

業 務 の 仕 様 書

本仕様書は、田舎暮らし「楽園信州」推進協議会（以下「委託者」という。）が行う、田舎暮らし「楽園信州」推進協議会移住・関係人口ウェブサイト構築及び運用保守等業務（以下「本業務」という。）を委託するに当たり、その業務内容等に関し、本業務の受託者（以下「受託者」という。）と必要な事項を定めるものである。

1 業務名

田舎暮らし「楽園信州」推進協議会移住・関係人口ウェブサイト構築及び運用保守等業務

2 目的

本業務は、ウェブサイト『楽園信州』（以下「本サイト」という。<https://www.rakuen-shinsyu.jp/>）を全面的に刷新し、従来の情報提供型サイトから、共感を起点とした移住プロモーションの中核（ハブ）へ転換することを目的とする。

本サイトは、これまで長野県および県内市町村の移住関連情報を総合的に提供し、移住検討者に対する情報発信の基盤としての役割を担ってきた。

しかし近年、移住検討層はシニア層中心から、若者・子育て世代へと大きく変化しており、求められる情報も、制度や支援内容といった情報に加え、「暮らし」「教育環境」「地域との関り」など日常生活に関する情報へとシフトしている。

また、移住の意思決定においては、地域で暮らす人々の姿や実際の生活に対する「共感」が重要な要素となっている一方で、従来の制度中心の情報発信では、そのような価値を十分に伝えることができていない状況にある。

このため、本サイトを、人や暮らしへの「共感」を醸成し、地域との多様な関わり（関係人口）の創出・促進を図り、最終的に移住・定住へとつなげる、一連のプロセスを支える総合的なデジタル基盤として整備する。

さらに、本サイトの刷新にあたっては、現行のサイト名称『楽園信州』について、新たなコンセプトおよびターゲットに応じた見直しを行うことを前提とする。

なお、サイト名称の見直しに伴うドメインの取扱いについては、既存資産の活用および利用者への影響を踏まえ、最適な方法を検討するものとする。

3 基本的な考え方

本業務は、別添1「楽園信州移住プロモーションの方向性」に基づいて実施するものとする。本サイトの設計およびコンテンツ制作にあたっては、同資料の考え方を踏まえ、目的および改修方針と整合した内容とすること。

4 契約期間

契約決定した日から令和9年3月31日（水）

※なお、リニューアルしたサイトの公開予定日は令和9年3月1日（月）とする。

5 本サイトの運用状況

本サイトの運用状況は以下のとおりである。なお、本サイトの改修にあたっては、これらの規模および運用実態を踏まえた設計とすること。

○管理者数：約 100 アカウント（市町村、関係団体等）

○登録コンテンツ数：約 6,000 件

（内訳例：イベント情報約 2,600 件、お知らせ約 1,100 件、支援制度約 860 件 等）

○アクセス状況（2025 年度実績）

ページビュー数：約 483,000PV

ユーザー数：約 131,000 ユーザー

6 現状の課題

（1）情報構造および導線設計の不整合

本サイトは、度重なる改修によりコンテンツが継ぎ足されてきた結果、全体としての設計に一貫性がなく、情報構造および導線が整理されていない状態となっている。そのため、利用者の視点では「どこに何の情報があるか」が直感的に分かりにくく、目的の情報へ円滑にたどり着くことが難しい。

特に、市町村情報への導線や検索機能は十分に整理されておらず、利用者のニーズに応じた情報探索がしにくい状況にある。

また、リンクの羅列に依存した構成となっていることから、情報の比較や選択がしにくい構造となっている。

（2）UI/UX およびデザインの陳腐化

本サイトは文字とリンクを中心とした構成となっており、視覚的に情報を理解・選択させる設計が不足している。その結果、全体として古い印象を与えるとともに、利用者に対する訴求力が低下しており、特に主要ターゲットである若年層にとって魅力が伝わりにくい構成となっている。

また、ビジュアル表現が風景中心に偏っており、地域での暮らしや人の存在が十分に伝わっていないため、ユーザーが具体的な生活イメージを持ちにくく、共感につながりにくい構造となっている。

（3）コンテンツの整理および見せ方の不足

「暮らし」「仕事」「住まい」など移住検討において重要な情報は存在しているものの、体系的に整理されておらず、関連情報が十分に整備されないまま提示されている状態にある。

また、関係人口に関する情報が別サイト（『ニブンノナガノ』<https://nibunno-nagano.jp/>）として分離されており、本サイトとの連携が十分に図られていないことから、ユーザーにとって情報の全体像が把握しづらく、関心に応じた段階的な理解や関与につながりにくい構造となっている。

（4）情報発信および SNS 連携の不足

近年、移住検討者との接点はウェブサイトに加え、SNS や動画コンテンツなど多様な媒体へと広がっているが、本サイトはこれら外部媒体との連携が十分に構築されていない。

そのため、サイトへの継続的な流入経路が限定され、認知の拡大や関与の深化につながりにくいほか、継続的に関心を高めていく仕組みが不足している。

7 改修方針

本サイトの改修にあたっては、現状の課題を踏まえ、単なる機能やデザインの刷新にとどまらず、ユーザーの体験および情報発信の在り方を含めた全体設計の見直しを行う。

- (1) 情報構造および導線を再設計し、利用者が直感的に情報へ到達できるサイトとする。
- (2) 視覚的に理解しやすいUI/UXへ刷新し、人物や暮らしを感じられる表現を強化する。
- (3) 「暮らし」「仕事」「住まい」等の情報を体系的に整理する。また、関係人口に関する情報は本サイトに統合し、ユーザーの関心に応じて段階的に関与を深められる導線を構築する。
- (4) SNS等外部媒体との連携を前提とし、認知獲得から継続的な関係形成につながる導線を構築する。

8 KPI（重要業績評価指標）

本サイトの運用にあたっては、ユーザー数の増加を重要な評価指標（KPI）として位置付けるものとする。

具体的には、サイト公開後1年間において、ユーザー数を現状の1.5倍に増加させることを目標とする。

当該目標の達成を見据えた設計とすること。

9 業務内容

- (1) 本サイトの大規模改修
- (2) 本サイトの運営・保守管理
- (3) 取材（移住者、地域関係者等）およびそれに基づくコンテンツ制作
- (4) 広報支援（ポスター制作、PR動画制作等）
- (5) 認知拡大および関係人口の創出に資するプロモーション施策の提案

10 具体的な業務内容

(1) 本サイトの大規模改修

ア サイト名称およびロゴ等の制作

- ・ 本サイトのコンセプトおよびターゲット層に応じて、サイト名称の見直しを行うこと。
- ・ サイト名称の見直しにあたっては、複数案を提案し、本協議会との協議により決定すること。
- ・ 決定したサイト名称に合わせ、本サイトの象徴となるロゴマークを制作すること。
- ・ ロゴマークについては、ウェブサイト、SNS、広報資材等での活用を想定したデザインとすること。
- ・ ロゴマークの成果物については、委託者が二次利用および編集を行えるよう、編集可能なデータ形式を含めて提出すること。

イ サイト構造および導線の再設計

- ・ 利用者が直感的に目的の情報へ到達できるよう、情報構造の整理および導線設計の見直しを行うこと。
- ・ 各情報へのアクセス性を高めるため、トップメニューについては、ドロップダウン等を活用し、利用者が必要な情報へ直感的にアクセスできる構造とすること。

ウ UI/UX およびデザインの刷新

- ・ 視覚的に理解しやすく、利用者がストレスなく情報を選択できるUI/UXを設計すること。

- と。
- ・人物や暮らしの魅力が伝わるビジュアル表現を取り入れること。
- ・市町村情報をランダムに表示する等、楽しみながら地域の魅力に出会える仕組みを設けること。なお、他自治体における同様の取組(例:ふくい移住ナビ <https://www.fukui-ijunavi.jp/> 「市町おみくじを引く」)も参考にしながら、効果的な手法を提案すること。
- ・SuuHaa（長野県移住総合 WEB メディア <https://suu-haa.jp/>）との連携を図り、それぞれの媒体の役割を踏まえた効果的な導線設計及び相互送客の手法について提案すること。
- ・また、前項に示すコンテンツについては、市町村ごとの詳細情報ページへの遷移を促す導線として設計するとともに、長野県が運営する県公式 LINE アカウント(@nagano.pref)のリッチメニューからのアクセスを想定した設計とすること。
- ・スマートフォンでの利用を前提としたモバイルファーストの考え方に基づき、レスポンシブウェブデザインにより、主要なブラウザおよびスマートフォン等の標準的な閲覧環境において、各デバイスで見やすく操作に支障がない設計とすること。

エ コンテンツ構造の再編

- ・各種情報については、利用者のニーズに応じて整理し、体系的に情報へアクセスできる構成とすること。
- ・「暮らし」「仕事」「住まい」等の情報を整理するとともに、関係人口サイト（ニブンノナガノ）との統合を図り、関心に応じて段階的に関与を深められる構造とすること。
- ・検索エンジンからの流入を促進するため、SEO（検索エンジン最適化）に配慮するとともに、生成 AI 等による情報取得も踏まえたサイト構造およびコンテンツ設計を行うこと。
- ・SNS 等の外部媒体との連携を前提とし、認知獲得から関心の深化、行動喚起および継続的な関係形成につながる導線を構築すること。
- ・サイト構成については別紙 2 の例を基本とし、本サイトに存在しないページについては新たに作成するものとする。ただし、当該構成はあくまで例示であり、最終的な構成は提案内容を踏まえ決定するものとする。
- ・各ページにおいては、制度や関連情報を単に羅列するのではなく、内容の概要や利用の流れ等を分かりやすく説明した上で、詳細情報へ遷移できる構成とすること。

オ サイト構築および機能実装

- ・CMS を導入し、既存コンテンツの移行および再整理を行うこと。
- ・本サイトに掲載されているコンテンツのうち、必要なデータについては移行するものとし、移行対象、移行範囲および移行方法については委託者と協議の上決定すること。また、移行にあたっては、内容の整理および最新化を行うこと。
- ・検索機能等、利用者の利便性向上に資する機能を実装するとともに、地域、テーマ、ライフスタイル等、利用者の関心に応じた情報検索が可能となるよう設計すること。
- ・利用者の行動を促進するため、「相談」や「資料請求」等への導線については、常時アクセス可能な表示（フローティングメニュー等）を用いるなど、効果的な配置とすること。
- ・「相談」については、信州暮らし案内人（県の移住相談担当者）による移住相談のオンライン予約が可能な仕組みを構築すること。

- ・当該予約については、拠点ごと（東京（銀座 NAGANO）、名古屋、大阪、長野県庁）に管理できるものとし、それぞれの空き状況をカレンダー形式等により分かりやすく表示すること。
- ・利用者が希望する日時および相談方法（オンライン等）を選択できるとともに、円滑に予約手続きを行えるよう、分かりやすい導線および入力方法とすること。
- ・「資料請求」および「お問い合わせ」については、共通の入力フォームを設け、利用目的に応じて必要な情報を選択・入力できる構成とすること。
- ・当該フォームについては、必要な情報を分かりやすく整理するとともに、利用者が円滑に申込または問い合わせを行えるよう設計すること。
- ・トップページに広告バナーを設置するものとし、利用者の閲覧体験を損なわないよう配慮しつつ、適切な視認性を確保した配置とすること。また、関連するコンテンツページにも広告枠を設け、固定表示を含め、自然に情報に接続できる配置とすること。
- ・アクセス解析機能を導入し、閲覧数や遷移状況等のデータを取得できるとともに、分析に活用可能な環境を整備すること。
- ・本サイトから URL の変更が生じるページについては、適切なリダイレクト設定を行い、既存の利用者および検索エンジンへの影響を最小限とすること。また、リダイレクト設定にあたっては、対応関係が整理された資料を作成し、適切に管理すること。

カ CMS および運用性への配慮

- ・CMS は、安定した運用実績を有するものとし、継続的な運用保守およびセキュリティ対策が確保されるものとする。
- ・県を管理者とし、市町村担当者等が情報入力を行えるよう、ID・パスワードおよび利用者ごとの操作権限を設定できる機能を備えること。（アカウント数は 200 程度を想定）
- ・専門的な知識を有しない職員や市町村担当者であっても、容易に情報の入力・更新が行えるよう、分かりやすい画面構成および操作性を確保すること。
- ・コンテンツの種類に応じた入力フォームを設けるなど、効率的かつ適切な情報入力が可能となる設計とすること。
- ・市町村担当者等が、自らが管理するページの閲覧状況等を確認できるよう、アクセス解析結果を参照できる仕組みを設けること。
- ・CMS により入力・更新を行う主なコンテンツは、以下のとおりとすること。
 - ①移住イベント（フェア、セミナー、ツアー等の単発開催のイベント）
 - ②常設イベント（定期的に開催される相談会等の継続的なイベント）

※①②は、それぞれ別枠で表示できる構成とすること

 - ③担い手活動（ニブンノナガノ関係人口コンテンツ）
 - ④お知らせ
 - ⑤県の基本情報
 - ⑥地域振興局の基本情報
 - ⑦市町村の基本情報
 - ⑧市町村の支援制度等に関する情報
 - ⑨楽園信州ファミリー会員向けの特典情報（企業による優待等）
 - ⑩先輩移住者インタビュー（移住の経緯や暮らしの実態を紹介）
 - ⑪地域おこし協力隊に関する各種情報

a 隊員募集

b 隊員主催イベント等

⑫信州暮らしパートナーの自己紹介および連絡先情報

⑬移住モデル地区の基本情報

⑭広告バナー

- ・上記に加え、運用状況に応じて必要なコンテンツの追加・変更柔軟に対応可能な設計とすること。

キ 共通基盤要件

- ・アクセシビリティについては、JIS X 8341-3 に配慮した設計とすること。
- ・安全かつ安定したサービス提供のため、適切なインフラ環境において構築すること。
- ・サーバー環境については、クラウドサービス又はレンタルサーバー等の活用を可とし、運用保守性、可用性、拡張性及びセキュリティに配慮した構成とすること。

(2) 本サイトの運営・保守管理

本サイトの安定的な運用を確保するため、CMS およびシステムの保守管理を行うとともに、セキュリティ対策およびバックアップ対応を適切に実施すること。

また、運用状況に応じた修正および改善を継続的に行い、サイトの品質維持および向上を図ること。

ア マニュアル作成および研修の実施

CMS 操作マニュアルおよび運用ガイドラインを作成するとともに、県および市町村の職員に対し、円滑な運用が可能となるよう操作研修を実施すること。

イ 運用準備

本サイトの公開に先立ち、市町村担当者等によるコンテンツの入力期間を設けるものとし、公開予定日の概ね1か月前からの運用開始を想定したスケジュールとすること。当該期間においては、操作研修と連動しながら、市町村担当者が円滑に情報入力・更新を行えるよう、必要な支援および調整を行うこと。

ウ インシデント対応

サイト改ざんや情報漏えい等のセキュリティインシデントが発生した場合において、迅速な初期対応および関係者への連絡が可能な体制を整備すること。

エ 瑕疵対応

サイト公開後一定期間において、システムの不具合や設計上の瑕疵が確認された場合は、原因調査および必要な修正対応を行うこと。

オ サイト表示性能

ウェブサイトの表示にあたり、閲覧環境に応じて快適に利用できるよう、表示速度の確保に配慮すること。

カ サイトポリシーの整備

サイト運営にあたっては、以下の項目を明示したページを作成し、フッター等に適切にリンクを設置すること。なお、本サイトに同様の内容がある場合においても、最新の法令や技術動向に対応した内容に更新すること。

- ・禁止事項
- ・免責事項
- ・著作権の取扱い
- ・プライバシーポリシー（個人情報の取扱い）

- ・セキュリティポリシー
- ・ウェブアクセシビリティ方針

キ 運用改善

アクセス解析結果等を活用し、利用状況を踏まえた改善を継続的に実施すること。

(3) 取材およびコンテンツ制作

- ・移住者、地域住民、関係人口等への取材を実施し、人物や暮らしの魅力が伝わるコンテンツを制作すること。
- ・制作にあたっては、共感を喚起するストーリー性を重視し、記事、写真、動画等の形式を効果的に活用すること。なお、取材対象については、以下を基本とすること。
信州暮らしパートナー（委託者が委嘱する移住相談等に対応する先輩移住者）：2名
移住モデル地区（地域において移住促進に取り組む県の認定地区）：6地区
関係人口実践者（地域と多様な関わりを持つ外部人材）：2名
地域おこし協力隊：2名
- ・対象者の選定については、委託者と協議の上決定すること。
- ・上記に加え、サイトの魅力向上および多様な視点の提示の観点から、追加の取材対象について提案し、実施すること。

(4) 広報支援

- ・本サイトの認知向上を図るため、ポスター等の広報資材およびPR動画を制作すること。

【ポスター】

移住フェア等での掲示を想定し、長野県の魅力を視覚的に分かりやすく訴求できるものとする。なお、制作にあたっては、以下を基本とすること。

総枚数：30～40枚程度

種類数：4～5種類程度

内 容：暮らし、仕事、子育て、市町村の魅力等をテーマとし、来場者の関心を喚起できるものとする。

【PR動画】

SNS等での活用を前提に、短時間で視聴者の関心を喚起し、本サイトへの流入につながる構成とすること。なお、制作にあたっては、以下を基本とすること。

本 数：2～3本程度

内 容：長野県での暮らしの魅力や人の営み等を題材とし、共感を喚起するものとする。

構 成：短尺動画への展開を想定した構成とすること

【チラシ（移住モデル地区）】

取材およびコンテンツ制作で実施する移住モデル地区の取材内容を活用し、当該地区の魅力を訴求するための広報用チラシ等を制作すること。なお、制作にあたっては、以下を基本とすること。

内 容：本サイトのコンセプトと整合した内容とし、ターゲット層に訴求できるものとする。移住フェア等での配布や個別相談時の活用を想定した内容とすること。

納 品：修正が可能なデータ形式（編集可能な形式）で納品すること。

その他：印刷については必要に応じて提案を行うものとし、実施の有無および仕様（部数、用紙等）については別途協議の上決定すること。

（５）プロモーション施策の提案

- ・本サイトを起点として、認知拡大および関係人口の創出に向けた効果的なプロモーション施策を提案すること。
- ・施策の検討にあたっては、委託者が保有する SNS（X、Instagram、Facebook、YouTube）との連携を前提とし、（４）広報支援で制作するポスターおよび PR 動画等を活用しながら、各媒体の特性に応じた展開とすること。
- ・サイト公開前後の期間を通じて段階的に施策を設計するものとし、公開前においては認知獲得および関心喚起を目的とした広報を、公開後においては本サイトへの流入促進および利用促進につながる施策を展開すること。
- ・ターゲット層の認知獲得から関心の深化、行動喚起および継続的な関係形成につながる一連の流れを意識するとともに、本サイトへの流入を促進する具体的な導線設計を含めて提案すること。
- ・各媒体の特性（拡散性、ビジュアル訴求、動画活用等）を踏まえた活用方法とすること。

11 セキュリティ

- ・本業務にあたっては、個人情報の保護および情報セキュリティに十分配慮し、不正アクセスや情報漏えい等を防止するための適切な対策を講じること。
- ・システムおよびコンテンツデータについて、定期的なバックアップを行い、障害発生時に速やかに復旧できる体制を確保すること。
- ・システムの操作履歴等について適切に管理し、不正アクセス等の発生時に追跡可能な状態を確保すること。
- ・個人情報の取扱いにあたっては、関係法令を遵守するとともに、適切な安全管理措置を講じ、ISMS やプライバシーマーク等に準じた管理体制を有すること。

12 業務の実施体制

（１）プロジェクト管理体制

- ・本業務の実施にあたり、総括責任者を配置し、進捗管理、品質管理およびリスク管理を一元的に行うこと。
- ・また、開発、デザイン、コンテンツ制作、インフラ等の各分野について、専門的知識および十分な実績を有する担当者を配置すること。

（２）連携・協議体制

- ・業務着手時に詳細な実施計画書を提出し、委託者の承認を得ること。
- ・業務期間中は、原則として月 1 回程度の定例会議を開催し、進捗状況の報告および課題の共有・協議を行うこと。

（３）再委託の取扱い

- ・本業務の全部を一括して第三者へ再委託することを禁止する。
- ・ただし、業務の一部について専門事業者へ再委託する場合は、事前に委託者の承認を得るこ

と。

13 成果物の提出

(1) 提出物

- ① 業務完了報告書
- ② 本業務において制作したコンテンツ及び制作データ
 - ・ 本業務において制作したコンテンツ（文章、写真、動画、イラスト、ロゴマーク、デザインデータ等）については、委託者が二次利用および編集を行えるよう、元データを含めて提出すること。
 - ・ 提出にあたっては、画像データおよびデザインデータ（Illustrator、Photoshop 等の編集可能形式を含む）その他必要な形式とし、具体的な内容については委託者と協議の上決定すること。
 - ・ CMS に掲載する画像・バナー等についても、再利用および更新が可能な形式とすること。
- ③ CMS 操作マニュアル及び運用ガイドライン
- ④ 広報資材（ポスター、PR 動画、チラシ等）

(2) 納入場所

田舎暮らし「楽園信州」推進協議会 事務局
(長野県 企画振興部 地域振興課 信州暮らし推進係)

(3) 提出期限

業務完了報告書：令和 9 年 3 月 31 日

その他の成果物：成果物の完成後又は委託者が利用可能な状態となった時点で、速やかに提出すること。

14 著作権・知的財産権の帰属

(1) 権利の譲渡

本業務の履行に伴い作成された成果物の著作権（著作権法第 21 条から第 28 条までに規定するすべての権利を含む。）およびその他一切の知的財産権は、成果物の引き渡しと同時に受託者から委託者へ移転し、委託者に帰属するものとする。

なお、当該権利移転の対価は、本業務の委託料に含まれるものとする。

(2) 第三者の権利および既存の権利の取扱い

成果物に、受託者が従前から権利を有するプログラムまたは第三者が権利を有する素材が含まれる場合は、その権利は各権利者に留保されるものとする。

ただしこの場合においても、受託者は委託者に対し、本サイトの運用、改修、複製、翻案および公衆送信に必要な使用权を許諾するものとする。

なお、当該使用权は契約終了後も存続するものとする。

(3) 権利侵害への対応

受託者は、成果物が第三者の著作権、特許権その他の権利を侵害しないことを保証すること。
万が一、第三者から権利侵害の申し立てがあった場合は、受託者の責任と負担において解決

し、委託者に損害を与えないこと。

(4) 成果物の二次利用

委託者は、取得した成果物を県及び県内市町村等に対して二次利用できるものとし、受託者はこれに異議を申し立てないこと。

15 秘密保持・個人情報保護

(1) 秘密保持

受託者は、本業務に関して委託者から提供を受けた資料等の内容を、委託者の承諾なく第三者へ開示または目的外に使用してはならない。

また、本業務により知り得た委託者の業務上の秘密を漏えいしてはならない。

(2) 個人情報の保護

受託者は、本業務の履行にあたり個人情報を取り扱う場合には、「個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号）」を遵守すること。

16 その他

(1) 協議事項

本仕様書および契約書に定めのない事項または疑義が生じた場合は、委託者および受託者が協議のうえ決定するものとする。

(2) 損害賠償

受託者は、本業務の履行にあたり第三者に損害を与えた場合には、その賠償責任を負うものとする。

移住プロモーションの現状 ▶若年層の移住関心は高まる一方、既存媒体の閲覧は中高年層偏重（40代中心）でターゲットとのギャップが拡大 ▶近県と比較して女性の移住検討層が多い (検索者の女性比率59% 静岡50%、山梨53%) 出典：DS.INSIGHT（データ取得：2025年5月） ▶移住希望地ランキングで長野県は3位（群馬・栃木が上位） ▶公式サイト「楽園信州」PVは近県より大幅に低く発信力が弱い (PV数25,000 静岡94,000、群馬84,000) ▶SNS分析・会議議論から、若者ほど広告感の強い“制度紹介型”PRは刺さらず「暮らしのリアル」や「自然な日常」が響くことが明確	現状を踏まえた課題 ✓ターゲット別のニーズに沿った発信 若年・女性など層ごとや関わりの深さに合う発信強化の必要性 ✓若年層へのリーチ不足 ✓デジタル発信力の弱さ HPのデザインが古い。年代、性別に応じたSNSの運用が課題 ✓制度中心の情報発信で共感が生まれない “広告感”が強く、暮らしのイメージや共感が形成されない ✓地域の個性やリアルが見えず、移住先の比較がしにくい 10圏域の魅力や個性の打ち出しが必要。ハブとなる市町村から周辺への回遊の導線整備
---	---

コンセプト	「出会う→関わる→暮らす」が自然につながる信州モデル 暮らしのリアルを共有し、共感で県内外の人をつなぐ持続可能なプロモーションへ
-------	---

取組の方向性	
■ターゲットを明確にした発信 若年・女性など属性別に多層的な情報提供を行う ■暮らし提案型への転換 制度説明から日常やリアルな暮らしを伝え、共感を生む発信へ転換 ■デジタル発信の強化と認知度拡大 HPを刷新し、SNS・短尺動画などの若者が使う媒体に重点シフト メディア連携やデジタル×紙のハイブリッドで多様な手法を活用	■地域らしさを生かした魅力の差別化 10圏域の「観光×暮らし」の特徴を整理し、地域ごとの違いや強みを比較可能とする仕組みづくり ■移住までの段階的アプローチ 観光から関係人口を経て移住へと自然な関与でつなぐとともに、関係人口を可視化する仕組みを整備

具体的/年代・層別 取組事例		
SNS刷新：Instagram中心に暮らし動画・住民発信を強化 10圏域の特徴発信：圏域の「観光 × 暮らし」キーワードを再編集し、地域別の差別化発信 段階に応じた情報発信：旅・体験イベント・オンライン交流を体系化（例：星空×学び、二拠点ワーク）、圏域の周遊導線（お試し→市→周辺）モデル構築 住民参加型プロモーション：移住者・地域住民のSNS投稿を拾い上げ、公式が拡散する仕組みづくり メディア連携：TV・雑誌との協働、インフルエンサーの現地訪問PR	年代・層	発信ポイント
	20-30代	「日常×自然」「ユニークな視点」「五感に訴求」
	30-40代	「暮らしの安心」「小さな贅沢」「子育て環境」
	40代女性	「丁寧な暮らし」「余白と静けさ」
	50代以上	「安全」「文化」「スローライフ」
		推奨チャネル
		SNS中心
		Instagram + 紙
		SNS + 住民発信
		TV/雑誌 + 体験

移住プロモーション革新会議 報告書（概要版）

～未来を呼び込む、共感型移住プロモーションへの変革～

会議の概要

- 目的** 県や市町村が行う移住に関する広報戦略を、EBPMの活用や、移住者・有識者等の意見を踏まえ、よりターゲットとしたい層に響く、効果的なアプローチに刷新することを目指す
- 構成員** 座長：稲垣 文彦 氏（(公社)ふるさと回帰・移住交流推進機構 事務局次長/「信州暮らし推進センター」アドバイザー）
有識者：津田 賀央 氏（Route Design 合同会社代表 / 富士見森のオフィス運営代表）
北埜 航太 氏（間（あわい）代表 / 長野県立大学地域コーディネーター）
尾野 紗恵子 氏（県広報パートナー（さえさん）、Instagramインフルエンサー）
- 参加者**（各エリア毎メンバー入れ替え）：移住者、市町村職員、県職員 ※延べ**92名**が参加
- 開催期間** 2025年6月～10月、全4回、
- 特徴** 県内4地域で開催し、地域特性を体感しながら議論。有識者・移住者の視点を重視。

現状と課題の分析

■ターゲットとのギャップ

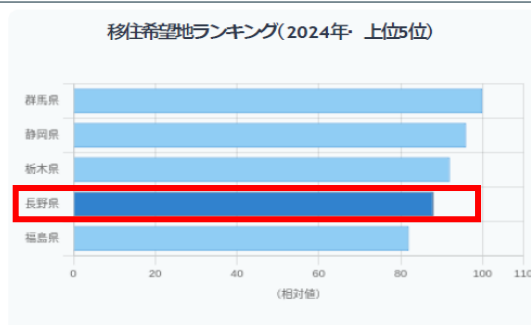
若年層の移住関心は高まる一方、既存媒体「楽園信州HP」の閲覧は中高年層に偏り、ターゲットとのギャップが顕著。

■デジタル発信力不足

- 長野県の移住希望地ランキングは4位に後退（群馬・静岡が上位）。
- 「楽園信州」PVをライバル県と比較すると、静岡の約1/4、群馬の約1/3にとどまる

■参加者からの意見

- 「SNS世代は広告感を敏感に察知」
- 「制度紹介型は作り物に見え信頼感に欠ける」
- 「『移住』という言葉が重い。自然な暮らしを伝える静かなプロモーションが有効」



競合県とのWEB流入比較			
県名	月間PV数	キーワード数	主要流入キーワード
静岡県	94,000	900	静岡 移住、移住 静岡、伊豆 移住
群馬県	84,000	1,100	群馬 移住、前橋 移住、桐生 移住
山梨県	68,000	3,000	山梨 移住、甲府 移住、八ヶ岳 移住
長野県	25,000	1,100	長野 移住、信州 移住、楽園信州
栃木県	19,000	1,200	栃木 移住、宇都宮 移住、那須 移住

ライバル県に比べてHP発信力が弱い

移住プロモーション革新会議 報告書（概要版）

～未来を呼び込む、共感型移住プロモーションへの変革～

議論の内容

第1回：テーマ・現状と理想像（上田市）

- ・議論：制度紹介型PRは「広告感」が強く、若年層に響かない。「移住」という言葉の重さを軽減し、暮らし・生き方を伝える表現へ。
- ・意見：「制度依存から共感型発信へ」「人が人を呼ぶ構造」

第2回：テーマ・関係人口の再定義（塩尻市）

- ・議論：「心が動いた人」を増やす段階的モデルの構築（観光→関係人口→移住）信頼性確保のためネガティブ情報も発信
- ・意見：関係人口形成モデルに応じた発信（観光→継続関与→プロジェクト参加→移住）

第3回：テーマ・地域資源の再発見（諏訪市）

- ・議論：観光資源ではなく日常の豊かさを発信。自然・感覚・人・ユニークの4つの視点で抽出
- ・成果：4つの視点でコンテンツ化し方向性を整理

第4回：テーマ・プロトタイピング（長野市）

- ・議論：住民参加型発信、SNS＋体験イベントのハイブリッド手法。
- ・提案：「誰が発信してもいい文化」を醸成。地域間連携とハブ都市戦略（長野市・松本市を入口に周辺へ回遊）
普通の人のリアルな暮らしを動画化し、行政は裏方で支援

刷新の方向性

議論から導き出された刷新のキーワードと情報発信の構造改革案は以下のとおり。これを踏まえ、プロモーションの取組の方向性を6項目に整理

議論を踏まえた刷新のキーワード

- リアルな暮らし発信**：自然・人・音・光・空気感
住民参加型プロモーション：「誰が発信してもいい文化」
関係人口形成モデル：観光→継続関与→プロジェクト参加→移住
ハイブリッド手法：SNS＋体験イベント

情報発信の構造改革

課題	改善方法
制度型(補助金中心)	ストーリーテリングによる感情訴求
行政発信で広告感が強い	一般ユーザーのリアルな投稿活用
若年層へのリーチ不足	SNS・インフルエンサー連携強化と体験機会
地域の個性が埋没	日常の豊かさの具体的切り取り
女性層への訴求不足	女性視点でライフスタイル提案による安心感訴求

今後の取組の方向性

暮らし提案型施策の強化

- ・制度説明からリアルな暮らし方の提案型へ転換

若者・女性をターゲットとしたデジタル発信刷新

- ・Instagramなど若者・女性利用率の高いSNSを強化
- ・子育て・ライフスタイル・安心感を重視した情報発信

住民参加型プロモーションの推進

- ・「誰が発信してもいい文化」の醸成

10圏域別の特色発信と広域連携強化

- ・各圏域の強みを活かした差別化戦略
- ・ハブ都市戦略（知名度のある市を入口に周辺地域へ回遊）

認知度拡大戦略

- ・マスメディアと連携したPR強化
- ・デジタル×紙のハイブリッド手法

効果測定手法の改善と段階的関与モデルによるアプローチ

- ・移住者数だけでなく、継続的関与者数の測定
- ・観光→関係人口→移住という段階的アプローチ

サイト構成例

本構成は一例であり、利用者の行動導線および情報探索のしやすさを踏まえ、より効果的な構成について提案すること。

トップページ

- └─ 移住までのステップ
 - |
- └─ 信州の魅力
 - | └─ 長野県の基本データ（人口・魅力等）
 - | └─ 長野県の10エリア（地域振興局単位）
 - | └─ 地域から探す
 - | └─ 市町村一覧
 - | └─ 条件検索（タグ検索）
 - | └─ 市町村詳細ページ
 - | └─ 基本情報
 - | └─ 支援制度
 - | └─ イベント情報
 - | └─ 関連コンテンツ
 - | └─ 移住モデル地区
 - | └─ 地域に出会う（市町村ランダム表示等）
 - |
- └─ 暮らす
 - | └─ 生活環境（気候・交通・医療等）
 - | └─ 子育て・教育
 - | └─ 生活シミュレーション
 - | └─ ストーリー（インタビュー）
 - |
- └─ 仕事
 - | └─ 企業への就職
 - | └─ 起業・就業支援
 - | └─ 農業
 - | └─ 林業
 - | └─ 地域おこし協力隊
 - | └─ 隊員募集
 - | └─ 隊員主催イベント等
 - | └─ テレワーク
 - |

└─ 住まい

│ └─ 住まいの探し方

│ └─ 空き家バンク

│

└─ イベント

│ └─ 移住イベント（フェア、セミナー、ツアー等）

│ └─ 常設イベント（定期開催される相談会等）

│

└─ ストーリー（インタビュー）

│ └─ 先輩移住者

│ └─ 関係人口実践者

│ └─ 信州暮らしパートナー

│ └─ 移住モデル地区

│ └─ 地域おこし協力隊

│

└─ ニブンノナガノ（地域と関わる）

│ └─ 担い手活動（地域のお手伝い）

│ └─ ワーク&ステイスポット

│ └─ 関係人口実践者

│ └─ 地域の担い手（ニブンノナガノ）

└─ 支援・会員制度

│ └─ 移住支援金

│ └─ 林業・保育士・バス運転手移住支援金

│ └─ LINE お友達登録（楽園信州ファミリー会員）

│ └─ 楽園信州ファミリー会員向け特典検索

│

└─ お知らせ

│

└─ 相談

│ └─ 相談窓口

│ └─ オンライン予約（カレンダー）

└─ 資料請求・お問い合わせ