

令和7年度高知暮らしフェア開催委託業務 仕様書（案）

1 業務名

令和7年度高知暮らしフェア開催委託業務

2 業務の目的

地方への移住を検討している都市部在住者や高知県へのUターンを検討している県出身者等を対象に、県内市町村や担い手を求める各就業分野などが出展し、高知県での暮らしや仕事の魅力を伝える移住フェアを開催することで、高知県への移住者数の増加など、高知県の移住促進に繋げることを目的とする。

3 事業期間

契約締結日から令和8年2月27日まで

4 集客目標

来場数及び、そのうち「高知家で暮らし隊」非会員（以下、新規顧客という）の集客目標は下記のとおりであり、これらを達成することとする。

	開催地	日程	集客目標	(参考) R6 動員実績
高知暮らしフェア夏	大阪	6月28日(土)	200組(135組)	212組(163組)
	東京	6月29日(日)	270組(180組)	247組(204組)
高知暮らしフェア冬	東京	12月14日(日)	270組(180組)	188組(130組)
	大阪	1月17日(土)	200組(135組)	178組(132組)

※（ ）内の数字が新規顧客の集客目標。

(1) 目標未達時の対応

夏開催分において、「高知家で暮らし隊」非会員（新規顧客）の参加が、東京・大阪合計で189組（(180組+135組)×60%）未達の場合、年間の目標378組（(180組+135組)×2×60%）を達成するために、冬開催分の集客対策を抜本的に見直すこと。

5 委託業務の内容

業務の目的を達成するために、(一社)高知県UIターンサポートセンター（以下、「甲」という。）は受託者（以下、「乙」という。）に下記のフェア開催に係る企画・開催・運営の業務を委託する。

なお、当フェアには、まだ具体的でない漠然層から、すでに高知移住に向けて情報収集している検討層まで幅広い方の参加が見込まれる。どの層に対しても有益なイベントであることや、高知移住への意識醸成・ステップアップ・具体的な個別相談につながることを意識した企画とすること。

また、業務を行うにあたり、物品等の調達や印刷業務の再委託を行う場合は原則、高知県内業者

を優先することとする。乙は集客目標達成のための提案・改善・実行を行わなければならない。

<「高知暮らしフェア」開催日程・会場>

	開催地	日程	会場
高知暮らしフェア夏	大 阪	6月28日(土) 10:00~16:00	OMMビル2階 Aホール (大阪府大阪市中央区大手前1-7-31)
	東 京	6月29日(日) 10:00~17:00	東京交通会館12階 ダイヤモンドホール (東京都千代田区有楽町2-10-1)
高知暮らしフェア冬	東 京	12月14日(日) 10:00~17:00	東京交通会館12階 ダイヤモンドホール (東京都千代田区有楽町2-10-1)
	大 阪	1月17日(土) 10:00~16:00	OMMビル2階 Aホール (大阪府大阪市中央区大手前1-7-31)

(1) 企画・運営

① 企画立案・進捗管理

- ・フェア当日までの進捗管理表(企画立案・会場レイアウト調整・告知ツール制作・当日資料作成などについて)を作成すること。
- ・2週間に1回以上の頻度で業務の進捗確認会議(オンライン可)を実施し、議事録を会議終了後2営業日以内に提出すること。

② 出展者との調整

- ・出展希望を確認し、出展者名簿を作成すること。
- ・出展者に、特設ページやブースサイン掲載用のPR文の提出を依頼し、とりまとめること。
- ・出展者に、広告素材(バナー、PR文など)を提供し、集客への協力依頼を行うこと。
- ・出展者マニュアルを作成・配布し、事前説明会(オンライン)を開催すること。

③ プログラムの企画立案

- ・ワークショップ及びセミナーの企画提案をもとに、甲乙協議の上で決定し、タイムスケジュールを作成すること。
- ・プログラムには、センター主催の「会場の歩き方&エリア紹介」と、「市町村からの紹介によるワークショップ」を必ず含めることとし、予算の範囲内で実施できる収容人数と開催回数で企画すること。
- ・各プログラムの間隔は30分以上あけ、来場者に出展ブースへの回遊を促す工夫を図ること。
- ・ワークショップとセミナーを同時開催する場合は、開催スペースを離すなど工夫を図ること。

開催エリア	プログラム	所要時間	開催数(各会場)
セミナー	会場の歩き方&エリア紹介	10分	2~3回程度
セミナー	★受託者の提案によるセミナー	30分	2回程度
ワークショップ	市町村からの紹介によるワークショップ	30分	1~2回程度
ワークショップ	★受託者の提案によるワークショップ	30分	2回程度

④ ゲストや講師との調整

- ・ゲストや講師の参加を伴うプログラムなどを実施する場合は、出演依頼や実施に向けた調整を行うこと。
- ・謝金、旅費、材料費等の必要経費は予算の範囲内で乙が負担すること。なお、センター主催のプログラムの謝金及び旅費については、経費見積書（様式）を参照すること。また、万一の事故に備えるため必要最低限の傷害保険を掛けること。

⑤ 開催前のお客様対応

- ・フェアに関する問合せや予約キャンセル等のお客様対応は乙が一括して行うこと。
- ・事前入場予約の状況は甲と適宜共有する。伸び悩んでいる場合は打開策を協議し実施すること。
- ・開催前には、申込者にリマインドメールを送信すること。

⑥ 会場との調整

- ・会場の予約申込は甲が契約前に実施する。
- ・契約後、会場設営に伴う会場との調整は乙が実施する。
- ・当事業を催行するために必要な機材設備、備品等を調達すること。
- ・最低限必要な備品は、経費見積書（様式）を参照。追加が必要な場合は、協議の上決定する。
- ・開催後は、速やかに会場使用料等の支払手続きを行うこと。

⑦ 当日運営

- ・当事業を催行するために必要な人員を配置し、準備、運営、撤収等を行うこと。
- ・当日は会場内にイベント本部を設置し、運営管理や各種問合せ対応に当たること。
- ・イベント会場の安全かつ円滑な運営を図り、会場内の警備巡回、来場者の案内・誘導（会場への入退場含む）を行うとともに、各所に適正な人員を配置すること。
- ・なお、必要な人員は10名程度を想定（全体統括者1名、その他、受付・アンケート・カフェエリア等各所に9名）
- ・全体統括者は、各持ち場スタッフへの的確な指示出し・突発対応を実施すること。
- ・アルバイトを雇う場合は、アルバイトへの役割説明や休憩指示等を行うこと。
- ・フェア運営に関わる全ての人員が業務の目的や内容を事前に十分に理解しておくこと。
- ・次回以降のフェア告知用として写真・動画撮影等、フェアの様態を記録すること。

⑧ 参加票及びアンケートの集計

- ・参加票と参加者アンケートの個人情報を紐づけたうえで集計し、エクセルで提出すること。
- ・参加票やアンケートの原本はNo.順に整えて提出すること。

(2) 制作物

① 特設ページ、バナー、デジタルサイネージの制作

- ・提案に基づき、特設ページを、夏・冬それぞれ制作すること。（スマートフォン対応必須）
- ・ターゲット層（20-30代の若手）のユーザビリティを意識したデザイン構成とすること。

- ・冬のデザインは、夏のデザインをベースとし、問題があった部分は改良を加えること。
- ・夏冬それぞれ告知用バナー6種、会場掲示用デジタルサイネージ2種のデータも作成すること。
- ・URL は以下のとおりとする。

(夏) <https://kochi-iju.jp/lp/kurashifair2025s/>

(冬) <https://kochi-iju.jp/lp/kurashifair2025w/>

- ・必要な素材は乙が集め、写真の使用許諾等、必要な調整も乙が行う。
- ・特設ページは、甲が運営する「高知家で暮らす。」サイト内に掲載するものとする。
- ・ページデザインを制作しHTMLファイル及び画像一式を静的なファイルとして納品すること。
- ・サイトへの公開作業はHP運用保守業者が実施するため、公開日の3営業日前に納品すること。
- ・事前入場予約やワークショップ申込フォームは、受付フローを協議の上、作成すること。
- ・フェア終了後、次回開催予告ページに差し替えるため、次回開催日時、今回のフェアの様子(動画や写真等)が入っているページデザインを制作し、HTMLファイルを甲に納品すること。

② チラシ、ポスターの制作

- ・提案に基づき、チラシとポスターを、夏・冬それぞれ1種類制作し、印刷・納品する。
- ・乙はメインビジュアルと構成を提案し、甲乙協議の上で決定すること。
- ・初回協議には、乙の担当者及びデザイナーが同席(オンライン可)すること。
- ・素材は乙が集め、写真の使用許諾等、必要な調整も乙が行うこと。校正は2回程度とする。
- ・開催日時、会場、プログラムのほか、参加するメリットなどの訴求ポイントを掲載すること。
- ・ターゲット層に刺さるビジュアルを意識し、特設ページへのアクセスを促す構成とすること。
- ・データ制作後は速やかにPDF/Aiデータ形式にて提出すること。
- ・冬のデザインは夏のデザインをベースとし、課題があった部分は改良を加えること。
- ・サイズと枚数は、経費見積書(様式)を参照。追加が必要な場合は、協議の上決定すること。

③ 会場内レイアウトの制作

- ・甲が指定するレイアウトを基本とし、どのエリアから見ても見通しがよく、回遊しやすい(ブース訪問に繋がる)工夫を施すこと。
- ・必要な設備・備品の調達や、会場との調整などは乙が行うこと。
- ・基本構成は下記のとおり。なお、詳細な配置については甲乙で十分協議の上決定すること。

内容	詳細／必要設備
記入スペース	<ul style="list-style-type: none"> ・参加票やアンケートを記入するスペース ・受付前やで出口付近に配置 ・テーブル、椅子
受付	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者の入場手続きを行う ・事前予約、当日受付など2列で案内予定 ・バックパネル、テーブル、プリンター
託児スペース	<ul style="list-style-type: none"> ・資格を有する保育士を2名配置。受入人数上限10名程度を想定 ・受付近くが好ましい

	<ul style="list-style-type: none"> ・パーティーション
総合窓口	<ul style="list-style-type: none"> ・各ブースへの積極的な誘導を目的として、甲のスタッフ（高知移住コンシェルジュ）を数名配置。来場者にヒアリングし、目的のブースへ案内する ・ハイテーブル、バックパネル
出展ブース	<ul style="list-style-type: none"> ・34市町村と各産業分野など、約50～60ブースが出展 ・市町村は6つの地域に分けた広域単位^{※1}を1ブロックとして配置 ・バックパネル、テーブル、椅子の島形式
情報収集コーナー① （出展者情報）	<ul style="list-style-type: none"> ・出展者が仕事やイベント等のPR情報を持ち寄り掲示 ・参加者にとっては、出展ブース以外で情報収集ができる場。ブース訪問につながる工夫を図ることが重要。 ★受託者の提案により、掲示物や展開方法を決定する
情報収集コーナー② （住まい情報）	<ul style="list-style-type: none"> ・空き家、住まい情報を掲示 ★受託者の提案により、掲示物や展開方法を決定する
情報収集コーナー③ （地域おこし協力隊）	<ul style="list-style-type: none"> ・地域おこし協力隊の募集情報やポスター等を掲示 ★受託者の提案により、掲示物や展開方法を決定する
セミナースペース	<ul style="list-style-type: none"> ・気軽に参加できる集客ツール。 ・先輩移住者や講師によるトークショーや、コンシェルジュの移住セミナーなど。セミナー後、出展ブースを訪問する流れを想定。 ★受託者の提案により、プログラムを決定する
ワークショップ スペース	<ul style="list-style-type: none"> ・気軽に参加できる集客ツール。 ・高知の暮らしの良さや文化の魅力が自然に伝わるファミリー向けのワークショップを開催 ★受託者の提案により、プログラムを決定する
フリースペース	<ul style="list-style-type: none"> ・ブースが空いていない時や休憩に利用 ・島形式で各所に配置 ・テーブル、椅子
Café コーナー	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者の休憩スペース。PR動画放映 ・出展者提供の無料ドリンク配布（ひとり1杯まで） ・受付、テーブル、モニター
バックヤード・休憩室	<ul style="list-style-type: none"> ・荷物置き場兼スタッフ休憩スペース。飲食なども可 ・テーブル、椅子

※1…高知県を6つの地域に分けた広域単位

- ・ひがしこうち（東洋町、室戸市、奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村、安芸市、芸西村）
- ・高知まんなか（香南市、香美市、南国市、高知市）
- ・土佐れいほく（大豊町、本山町、土佐町、大川村）
- ・仁淀川流域（土佐市、いの町、日高村、佐川町、越知町、仁淀川町）
- ・奥四万十（須崎市、中土佐町、津野町、梶原町、四万十町）
- ・幡多（黒潮町、四万十市、土佐清水市、三原村、大月町、宿毛市）

④ サインパネル、POP等の制作

- ・会場内に必要な掲示物を制作し、印刷・納品する。
- ・夏と冬、東京と大阪で、それぞれ必要数を準備すること。なお、サイン類は流用することで（連日開催の場合は、手持ちで会場に持ち込むなど）コストを抑えるなども検討すること。
- ・パネル等は綺麗で見栄えがよい素材を選ぶこととするが、コストカットも意識すること。
- ・基本制作物は、経費見積書（様式）を参照。追加が必要な場合は、協議の上決定すること。

⑤ 情報収集コーナーの掲示物の制作

- ・提案に基づき、掲示物と展開イメージを作成すること。
（「③会場内レイアウトの制作」に記載の、情報収集コーナー①～③）
- ・掲示物と展開イメージ図を出展者マニュアルに明示し、出展者と共有すること。
- ・掲示物は求人情報、移住者紹介、PR情報など想定。見やすく・わかりやすく・情報を伝えること。
- ・訪れた方の好奇心を掻き立て、ブース訪問に向かうような工夫を施すこと。

⑥ 参加票、アンケート、当日配布資料の制作

- ・参加票、アンケート及び当日配布資料（会場マップ等）を制作すること。
- ・事前予約者の参加票は、申込時の個人情報を印字した参加票を5枚ずつ印刷し、当日受付に準備すること。
- ・なお提案により、QRコード受付アプリや、タブレット端末等を使用した受付及びアンケートを行う提案をした場合は、参加票及び参加者アンケートの印刷は基本的には不要であるが、当日通りがかりの来場者やスマートフォンを持たない方でも、取りこぼしなくスムーズかつ簡単に受付、アンケート回答ができる工夫を取り入れること（手書きの参加票や、アンケート用紙も準備するなど）。

(3) 集客施策

当仕様書、4「集客目標」の達成が見込める集客対策を実施すること。

なお、必須で実施を求めるものは下記のとおり。

また、県が別事業において、当フェアも対象とした年間の情報発信事業を予定しているため、乙が提案する告知方法やスケジュールについて、協議のうえ変更する場合がある。

① ワークショップ及びセミナーの実施

- ・提案により、ファミリー層や20～30代の若者の集客につながるプログラムを実施すること。
- ・プログラムは、契約後、出展者からの希望も踏まえ甲乙が協議の上で決定すること。
- ・提案に求めるポイントは、「企画提案書作成要領」を参照すること。

② 広告プロモーション及び独自提案の実施

- ・提案により、特設サイトの周知、事前予約や当日来場への誘引が図られる効果的なプロモーションを実施すること。
- ・実施内容は、契約後、県の別事業での実施内容も踏まえ甲乙が協議上で決定すること。

- ・新たな広告媒体の活用、民間企業や経済団体のタイアップ、マルシェや展示会との同時開催などを提案する場合は、委託料の範囲内で実施すること。
- ・WEB 広告や SNS 広告を用いる場合は、甲が運用するアカウントを使用し、甲が指定するタグを設定することを基本とする。
- ・素材は乙が集め、写真の使用許諾等、必要な調整も乙が行う。
- ・広告期間は開催日までの 1.5 カ月程度を想定し、デジタル広告の場合は配信開始後も、配信設定やクリエイティブの見直しなどでターゲット層のクリック率を上げる工夫を施すこと。
- ・提案に求めるポイントは、「企画提案書作成要領」を参照すること。

③ チラシ DM の発送

- ・ふるさと回帰支援センター、大阪ふるさと暮らし情報センター会員へのチラシDMの発送費を負担すること。詳細は、経費見積書（様式）を参照。
- ・甲が指定する別のチラシを同封する場合は、チラシ作成の費用は甲が負担する。

6 成果品

成果品として、以下のものを提出すること。

- (1) 当該事業で作成した資料一式
- (2) 甲及び関係機関との協議記録（各協議開催後 3 営業日以内）
- (3) 参加票とアンケート内容の集計結果
 なお、参加票（全項目）とアンケートは開催後 3 営業日以内にエクセルデータで納品すること。その際、ダブルチェックの上データに間違いがないことを確認した上で納品すること。
- (4) フェアの写真等を記録、編集した PR 素材（写真は開催後 1 週間以内、動画は 3 週間以内）
- (5) その他、甲の指示するもの

7 その他

- ・当仕様書に記載の内容について、甲乙協議の上、予算の範囲内で変更する場合がある。
- ・イベント運営の DX 化の提案など、当仕様書の範囲を超える場合は、甲乙協議の上、予算を追加契約する場合がある。
- ・業務の一部を再委託する場合は、再委託先への指示出し・業務進捗等の確認は乙が行うこととする。また甲との連絡窓口は乙とし、責任者を明確にすること。
- ・各種制作物の著作権は甲に帰属するものとする。
- ・会場設営や印刷物等、ミスや漏れのないよう綿密に確認を行うこと。万が一ミスや漏れの発覚した場合は早急に対応し迅速に解決すること。なお、この場合に発生した追加費用は乙が負担するものとする。
- ・その他、夏・冬のフェア開催後、当日の運営やアンケート集計等から改善すべきと思われる点の課題出しや提案を積極的に行い、次回フェアの集客や参加者の満足度アップ、課題解決に向けて尽力すること。