

ふるっぽ 自治体向け営業資料 制作仕様書

オンライン説明用 + 資料請求・配布用

株式会社セルフイル

1. 制作目的

株式会社セルフイルが運営する、ふるさと住民登録ポータル「ふるっぽ」の自治体向け営業資料を制作する。主な営業フローは「お問い合わせ・資料請求 → 資料送付 → オンライン説明 → 契約」を想定する。

今回、用途の異なる以下 2 種類を、共通したデザイン・トーンで制作する。

- ① オンライン説明用資料：Zoom 等で自治体担当者へ説明するためのプレゼンテーション資料。
- ② 資料請求・配布用資料：資料請求への送付、郵送、展示会・営業時の配布等を想定した A4 両面チラシ。

2. 制作物

① オンライン説明用

- 形式：PowerPoint 16:9（Canva 可）
- ページ数：10～12 ページ程度を想定
- 説明時間：15～20 分程度
- 説明者が話すことを前提に、文章量を抑え、サービス画面・図・写真を大きく見せる。

② 資料請求・配布用（A4 両面チラシ）

- 形式：A4 両面（2P）
- 用途：資料請求への送付、DM 同封、展示会・営業時の配布
- 目的：印刷コストを抑えつつ、短時間でサービス概要と導入メリットが伝わり、オンライン説明・問い合わせにつながること

印刷コストを抑えながら、資料請求・DM・展示会・営業時など幅広く活用できる A4 両面チラシとする。

※②は A4 両面チラシで確定。限られた紙面の中で、サービス概要・自治体メリット・料金・導入方法・問い合わせ導線が短時間で伝わる情報設計を希望する。

3. サービスについて

サービス名

「ふるっぽ」 <https://www.furusatojuumin.jp/>

サービス概要

全国の自治体と人をつなぐ「ふるさと住民登録ポータルサイト」。国の「ふるさと住民登録制度」の本格運用を見据え、ユーザーが地域を「知る・興味を持つ・応援する・つながる・関わる」までの入口と継続的な接点をつくることを目的とする。

主な営業対象

全国の都道府県・市区町村。主に地方創生、関係人口、移住・定住、企画政策、地域振興、観光等の担当部署を想定。

4. 今回重視したいこと

一般的な行政資料のように文章や情報を詰め込むのではなく、以下を重視する。

- シンプル・わかりやすい・親しみやすい・信頼感がある
- 1 ページ（1 面）1 メッセージを基本とする
- 一目で内容が理解できる
- 文章を極力少なくし、図・アイコン・サービス画面を活用する
- 自治体向けとしての信頼感を保ちながら、行政資料のように堅くしすぎない
- 「ふるっぽ」の楽しさ・親しみやすさを感じられる
- ①②でデザインルール・トーン＆マナーを統一する

現在の営業資料は 16 ページあり、代表者の自己紹介・自治体職員時代の実績等が前半に多い。新版では「代表者の実績を説明する資料」ではなく、「ふるっぽの価値を短時間で伝える営業資料」へ再構成する。

5. オンライン説明用資料の構成案

下記は弊社が考える一例であり、より訴求効果の高い構成もご提案いただければ幸いです。

P	ページ	掲載内容
1	表紙	ロゴ、サービス画面、キャッチコピー。
2	株式会社セルフイルについて	会社概要＋代表プロフィールを簡潔に。現在の自己紹介・実績部分を1Pに集約。
3	自治体の課題	「どう知ってもらおう?」「どう登録につなげる?」「どう関係を続ける?」を3点程度で視覚化。
4	ふるっぽとは?	「そこで、ふるっぽ。」からサービス概要をシンプルに提示。
5	ふるっぽでできること	主要機能を一覧・全体図で表現。
6	出会いから関係づくりまで	知る→興味を持つ→応援する→つながる→関わる、を図解。
7	自治体向け機能	自治体ページ、情報発信、記事、イベント等。
8	ユーザー向け機能	検索、ふるさとサーチ、フォロー、推しふる、住民証等。
9	特徴・ポジション	国のサービス、自治体HP、移住・観光サイト等との役割の違い。
10	導入・活用イメージ	認知→興味→フォロー→来訪・参加→継続的な関係。
11	無料・有料プラン／料金	無料・有料の違いを短時間で理解できる比較。
12	導入までの流れ・CTA	相談→庁内検討→申込→制作→公開・運用。問い合わせ先・QR等。

6. 資料請求・配布用（A4 両面チラシ）の構成案

オンライン説明用の内容をそのまま縮小するのではなく、「担当者が短時間で概要を理解し、次のアクションにつながる」ことを優先する。

A4 両面チラシ

- 表面：キャッチコピー／ふるっぽとは／自治体の課題／サービス全体像
- 裏面：主な機能／自治体メリット／無料・有料の違い・料金／導入の流れ／問い合わせ・QR

情報を絞り、資料請求・DM・展示会等で『まず知ってもらおう』ことを重視する。

7. 重要ページ・メッセージ

自治体の課題

制度そのものを長く説明するのではなく、自治体が制度を実際の関係人口づくりにどう活かすか、という課題から入る。

ふるさと住民登録、「登録してもらおう」だけになっていませんか？

- 知ってもらおう：全国の人に地域をどう見つけてもらう？
- つながってもらおう：地域への興味・関心をどう育てる？
- 関係を続ける：登録後もどうつながり続ける？

ふるっぽとは？

「そこで、ふるっぽ。」→「全国の自治体と人をつなぐ ふるさと住民登録ポータル」という流れで、サービス画面を大きく見せる。

出会いから関係づくりまで

知る → 興味を持つ → 応援する → つながる → 地域と関わる、というユーザー体験を一つの図として表現する。

ふるっぽのポジション

競合との優劣ではなく役割の違いを示す。国のサービス＝制度・登録、自治体公式サイト＝行政・地域情報、移住／観光サイト＝移住・来訪情報、ふるっぽ＝地域との出会いから継続的な関係づくり。

「既存の仕組みをつなぎ、地域との関係を育てる入口」というポジショニングを表現する。

8. デザインの方向性

- 親しみやすい × シンプル × 明るい × 信頼感
- サービスカラー、Web 画面、イラスト等を活用
- 現在の資料より余白を増やし、情報密度を下げ、洗練された印象にする
- 自治体担当者が見て「ちょっと面白そう」「説明を聞いてみたい」と感じられるデザイン
- A4 両面チラシとオンライン資料で、フォント・配色・図解・アイコン等のデザインシステムを統一

9. 提供可能な素材

- 現在の営業資料（16P）
- ふるっぽロゴ／株式会社セルフフィル ロゴ
- サービス画面キャプチャ
- Web サイト
- 代表者写真
- 会社情報
- 料金・プラン情報
- 掲載文章
- 必要に応じて写真素材等

現在の営業資料の内容・素材は再利用可能だが、現在のレイアウトを踏襲する必要はない。

10. 納品形式

① オンライン説明用

- PowerPoint（16:9）（Canva 可）

② 資料請求・配布用（A4 両面チラシ）

- A4 両面チラシ
- 弊社で編集可能な元データ（PowerPoint、Cnanva、Illustrator 等。使用ソフトは事前相談）

料金、導入実績、機能等は今後変更されるため、納品後に弊社側で文章・数字・画像等を修正できる形式を希望する。

11. 応募・見積時に確認したいこと

- 営業資料／サービス紹介資料の制作実績
- 自治体・行政・BtoG 関連の制作実績（あれば）
- ポートフォリオ
- ①オンライン説明用＋②A4 両面チラシの制作費
- 制作期間（※早期希望）
- 修正可能回数

「情報を整理して、短時間で理解できる営業資料にする」ことが得意な方を希望する。