

令和6年度 デジタルマーケティング活用事業委託業務

仕様書（案）

第1 業務の目的

県外からの移住の促進に関しては、県、市町村及び各産業団体の連携のもと、当センターを中心に組み立てられており、直近の令和4年度の移住実績は、1,185組1,730人と過去最多であった。

一方で、若年人口の減少が顕著である中山間地域においては、若者、特に女性の人口増加につながる取り組みの強化が必要であり、令和5年度に策定する「中山間地域再興ビジョン」において、4年後に3千人以上の移住者を呼び込むことを目標に掲げ、Uターン候補者や若者、女性をターゲットとした取り組みを一層強化していく。

このため、本事業では、「第2 業務の内容」に掲げる取り組みにより、新たな移住関心層を掘り起こすとともに、本県が求めるターゲット層（以下「メインターゲット」という）へのアプローチの手法と質を強化し、本県への移住（U I ターン）気運の醸成及び行動の喚起につなげることを目的とする。

第2 業務の内容

1 本事業のターゲット設定

本業務におけるターゲット層は、移住関心層のうち、特に若者・女性・Uターン候補者とするが、メインターゲットは下記に示す4パターンとする。

＜メインターゲット＞

県外在住の①34歳以下の女性（高知県出身者）、②34歳以下の男性（高知県出身者）、③34歳以下の女性（①以外）、④34歳以下の男性（②以外）

2 移住プロモーション戦略の設計

メインターゲットへの訴求力を高めるため、移住の検討を始めてから移住達成するまでの意識の変化などの分析を行い、移住検討段階に応じたプロモーション戦略を設計する。

（1）調査分析

移住施策に関連するデータ等を収集し、メインターゲットのトレンドやニーズ、本県の移住施策の強みや弱みを調査・分析すること。なお、想定するデータは以下のとおりとするが、その他必要と考えられるデータは適宜追加するものとする。

＜委託者が提供するデータ＞

- ・移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」（以下「高知家で暮らす。」という。）のアクセスデータ
- ・移住イベント参加者のアンケート結果
- ・U I ターンサポートセンターにおける移住相談者の傾向

＜受託者において調査収集するデータ＞

- ・公的統計データ

- ・移住に関する全国的なトレンド、ニーズを計るデータ
- ・他の地方自治体の移住施策の成功事例
- ・他の地方自治体の移住サイト内の回遊状況や離脱等のユーザーのアクセス動向
- ・移住相談者や移住達成者、地方自治体の移住相談員のインタビューなど

(2) 課題抽出

上記(1)のデータ等に基づき、ターゲットごとにペルソナを設定した上で、移住検討段階に応じて発信する情報や課題等についてカスタマージャーニーマップ等を策定すること。なお、策定に当たっては、委託者と課題やその対応策について随時協議し、ミーティング等により認識を共有すること。

(3) 戦略設計

上記(2)で抽出した段階ごとの課題を解決するためのプロモーション戦略について、「①デジタル広告の配信」、「②WEBページやPRコンテンツの魅力化」、「③イベントの実施」の3つの課題解決手法を連動させて設計すること。また、令和6年5月中旬までにプロモーション戦略の原案を、令和6年6月中旬をめぐりにプロモーション戦略の案を提出すること。

(4) 磨き上げ

設計したプロモーション戦略の効果を測るため、各施策において効果検証のPDCAサイクルを回し、実効性を高めるために随時改善策の提案を行うとともに、プロモーション戦略にも反映させること。

なお、課題解決手法のうち、(3)②及び③にかかる業務は別途発注予定であり、当該業務受託事業者と連携を図りながら効果検証を行うこと。

また、委託業務期間中の効果検証に基づき、改善点を反映したプロモーション戦略の最終版を令和7年2月上旬をめぐりに提出すること。

3 データ・マネジメント・プラットフォームの構築及び活用

本県の移住施策で得られた結果(データ)や、その他複数の関連サイトのアクセスデータ等を蓄積・可視化のうえ、新たな移住関心層の掘り起こしやプロモーション戦略の高度化を図るための仕組みを構築する。

(1) 基盤の構築

下記(2)で収集・整理したデータを一元的に格納し、分析や戦略立案に活用するための基盤となるデータ・マネジメント・プラットフォーム(以下「DMP」という。)を構築すること。なお、次年度以降のさらなる活用の拡大を想定し、拡張性を持たせたものとする。

(2) データの収集・整理

DMP内には、下記で示す事業分野で運営するサイトのデータを収集・蓄積すること。なお、収集のための手法については、委託者との協議によって決定する。

現在想定している連携予定サイトは以下のとおり。

- ・移住分野：「高知家で暮らす。」アクセスデータ
- ・観光分野：どっぷり高知旅キャンペーン公式ホームページアクセスデータ
- ・物産分野：高知県アンテナショップ「まるごと高知」及び「高知家の〇〇」アクセスデータ

- ・農業分野：高知県新規就農支援センターホームページアクセスデータ
- ・林業分野：高知県林業労働力確保センターホームページアクセスデータ
- ・水産業分野：高知県漁業就業支援センターホームページアクセスデータ

※上記サイトは、現状 GoogleAnalytics を用いてサイト分析等を行っているため、DMP の構築に当たっては GoogleAnalytics を活用した仕組みとすること。

(3) データの可視化（ダッシュボードの作成）

収集・整理したデータを可視化できるよう、ビジネスインテリジェンスツール（以下「BIツール」という。）等の機能を用いてダッシュボードを作成すること。なお、必要に応じて、委託者側でデータの追加、更新や拡張が実施できるものであること。

なお、BIツール上で表示するデータ項目のうち、必須項目は以下のとおりとし、その他については「どのような指標・項目が視覚化されれば本事業の目的及び高知県の移住施策に資するか」という視点により設定すること。

- ・サイト訪問者の属性（性別、居住地、年代）
- ・サイト訪問者の閲覧状況（閲覧の多いページ、離脱の多いページなど）
- ・配信中の広告からアクセスしたサイト訪問者の傾向
- ・会員制度「高知家で暮らし隊」登録者数推移及び属性
- ・移住相談件数、移住者数及び属性
- ・イベント集客データ

(4) 運用ガイドライン等の策定

上記(1)～(3)の実行に必要な運用ルールを定めたガイドラインを策定すること。また、職員向けのマニュアルも作成すること。

4 デジタル広告の配信

令和6年度に実施予定の相談会、セミナー等の移住イベント（別紙1参照）への誘客や「高知家で暮らす。」への誘導を図るため、下記(1)～(5)によりデジタル広告を制作し、配信すること。配信数は20件以上とし、対象は委託者と協議のうえ、決定する。

なお、広告配信にかかる費用は11,000千円以内（広告クリエイティブ制作費及び運用手数料、ならびに消費税額含む）とするが、広告運用の実績等をふまえ、状況に応じて変更契約により配信数を追加する場合がある。（配信にかかる費用は最大5,000千円程度を想定）

(1) 広告クリエイティブ

クリエイティブのデザイン及び個数は、委託者と協議のうえ、決定すること。なお、クリエイティブ作成のための動画、画像等は受託者が用意するものとするが、必要に応じて委託者から提供する場合がある。

(2) 広告プラットフォーム

メインターゲットへの到達確度の高いメディア及び広告目的に応じた最適な配信方法を提案し、委託者と協議のうえ、決定すること。

(3) 広告配信時期

委託者が指定する移住イベントの開催に合わせて広告を配信することとし、イベント開催日の1ヶ月前から開催日前日までを目安として、イベントごとに効果検証が可能な方法で実施すること。詳細の時期については、委託者と協議のうえ、決定す

ること。

(4) 広告からの誘導先

「高知家で暮らす。」内の委託者が指定するページとするが、新たなランディングページが広告効果測定のために有効と考えられる場合は、委託者と協議のうえ、制作すること。

(5) その他

- ・広告ごとにコンバージョン等のKPIを提案し、委託者と協議のうえ、設定すること。
- ・配信期間を通して、広告クリエイティブの内容、広告媒体、配信対象、配信方法、ランディングページへの誘導状況及び集客状況等をBIツールを用いて分析し、委託者と協議のうえでターゲティングの変更や次回広告の内容等に柔軟に反映させること。
- ・広告価値毀損の課題「アドフラウド」「ブランドセーフティ」「ビューアビリティ」については、高知県の信用失墜やブランド毀損となる場所への広告掲載は必ず避ける、アドベリフィケーションツールを採用するなど、可能な限り本県に対する透明度を確保のうえ、確実な対策を行うこと。

5 伴走支援

委託者がデジタルマーケティングを活用して、効率的かつ効果的に施策立案から効果検証まで行えるよう、以下の支援を行うこと。

- (1) DMP及びBIツールの操作方法及び活用のための技術的支援を行うこと。
- (2) 本事業にとどまらず、移住施策へのデジタルマーケティングの活用について、「企画」「具体化」「実行」「管理」「評価」の各過程において必要な助言や相談対応など、総合的な支援を行うこと。その際、電話、メール等の随時対応も可能とすること。
- (3) 職員のデジタルリテラシーの向上に資する研修又はセミナーを年1回以上実施すること。
- (4) 本事業の進捗状況については、レポート等を用いながら月2回程度の定期ミーティングを行うこと。

第3 独自提案 (KPI)

下記に掲げる項目(必須KPI)以外で、その他事業成果を分析するために有効な指標について、その効果検証のスキームとともに別途提案すること。

- ・「高知家で暮らす。」サイト全体のユーザー数(県外のオーガニック・リファラル)の増加(対前年比130%)
- ・「高知家で暮らす。」相談ページ(<https://kochi-iju.jp/service/>)のユーザー数の増加(対前年比130%)

第4 業務実施体制

本業務の目的を達成するため、デジタルマーケティングに関する十分な知識を有する者やDMP構築・運用、及びBIツールを用いたダッシュボード構築にかかる業務経験を有する者を1名以上配置すること。

第5 成果品及び提出時期

提出物	提出物の規格及び提出部数等	提出時期
委託業務計画書 (当該委託業務の実実施計画及びスケジュールを記載)	A 4判1部及び電子データ	委託業務開始から10日以内
プロモーション戦略	A 4判1部及び電子データ	(素案)令和6年5月中旬 (原案)令和6年6月中旬 (最終)令和7年3月21日
DMP	データ接続用各種アカウントの管理権限の委譲	令和7年3月21日
ダッシュボード	オンラインダッシュボードのURL・管理権限の委譲	令和7年3月21日
運用ガイドライン及び職員向けマニュアル	A 4判1部及び電子データ	作成後速やかに
広告クリエイティブデータ	電子データ(PDF等)を記録した光学ディスク(DVD-R、CD-R等)1部	令和7年3月21日
広告配信結果報告書	A 4判1部及び電子データ	広告配信毎に、広告配信完了日から14日以内
職員向け研修(セミナー)資料	A 4判1部及び電子データ	作成後速やかに
委託業務報告書	電子データ(PDF等)を記録した光学ディスク(DVD-R、CD-R等)1部	令和7年3月21日

第6 その他留意事項

- 仕様書の内容については、契約後、予算の範囲内で変更する場合がある。
- 受託者は、委託者と事業の実実施体制及び進捗状況について綿密に調整することとし、円滑に業務を実施することとする。
- 成果物については、原則として委託者の業務の実実施、運営、広報等のために必要な範囲内で、委託者自らが複製し、若しくは翻案、変形、改変その他の修正をすること又は委託者の委託した第三者をして複製させ、若しくは翻案、変形、改変その他の修正をさせることができるものとする。
- 特許権、実用新案権、意匠権、商標権その他日本国の法令に基づき保護される第三者の権利の対象となっている履行方法等を使用するときは、受託者がその使用に関する一切の責任を負うこと。

- 5 受託者は、当該委託業務の成果物に係る著作権を、各成果物引き渡し時に、委託者に譲渡するものとする。なお、使用に関して条件や制限があるものについては、その都度両方で別途協議するものとする。
- 6 委託者が上記5で譲渡を受ける権利には、著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条に定める権利も含むものとする。
- 7 委託者が著作権を行使する場合において、受託者は、著作権法第19条第1項又は第20条第1項に規定する権利を行使してはならない。
- 8 当該委託業務に関して知り得た秘密を他に漏らし、又は当該委託業務以外の目的に使用してはならない。当該委託期間が終了し、又は当該委託契約が解除された後についても同様とする。
- 9 当該委託業務を通じて取得した個人情報については、委託者の保有する個人情報として個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）の適用を受ける。
- 10 受託者は、当該委託業務の履行にあたり、自己の責めに帰すべき事由により委託者に損害を与えたときは、その損害の責めを負う。
- 11 本事業の目的に照らし合わせて新たに盛り込むべきと考えられる独自の手法等があれば、適宜提案すること。

令和6年度に実施予定の移住イベント(案)

	R6実施予定イベント(案)	主催	想定ターゲット層				開催月
			メインターゲット	地域	年代	性別	
1	就農セミナー(農業担い手支援課)	他課	Iターン	全国	19~59歳	男女	5月・9月・11月
2	ターゲット別イベント①	センター	Uターン	東京	19~35歳	男女	5月下旬
3	どらなびEXPO(交通運輸政策課)	他課	Iターン	全国	19~59歳	男女	5月中下旬
4	フォレストスクール(森づくり推進課)	他課	Iターン	全国	19~35歳	男女	6~10月
5	暮らしフェア夏(東京・大阪)	センター	Uターン	東京	19~35歳	男女	6月下旬
6	就職転職フェア夏(東京・大阪)	センター	Uターン	東京	19~35歳	男女	6月下旬
7	移住×起業セミナー(産学官民連携課)	他課	Iターン	全国	19~35歳	男女	7月・10月・1月・2月
8	オンライン就職転職フェア夏	センター	Uターン	全国	全年代	男女	7月中旬~9月下旬
9	地域みらい留学合同説明会(高等学校振興課)	他課	Iターン	全国	親世代	男女	8月
10	新中日ビル開業に合わせたイベント	センター	Uターン	東海	全年代	男女	8月下旬
11	大阪アンテナショップ開業に合わせたイベント①	センター	Uターン	関西	全年代	男女	8月下旬
12	漁業フェア(水産業振興課)	他課	Iターン	全国	19~35歳	男女	9月
13	広域単位イベント(東部)	市町村	Uターン	全国	全年代	男女	9月(R5)
14	ターゲット別イベント②	センター	Uターン	東京	19~35歳	男女	9月下旬
15	広域単位イベント(幡多)	市町村	Uターン	全国	全年代	男女	10月(R4)
16	広域単位イベント(奥四万十)	市町村	Uターン	全国	全年代	男女	10月(R5)
17	大阪アンテナショップ開業に合わせたイベント②	センター	Uターン	関西	全年代	男女	10月上順
18	農林水産業フェア(大阪)	センター	Uターン	大阪	19~35歳	男女	10月中旬
19	ターゲット別イベント③	センター	Uターン	全国	19~35歳	男女	10月中旬
20	ターゲット別イベント④	センター	Uターン	全国	19~35歳	女	11月上旬
21	どらなびEXPO(交通運輸政策課)	他課	Iターン	全国	19~59歳	男女	11月上旬
22	広域単位イベント(まんなか)	市町村	Uターン	全国	全年代	男女	12月(R5)
23	オンライン就職転職フェア冬	センター	Uターン	全国	全年代	男女	12月上旬~2月中旬
24	暮らしフェア冬(東京・大阪)	センター	Uターン	東京	19~35歳	男女	12月中旬
25	就職転職フェア冬(東京・大阪)	センター	Uターン	東京	19~35歳	男女	12月中旬
26	広域単位イベント(仁淀川)	市町村	Uターン	全国	全年代	男女	1月(R4)
27	ターゲット別イベント⑤	センター	Uターン	全国	19~35歳	男女	1月中旬
28	広域単位イベント(嶺北)	市町村	Uターン	全国	全年代	男女	2月(R5)
29	大阪アンテナショップ開業に合わせたイベント③	センター	Uターン	関西	全年代	男女	2月下旬
30	ターゲット別イベント⑥	センター	Uターン	県内	19~35歳	男女	2月下旬

令和6年度 デジタルマーケティング事業 スケジュール案

事業内容	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
プロモーション 戦略設計	調査分析・課題 抽出・戦略設計	原 案	協議・調整	案	各施策に反映し、実行・効果検証。 随時ブラッシュアップ			中 間	各施策に反映し、実行・効果検証。 随時ブラッシュアップ			最 終	納 品
DMP構築	基盤構築 ガイドライン策定		各施策で活用										
ダッシュボード	構築		各施策で活用										
広告配信	広告の企画・制作・運用・効果検証（20件以上） プロモーション戦略への反映												
伴走支援	DMP及びBIツールの操作及び活用のための技術支援												
伴走支援	デジタルマーケティング活用に当たっての助言及び相談対応												
伴走支援	職員向け研修（1回以上）												