

中京圏における福島県 PR 事業業務委託仕様書

本委託業務の実施に当たっては、委託契約書のほか、本仕様書に定めるところにより事業を実施するものとする。

1 委託業務名称

中京圏における福島県 PR 事業業務

2 目的

東日本大震災および東京電力福島第一原子力発電所事故から 15 年が経過したが、中京圏においては、本県との地理的な距離もあり、他地域（関東や東北近隣）に比べて本県の正確な情報や県産品の魅力が十分に届いていないという、認知度の低さが大きな課題となっている。

本事業は、中京圏において、福島県の魅力及び本県産品の安全性、美味しさを多角的に発信することで、震災以降の風評被害の払拭と福島県産品の認知度向上を図ることを目的とする。

3 履行期間

契約締結日～令和 8 年 1 2 月 2 8 日

4 委託業務内容

目的達成のため、以下の（１）～（４）の業務を実施する。

受注者は、各業務の特性を活かし、相乗効果が図られるよう、相互に補完・連動させること。

（１）福島県 PR 番組の制作

ア 業務目的

中京圏の放送局において、本県の食、観光、復興の歩み等をテーマとした特別番組を制作・放映する。広域的な情報発信により、福島県に馴染みの薄い層の興味・関心を喚起し、福島県への観光誘客および県産品の認知度向上を図る。

イ 業務内容

（ア）放送媒体の選定・確保

中京圏（愛知・岐阜・三重）を放送対象地域とする地上波放送局において、ターゲット層の視聴率が高い時間帯、または波及効果の高い有力番組を選定し、放送枠を確保すること。

（イ）番組企画

福島県内での現地ロケ取材を基に、視聴者の「福島に行ってみたい」「食べてみたい」という意欲を高める観光情報を盛り込むこと。

（２）福島県産品 PR イベントへの出展

ア 業務目的

中京圏で集客力のある既存イベントに出展し、県内市町村による PR・販売活動を支援する。主催者の規定に基づきつつも、限られたスペース内で「福島県」の存在感を最大化し、市町村が効果的に魅力を発信できる環境を整える。

イ 業務内容

(ア) 出展イベントの選定・確保

中京圏において、市町村が販路開拓・PRを行う場として適切なイベントを提案し、スペースを確保すること。

(イ) 市町村の出展管理・連絡調整

出展を希望する市町村（3団体程度）に対し、主催者の規定（火気使用、衛生管理、搬入出ルール等）を周知徹底し、円滑な出展をガイドすること。また、提出書類の取りまとめを一括して行うこと。

(ウ) フィードバック

接客を通じて得られた中京圏消費者の生の声（福島県に対するイメージ、商品への反応等）を調査し、出展市町村にフィードバックすること。

(3) ホテルレストランでの「ふくしまフェア」開催

ア 業務目的

中京圏のホテルのシェフ等を福島県へ招聘し、生産現場や酒蔵を直接視察することで、本県食材・地酒の魅力を深く理解してもらい、その体験を活かしたメニューの提供を通じて、中京圏の消費者に「福島の食」のクオリティを伝え、県そのもののイメージを刷新する。

イ 業務内容

(ア) 提携ホテルの選定・交渉

愛知県内を中心とした、ブランド力・発信力のあるホテルを提案・交渉し、実施場所を確保すること。

(イ) 提携ホテルの選定およびシェフの招聘

メニュー開発に影響力を持つ料理長やシェフ等を対象とした視察・招聘計画を策定すること。

(ウ) 「視察体験」を活かしたメニュー開発・空間演出

シェフが現地で感じた「福島の魅力」を、料理解説や卓上POP、店内装飾等に反映させ、来場者に「福島の今」を五感で伝える演出を行うこと。

(エ) 開催の告知及びプロモーション

ホテル側の広報媒体（チラシ、SNS等）を活用するとともに、受注者においてもフェア開催の周知を図ること。

(オ) アンケートの実施

来場者にアンケートを実施すること。アンケートの内容については、発注者と協議すること。

(4) ターゲット別料理教室の開催

ア 業務目的

一般消費者および飲食業関係者を対象に、県産食材の魅力や調理法を伝える料理教室を実施し、福島県産食材の具体的な活用方法（レシピや調理技術）を伝えることで、中京圏における日常的な消費および業務用需要の定着を図る。

イ 対象

一般消費者向け料理教室：中京圏在住の家庭料理層・親子等

飲食業関係者向けの料理教室：中京圏の飲食業関係者

ウ 業務内容

(ア) 開催回数

一般消費者向け及び飲食業関係者向けのそれぞれ1回実施すること。

(イ) 開催場所の選定

受注者は、本事業の目的を達成するために最も効果的な会場を提案し、使用許可の申請および確保を行うこと。

(ウ) 食材の選定・調達

使用食材は原則として福島県産品とし、受注者は県内事業者と連携して調達すること。また、参加者が終了後に自宅や自店で活用できるよう、購入先情報や仕入れルートのご案内を必ず行うこと。

(エ) 参加者の募集及びプロモーション

一般消費者向け：SNS 広告、地元情報誌等を活用し、福島県に馴染みの薄い層へ広く告知すること。参加メリット（著名講師、県産品のお土産、希少食材の試食等）を明確に打ち出し、高い応募倍率を目指すこと。

飲食業関係者向け：業界ネットワーク、調理師団体、卸業者等を通じた直接的なアプローチを行い、集客すること。

(オ) アンケートの実施

来場者にアンケートを実施すること。アンケートの内容については、発注者と協議すること。

(5) 上記に係る業務管理

ア 企画立案、連絡調整、スケジュール管理

契約後には適宜契約の実施に必要な打ち合わせを受注者と発注者で行うこととする。

イ その他

上記の(1)～(4)に関わらず、目的達成のために必要な業務については、発注者・受注者協議の上、契約額の範囲内で実施すること。

5 成果品の作成

受注者は、委託業務が完了した場合は、次の成果品を※業務完了報告書に添えて提出すること。

※ 業務完了報告書には、上記4「委託業務内容」の実施状況を整理し、記載すること。

- (1) 上記5「委託業務内容」の実施状況が確認できる写真
- (2) 収支精算書
- (3) 領収書等の写し

6 その他

(1) 本事業は福島再生加速化交付金を活用することから、下記に留意すること。

- ・一般管理費を計上する場合は上限を10%とすること
- ・本事業の全部または一部を再委託する場合の一般管理費については、事業費における

再委託率50%までを一般管理費に計上することを認める

＜積算例＞事業費100万円の内再委託費70万円の場合、再委託費の内50万円まで

(直営費30万円+再委託費50万円)×一般管理費10%=8万円

(2) 受注者は、本仕様書において定めがなく、契約に関して疑義が生じた場合は、事前に発注者に協議を行うこと。