前橋市移住・定住ショート動画制作業務仕様書

１　業務名

前橋市移住・定住ショート動画制作業務

２　業務の目的

本業務は、前橋市への移住・定住促進を目的として、市外在住者及び移住検討者に対し、前橋市での暮らしの魅力を分かりやすく伝えるショート動画を制作するとともに、SNS 広告等を活用した効果的な情報発信を行うものである。

動画を通じて、前橋市で暮らす人々のリアルな生活や地域の魅力を発信し、移住検討層の移住意欲の醸成及び関係人口の創出につなげることを目的とする。

なお、動画は前橋市移住・定住総合サイト内及び市公式 YouTube／Instagram にて掲載する。

３　履行期間

契約締結日から令和９年３月３１日までとする。

（１）動画制作

契約締結日から令和９年３月３日までとする。

（２）SNS 広告配信

制作した動画について、市の確認が完了したものから順次広告配信を開始し、令和９年３月３１日までに配信及び効果分析を完了すること。

なお、具体的な制作・配信スケジュールについては、契約締結後、市と受託者協議の上決定する。

４　委託上限額

３，３００，０００円　（消費税及び地方消費税を含む）

５　業務内容

（１）企画提案

受託者は、本業務の目的を十分理解した上で、効果的な動画企画を立案し、市と協議の上決定すること。

企画に当たっては以下の視点を盛り込むこと。

・移住検討者の興味関心を惹く内容
・前橋市ならではの魅力や特色が伝わる内容
・前橋市での暮らしを具体的にイメージできる内容
・若年層、子育て世代を意識した内容
・SNS での視聴及び拡散を意識した構成

（２）動画制作

以下の条件で動画を制作すること。

ア　本数

５本

イ　動画時間

１本あたり２分以内

ウ　動画形式

縦型動画（9：16）

※Instagram リール、TikTok、YouTube ショートに対応する形式とすること。

エ　解像度

フル HD 以上　（1080×1920 ピクセル以上）

オ　字幕

全編日本語字幕付きとすること。位置は視聴者が見やすい場所とする。

カ　ナレーション

必要に応じて挿入すること。

キ　BGM

使用権許諾済みの楽曲を使用すること。

ク　AI 活用

　生成 AI により新たに生成した静止画又は動画を成果物として使用してはならない。ただし、企画立案、編集補助、字幕作成等の補助的な利用は妨げない。

（３）動画テーマ

　５本は、全体として移住検討から移住後の暮らしまでが伝わる、連続性又は共通性のある構成とすること。人物設定、各動画の主人公及びストーリー構成は、企画提案によるものとする。

（参考例１）

動画①「私たちが前橋を選んだ理由」

都内で忙しく働く 20 代後半から 30 代の夫婦が、将来の暮らし方に悩みながら前橋を訪れ、移住を決意するまでを描く。前橋の魅力に触れ、「前橋で暮らす」という選択に至る心の変化を表現する。

動画②「子どもと過ごす、ちょうどいい毎日」

移住後、子育てを始めた夫婦の家族の日常を描く。

子育て支援や教育環境の充実に加え、時間や心のゆとりが生まれる前橋での暮らしの魅力を伝える。

動画③「働く場所より、生きる場所を選んだ」

首都圏で働く主人公が、前橋での自分らしい働き方へとシフトしていく姿を描く。

仕事と暮らしのバランス、新たな挑戦を後押しする環境などを通じて、前橋で働く魅力を表現する。

動画④「休日の予定は、家を出てから決める」

移住後の生活にも慣れてきた主人公が、何気ない休日を過ごす中で、赤城山や広瀬川、市内のカフェ、イベントなどに出会うストーリー。前橋ならではの豊かで心地よい日常を描く。

動画⑤「移住して１年後の答え合わせ」
移住から１年が経過した主人公が、現在の暮らしを見つめ直す。
移住後の満足感や前橋で暮らす価値を伝えるとともに、「前橋を選んでよかった」という実感でシリーズを締めくくる。

（参考例２）
動画①「前橋を知る」
赤城山の雄大な景色、広瀬川のせせらぎ、まちなかの風景を美しい映像で映し出す。
都市と自然が近接する前橋ならではの環境を紹介し、「ここで暮らしてみたい」と感じるきっかけをつくる。

動画②「子育てにちょうどいいまち」
公園で遊ぶ親子、学校や保育園の様子、地域イベントの風景などを通じて、子育て環境の魅力を伝える。
市民の自然な表情や日常風景を中心に構成する。

動画③「働くを変える」
コワーキングスペースやオフィス、テレワーク環境、地域で活躍する事業者等を紹介する。
前橋で実現できる多様な働き方や挑戦できる環境を表現する。

動画④「休日はすぐそこにある」
赤城山でのアクティビティ、カフェ巡り、広瀬川散策、マルシェや地域イベントなどを紹介する。
特別な観光地ではなく、暮らしの延長線上にある豊かな時間を描く。

動画⑤「暮らしの先にあるもの」
移住者のインタビューや日常風景を織り交ぜながら、移住後の満足感や地域とのつながりを表現する。
四季折々の前橋の風景とともに、「暮らす場所としての前橋」の魅力を伝え、シリーズを締めくくる。

※上記は例示であり、目的の達成に資する効果的な企画提案を妨げない。

（４）取材・撮影
　受託者は以下を実施すること。
・撮影先の選定及び調整（可能な限り市内撮影が望ましい）
・出演者及び取材協力者との日程調整
・撮影許可申請
・現地撮影
・インタビュー収録
・編集作業
なお、市は必要に応じて出演候補者や関係団体の紹介を行う。

（５）SNS 広告運用

受託者は、本業務で制作した動画を活用し、SNS 広告を実施すること。広告運用に当たっては、移住・定住促進に向けた認知拡大及び前橋市移住・定住総合サイトへの誘導を図るとともに、各動画につき、Instagram 及び YouTube を合わせて 10 万回以上の再生を目標とすること。

ア　配信媒体

以下の２媒体を基本とし、ターゲットへの訴求効果が高い媒体及び配信手法を提案すること。

・Instagram

・YouTube

イ　配信計画

各動画及び媒体ごとに、次の事項を提案・実施すること。

・配信内容及び配信スケジュール

・ターゲット設定

・広告文及びクリエイティブの作成（ターゲットに応じた広告文、画像、動画、バナー、サムネイル等のクリエイティブを作成すること）

・広告配信・運用

・効果測定及び分析

・改善提案

ウ　ターゲット設定（例）

以下を参考に、本業務の目的達成に効果的なターゲットを提案すること。

・首都圏在住者

・20 代から 30 代

・子育て世代

・移住・二拠点居住・地方暮らしに関心のある層

・地方への転職やライフスタイルの見直しを検討している層

・その他提案による

（６）効果分析

広告配信終了後、分析結果を報告すること。

報告内容は以下を基本とする。

・インプレッション数（表示回数）

・リーチ数（到達人数）

・クリック率（CTR）

・エンゲージメント数（いいね、コメント、シェア、保存等）

・動画再生回数

・広告効果分析　等

・今後の改善提案

６　成果品

受託者は以下を納品すること。

（１）動画データ

MP4 形式、編集済み完成版

（２）サムネイル画像

各動画１点、縦型、 JPEG 又は PNG 形式

（３）静止画素材

広報用として活用可能な撮影画像、 JPEG 又は PNG 形式

（４）業務報告書

実施概要、分析及び改善提案

（５）広告配信結果データ

広告媒体ごとの配信実績、分析結果及び改善提案をまとめた電子データ

７　著作権等

成果品に係る著作権（著作権法第２７条及び第２８条に規定する権利を含む。）は前橋市に帰属するものとする。

受託者は成果品について著作者人格権を行使しないものとする。

８　留意事項

・制作に必要な資料収集、撮影、編集等の一切の経費は委託料に含むものとする。

・出演者及び撮影対象者への肖像権等の手続きは受託者が行うこと。

・成果品に第三者の権利侵害がないよう十分留意すること。

・業務の進捗状況について、市と適宜協議を行うこと。（受託者は、動画制作の各工程において市の確認を受け、承認を得た上で次の工程へ進むこと。）

本仕様書に定めのない事項については、市と受託者が協議の上決定するものとする。

９　企画提案書で求める提案事項　※実施要領「８（１）●本業務に対する取り組み」と同内容

① 基本的な考え方及び本業務に対する理解

前橋市の移住・定住施策や地域特性、本業務の目的を踏まえた基本的な考え方を示すこと。

② 業務実施体制及びスケジュール

業務遂行に必要な実施体制、役割分担及び業務スケジュールを示すこと。

③ 動画企画

ターゲット（20 代から 30 代、子育て世代等）に訴求する動画の企画内容、構成、演出手法を示すこと。

④ SNS 広告戦略

SNS における広告配信方針、ターゲット設定、媒体選定、視聴維持率及び拡散性を高める手法を示すこと。

⑤ 広告効果検証及び改善提案

広告効果の測定方法、分析手法、移住・定住総合サイトへの誘導効果の検証及び改善提案を示すこと。

【前橋市移住・定住総合サイト】

https://www.city.maebashi.gunma.jp/iju_teiju/index.html

10　担当部署

前橋市未来創造部広報ブランド戦略課　　江ノ浦

〒371-8601　群馬県前橋市大手町二丁目１２番１号

電話　　０２７－８９８－６９７１（ダイヤルイン）

ＦＡＸ　０２７－２２４－１２８８