

令和5年度移住促進に係るPMO（全体管理）業務委託仕様書

1 業務名

「令和5年度移住促進に係るPMO（全体管理）業務」（以下「本業務」という。）

2 契約期間

契約締結の日から令和6年3月31日までとする。

3 本業務の概要

(1) 目的

令和3年の内閣府による「第4回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」によると、東京圏においてコロナ禍での地方移住への関心ある層は全年齢の34%を占め、その内73%は「具体的に行動していない」と回答していることから、東京圏における移住潜在層は800万人以上存在するものと考えられる。

自ら情報収集を行い行政の移住相談窓口を訪問するような移住顕在層だけでなく、これまでの県の移住促進施策において情報を届けることができなかつた潜在層を含む移住検討層を着実に惹きつけ、オンライン上でも属性に応じた情報を個別に提供することが必要である。そのことにより、現地訪問など移住行動のリアルへの円滑な移行も含め、行動変容を促し、移住者を獲得する必要がある。

そのため、本業務においては、オンライン上での接触から移住に至るまでの移住促進に関連する取組の進行管理及び改善策の提案を実施することとする。

(2) オンライン上での移住促進に関連する取組

取組区分	主な業務内容
HIROBIRO. ホームページ	・サイト運用・保守・アクセス分析 ・コンテンツの追加・機能改修
AI 移住相談システム運用	・IBMクラウドの運用 ・定期分析及び運営方法等の改善策の提案
AI 移住相談システムに係るクラウドサービスの提供	・IBMクラウドの提供 ・システム運用に係る技術的な指導や助言
AI 移住相談システムに係る顧客管理システム運営・保守	・LINE公式アカウントの運用 ・SNS拡張ツール（顧客管理システム）の提供、運用
デジタルマーケティング	・デジタル技術を活用した効果的な情報発信 ・広告制作物の作成

(3) 課題

① HIROBIRO. ホームページ

- ・ 会員登録数の増加を目指しているが、令和3年度の実績では、サイト訪問者数は年間約12.5万人に上る一方で、会員登録率は0.6%であり、会員登録を促すメリットの訴求が効果的に行えていない。

- ・ LINE を活用した AI 移住相談システムの新規ユーザー獲得数が年間 2 万人以上である一方、AI 移住相談システムからのサイト訪問者数は年間約 2,000 人とどまり、サイトへの訪問及び会員登録を促す仕組みができていない。
- ・ オンラインのみの情報収集により現地訪問をするなど、個人で動くサイト訪問者の移住熟度が捉えられていないため、適切な情報を適切なタイミングで発信することができていない。

② AI 移住相談システム

- ・ 平均会話数が上昇傾向にあり、特に新規ユーザーにとっては、気軽に使えるよう整備が進みつつある一方で、全ユーザーの平均会話数は微増に留まっていることから、既存ユーザーにとっても飽きさせないコンテンツや新しい会話シナリオを追加することで、さらなる利用促進を図る必要がある。
- ・ AI 移住相談システム (LINE) のユーザー情報と HIROBIRO. 会員情報を紐づけることで、AI 移住相談システムでは把握が難しい属性や移住熟度を捉え、個別に情報提供が行なえるようにするため、オンライン上で移住行動を促進するためには、HIROBIRO. 会員情報と AI 移住相談システムのユーザー情報の連携を推進する必要がある。
- ・ AI 移住相談システムを利用して移住した世帯数を把握するためのアンケート回収率が低く、オンライン上で漏れなく移住世帯数を把握するための方法の確立が急務となっている。

③ デジタルマーケティング (効果的な情報発信)

- ・ AI 移住相談システムの新規ユーザーにおいては、LINE 広告により効率的に獲得 (年間 2 万人以上) ができているが、HIROBIRO. 会員については、広告の表示回数自体が少なく、効率的な獲得手法が確立出来ていない。
- ・ 移住セミナーやイベントの集客においては、広告配信毎に検証をおこない、申込みまでの流れの見直し等も行うことで改善を図っている。一方で、これまでの配信結果をもとに、過去セミナーのアーカイブ動画や移住者インタビューなどのコンテンツをリターゲティングにより配信するなど、オンライン上での多段的な情報発信及び移住検討層の育成手法を確立する必要がある。

(4) ターゲット

移住潜在層及び移住顕在層

(5) 令和 5 年度目標

中間目標 : HIROBIRO. 会員の新規登録者 1,000 人

最終目標 : オンライン上で把握した移住世帯数 370 世帯

(6) 仮説の設定

受注者は、現状の関連する取組実績等から課題を抽出、分析した上で、目標移住世帯数を達成するための仮説を設定し、HIROBIRO. ホームページや AI 移住相談システム、東京相談窓口等と連携して、オンライン上での接触から移住に至るまでの各取組の指標及び効果検証手法を提案すること。(別添「令和 4 年度オンライン上での移住促進に関連する取組実績」及び「令和 5 年度県が実施する移住促進施策体系図」)

4 本業務の内容

移住者獲得に向けたプログラムの設計（仮説の設定）及び、それに基づいたプロジェクトマネジメント計画を作成し、各取組の進行管理から効果検証手法の確立まで、一連の運営を行う。

なお、本業務の実施にあたっては、「HIROBIRO. ホームページ」及び「AI 移住相談システム」各運用会社（必要に応じてシステム提供会社）と連携し、県とも協議の上で実施すること。

(1) プログラムの設計及びプロジェクトマネジメント計画

課題を整理した上で移住者獲得に向けたプログラムを設計し（仮説の設定）、以下の項目等を記載したプロジェクトマネジメント計画を作成すること。

- ・ 目的
- ・ 現状と課題の整理及び今後目指す方向性
- ・ STP（ターゲット分野とポジショニング）
- ・ 顧客像（獲得する移住希望者）
- ・ 顧客課題（移住を阻む障壁の整理）
- ・ 提供価値（移住へ向けた障壁の緩和）
- ・ ゴールイメージ（障壁の緩和による目標指標の達成と各取組の効果検証手法の確立、成果の明確化）
- ・ 取組内容（プログラム及びプロジェクトの内容）
- ・ ロードマップ、年間スケジュール
- ・ プロジェクト体制
- ・ コミュニケーションライン及び頻度
- ・ リスク管理 等

(2) プロジェクトの実施

目標達成に向け、県の移住促進施策をスムーズに進行するため、次の業務を実施すること。

- ① 目標移住世帯数を達成するための企画、業務の改善提案
 - ・ 接触から移住に誘導するための仕組みのデザイン
 - ・ ユーザーの情報を収集するためのインセンティブ提案
 - ・ 移住イベントの企画、運営に対する助言
 - ・ オウンドメディア（ホームページ及び各種 SNS）運営に対する助言
- ② 「HIROBIRO. ホームページ」及び「AI 移住相談システム」に係る取組の進行管理
 - ・ 各運用会社との定例ミーティング（月 1 回程度）の実施
 - ・ 各取組の課題を抽出した上で、具体的な改善策を提案
- ③ オンライン上での接触から移住に至るまでの各取組の指標及び効果検証手法の提案（各取組の指標例）
 - ・ HIROBIRO. 会員の新規登録者数または AI 移住相談システムユーザーからの会員登録率
 - ・ HIROBIRO. ホームページ及び AI 移住相談システムの利用状況（閲覧数や会話数等）
 - ・ 移住イベントの申込数 等
- ④ 次年度以降の業務に関する提案・助言
 - ・ 結果を総括し、次年度に向けた戦略骨子の提案
 - ・ 各取組の運用評価及び次年度調達仕様書作成の助言
- ⑤ そのほか、プロジェクトの進行管理及び改善策の提案に向けて必要とされる業務

(3) デジタルマーケティングの手法を用いた効果的な情報発信及び広告制作物の作成
目標達成に向けて広告媒体、配信内容、回数等の提案を行なうこと。

① 効果的な情報発信

- ・ ターゲットは、多種多様なクラスターに分解できることが想定されることから、それぞれのクラスターに対して効果的に訴求できるよう、メディアの活用方法を工夫していくものとする。
- ・ 移住潜在層へのリーチは、移住顕在層の属性データや集客キーワードからでは掘り起こせない（リーチできない）層であることを認識し、受注者の知見に基づいて、ターゲットとするクラスター、活用するメディア、発信するコンテンツ等に係る仮説を設定し、量的・質的に精度の高い集客施策を行うものとする。
- ・ 受注者は、情報発信の成果検証をきめ細かく行い、移住行動の変容につながりやすいユーザーをより効果的に送客できるよう、精度の向上を図っていくものとする。
- ・ 配信、結果分析、改修を複数回繰り返し、HIROBIRO. ホームページ及びAI 移住相談システムの利用状況や移住イベント申込数などの向上につながる総合的手法を提案すること。

(令和5年度移住イベント開催予定)

オンラインセミナー20回、リアルセミナー4回、地域別フェア2回、全県フェア1回

② 広告制作物の作成

- ・ 制作物については、受託者の専門的な知見とノウハウにより、ターゲットのクラスターに効果的に訴求するよう、キャッチ、画面構成、文章、写真、動画等について、創意工夫を行うこと。

5 成果物

(1) 業務実施効果の分析・レポート

- ・ 業務開始後、少なくとも一月ごと（毎月末日締め等）に進捗状況及び結果を集約し、改善策等についてデジタルデータにより提出するとともに、発注者と協議を行うこと。
- ・ レポートの提出にあたっては、HIROBIRO. ホームページ訪問者数、AI 移住相談システムの利用状況など、関連する取組の結果も踏まえて、分析、検証するものとする。

(2) 次年度の業務実施に関する提案・助言

- ・ 9月末時点における中間報告書を令和5年10月13日（金）までに、デジタルデータにより提出すること。
- ・ すべての業務終了後に最終報告書を作成し、デジタルデータにより提出すること。

6 業務執行体制

(1) 企画・分析・改善提案等の作業において、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とする。

(2) この業務により、コンテンツマーケティングに関する新たな技術が広島で開発され人材が集積していく土壌づくりに資するよう配慮する。

(3) 本業務を確実に実施・履行する組織体制（制作の体系図、責任者、役割分担等）及び連絡体制を示すこと。

7 契約に関する条件等

(1) 再委託

- ア 受注者は、委託業務の全部を一括して第三者に再委託、又は請け負わせてはならない。
- イ 委託業務の一部を再委託しようとする場合は、再委託先ごとの業務の内容、制作の体系図及び行程表、再委託先の概要及びその体制を明記したものを事前に書面で報告し、発注者の承認を得なければならない。

(2) 業務の履行に関する措置

- ア 本業務（再委託した場合を含む。）の履行につき著しく不相当と認められるときは、発注者は受託者に対して、その理由を明示した書面により、必要な措置を取るべきことを要求することができる。
- イ 受託者は、上記要求があった時は、当該要求に係る事項について対応措置を決定し、その結果を、要求があった日から10日以内に発注者へ書面で通知しなければならない。

(3) 成果品の利用

発注者は、本業務による成果物を自ら利用（発注者が管理するウェブメディアにおける掲載等）できるものとする。

(4) WEB 広告の適切な利用

- ア WEB 広告にあたっては 社会通念上不適切と考えられるサイトへの掲載を排除するよう努め、掲載先サイトを定期的に確認すること。
- イ 不適切サイトへの掲載が認められた場合には、直ちに県に報告するとともに、県の対応指示に従うこと。

(5) 機密の保持

受託者は、本業務（再委託をした場合を含む。）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、本業務の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、本業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、き損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。本業務終了後も同様とする。

また、本業務完了後、県は成果のうちからノウハウを指定し、そのノウハウについて、受託者は、業務完了の翌日から起算して3年間は秘匿すること。ただし、必要があるときは、協議の上、秘匿すべき期間を延長し、又は短縮することができる。

(6) 個人情報の保護

受託者は、本業務（再委託をした場合を含む。）を履行する上で、個人情報を取り扱う場合は、「個人情報の保護に関する法律」（平成15年法律第57号）を遵守しなければならない。

(7) その他、本契約の範囲内において、この仕様書に記載のない事項については、関係者において協議し、決定する。

(別添) 令和4年度オンライン上での移住促進に関連する取組実績

1 HIROBIRO. ホームページ (期間: 令和4年4月~12月)

項目	R3年度	R4年度
新規ユーザー (サイト訪問者)	118,782人	62,927人
ページビュー数	316,895回	179,366回
HIROBIRO. 新規会員登録	766人	557人

2 AI 移住相談システム

(1) 登録者 (令和5年2月6日現在)

登録数	属性
22,345人 (ブロック除く)	・居住地: 県外97.0% (うち東京圏31.0%), 広島県3.0% ・年代: 20代13.2%, 30代15.7%, 40代16.6%, 50代~53.4%

(2) 利用状況 (登録者の会話ログ分析)

区分		R3年度	R4 上半期	増減
新規ユーザー	利用者割合	10.4%	10.8%	0.4pt
	平均会話数	3.68回	6.45回	2.77回
全ユーザー	平均会話数	3.13回	3.57回	0.44回

(3) 利用者の評価 (アンケート: 令和4年7月と10月に実施し, 計213人が回答)

区分	R3年度	R4 上半期	増減
地方移住の考え方に新たな気づきがあった	36.5%	33.3%	▲3.2pt
ネット検索では入手できない情報がわかった	20.5%	19.7%	▲0.7pt
話を聞いてみたい先輩移住者がわかった	8.8%	9.4%	0.6pt
東京相談窓口のことがわかった	29.2%	27.7%	▲1.5pt
イベント情報などを知れた	31.3%	34.3%	3.0pt
特になし	23.4%	14.6%	▲8.8pt

3 デジタルマーケティングの手法を用いた情報発信

配信期間	目的	広告媒体	表示回数	クリック数	CV数
2022/4 ~ 2022/12	LINE 友達登録	LINE 広告	3,413,435	20,026	20,026
	イベント集客	SNS 広告	1,321,621	13,302	318
	相談窓口予約	SNS 広告	48,552	527	7
	HIROBIRO 会員登録	リスティング広告	7,136	722	19

(参考) 県主催イベント

開催期間	区分	開催回数	申込数	広告配信回数	広告経由の申込数
2022/4 ~	オンラインセミナー	17	617	7	114
	地域別フェア	2	305	2	204
2022/12	全県フェア※	1	315	1	108

※全県フェアはイベント運営委託業者により広告配信を実施

(別添)令和5年度県が実施する移住促進施策体系図

