

## 第23回福島県知事選挙等啓発委託事業仕様書

### 1 事業目的

第23回福島県知事選挙(令和8年10月8日(木)告示、10月25日(日)投票)及び福島県議会議員補欠選挙(以下、それぞれ「知事選」、「県議補選」という。)の投票日及び投票環境等について周知するとともに投票参加を呼びかけることを目的とする。

### 2 全体コンセプト

- (1) 次の視点を意識した効果的かつ創意工夫された企画の提案であること。
  - ① 投票率が低い傾向にある若年層(10代、20代、30代の有権者。以下「若者」という。)を中心としながらも幅広い年代の有権者の投票行動に結びつく視点。
  - ② 今回の知事選は、震災・原発事故から15年、県政150周年という節目の年に行われる県の将来にとって重要な意味を持つ選挙である視点。
  - ③ 近年は、SNSの利用が若者のみならず幅広い世代に急速に普及し、戦略的な発信によっては、大きな周知効果が得られる視点。
- (2) 情報発信で使用する媒体、手法の特性を十分に活用し、インパクトがあり人目を引くものであること。
- (3) 事業内容(下記4)各項目の情報発信等におけるデザイン、コンセプトに統一性があり、相乗効果を生み出せるものであること。

### 3 企画・制作上の条件

- (1) 確実に実施可能な企画提案であること。使用できないデザイン・イラスト等を企画提案書に含めることは認めない。
- (2) 候補者の氏名及び政党名を連想させるようなものでないこと。
- (3) 性差別的な内容でないこと、男女共同参画社会を考慮した内容であること。
- (4) 福島県選挙管理委員会(以下「県選管」という。)と十分に協議の上、企画及び制作に着手し、完成後は、直ちにその検収を受けること。
- (5) 本事業において企画、制作されたものの著作権は、県選管に帰属する。

### 4 事業内容

#### (1) テレビスポットCMの企画・制作・放送

- ① テレビスポットCMの企画・制作
  - ア 15秒スポットCM
  - イ ナレーションは、「投票日4日前まで」、「投票日3日前から投票日前日まで」、「投票日当日」用の3種類を作成すること。
- ② テレビスポットCMの放送
  - ア 放送局(民放4局)  
福島テレビ、福島中央テレビ、福島放送、テレビユー福島
  - イ 放送回数(総数)  
20回×4局=80回  
※ 各局20回を最小限とし、契約額の範囲内で上回ることも認める。
  - ウ 放送期間及び回数(放送時間帯)[1局当たり]
    - (ア) 期間  
令和8年10月16日(金)から10月25日(日)[投票日含む前10日間]

(イ) 回数(放送時間帯)

A タイム 10回

特Bタイム 5回(出来る限り、18:00~19:00の時間帯に放送)

B タイム 5回(出来る限り、7:00~9:00、23:00~24:00の時間帯に放送)

【放送時間帯の区分】※ 放送時間帯は目安

A タイム 19:00~23:00

特Bタイム 12:00~14:00、18:00~19:00

B タイム 7:00~9:00、14:00~15:00、17:00~18:00、23:00~24:00

(ウ) 備考

1日当たり2回の放送とし、投票日当日は午前中までの放送とすること。

③ 企画・制作上の条件

ア 音声なしでも内容がわかるようにテロップ等を入れること。

イ 不在者投票制度及び期日前投票制度の周知を含む内容とすること(テロップ可)。

ウ 県選管ホームページの案内を含む内容とすること(テロップ可)。

エ アニメーション等を用いることも可能とする。

④ 納品等

県選管の検収後、CMの動画データを納品すること。

⑤ 履行確認

令和8年11月27日(金)まで、放送が適切に履行されたかを確認できる書面(放送確認書)を提出すること。

**(2) ラジospottCMの企画・制作**

① ラジospottCMの企画、制作

ア 30秒spottCM

イ ナレーションは、「投票日4日前まで」、「投票日3日前から投票日前日まで」、「投票日当日」用の3種類を作成すること。

② 企画・制作上の条件

ア 不在者投票制度及び期日前投票制度の周知を含む内容とすること。

イ 県選管ホームページの案内を含む内容とすること。

③ 納品等

県選管の検収後、音声データを納品すること。

**(3) ラジオ福島及びふくしまFMでのラジospottCMの放送**

① 放送局

ラジオ福島、ふくしまFM

② 放送回数(総数)

20回×2局=40回

※ 各局20回を最小限とし、契約額の範囲内で上回ることも認める。

③ 放送期間及び回数(放送時間帯)[1局当たり]

ア 期間

令和8年10月16日(金)から10月25日(日)[投票日含む前10日間]

イ 放送時間帯及び回数(1局当たり)

特Aタイム 10回

A タイム 10回

【放送時間帯の区分】※ 放送時間帯は目安

特Aタイム 7:00～9:00、11:00～12:00、17:00～19:00

Aタイム 6:00～7:00、9:00～11:00、12:00～17:00、19:00～24:00

ウ 備考

1日当たり2回の放送とし、投票日当日は午前中までの放送とすること。

④ 放送内容

上記4(2)で制作したラジオスポットCM

⑤ 履行確認

令和8年11月27日(金)まで、放送が適切に履行されたかを確認できる書面(放送確認書)を提出すること。

**(4) ラジオ福島、ふくしまFM以外の県内ラジオ局でのラジオスポットCMの放送**

① 放送局

ア FM POCO (福島コミュニティ放送)

イ FM Mot.com (Mot.comもとみや)

ウ KOCOラジ (郡山コミュニティ放送)

エ ULTRA FM (こぶろ須賀川)

オ FM愛'S (エフエム会津)

カ FMきたかた (喜多方シティエフエム)

キ SEA WAVE FMいわき (いわき市民コミュニティ放送)

② 放送回数(総数)

20回×7局=140回

※ 各局20回を最小限とし、契約額の範囲内で上回ることも認める。

③ 放送期間及び時間帯

ア 期間

令和8年10月16日(金)から10月25日(日)[投票日含む前10日間]

イ 放送時間帯

17:00～20:00

ウ 備考

1日当たり2回の放送とし、投票日当日は午前中までの放送とすること。

④ 放送内容

上記4(2)で作成したラジオスポットCM

※ CMの長さを各放送局の時間尺に合わせて調整すること。

⑤ 履行確認

令和8年11月27日(金)まで、放送が適切に履行されたかを確認できる書面(放送確認書)を提出すること。

## (5) 学生参加による知事選挙啓発用SNS動画企画における学生の企画書作成支援及びSNS配信用動画の制作・配信

県選管が県内の専修学校と連携して実施する「学生参加による知事選挙啓発用SNS動画企画(学生企画コンペ)」に参画し、学生の企画書(ビデオコンテ)作成に関する支援、学生企画コンペで最優秀企画(1点)に選定された学生企画を基礎とした動画制作(撮影・編集等)及びSNS広告による動画配信を行うこと。

※ 学生企画コンペ詳細：別紙「学生参加による知事選挙啓発用SNS動画企画」を参照

### ① 学生の企画書作成支援

令和8年7月17日(金)[会場：県選管が別途指示する県内専修学校内]に実施する学生への説明会に県選管とともに出席し、広告業界のプロの視点から、次の事項について説明(20分～30分程度)を行うこと。

ア ビデオコンテの概要・作成方法、コンテの作成指示書を提示

イ SNSで効果的な訴求力のある動画を制作する上でのポイント

ウ SNSで情報発信する際の留意事項(炎上リスク、著作権など)

※ 学生に提示するコンテの作成指示書をはじめ、説明会で使用する資料等については、別途、県選管と協議の上、決定すること。

### ② 学生プレゼン・学生企画の審査会

令和8年9月上旬[会場：県選管が別途指示する県内専修学校内]に実施する学生からの企画に関するプレゼンテーション・学生企画の審査会に県選管とともに出席し、動画制作の基礎となる最優秀企画(1点)の選定に参画すること。

※ 日程は、県選管が専修学校と調整の上、別途指示する。

※ 最優秀企画の選定は、委託業者の意見も踏まえ、県選管が決定する。

### ③ 動画制作に向けた企画ミーティング及び企画内容の磨き上げ等

ア 令和8年9月上旬[会場：県選管が別途指示する県内専修学校内]に実施する最優秀企画を作成したチームの学生等を交えての動画制作に向けた企画ミーティングに県選管とともに出席し、最優秀企画にプロの企画力及び技術力等を付加した磨き上げを行うこと。

※ 日程は、県選管が専修学校と調整の上、別途指示する。

イ 上記アを踏まえ、別途、動画の最終構成を県選管と協議の上、確定すること。

### ④ 動画制作(撮影・編集等)

県選管と協議の上、確定した動画の最終構成を踏まえ、動画制作(撮影・編集等)を行い、次の動画(2種類)を令和8年9月30日(水)までに完成させること。

ア SNS配信用の縦型・60秒程度の本編版(以下「本編版」という。)

イ SNS配信用の縦型・15秒程度の予告編版(以下「予告版」という。)

### ⑤ SNS広告による動画配信・拡散

予告版をSNS広告により配信すること。

また、配信の際は、本編版の視聴URLとのリンク設定など、広告の視聴者に本編版の視聴を促すような工夫を行うこと。

なお、啓発効果が期待できるSNS広告の媒体や広告手法、配信ターゲット等について各媒体の利用者の属性や特徴を踏まえ、媒体の選定理由や期待できる広告効果等を具体的に提案すること。

ア 媒体(一例) ※ あくまでも例であり自由提案が必須

Instagram、TikTok、Youtubeなど

イ 広告期間

令和8年10月9日(金)から10月25日(日)[投票日含む前17日間]

※ 投票日当日は午前中までの広告とする。

ウ 条件

(ア) エリアを福島県内に限定すること。

(イ) PC、タブレット端末、スマートフォン向けに配信すること。

(ウ) 各媒体の出校に必要なアカウントは新規取得すること。

(エ) 動画のスキップ不可

⑥ 学生に対する成果分析・報告会

令和8年11月下旬[会場：県選管が別途指示する県内専修学校内]に実施する参加学生に対する成果分析・報告会に県選管とともに出席し、動画再生回数等のデータに基づき、広報効果や反響などについて、フィードバックすること。

※ 日程は、県選管が専修学校と調整の上、別途指示する。

⑦ 納品等

県選管の検収後、動画データを納品すること。

⑧ 履行確認

令和8年11月27日(金)まで、実際に配信されたインプレッション数(実配信IMP数)の分かる書面により報告すること。

**(6) 福島県に縁のある「地域のマイクロインフルエンサー」のSNSアカウントと連動したタイアップ型の情報発信**

県内において高い知名度及び発信力を有する県内縁のマイクロインフルエンサーのSNSアカウントにおいて、若者をはじめSNS利用世代の投票行動を「そっとひと押しする」内容の投稿を次のとおり行うこと。

また、投稿は、県選管のSNSアカウント[X(旧Twitter)、Instagram]、ホームページでの情報発信と連動させたタイアップ型とすること。

なお、タイアップする「地域のマイクロインフルエンサー」について、アカウント名、効果的な訴求が期待できる年代・閲覧者の属性、フォロワー数をはじめ、投稿内容のイメージや投稿時期を具体的に提案すること。

① 人数

4名程度

② 投稿内容

投稿を閲覧する有権者の投票行動を「そっとひと押し」するような堅苦しくなく・共感が持てる内容

③ 投稿時期・回数

令和8年10月9日(金)から10月25日(日)のうち、マイクロインフルエンサーごとに3回程度。

※ 投稿の際は、県選管のSNSアカウント[X(旧Twitter)、Instagram]、ホームページへのリンク設定やURLの掲載を合わせて行い、閲覧者が県選管の発信する各種選挙情報(投票方法、期日前投票所一覧、選挙公報など)にアクセスしやすい環境づくりに留意すること。

④ 条件

「地域のマイクロインフルエンサー」の選定に当たっては、政治的な中立性や公序良俗等に反する投稿実績がないかなどに留意するとともに、投稿内容についても選挙啓発の趣旨及び目的を埋没するような想定外の事態が生じないよう留意すること。

## (7) SNSを活用した知事選の機運醸成・波及に係る特別企画の実施

知事選における特色ある選挙啓発の各種取り組みを連結させ、若者をはじめとしたSNS利用世代に統一感のある情報発信を行うことにより、知事選の機運醸成・波及を図ることを目的に、次のとおりSNSを活用した特別企画を実施すること。

なお、実施する特別企画の概要（各種取り組みを連結させる発信手法、設定する共通テーマ(下記③ア)、発信回数、発信時期、発信内容がSNSにおいて「シェア」、「リポスト」、「いいね」されることにより拡散する方策等）について具体的に提案すること。

また、提示した発信者[下記②]以外に効果的な特別企画の実施につながるものがある場合は、提案すること。

- ① 特別企画(一例) ※ あくまでも例であり自由提案が必須  
投票日までのカウントダウン企画のような各発信者の発信内容を数珠つなぎとする内容
- ② 発信者
  - ア 福島県に縁のある「地域のマイクロインフルエンサー」[上記(6)]
  - イ 福島県選挙啓発サポーター（企業・団体、若者）をはじめとした知事選における啓発連携団体(者)  
※ 連携団体(者)については、別途、県選管から取り組み内容を含め情報提供する。
- ③ 発信内容(発信者1団体(者)当たり)
  - ア 共通テーマ(一例) ※ あくまでも例であり自由提案が必須  
各発信者の知事選や福島県に対する想い(福島県の魅力、こんな福島県にしたい等)
  - イ 特色ある選挙啓発  
各発信者が取り組んでいる選挙啓発の内容など
- ④ 発信時期  
令和8年10月9日(金)から10月25日(日) [17日間]の各日又は1日おきを目安
- ⑤ 使用するSNSアカウント
  - ア 県選管のSNSアカウント[X(旧Twitter)、Instagram]
  - イ 福島県に縁のある「地域のマイクロインフルエンサー」[上記(6)]のSNSアカウント
  - ウ 福島県選挙啓発サポーター（企業・団体、若者）をはじめとした知事選における啓発連携団体(者)[上記②イ]のSNSアカウント
- ⑥ 発信に向けた調整等  
発信者[上記②]との事前調整を行った上で、発信内容は、都度、県選管との協議の上、決定すること。

## (8) 新聞広告作成・掲載

- ① 掲載回数  
1回
- ② 掲載紙  
5紙（福島民報、福島民友、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞）
- ③ 掲載サイズ
  - ア 福島民報、福島民友：突き出し52.5mm×66mm
  - イ 読売：突き出し56mm×82mm
  - ウ 朝日：突き出し50mm×83mm
  - エ 毎日：突き出し52.5mm×66mm※ 契約額の範囲内で指定した大きさ以上の広告枠への掲載を可とする。

- ④ モノクロ・カラーの指定  
モノクロ
- ⑤ 掲載日時  
次のいずれかの朝刊を基本とする。
  - ア 令和8年10月10日(土)又は10月11日(日)[知事選の告示後、最初の土曜日又は日曜日]
  - イ 令和8年10月17日(土)又は10月18日(日)[県議補選の告示後、最初の土曜日又は日曜日]

#### (9) 啓発用ポスターの企画・制作・配送

- ① 規格 B2版
- ② 仕様
  - ア Aタイプ(知事選のみの周知用)
  - イ Bタイプ(知事選+県議補選の周知用)
- ③ 数量
  - ア Aタイプ：10,000枚
  - イ Bタイプ：3,000枚
- ④ 納入先及び納期
  - ア 県選管、県内7地方事務局、県内59市町村の選挙管理委員会(計67ヶ所)  
令和8年10月1日(木)
  - イ 県内の高校・大学・短大・専門学校(180ヶ所程度)  
令和8年10月1日(木)
  - ウ 上記ア、イのほか、県選管が別途指示する場所(福島県選挙啓発サポーター登録企業をはじめとした選挙啓発協力施設等)(233ヶ所程度)  
令和8年10月1日(木)
- ⑤ 納入方法  
上記④に対し、県選管が別途指示する数量を直接納入すること(Aタイプ、Bタイプのそれぞれの納入先、納入数量については、県選管が別途指示する)。  
また、県選管に令和8年9月16日(水)までにポスターの電子データを納品すること。
- ⑥ 企画・制作上の条件
  - ア 不在者投票制度及び期日前投票制度の周知を含む内容とすること。
  - イ 県選管ホームページの案内を含む内容とすること。
  - ウ 県選管ホームページのURLが格納された二次元コード(別紙参照)を記載すること。
  - エ 「福島県選挙管理委員会 福島県明るい選挙推進協議会」の記載を入れること。
  - オ テレビスポットCMと統一的なデザインとすること。
  - カ 2枚組での掲示を目的とするポスター、両面ポスターは認めない。
  - キ 県選管以外に納入する際は別途県選管が提供する通知文を添付の上、納入すること。

#### (10) 知事選等広報用特設ホームページの作成・管理等

- ① 開設期間  
県選管が別途指定する日から令和8年10月26日(月)[投票日翌日]まで
- ② 特設ホームページの内容  
投票日、期日前投票・不在者投票制度に関する情報を必ず盛り込むこととし、その他の内容は県選管が別途指示する。

③ 企画・制作上の条件

- ア スマートフォン対応版も作成すること。
- イ テレビスポットCM、啓発用ポスター等と統一的なデザインとすること。
- ウ 県選管公式X(旧ツイッター)ページ、県選管公式Instagramページをホームページに埋め込むこと。
- エ 特設ホームページ開設に係るドメイン及びサーバーは新規取得すること。
- オ ホームページの更新又は停止については、土日祝日も含めて24時間作業を行える体制を整えること。

**(11) SNS・インターネット広告**

若者をはじめとしたSNS利用世代に効果的な啓発を行うため、SNSやインターネット等を活用した広告について、広告媒体や広告形式(手法、配信エリア、配信ターゲット等)をそれぞれの媒体の利用者の属性や特徴を踏まえて具体的に提案すること。

① 広告の種類

- ア SNS広告【必須】
- イ 動画広告
- ウ バナー広告 など

② 媒体(一例) ※ あくまでも例であり自由提案が必須

- ア X(旧Twitter)
- イ LINE
- ウ Youtube
- エ Yahoo!
- オ Google
- カ SmartNews
- キ TikTok など

③ 広告期間

令和8年10月16日(金)から10月25日(日)[投票日含む前10日間]

※ 投票日当日は午前中までの広告とする。

④ 広告内容

テレビスポットCM素材、啓発用ポスター素材

※ 必要に応じて加工すること。

⑤ 条件

- ア エリアを福島県内に限定すること。
- イ PC、タブレット端末、スマートフォン向けに配信すること。
- ウ 各媒体の出校に必要なアカウントは新規取得すること。
- エ 動画のスキップ可、1秒でも表示されていれば1カウントに数える。
- オ 上記①アのSNS広告は、上記(5)⑤のSNS広告と訴求ターゲットを分けるなど、効率化や効果の差別化について特に留意すること。

⑥ 履行確認

令和8年11月27日(金)まで、実際に配信されたインプレッション数(実配信IMP数)の分かる書面により報告すること。

## (12) 広報車用CD作成・配送

### ① 作成内容

次の5種類とし、原稿は別途県選管から提供する。

- A 広報車用（告示日翌日から投票日前々日まで）
- B 広報車用（投票日前日）
- C 広報車用（投票日）
- D 庁内放送用（告示日翌日から投票日3日前まで）
- E 庁内放送用（投票日前々日）

### ② 作成数量

ア 広報車及び庁舎用音楽CD

67枚(A～Eの5種類を1枚に録音)

※ CD表面に各トラックのタイトルを記載すること（テプラテープ可）。

イ 庁舎用音楽CD

3枚(D、Eをそれぞれ1枚に録音)

※ CD表面にトラックのタイトルを記載すること（テプラテープ可）。

ウ 高校放送用音楽CD

130枚(Aのデータを録音)

※ CD表面に「高校放送用」と記載すること（テプラテープ可）。

エ 記録用データCD

1枚(A～Eの5種類のデータを入れたもの)

オ 選挙サポーター企業等用音楽CD

60枚(Aのデータを録音)

### ③ 納入先及び納期

県選管で検収後、次の納品先に指定された数量を直接納入すること。

なお、県選管以外に納入する際には、別途県選管が提供する通知文を添付し、啓発ポスター[上記4(9)]と併せて送付すること。

ア 県選管、県内7地方事務局、県内59市町村の選挙管理委員会(計67ヶ所)

令和8年10月1日(木)

イ 県内の高校(130ヶ所程度)

令和8年10月1日(木)

ウ 上記ア、イのほか、県選管が別途指示する場所(福島県選挙啓発サポーター登録企業をはじめとした選挙啓発協力施設等)(60ヶ所程度)

令和8年10月1日(木)

## (13) 大型ビジョン広告

### ① 広告媒体及び回数

ア YouLiveビジョン(福島市：福島駅前) 15回/日以上

イ ふくしまエールビジョン(福島市：福島駅前) 15回/日以上

ウ ATi VISION(郡山市：郡山駅前) 15回/日以上

エ HoiHoi VISION(いわき市：いわき駅前) 15回/日以上

※ 契約額の範囲内で上回ることも認める。

### ② 広告期間

令和8年10月16日(金)から10月25日(日)[投票日含む前10日間]

※ 投票日当日は午前中までの広告とする。

### ③ 広告内容

テレビスポットCM素材  
※必要に応じて加工すること。

④ 履行確認

令和8年11月27日(金)まで、広告内容が適切に履行されたかを確認できる書面を提出すること。

**5 その他効果的な啓発手法に関する提案**

事業内容(上記4)に示した事項以外で、効果的な啓発手法があれば具体的に提案すること。

**6 その他留意事項**

本仕様書に定められていること以外は県選管と別途協議して定めるものとする。

### 【特記仕様】

- 1 知事選と同日に県議補選が行われるため、その周知を含む内容とすること(周知内容は県選管が別途指示する)。
- 2 県議補選の一部又は全部の選挙区が無投票になった場合、委託料の支払いは、県選管と協議の上、決定すること。
- 3 衆議院議員及び参議院議員の補欠選挙(以下「国政補選」という。)を行うべき事由が令和8年9月15日までに生じた場合は、知事選と同日に国政補選が行われるため、その周知を含む内容とすること(周知内容は県選管が別途指示する)。その場合の、委託料の支払いは、県選管と協議の上、決定すること。

[別紙]

## 県選管ホームページのURL及び二次元コードについて

○ URL

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/62010a/>

○ 二次元コード



※ 掲載する二次元コードが変更になった場合は、県選管が、別途指示した二次元コードを掲載すること。