

令和8年度Uターン就職等促進に係るSNS運用業務仕様書（企画提案書作成用）

1 業務名

令和8年度Uターン就職等促進に係るSNS運用業務

2 委託期間

令和8年4月1日から令和9年3月31日まで

3 業務実施の目的

本県では、大学進学者のうち県外大学への進学が8割を超えており、また県出身学生のUターン就職率は3割程度にとどまるなど、15～24歳の若い層において、進学や就職時期に大幅な転出超過になっている。

こうした状況の中、主に県外に進学した県出身学生やその保護者等を対象に、就職活動に役立つ情報や地元で活躍する先輩の体験談等をSNSで発信し、つながりの構築や機運醸成により、Uターン就職等につなげることを目的とする。

また、本SNSと連動したインターネット広告等を実施し、学生交流イベントの参加者を増やすことでさらなるUターン就職等の促進を図る。

4 SNSアカウントの概要

(1) Instagram アカウント

- ・アカウント名：「UDONターン@かがわ【県公式】/うどんターン」(@udonturn_kagawa)
- ・運用開始：令和6年6月
- ・フォロワー数：884名（令和8年2月10日時点）

(2) LINE 公式アカウント

- ・アカウント名：「【香川県】UDONターン@かがわ」(@496iipsj)
- ・運用開始：令和6年6月
- ・友だち登録者数：4,790名（令和8年2月10日時点）※ブロック数含む
- ・料金プラン：スタンダードプラン（月額15,000円（消費税別））
- ・LINEマーケティングツール：Mico Engage AI（システムプラン：有効友だち数～20,000名以下（月額130,000円（消費税別））

5 業務内容

(1) Instagram 投稿記事作成業務

(ア) 記事内容の企画

Instagram アカウントUDONターン@かがわ (@udonturn_kagawa) への投稿内容について、学生がUターンや県内就職等を意識するきっかけとなるような記事の企画提案及び作成を行う。

①Instagram アカウントの運用目的

U J I ターン就職の機運醸成を目的に、県内就職の経済的・生活的メリットや地元での子育て環境の良さや、U J I ターン就職した又は県内で起業した先輩の声といったロールモデルや県内の地元情報な

ど様々な種類の内容を投稿することで、フォロワー獲得に繋げる。

また、イベントの情報発信を主な目的とする LINE 公式アカウントにフォロワーを流入させる。

②対象者

県外に進学した本県出身学生（主に大学1年生～3年生）及びその保護者、将来香川県や地方での就職、生活を漠然と考えている若者

③記事本数

(a) フィード：40 本以上

(b) リール動画：10 本以上

※(b)のリール動画についてはサムネイル画像も作成する。

(c) (a)のフィードに付随する取材時の様子や予告動画等のリール動画：20 本以上

※(c)のイメージ

- ・UDONターン@かがわ (@udonturn_kagawa) に令和7年6月25日に投稿したリール動画のような内容

- ・(a)の内容が先輩の体験談だった場合、インタビュー中の様子や社内の様子などの10～30秒程度のリール動画

(d)LINE 投稿用記事：毎月1 本以上

※(a) (b) の投稿記事について、LINE 公式アカウントのユーザーにも Instagram 記事内容を配信するために、毎月末を目安に、フォロワーから関心が高かった Instagram の投稿内容を選定し、まとめた記事を作成する。(投稿は県が行うものとする。)

④記事内容

(a) UターンやI ターン就職をした又は起業して地元で活躍する先輩の体験談

(b) その他、学生のUターン、県内就職の促進に資する企画内容（1、2 種類程度）

(c) 魅力的な飲食店や施設の紹介など香川の魅力を再発見できるような企画内容（1 種類程度）

※学生への訴求力が高くなるようなハッシュタグも併せて作成すること。

記事作成に当たってはUターン就職等を促進する内容に加えて、フォローしていないユーザーがアカウントをフォローしたくなるような、幅広い層にも関心を持たせることができる記事構成にすること。投稿内容については、イメージと併せて、具体的に提案すること。

香川県地域活力推進課で運営している、Instagram アカウント『【県公式】「かがわ暮（ぐ）らし」移住情報』(@kagawa.iju) と、フォロワーのターゲット層が重複しないように、学生への訴求力が高い記事を作成し、差別化を図ること。

なお、上記の記事内容のうち、どの記事内容をフィード、リールにするかについては、提案者にて検討し、提案すること。

(イ) 取材

- ・紹介する内容及び記事原稿、静止画、動画などについては、受託者が各施設や関係者に直接依頼及び確認を行った上で紹介すること。
- ・成果物（記事原稿、静止画、動画など）について、香川県内へのUターン就職等の促進に資することを目的として、県が運営する別の SNS アカウントや HP 等でも転用する場合があることを、紹介施設等への依頼及び確認の際に、受託者があらかじめ了承を得ること。
- ・受託者が取材先に対して、記事が投稿された後に取材先が管理している SNS や HP 等にシェアしてもらうように打診すること。

(ウ) 投稿スケジュールの設定・成果物の納品

- ・投稿スケジュールを県と協議の上設定し、投稿日の1週間前までに成果物を県へ納品すること。
- ・成果物についてはデータ納品とする。

(エ) 効果検証

インプレッション数、リーチ数などについて、4半期ごとを目安に目標値を設定するとともに、当該月ごとの実績や効果を検証し、報告すること。(1～3月分の報告についてのみ3月末までに報告すること)また、4半期ごとを目安に運営状況を振り返り、改善の提案等を行い、改善を実施すること。なお、目標値の設定や運営状況の振り返りは4半期ごととしているが、効果検証の時期として適切な期間がある場合は県と協議の上変更できることとする。

○留意事項

- ・LINE、Instagram への投稿は県が行うものとする。
- ・最終的な投稿内容は、県と協議した上で、決定する。

(2) Instagram アカウントのフォロワー増加施策

(ア) プロモーション手法の企画

- ・Instagram アカウントUDONターン@かがわ(@udonturn_kagawa)のフォロワー数を増加させるために、効果的かつ効率的なプロモーション手法の企画提案を行う。
- ・プロモーションによる KPI を設定する(フォロワー増加数は必須)。
- ・最終的なプロモーション手法の決定は、県と協議の上行う。

(イ) プロモーションの実施・管理

- ・プロモーション業務を行う。

(ウ) 効果測定

- ・実施したプロモーションの分析・効果検証を行うとともに、今後の改善策の提案を行う。

(エ) KPI (Key Performance Indicators)

次に掲げる項目に対する KPI は必ず設定するものとし、基準値以上の値を提案すること。

なお、提案に際しては、KPI の設定根拠を明示すること。

項目	基準値(目標値)	期間
フォロワー増加数	300 以上	契約期間中

※最終的に基準値のフォロワー獲得数に達しなかったとしても、契約者の不利益はないものとするが、誠実な履行が認められない場合はこの限りではない。

【参考：本県が想定した例示業務】

- ・インターネット広告
- ・フォロワー増を目的とした投稿記事作成
- ・企業とコラボレーションした PR
- ・ハッシュタグキャンペーンによるフォロワー集客、投稿増加 など

○留意事項

- ・プロモーション手法の提案にあたり、「(1) Instagram 投稿記事作成業務」に記載があるターゲット層以外のフォロワーを増やしたり、プロモーション後に増加したフォロワーがすぐにフォロー解除されたりすることがないように工夫すること。
- ・県が主催のイベント等で受託者以外がアカウント周知を行い獲得したと明らかに分かるフォロワーに

については KPI に計上しないものとする。

(3) L I N E マーケティングツールを活用した顧客管理等

(ア) セグメント配信に付随する L I N E マーケティングツール Mico Engage AI の運用・管理

①Mico Engage AI の変更等

アカウントの運用に係る以下の内容について、必要に応じて随時変更等すること。

- (a) リッチメニュー画像の変更
- (b) プロフィール画像変更
- (c) 友だち登録時自動配信メッセージの変更
- (d) 登録者の属性別リッチメニューの変更
- (e) 登録者の属性情報の追加・変更

【現時点の登録者の属性情報】

- ・学生、社会人、保護者のいずれか
 - ・現在の居住都道府県
 - ・出身市町又は出身都道府県
 - ・卒業高等学校名
 - ・高等学校卒業年月
 - ・進学予定先・在学中の大学等の種別、所在地、名称
- (f) 登録者の属性情報別アンケートの実施及びフィードバック
- (g) その他運用上必要な事項

②業務委託終了にあたっての業務引継等

受託者は、業務終了後 LINE 公式アカウント等に係る権限を放棄するものとする。次年度以降の業務が円滑に進むよう、必要に応じて、委託期間中の業務に関する資料やデータをまとめ、又は引継書等を作成し、提出すること。引継にあたって、受託者は契約期間終了後も県及び新受託者からの問い合わせに対して誠意をもって回答すること。

○留意事項

- ・ L I N E 公式アカウント「UDONターン@かがわ」の運用管理に係る費用については、L I N E スタンダードプラン月額使用料以外の一切の費用を委託金額に含むものとする。(LINE スタンダードプラン月額使用料については、別途委託費以外で県が支払うものとする。)
- ・ L I N E マーケティングツール「Mico Engage AI」(<https://www.mico-cloud.jp/>) の現在の契約プランは、「システムプラン有効友だち数～20,000 名以下 (月額 130,000 円(消費税別)※R8.2.10 現在)」。ただし、Mico Engage AI の使用料は令和 8 年 5 月～令和 9 年 3 月までの 11 ヶ月分とする。(4 月分はキャンペーンで無料となる見込み)

(イ) 投稿分析

投稿数や画像クリック数、セグメントの配信状況などについて、配信月の実績を検証し、4 半期ごとに報告すること。なお、公式 LINE アカウントでの投稿は県が行うものとする。

(4) LINE の友だち登録促進・アンケート回答促進キャンペーン施策の実施

※アンケートとは「UDONターン@かがわ」に友だち登録後に表示されるLINEフォームのことを言い、その情報をもとにセグメント配信を行うもの。

【アンケート回答状況】

1,213 名※ブロック数含む(友だち登録者数：4,790 名（令和8年2月10日時点）※ブロック数含む)

(ア) プロモーション手法の企画

- ・年に2回以上、以下の時期・目的でLINEの友だち登録促進、アンケート回答促進キャンペーンを実施するので、効果的かつ効率的なプロモーション手法の企画提案を行う。
- ・最終的なプロモーション手法の決定は、県と協議の上行う。

○実施時期と目的

実施時期	目的
4月～5月	今後のセグメント配信の効果を高めることを狙いとし、進級、進学する学生の属性情報を最新のものに更新してもらうことを目的に、既に友だち登録をしており、アンケートに回答済みのユーザーに対して再度のアンケート回答を促進するためにキャンペーンを実施する。 また、同じキャンペーンの中で、友だち登録済みのユーザーでアンケートに回答していないユーザーに対してアンケート回答を促進できるようにする。
11月～12月	左記の時期に県が県下全ての高校3年生とその保護者にLINEの友だち登録を依頼することとしており、その際により多くの生徒に新たに友だち登録してもらうためのキャンペーンを実施する。 また、同じキャンペーンの中で、県が県外大学等に友だち登録案内を行う際に友だち登録を促進できるようにする。

(イ) プロモーションの実施・管理

- ・プロモーション業務を行う。

(ウ) 効果測定

- ・実施したプロモーションの分析・効果検証を行うとともに、今後の改善策の提案を行う。

【参考：本県が想定した例示業務】

- ・インセンティブの付与（QUOカードPay等のデジタルギフト）
- ・県産品が当たるキャンペーン など

(5) 学生交流イベントの参加者を増やすためのインターネット広告等の実施

(ア) インターネット広告等の実施

- ・下表の学生交流イベントの参加者を増やすためにインターネット広告を実施する。
- ・インターネット広告を実施する場合のKPIは下表のクリック数とする。
- ・広告媒体はInstagramを想定。
- ・最終的なプロモーション手法の決定は、県と協議の上行う。

○学生交流イベントの詳細（予定）

名称	開催時期	ターゲット層	開催エリア	定員	クリック数
学生向けイベント①	R8. 5	大学１～３年生の学生	関西圏	30 名	2,000 以上
学生向けイベント②	R8. 6	大学１～３年生の学生	首都圏	30 名	2,000 以上
学生向けイベント③	R8. 10	大学１～３年生の学生	関西圏	30 名	1,750 以上
学生向けイベント④	R8. 12	大学１～３年生の学生	関西圏	30 名	1,750 以上
学生向けイベント⑤	R8. 12	大学１～３年生の学生	首都圏	30 名	2,000 以上
学生向けイベント⑥	R9. 1	大学１～３年生の学生	岡山	30 名	2,000 以上

・開催時期等は県より別途通知することとする。

※見積の際には上記 web 広告に要する予算を明記すること。

（イ）効果測定

・実施したプロモーションの分析・効果検証を行うとともに、今後の改善策の提案を行う。

○留意事項

・上記イベントが事前に中止又は延期、開催方法の変更、参加者数が定員に達した等となった場合、例えば、web 広告を実施する必要がなくなったイベントに係る広告費を他のイベントに割り振る等、柔軟に対応すること。

・上記イベントに加えて対象となるイベントが増える場合は、他のイベントで予定していた目標値を割り振る等、柔軟に対応すること

（６）独自提案

その他、本委託事業の目的達成のために効果的と考えられる独自の取組みを具体的に提案し、その理由も説明すること。

6 県との打ち合わせ・報告

（１）データ分析・評価

４半期ごとの定期的な打ち合わせを実施し、５ 業務内容（１）（３）にかかる分析結果を報告するとともに、５ 業務内容（１）に関してはより効果的な業務実施ができるための具体的な戦略を随時提案すること。

５ 業務内容（２）（４）（５）（６）については実施した業務の分析・効果検証・今後の改善策の提案を随時県に対して行う。

また、年度途中で県が指定する日又は令和８年３月 31 日までに委託期間内の配信状況と登録者数等の推移について整理したうえで SNS 運用全体に係る評価・分析を行い、改善提案と併せて県へ報告すること。

（２）業務完了後の提出書類

業務が完了した時は、令和８年３月 31 日までに次の書類を提出すること。

- ・実績報告書
- ・委託業務完了届

7 作成物の帰属

(1) 著作権の帰属等

本業務で新たに生じた著作物の著作権（著作権法（昭和 45 年法律第 48 号）第 21 条（複製権）から第 28 条（二次的著作物の利用に関する著作権の権利）までに規定する全ての権利）については、県に帰属するものとする。なお、作成物等を、県がホームページやパンフレット等の印刷物及び雑誌の広告等に使用する場合、追加負担なく使用できるものとする。

(2) 著作者人格権の不行使

受託者は、県の書面による事前の同意を得なければ、著作権法第 18 条（公表権）及び第 19 条（氏名表示権）を行使することができない。

(3) 第三者が権利を有する著作物

納入される成果物に第三者が権利を有する著作物（以下「既存著作物」という。）が含まれている場合は、県が特に使用を指示した場合を除き、受託者の責任と負担において、当該既存著作物の使用許諾契約に係る一切の手続きを行うこと。

(4) 第三者との紛争処理

本業務に基づく作業及び成果物に関して、第三者との間に著作権に係る権利侵害の紛争等が生じた場合は、受託者の責任と負担において一切を処理すること。

8 費用負担

本仕様書に特段の定めがある場合を除き、本業務の履行に必要な経費は全て受託者の負担とする。
なお、必要となる経費のうち、備品（取得価格が 50,000 円（税込）以上の物品で、比較的長期間使用に耐えるもの）については、購入ではなく、リース・レンタルで対応すること。

9 支払方法

委託料は、原則として事業完了後の完了払いとする。

10 業務の適正な実施に関する事項

(1) 業務の一括再委託の禁止

受託者は、受託者が行う業務を一括して第三者に委託し、又は請け負わせることはできない。
ただし、業務の一部について、予め県が認めた場合はこの限りではない

(2) 個人情報等の管理

本業務の遂行にあたっての情報管理については、次の点に留意すること。

- ・個人情報等の管理を適正かつ厳格に行うこと。
- ・事業の遂行を通じて知り得た情報を漏らしてはならない。なお、業務終了後も同様とすること。
- ・法令（個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号）等）やガイドライン（政府機関・地方公共団体等における業務での LINE 利用状況調査を踏まえた今後の LINE サービス等の利用の際の考え方）等を遵守すること。

11 その他

本仕様に掲げる事項の他、本業務を遂行するために必要な事項については、県と協議の上指示に従うものとする。