

令和6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

- 1 開催日時 令和6年3月8日（金）14時30分から15時10分
- 2 開催場所 千葉県自治体職員福祉センター4階 第1会議室
- 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 議事概要

- 流通販売課より事業内容を説明。

【補足事項】

仕様書について

2 目的

- ・ 令和4年度の首都圏認知度について、「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」は60%弱であり、県としては、将来的に首都圏認知度80%に届けたいと考えている。

4 業務実施方針

- ・ ターゲットについて、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ため、贈答品需要をイメージした中で、親和性のある、いわゆるF2、F3を主な購買層と想定して設定した。
- ・ PRにあたり、「秋満月」も県開発のオリジナル品種であるので、特徴のひとつであると考えられる。
- ・ 特設サイトについては、本業務とは別の業務として管理運営を予定していることから、例えば、独自提案事項として特設サイトの大幅なデザイン改修などは認められないため留意すること。また、既に特設サイトが存在しているため、新たなサイトの制作等は想定していない。

5 委託業務の内容

(1) 千葉の梨販売会（PRイベント）の企画・運営

- ・ 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月頃に実施される「千葉なし味自慢コンテスト」や8～9月に千葉県アンテナショップなどが開催されることに留意し、実施に当たっては、実施時期を重複させない、または組み合わせて効果的に進められる

よう、県と協議しながら進めること。

- 販売会については、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。
- 販売会については、1回当たり1日での実施を想定しているが、それを含めての提案をお願いします。ただし、3日連続・同会場で実施し、「概ね3回程度」を満たすことは認め難い。
- 販売するものは、県産の日本なしの青果、加工品又はその両方とし、最終的には、手配先を含め、受託者と県とで協議して決定する。
- ウ(ア)実施内容の中で、「PR動画の活用」とあるが、これは、会場でモニター等を用いた放送を想定しており、この後説明する仕様書5(3)の「PR動画の活用したプロモーションの実施」とは別であるため留意すること。
- 販売会の規模については、いわゆる「駅ナカでの催事」程度を想定している。
- 提案において、レイアウトは1案でも複数でも構わない。ただ、会場が異なるのみで、概ねの規模、レイアウトが同程度の場合に、それぞれで作成いただく必要まではないと考える。
- ノベルティグッズは、販売会の際に配布することは記載のとおりであるが、配付方法等により、景品表示法等の法令に反しないよう留意すること。
- 会場の確保、設営・撤去、販売員や動線整理スタッフ等の当日の運営の人員、販売品の手配、実施に必要な申請等の手続きなど、実施に必要な一切の業務を行い、必要な経費は委託料に含めること。

(2) プレゼントキャンペーンの企画・運営

- 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10月以降になることは構わない。
- 「応募者多数の場合には、抽選とし、その抽選方法を明確にすること。」について、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。
- プレゼントキャンペーンの実施に当たり、原則、特設サイトを利用すること。例示としては、特設サイトにキャンペーンバナー等を貼り、応募フォームに遷移させて必要事項を入力させる、等である。その場合の業務の区分けとしては、バナー等の特設サイトへの貼り付けは、仕様書の「特設サイトの

管理業務」の受託者が行い、応募フォームの作成、集計、抽選、発送等は、本業務の受託者が行うこと。

- ・ 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」などは上記の理由から不可。

(3) PR動画を活用したプロモーションの実施

- ・ PR動画制作の趣旨としては、「日本一の千葉の梨」を印象的に、広く消費者に伝えることで、本県の日本なしの認知度向上、イメージアップを図ることにある。
- ・ 期間としては、令和6年6月1日から9月30日までのなかでの提案事項となるが、特に6月上旬から、梨が出回る時期である7～8月を特に重視したい期間と考えている。
- ・ 提案時には、PR動画の媒体、回数・期間及び方法を示しいただきたい。併せて、実施により見込まれる具体的な効果をお示しいただきたい。これは、客観的に見て、どういった場所・媒体で、どの時間帯（期間）にこういった方法をとることで、●人に訴求できるから、認知度が●ポイント上がることが見込まれる、といったイメージである。
- ・ 動画については、必要に応じてクレジットの追加等の編集を行うこと。ただし、既存動画の内容に関わる大幅な編集は原則認めないため留意すること。
- ・ 本業務目的を鑑み、県としては、PR動画を活用したプロモーションに力を入れていきたいと考えている。

【PR動画視聴】 15秒版、30秒版 各2回ずつ

(4) 効果測定

- ・ 業務実施による、来場者数、応募者数や、動画視聴数、メディア広告であればクリッピング、広告換算効果等の実施結果の取りまとめとお考えいただきたい。
- ・ 効果測定については、提案の要件としていないが、業務には含まれるため、見積には含めるよう留意。

(5) その他の独自提案事項

- ・ (1) 千葉の梨販売会 (PR イベント)、(2) プレゼントキャンペーン、(3) PR 動画を活用したプロモーションと合わせて実施することで、本業務の目的を効果的に推進する独自提案をお願いします。

7 運営及び管理

(2) 業務実施体制

- ・ 本業務については、効果的なプロモーションとなるよう、実施体制の中に、戦略やプロモーションの専門的知識を有するものを配置することとあるが、ストラテジックプランナー的な方の配置を想定している。

募集要項について

- ・ 名簿については、締切日が年度内であるため、令和4・5名簿に登載されていること。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で、千葉県電子自治体共同運営協議会へ、速やかに提出いただきたい。
- ・ 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、再度確認させていただく。
- ・ 11 契約の確定 について、本業務は令和6年度事業となるため、記載のとおり、来年度予算が3月31日までに議会で可決された場合に確定されるものである。

● 質疑

仕様書について

- PR 動画について、例えばコマーシャルの放送を前提とするのか。
⇒ コマーシャルは想定される一つの方法と考えるが、指定するものではない。業務目的を踏まえた効果的な媒体の提案をお願いしたい。

- PR 動画の加工は不可という認識でよいか。
⇒ クレジットや尺の問題で削ったりするなどの軽微な加工はよいが、内容の大きな変更は原則不可とし、必要な場合は協議させていただく。

- 販売会で売る商品は千葉県と相談とあるが、仕入れ方法や売り上げの管理はどのように考えればよいか。
特定の農園とタイアップして実施することは可能か。
⇒ 仕入れ方法については、買取や委託等の方法が考えられるが、提案いただいた後の相談とさせていただきたい。営利目的で実施するものではないので、その点は御留意いただきたい。仕入れ先についても、県と協議の上決定いただきたい。
特定の農園とのタイアップについて、県としては、県全体の生産者と連携しながら進めていきたいので、提案内容をもとに協議させていただきたい。

- ノベルティ配布方法について、ベタ付け、無料配布などの指定はあるか。
⇒ 特に指定はないので、景品表示法に注意してほしい。

- プレゼントキャンペーンについて、購入を要件にしないとあるが、アンケートを義務づけるなどはあるか。
⇒ 有料参加の指定をしないのであれば、業務の目的に併せて御提案いただきたい。例えば、今年度実施したキャンペーンではアンケートをやっている。

○ 販売会の仕入れを買取とする場合は見積もりに含めるのか、別途にしたほうがよいか。

→ 最終的には協議とさせていただきたいが、提案の中で、買取なのか、委託販売なのか積算するなど、わかるように明記してもらいたい。

受託者候補者決定後、契約前の段階で協議を行い、最終決定とさせていただきたい。

○ ストラテジックプランナーの説明は資料のどの部分に該当するのか。

→ 仕様書7（2）業務実施体制の中に記載している、「戦略やプロモーションの専門的知識を有する者」の部分について、イメージとしてお伝えしたものの。

○ 令和5年度のプロモーション業務の中でアンケート形式のプレゼントキャンペーン以外に実施したことは何か。

→ プレゼントキャンペーンを中心として、県内関係団体が実施するイベントのPRとして、メディア向けの発信などを行っている。

○ 今回の業務について、仕様書にはインバウンドの記載がないが、意識する必要はないか。

→ まずはターゲットである「県内を含む首都圏を中心とした消費者」を見据えてほしいが、業務の目的に沿った取組として、インバウンド関連の御提案を妨げるものではない。

○ 贈答品としての消費拡大を意識しているとあったが、家庭消費よりも贈答消費が多いなどあるのか。

→ 特に内訳は示すことはできないが、梨の消費全体の中の一つとして、贈答品需要があり、プロモーションのターゲットを絞り込む中で、贈答品に焦点を当てている。

○ 確認になるが、プレゼントキャンペーンにおける特設サイトの活用について、キャンペーンの応募フォームについては、本業務の受託者が構築するという認識でよいか。

→ そのとおり。

○ 幸水の出回り時期が早いですが、幸水の販売会を行う時期に他の品種はできないのか。各品種をまんべんなく取り上げて企画すべきか。

→ 御認識のとおり、幸水の時期には他の品種の出回りはない。千葉の梨は、品種を切り替えながら長く出荷されるという特徴があるので、長期的なPRができるような企画も御検討いただきたい。特定の品種に焦点を当てることを妨げるものではないので、その点を踏まえ御提案いただきたい。

○ PRイベントについて、他団体のイベントと連携するにあたり、実施が決まっている具体的なイベントなどはあるのか。令和5年度の実績を応募者で確認しながら御提案する形でよいか。

→ そのとおり。連携ではなくても、「この時期にこのイベントが開催されるので、本業務についてはそのイベント前の時期に実施してはどうか」といった御提案も想定している。

○ PRイベントの開催について、販促資材について、県から提供がいただけるものはあるか。

→ リーフレット類は在庫の範囲内で提供可能。のぼりなど、それ以外のものを想定している場合は、提案時の見積もりに含めていただきたい。

募集要項について

○ 質問なし