

【資料 2】

秋田移住ブーストキャンペーン事業業務委託仕様書

1 目 的

本業務は、秋田県（以下、「県」という。）への移住促進に向けて、若者や子育て世帯などのターゲットに対し、あきた暮らしの魅力を効果的に発信すると共に、県が令和 8 年度からの 2 年間で短期集中的に取り組む経済的支援事業や大規模イベントなどをプロモーションすることで、当該事業等の効果を最大化することを目的とする。

特に、秋田への Uターンを中心とした地方移住に関心はあるものの、経済的支援を含む秋田の移住支援情報や全国トップクラスの子育て支援情報などが不足しているために移住の決断に至っていない潜在層に対し、「最後の一押し」となるように強力にプロモーションを展開するものとする。

2 業務の委託期間

契約締結の日から令和 9 年 3 月 3 1 日まで

3 ターゲット

本事業のメインターゲットは、主に首都圏や仙台圏に在住する本県出身者とするが、本県への移住のメインターゲットである以下の世帯もターゲットとする。

- (1) 子育て世帯（18 歳以下の子どもを持つ親）
- (2) 若者世帯（18～39 歳、夫婦世帯を含む）

4 業務概要

あきた暮らしの魅力と共に、県が令和 8 年度から 2 年間限定で実施する以下の対象事業のプロモーション等を、短期間で集中的に実施するという強みを最大限に活かして展開すること。

受託者は、(1) から (6) に定める業務を一括して実施するものとし、各業務の予算配分は提案によるものとする。なお、各業務に最適な予算配分をし、それぞれ示すこと。

【プロモーション対象事業】 概要は参考資料 1 のとおり

- ・秋田暮らし応援デジタル商品券交付事業（新制度）
- ・首都圏で開催される大規模イベント
- ・その他県が指定する事業（「秋田県あきた暮らし・交流拠点センター（愛称：アキタコアベース）」の周知や開催イベントを含む）

(1) キャンペーン名称及びキャッチコピーの決定

あきた暮らしの魅力を最大限に伝え、SNS で拡散・話題性を生むような、訴求力と視認性の高いキャンペーン名称とキャッチコピーを提案すること。最終的な決定は、県との協議を経て行う。

(2) ロゴマークデザイン・各種広告素材等の制作

ア ロゴマークデザイン

(1) で決定した名称を視覚的に表現したロゴマークデザイン案を 3 案以上提案すること。提案に基づき県が選定したデザインを、指定する形式（PDF 形式、ai 形式及び jpg 形式を想定）で納品すること。

ロゴマークは（４）の広告配信用バナーのほか、パンフレット、ポスター、のぼり等の広報物、缶バッジ、袋類、ステッカー等のノベルティへの活用を念頭に置き、制作すること。

イ ロゴマニュアル

次の項目が記載されたロゴマニュアルを作成すること。

- ・コンセプト
- ・ロゴマーク
- ・使用例
- ・カラー規定（モノクロ含む）
- ・アイソレーションエリア
- ・最小サイズ
- ・使用禁止例
- ・推奨書体（該当する場合）

ウ 各種広告素材

名称やロゴマークを使用した次の画像等の素材を制作し、県が指定する形式（例 画像の場合：PDF形式、ai形式及びjpg形式）で納品すること。

- ・ウェブサイトのメインビジュアル用素材
- ・SNS用広告素材
- ・その他県が指定する事業やPR要素の画像素材（首都圏イベントや新制度開始の周知用素材等）

（３）ノベルティの制作

（１）で決定した名称及び（２）で制作したロゴマークを使用した、ア・イのノベルティを制作すること。

ア ステッカー

寸法は50mm×50mm程度で、部数は5,000部とする。ロゴマーク決定後、速やかに制作・納品すること。用途として、県の移住ガイドブック等の配布物に貼付することを想定している。

イ その他提案によるもの

2,000部制作し、県が別途指定する約50箇所（25市町村や関係団体等）へ配送すること。ノベルティの内容は提案によるものとする。

（４）WEB・SNSによる広告配信と運用

ア 広告配信の実施

（ア）配信期間は令和8年6月から令和9年3月末日まで（想定）。

（イ）広告媒体（ディスプレイ広告、SNS広告、検索連動型広告等）や配信方法は、事業効果の最大化を図るため、最適と考えられるものを提案すること。提案にあたっては、次の点に配慮すること。

- ・各広告媒体や素材により訴求するターゲットを明確にすること。
- ・4（１）、（２）で制作したコンテンツを活用すること。

（ウ）広告の運用状況等に応じて、適宜広告素材の見直しを行うこと。

（エ）広告のランディングページは、秋田県移住・定住総合ポータルサイト「“秋田暮らし”はじめの一步」（以下、ポータルサイト）内の「A→KITA登録ページ」（<https://www.a-i-ju.jp/member>）を想定しているが、広告素材の内容や対象事業により、その他のページをランディングページとすることが効果的である場合は、受託者と県が協議の上決定す

る。

- (オ) 首都圏大規模イベントのプロモーション時期は、上記に加え、イベント特設ページ（ポータルサイト内）をランディングページとする。なお、当該ページは、ポータルサイト内に、ポータルサイト運用保守業者が構築しているため、当該業者へのデータ提供や公開作業の依頼を行うこと。開設にあたっては、県及びポータルサイト運用保守業者と調整を行い、ポータルサイト運用保守業者の指定する形でデータの納品をすること。特設ページの開設時期は、県と協議の上決定する。

参考：昨年度に開催した「あきた移住・交流フェア」ページ

<https://www.a-iju.jp/iju-fair>

イ 分析・効果測定

- (ア) 広告配信開始後は月1回以上実施状況の取りまとめを行い、適宜県とのミーティングを実施すること。
- (イ) 広告結果の報告及び分析結果に基づく運用の見直し等について、運用状況を鑑みて提案を行うこと。
- (ウ) 分析にはランディングページを含むポータルサイトのサイト分析を含めることとし、流入経路や広告経路のユーザーの行動分析等を含めて報告すること。
- (エ) ポータルサイトの秋田県移住定住の登録完了をコンバージョンと設定し、計測すること。
- (オ) 事業終了後、広告運用の詳細レポートを提出すること。

(5) 年末年始の広告（県内）

年末年始に帰省する者を対象とし、効果的な広告を掲出すること。掲出場所及び媒体については、提案によるものとする。

(6) その他媒体によるプロモーション

(4)～(5)に定める広告配信のほか、集中的かつ効果的と考える宣伝媒体を提案し、広告枠の買付及び制作までを一括して実施すること。媒体の例として主要駅でのPR、映画館でのCM、雑誌記事等を想定するが、移住関連の書籍への掲載は除く。

5 数値目標（KPI）

次の(1)～(3)の目標達成を確実にするため、各数値を最低限の目安とする。

(1) 新規のA→K I T A登録完了数 400世帯

（令和7年度までは、「秋田移住定住登録」という名称で運用）

ア 周知・認知拡大：リーチ（配信）数 4,000,000回

イ 興味関心：セッション（クリック）数 40,000回

ウ 接触可能層の獲得：A→K I T A登録フォーム完了数 400世帯

(2) その他広告手法による新規A→K I T A登録完了数

ア 4(3)ノベルティを経由した新規登録完了数 20世帯

イ 4(5)年末年始の広告（県内）による新規登録完了数 20世帯

流入経路は、専用二次元コードまたはURLパラメータによる計測を基本とし、計測設計は受託者が提案すること。

- (3) 首都圏イベントの来場申込フォーム完了数 2,000人
ア 周知・認知拡大：リーチ（配信）数 20,000,000回
イ 興味関心：セッション（クリック）数 200,000回
ウ 接触可能層の獲得：来場申込フォーム完了数 2,000人
流入経路は、専用二次元コードまたはURLパラメータによる計測を基本とし、計測設計は受託者が提案すること。

(4) 提案による独自指標

(1)～(3)の他に、本事業目的の達成度を測るために適切であると考えられる目標数値を1以上設定し、効果測定すること。

なお、ポータルサイト内に各種タグの設定等が必要な場合は、県を通じてポータルサイト運用保守業務受託事業者に対し、具体的な技術指示および設定後の動作確認を一貫して行い、計測環境を確実に構築すること。

6 想定スケジュール及び納期

参考資料2及び3のとおり

7 実施体制

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

なお、県及び県が委嘱するマーケティング戦略アドバイザーと連携する担当者を1名配置すること。また、以下の専門性を有する人員を配置し、それぞれ明確にすること。

- ・プロジェクト責任者：本業務全般を統括し、デジタルプロモーションに関する高度な知見及び実務経験を有する者
- ・広告運用スペシャリスト：SNS広告等のアルゴリズムを深く理解し、ターゲティング及び運用最適化を行う者
- ・制作担当者：ターゲットの心理変容を捉えたクリエイティブ（画像・動画・テキスト等）を制作できる専任の者
- ・計測管理担当者：広告効果を適正に評価するため、タグマネジメントやコンバージョン計測環境の構築・保守に責任を持つ者

- (2) 本業務は、県（マーケティング担当部署等を含む）との協議を通じて、随時内容を改善しながら進行する。そのため、想定スケジュールを参考に、終了に要する確認期間（5営業日程度）を十分に設けた各タスクのスケジュール、担当者、タスク間の依存関係を可視化したマイルストーン等を作成し、共有すること。

事業状況の変化等に応じて計画変更が認められることを県と受託者の双方が認識した場合、協議の上で計画の柔軟な見直しを行うものとする。

- (3) 月に1回定例ミーティングを実施し、受託者は、前月の実績報告等を記載した業務実施状況報告書を作成し、県に提出すること。開催方法は提案によるものとする。

- (4) 業務実施にあたっての日常的な連絡体制を構築し、事前に提出すること

- (5) 緊急時やリスク発生時等のトラブルが発生した際、直ちに県へ報告し、協

議の上で対応を決定するための緊急連絡先を事前に提出すること。

8 著作権等

委託業務の処理に伴い生じた著作権その他の権利は、原則として県に帰属することとする。疑義がある場合は、協議の上でその帰属について取り決めることとする。

ノベルティの増産、ロゴのウェブサイト等での使用及び動画の再編集等といった二次使用の権利は本業務契約の委託料に含むものとし、別途の費用負担は生じないものとする。

9 実績報告等

委託事業が完了したときは、遅滞なく県に対して委託業務完了届・実績報告書・収支精算書・その他県が指示する資料等を提出すること。

10 情報セキュリティ

受託者は情報セキュリティの観点から以下の内容を遵守すること。

- (1) 受託事業者の責任者、作業者の所属については個人情報取扱特記事項で定めた届出に準ずるものとする。
- (2) 県が導入している分析ツール等へのアクセスの範囲は、以下の内容とする。また事業完了後はその権限付与を停止することとする。
 - ・Googleアナリティクス
 - ・Googleサーチコンソール
 - ・Googleタグマネージャ
 - ・その他、必要に応じ県が付与した権限におけるデータ
- (3) 上記分析ツール等で取得したデータの目的外利用、第三者への提供、本事業以外の自社事業への流用を禁止する。
- (4) 成果物納品及び事業報告書提出後に受託者は本事業で収集したデータを破棄すること。
- (5) 事業実施により取得したCookieと受託者が保有する情報を結びつけて、個人情報（個人データ）とならないよう、適切な措置を講じること。
- (6) 本事業の業務の処理に関して情報セキュリティインシデントが発生した場合は当該インシデントの発生に係る受託者の責に帰するか否かを問わず情報の内容、発生状況等を速やかに報告し、その指示に従うこと。インシデント発生時の責任体制は個人情報に係る事故発生時のそれに準じることとする。
- (7) 県は情報セキュリティインシデントに関する情報を公表することができるものとする。

11 生成AI利用

制作物に生成AIを使用する場合は、権利侵害や偽情報の拡散等のリスクを十分理解した上で、C2PA（コンテンツ証明）等の情報を付与し、かつ画像や動画などの生成物上に「AI生成コンテンツである」旨を明記するなど、誤解を招

かない表現とすること。

1 2 その他契約に関する条件等

- (1) 仕様書で示す業務については、県と協議を行い、双方合意の上、実施すること。
- (2) 再委託については、本業務の全てを第三者に再委託することはできない。ただし、あらかじめ県と協議し、県が承認した場合に限り、業務の一部を第三者に再委託することができる。
- (3) 本業務の実施に当たり、著作権、肖像権、個人情報等を扱う場合は、関係法令を遵守し、適切に対応すること。
- (4) 本業務が完了するまでの間、進捗状況の報告や発生する課題等の協議・解決等に関し、随時、県と協議した上で業務遂行するため、常に協議可能な体制を整えておくこと。
- (5) 本仕様書に定めのない事項については、その都度、県と受託者で事前に協議すること。