

東山区における移住・定住施策「住んでこそ！東山プロジェクト」に係る情報発信企画運営業務委託仕様書

1 事業の趣旨

本区では、第3期東山区基本計画「東山・まち・みらい計画 2025」に掲げる「住んでこそ！東山プロジェクト」（以下、「本プロジェクト」という。）を推進している。本プロジェクトは、人口減少が著しい東山区において、その現状と課題を整理し、これまでの地域や行政等の取組を参考にしながら、区民の定住意欲や区外からの移住意欲を喚起するなど、人口減少に歯止めをかけるとともに、地場産業などの活性化により、活力ある地域づくりを目指して取り組むものである。

本業務は、本プロジェクトの実施において必要な、東山区内で暮らすこと（住む魅力）を効果的に伝える情報発信として、移住・定住のための企画運営を行うことを目的とする。

参考：「東山・まち・みらい計画 2025」 p.15

<https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/page/0000284601.html>

住んでこそ！東山プロジェクト

<https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/page/0000300452.html>

2 履行期間

契約締結の日の翌日から令和7年3月26日（水）まで

3 委託業務の目的・対象

(1) 目的

東山区に移住し、暮らすことの魅力や、実際の生活スタイルの情報収集ができる情報コンテンツを作成し、ターゲットが情報を受け取りやすい媒体での発信を行う。

また、区内を中心とした移住・定住に取り組む事業者や地域団体・サービスへの接続できるような情報発信を行い、区全体での移住・定住の取組が効果的に進むことを目的とする。

(2) 対象

世代を問わず、東山での暮らしを望む人物像を想定し、それぞれに的確に届く情報発信を行う。

（特性の異なる区内のエリアごとにターゲットを設定し、効果的な情報発信コンテンツ手段を検討すること）

キーワード（例）：文化的な空間、路地や近所と近接し、地域コミュニティが密接な暮らし、比較的便利だが自然が近い暮らし

4 委託業務の内容

(1) 本区で運用する情報発信媒体の運用方針

ア 本区で運用する情報発信媒体別の目的

区公式 Instagram（下記、(2)参照）：移住潜在層・関係人口潜在層へのアプローチ

↓

移住検討者向けホームページ（下記、(3)参照）：移住顕在層への地域の具体情報の提供

↓

区内を中心とした移住・定住に取り組む事業者や地域団体・サービスへの接続
(※ホームページ来訪者が、上記事業者や地域団体・サービスに誘導されるようにする)

イ 提案を求める内容

原則として、上記アに記載する情報発信媒体の運用目的に沿った方針を検討するが、本業務の提案を行うにあたり、Instagram からホームページへの接続が脆弱である現状を打破できる方策を提案すること。その提案に当たり、現状の運用目的の変更を伴う提案を可とする。

(2) 運用中の SNS 媒体 (Instagram) を利用した情報発信

ア 前提条件

Instagram アカウント：京都市東山区（公式）higashiyama_official を運用中である。

東山区のイメージを観光する場所から、移住し、暮らす場所へ転換することを目的として、暮らすことの魅力を住民への取材を基に、日常の風景視点で投稿を行っている。

また、オリジナルのハッシュタグ「東山ぐらむ」「京都といえば東山」を広めることで、本区からの情報発信だけでなく、地域住民や事業者等が自ら発信者となり、持続的な情報発信に繋げることを目的としている。

参考:令和5年度の運用状況

- ・フォロワー数：約 1 2 9 0 人（令和 6 年 3 月現在）（男女比半数ずつ、市内外比半数ずつ）
- ・投稿頻度：週 2 回フィード投稿＋ストーリー投稿随時＋月 1 回リール動画
- ・フォトキャンペーン：1 回（募集期間：約 5 0 日）
(<https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/page/0000319163.html>)
- 有効投稿者数：約 9 0 0 人
- ・特集投稿：8 日間 (<https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/page/0000320516.html>)

イ 提案を求める内容

(ア) 運用方針の検討と分析

フォロワーや投稿を閲覧している層の分析を行い、東山区に住むことを検討する可能性がある層に届くまたは関係人口に成長するために必要な投稿コンテンツの方針を提案する。また、ハッシュタグ「東山ぐらむ」「京都といえば東山」の投稿状況の分析を行い、より持続的な情報発信に繋げるための方針や提案を委託期間内に随時提案し、協議のうえ実施する。（実施にあたり、必要な本区以外との調整を含む）

また、上記に記載する現在の運用状況を鑑み、現状のフォロワーやエンゲージメント数をより一層を増やすための方法と適切な KPI（フォロワー数とエンゲージメント数）を設定し、提案すること。

特に、東山区の地域を良く知る人たちの投稿を維持するとともに、本アカウントの目的とする市外の人へのリーチを増やすことを目的とする。

また、ハッシュタグ「東山ぐらむ」「京都といえば東山」がより持続的な情報発信に繋がるための提案を具体的に行うこと

Instagram 以外の SNS への同時投稿等、別媒体の提案を行うことも可

(イ) コンテンツの作成と運用

上記（ア）の方針に基づき、Instagram の通常投稿、リール動画投稿、ストーリー作成等を行うこと

投稿は、現状の運用を鑑み、効果的と思われる投稿頻度と投稿数を提案すること。特にリール動画は情報発信の広がりを生むために必要な回数を提案すること

SNS による効果的な広告戦略（キャンペーン等）を行うこと（頻度や範囲等を提案すること）

キャンペーン実施の際には、情報の受け手の継続的な参画を企図して、区役所施設等を利用した展示等を想定しており、その協力を行うこと。なお、協力については現地での作業に限定しない。またその他類似の効果的なオフライン連携の提案を積極的に行うこと

投稿内容は区内の地域に偏りが無いように配慮し、事前に本区に確認を行うこと。本区との協議で偏りが認められる場合には、再作成を行うこと

分析は、定期的に報告（月次報告）を行い、投稿内容の方針調整を協議すること

本アカウントの運用にあたり、「東山区まちづくり支援事業助成金」において募集する「“リアルに住みたくなる”を発信するプラン」の応募者と必要に応じて連携の検討を行うこと

（参考）<https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/page/0000323737.html>

(3) 運用中の移住検討者向けホームページを利用した情報発信

ア 前提条件

「住んでこそ！東山」ホームページを移住検討者向けのホームページとして以下のとおり運用している。

<https://www.sumunaramiyako.city.kyoto.lg.jp/sundekoso/>

本ホームページは、京都市全体の移住定住のポータルサイト「住むなら京都」の下部サイトとして運用している。

<https://www.sumunaramiyako.city.kyoto.lg.jp/>

そのため、業務の実施にあたっては、本市の移住相談窓口「京都市移住サポートセンター「住むなら京都」」の運営業務やポータルサイトの管理等を行う「ポータルサイト・SNS 等を活用した移住・定住促進プロモーション業務」との調整が必要となる。したがって、当該業務の所管課及び受託者とも調整のうえ、当該業務の運営に支障が生じることのないよう、十分に配慮すること

なお、「住んでこそ！東山」ホームページの保守管理は、上記ポータルサイト「住むなら京都」管理業務に含まれており、今回提案を求める本業務の対象外である。

また、「記事ページ 情報トピックス」と「エリア情報」は、ポータルサイト「住むなら京都」からのアクセスを必要としている。

参考1:令和5年度時点でのコンテンツ

- ・ご近所さんみつけ：地域住民を取材し、住民の顔が見える状況を作り出している小記事
- ・記事ページ 情報トピックス：地域のイベントや取組などの紹介
- ・エリア情報：区の各地域の特徴やおすすめスポットなどの紹介

参考2:HPの閲覧者数など(令和6年3月時点)

- ・約160人（1月あたりHPへの訪問者数平均）
- ・訪問者全体の約30%が京都府内、次いで東京都（約25%）、大阪府（約17%）
- ・流入元はInstagram（本区アカウント以外からも含む）（約20%）、Google（約17%）

イ 提案を求める内容

(ア) 運用方針の検討と分析・コンテンツ作成

ホームページ訪問者の分析を行うとともに、地域からの情報収集を行い、移住検討者に向けて必要と思われるコンテンツの提案・作成を行う。

コンテンツについては、原則ホームページの改修を行わない範囲とし、「エリア情報」「区民の紹介を行う「ご近所さんみつけ」「記事ページ 情報トピックス」への投稿を前提とする。

ホームページの改修が必要な提案については、本区と協議するものとする。

記事の作成にあたっては、以下の視点の記事のほか、有効と思われる記事を継続的に掲載し、その記事数や頻度を提案すること

＜記事の想定＞

- ・「エリア情報」の充実
- ・移住者目線での記事（移住したいと思った時の行動やヒント、実例等）
- ・定住者目線での記事（東山区で暮らすコツ等）
- ・京都市移住・定住応援団（※2）の登録団体等、移住・定住促進の取組を行う地域団体や事業者の活動等（以下、「区内応援団等」）

※2 <https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000312984.html>

運用にあたっては、ホームページへのリーチ数をKPIとして設定し、それを達成するために必要な提案を具体的に記事数なども含めて行うこと。

(イ) 記事の持続可能性の確保

記事の更新にあたり、区内事業者による記事作成の連携を行う等、自発的な情報発信の担い手が活躍できる手法を提案し、実施すること

(ウ) 区内で移住・定住促進の取組を行う地域団体や事業者の支援

記事作成やその他提案を通して、区内を中心とした移住・定住に取り組む事業者や地域団体・サービスへの接続できる提案とすること

（※情報の受け手がホームページ閲覧等に留まることなく、上記事業者や地域団体・サービスに誘導されるようにすること）

(4) 住んでこそ！東山プロジェクトの各事業との広報連携

ア 住んでこそ！東山プロジェクト 協働プロジェクトにおける取材・記事作成

本プロジェクトの施策の意見交換等を行うプラットフォーム（協働プロジェクト※¹）内では、参加者の企画により移住者へのインタビューなどを行うことがあり、内容が記事化することが適当と考えられる企画の場合には、それらを取材したうえで上記ホームページへの記事掲載を行うものとする。その記事数はホームページ記事の提案数に含めて差し支えない。

（開催頻度は年5回程度を予定している。）

また、取組の状況報告などのため、本区から協働プロジェクトへの参加を要請することがある。

上記記事作成以外にも、本業務を実施するにあたっては、必要に応じて本プラットフォームに参加することができる。

※1 <https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/page/0000303811.html>

イ その他の事業

住んでこそ！東山プロジェクトに係る他事業において、InstagramやHPなどを活用し広報面での連携を行うこと。（(2)(3)の業務内での投稿や記事作成、キャンペーンとの連携などを想定する。）

【参考】住んでこそ！東山プロジェクト（※本委託業務目的施策の説明ページ）

<https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/page/0000300452.html>

(5) 京都市の他媒体・施策との連携

京都市における移住・定住に関する情報発信媒体・施策との連携を検討し、下記媒体へのコンテンツの提供も提案すること

ア ポータルサイト「住むなら京都」 <https://www.sumunaramiyako.city.kyoto.lg.jp/>

※京都市全体の移住・定住の窓口であるため、各提案については区としての役割を鑑みたものとし、その関係性を提案内容に盛り込むこと

イ 京住まいの情報ひろば <https://miyakoanshinsumai.com/>

ウ 東山区ホームページ <https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/index.html>

住んでこそ！東山プロジェクト（※本委託業務目的施策の説明ページ）

<https://www.city.kyoto.lg.jp/higasiyama/page/0000300452.html>

その他、本区で利用可能と思われる媒体の提案は積極的に行うこと

(6) その他、SNS 投稿や記事等のコンテンツ作成について、情報量の増量が検討される場合には別途協議を行う。

5 前金払

前金払は行わない。

6 実施体制

受託者は、本業務に係る統括及び管理を行う業務実施体制を本区に提出すること

7 成果品の提出等

(1) 成果品

本区に納品する成果物は、以下のとおりとする。なお、受託者が引き渡した成果品に関する権利（著作権等）の一切は本区に帰属するものとする。

ア 情報発信に係る成果物（投稿データ、ホームページデータ、印刷物等）

イ 情報発信や企画した実施内容に係る報告書と分析結果の報告書

ウ 成果物作成に関して収集・作成したデータ一式（記事作成上で発生した選外の写真等）

なお、作成した成果物は、データは CD-R や DVD-R 等で納品するものとする。

(2) 提出形式

紙資料を 1 部提出するものとする。また、電子データを CD-ROM または DVD-ROM に記録して提出するものとする。データは、Microsoft Excel 形式、Microsoft Word 形式、Microsoft PowerPoint 形式、pdf 形式、png 形式、jpeg 形式のいずれかとし、その他の形式については、Windows OS で問題なく利用できる形式でかつ本区の承諾を受けるものとする。

成果物は、ウイルス対策を実施したうえで提出するものとする。

成果品に印刷物等が含まれる場合には、その版下データ等一式を加工可能な形式で提出する。

ホームページが含まれる場合には、コンテンツや構築に係るデータ一式を提出する。

既存のシステム利用等により、提出が困難な場合には、本区と協議を行う。

8 業務の進め方

(1) 受託者は、本業務を仕様書によるほか、関係法令等に準拠して実施するものとする。

(2) 委託者は、本業務の実施にあたり、事前に業務実施計画書、業務工程表及び業務体制表を提出し、本区の承諾を受けるものとする。業務工程表は少なくとも 1 か月ごとに更新し、状況報告を行う。

(3) 委託者は、本業務の実施にあたり、逐次、本区と協議を行い、本区の指示により業務を進め、業務の結果については速やかに報告を行うこと

(4) 受託者は、本区と打ち合わせを行った内容について、協議録等を作成し、これを提出しなければならない。

9 貸与品等

(1) 本区の所有するデータ（統計や地域の施設情報などのターゲット設定に必要な資料他）については、協議のうえ適宜提供を行う。

(2) 受託者は、貸与された資料の取り扱いには十分に注意し、紛失又は破損しないよう配慮する。

(3) 受託者は、貸与された資料を本区の下承を得ることなく複製してはならない。

(4) 受託者は、貸与された資料を業務完了後又は本区の指示があるときは、速やかに返却するものとする。また、複製した資料があるときは、当該資料も同様とする。

10 業務完了後の提出書類

(1) 完了通知書

(2) 納品書

(3) 請求書

(4) その他本区が必要と認める書類

11 提出書類

受託者は、本業務の実施にあたり、契約締結の日から 7 日以内に次の必要書類を提出し、本区の承諾

を受けるものとする。

- (1) 業務実施計画書
- (2) 業務工程表
- (3) 業務体制表
- (4) その他本区が必要と認める書類

12 その他

- (1) 受託者は、本業務を行ううえで知り得た秘密を、本区の了承を得ることなく他に漏らし、又は自己の利益のために利用してはならない。また、委託期間終了後も同様とする。
- (2) 本区が提供する貸与品を、本業務に関わる検討以外の目的で使用してはならない。また、この検討の目的の範囲内であっても、受託者は、本区の了承を得ることなく第三者に内容を提示し、又は使用させてはならない。成果品についても同様とする。
- (3) 本業務実施中に、受託者の不注意や不備により生じたすべての費用は、受託者の負担とする。
- (4) 受託者は、本業務実施に当たり、関係法令を遵守し、常に適切な管理を行わなければならない。
- (5) 受託者は、本業務実施中に生じた諸事故に関して一切の責任を負い、本区に発生原因・経過・被害状況等を速やかに報告し、本区の指示に従うものとする。
- (6) 本業務の実施に伴い第三者に与えた損害は、本市の責に帰すべきものを除き、全て受託者の責任において処理することとする。
- (7) 成果物(上記「7 成果品の提出等」)の作成過程で発生した本業務に固有のアイディア、デザイン、手法、資料の知的財産権は、本市に帰属するものとする。
- (8) 本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める事項について疑義が生じた場合は、受託者は速やかに本区と協議を行うものとする。
- (9) 受託者は、業務完了後、成果品等に不備があることが発見されたときは、本区の指示により受託者の負担において直ちに再調査等を行い、その誤りを訂正するものとする。
- (10) 受託者は、本業務の遂行に必要な情報を自主的に収集し報告するとともに、本市に有益な提案を積極的に行うものとする。

【参考】東山区の地域と課題(概要)

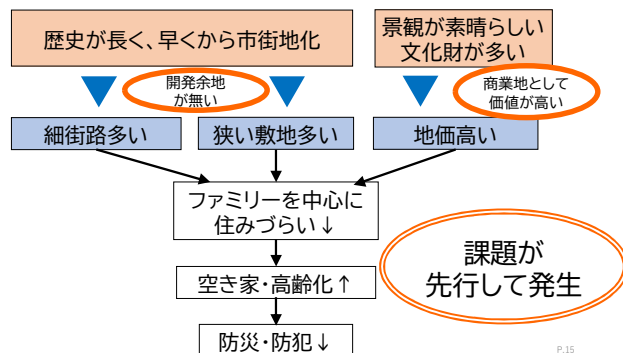
各地域での個性が“さまざま”異なる。

1. 地域全体

- ・ 門前町としてのまとまり
- ・ 長い歴史などが地域活動の活気や継承に影響

2. 課題

- (1) 人口減少 現在約 35,000 人
(45 年で人口半減 毎年約 700 人減)
- (2) 高齢化率 (65 歳以上) 33%
- (3) 古い木造住宅や空き家が多い



3. ポテンシャル

- (1) 様々な活動分野、年代での課題解決に向けた活動が活発
例: 移住支援、空き家、防災、高齢者の居場所、子育て支援、文化活動等
- (2) 路地が多いが、路地に面する敷地での大規模修繕・建替えの許可基準が見直され、住宅の改修や建替え制度が充実
- (3) 買い物環境の充実: 商店街の活性化の取組、移動販売が広がっている。
- (4) 東山区の統合された区内の小中学校は 2 校とも小中一貫校
- (5) 東山区周辺に芸術系大学等が集まっている。((区内)京都女子大学、京都華頂大学・華頂短期大学、京都美術工芸大学、陶芸大学校、(区外近隣)京都市立芸術大学)
- (6) 地域連携を大切にするホテルの増加
一緒に地域活動をする、区内在住の人の伝統工芸・アート展示、従業員の居住、雇用の創出
- (7) デジタル化・リモートワークの普及による居住地選択の広がり

4. その他

東山区では、移住・定住のメインターゲットをファミリー・子育て層に設定することは、区内の住宅事情から必ずしも妥当とは言い切れない。地域とのつながりがあり、そこに居たい、関わりたいと思える「関係人口」(＝住みたい潜在層)の創出を同時に行っていくことを検討する必要がある。