

令和6年度ふくしまファンクラブを活用した 情報発信及び関係人口創出・拡大事業業務委託 仕様書（案）

1 委託業務名

令和6年度ふくしまファンクラブを活用した情報発信及び関係人口創出・拡大事業業務委託

2 目的

この仕様書は、福島県（以下「甲」という。）が受託業者（以下「乙」という。）に委託する「令和6年度ふくしまファンクラブを活用した情報発信及び関係人口創出・拡大事業業務」（以下「本業務」という。）を円滑かつ効果的に実施するため、必要な事項を定めることを目的とする。

3 事業実施の趣旨

甲が平成19年度（2007年度）から運営している「ふくしまファンクラブ」を活用し、福島県に愛着や関心を持つ人々に対して福島県の魅力や暮らし等の情報を発信するとともに、会員参画型のイベントの実施等による関係人口の創出・拡大及び本県への移住・定住の促進を目的とする。

4 委託期間

委託契約締結の日から令和7年3月31日（月）まで

5 委託業務の概要

（1）情報発信

- ①SNSを活用した情報発信
- ②Instagram投稿キャンペーンの企画・実施
- ③メールマガジン制作、配信
- ④出展用資材等の作成

（2）会員参画型交流イベント

- （3）ふくしまファンクラブ協賛店（以下「協賛店」という。）情報管理・協賛店拡充
- （4）ふくしまファンクラブ会員（以下、「会員」という。）情報管理・会員拡大
- （5）会員2万人達成キャンペーンの実施

6 委託業務の内容詳細

（1）情報発信

①SNSを活用した情報発信

ア ふくしまファンクラブの認知度向上と福島の魅力発信のため、ふくしまファンクラブ公式

SNS アカウント（フェイスブック及びインスタグラム）を活用した福島県ゆかりの「ヒト・モノ・コト」※に関する情報発信の手法を提案すること。主なターゲットは、首都圏在住の20～40代とする。

※福島県ゆかりの「ヒト・モノ・コト」

- ・福島で地域づくりに関わるキーパーソンの紹介
- ・県産品（農林水産物、加工品、伝統工芸品等）の情報
（特に県外の会員が購入しやすいオンラインストアやふるさと納税等の情報を含めて発信すること。）
- ・会員が参加できる本県ゆかりのイベント情報
- ・観光名所及び観光施設等の紹介
- ・本県への移住・定住及び二地域居住の促進につながる情報
- ・各種サービスを提供する協賛店の紹介

イ ふくしまファンクラブ公式 SNS アカウントを管理し、投稿内容の企画、取材、原稿作成、更新等を行うこと。

ウ インスタグラム投稿キャンペーンや特定のハッシュタグ、WEB フォーム等を活用することで、会員やフォロワーから広く投稿素材を募集しリポスト投稿をする等、一方向の発信だけでなく、会員やフォロワー参画型の発信をすること。

※参考例

- ・例① 宮城県企画部地域振興課公式インスタグラム「私らしく、だから宮城県」

https://www.instagram.com/miyagi_iju_official/

- ・例② 長野県観光公式インスタグラム「Go NAGANO」

https://www.instagram.com/nagano_japan/

エ 情報を発信する上記項目をどのようなバランスで、週何回以上発信できるかなど、具体的に提案すること。

オ 画像及び掲載文等の投稿内容について、イメージを2案以上提案すること。

カ 上記に加えて、インスタグラムでは、さらなるフォロワー数の増加に向け動画を作成しリール機能を活用した投稿を年10回以上行うこと。

キ 動画の投稿内容について、発信内容及びイメージを提案すること。

※動画の内容例

- ・観光名所や施設の紹介
- ・豊かな自然を活かした生活環境の紹介
- ・県産品（農林水産物、加工品、伝統工芸品等）の紹介
- ・地域づくりのキーパーソンや移住者へのインタビュー
- ・会員参画型交流イベントやイベント出展時の様子

・協賛店の紹介

ク その他、甲の指示により、県関連イベント等の告知情報を掲載すること。

②Instagram投稿キャンペーンの企画・広報・実施

〈企画〉

ア 会員が福島の魅力を見直し、関係性をさらに深めるため、Instagramを活用した投稿キャンペーンを提案すること。

イ 企画、実施にあたってはInstagram公式ガイドラインを遵守すること。

ウ 投稿キャンペーンの実施回数は年2回以上とし、各回異なるテーマを設定すること。

エ 実施に係るスケジュール、具体的な実施手法を提案すること。

オ 投稿数及びフォロワー数の増加に向けた仕掛けを提案すること。

カ 投稿に設定するハッシュタグは、効果的と考えられる単語等を提案すること。

〈広報〉

キ 投稿キャンペーンを広く周知するための広報手法を提案すること。

ク 乙で実施する広報の他、甲が所有する媒体での広報に必要な素材を作成、納品すること。

(甲が所有する広報媒体)

Instagram、LINE (公式アカウント)、ホームページ、

SMOUT ((株) カヤックのサービス) (<https://smout.jp/>)

ケ 実際に活用する広報媒体等については、甲と協議の上決定する。

〈実施〉

コ キャンペーン実施に係る投稿数の目標は各回800以上、投稿アカウント数の目標は各回100程度とする。

サ キャンペーンの実施期間は目標投稿数を達成できる期間を提案すること。

シ 投稿に関する取扱い等を定めたキャンペーンの実施要領を作成すること。

ス 甲と協議の上決定したスケジュールにしたがって、投稿キャンペーンを実施すること。

セ 実施期間中の投稿数や効果等について、随時甲と情報共有のうえ、必要に応じて修正等を行いながら実施すること。

ソ キャンペーン参加者の投稿は、公式 SNS アカウントの投稿素材としての活用やリポストを行うなど、有効に活用すること。

タ 投稿キャンペーンの終了後、実施結果(対象となる投稿数及びアカウント数など)及び効果について報告書をまとめて実施後2週間以内に甲に提出すること。

③メールマガジン制作・配信

ア 会員と福島県との関係性の深化に向けて、ふくしまファンクラブ関連イベントや協賛店の紹介等に関する情報発信の手法を提案すること。

イ 年6回以上メールマガジンを配信することとし、その企画、取材、原稿作成を行うこと。配

信は甲もしくは乙が行う。

ウ その他、甲の指示により、必要に応じてメールマガジンを作成すること。

エ 掲載文等の投稿内容についてイメージを提案すること。

④出展用資材等の作成

主に（４）会員情報管理・会員拡大におけるイベント出展に使用する資材等として、必要に応じて印刷物及び物品等を製作すること。

（２）会員参画型交流イベント

- ・会員と地域との双方向のやりとりにより継続した関係性を構築することを目的に、福島県の魅力を会員が実際に体験し、主体的に本県と関わることに繋がるイベント等を企画し、ねらいや仕組み、実施手法を提案すること。
- ・参画する会員の主なターゲットは20代から40代の首都圏在住者とする。
- ・参画する会員の上限数はイベントの規模や内容により提案することとし、甲と協議の上、決定する。ただし、最低でも15名以上に設定すること。
- ・イベントの実施場所は福島県内で2回以上、福島県外で1回以上設定すること。
- ・イベントは、新たに受託事業者が企画し実施するものであること。
※ただし、参加者の交通費及び宿泊費は委託料の対象から除く。
- ・イベント実施回数は3回以上とする。
- ・イベントの内容及び回数、会員の関わり方、実施後に参加者が継続的に関わる仕組みについて具体的に提案すること。
- ・イベント終了後、当日の様子をSNS、WEBメディア等で発信すること。

※イベント内容例

- ・例① 福島県での地域フィールドワーク
関わり方： ツアー中に発見した福島の魅力をも SNS 投稿（魅力発信）
- ・例② 首都圏在住の会員と県内在住の会員による福島に関する交流会
関わり方： 首都圏在住の会員と県内在住の会員間でつながりを作り、首都圏在住者と福島県との関係を構築
- ・例③ 福島県での農作物の収穫体験
関わり方： 収穫した農作物を活用したアイデア料理を考案

（３）協賛店情報管理・協賛店拡充

- ・協賛店の拡充や適正な管理に向けて、拡充の方法や管理体制等を提案すること。
- ・協賛店情報を管理し、情報収集や協賛店からの問い合わせに対応すること。
- ・メールマガジン掲載や SNS 情報発信等のための取材を実施すること。

- ・協賛店を新規追加（福島県内、首都圏を中心に20店以上）すること。
- ・協賛店の新規加入申込があった場合、窓口対応を担い、Fukurumカード推進協議会と連携のうえ、専用ホームページで周知すること。

（４）会員情報管理・会員拡大

〈会員情報管理〉

- ・会員情報の適正な管理に向けて、管理体制等を提案すること。
- ・新規入会者に対しては、入会セット一式（添書、会員証等）を封入・発送すること。

※新規入会者数の目安

令和4年度新規入会者数：665名、令和5年度新規入会者数：約800名

- ・会員証の再発行等、必要に応じて発送を行うこと。
- ・発送経費は全て委託料に含めること。
- ・その他、会員情報の更新等について、甲と相談の上実施すること。

〈会員拡大〉

- ・首都圏在住の20～40代をターゲットに首都圏でのイベントにおいて、ふくしまファンクラブブースの出展・運営全般、ファンクラブのPR及び会員勧誘活動を行うこと。
- ・出展日数は計3日以上とすること。
- ・委託期間中に、350名以上の新規会員を獲得すること。
- ・イベント出展の他にも、WEB 公告等を活用し新規会員拡大を図ること。
- ・イベント出展後は、福島県ふくしまぐらし推進課（県本庁舎5階）に作業員を派遣し、甲が貸与するふくしまファンクラブ会員情報管理システム専用パソコンを使用して、会員情報の新規追加等の処理を行うこと。

（５）会員2万人達成キャンペーンの実施

- ・ファンクラブ会員2万人達成後3ヶ月以内に、ファンクラブのさらなる認知度向上と、協賛店のこれまでの協力に感謝を伝えることを目的にキャンペーンを実施すること。

（令和6年2月13日時点会員数：19,480名、2万人達成見込み：令和6年5月頃）

- ・キャンペーンは、協賛店が参画する企画を提案すること。
- ・キャンペーンを実施していることを広く周知するための広報を実施すること。

※キャンペーン内容例

- ・例① 抽選で会員に協賛店の食事券や商品をプレゼント
- ・例② 協賛店でスタンプラリーを実施
- ・例③ 協賛店において会員限定商品の販売

7 実施体制・業務主任等

- (1) 乙は、本委託業務を迅速かつ円滑に履行するための実施体制を整えること。
- (2) 乙は、本委託業務全体に関して主として指揮・監督を行う業務主任者を定め、甲との協議や打ち合わせ等に出席させるものとする。
- (3) 乙は、各事業実施における主たる責任者を定め、甲の担当者との緊密な連絡と十分な打ち合わせを行うこと。

8 委託料に含まれる経費

委託料には、委託事業の実施に係る一切の費用を含むものとする。ただし、本事業の実施における甲の職員の旅費及び甲が行う広報経費、イベントにおける参加者の交通費や宿泊費等は除く。

9 成果物

成果物は次のとおりとする。なお、本業務により収集したデータ、写真、文書等の著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第21条から28条に定める全ての権利を含む）は甲に帰属するものとする。

(1) 実績報告書

本業務の実施内容を記載した実績報告書を2部作成し、A4サイズで提出すること。

(2) その他、甲が必要と認める資料

10 仕様の変更等

(1) 仕様の変更

乙がやむを得ない事情により本仕様書の変更を必要とする場合には、あらかじめ甲と協議し、乙はすみやかに甲に申し出たうえで甲の承認を得ること。

(2) 業務内容の数量未達の場合の対応

委託業務の内容のうち、仕様上の回数等の数量に満たないことが明らかになった場合には、甲と乙が協議の上、同等の内容、活動に変更する、又は委託料の減額を行うものとする。

11 その他

- (1) 乙は本事業に関わる責任者及び担当者について、書面にて甲に報告すること。
- (2) 委託費の支払事由と同一の事由により支払要件を満たすこととなる県等の交付金、補助金、助成金等との併給はできないこと。
- (3) 本業務の実施に当たり、行政庁に届出等が必要な場合には、遺漏なく適切に行うこと。
- (4) 乙は本業務を実施するために必要な甲との打合せを随時実施すること。
- (5) 本仕様書に記載されていない事項又は本仕様書の記載内容に疑義が生じた場合は、必要に応じ

て甲と乙が協議して定めること。

(6) 本業務の実施に当たっての作業方法及び進行状況について、甲に適宜報告すること。

(7) 本委託業務により製作される成果物の著作権は甲に譲渡するものとし、成果品の構成素材（写真やイラスト等）については、甲が二次的著作物を作成し、利用することができるものとする。