

定住・移住促進のための戦略的情報発信業務

仕 様 書

令和5年10月

豊橋市企画部広報戦略室

1 件名

定住・移住促進のための戦略的情報発信業務

2 契約期間

契約締結日から令和6年3月22日（金）まで

3 背景・経緯

豊橋市では、人口減少社会においても地域の活力を維持し、持続可能なまちづくりを推進するため、より一層の定住・移住の促進の取り組みが求められている。

全国的な首都圏への一極集中の状況と同様に、豊橋市においても、首都圏をはじめとした転出超過状況は続いており、特に進学や就職など、居住地の移動を伴うライフイベントが多く発生する20～30代が大半を占めている。

こうした状況の中、公式ホームページ及びSNS等を活用し、市政情報のほか、子育て・教育をはじめとした暮らしの魅力について、情報発信をしているが、十分な効果を得るまでには至っていない。

4 目的

本業務は、人口減少社会においても、ターゲットの属性（地域・収入・家族構成・年齢・住宅購入情報など）に応じて、戦略的に情報発信し、認知から興味・関心、行動までを後押しすることで、移住相談につなげ、豊橋市の定住・移住を促進することを目的とする。

5 豊橋市の状況

総務省「住民基本台帳人口移動報告」によると、豊橋市における転入・転出先状況は、図1のとおり、豊橋市の転出先としては、愛知県内の自治体（特に名古屋市・豊川市）などが多い状況にあった。

○ 図1 豊橋市転入・転出状況（都道府県・市区町村別）

愛知県豊橋市 2022年

都道府県別ランキング

転入超過	愛知県豊橋市	岐阜県	福井県	群馬県	石川県	富山県	鹿児島県	大阪府	滋賀県	茨城県	その他
		41人	36人	13人	12人	7人	6人	6人	6人	5人	3人
転出超過	愛知県豊橋市	三重県	岐阜県	石川県	広島県	福井県	香川県	新潟県	富山県	愛媛県	その他
	780人	436人	194人	62人	25人	10人	10人	5人	3人	9人	
転入超過	愛知県	1,552人	895人	512人	502人	499人	230人	227人	215人	198人	1,436人
転出超過	愛知県	7,088人	2,259人	1,391人	1,026人	578人	434人	345人	173人	164人	718人

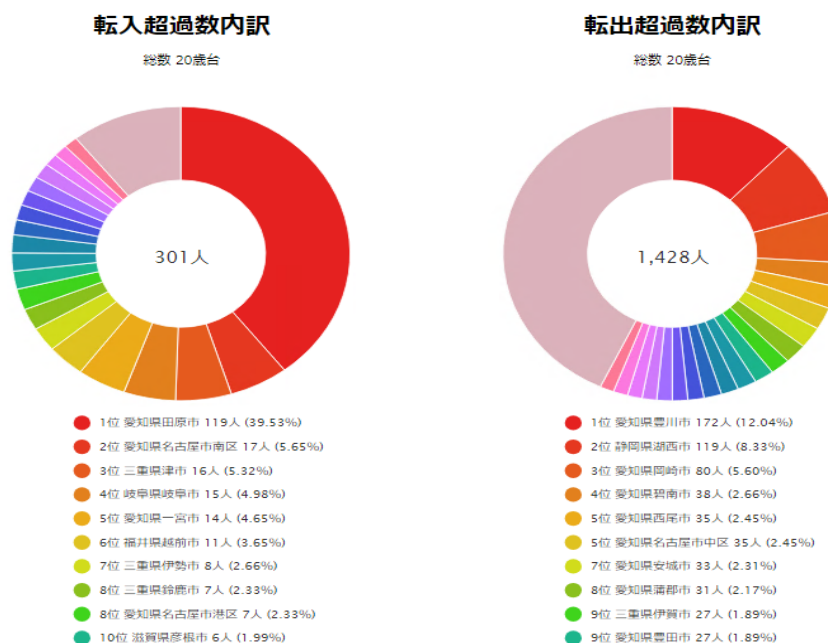
県内市区町村別ランキング

転入超過	愛知県豊橋市	田原市	名古屋市南区	半田市	名古屋市港区	岩倉市	尾張旭市	常滑市	あま市	清須市	その他
		182人	22人	14人	9人	7人	7人	7人	6人	6人	9人
転出超過	愛知県豊橋市	豊川市	岡崎市	豊田市	名古屋市中区	西尾市	碧南市	新城市	名古屋市千種区	名古屋市守山区	その他
	251人	114人	57人	51人	50人	41人	40人	39人	30人	376人	

【出典】総務省「住民基本台帳人口移動報告」

また、とりわけ転出超過比率の高い20代においては、図2のとおり、近隣市町村である豊川市・湖西市・岡崎市が転出先として、上位を占めている。

○ 図2 豊橋市転入・転出状況（20代内訳）



【出典】総務省「住民基本台帳人口移動報告」

6 ターゲット

「5 豊橋市の状況」から、豊橋市の暮らしの魅力を情報発信した上で、移住の検討に行動を促すことが可能と考えられる層として、次の（１）～（３）に掲げるターゲットを設定する。なお、国・関係企業等のほか、独自で実施した調査によるデータを組み合わせて活用することで、より効果的と考えられるターゲットを設定することも差し支えないが、妥当性のある根拠を併せて示すこと。

- （１）仕事を変える必要なく、豊橋市への移住を検討できる者
- （２）名古屋市のほか、豊川市・湖西市などの近隣市町村に住宅の購入をしておらず、居住している子育て前～子育て中の世帯
- （３）名古屋市をはじめとした大都市圏で働く 20～30 代で、豊橋市の暮らし方がマッチする属性を持つ層

7 求める効果・KPI

豊橋市で暮らす魅力が正しいターゲットに伝わることで、「住みやすい」「子育てに手厚い」などに豊橋市が想起されるようになり、愛知県における移住先地域としてのイメージが向上すると考えられる。

本事業における KPI（重要業績指標）として、次の（１）～（２）に掲げる指標を設定するため、可能な限り当該指標の達成に努めること。

（１）移住相談件数

豊橋市における移住相談窓口を企画部広報戦略室及び「豊橋市定住・移住アドバイザー¹」とし、WEB・メール・SNS・電話・直接相談等の件数の向上を目指すこと。

（２）豊橋市公式ホームページ（定住・移住）のアクセス数

現在のインターネット社会においては、SNS や各種広告などで認知した後にまずは、インターネットでのリサーチをすることが想定されるため、豊橋市公式ホームページ（定住・移住）のアクセス数の向上を目指すこと。

KPI	現況値 (2022 年度 月平均)	目標値 (2023 年度 月平均)
移住相談件数	3 件	5 件
豊橋市公式ホームページ（定住・移住） アクセス数	443 件	1,000 件

¹ インスタグラマー・元プロバスケットボール選手・パラレルワーカー・子育て当事者など、豊橋市のことをよく知る人材

8 業務内容

(1) 方針策定

定めた「6 ターゲット」に対して、豊橋市で暮らす魅力が正しく伝わるためには、どのようなコンセプト・戦略で情報発信をするべきなのか、「7 求める効果・KPI」で定めた指標を達成するために、効果的と考えられる手法を整理し、方針を定めること。

なお、方針策定にあたっては、国・関係企業等のほか、受託者が独自で実施した調査によるデータ等を組み合わせることで、より精度の高いものを目指すこと。

(2) プランニング

(1)で定めた方針に基づき、「7 求める効果・KPI」で定めた指標を達成するために、最適なメディア・プランニングをし、実施すること。なお、当該プランニングについては、次の「(3) 広告掲出」を必ず含めること。

また、本事業を滞りなく遂行するために、無理のない体制・スケジュールを定めた上で、運営・実施すること。なお、運営・実施にあたり必要となる外部との連絡・調整、問合せ等に対応することし、問合せ先については、受託者とする。

(3) 広告掲出

次の掲出先候補をはじめとした屋内集客施設等に対し、選定の上、広告掲出をすること。

なお、必要な制作物については、掲出可能な規格で制作することとし、「豊橋市定住・移住アドバイザー」及び「豊橋市情報発信アドバイザー²」等の意見を聴取した上で行うこと。なお、以下に掲げる掲出先と同等以上の効果が得られると見込まれるものがある場合は、その効果と内容、理由を明記し、具体的に提案すること。

また、契約締結後に、時勢・その他状況の変化等により変更が必要になる際は、契約金額の範囲内かつ妥当性が明確に提示できる場合に限り、豊橋市と協議の上、可能とする。

■ 掲出先	名古屋駅のほか、定めたターゲットに対して効果的に広告掲出が可能な屋内集客施設等
■ 掲出期間	豊橋市の指定する期間（少なくとも7日間）
■ 掲出費用	2,000,000円以内とすること
■ その他	・掲載内容については、豊橋市と協議の上、決定すること。

² 元記者・テレビマン・WEBライター・大手広告代理店勤務経験者など情報発信・広報戦略のプロフェッショナル人材

- ・掲載にあたって、大都市圏メディア等に取り上げられるための効果的な工夫を可能な限り講じること。
- ・掲出後、接触効果等の分析を行うこと。

9 連携事項

(1) SNS 広告等

豊橋市では、関係人口（潜在層）から移住検討者（顕在層）への変容の促進を目的に、Google (YouTube) 等をはじめとした SNS 広告等の掲出を行っているため、本業務と可能な限り連携すること。なお、SNS 広告等に要する経費については、本業務の契約の範囲外とし、豊橋市が別途負担することとする。

■ 掲出先	<ul style="list-style-type: none"> ・ Google 広告 (YouTube 広告) ・ X (旧 : Twitter) 広告 ・ Instagram 広告 ・ Facebook 広告 ・ LINE 広告 等
■ 掲出期間	豊橋市の実施する期間
■ 掲出費用	約 3,000,000 円程度

10 成果物

以下の成果物を指定する期日までに納めること。

また、本事業における成果物については、特段の指示がない限り全て電子媒体 (Microsoft Office Word・Excel・PowerPoint、PDF、JPEG、AI、MP4 等の形式) で DVD-R 等に記録し、指定する期日までに納めること。

(1) 事業報告書

制作物や展開先、実施内容等を取りまとめた事業報告書を提出すること。

■ 規格・数量

- ・ サイズ : A4 版
- ・ 頁 数 : 50 ページ以内
- ・ 形 式 : データー式

■ 内 容

- ① 事業の概要、経緯、実施方法
- ② 実施内容
- ③ 実施結果、今後の課題・方針 等

※ 別途、概要資料 (A4 版片面 1 頁) を作成すること。

(2) データ等

本業務の実施にあたり、制作または取得したデータ (例えば、以下の項目等)

については、電子媒体（Microsoft Office Word / Excel / PowerPoint / PDF / JPEG / AI / MP4 等の形式）にて指定する期日までに納品すること。

■ 調査などを実施した場合

- ・ 調査結果のローデータ
- ・ データ分析結果
- ・ その他本業務を実施する中で取得したデータ 等

■ ウェブサイトや SNS 等への発信を実施した場合

- ・ 実際の掲載イメージが分かるキャプチャー画像
- ・ 掲載した内容が分かる資料（動画広告を実施した場合は動画など）
- ・ 広告掲載結果（インプレッション数、クリック数など）
- ・ アンケート機能等を活用した浸透効果分析 等

■ 新聞・テレビ・ネットニュース等に掲載を実施した場合

- ・ 効果分析結果が分かる資料
- ・ 実際の掲載イメージが分かるキャプチャー画像
- ・ 掲載した内容が分かる資料（動画広告を実施した場合は動画など） 等

■ 00H (Out Of Home) 広告等に掲載をした場合

- ・ 掲出に係る広告掲出の証明する資料
- ・ 実際の掲載イメージが分かるキャプチャー画像
- ・ 掲載した内容が分かる資料（動画広告を実施した場合は動画など） 等

11 納品先

豊橋市企画部広報戦略室

（〒440-8501 愛知県豊橋市今橋町1番地 豊橋市役所東館6階）

12 著作権・著作権

- （1）受託者が作製した著作物（著名人等が出演するもの等を除く）の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、全てこれを豊橋市に譲渡するものとする。また、受託者は本件著作物に係る著作者人格権を行使しないものとする。
- （2）知的財産基本法第2条に規定する知的財産権に関連し、第三者の権利の保護の対象となっている著作物等を利用して本制作物の用に供しようとする場合は、受託者の負担により、適正に権利関係の確認と処理を行うこと。また、万が一、第三者からの権利の主張、損害賠償の請求等があった場合は、受託者の責任と負担により対処するものとし、受託業務の遂行及び成果物の使用に際し支障を及ぼすことがないようにすること。なお、第三者の著作物等を使用する場合にあっては、本件著作物の全部又は一部を豊橋市が作製する他の印刷

物や豊橋市のホームページ等に掲載する点に留意すること。

- (3) 本業務に関し、第三者との間で著作権、肖像権等に係る権利侵害の紛争等が生じた場合には、当該紛争等の原因が専ら豊橋市の責に帰す場合を除き、受託者は自らの責任と負担において一切の処理を行うものとする。
- (4) 受託者は、豊橋市に対し、著名人等を起用した成果物に関し、令和6年度末まで、豊橋市の行う一切の広報活動に利用すること（第三者への許諾も含む。）を独占的に許諾すること。
- (5) 本業務に係る制作物に関して、二次利用の要望があった場合の著作権等の扱いについては、特段の事由がない限り、利用可能とすること。なお、使用範囲については、豊橋市ホームページへの掲載のほか、豊橋市プロモーション活動と関連のある機関が行う広報活動とする。

13 著名人等の起用

- (1) 著名人（タレント、YouTuber等）やアニメーション、イラストレーターを起用する場合は、原則、本事業に係る見積額に対して、約15%以内にし、過大にならないようにすること。なお、起用を伴う提案をする場合は、契約締結後に起用が不可とならないことを前提に、予め訴求内容に適した複数名の候補者を提案すること。
- (2) 著名人等をイメージキャラクターとして起用した場合については、起用時の広報事業へ与えるリスクおよび長期的な広報事業期間内での活用に問題が無いかを考慮した上で事前に豊橋市と合意し起用を行うこととする。なお、該当イメージキャラクターが不測の事態により起用が困難になった場合については速やかに代替手段の提案を行い、豊橋市の指示を仰ぐこと。

14 その他

- (1) 本業務の遂行にあたっては、下記項目に要する費用は全て受託者の責任及び負担とする。
 - ア 受託者の不注意によって生じた費用
 - イ 受託者が第三者に損害を与えた場合の全ての費用
- (2) 本業務によって知り得た個人（法人を含む）情報は厳正に管理し、本業務の目的以外に使用しないこと。
- (3) 本業務の履行に関し、法令等を遵守し適正な取り扱いを確保すること。
- (4) 業務の実施にあたっては、豊橋市と十分に打ち合わせを行い、本仕様書に記載のない事項については、その都度、豊橋市と協議の上決定すること。

15 参考

(1) 子育て・教育環境

- ・ 子育て情報ステーション
<https://www.city.toyohashi.lg.jp/2630.htm>
- ・ 豊橋市子育て支援情報ポータルサイト「育なび」
<https://www.city.toyohashi.lg.jp/ikunavi/>
- ・ 第2期豊橋市子ども・子育て応援プラン（令和2年3月）
<https://www.city.toyohashi.lg.jp/41846.htm>
- ・ 愛知大学
<https://www.aichi-u.ac.jp>
- ・ 豊橋技術科学大学
<https://www.tut.ac.jp/>
- ・ 豊橋創造大学
<http://www.sozo.ac.jp/index.php>

(2) 仕事環境

- ・ 豊橋市企業立地ガイド
<https://www.city.toyohashi.lg.jp/15551.htm>
- ・ 株式会社サイエンス・クリエイト
<https://www.tsc.co.jp/index.html>
- ・ Startup Garage（スタートアップガレージ）
<https://startupgarage.jp>
- ・ emCAMPUS STUDIO（エムキャンパススタジオ）
<https://www.em-campus.jp/studio/>

(3) 観光・歴史・文化などの地域資源

- ・ 豊橋市シティプロモーション推進計画「コンテンツ集」（2021-2022版）
<https://www.city.toyohashi.lg.jp/53287.htm>
- ・ まちなか図書館
<https://www.library.toyohashi.aichi.jp/facility/machinaka/>
- ・ 道の駅とよはし
<https://michinoeki-toyohashi.jp>

(4) SNS

- ・ 豊橋市公式 YouTube チャンネル「ええじゃないか豊橋チャンネル」
<https://www.youtube.com/channel/UCiCGglq3F0rHSYmeqRgWIXw>
- ・ 豊橋市公式 Instagram「クラストコ」
<https://www.instagram.com/kurasutoko/?hl=ja>

- ・豊橋市公式 Twitter「ええじゃないか豊橋なう」

<https://twitter.com/eejanaika1484>

(5) その他

- ・豊橋市公式移住・定住ホームページ「さあ、豊住しよう。」

<https://www.city.toyohashi.lg.jp/30941.htm>

- ・第6次豊橋市総合計画

<https://www.city.toyohashi.lg.jp/40536.htm>

- ・豊橋市シティプロモーション推進計画（令和3年3月）

<https://www.city.toyohashi.lg.jp/53287.htm>

(6) 指標等

生活満足度	全国1位/主な83市	市版SDGs調査2020/ブランド総合研究所
共働き子育てしやすい	全国3位/180自治体	共働き子育てしやすい街ランキング2022 日経BP「日経xwoman」と日本経済新聞社調べ
住みたい街	愛知県内3位	SUUMO調べ2020
一人当たり 都市公園等面積	10.1㎡/人（豊橋市） 4.4㎡/人（東京23区）	豊橋市調べ 東京都調べ
保育所・認定こども園 における待機児童数	0人（2018年度）	第2期豊橋市こども・子育て応援プラン
輸入車の輸入台数	全国1位（30年連続）	全国の港（名古屋税関発表資料）
うずら卵シェア	全国1位（豊橋市を含む東三河）	豊橋市調べ
大葉生産量	全国1位	豊橋温室園芸農業協同組合
農業産出額	全国13位	全市町村（生産農業所得統計2020/農林水産省）
製造品出荷額等	全国28位	全市町村（工業統計調査2019/経済産業省）
水道料金の安さ	全国14位	全市町村（東京経済調べ2021）

(7) KPI（豊橋市第6次総合計画抜粋）

KPI	現況値 （2022年度）	目標値 （2023年度）
首都圏からの転入超過数	▲556人	0人
豊橋市公式ホームページ（定住・移住） アクセス数	5,308件	10,000件

概要

豊橋市を選んでほしい／住んでほしい



課題

- 県内移動が多い
- 特に名古屋市・豊川市などの転出超過が多い
- 転出後のUターンも少ない...?
- 移住先地域としてのブランド力不足

豊橋市ホームページ・SNS

豊橋の良いところ（暮らし）

- とにかく子育てがしやすい! 施設も制度も充実!
- 温暖な気候で、日本のほぼ真ん中にあるトカイナカ
- 東にも西にも行きやすく、新幹線が停まるアクセスの良さ
- 野菜が新鮮で安い!

豊橋の良いところが知られていない

どうしたら...?

いつ・どのようなクリエイティブ・メディアで情報発信することが望ましいのか?

移住地域として、想起されていない

コンセプトや方針が未設定

仮説・ターゲット

ターゲット

- 仕事を変えることなく、移住を検討できる方
- 子育て前～子育て中の世代（名古屋市のほか、豊川市・湖西市などの近隣市町村に居住している方）
- 大都市圏で働く20～30代で、豊橋の暮らし方がマッチする方

根拠

- 2022年都道府県別転出超過数のうち、愛知県・静岡県・東京都が上位（80%以上を占める）
- 2022年市区町村別転出超過数のうち、20代が最も多く、近隣市町村（名古屋市・豊川市・湖西市）が上位

KPI（本事業における）

- 移住相談件数（WEB・SNS・電話・対面等）
- ホームページ（定住・移住）へのアクセス数

留意事項

- 屋内型集客施設への広告掲出を行うこと
- 掲出額：200万円以内（契約上限金額の約30%）