

令和6年度ふくしま農林水産物ブランディング事業 委託業務仕様書（案）

1 事業の目的

東日本大震災・原子力災害以降、本県においては県産農林水産物の風評払拭を図るため本県産の安全性及び魅力の周知とともに、販路の開拓・拡大に結びつく取組を一体的に展開してきた。

その結果、農林水産物の販売価格については、全国平均との価格差が縮小しているものの、一部の品目は全国平均を下回る価格となっており、本県の主要な農林水産物である米や牛肉、果物、水産物などでは量販店等における定番商品としての取扱いの回復には至っていない。

このため、本事業においては、ふくしまプライド農林水産物販売力強化事業などの関連事業と連携し、消費者に県産農林水産物等の持つ価値が十分に伝わるよう工夫を凝らしながら、百貨店・量販店等における農産物の旬を捉えた販売促進と多様化する消費者志向やライフスタイルに対応した先進的なプロモーション手法の確立により、本県産の取扱価格の回復・販売棚の拡大を目的とする。

2 事業の内容

県産農林水産物のさらなるブランド力向上のため、「ふくしまプライド。」のキャッチフレーズのもと、消費者に県産農林水産物の持つ魅力や価値が伝わるよう工夫を凝らした販売促進フェア（「ふくしまプライド。」フェア（以下、「フェア」という。）を開催するとともに、消費者やバイヤー等に対し、積極的なマーケティングを実施する。

3 フェアの方向性

- （1）米、牛肉及び果実を主軸に、県産農林水産物のフェアを全国で展開する。
- （2）魅力ある産地としての更なる認知度向上とともに、定番販売の維持・拡大を目指す。
- （3）価格ポジションを向上させるため、マーケットインの視点に立った取組を実施する。

4 委託業務の内容

（1）フェアの実施

県産農林水産物等のフェアの企画・調整・管理運営全般を実施すること。

ア 実施場所、実施回数等

- ・首都圏及び県外主要都市圏の量販店及び百貨店等において、50回以上実施するとともに、県産農林水産物の定期的な取扱いや定番販売につながるよう、同一企業または店舗において、長期または複数回の開催を目指すこと（1回とは、店舗数に限らず、その企業で1日または一定期間継続して実施することとする。）。
- ・県産農林水産物の旬や需要期を捉えた実施時期とすること。
- ・県の販売力強化関連事業の取組を踏まえるとともに、必要に応じて関係機関及び関係団体との調整を図ること。

イ 実施内容

フェアにおいては、より多くの消費者に県産農林水産物の魅力や価値を訴求し、県産農林水産物の評価向上と購入喚起を図るため、次の取組を行うこと。

（ア）売場装飾（一式）

県産農林水産物等の売場を販売促進資材で装飾すること。

(イ) 宣伝員の配置（一式）

県産農林水産物の魅力や価値を消費者に直接伝える宣伝員を売場に配置すること。
なお、宣伝員については、訴求効果を高めるため、県産農林水産物の特徴や魅力等に関する研修を実施すること（2回程度）。

(ウ) 販売促進プロモーション（一式）

フェアを実施する店舗のうち、訴求効果の高い企業や店舗においては、県産農林水産物の魅力発信や集客、購買促進、定番販売につながる内容のインスタプロモーションを実施すること。

また、県産農林水産物の魅力や価値を消費者に直接伝える知事等によるトップセールスを実施すること（ステージイベントを伴うものは2回程度）。

(エ) 情報発信（一式）

フェア実施企業と連携したチラシや店内広告への掲載、ポータルサイトへの掲載、メディアへの露出、SNSでの拡散等、フェア情報を発信し、集客を図ること。

上記（ア）～（エ）については、販売促進に向けた費用対効果を意識し、効果が最大化する内容を提案すること。

(オ) 報告書の提出

フェア終了後、フェア1回ごとに「実施概要」「県産農林水産物等の販売実績」「実施企業担当者の反応」「消費者の反応」の4点を取りまとめ、報告書として提出すること。

(2) 県産農産物に関する調査の実施

県産農林水産物の価格ポジションを向上させ、更なるブランド化を図るため、次の調査を行うこと。

ア 桃に関する検証調査

産地としての認知やブランドロイヤリティ等ブランド力向上のための手法について調査、検証すること。また、令和5年度に実施した桃のマーケットイン調査の結果を基に、消費者の購入動向を検証すること。

(ア) 対象品目

県産桃

(イ) 実施場所、実施店舗数等

首都圏等主要消費地の量販店等2店舗以上で実施すること。

(ウ) ブランド力向上のための手法調査

フェア等で活用できる、産地としての認知やブランドロイヤリティ等ブランド力向上のための手法について調査すること。

(エ) 販売促進資材の作成

調査結果を基に販売促進資材を作成し、販売店に供すること。

(オ) 効果検証

作成した販売促進資材等による消費者の購入動向への影響について検証すること。

イ あんぽ柿に関する検証調査

令和5年度に実施したあんぽ柿のマーケットイン調査の結果を基に、消費者の購入動向について検証すること。

(ア) 対象品目

あんぽ柿

(イ) 実施場所、実施店舗数等

首都圏等主要消費地の量販店等2店舗以上で実施すること。

(ウ) 販売促進資材の作成

マーケットイン調査の結果を基に販売促進資材を作成し、販売店に供すること。

(エ) 効果検証

作成した販売促進資材等による消費者の購入動向への影響について検証すること。

(3) ブランド力向上に向けた提案書の提出（1回）

流通関係者・フェア実施企業担当者・消費者等への聞き取りなどによって、フェアで実施した販売促進手法や消費者の購入動向等について効果検証するほか、県産農林水産物のブランド力向上に向けた効果的な販売方法及び販売促進手法等について、必要な情報を収集・分析した結果を提案書として提出すること（令和7年1月末まで）。

なお、農林水産物流通業界や小売業界における業界慣習や販促施策等について専門的知見を有するメンバーを含めた必要な体制を構築したうえで実施すること。

(4) その他

上記の他、目的を達成するために必要な独自の施策を提案すること。

5 成果品

(1) 実績報告書

(2) 掲出物及び制作物

(3) その他、県が必要と認める書類

なお、各々の様式は、県、受託者が協議のうえ定めることとする。

6 提出書類

委託契約書に定めるもののほか、次の各号に掲げる書類を指定する日までに提出しなければならない。

(1) 着手届（様式1）

(2) 総括責任者通知書（様式2）

(3) 再委託等に係る承認申請書（該当がある場合のみ提出）

(4) 完了届（様式4）

(5) その他、県が業務の確認に必要と認める書類

7 総括責任者

本業務に当たって十分な経験を有する者を総括責任者として専従させなければならない。

なお、総括責任者は、本業務が終了したときは、その内容について厳密な照査検算を行い、錯誤等の修正を行わなければならない。

8 関係機関との協議

本業務の遂行上必要とする資料の収集に当たって関係機関との協力を得る場合は、あらかじめその趣旨を県に連絡したうえでこれを行うものとする。

9 業務等の打ち合わせ

本業務の期間において、県との間で随時打ち合わせを行うものとする。

10 その他

この仕様書に定めのない事項及びこの仕様書に定める内容について疑義が生じたときは、県、受託者が協議のうえ定めることとする。