

信州暮らし情報発信強化事業（ウェブコンテンツ制作等）業務委託仕様書（案）

本業務仕様書は、長野県が行う「信州暮らし情報発信強化事業（ウェブコンテンツ制作等）業務」を委託するにあたり、その仕様等に関し必要な事項を定めるものである。

1. 業務名

信州暮らし情報発信強化事業（ウェブコンテンツ制作等）業務

2. 事業の目的

コロナ禍において都市圏在住者の地方への関心が高まっている中、長野県で「暮らす」「働く」「つながる」といったライフ・ワークスタイルに関するウェブ用記事コンテンツ制作及び関連情報の発信を通じ、長野県が将来的な移住先、または二地域居住の実践先となるよう信州回帰の取組を展開する。

3. 事業の背景

長野県の総合5か年計画である「しあわせ信州創造プラン 2.0」では、2022年に社会増を達成するという目標を掲げ、信州回帰の取組を展開している。移住施策を進める上で重要な要素となるのが、主に「暮らし」と「仕事」の情報であり、これらを総合的に移住検討層や関心層にとってわかりやすく発信していく必要がある。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大及び長期化による社会情勢の変化に伴い、以前にも増して地方への関心が高まりを見せていることから、この機を逃さず、長野県の情報をより強力に発信していくことがポイントとなってくる。

4. 事業の概要

長野県では、「3. 事業の背景」を踏まえ、令和3年3月に移住総合Webメディア「SuuHaa（スーハー）」、二地域居住サイト「ニブンノナガノ」を開設し、移住や二地域居住推進に向けた情報発信体制をさらに強化したところ、この体制をいかすためには、コンテンツを定期的に更新するなど、時機をとらえた新たな情報を供給し続けることが重要である。

本事業において制作する、記事コンテンツ等を上記サイトに掲載するとともに、掲載された情報をインフルエンサー（信州UIターンアンバサダー）が拡散することで長野県の情報を発信していく形を基本的な事業の枠組とする。

5. 課題整理

- (1) Webサイトによる情報発信体制を整備したものの、コンテンツ数が十分でない。
- (2) 移住者検討者にとってポイントとなる、暮らし、仕事、地域とのつながりといった情報を、コンテンツを通して継続的に発信していく必要がある。
- (3) 他都道府県においても移住・二地域居住関連プロモーションが積極展開されている中で、差別化を図っていく必要がある。

6. 委託期間

契約締結日から令和4年3月24日（木）まで

7. 委託事業の内容

(1) ウェブ用記事コンテンツ制作業務

- 長野県への移住検討層・関心層のうち、特に20から30代の年齢層をメインターゲットとした記事コンテンツを下記表のとおり制作すること。なお、制作に当たっては、全体コンセプトを構築した上で、戦略的な発信となるよう配慮すること。

テーマ	内容
「暮らす」関連コンテンツ	地域の魅力やライフスタイルなどについて発信
「働く」関連コンテンツ	転職や新卒UIJターン、企業の魅力などについて発信
「つながる」関連コンテンツ	副業・兼業・テレワークなどの二地域居住について、仕事や暮らしに関する魅力や具体イメージを発信

- コンテンツ内容は、サイト閲覧者の目に留まる内容・構成とすることを意識し、他都道府県で既に発信されているコンテンツと差別化を図るなどの工夫をすること。
- コンテンツは、計15記事以上制作すること。ただし、3種類の内容や地域のバランスに偏りが生じないように考慮するとともに、「SuuHaa」及び「ニブンノナガノ」に掲載することを前提に制作すること。
- 記事コンテンツ制作から納品に係るすべてのディレクション（ライター調整、編集総括及び進行管理など）を行うこと。

(2) 情報発信業務

ア 信州UIターンアンバサダー（インフルエンサー）によるPR

- 制作した記事コンテンツや関連する施策などを発信力のある者が拡散することで、ターゲット層に広く情報を届ける取組を実施すること。なお、完成した記事のアップ時のみならず、取材の制作過程や関連情報を併せて発信するなど工夫をすること。
- 発信後はSNSによるPR効果を検証し、状況を適宜委託者に報告するとともに、発信の効果が見られないと判断された場合には、発注者と協議の上、速やかに対応をすること。
- その他特徴的な事象が確認された場合は速やかに対応し、その対応状況等を委託者に報告すること。

イ SNS等によるPR

- 既に開設している、「SuuHaa」のFacebook及びTwitterアカウントを活用した情報発信を実施すること。なお、必要に応じて当該サイトの保守運用管理事業者である信濃毎日新聞株式会社と連携を図ること。
- 発信回数や頻度については、効果的な発信となるよう計画的に実施すること。

(3) その他

上記(1)、(2)のほかに、PR効果が高くターゲットに訴求できる手法等がある場合には提案すること。実施については、委託者と協議・検討の上、決定する。

8. 納入方法、納入場所等

- ・ 本業務に係る実績について実施結果報告書にまとめ、紙媒体2部及びPDFデータにより納品すること。(詳細は、別途協議の上決定する。)
- ・ 新規取材による写真及びテキストデータは関連するコンテンツごとに整理・分類の上、DVD等の磁気媒体によるデータで納品すること。
- ・ 提出する成果品は、原則として日本工業規格A4版(必要に応じてA3版も差込可とする。)とすること

9. KPI

- ・ 記事コンテンツ制作本数：15本以上
- ・ 1記事あたりの閲覧(インプレッション)数500以上かつ全体で8,000以上

10. 留意事項

- ・ 長野県が策定している各種計画・戦略との整合性を損なわないよう注意すること。
- ・ 総務省や内閣府などがホームページ等で既に公表・発表している資料も参考にしながら、国が示す方向性と齟齬が生じないよう配慮すること。

11. その他

- ・ スケジュール等は、委託者と受託者との協議し決定する。
- ・ 定期的に打合せができる体制とすること。
- ・ 本業務を円滑に遂行するため、委託者が必要と認めるときは、委託業務の進捗状況について報告を求めることができる。
- ・ 本業務において取り扱う個人情報については、個人情報保護法及び長野県個人情報保護条例に則り、適正に取り扱うこととする。
- ・ 本業務に関する所有権や著作権は、原則として全て発注者である長野県に帰属するものとする。ただし、受託者が従来から権利を有している固有の知識、技術に関する権利等(以下、「権利保有物」という。)については、受託者に留保するものとし、委託者が権利保有物について使用する際は受託者と協議することとする。
- ・ 本業務で制作する成果物については、県が運用するポータルサイトやSNSなどにおける二次利用を行えるものとする。ただし、委託者での二次利用ができない制作物がある場合は、その理由などを説明し、協議の上業務を進めることとする。
- ・ この仕様書に定める事項について疑義が生じた場合、またはこの仕様書に定めのない事項については、必要に応じて協議の上定めることとする。