐに事務局へ報告し、事務局と連携し責任をもって対応すること。
- (6) 受託者は、本県の移住促進等に関連する情報収集を積極的に行うこと。
- (7) 委託者は、必要に応じ、受託者に対して委託業務の処理状況について調査し、報告を求めることができる。
- (8) 本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じたときは、委託者と受託者が協議の上、定めることとする。
- (9) 上記に関わらず、本仕様書に明示のない事項にあっても、社会通念上当然必要と思われるものについては、本業務に含まれるものとする。