

「消費者にわかりやすくGAPを伝えるPR強化事業」業務委託仕様書(案)

1 目的

福島県は、平成29年度に「ふくしま。GAPチャレンジ宣言」を行い、風評払拭や担い手の経営基盤確立・強化のため第三者認証GAPの更なる導入拡大を進め、GAPによる持続可能な農業の実現を目指すこととしている。この目標を達成するためには、GAP認証農産物の消費拡大が重要であり、消費者等の一層の理解促進が必要である。

このため、本事業においては、GAPに取り組む生産者や認証農産物に関する消費者等の理解促進を目的に、各種メディアを活用した情報発信やイベントの開催等を通じ効果的な情報発信に取り組む。

2 背景

福島県では、各種メディア媒体の活用やイベント等の開催を通じ、消費者等のGAPについての理解促進を図ってきた。

(1) 令和5年度の実施概要

- 新聞における特集記事や広告の掲載
- GAP認証農場におけるGAPの取組について取材をし、定期的なラジオ番組の放送
- 雑誌における生産者と実需者の連携について特集記事の掲載
- PRイベントとして、GAP認証農産物の活用を支援する都内の企業のイベントスペースにおいて、GAP認証農産物を活用したメニュー提供及びマルシェを2回開催。うち1回は、GAP認証を取得している高校から生徒が参加し、学校の取組紹介やGAP認証品を販売するマルシェでの販売実習を実施。
- 都内及び県内において、それぞれ1回ずつGAP認証農場のそばを活用し、そばを提供するイベント「蕎麦リレー」を開催。それぞれGAP認証農産物を販売するマルシェを開催。
- 生産者及び実需者を対象としたセミナーを開催。SDGsとGAPの関わり、ラジオ番組で取材を行った生産者からGAPのメリット、GAP認証農産物を取り扱っている実需者の事例紹介を実施した。
- PRツール及びグッズとして、GAP認証農場を紹介する冊子、量販店等で活用するためのCM、GAP認証を取得する農業系高校及び農業短期大学の米を活用した「#青春GAP米」、ノベルティとして手ぬぐいを作成。PRツール及びグッズは、イベント等で配布した。

(2) GAPの認知度向上に向けた課題

イベント等におけるアンケート調査においては、県内のGAPの認知度は、県外よりも高く、県民がメディア等で見聞きする機会の提供が、ある一定程度の成果をあげているものと考えるが、GAPの認知度や概要の理解度は未だ途上の部分も多く、消費者等に対する一層の理解促進を図る必要がある。

また、従来のメディア媒体に加え、ソーシャルメディアによる情報の拡散は、広い消費者層へのGAPの認知度の向上が期待される。現在、本県では、インスタグラムとYouTubeを活用しているが、Facebookは、アカウントはあるもののほとんど活用できていない。また、YouTubeについては、閲覧数が停滞しているものがほとんどであり、専用のポータルサイトによる情報発信も十分とは言えない。

引き続き、各種メディアの連携と継続した情報発信やイベント等の開催等様々な機会を捉え、消費者がGAPを身近に感じられるように効果的な理解促進を進めることが必要である。

また、消費者がGAP認証農場や認証品を身近に感じるようにするためには、生産者によるGAP認証の取得を一層拡大し、実需者による活用・販売を拡大し、更に「見える化」をしていくことが必要となる。

3 業務の内容

(1) 各種メディア媒体を通じた情報発信

ア ラジオ、テレビ、新聞、雑誌等の各種メディア媒体を活用した情報発信

GAPに関する消費者等の理解が促進するために、ラジオ、テレビ、新聞、雑誌等の各種メディア媒体による効果的な情報発信を提案すること。

(ア) 提案に当たっては、県内の消費者等がGAPについて、耳にする、目にするような機会となるよう各種メディア媒体が、継続的かつ連動した発信を月1回以上行うこと

(イ) 情報発信は、GAPの取組の趣旨やGAP認証農場の取組等を含め消費者にわかりやすいものとする。

(ウ) 情報発信が円滑に進むよう、発信内容の企画・調整、取材の対応等について、県と密に協議をしながら、業務を遂行すること。

イ ソーシャルメディア等の活用による情報発信

(ア) GAPのPRに当たっては、本県のGAPの取組に関する、GAP専用ポータルサイト、インスタグラム、Facebook、YouTubeを踏まえ、効果的なソーシャルメディア媒体や媒体毎のターゲットを明確にした上で、有効なソーシャルメディアでの情報発信を提案すること。

(イ) 情報発信の内容や方法は元より、GAP認証農場等の取材や原稿の作成に当たっては、本県と協議の上、実施すること。また、掲載のスケジュール管理を行うこと。

(ウ) 四半期毎にフォロワー数や閲覧数を分析し、分析結果を踏まえ、ソーシャルメディアの活用方法を随時改善すること。

ウ GAPのマッチングモデル創出事業業務との連携

「GAPのマッチングモデル創出事業」業務の受託事業者及び県と連携し、当該事業の取組やGAP認証農場及び認証品について、効果的に情報発信すること。

(2) GAPの理解促進を目的としたPRイベント等の開催

ア PRイベントの開催

消費者によるGAPの理解促進を目的とし、GAP認証農産物を活用したメニュー提供を行うイベントを首都圏及び県内で開催すること。また、イベントの企画・調整、事前のPR、当日の運営等を円滑に行うこと。

- (ア) 開催するイベントのうちGAP認証農場のそばを提供するイベントを首都圏及び県内でそれぞれ1回以上、開催すること。
- (イ) 首都圏におけるイベントについては、GAP認証やその農場の支援に力を入れている企業等と連携し、1回以上開催すること。
- (ウ) 上記(ア)及び(イ)のメニュー提供イベントに合わせGAP認証品を販売する「GAPマルシェ」を1回以上開催すること。販売するGAP認証農産物の品目や生産者、仕入れの量については、県と協議し、仕入れ、当日の販売・運営を行うこと。
- (エ) イベント開催時には、GAPの理解促進の効果を測定するためのアンケート調査を実施し、その結果を分析して、効果的な理解促進を図るための提案を行うこと。
- (オ) GAP認証農場の生産者がイベントに参加するための旅費(宿泊費、交通費)などの必要な経費については、十分な額を業務経費積算書に計上すること。

イ 生産者等に対するGAPの理解促進

生産者等のGAPの取組意欲の向上につながるよう、講演や生産者及び実需者による実践事例などを含めた効果的なセミナー等の開催について提案すること。県と協議の上、セミナー等の企画調整や円滑なセミナー運営を行うこと。

(ア) 開催時期	令和7年1月～2月
(イ) 開催場所	県内の生産者等がアクセスしやすい場所を提案すること。 会場は、200名程度のセミナー等の参加者が収容でき、講演者や事例を報告する者の控室、事務局控室等必要なスペースを確保できるところとすること。 自家用車ででの来場を想定し、駐車場が十分確保できること。
(ウ) 開催回数	1回
(エ) オンライン配信	セミナーの終了後にオンデマンド配信を行うこと。

ウ イベント等で配布する消費者向けの冊子の作成

イベント等で配布する消費者向けの冊子の仕様等を企画提案し、作成すること。

(ア) 内容	GAPの取組の趣旨を含め、消費者がGAPを理解し、GAP認証農場を応援したくなるよう
--------	--

	な内容とすること。
(イ) 部数	5,000部
(ウ) 仕様	カラー印刷とし、手に取りやすく、携帯しやすい大きさを提案すること。また、SDGsの観点から、紙の種類を提案すること。

エ GAP認証農場を紹介する冊子及び動画の作成

令和4年度及び5年度に生産者を紹介する冊子として発行している「あかべこ」のテイストを活かし、冊子の構成や掲載する内容等を提案し、新たに1種類以上作成すること。また、作成に当たっては、県と協議の上、取材先を決定した上で、取材を行うこと。

(ア) 作成する冊子の種類	1種類以上
(イ) 取材先	令和5年度に取材先とならなかった高校を含め、1冊あたり3件以上の生産者等を取材すること。
(ウ) 部数	1種類当たり3,000部
(エ) 仕様	A5横型、中綴じ製本。表紙はモンテシオン58kg、本文はモンテシオン39kg
(オ) その他	必要に応じて、冊子のタイトルを提案すること。

(参考) 過去のあかべこ

令和4年度 <https://gap-fukushima.jp/uploads/labo/16976202365286.pdf>

令和5年度 <https://gap-fukushima.jp/uploads/labo/17116933459917.pdf>

オ GAP認証農業を紹介する動画の作成

ポータルサイト及びYouTubeに掲載する動画として、上記エで作成する冊子に合わせ動画を1本以上作成すること。また、作成に当たっては、取材先との連絡調整を密に行いながら、企画、取材依頼・対応、原稿作成を計画的に進めること。

(ア) ターゲット	消費者
(イ) 動画の長さ(尺)	3分以内

(参考) 過去の動画

令和5年度 <https://www.youtube.com/watch?v=l0zvX4bfnxI>

<https://www.youtube.com/watch?v=LLA7t9NcTH4>

<https://www.youtube.com/watch?v=esVzHQcRXBc>

カ ポスター及び冊子の増刷

イベントやPR等に活用するため、これまでに作成したポスター及び冊子に

ついて、時点修正及び増刷するための経費として概算で100万円を業務経費積算書に計上すること。

キ #青春GAP米の作成等

県内農業系高校や農業短期大学校で生産したGAP認証の米を使った脱気米及び真空パックごはんを「#青春GAP米」として作成すること。

(ア) 作成に当たっては、学校側及び脱気米等の作成業者との調整を円滑に行うこととともに、脱気米等の保管及び発送、在庫の管理を行うこと。

(イ) 玄米については、米のGAP認証を取得している農業高校は6校あるため、各校から30kg袋で6袋以上、農業短期大学から30kg袋で10袋以上を購入すること。

(ウ) 精米の量は、歩留まりを9割とし、脱気米(板版)を2,800個以上、真空パックごはん(レトルトごはん)を4,000個以上作成すること。

(エ) 脱気米及び真空パックごはんの包装のデザイン及び#青春GAP米の紹介用のパンフレットの作成を行うこと。

ク PRグッズの作成

各種イベント等で配布できるノベルティを作成すること。ノベルティの種類や数量等についても、提案すること。

ケ 各種イベント等へのGAP認証農産物の提供等を通じたPR

県内で開催されるイベント等での県産品贈呈や参加者の滞在中の食材としてGAP認証農産物の提供に係る費用として、概算で80万円を業務経費積算書に計上すること。また、準備に当たっては、GAP認証農場や受入機関等との各種調整を円滑に行うこと。

(ア) 提供するGAP認証農産物の品目や生産者、仕入れの量は、県と協議をし、その手配を行うこと。

(イ) 各種イベント等へのGAP認証農産物等の提供を行った際には、受入機関の了承を得た上で、上記「(1)各種メディア媒体を通じた情報発信」を活用して、効果的にPRをすること。

(3) その他

- ・ その他、本事業の目的達成に寄与する企画があれば提案をすること。
- ・ 受託事業者は、業務に関する県や県内の生産者、協力企業等との調整に円滑に対応できるよう、本社もしくは支社・営業所など、県内に事務局機能を有すること。
- ・ 各種イベントや取材・撮影等における写真のデータについては、実施後速やかに県に提供すること。

4 成果品

- (1) 実績報告書(正副本 1部ずつ)
- (2) その他、実績を報告するのに必要なデータ、製作品

5 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提出しなければならない

い。

- (1) 契約締結後、速やかに提出するもの
 - ・着手届（様式第1号）
 - ・主任担当者届（様式第2号）
 - ・その他、県が業務の確認に必要と認める書類
- (2) 業務完了後に速やかに提出するもの
 - ・完了届（様式第3号）
 - ・実績報告書（様式第4号）

6 事業実施に当たっての留意事項

(1) 県等との連携

受託事業者は、県との間で随時打ち合わせをおこなって業務を遂行することとし、県のもとめに応じ、業務の進捗状況を報告するとともに、必要に応じ県と協議を行い、適切な業務運営に努めること。

また、業務の推進に当たっては、関係農業団体（各JAグループ等）との連携にも充分配慮すること。

(2) 印刷物の作成上の留意点

各種イベント等のPRグッズや冊子等の印刷物については、できる限り県内の事業者から調達すること。また、環境に配慮した資材や印刷手法とし、エコ印刷のマークを入れるとともに、フォントや色の選択は、ユニバーサルデザインを取り入れること。

7 その他

本業務内容に定めのない事項や本業務内容に定める条件等について疑義が生じたときは、県と協議の上、定めることとする。ただし、明記のない事項にあっても、社会通念上当然必要と思われる事項については、本業務の執行上必要なこととして取り扱うものとする。