

仕様書

1 委託業務名

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

2 委託期間

契約締結の日から令和7年3月31日まで

3 委託金額の上限

11,375,000円（消費税及び地方消費税相当額を含む。）

※ 上記金額には、業務の提供に当たり発生する全ての費用を含む。
（追加費用の請求は不可）

※ 支払いは、業務終了後、受託者の請求に基づき30日以内に行う。

4 本事業におけるターゲット

(1) 年代

- ・ 京都市の人口動態の特徴として、下記3点の課題を抱えている。

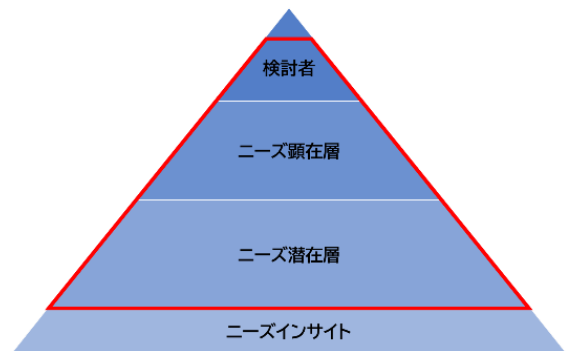
課題1 結婚・子育て期（25～39歳）の近隣都市への大きな転出
課題2 就職期（20～24歳）の首都圏や大阪府への大きな転出
課題3 人口減少が著しい地域の存在

- ・ 本事業では、特に課題1及び2に対応したターゲット設定を行うこととする。

(2) 移住ニーズに係るセグメント

- ・ ターゲットとなる市外在住者を移住ニーズの階層別にセグメント分けしたイメージを右記のとおりとした場合、本事業におけるターゲットは、移住検討者の中下層から移住ニーズ潜在層までを想定している。

なお、各セグメントの定義は以下のとおり。



●検討者

京都市への移住を検討しており、しごとや住居探し等の具体的行動に移している方。

●ニーズ顕在層

地方移住に興味・関心があり、ネットやセミナー等で積極的に情報収集を行っている方。

●ニーズ潜在層

現時点で地方移住への興味・関心度は低いですが、将来的に顕在層への移行が見込まれる方。

●ニーズインサイト

地方移住への興味・関心が全くなく、持ち家がある等の理由で地方移住できない方。

5 移住・定住促進に係る京都市の現状等

(1) 目標・手段の整理

大目標	・京都市への移住者の増加
目標	・京都市への移住相談件数の増加（移住相談を経由して移住者を獲得） ・ <u>検討者及びニーズ顕在層に必要な情報を届ける</u> ・ <u>ニーズ潜在層に京都市への移住ニーズを喚起させる</u>
手段	・移住サポートセンターの運営 ・ <u>移住ポータルサイトの運営</u> （移住相談は移住ポータルサイトを経由して申込） ・ <u>移住ポータルサイト及びSNS等を活用した情報発信</u> ・「京都市移住・定住応援団」等と連携した公民連携での取組 等

※本事業に関連する箇所は下線部分

(2) 手段実行に係る事業構成

ア 京都市移住サポートセンター「住むなら京都」の運営

移住検討者からの移住相談に対応するほか、説明・相談会の開催や、移住フェア等への出展等により、京都市への移住を支援する。

イ 移住・定住プロモーション事業（本事業）

市内への移住・定住につながる総合的なプロモーションを実施する。

ウ 「京都市移住・定住応援団」関連事業

京都市が募集・登録する「京都市移住・定住応援団」との公民連携により、移住・定住促進に資する取組等を推進する。

(3) 移住・定住プロモーション事業における現状

- ・ 移住ポータルサイトリニューアル（令和5年3月）後、サイト閲覧数は増加しているものの、移住相談件数の増加につながっていない。
 - 京都市移住ポータルサイト「住むなら京都」
<https://www.sumunaramiyako.city.kyoto.lg.jp/>
- ・ サイトトップページからの離脱率が高く、移住検討者に情報がきちんと伝達できていない可能性がある。
- ・ 現在開設しているSNSアカウント・フォロワー数等は以下のとおり。

SNS	アカウント情報	開設日	フォロワー数等
Instagam	@sumu_kyotocity	令和5年10月	337人
X	@sumu_kyotocity	令和5年4月	121人
Facebook	京都市移住サポートセンター 「住むなら京都」	平成29年3月	297人
Youtube	@sumu_kyotocity	令和5年10月	46人

（令和6年2月14日時点）

6 委託業務の内容

(1) WEBサイトデザイン・設計・改修

- ・ 本市の移住ポータルサイトについて、サイトトップページからの離脱率が高い現状をはじめとする課題・要因を分析し、ユーザーのサイト回遊を促し、必要な情報を発信できるようなデザイン・設計を提案し、本市と十分に協議の上、改修を行うこと。
- ・ サイト改修は、実施計画を策定の上、実施すること。実施計画は、本市との協議の上決定し、適切な進捗管理を行うこと。
- ・ 回遊性の向上に当たっては、特に当サイトから受け付けている移住相談の申請フォームへの導線確保を意識した設計とすること。
- ・ デザインに当たっては、上記4(1)及び(2)のターゲットを念頭に、ブランド・イメージ戦略を構築し、ふさわしいデザインを提案すること。
- ・ その他、情報発信力や利便性の向上、各種 SNS との連携なども考慮した設計を提案すること。
なお、提案に当たっては、サイトのページ構成の組換えや、既存コンテンツの配置換え等を検討しても問題ないこととする。
- ・ 設計・改修は、パソコン、タブレット端末及びスマートフォンなど、マルチデバイスの利用を考慮すること。
- ・ 本件改修後も、サイトへのアクセス情報等の分析を行い、より良いサイト構築に向けた改善策の提案及び実行を継続的に行うこと。

(2) WEBサイト運用

- ・ ポータルサイトにおけるトピックス情報として、京都市への移住促進に係る情報の掲載を行うこと。掲載頻度は週1回以上を目安に、本市と協議の上対応すること。
- ・ 発信する内容については、京都市から依頼がある場合は、その指示に従うこととし、依頼がない場合は独自で検討したものを事前に京都市に確認すること（検討に当たっては、後述「10 参考情報」に記載の参考ページを適宜参照）。
- ・ トピックス情報は、京都市及び関係団体等が発信する公的な情報を基本とし、それ以外の情報については、本市と協議の上発信の可否を決定することとする。
- ・ 本業務で作成したコンテンツの配信のほか、業務とは別に京都市が作成したコンテンツの発信にも対応すること。
- ・ ポータルサイトの運用に当たっては、上記(1)の業務の成果も含めた野心的なKPIを設定し、目標達成に向けた企画を講じ、継続的に実施すること。
- ・ サイト運用に当たっては、定期的に効果測定・課題分析を実施し、改善に向けた提案を行うこと。また、サイトに導入の各種分析ツール（Google Analytics、Google Search Console、Microsoft Clarity）を必要に応じて適切に活用すること。
- ・ なお、ポータルサイト内には、下部サイトとして、京都市東山区役所が運営する「住んでこそ！東山」のページが存在するが、同ページの運用について、本事業の

対象外とする。ただし、東山区役所における同ページの運用に際し、ポータルサイトとの連携が必要な場合は、同区及び同区が委託する事業者と必要な調整を行うこと。

- 京都市移住ポータルサイト 下部サイト「住んでこそ！東山」
<https://www.sumunaramiyako.city.kyoto.lg.jp/sundekoso/>

(3) WEBサイト保守・管理

- ・ ポータルサイト全体の保守・管理（Web サーバーやドメインの管理、セキュリティ対策等）、及び利用する SNS の保守・管理に当たっては、別紙 1 「電子計算機による事務処理等（システム開発・保守）の委託契約に係る共通仕様書」を遵守し、円滑に実施すること。
- ・ 常に保守管理状況を把握するとともに、スパムサイトからのアクセス等、問題が発生した場合には、速やかに京都市に報告するとともに、必要な対応を実施すること。
- ・ 平日の午前 8 時 45 分から午後 5 時 30 分の間については、京都市から求めがあった場合、保守作業、状況説明等が実施できる体制を整えること。
- ・ サイトの保守・管理に当たって発生する経費については、受託者において負担すること。
- ・ なお、京都市東山区役所が運営する下部サイト「住んでこそ！東山」のページについても、保守・管理の対象とする。

(4) 公式 SNS 運用

- ・ 人口戦略担当の公式 SNS アカウントを運用し、ターゲットに向けた情報の投稿を行うこと。
- ・ 運用する SNS に応じて、適切なターゲット・戦略設定を行うこと。また、ターゲット・戦略設定の実施に当たり、京都市と十分に協議を行うこと。
- ・ 運営する SNS は、上記 5 (3) の既存アカウントを基本に、各種 SNS の特性等を勘案し、より効果的かつ戦略的な情報発信を行うため、新たな SNS アカウントを開設すること。ただし、必要に応じて既存アカウントを取捨選択して運用することを妨げない。
- ・ SNS での投稿は、ポータルサイトの情報を漫然と流用して発信するのではなく、その内容が効果的にターゲットに届くよう、デザイン設計等を行うこと。また、投稿内容については、事前に本市の承認を得ること。
- ・ SNS への投稿計画は、基本的な投稿頻度のほか、コンテンツごとの投稿時期等も勘案して計画を立てて提案すること。
- ・ 運用する SNS アカウントについては、情報発信力を最大化するために、フォロワー数増加のための企画を講じること。
- ・ 公式 SNS の運用に当たっては、フォロワー数を KPI として設定し、提案すること。KPI 設定に当たっては、5 (3) の既存アカウントのフォロワー数を参考に、野心的な KPI を設定し、目標達成に向けた運用を継続して実施すること。

(5) その他のプロモーション

- ・ ポータルサイト及び SNS 運用のほか、これらと連動した Web 広告等のプロモーションや、オンライン以外の媒体を用いたプロモーションについても検討・提案すること。

(6) コンテンツ制作

- ・ 上記(1)、(2)、(4)及び(5)の業務において必要となる各種コンテンツについては、受託者において作成すること。ただし、京都市が保有する既存のコンテンツの活用や、適宜これらをリバイスしてコンテンツを制作することを妨げない。
- ・ コンテンツの制作に当たっては、肖像権や著作権等について、問題が発生しないよう必要な手続を行うこと。
- ・ 掲載・投稿する媒体に応じてより効果的なコンテンツとなるよう、画像や動画、取材記事等、各種形式でのコンテンツを幅広く検討のうえ制作すること。
- ・ コンテンツは、パソコン、タブレット端末及びスマートフォンなど、マルチデバイスの利用を考慮すること。
- ・ 制作したコンテンツは、本市からデータ提出の求めがあれば、本市が指定する形式（「pdf」、「ai」、「png」、「mp4」等）で、3日開庁日以内に提出すること。

(7) レポート作成・報告・協議

- ・ ポータルサイトにおけるトピックス掲載、運用する SNS アカウントでの投稿実績（件数及び内容等）については、毎月5日までに、1箇月分まとめて報告すること。
- ・ その他各種業務の進捗や実施状況、成果等について、定期的にレポートを作成すること。
- ・ 京都市と会合の場を設け、報告・協議・情報交換等を行うこと。頻度については、2週間に1回は実施すること（ただし、京都市が不要と判断した場合にはこの限りではない。オンライン・オフラインの別は問わないが、オフラインの面談は、四半期に1回を目安に実施を検討すること）。
- ・ 上記の会合のみならず、事業の実施状況等に応じて、適宜打合せの機会を設け、円滑な事業遂行に向けて密な情報連携に努めること。

(8) 業務分析・改善提案等

- ・ 各業務の実施に当たっては、事後に効果検証を実施できる仕組みをあらかじめ構築し、成果や収集した各種データ等を分析し、上記(7)により報告・協議し、必要な改善提案を行うこと。
- ・ 各業務で設定した KPI を年度途中で達成した場合であっても、予算総額の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

(9) その他

- ・ 本業務の目的達成に向けて、本市と受託者との協議により必要と判断されることについて、実施すること。

- ・ メール等、コミュニケーションツールへの返信は、原則 2 開庁日以内に行うこと。

7 提案書作成に当たっての留意点

- (1) 事業の提案に当たっては、各業務を個々に実施するだけでなく、業務全体の連動性を意識した提案とすること。
- (2) 事業の実施に当たっては、上記 5 (2)に記載の他の事業の受託事業者とも、必要に応じて連携・調整すること。
- (3) 別に募集する「令和 6 年度京都市移住サポートセンター「住むなら京都(みやこ)」運営業務」にも提案を行う場合、本事業と上記事業との連動を企図した提案を行うことを可とする。

ただし、それぞれのプロポーザルに係る審査は、完全に分離して行うものとし、上記事業を受託できなかった場合であっても、本事業の遂行に支障を来さないよう提案すること。

8 その他

- (1) 本業務を開始するに当たっては、本市と事前に十分な調整を行うこと。
- (2) 受託者は、履行期限内に円滑に事務が進められるよう、十分な体制で臨むこと。また、計画的な事務の推進のため、工程表を作成し、本市の確認を受けること。
- (3) 受託者は、本業務の実施のために制作した著作物について、委託期間終了後、本市に全ての著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）を無償で譲渡するものとする。
- (4) 受託者は、本業務の実施のために創作した著作物について、委託期間終了後、著作者人格権の行使はしないものとする。
- (5) 本仕様書に記載のない事項又は仕様書に疑義が生じた場合は、本市と協議し、その決定に従うこと。
- (6) 受託者は、契約期間中及び契約期間後において、本業務上知り得た秘密を第三者に漏らしてはならない。
- (7) 本市から提供した文章及び写真等を無断で第三者に提供すること及び他の目的に利用することを禁止する。
- (8) 受託者は、本市の文書による承認を得なければ、契約に係る義務の履行を第三者に委託し（以下「再委託」という。）、契約に係る権利を第三者に譲渡し、又は契約に係る義務を第三者に継承させてはならない。また、再委託の内容が一括再委託に該当すると判断される場合には、本市は再委託について承認しない。

9 令和 5 年度における移住・定住プロモーション事業の実施状況（参考情報）

- (1) 移住・定住の促進につなげるインターネット等を活用した広告掲載業務

ア リターゲティングバナー広告（税込約 50 万円）

- ・ Googleディスプレイネットワークを活用した、移住ポータルサイトの認知度向上のためのリターゲティング広告を実施。

イ 住宅情報誌へ京都市の魅力発信特集記事掲載（税込約130万円）

- ・ 関西圏を中心に配架される住宅情報誌へ誌面4ページ分の特集記事を掲載（配架機関2週間を計3回。1回当たりの配架部数は約55,000部）

ウ 住宅情報サイト内での京都市魅力発信特設サイトの開設（税込約420万円）

- ・ 住宅情報サイト内に京都市への移住促進のための特設サイトを開設（掲載期間：約2箇月）

(2) 移住・定住の促進につなげる動画・写真コンテスト及び動画作成業務

ア ムービー&フォトコンテストの開催（税込約130万円）

- ・ 京都の「暮らし」をテーマにした動画・写真コンテストを、SNSを活用して開催。コンテストで投稿された各種作品は、全て京都市による二次利用が可能。
- ・ 応募数は、動画131本、写真972枚

イ 京都で働き・暮らす魅力を伝えるための動画作成（税込約200万円）

- ・ 京都市への移住者のインタビュー動画を4本作成
- ・ 「京都市移住・定住応援団」によるトークセッション動画を計4本作成・公開

※ 令和5年度の実施状況についてはあくまで参考情報であり、本事業において同旨の事業実施を指示するものではない（ただし、同旨の事業提案を妨げるものではない）。

10 参考情報

(1) 移住実績

年度	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)
移住者数	65名	47名	43名	集計中
うち北部山間地域	7名	12名	18名	集計中

(2) 移住相談件数

年度	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5※ (2023)
電話	88	79	138	70
メール	93	103	120	120
来訪	7	11	19	20
オンライン	6	0	3	9
イベント等	77	7	87	152
合計	271	200	367	371

※ R5は令和6年1月末時点

(3) ポータルサイト ユーザー及びPV数

年度	R2 (2020)	R3 (2021)	R4※1 (2022)	R5※2 (2023)
ユーザー数	49,682	60,574	66,428	80,315
PV数	126,562	142,294	146,217	153,761

※1 ポータルサイトは、令和5年3月30日付けでリニューアルを実施

※2 R5は令和6年1月末時点

・ トピックス掲載内容の検討に係る参考ページ

■ 市政全般

- ・ 京都市情報館 広報資料

<https://www.city.kyoto.lg.jp/publicity/0-Curr.html>

■ しごと

- ・ 京都市わかもの就職支援センター

<https://kyoto-wakamono.org/>

- ・ 京のまち企業訪問

<https://kigyo.city.kyoto.lg.jp/kyomachi/>

■ 子育て

- ・ はぐくーも KYOTO

<https://kyoto-city.mamafre.jp/>

- ・ あつまれ！京（みやこ）わくわくのトビラ

<https://www.doyo-juku.com/>

■ 住まい

- ・ 京都市空き家対策室

<https://akiya.city.kyoto.lg.jp/>

- ・ Kyoto Dig Home Project

<https://akiya.city.kyoto.lg.jp/dighome>