

(別紙1)

企画提案書記載項目

企画提案書には以下の項目について具体的に記載すること。
なお、様式は任意とするが、様式サイズはA4とし、次の1～4を一体として綴ること。

1 企画提案の内容

(1) 広報展開戦略と広報手法

【ナッジの活用】

・ナッジの活用にあたっては、行動変容の対象、想定するターゲットの心理・行動特性、活用する仮説、広告表現・導線設計への反映方法、効果検証の方法を具体的に記載すること。

- ・ 広報展開するにあたり、自社が持つ強みを具体的に記載するとともに、それをどのように活用するのか明記すること。
- ・ 提案する広報手法が画期的、目を引くものであることについて、従来あるものとの比較や具体的イメージを用いて説明すること。
- ・ 広報媒体として、デジタル（WEB・SNS）による広告配信だけでなく、デジタルサイネージや交通広告の副次的な活用案は可とする。
- ・ UGC（ユーザー生成コンテンツ）の活用やSNS連携について提案すること。

(2) 配信対象者の分析および広告媒体制作・配信・結果分析

【ターゲット】

・配信対象者は、首都圏（一都三県）、関西（大阪府）、中京（愛知県）に在住する20～40歳の移住検討者および潜在的移住関心層を想定

- ・ ターゲットに対するアプローチの方法について、ビッグデータの活用方法も含め具体的に明記すること。

【広報媒体の制作】

・ナッジを活用した内容の広告媒体を6点以上（うち3点は、県主催のイベント等にかかる事前広報）制作すること。なお、広告媒体の形式は静止画、動画等を含め提案内容に応じたものとし、掲載媒体に必要な仕様に対応すること。

- ・ 県主催イベント等の広報手法について、具体的に明記すること。また、県主催イベント等の事前広報と別に、年末年始を広告配信強化期間として設定し、積極的な広告配信について、具体的に明記すること。

(3) ナッジ活用にかかる有識者・実務者および福井県内クリエイター・デザイナー

【ナッジ有識者・実務者の役割】

・ナッジ活用にあたり、連携する有識者または実務者について記載すること。記載にあたっては、略歴(氏名・役職・関連分野における経験・実績)に加え、本業務における関与工程(企画構想、クリエイティブ検討、検証設計等)および具体的な役割を明記すること。また、当該有識者または実務者は、単なる名義上の参画ではなく、本業務の品質向上に実質的に関与する体制であることを示すこと。

【県内クリエイター・デザイナーの参画】

・企画構想段階に参画させる福井県内のクリエイターまたはデザイナーについて、略歴(氏名・役職・実績)に加え、本業務における役割、参画方法、提案内容への反映方針を明記すること。

(4) 各種目標

【KPIの設定】

・本業務によりアプローチする配信対象者数を明らかにするとともに、それに基づく「ふくい移住ナビ」への訪問・閲覧増加数の見込み、また広報効果による県主催イベント等への申込・参加数について、それぞれ目標値を設定すること。

・目安となる昨年度の実績は、以下のとおり。

ポータルサイト「ふくい移住ナビ」PV数:457,465(R7.4~R8.3)
346,343(R7.9~R8.3)

ふくい移住フェア in Osaka(大阪)参加者:61名

北陸3県暮らし&しごとフェア2025(東京)参加者:357名

北陸新幹線沿線5県移住フェア(東京)参加者:132名

2 経費

- ・委託予定額7,590,000円(消費税および地方消費税を含む。)を上限として業務に関する費用の概算額およびその内訳を詳細に記載すること。
- ・媒体に応じて広告配信予算配分を実施する場合は、性別や年齢、エリアごとの配分額とその考え方を記載すること。

3 事業実施のための組織体制

- ・責任者、各業務の担当者等の構成、人数、業務従事予定者の略歴(氏名・役職、本業務に関するこれまでの経験)等について体制図を用いて、責任者等を具体的に記載すること。
- ・これまでの実績やノウハウ、知識など、提案内容の実現可能性が判断できるよう記載すること。
- ・再委託を予定している場合は、再委託先の業務実績を記載すること。

4 事業スケジュール

- ・契約からの全体スケジュールを記載すること。
- ・県想定スケジュールは以下のとおり。
 - 6～7月
 - ・広報展開戦略 企画構想（打合せ4回以上）
企画提案内容のブラッシュアップを予定
 - ① 福井県が抱える移住定住分野での課題認識の共有
 - ② ビッグデータを活用したペルソナ設定や訴求内容に関する県内クリエイター・デザイナーによるプレスト（アイデア出し）
 - ③ コピーやデザイン案に対するナッジ有識者・実務者の知見などを反映
 - ④ 結果分析時に期待したい成果や検証すべき仮説の明文化
 - 8月
 - ・バナー等の広告媒体制作
 - 9月
 - ・広告配信開始
 - 10月
 - ・北陸3県主催大規模移住イベント（大阪）開催
 - 12月
 - ・北陸新幹線沿線5県主催大規模移住イベント（東京）開催
 - ・年未年始広告配信強化月間
 - 2月
 - ・北陸3県主催大規模移住イベント（東京）開催
 - 3月上旬まで
 - ・結果分析、実績報告