

令和6年度「ディスカバーふくしま in TOKYO」人流促進事業 業務委託仕様書（案）

1 事業の目的

東日本大震災・原子力災害以降、本県では復興に向けて、食・観光・文化をはじめ福島ならではの魅力や、復興へと歩む人たちの想い等を発信してきたが、震災から13年が経過した現在においても、依然として風評・風化の問題が残っている。

一方で、震災以降、全国各地で福島県のために消費等の行動を起こすファンや関係人口の存在も認知できるようになった。ALPS 処理水海洋放出の際も同様であったが、ファンという存在は、ネガティブな側面があっても、行動を継続し、応援の動きを支えることから、風評・風化対策として重要なものであると考えられる。

このため、国内最大の都市圏である東京において、ふくしまファン等にあらためて福島県のコンテンツに触れてもらい、さらなるコミットメントを促すとともに、新規のふくしまファンの獲得を目指していく。

2 業務委託の内容

福島県東京事務所のホームページで連載している「ディスカバーふくしま in TOKYO」をもとに、首都圏のふくしまファン等を対象に、東京にある福島県ゆかりのスポットを回遊してもらい、福島県のコンテンツに触れることができるよう人流を促進する。

なお、「ディスカバーふくしま in TOKYO」は、ゆかりスポットを通じて、東京と福島のつながりを再発見する企画である。

【URL : <http://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/01410a/fukushima-tokyo.html>】

(1) 福島県ゆかりスポットのマップ作成

「ディスカバーふくしま in TOKYO」をもとに、東京にある福島県ゆかりスポットが一覧できるマップを作成すること。また、作成したマップは後述のスタンプラリー周知等の情報発信に活用すること。

なお、「ディスカバーふくしま in TOKYO」の記事は、県職員が作成・更新する。

(2) デジタルスタンプラリーの実施・運営

スマートフォンのアプリ等を活用して、ゆかりスポットを巡るデジタルスタンプラリーを実施・運営する。

ア デジタルスタンプラリーの実施・運営

- ・実施時期の想定は、9～11月頃の約3ヶ月間。
- ・スタンプラリーのスポットは10ヶ所程度。
- ・スマートフォンのアプリ等を活用すること。
- ・スタンプラリーにあたって、専用サイトを設置・運営すること。
- ・スタンプラリーのリーフレット等を作成すること。
- ・スタンプラリー終了後、事業効果を検証すること。

イ 景品の提案・発送

- ・巡ったスポット数に準じた複数の景品を提案すること。
- ・ふくしまファンの満足度が高いと思われる景品を提案すること。
- ・スタンプラリーの実施時には、景品を準備し、発送まで行うこと。

ウ 福島県のコンテンツへのアクセス

スタンプラリーの回遊に合わせて、東京にある福島県のコンテンツ（飲食店、販売店等）への人流を促すこと。また、ゆかりスポットに関連する県内のスポットを紹介して効果の波及に努めること（例：「上野の野口英世像」に合わせて、「猪苗代町の野口英世記念館」を紹介する等）。

エ 効果的なスタンプラリー周知

専用サイト、リーフレットの活用や媒体での告知等により、首都圏のふくしまファンに効果的にスタンプラリーを周知すること。

(3) その他

上記の他、目的達成に効果的な取組を独自に提案して実施すること。