

プロスポーツマイチーム化事業（レッツ観戦情報発信事業）業務委託仕様書（案）

1 委託業務名

プロスポーツマイチーム化事業（レッツ観戦情報発信事業）業務委託

2 目的

県内の5つのプロスポーツチーム（福島ユナイテッドFC、福島レッドホープス、福島ファイヤーボンズ、いわきFC、福島デンソーエアリービーズ）（以下「5チーム」という。）について、映像メディアによる情報発信を行うことで、5チームの認知拡大、関心喚起及び観戦促進を図ることで、応援機運の醸成、ホームゲーム観戦者数の増加につなげる。

3 委託期間

契約締結日から令和8年3月31日まで

4 委託業務の概要

5チームの応援機運醸成とホームゲーム観戦者数の増加のため、以下の映像メディアを制作し、情報発信を行う。

（1）テレビ番組

（2）プロモーション動画（以下「動画」という。）

※ なお、重要度（リソースの割合）は、（1）：85%、（2）：15%を目安とする。

5 委託業務の内容

（1）テレビ番組

①目的

広く県民に対して、以下の行動変容（階層移動）を促すこと。

【認知拡大】

未認知層（5チームを知らない）⇒認知無関心層（知っているが関心ない）

未認知層が、5チームの存在や活動を認知すること。

【関心喚起】

認知無関心層（知っているが関心ない）⇒関心未観戦層（関心あるが未観戦）

認知無関心層が、5チームを「マイチーム＝自分事」と感じることで、5チームに関心を抱くこと。

【観戦促進】※最も期待する効果

関心未観戦層（関心あるが観戦したことがない）⇒観戦層（観戦したことがある）

関心未観戦層にとって、現地観戦の阻害要因となっている「情報不足」（試合日程が分からない、選手が分からない、チケットの入手方法が分からない）を解消することで、観戦行動に繋げる。

②内容

ア 要求水準（目安）

視聴率／回

世帯：12%以上

個人：8%以上

イ 放送局

県内テレビ局

ウ 放送スケジュール

2025年7月～2026年2月（想定）

※ なお、5チームのホームゲームスケジュールを考慮したうえで、観戦促進につながる効果的な放送スケジュールを組むこと。

（例）夏休み期間のホームゲーム前に親子向けの内容を放送 など

エ 放送回数

15回以上（3回以上/チーム×5チーム）

※ 単純接触効果を期待し、放送回数は多いほど望ましい。

オ 放送時間／回

3分以上（CMを除いた正味の放送時間）

カ 放送時間帯

視聴率が高い情報番組内やプライムタイム（19：00～23：00）など、より多くの県民の視聴が期待できる時間帯に放送すること。

キ 内容

上記「5（1）①」の効果が得られる内容とすること。

そのうえで、以下のポイントを押さえること。

【ポイント】

- 現地観戦ならではの楽しさや魅力（エンタメ性や迫力）が臨場感を持って視聴者に伝わる内容とすること。
- 選手のキャラクターや魅力が視聴者に伝わる内容とすること。

ク タイムシフト視聴

より多くの県民が視聴できるよう、リアルタイム視聴のみならず、タイムシフト視聴を可能とすること。

ケ 他事業との連携

県が5チームと連携して実施している他事業（観戦招待や子ども向けホームゲームイベントなど）と連携することで、より効果的な内容とすること。

(2) 動画

①目的

広く県民に対して、以下の行動変容（階層移動）を促すこと。

【認知拡大】

未認知層（5チームを知らない）⇒認知無関心層（知っているが関心ない）

未認知層が、5チームの存在や活動を認知すること。

【関心喚起】※最も期待する効果

認知無関心層（知っているが関心ない）⇒関心未観戦層（関心あるが未観戦）

認知無関心層が、5チームを「マイチーム＝自分事」と感じることで、5チームに関心を抱くこと。

②内容

ア 要求水準（目安）

視聴者の6割以上が5チームに関心を抱くことが期待できる内容とすること。

イ 動画時間／本

30秒～3分程度（想定）

※ より高い関心喚起が期待できる時間で制作すること。

ウ 内容

上記「5（2）①」の効果が得られる内容とすること。

そのうえで、以下のポイントを押さえること。

【ポイント】

- 様々な異なるテーマの動画を複数制作することで、より多くの県民が、それぞれのテーマをフックとして、5チームを「マイチーム＝自分事」と感じることができる内容とすること。
- 長期的な使用を前提とした内容とすること。
（例） 特定の選手にフォーカスした内容としない（他チームに移籍する可能性があるため）など。

エ 制作本数

4本以上

- ※ 1本につき5チーム全てを扱うこと。
- ※ 異なるテーマごとに4本以上制作すること。
（例）・スーパープレー編
・地域貢献活動編
・社長たちの想い編
・ファンたちの熱量編

オ 使用方法

県において、以下の方法での使用を想定している。

- 当課 SNS (X、インスタグラム、YouTube)
※YouTube チャンネルについては、本事業開始に合わせて開設予定。
- 5チーム SNS (X、インスタグラム、YouTube、TikTok など)
- 県内市町村役場や本県と包括連携協定を締結している企業等の県内店舗（銀行など）に設置してあるデジタルサイネージ
- 当課主催イベント（5チームが参加する交流イベント）
- 5チーム主催各種イベント

カ 動画データの編集・変換作業等

SNS やデジタルサイネージなど、様々な媒体で動画を使用することを想定しているため、必要に応じて、動画データの編集・変換作業等を行うこと。

キ 広報・プロモーション

民間事業者ならではのノウハウを活かして、より多くの県民の視聴に繋がる効果的な広報・プロモーションを実施すること。

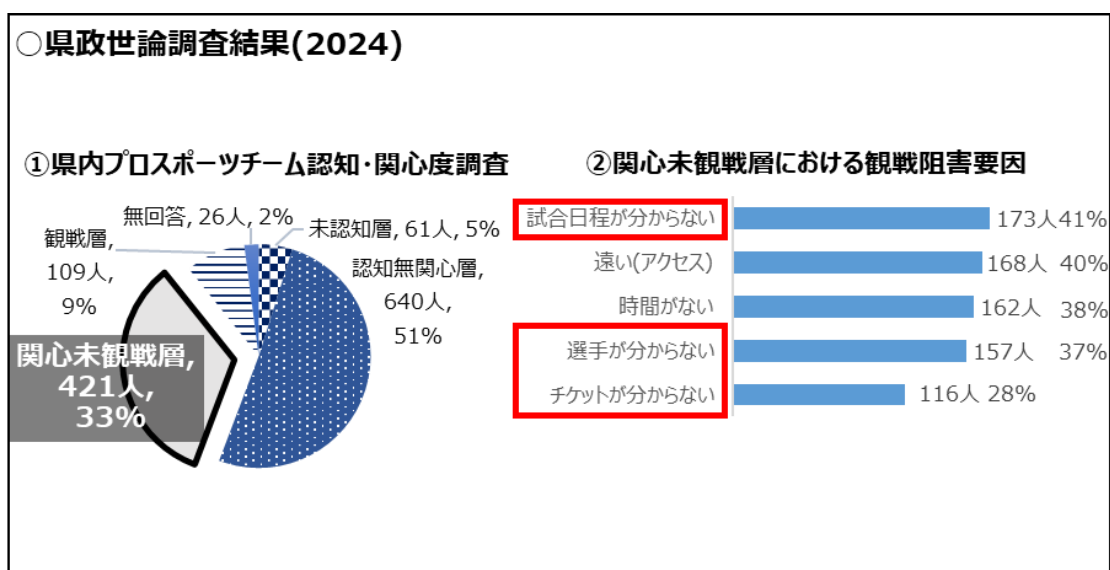
ク 納品時期

令和7年10月頃（想定）

(3) 【参考】令和6年度 福島県政世論調査 結果（全体 n=1,257人）

詳細については、福島県県民広聴室ホームページを参照のこと。

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/01010e/r06yoron.html>



(4) 共通事項

①FUKUSHIMA 5 STARS (フクシマ ファイブ スターズ)

映像メディアのなかで、「FUKUSHIMA 5 STARS (フクシマ ファイブ スターズ)」のロゴを使用すること。

ア 概要

県と5チームが連携して作成したコラボロゴ及び5チームの総称のこと。

イ デザイン

- 「5チームは子どもたちに夢を与える希望の星であり続ける」という思いを込めている。
- 「5」と「星」は、5チームのチームカラーで構成している。



②5チームとの連携

本事業の実施にあたっては、5チームと密に連絡調整を行い、連携を図ること。

※ なお、選手等が映像メディアに出演する場合は、選手等が無償で出演することで、県と5チームの間で調整中。

③効果測定・分析

得られた効果を測定・分析すること。

6 実施体制・業務主任等

- (1) 受託者は、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) 受託者は、本委託業務における主たる責任者を定め、県との緊密な連絡と十分な打合せを行うこと。

7 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。

8 成果品

- (1) 実績報告書（本業務の実績、効果測定・分析結果）
- (2) 制作した映像メディア一式
- (3) その他、県が必要と認めるもの一式

9 委託業務実施に係る留意事項

(1) 疑義

受託者は、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、事前に県に協議を行うこと。

(2) 契約締結後に速やかに提出するもの

- ・着手届
- ・実施工程表
- ・業務実施体制図
- ・その他、県が業務の確認に必要と認める書類

(3) 業務完了後に速やかに提出するもの

- ・完了届
- ・その他、県が業務の確認に必要と認める書類

(4) 映像メディアの制作に必要となる許認可等の一切の手続を行うこと。

また、成果品一式の著作権及び所有権は、正当な手続きにより使用又は借用した第三者のものを除き県に帰属するものとする。

なお、制作した映像メディアについては、県が後年度以降も継続して使用できることを原則とし、制作時において著名人等を使用する場合には、著作権料等が後年度発生しないよう留意すること。

(5) 本仕様書に基づく作業に関し、第三者との間に著作権に係る権利侵害の紛争等が生じた場合は、当該紛争の原因がもつばら県の責に帰す場合を除き、受託者の責任、負担において一切を処理することとする。

この場合、県に係る紛争等の事実を知ったときは、受託者に通知し、必要な範囲で訴訟上の防衛を受託者に委ねる等の協力措置を講じるものとする。

(6) 受託者は、業務の遂行に当たり県と協議し適時連絡を取るとともに、調整を行うものとする。

10 やむを得ない事象による契約内容の変更について

やむを得ない事象の影響により、仕様書内容の実施が困難な場合、又は内容を縮小せざるを得ない場合、契約金額、契約内容等に変更が生じることがある。変更内容については、委託者受託者協議のうえ、定めることとする。