

令和2年度ふくしまファンクラブを活用した 交流・関係人口拡大及び風評・風化対策業務委託 仕様書

第1 委託業務名

令和2年度ふくしまファンクラブを活用した交流・関係人口拡大及び風評・風化対策業務

第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2年度ふくしまファンクラブを活用した交流・関係人口拡大及び風評・風化対策業務」（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。

第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、福島県に愛着や興味を持つ人々に対する情報発信、誘導策等を展開することで、交流・関係人口の拡大を図るとともに、風評の払拭及び風化の防止を図る。

第4 委託期間

委託契約締結の日から令和3年3月26日（金）まで

第5 委託業務の項目

- (1) 会報発行 (2) メールマガジン配信 (3) SNS活用 (4) 交流会開催
(5) イベント出展 (6) 協賛店管理・拡充 (7) 会員情報管理 (8) アンケート調査

第6 業務内容詳細

(1) 会報発行

①会報製作

- ・ サイズ A4
- ・ 用紙の種類 提案による
- ・ ページ数 8ページ
- ・ 色数 4色
- ・ 製本 中針金綴じ
- ・ 納期 年間4回（概ね6月、9月、12月、3月）に発行。
- ・ 製作数量 各回「会報発送数+200」部

※会員数及び発送数により変動する。想定は8,500部程度。

- ・ 製作内容

(全体)

- 企画、取材、編集、デザイン、校正、印刷等の一切の製作工程を行うこと。
- 掲載内容（企画）については、甲と十分な協議を重ねること。
- 文字サイズや色使いを工夫し、幅広い年齢層の者にとって読みやすいこと。
- 会報タイトルには題字「ふくしまファンクラブ」を使用すること。

(交流人口の拡大に向けて)

- ファンクラブ会員の大部分は、福島県外（主に首都圏）在住で福島県を訪れたことのあるリピーターであることを意識し、再度福島県を訪れたいような工夫を行うこと。
- 令和2年度に本県がNHKの連続テレビ小説の舞台になるとともに東京2020オリンピック・パラリンピックの野球・ソフトボールの競技会場となることから、これらの内容を取り上げること。
- 教育旅行復興の視点から、子ども向けの場所に関する情報を取り上げること。
- 県産品（農林水産物、加工品、伝統工芸品等）やその購入方法等の情報を取り上げること。

(関係人口の拡大に向けて)

- ファンクラブ会員が福島県と継続的かつ多様なつながりを持つ機会・きっかけ（関係人口）となるような工夫を行うこと。
- 本県への移住・定住・二地域居住推進につながる情報を取り上げること。
- 「福島県外在住で、福島県と継続的に関わる取組を行っている人・団体等」を取り上げること。

(風評・風化対策に向けて)

- 「福島県の復興や交流拡大に尽力する人・団体等」を取り上げること。
- その他、本県の現状や復興の取組を伝えること。

②封筒製作

- ・ サイズ 角型2号
- ・ 製作数量 40,000部
- ・ 発送元情報として、「ふくしまファンクラブ事務局」問い合わせ先情報を記載すること。

③封入・封かん

- ・ 発注者が提供する資料やチラシを同封すること。
- ・ 発注者が作成した資料（添書等）については、必要数印刷し準備すること。
- ・ 「福島県外のみ同封」や「首都圏のみ同封」など特定の都道府県を区別する対応にも

応じること。

- ・ 発送対象（会員、協賛店、その他等）によって使用する添書は異なる。また、送付内容も異なる。
- ・ 想定される同封物及び数量は、添書（A4）1点、チラシ・パンフレット2～3点

④会報発送

- ・ 発送対象（(ア)～(ウ)の総数）
（ア）ふくしまファンクラブ一般会員のうち発送可能者
※会員の増減により変動する。
（過去4回の実績）令和元年6月：7,903人／令和元年9月：7,841人／
令和元年11月：7,825人／令和元年3月：7,827人
（イ）ふくしまファンクラブ協賛店 約340件
（ウ）その他（県外事務所、ふくしまふるさと暮らし推進協議会構成員、福島県アンテナショップ等）約80件
- ・ 発送方法 住所変更があった場合も追跡配送できる手法

⑤データ納品

- ・ 各回会報誌の電子データ（PDF版）を納品（用途：ホームページ掲載用。ウェブブック含む）

（2）メールマガジン配信

- ・ 月1回（計12回）、月末頃に定期メールマガジンを配信するため、その企画、取材、原稿作成を行うこと。配信は発注者が行う。
- ・ 製作内容は毎回、イベント情報3件以上、特産品情報1件以上、観光情報1件以上を掲載し、上述「（1）会報発行 ①会報製作」の「製作内容」と同様に、（交流人口の拡大に向けて）、（関係人口の拡大に向けて）及び（風評・風化対策に向けて）に即した内容とすること。
- ・ その他、発注者の指示により、必要に応じてメールマガジンを作成すること。

（3）SNS活用

- ・ ファンクラブ公式SNSアカウントの運営（（企画、取材、原稿作成、更新等）
 - Facebook及びInstagramの公式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。
 - 上述「（1）会報発行 ①会報製作」の「製作内容」と同様に、（交流人口の拡大に向けて）、（関係人口の拡大に向けて）及び（風評・風化対策に向けて）に即した内容とすること。

- SNSアカウントのフォロワーを増やす取組を行うこと。
 - 更新頻度：週2回以上、うち1回は協賛店を紹介すること。
 - その他SNSの活用で有効なものがあれば企画提案し実施すること。
 - ・ SNSを活用した会員による情報発信促進
 - 会員同士の交流を活性化させるとともに、会員に限らず本県を応援して下さる方を増やし、共感の輪を広げるため、SNSを活用した会員自らが主体的に情報発信できる仕組・運営方法を企画提案し実施すること。
 - 企画内容については、年間を通して会員が継続的に福島県の情報を発信できるものとする。
 - 企画内容の実施結果を詳細に分析できる体制を整えること。(SNS分析ツールの導入等)
- (令和元年度の実施例：「Instagram ハッシュタグ投稿キャンペーン」)
- ✧ 応募条件は、ハッシュタグと会員番号の入力、及び「#ふくしまファンクラブ」のフォロー。優秀な投稿を選定して県産品をプレゼント。
 - ✧ キャンペーン期間は1回あたり2～3ヶ月とし、2回実施。
 - ✧ キャンペーン結果の集計・分析のため、Instagram 専用分析ツールを導入。
 - 上記企画の実施に合わせた新規会員獲得のための効果的なインターネット(SNS)広告を提案し、実施すること。(新規会員獲得数200名以上)
 - 上記イベント及びインターネット広告については、効果の検証(会員アンケート、情報発信回数、イベント参加者の属性、SNSにおけるエンゲージメント、広告による新規入会者の数・属性等)も行うこと。

(4) 交流会開催

- ・ 会員の顔の見える交流により、福島の景色や味等を目の前にした驚きや共感の輪を広げ、口コミの促進やファンクラブ自体の盛り上げにつなげるため、会員を対象とする交流会を開催すること。
- ・ 各交流会のテーマや開催場所、ゲストは提案による。(発注者との協議を含む)
- ・ 交流会開催回数：年2回以上(県内ツアー1回以上、首都圏1回以上)

(5) イベント出展

- ・ 首都圏等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・運営全般及びファンクラブのPR、会員勧誘活動を行うこと。
- ・ 出展日数は計14日以上(月1回ペース)とすること。
- ・ 必要に応じて出展用資材(印刷物及び物品等)を製作すること。

- ・ 甲から貸与する出展用資材を保管すること。

(6) 協賛店管理・拡充

- ・ 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。
- ・ 会報やメールマガジン掲載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。
- ・ 協賛店の新規追加にあたっては、Fukurum カード推進協議会との協力を図ること。
- ・ 共通協賛店ガイドブックを最新の内容に更新し、増刷すること。
 - 印刷部数 1,000部

(7) 会員情報管理

- ・ 週1回程度、福島県地域振興課（県本庁舎5階）に作業員を派遣し、県が貸与するファンクラブ会員情報管理システム（スタンドアロンPC）において、契約終了日までの、会員情報の新規追加、変更、退会の処理を行うこと。
- ・ 新規入会者に対しては、入会セット一式（添書、会報、会員証、リーフレット、ノベルティ等）を封入・発送すること。（令和元年度新規入会者数：約700名）
- ・ 新規入会者用のノベルティとして、「赤べこキーホルダー」（仕様は甲と別途協議）を1,000個制作すること
- ・ その他、会員証の再発行等、必要に応じて発送を行うこと。なお、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、地域振興課と相談の上実施する。

(8) アンケート調査

- ・ 会報、メールマガジン、SNS等による効果を測定するため、年1回、一般会員及びメール会員（約12,000名）を対象とし、それぞれ12月頃に発行する会報やメールマガジン等でアンケート調査を行うこと。（質問項目等は甲との協議による。）
- ・ 効率的な調査・分析のため、Webアンケートシステムを構築すること。
- ・ プレゼント、臨時メールマガジン、SNS公式アカウント等を活用して回収率を上げる工夫を行うこと。（回答数目標：2,000名以上）
- ・ アンケート結果の集計（会員属性毎のクロス集計含む）、分析を行うこと。

第7 成果物及び提出書類

- ① 着手届・完了届（指定様式）
- ② 事業実績報告書

- ③ 当該委託業務で作成した印刷物、広報物及び製作物
- ④ その他発注者が必要と認める書類

第8 留意事項

(1) 業務体制

ア 本事業に関わる責任者及び担当者については、事業開始前に書面にて報告すること。

なお、本業務の趣旨・内容を十分に理解し、かつ、業務遂行に必要な知識・能力・経験を有する要員を配置すること。

イ 工程管理を適切に行うこと。甲と定期的に打合せを重ね、無理のないスケジュールで実施できるよう努めること。

特に印刷原稿完成後、できる限り速やかに会員のもとへ送付できるように努めること。

ウ 仕様に定めのない事項、疑義が生じたときは、双方協議の上決定するものとする。ただし、明示のない事項にあっても、社会通念上当然必要と考えられるものについては、本業務に含まれるものとする。

(2) 著作権

ア 委託業務の実施に伴う著作権の権利は、原則、甲側に帰属するものとする。

イ 印刷物、看板、サイン等において使用される素材等において、他者の著作権その他の権利が及ぶものの使用は可能な限り避けること。

また、これらについて、使用する際には、権利者より事前に二次使用を含めた使用の許諾及び事後において権利の主張を行わない旨の許諾を得るものとする。