

# 令和8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。

また、消費者自身の購入姿勢の評価と、流通事業者が認識する消費者の購入姿勢の評価に齟齬がみられ、価格差の固定化につながっている。

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、フェア等をフックとしてバイヤー等と県の連携を深めるための取組や積極的なマーケティングを実施する。

## 3 事業の方向性

- (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・拡大のためバイヤー等と県との連携を強化する。
- (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) ふくしまデスティネーションキャンペーン（以下、「ふくしまDC」とする）と連動した県産農林水産物のPRを実施する。また、ふくしまDC終了後の認知・購買につなげる。

## 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

(ア) 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、ギフト利用につながるよう同一企業又は店舗において、長期又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日又は一定期間継続して実施することとする。）。

(イ) 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。

(ウ) 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) 販促資材の作成、管理及び発送（一式）

県産農林水産物の売場等を装飾するための販売促進資材を作成し、販売店舗等に対して提供（管理、発送等）すること。

なお、原則として依頼日から3営業日程度で納品することとし、簡便に発送依頼及び在庫数確認ができる体制とすること。

### (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（1回程度）。

また、多くの宣伝員に県産農林水産物に関する知識を習得してもらうため、基本マニュアル及び動画を作成し、売場に立つ宣伝員に確認してもらい、その実施状況を把握する体制を構築すること。

### (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（一般消費者向けの直接PRを伴う内容は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。

### (オ) フェア等における催事業者出店等の調整

フェアの開催店舗の意向を反映した催事業者の募集から実施までの連絡調整及び催事業者の旅費等の支払い等の業務を実施する。

### (カ) 報告書の提出

フェア終了後、フェア1回ごと1か月以内に「実施概要」「県産農林水産物等の販売実績」「実施企業担当者（バイヤー・催事担当等）の反応」「消費者の反応」「マネキン活動報告」の5点を取りまとめ、報告書として提出すること。

## (2) 流通事業者向けマーケティング施策の実証

県産農林水産物の定番販売や価格ポジションの向上のため、商品の仕入れや販売を担う流通関係者に対して、県産農林水産物を選ばれるための情報提供や愛着醸成につながるマーケティング施策を実証する。実証にあたり、以下に基づき施策を提案すること。

### ア ブランド及び商品認知・理解促進

主に店舗従業員やバイヤーに対して、商品を知ってもらう施策を実施し、商品理解促進と愛着醸成を図る。

### イ 販促・売場作り支援

主に販促担当者に対して、販促用素材や動画素材等の拡充による商品販促を支援・強化することで、商品を売りやすい売場作りを支援する。

ウ 売場確保・販売強化意欲醸成

主に店舗責任者やエリアマネージャー等に対して、売場確保と販売強化のきっかけづくりとなる取組を実施する。

エ 流通事業者向け情報発信

流通業界関係者に対して、ブランドや商品に係る取組を広める施策を実施し、業界全体及び小売顧客向けの情報発信強化を図る。

(3) 県産農産物に関する調査等の実施

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、次の調査等を行うこと。

ア 福島牛の販売拡大に向けた調査に基づく施策の実施について

福島牛の価格ポジション及びブランド力向上のため、セリ参加者の増加を目指し令和7年度に実施した食肉市場及び福島牛の売買取引に関する業界情報の整理、入札参加の意思決定要件の調査を元に、新たなセリ参加者の獲得を目指し、実証を行う。実証にあたっては福島牛のセリに参加していない買参人に対し、参加のきっかけとなるよう、福島牛の特長や美味しさについて等の説明会を実施したうえで、個々のニーズに応じた施策を提案すること。

個々のニーズに応じた施策とは、例えば福島牛の取扱のない企業への個別アプローチや、福島牛産地ツアー、福島牛の価値を伝えるための情報発信を想定している。詳細は県と協議して決定する。

イ 県オリジナル水稲新品種の市場調査及び品種名候補の選定

(ア) 市場調査

生産・販売戦略の策定及び品種名候補の公募の参考とするため、県オリジナル水稲新品種を含む米の市場調査を実施すること。

(イ) 品種名候補の公募及び品種名調査や商標調査等

品種名候補を公募すること。

応募のあった品種名複数候補について品種名調査や商標調査等を行い、品種登録及び商標登録が可能な名称を選定すること。

市場調査については、県オリジナル水稲新品種の市場評価（流通事業者及び一般消費者等による試食評価）を行い、県で先行して実施した米市場の現状分析と想定競合銘柄の現状分析、県オリジナル水稲新品種の炊飯試験の結果を踏まえて県オリジナル水稲新品種の市場における強み・弱みを整理すること。

市場調査の結果に基づき、生産・販売戦略の方向性（コンセプト、ターゲット、県産米における県オリジナル水稲新品種のポジション、作付・生産計画、プロモーション戦略等）を示すこと。なお、一般作付開始予定の令和10年度の作付面積は500haを目標としていることを考慮すること。

品種名候補は、市場調査の結果を踏まえ、県オリジナル水稲新品種の特長を生かした名称を募集すること。また、商標調査等を実施し、品種登録及び商標登録可能な品種名候補を選定すること。

#### (4) ふくしまDCと連動した農林水産物のPR

県外からの誘客が見込めるふくしまDCと連動して、県産農産水産物の認知向上や今後の購買拡大に繋げるためPR等の取組を実施するにあたり、以下の施策を実施すること。

##### ア JR関連会社の企画と連動した県産農林水産物のPR

駅中のコンビニでのおにぎり販売や飲食店での県産米を含む農林水産物の販売を行う際に、店舗におけるPRのための販促ツールの提供等を行うこと。

##### イ DCオープニングセレモニーにおける「福、笑い」等の農林水産物のPR

4月4日の郡山駅でのオープニングセレモニーにおける「福、笑い」キューブ米や販促資材の提供等、県産農林水産物のPRに関する業務を行うこと。

##### ウ 「福、笑い」と福島牛の飲食店等タイアップフェア

###### (ア) 「福、笑い」の飲食店等タイアップフェア

飲食店等での利用拡大や認知向上を目的として米にこだわりのある飲食店及び宿泊施設において、「福、笑い」を使用した特別メニューを提供するタイアップフェアをふくしまDCに関連させて実施すること。

実施対象としては、令和7年度「福、笑い」ブランド化推進事業において飲食店等とのタイアップフェアを実施した県内の飲食店等を対象とする。

###### (イ) 福島牛の宿泊施設等タイアップフェア

福島牛の利用拡大や認知向上を目指し、福島牛を使用した特別メニューを提供するタイアップフェアをふくしまDCに関連させて実施すること。

実施対象としては、令和7年度「福、笑い」ブランド化推進事業において飲食店等とのタイアップフェアを実施した県内の宿泊施設等を対象とする。

##### エ 県産いちご収穫体験の実施

県内外の消費者を対象にふくしまDCに関連させて観光いちご園で県産いちご収穫体験を実施すること。

企画内容としては、県産いちごのプレゼント、報道機関の取り上げ等によるゆうやけベリー等の県産いちごの認知向上と消費拡大につなげる取組をゴールデンウィーク期間中に実施する想定。

##### オ 「果物王国ふくしま」を印象づけるPR施策の検討・実施

県外からの来県者を対象として、ふくしまDC期間中のいちごやさくらんぼ、及びふくしまDC後のももやあんぽ柿等、多くの果物が実る「果物王国ふくしま」としての認知及び購買に繋げること。また、県政150周年の歴史と、その間に産地ができてきた福島県のもも、梨、あんぽ柿等の歴史をブランドストーリーとして消費者に印象付けるPR施策を実施すること。

## 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・団体等との協議

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・団体等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 業務等の打合せ

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、受託者が協議の上定めることとする。