

令和6年度ふくしま若者Uターン促進プロジェクト事業業務委託仕様書

1 趣旨

本仕様書は、福島県（以下「甲」という。）が委託事業者（以下「乙」という。）に委託する「ふくしま若者Uターン促進プロジェクト」事業に係る業務を円滑かつ効率的に行うための必要事項を記載したものであり、乙は、本仕様書に従い業務を遂行すること。

2 業務の目的

進学や就職などを契機に県外に転出した首都圏在住の本県出身者のうち、25～35歳をメインターゲット※に、都内での大規模交流イベントやテーマ別クロストーク等を開催することで、改めて本県と関わる機会や同世代とつながる機会を提供し、将来的なUターンを促進することを目的とする。

※転職や結婚・子育て等のライフステージを考える25～35歳の層を設定

3 委託業務の概要

(1) プロモーション・参加者募集

首都圏在住の本県出身者を対象に、本県の暮らしや仕事の魅力を再認識し、本県への将来的なUターンの機運を高めるプロモーションを行う。併せて、戦略的なターゲティング広告や、県内在住の若者からの口コミ等により、(2)及び(3)の交流イベントの参加募集を行う。

(2) 都内での大規模交流イベントの開催

本県出身者が福島の魅力や仕事を再認識し、参加者同士のつながりを創出することを目的に、都内での大規模交流イベントを開催する。

(3) テーマ別クロストークの実施

主に大規模交流イベントの参加者を対象に、交流会イベント後、本県との関わりを更に深める機会を提供することを目的に、テーマ別のクロストークを開催する。

(4) Uターンに関するニーズ調査の実施

首都圏在住の本県出身者を対象に将来的なUターンに向けたニーズや課題の把握を目的にWEB調査を行う。

4 委託業務の内容

(1) プロモーション・参加者募集

ア LP（ランディングページ）及びSNS等の管理運営

- ・本事業に関連する情報発信や交流イベントへの参加申込等を行うことができるLPを開設し、本県へのUターンに関するプロモーション及び交流イベント等に関する情報を掲載する。

なお、デザインは、甲と協議の上、ターゲット層が福島の魅力や大規模交流イベント、テーマ別クロストークに参加して得られるメリットやUターン後の福島での暮らし等をイメージできる内容とする。

- ・LPには、交流イベントの申込フォーム等を備え付け、オンラインからの申込みを可能とする。なお、申込項目や内容については、甲と協議の上、決定する。
- ・LPのほか、SNS等を活用した効果的な発信方法について提案する。

イ 参加者募集及びプロモーション

- ・ターゲット層を絞り込みLPへ誘導することを目的に、効果的なWEB広告を実施する。
- ・県内主要駅や首都圏での移住関連イベント等でのプロモーション及び下記(2)(3)の参加者の募集を促すため、本県での暮らしや仕事、将来的なUターンをイメージできる内容のチラシ及びポスターを作成する。
- ・お盆等の帰省時期(7月以降に実施)に合わせた広報として、県内主要駅(福島駅他)でのポスター掲出、チラシの配布等を甲と協議して実施する。
- ・甲では、主に以下の広報を実施するので、甲の求めに応じて必要な素材(各媒体に合わせたバナーデータや印刷したチラシ及びポスター等)を提供する。
 - 県の広報媒体(テレビ、ラジオ、新聞等)を活用した周知
 - 県庁・県内企業等若手職員・社員のロコミによるターゲット層への訴求
 - 都内又は県内で開催される他イベントへの参加・出展によるPR
 - 市町村の広報媒体(広報誌等)を活用した周知
 - ポスター及びチラシを活用した広報(移住相談窓口での配架、移住相談窓口登録者への送付、首都圏の協力企業への配布、首都圏での移住関連イベントでの配布等)
- ・上記を踏まえた上、大規模交流イベントで想定する参加者数(200名程度)の参加が確保できるよう、具体的な集客計画を提案すること。
- ・その他、ターゲット層に対して効果的な手法を用いた広報があれば提案すること。

(2) 都内での大規模交流イベントの開催

ア イベント名

- ・イベントの内容やイメージがターゲット層に伝わるタイトル(サブタイトル)及びキービジュアル等を使用する。

イ 開催日時

他の事業との連動等から9月中旬～下旬の休日を想定。

ウ 会場

- ・ターゲットを想定し、アクセスの良さ、雰囲気、スペースの広さ、集客目標を考慮した会場とする。
- ・会場の使用及び連絡調整等の手続きは、乙が行う。

エ 対象者

- ・基本的にはメインターゲットとするが、それ以外の者についての参加を妨げるものではない。詳細については、甲と協議し決定する。

オ 集客目標

- ・200名程度

カ 参加費

- ・参加者から一定の参加費を徴収する。金額は、乙の提案により甲が決定する。

キ イベントの企画・運営等

- ・次の内容を踏まえたイベントの企画立案から当日の運営、事前及び事後における広報まで甲と協議の上で実施する。

【福島県の魅力を伝え、参加者同士の交流を深めるための交流会】

本県の魅力等を再認識することを目的に、気軽に参加し、参加者同士で交流できるような仕掛けを行う。また、単なる交流イベントとならないよう本県での仕事や暮らし、将来的なUターン等について、具体的にイメージできる内容とする。なお、飲食物を提供する場合は、乙において会場管理者及び行政機関等へ必要な調整・事務手続を行う。

《例》

*先輩移住者を交えたトークセッションの開催

ターゲット層と年齢の近いUターン移住者等を通じて、福島での暮らしや福島の最新情報を認識してもらう。

*仕事や暮らしに関するプレゼンテーション、ブース出展

移住施策に係る県関係部局と連携し、本県での仕事や暮らし全般に関する情報や移住関連事業に関するブースを出展する。なお、この場合、関係部局との調整は甲が行う。

(例. 商工労働部、農林水産部、観光交流局等)

*福島の食をテーマとした実食・実飲

食に関するキーマンを通して、福島の食の魅力を認識してもらう。

取り扱う飲食物については、移住者や地域キーパーソン等に関わりがある物を中心に決定する。

*参加者同士の交流を促す催し (例. 県産品が当たるクイズ大会や抽選会等)

参加者同士が気軽に触れ合うきっかけとなる催しを開催し、参加者同士の関係性の構築を後押しする。

- ・上記の他に、大規模交流イベントの参加者が、福島の魅力を再認識し、参加者同士の交流を深めるために効果的なイベントの企画・運営方法を提案すること。

ク 効果測定

- ・大規模交流イベントの参加者に対して、アンケートを実施し、イベントの満足度やイベント参加を契機としたUターンに対する意識の高まり等を把握する。

(3) テーマ別クロストークの開催

ア 内容

- ・Uターンに向けて本格的な検討や行動変容への動機づけとなるよう、交流イベントへの参加から更に深い関わりが持てるテーマ別のトークイベントを開催する。想定しているテーマは以下のとおり4種とする。なお、Uターンに向けて、より適したテーマがあれば、提案すること。詳細については、甲と協議の上で決定する。

- 1) 仕事 (就職・就農・地域おこし協力隊など)
- 2) アクティビティ・趣味
- 3) 出会い・子育て
- 4) 関係人口 (副業・テレワーク)

- ・テーマに応じ、県関係部局と連携して開催する場合は、イベントの主旨を意識し、開催効果の最大化に努めるものとする。

イ 開催日

- ・大規模交流イベントの開催後、10月～1月の期間で4テーマごとに各1回 (計4

回) 以上開催する。

具体的な開催日時については、より多くの集客ができるよう甲と協議の上で決定する。

ウ 会場

- ・ターゲットを想定し、アクセスの良さ、雰囲気、スペースの広さ、集客目標を考慮した会場とする。
- ・より参加しやすい雰囲気とするため、軽食等の提供を行うことも可能とする。なお、飲食物を提供する場合は、乙において会場管理者及び行政機関等へ必要な調整・事務手続きを行う。
- ・会場の使用・連絡調整等の手続は、乙が行う。

エ 対象者

- ・主に大規模交流会イベントの参加者を対象とする。ただし、それ以外の者の参加を妨げるものではなく、詳細については、甲と協議し決定する。

オ 集客目標

- ・40名程度（1テーマ10名程度）

カ 参加費

- ・無料

キ イベントの企画・運営等

- ・イベントの企画立案から当日の運営、事前及び事後における広報までを甲と協議の上で実施することとし、次の内容を踏まえた具体的な提案とすること。
- ・テーマの設定や企画内容については、ターゲット層のニーズに応じたものとする。
- ・ゲストの選定やイベントの実施にあたって、県関係部局との調整が必要な場合は、甲が行う。
- ・テーマ別クロストークの参加者が、Uターンに向けて、本格的な検討や行動変容への動機づけにつながる効果的なイベントの企画・運営方法を提案すること。

ク 効果測定

- ・テーマ別クロストークの参加者に対して、アンケートを実施し、イベントの満足度やイベント参加を契機としたUターンに対する意識の高まり等を把握する。

(4) Uターンに関するニーズ調査の実施

ア 内容

- ・今後の本県でのUターンを促進する施策に反映することを目的に、Uターン潜在層のニーズや課題の把握及び分析を行う。

イ 実施期間

- ・大規模交流イベントの参加者募集・プロモーション時期（7～9月）と同時期を想定。

ウ 実施方法

- ・Googleフォーム等のWEB調査により実施する。
- ・想定標本数は、500人以上とする。
- ・回答者には、ポイント（例. Amazonポイント、PayPayポイント等）などのインセンティブの付与を行う。なお、具体的な手法等については、甲と協議して決定する。
- ・上記の他に標本数を増加させるための効果的な実施方法を提案し、実施する。

エ 対象者

- ・本事業のメインターゲットである県外に転出した首都圏在住の25～35歳の本県出身者とする。

オ 調査項目

- ・調査項目は、属性、情報収集の手法、Uターンのニーズ把握等を想定。

カ 調査結果の集計及び分析

- ・調査結果について、集計と分析を行う。なお、具体的な手法等については、甲と協議の上、決定する。

(5) 本県出身者のコミュニティ形成

ア 目的

- ・プロモーションにより本事業を認知した者及び上記(2)(3)の参加者を対象に、継続して本県と関わるができるようコミュニティを形成し、参加者とのつながりを維持し、参加者同士での情報交換を後押しすることで、Uターンに向けた行動変容へとつなげていく。

イ 開設時期

- ・プロモーション開始時点から、コミュニティへの加入を促せるよう、開設時期については、甲と協議の上で決定する。

ウ 実施方法

- ・チャットツール(s l a c kを想定)を活用したコミュニティを形成。情報発信は、甲が主体として行うが、乙においても効果的な企画・運営方法があれば提案すること。

5 業務体制・著作権

(1) 業務体制

ア 乙は、本業務に関わる責任者及び担当者について、事業開始前に書面にて甲に報告すること。また、本業務の趣旨及び内容を十分に理解し、かつ、業務遂行に必要な知識や能力、経験を有する要員を配置すること。

イ 乙は、工程管理を徹底するため、甲との打合せをおおよそ隔週で実施すること。

ウ 仕様に定めのない疑義が生じたときは、甲乙協議の上、対応を決定するものとする。ただし、仕様に明示のない事項であっても、社会通念上当然必要と考えられるものについては、本業務に含まれるものとする。

(2) 著作権

ア 本業務により製作される成果物の著作権について、乙は甲に譲渡するものとし、成果品の構成素材(写真やイラスト等)については、甲が二次的著作物を作成し、利用することができるものとする。

イ 印刷物、看板、サイン等において使用する素材等において、他者の著作権その他の権利が及ぶものの使用は避けること。

6 実績報告書等の提出

甲が定める期限までに、以下の項目を主な内容とした事業実施報告書を甲へ提出する。

- (1) イベントの実施内容
- (2) プロモーション・参加者募集の実績
- (3) 制作物一覧

- (4) 参加者アンケート集計結果
- (5) 参加者の氏名・連絡先等の情報一覧
- (6) 経費の収支内訳等
- (7) 記録写真（会場内風景、各ステージ、各出展者等）、録音・録画記録媒体
- (8) LP（ランディングページ）及びSNSでの発信に関するレポート
- (9) ニーズ調査結果
- (10) その他、甲が必要と認める項目

※(4)及び(5)については、イベント終了後1週間以内に提出する。

7 委託料に含まれる経費

- ・委託料には、上記に掲げる業務の実施に係る一切の費用を含むものとする。ただし、イベントに出展する自治体職員・参加企業・団体の旅費及び甲が行う広報経費等は含まない。