

令和8年度移住促進に係る魅力発信業務委託仕様書

1 業務名

「令和8年度移住促進に係る魅力発信業務」（以下「本業務」という。）

2 契約期間

令和8年4月1日から令和9年3月31日までとする。

3 本業務の概要

(1) 背景

東京圏等における地方に対する価値観の変化やそれに伴う若年層を中心とした地方移住動向に対応するため、東京に移住相談窓口を設置して県職員を専任相談員として配置するとともに、「広島らしいライフスタイルの魅力発信」「移住希望者と地域のマッチング」「移住者に対する受け皿づくり」を移住促進の3本柱として一体的・戦略的に取り組んできた（事業の全体像は別紙「ひろしまスタイル定住促進事業の全体像」のとおり）。

その結果、移住相談窓口の相談件数（イベント申込者数を含む）は平成26年度の816件から令和6年度は3,914件と大幅に増加し、県外からの移住世帯数も68世帯から、250世帯へと着実に増加している。

(2) 目的

この業務においては、これまでの県の移住促進施策において情報を届けることができなかった人を移住ウェブサイト「HIROBIRO.」や移住イベント等に惹きつけ、広島県への移住に関心を持たせること、また、オンライン移住窓口「あびいちゃん」等で移住熟度や興味・関心に応じた情報を個別に提供することにより、移住に向けた検討を深化させること、さらに、現地訪問や転職活動などの行動変容を促すことで、より多くの移住者を獲得することを目的としている。

(3) 移住促進に関連する取組

取組区分	主な業務内容
① 移住ウェブサイト 「HIROBIRO.」	・ サイト運用・保守 ・ コンテンツの追加・機能改修
② セミナー・フェア開催	・ セミナーや移住フェアの企画及び運営
③ デジタルマーケティング	・ デジタル技術を活用した効果的な情報発信 ・ 広告制作物の作成
④ オンライン移住窓口 「あびいちゃん」	・ LINE公式アカウントの運用 ・ シナリオ型チャットボット及びLINE拡張ツールの運用

※ ①及び④は別途運用会社へ委託予定、②は一部セミナー及び移住フェアの企画・運営については本県にて実施予定

(4) 現状・課題

平成26年度から、広島らしいライフスタイルの魅力発信やきめ細やかなマッチング、受け皿づくりなどを通じて、移住世帯数は着実に増加しており、東京相談窓口等を経て移住した人の中に

は、移住後の活動が市町全体の活性化に大きく寄与する人材もいるものの、広島県の移住先としてのブランドが確立されているとはいえない。

また、セミナーや移住フェア等のイベントで新規に接触した者を次の具体的な行動へつなげられておらず、移住深度を深められていない。

そのため、引き続き、移住イベントや記事等のコンテンツを充実させ、情報発信を図ることで新たな移住希望者を獲得するとともに、移住希望者を次の具体的な行動につなげるためのイベントを定期的開催することにより、獲得した移住希望者が途中で離脱することなく移住まで促す。

(5) 令和8年度の実施方針

ア 移住ウェブサイト「HIROBIRO.」

- ・ 様々な興味・関心に応じて、広島で働くことや暮らすことがイメージできるようなコンテンツを発信することにより、広島移住について関心を高め、仕事や住まいに係る情報収集など移住に向けた具体的な行動を促す。

イ セミナー・フェアの開催

- ・ 東京圏等に会場を設ける、又はオンラインにより、セミナーや移住フェア等を実施する。
- ・ セミナーは、移住希望者の興味・関心に応じた様々な内容で実施する。
- ・ 移住フェア（年2回）は、セミナーを実施するとともに、仕事、暮らし、住まい等様々な相談に応えることで、移住に向けた検討を深化させ、現地訪問や転職活動など移住行動の深化を促す。
- ・ デジタルマーケティングをはじめ、県や市町、関係団体の持つ様々な情報発信媒体を用いて広報を行うことにより、広島県への移住に興味・関心を持つ人との接点を持つ。

ウ デジタルマーケティング（効果的な情報発信）

- ・ 移住セミナー等の集客においては、広告配信毎に検証し、申込みまでの流れ等の見直しなど改善を図る。
- ・ デジタルマーケティングの手法を用いて、移住潜在層の誘導と潜在層の関心を得ることで、移住先としての認知を高め、ブランド化を図る。

エ オンライン移住窓口「あびいちゃん」

- ・ 「移住熟度、興味・関心に応じた便利な情報提供ツール」として、シナリオ型チャットボットとLINE 拡張ツールを導入した「移住窓口あびいちゃん」を運用する。
- ・ 移住希望者の様々な移住熟度、興味・関心に応じた情報を提供できるように、移住ウェブサイト「HIROBIRO.」等と連携し、情報量を増加させる。
- ・ 友だち登録者ごとのタップしたパネルの分析などにより、オンラインの取組全体のPDCAを回す。

(6) ターゲット

主に東京圏の移住潜在層及び移住顕在層

移住潜在層：広島を認知し、広島への移住に興味・関心がある層

移住顕在層：広島移住に向けて具体的に情報収集、現地訪問、仕事や住まい探しを行っている層

(7) 短期アウトカム（基準）

- ・ セミナー・フェアの申込件数

(R6実績) 1,773件 (R8目標) 1,400件 (R12目標) 1,400件

- ・ 東京相談窓口実相談組数
(R6実績) 457組 (R8目標) 460組 (R12目標) 500組

【参考】中期アウトカム

- ・ 県・市町の伴走支援による県外からの移住世帯数
(R6実績) 250組 (R8目標) 264組 (R12目標) 264組

4 本業務の内容

移住者獲得に向けた仮説の設定及びそれに基づいた令和8年度実施計画を作成し、目標達成に向けて実施を定められている各取組ごとの業務を実施する。なお、本業務の実施にあたっては、移住ウェブサイト「HIROBIRO.」及びオンライン移住窓口「あびいちゃん」各運用会社と連携し、県とも協議の上で実施すること。

(1) 全体に係る業務

ア 令和8年度実施計画の作成

「3(2)目的」「3(4)現状・課題」「3(5)令和8年度の取組方針」を踏まえ、令和8年度～令和12年度の目標達成に向けて、初回接触から移住に至るまでの仮説を設定し、仮説に基づいた取組内容を記載した令和8年度実施計画を作成すること。

また、年間の実施スケジュール及び目標を定めること（別紙「年間実施スケジュール及び目標（イメージ）」を参考とすること。）。

イ 実施計画の進捗管理

「ア 令和8年度実施計画の作成」の年間実施スケジュール及び目標を踏まえ、各取組の遂行及び評価を行うこと。

なお、取組の評価を行うにあたり、必要に応じてユーザー行動の計測や施策評価に向けた手法の提案を行うこと。

ウ 次年度以降の業務に関する提案や助言

- ・ 結果を総括し、次年度に向けた戦略骨子の提案
- ・ 各取組の運用評価及び次年度調達仕様書作成の助言
- ・ そのほか、実施計画の進行管理及び改善策の提案

(2) 移住ウェブサイト「HIROBIRO.」に係る業務

移住ウェブサイト「HIROBIRO.」（以下「HIROBIRO」という。）の運営管理のための定例ミーティング（月1回程度）を行うとともに、東京相談窓口相談組数の増加に向けた移住者等インタビューの企画やHIROBIROのUI/UXの提案及び効果検証を行うこと。

なお、定例ミーティングには、HIROBIROの保守管理受託者を入れ、保守管理者の進行管理を行うこと。

ア 移住者等インタビューの企画

- ・ 移住潜在層にとって気づきとなりうる移住者等インタビューの記事作成に向けたインタビューイの提案（11回分）

イ HIROBIROのUI/UXの提案

- ・ 移住潜在層が移住を検討するきっかけづくりや移住に向けた検討を深化させるためのコンテンツ・導線の検討し、提案すること。

(3) セミナー企画及び運営等に係る業務

潜在層の意識の顕在化を図り、本県への移住につなげるため、本県の魅力を広く発信するセミナーを企画すること（県外在住者向けセミナー8回（うちハイブリッドセミナー4回）、広島県内の中山間地域で実施する体験プログラムの事前セミナー3回）。セミナー企画にあたっては、(1)アの令和8年度実施計画での提案内容を踏まえ、発注者と協議を行った上で、セミナーの内容及び時期等を提案すること。

なお、新たな移住希望者を獲得することを意識したセミナーや、移住希望者の課題を解決し次の具体的な行動を促すセミナーとなることを意識すること。また、数年かけて移住する移住希望者がいることも踏まえ、関係人口の増加に向けたセミナーを企画することも可能とする。

ア 県外在住者向けセミナーの実施（8回）

(ア) セミナーの企画・運営

- ・ セミナーの企画
- ・ セミナー登壇者の選定及び依頼
- ・ セミナー広報に向けたイベント広報ページの制作
- ・ セミナー登壇者への謝礼（ハイブリッド開催の場合は交通費を含む）の支払い（単価については県の指示に従うこと）

(イ) セミナー参加者へのフォローアップ

企画・運営したイベント参加者を県の移住相談窓口や個別相談会等へつなげるように、フォローアップに関する助言・提案等を行うこと。

イ 体験プログラム事前セミナーの実施（3回）

県が別途主催する中山間地域における体験プログラムの集客に向けた事前セミナーをオンラインで開催すること。（時期未定）

- ・ セミナーの企画
- ・ セミナー登壇者の選定及び依頼
- ・ セミナー広報に向けたイベント広報ページの制作
- ・ セミナー登壇者への謝礼の支払い（単価については県の指示に従うこと）

(4) デジタルマーケティングに係る業務

ターゲットは、多種多様なクラスターに分解できることが想定されることから、それぞれのクラスターに対して効果的に訴求できるよう、メディアの活用方法を工夫していくものとする。

ア イベント広告配信

- ・ 実施するイベントへの集客を目的とした広告配信（バナー制作含む）計13回
- ・ 目標達成に向けて広告媒体、配信内容等の提案を行うこと。
- ・ 配信、結果分析、改善を複数回繰り返し、移住イベント申込数などの向上につながる総合的手法を提案すること。

【令和8年度移住イベント開催予定】

全県フェア2回、セミナー8回（うちハイブリッドセミナー4回）

現地ツアー事前セミナー3回（オンライン）

イ HIROBIRO コンテンツ配信

- ・ HIROBIRO の閲覧者数の増加や、閲覧者を次の具体的な行動につなげること（遷移率の向上等）を目的とした広告配信 11か月

- ・ HIROBIRO 移住ストーリーの募集・発表に向けた広告配信
- ・ 配信、結果分析、改善を複数回繰り返す、遷移率等の向上につながる手法を提案すること。

(5) オンライン移住窓口「あびいちゃん」に係る業務

オンライン移住窓口「あびいちゃん」(以下「あびいちゃん」という。)の運用会社との定例ミーティング(月1回程度)を行うこと。

また、あびいちゃんの利用頻度を高めるための情報配信や、移住に向けた検討を深化させるための移住熟度等に応じた情報配信を行うこと(月2回)

なお、あびいちゃんは、現在、「移住熟度、興味・関心に応じた便利な情報提供ツール」として運用しているが、「今は移住を考えていないが、広島に興味・関心がある人」をターゲットとした配信を行うなど、あびいちゃんの利用を見直す提案も可能とする。

- ・ 情報発信内容は都度発注者へ確認をとること
- ・ 実施した発信の結果分析・効果検証を行った上で、次の情報発信へ生かすこと
- ・ あびいちゃんの利用状況についても検証すること

(参考) 主な業務内容について

凡例：○…受託者 △…他委託業者との調整あり ×…発注者又は他委託業者

区分	項目	企画	広報・ 広告	運営・ 実施	分析・ 検証
(1) 全体	ア 令和8年度実施計画の作成	○	-	-	○
	イ 実施計画の進捗管理	○	-	-	○
	ウ 次年度以降の業務に関する提案や助言	○	-	-	○
(2) 移住ウェブサイト「HIROBIRO.」	ア 移住者等インタビューの企画(11回)	△	○	×	○
	イ HIROBIROのUI/UXの提案	△	-	×	○
(3) セミナー企画及び運営等	ア 県外在住者向けセミナーの実施(8回)	○	○	○	○
	イ 体験プログラム事前セミナーの実施(3回)	△	○	○	○
(4) デジタルマーケティング	ア イベント広告配信 (全県フェア2回、セミナー8回、 体験プログラム事前セミナー3回)	△	○	-	○
	イ HIROBIROコンテンツ配信	△	○	-	○
(5) オンライン移住窓口「あびいちゃん」	「あびいちゃん」による情報配信(月2回)	△	○	-	○

5 成果物

(1) 業務実施効果の分析・レポート

- ・ 業務開始後、少なくとも一月ごと(毎月末日締め等)に進捗状況及びHIROBIROのアクセス解析を含めた結果を集約し、改善策等についてデジタルデータにより提出するとともに、発注者と協議を行うこと。

※ HIROBIROのアクセス解析については、受託者にGoogle Analyticsの権限を付与する。

- ・ レポートの様式については、発注者と協議の上、作成すること。
- ・ レポートの提出については、HIRIOBIRO 訪問者数、移住窓口の利用状況など、関連する取組の結果も踏まえて、分析、検証するものとする。

(2) 次年度の業務実施に関する提案・助言

- ・ 最終報告書を作成し、令和9年3月31日（水）までにデジタルデータにより提出すること。

6 業務執行体制

- ・ 企画・分析・改善提案等の作業において、県庁職員と電話やメールで高頻度かつ迅速な対応ができるとともに、対面での協議も頻度高く実施できる体制を整備することとする。
- ・ 本業務を確実に実施・履行する組織体制（制作の体系図、責任者、役割分担等）及び連絡体制を示すこと。

7 契約に関する条件等

(1) 再委託

- ・ 受注者は、委託業務の全部を一括して第三者に再委託、又は請け負わせてはならない。
- ・ 委託業務の一部を再委託しようとする場合は、再委託先ごとの業務の内容、制作の体系図及び行程表、再委託先の概要及びその体制を明記したものを事前に書面で報告し、発注者の承認を得なければならない。

(2) 業務の履行に関する措置

- ・ 本業務（再委託した場合を含む。）の履行につき著しく不相当と認められるときは、発注者は受託者に対して、その理由を明示した書面により、必要な措置を取るべきことを要求することができる。
- ・ 受託者は、上記要求があった時は、当該要求に係る事項について対応措置を決定し、その結果を、要求があった日から10日以内に発注者へ書面で通知しなければならない。

(3) 成果品の利用

- ・ 発注者は、本業務による成果物を自ら利用（発注者が管理するウェブメディアにおける掲載等）できるものとする。

(4) WEB 広告の適切な利用

- ・ WEB 広告にあたっては 社会通念上不適切と考えられるサイトへの掲載を排除するよう努め、掲載先サイトを定期的に確認すること。
- ・ 不適切サイトへの掲載が認められた場合には、直ちに県に報告するとともに、県の対応指示に従うこと

(5) その他

本契約の範囲内において、この仕様書に記載のない事項については、関係者において協議し、決定する。

(別添) 移住促進に関連する取組実績

1 移住ウェブサイト「HIROBIRO.」

項目	令和6年度	令和7年度 (令和7年4月～12月)
総ユーザー数 (うち新規ユーザー)	205,992人 (196,044人)	278,891人 (268,388人)
ページビュー数	396,869回	455,666回

2 イベント開催実績(期間: 令和7年4月～12月)

目的	主な広告媒体	表示回数	クリック数
イベント集客	SNS 広告	2,073,185	37,081

(参考) 県主催イベント

区分	開催回数	申込件数	広告配信 イベント数
セミナー	7	645	3
全県フェア	2	560	4 ^{※1}
合計	9	1,205	7 ^{※2}

※1 フェア内セミナー広告回数含む

※2 令和8年1月～3月の広告配信予定回数 6回

3 目標に対する実績

項目	令和6年度	令和7年度 (令和7年4月～12月)
フェア・セミナーの申込件数	1,773件	1,205件
東京相談窓口相談組数	457組	—
県・市町の伴走支援による 県外からの移住世帯数	250世帯	—