

## 令和7年度「県産農林水産物重点プロモーション業務（日本なし）」説明 会議事録

1 日 時 令和7年4月4日（金）14時30分から15時30分まで

2 場 所 千葉県庁1階 多目的ホール

3 内 容 募集要項及び業務委託仕様書等の説明及び質疑応答

### 4 議 事

#### (1) 仕様書について詳細説明

仕様書に基づき、補足や留意していただきたい事項について説明する。

#### ●仕様書2 目的

- ・県では、令和5年度から、「千葉県の顔」となる品目を核とした集中的なプロモーションを行い、「消費者に選ばれるおいしい千葉の農産物」としてイメージアップを図ることとしている。
- ・令和5年度から続いていて、3年目となる。
- ・本業務は、その核となる品目（重点品目）のひとつである「日本なし」について、①本県が生産量、栽培面積、産出額のすべてが“日本一”であることを訴求し、認知度を向上させ、消費拡大に繋げるとともに、②県育成品種の秋満月等の県産日本なしの高付加価値化を目的としている。
- ・令和5年度から梨を重点品目としており、これまでの事業内容としては、主に、日本一の訴求、認知度向上を目的としており、東京や千葉で梨の販売会を実施したほか、プレゼントキャンペーン、PR動画を製作し、テレビCMや量販店でのインスタ広告を実施した。
- ・首都圏認知度、「千葉が日本なしの全国一の産地であることを知っている人」を将来的には80%に届けたいと考えている。（主に首都圏の認知度）
- ・また、秋満月等の県産梨の高付加価値化に向けた取組については、今年度からの新たな事業となる。

### ●仕様書3 契約期間

- ・契約締結の日から令和8年3月31日まで、契約締結日は5月上旬を見込んでいる。

### ●仕様書4 業務実施方針

- ・東京を中心とした首都圏の消費者とあるが、現在の認知状況を考え、県内より都内を中心に実施したいため、また、F2・F3層については、本事業は最終的に梨の購入（消費拡大）に繋げるために実施するものであることから、F2・F3層をターゲットに、「日本一の千葉の梨」を訴求する。
- ・千葉の梨が日本一であることに加え、江戸時代から続く歴史があることや、生産者がこだわりをもって栽培し、旬の夏から新鮮な状態でいち早く提供される、といった本県ならではの特徴を活用するよう努めること。
- ・県産なしの高付加価値化に向けては、県育成品種「秋満月」を中心に活用すること。
- ・秋満月を含め、県産梨の収穫時期は特設サイトやリーフレットを確認すること。
- ・令和5年度に制作した「特設サイト」の活用については、後ほど説明する、「プレゼントキャンペーン」での活用を想定している。それ以外の業務で活用してもかまわない。
- ・ただ、特設サイトの活用にあたっては、管理（保守・改修など）を別途委託していることから、十分連携しながら実施すること。したがって、サイトの大幅なデザイン改修などは想定していないため留意すること。
- ・チーバくんの使用に当たってはガイドラインを遵守すること。デザインやその用途により、ガイドラインに基づき報道広報課との調整が必要になる。
- ・右図に示す令和6年度に作成した「日本一の千葉の梨」キービジュアルを活用し、業務全体を通じて、統一感のあるプロモーションを実施すること。

### ●仕様書5 委託業務の内容

#### (1) 「日本一の千葉の梨」の認知度向上に向けたプロモーション

- ア 「露地物の県産日本なしが量販店等の店頭に並び始める時期に市場で行われる競り（以下、初競りという）の会場装飾及びメディアプロモート」

- ・本業務の目的は、千葉の梨の季節が到来したことを消費者に伝えることである。
- ・業務内容としては、県内の主要産地の梨が店頭に出揃う時期（いわゆる厳密な初セリと異なる）、7月下旬頃に東京都中央卸売市場で行われるセリについて、会場装飾やメディアプロモートを行うものである。（生育状況により、実施時期異なる）。
- ・首都圏の消費者に「千葉の梨の季節が到来したこと」をいかに効果的に伝えられるか、メディアプロモートの手法を提案すること。

#### イ 千葉の梨販売会（PRイベント）の企画・運営

- ・本業務の目的は、ターゲットに対して直接千葉の梨の魅力を伝え、購買の契機として、消費拡大に繋げるものであり、これは昨年度も行った。
- ・これは、販売会に限ったものではないが、県及び関係団体等が実施するPRイベント、例えば例年8月にある「梨コンテスト」等が行われることに留意し、実施に当たっては、実施時期がかぶらないよう、または組み合わせることで効果的に進められるよう、県と協議しながら進めること。
- ・本事業は、単なる販売会ではなく、「日本一の千葉の梨」をPRするためのものであるという意図を踏まえた提案とすること。

#### （ア）期間等

- ・令和7年7月下旬から8月上旬までの間に1回程度としている。たとえば、（1）の事業と日程的に近い時期にするなど、（1）の事業との連動性を意識している。なお、原則、1回につき1日の開催とし、最終的な各回の実施日時は、県と協議の上で決定すること。

#### （イ）会場

- ・都内において観光客等の集客及びPR効果が見込まれる場所とする。なお、原則1会場につき1回の開催とし、各回の実施会場は県と協議の上で決定すること。

#### （ウ）実施内容

- a 販売コーナー設置による、県産日本なし（青果・加工品）の販売等

- ・「日本一の千葉の梨」を効果的に訴求する装飾、ディスプレイを行った上で実施すること。また、販売会当日は、MCや千葉県マスコットキャラクター「チーバくん」等を活用し、誘客を行うこと。
- ・来場者にとって魅力的なフォトスポットを設けること。なお、令和6年度に開催した梨の販売会で活用し、現在県で保管している高さ約2メートルの梨オブジェは使用することが出来る。ただし、使用する場合の輸送費等は本業務の委託料に含めること。
- ・実施に当たり、各回の実施日に合わせて販売する日本なし（時期的に幸水を想定している。）を、各回1,000個程度調達すること。
- ・実施に当たり、販売用の箱、手提げ袋、同封用リーフレット等の販促資材を作成すること。なお、県が管理する令和6年度の販売会で使用した販促資材のデザインデータは使用することができる。販売会のキービジュアルとして、業務実施内容にあるデザインを活用することや統一的なデザインとすることを想定している。
- ・実施に当たり、県が作成したPR動画を効果的に使用すること。動画は後ほど放映するが、動画は会場でモニター等を用いた放映を想定している。

#### b ノベルティグッズの作成・配付

- ・「日本一の千葉の梨」を効果的に訴求するためのノベルティグッズを作成し、各回の会場設営に合わせて搬入の上、販売会でアンケート等に回答した方に配付すること。
- ・提案時には、配付用の販促資材について、具体案を提案すること。なお、昨年度は、ピーラーを配付した。
- ・最終的なデザイン、作成数量等は、県と協議の上で決定すること。ただし、作成数量は1,000個程度とする。

#### c 千葉の梨販売会の開催に関する情報発信

- ・会場の周辺での広告やウェブ広告等の手段を用いて誘客に繋がる広報を行うこと。

(オ) その他留意事項

- ・雨天時においても実施することを前提に企画すること。
- ・会場の確保、当日の設営・撤去、人員（販売や動線整理のスタッフや含む）手配、販売に必要な各種物品手配や実施に必要な申請等の手続き（たとえば、試食を行う場合の保健所との調整）等、本業務の実施に必要な一切の業務を行うこと。

ウ プレゼントキャンペーンの企画・運営

- ・ターゲットに対し、広く千葉の梨の魅力を伝え、認知度及び購買意欲の向上に繋げることを目的としている。
- ・プレゼントキャンペーンを次により実施する。なお、提案時には開催期間やキャンペーンの企画内容、プレゼントの内容、情報発信の手法等について、具体案を示すこと。

(ア) 期間等

- ・令和7年7月1日から10月31日までの間に3回程度。ここでいう期間は、キャンペーンの実施期間であり、集計や商品発送等が11月以降になることは構わない。

(イ) 実施内容

a プレゼントキャンペーンの企画、運営

- ・参加費は無料（何らかの商品の購入等を参加要件としない）とし、アンケート等に回答することで申し込めるものとする。
- ・各回10名程度が当選するものであること。
- ・応募者多数の場合は、抽選によることとし、抽選方法を明確にすること。ここでいう「明確な抽選方法」とは、応募者に示すという意味ではなく、あくまで県として、公正な抽選であったことを把握しておく必要があるためのものである。
- ・キャンペーンの実施に当たっては、原則、特設サイトを利用すること。なお、別途委託を予定している特設サイトの管理業務の受託者が、特設サイトの更新等の作業を行うことに留意して実施する

こと。昨年度は、特設サイトにバナー等を貼り、応募フォームに飛んで必要事項を入力していた。

- ・なお、特設サイトの大幅な改修、例えば専用のキャンペーンページを特設サイト内に制作することは、特設サイトの管理業務を別途委託していることから、想定していない。

b プレゼント品の手配及び発送等

- ・プレゼント品は、県産日本なし又は県産日本なしを使用した加工品に限ることとし、県と協議の上で決定すること。

c プレゼントキャンペーンの情報発信

- ・ウェブ広告等の手段を用いて、各回とも 5,000 人以上がキャンペーンに参加するよう広報を行うこと。

(ウ) その他留意事項

- ・当該キャンペーンの対象（応募、発送等）は国内に限ること。
- ・抽選、集計、プレゼント品の手配及び発送等、本業務の実施に必要な一切の業務を行うこと（特設サイトを使用する場合の、サイト改修を除く）。
- ・昨年度はバナー等を貼り、特設サイトで申し込む形をとった。

エ 催事等で活用される「日本一の千葉の梨」化粧箱のデザイン公募

- ・「日本一の千葉の梨」の化粧箱の刷新を目的にデザイン公募の企画運営を行う。提案時にはデザインの公募自体が「日本一の千葉の梨」のPRにつながるとともに、多数の応募があるよう、公募に参加するインセンティブを含めて効果的な公募の手法や公募の周知・選定方法等、企画運営の具体案を示すこと。なお、これまで類似業務を行ったことがある場合は、提案時に類似実績を示すことが望ましい。

(ア) デザインの公募期間

- ・令和7年7月下旬から9月下旬までの間に1回。幅広く意見を公募する場としたい。実際の梨を見ながら、デザインを考案してほしい

ため、この時期を応募期間としている。なお、最終的な実施日時は、県と協議の上で決定すること。

(イ) 実施内容

a 公募の実施

- ・ A式段ボール（おおむね長さ 460mm、幅 310mm、縦 120mm）にデザインすることを念頭に、デザインの公募を行うこと。
- ・ A式段ボールにデザインすることを念頭しているが、これは、新たなキービジュアルとしてデザインを公募することを想定しており、今後、箱以外の販促資材にも使用することを想定している。
- ・ 実施に当たっては県と協議の上、公募要領を作成すること。なお、参加者への賞金・記念品等の賞（公募に参加するインセンティブ）を設ける場合には、提案時に具体的な内容を明記すること。

b デザインの専門家等に対する公募の周知

- ・ デザイン事務所や美術学校等、デザインに造詣が深い事業者や団体等からの参加を促進するため、十分な周知を行うこと。そのための周知方法を提案すること。

c 応募デザインに係る知的財産の権利侵害等に関する調査

- ・ 応募のあったデザインのうち、最終的な候補に残った10作品程度について知的財産権、その他第三者の有する権利の侵害、各種法令、規則の違反がないか調査すること。具体的な調査方法等については県と協議の上、決定すること。

d 選定委員会の組成に関する協力

- ・ 応募作品の審査にあたっては、農業関係者も含む選定委員会を作ることを用意している。委員は県との協議によるが、デザインの専門家について候補者を1名以上提案すること（人数等は未定）。
- ・ 県と協議の上、応募のあったデザインの選定を行う選定委員会を組成すること。農業関係者については県が主導して調整を行うものとするが、選定委員会へ推薦するデザインの専門家について候補者を1名以上提案すること。なお、選定委員会の運営にかかる会場費や委員の旅費、報償費等、実施に要する一切の費用は委託料に含めること。

e 消費者の興味・関心の喚起

- ・公募自体が「日本一の千葉の梨」のPRにつながるよう、公募への参加やデザインの選定作業等に幅広い属性の方が関わられるような仕組みを提案すること。

f 新デザインの発表

- ・令和8年1月末頃に公募結果について県の定例記者会見等で発表を行うため、選定されたデザインが施された梨箱を3箱程度作成するとともに、報道発表に際して必要な会場装飾を行うこと。なお、箱作成及び会場装飾費用として30万円程度を見込むこと。

(2) 県育成品種「秋満月」を活用した県産日本なしの高付加価値化に向けた取組

- ・「秋満月」の付加価値向上に向け、各種取組を行うこと。
- ・「秋満月」の付加価値向上に向け、以下の取組を行うこと。生産者は県が紹介するものとし、仕入れ単価はおおむね1,000円/kgとして試算すること。
- ・「秋満月」は令和3年にデビューした梨であり、まだ量が多く無い。そのため、その確保に困難な場合は県に相談すること。

ア 高付加価値化を目的とした販路開拓

- ・ブランド力のある都内の百貨店（催事スペース等を借りて）や高級フルーツ店等において、「秋満月」等の県産日本なしが取り扱われるようにするため、販路拡大の企画概要を示すとともに販路拡大先の候補を2店舗以上示すこと。
- ・「販路拡大の企画概要」とは、たとえば、百貨店の棚を借りることや、催事スペースでの販売会等を想定しており、百貨店等を利用するお客様に「秋満月」を知っていただき、購入につなげる取組を想定している。
- ・その上で、「販売先の候補」として、具体的な、企業や店舗を示すこと。

イ 「秋満月」PRイベントの開催

- ・「中秋の名月」と「秋満月」を題材に都内でPRイベントを企画・実施すること。

- ・本業務は、メディアへの露出を意識し、会場に訪問した方だけではなく、メディアをとおして、秋満月や千葉の秋梨の魅力を印象付けたいと考えている。そのため、そのような会場や企画内容の具体案を提案すること。
- ・会場は東京タワー等の都内の著名な施設で実施できることが望ましい。会場費を含めて、イベント運営費は全体で400万円程度とすること。
- ・本業務の目的は、県が育成し、高付加価値化に取り組む「秋満月」の品種の特徴や魅力を幅広く消費者に伝えることである。
- ・提案時には、イベントの会場や企画内容について具体案を示すこと。なお、最終的なイベント実施会場や内容については 県と協議の上で決定すること。

#### ウ 販促資材の作成

- ・上記ア、イ（フェアイベント）で活用する販促資材作成すること。なお、令和3年度から活用している「秋満月」ロゴマークやリーフレット等のデータは貸し出すことができる。提案時には作成する販促資材を1案以上示すこと。
- ・たとえば、棚を盛り上げるミニのぼりなどが考えられる。

#### エ 「秋満月」のPRのための品種特性調査

- ・「秋満月」の販売上の強みを抽出することを目的に、食品の研究施設等と連携しての調査となる。
- ・含有成分や香気成分の調査、テンシプレッサー等による物性評価、官能評価士による官能評価等を実施するとともに、他品種（5品種以上）の品種特性と比較した「秋満月」の特性をマッピングすること。
- ・なお、研究に使用する「秋満月」のサンプルは県で用意することができる。提案時には連携する研究施設や当該施設による類似実績について具体案を示すこと。
- ・上記を踏まえ、研究の成果が消費者や販売店舗向けにわかりやすく伝わるリーフレット等の販促資材の作成を行うこと。

### (3) 効果測定

- ・本業務の実施結果について、効果測定、分析、振り返りを行い、併せて、「千葉の梨」のプロモーションを効果的に推進するための専門的知見からの助言等があれば行うこと。なお、効果測定等の手法については、県と協議の上で決定すること。

### (4) 実施記録等の作成・提出

- ・事業完了時に下記ア～ウ及び各事業実施内容等をまとめた報告書を作成し、県に提出すること。
- ・なお、下記アの記録写真等については、各イベント終了後、速やかに県に提出すること。この趣旨は、速やかにイベント結果を把握するとともに、イベント内容によっては県HP等での公表を想定しているためである。

#### ア 記録写真等

5 (1) ～ (2) により実施した内容が分かるよう、写真等により記録すること。

#### イ 掲載記事の収集

本事業を通じて、メディア等の掲載情報があるか確認の上、確認された場合は収集すること。

#### ウ 効果測定結果

- ・本事業の効果測定（5 (3) により実施した内容）の結果を報告すること。

### ●募集要項の内容

- ・募集要項については、基本的に資料2のとおりであるため、事務関係とスケジュールについて説明する。

#### 【事務関係】

- ・まず、事務関係について、4 (2) 企画提案書の締切日（4月16日）までに県入札参加業者適格者名簿に登載すること。
- ・未登載の場合は、「ちば電子調達システム」で電子申請を行った上、千葉県電子自治体共同運営協議会へ、速やかに提出。（7営業日かかるため、もしまだな場合はすぐ）

- ・なお、提案を希望する場合は、4月9日（水）午後5時までに、応募申出書を提出すること。
- ・10（2）イ契約保証金について、契約金額の百分の十以上の契約保証金を納入すること。なお、契約保証金は免除する場合がある。名簿登載事業者であり、過去に県や国等における同様の業務を数回実施している場合は免除される場合があるので、候補者決定後、再度確認する。
- ・10（3）委託料の上限は、税込み35,484,000円である。

#### 【スケジュール】

- ・次に、今後のスケジュールについて、本日（4月4日）は説明会である。
- ・質問の締切は4月7日（月）午後5時、応募申出書の締切は4月9日（水）午後5時となっている。送付、提出後の電話確認を忘れないようお願いする。
- ・応募申出書が期日までに提出されない場合、応募ができないため注意。なお、応募申出書提出後でも、キャンセルは可能である。
- ・企画提案書等の応募書類の提出は4月16日（水）午後3時厳守。
- ・企画提案者の数が5者以上の場合、書面による1次審査を実施し、選定委員会に参加する4者程度を選定する場合がある。
- ・選定委員会は4月下旬を予定。企画提案書の提出があった者に別途通知する。
- ・契約は5月上旬を予定している。

【質疑応答】

Q 昨年イベントの参加人数は。また、K P Iは？

A 8月半ばに東京駅で1回、8月の終わりに1回、9月にそごう千葉店で実施。  
人数ではなく、梨の販売個数でカウント。

1 kg箱と2 kg箱を用意し、1 kgは100箱完売、2 kgは50箱売れた。

販売数についてK P Iは明確に設けていないが、完売を目指していた。

Q 昨年の販売会で課題に感じられた点は？

A 昨年は、実施時期・実施場所が良かった。多くの人に来る、買っていた  
だけのような場所での実施を提案いただきたい。

Q P Rのための品種特性調査について、対象は日本なしか？

A そのとおり。

Q 秋満月との比較になるが、5品種は早生から晩生まで調査をするのか？

A 秋満月と同じ時期を想定。9月の中下旬から10月半ば。例えば、南水等が  
考えられる。

Q 秋満月と同時期の5品種という理解でよいか？

A そのとおり。

Q 成分調査について、仕様書に記載されている内容をすべて検査するのか？

あるいは、その中で特に力を入れてほしい項目はあるか？

A 今後百貨店に売り込むにあたって必要な調査と考えている。

Q P Rのための調査ということだが、バイヤー視点か、消費者視点か？

売れていくことを考えると一般消費者が評価に対して理解できるものという  
ことが重要と考えてよいか？

A その点も含めて御提案をいただきたい。

Q セリ場でのメディアプロモートについては、メディアを通じて消費者に伝えるという理解でよいか？

A その理解でよい。

Q 梨の調達については、県指定のJAからの調達か。それ以外でもよいか？

A 指定はない。

Q 品種特性調査は過去に実施したことがあるか？

A していない。

Q 本事業は3年目とのことだが、過去の報告書は閲覧できるか？

A データでの提供は難しいが、来庁いただいた上で紙での閲覧は申し受ける。

Q ビジュアルは企画書で使用してもよいか。また、データは配布しているか？

A 使用可能。データは、現在公開している仕様書から活用いただきたい。

Q 梨のオブジェの保管先は県庁か。

A そのとおり。

Q 昨年のノベルティはどんなものを作ったか。公開されているか？

A 公開はしていない。昨年はピーラーを作成。

Q 昨年度のキャンペーンでの応募者はどの程度か？

A おおよそ1回目が5,000、2回目は8,000だった。

Q 認知度を80%にするとのことだが、現時点ではどのくらいか？

A まだまだ頑張らないといけないと考えている。

Q 販売会の梨調達について、販売額はどのような取り扱いか？

A 委託販売や買い切りがある。各社様で御判断いただき、御提案いただきたい。