

# 令和6年度 群馬県産農畜産物ブランディング業務 企画提案仕様書

## 1 業務名

令和6年度群馬県産農畜産物ブランディング業務

## 2 業務目的

群馬県では、G-アナライズ&PR チームにおいて、県産農畜産物の美味しさや健康に関与する成分について分析し、それら強みや特長をPRしてきた。

令和4年度からは、民間ノウハウを活用し、G-アナライズ&PR チームで扱ってきた品目（「ナス」、「ウメ」、「ニジマス」、「上州地鶏」、「リンゴ」）について、消費者や実需者への調査や生産者へのヒアリングの実施及び生産者・関係者を含めた部会での協議を行い、各品目の現状把握や課題を洗い出して、ブランド戦略案の策定に取り組んできた（別添資料「群馬県産農畜産物ブランディング業務品目別ブランド戦略案」参照）。

今後は、各品目の状況に応じた必要な調査やプロモーション等を実施し、その結果を検証・評価することで、ブランドの新たな方向性を見出す。

これらの取組により、生産者が自発的に県産農畜産物の魅力や付加価値を消費者に的確に伝えていくことで、安定的な需要の創出と農家所得の向上につなげていくことを目的とする。

## 3 契約期間

契約締結日から令和7年3月14日（金）

## 4 業務内容

### (1) ブランディング

令和4・5年度群馬県産農畜産物ブランディング支援業務で品目別のブランド戦略案を策定した5品目（「ナス」、「ニジマス」、「ウメ」、「上州地鶏」、「リンゴ」）を対象として、以下の現状・課題、方向性、令和6年度目標を踏まえ、実施内容についての業務を行うこと。

また、5品目について、令和6年度を3年目とした、令和4年度からの10年間の方向性を提案すること。

#### 【ナス】

##### ① 現状・課題

群馬県は夏秋ナスについて日本一の出荷量を誇る産地であるが、ナスの購入にあたり、群馬県産を選んで購入したい人の割合は約15%である（令和5年度消費者アンケート結果）。

群馬県産ナスについて、機能性表示食品としての届出をJA全農ぐんまが実施しており、群馬県はその取組について支援している。令和6年秋頃の届出受理を想定し、令和7年度から機能性表示食品としての販売を予定している。

##### ② 方向性

機能性表示食品としてのナスについて“健康”という新たな切り口で食材としての価値を伝えることで、潜在的な需要やターゲットの掘り起こし・各種プロモーションによりナス市場の活性化を図るとともに、群馬県産ナスのファン拡大を目指す。

##### ③ 令和6年度目標

令和7年度からの機能性表示食品としての販売開始に向け、効果的なプロモーションを実施するための準備を行う。

##### ④ 実施内容

## ア 機能性表示食品としての販売開始に向けたプロモーションの提案・準備

令和7年度から予定されている機能性表示食品としての販売開始に際し、効果的にプロモーションを実施するため、ヒアリング等を通じてナスの機能性表示に関する現状を整理し、関係者の役割分担を明らかにした上で必要と思われるプロモーションを提案すること。また、提案した内容について令和7年度以降に実施できるように準備を行うこと。

## イ 検討会議の開催

前項アの取組について、検討会議を開催し、協議の上で関係者の合意形成を図ること。検討会議は3回程度の開催（第1回：5月、第2回：8月、第3回：11月）を想定し、会議の準備、関係者調整、通知発出、運営、報告書作成など、開催に係る業務全般について総合的に行うこと。

## ウ 流通における課題の整理及び解決案の提示

実需者へのヒアリングや他県事例調査等を通じて群馬県産ナスの流通における課題について整理すること。また、整理された課題に対して解決案を提示すること。

## エ その他、令和6年度目標達成に向けて必要な取組の提案・実施

### 【ニジマス】

#### ① 現状・課題

<ギンヒカリ>

群馬県が育成したニジマス「ギンヒカリ」は、需要に対して供給が追いついていない（令和4年度の出荷量は約24t）。

主な販路が県内の宿泊施設と飲食店で、各生産者が個々の販路を持っており、販売先が限られている。また、県内の認知度が約40%、首都圏では約10%程度と低い（令和4年度消費者アンケート結果）。

<新たなニジマス>

令和6年度には、ギンヒカリに続いて群馬県が育成した「新たなニジマス」の公表を予定している。

#### ② 方向性

「ギンヒカリ」「新たなニジマス」の認知度を向上させ、販路を拡大させる。

#### ③ 令和6年度目標

<ギンヒカリ、新たなニジマス>

各品目の生産量に応じた、群馬県内及び首都圏での新たな販路を生産者に提案する。

<新たなニジマス>

令和6年度中にデビューを控える「新たなニジマス」の魅力等を実需者や消費者に伝えるためのプロモーションを実施する。

#### ④ 実施内容

##### ア 「ギンヒカリ」「新たなニジマス」の新たな販路の提案

実需者へのヒアリング等の結果を基に、実需者のニーズや生産者の意向をふまえて、群馬県内外の販路を生産者に提案すること。

##### イ プロモーションの提案・実施

生産者へのヒアリング等を通じて、「新たなニジマス」の販売開始に向けて効果的なプロモーションについて提案し、実施すること。

また、「ギンヒカリ」の認知度向上とイメージアップを図るため、ヒアリング等を通じて、ギンヒカリについての現状を整理し、生産者、行政等の役割を踏まえた効果的なプロモーションについて提案すること。

##### ウ その他、令和6年度目標達成に必要な取組の提案・実施並びに必要な会議等への出席

## 【2回程度】

### 【ウメ】

#### ① 現状・課題

群馬県は東日本最大かつ手もぎ収穫による高品質ウメ産地である。しかし、多くが加工品として流通しているため消費者に産地としての認知がされにくい。

県内作付けの約6割を占める品種「白加賀」の認知度は首都圏で約5%、群馬県内でも約15%程度である（令和4年度 消費者アンケート結果）。

生産者やJA全農ぐんま・JA、加工事業者、観光事業者など、関係者は多岐に渡り、各団体においてそれぞれの立場からプロモーション活動が行われている。

#### ② 方向性

関係者間での協力・連携を強め、県産ウメ関係者一体となった取組により「ぐんまの梅」の認知度向上及びイメージアップを図る。

#### ③ 令和6年度目標

「ぐんまの梅」のプロモーション実施等を通じ、認知度向上及びイメージアップを図る。

#### ④ 実施内容

##### ア 「ぐんまの梅」認知度向上及びイメージアップのためのプロモーションの提案・実施

群馬県産梅の認知度向上とイメージアップを図るため、ヒアリング等を通じて群馬県産梅についての現状を整理し、効果的なプロモーションについて提案し、実施すること。

##### イ その他、令和6年度目標達成に必要な取組の提案・実施並びに必要な会議等への出席

## 【2回程度】

### 【上州地鶏】

#### ① 現状・課題

群馬県育成品種「上州地鶏」の需要に対して供給が追いついていない。（令和4年度の出荷羽数は約3万羽）さらに、群馬県内の認知度は約50%、首都圏は約15%となっている（令和4年度 消費者アンケート結果）。

また、単価向上（モモ肉、R4：280円/100g→R12：350円/100g）に関して、比内地鶏と阿波尾鶏と競合しない中間の価格設定を生産者や卸関係者らと検討している。

#### ② 方向性

販売単価について、比内地鶏と阿波尾鶏の中間の立ち位置を狙う。

#### ③ 令和6年度目標

実需者のニーズを把握し、単価向上に向けた取組について生産者や関係者に提案する。

#### ④ 実施内容

##### ア 上州地鶏における単価向上及び販路拡大に関する提案

実需者へのヒアリング等により、上州地鶏の単価に対して評価すること。

実需者ヒアリング等の結果を基に、生産者ヒアリングからの生産者や卸売業者の意見も踏まえて上州地鶏の単価向上に向けた取組及び販路に関して、生産者らに提案すること。

##### イ 認知度向上に向けた取組の提案

上州地鶏の認知度向上とイメージアップを図るため、ヒアリング等を通じて上州地鶏についての現状を整理し、生産者、行政等の役割を踏まえた効果的なプロモーションについて提案すること。

##### ウ その他、令和6年度目標達成に必要な取組の提案・実施並びに必要な会議等への出席

## 【2回程度】

### 【リンゴ】

#### ① 現状・課題

群馬県のリンゴは、直売や観光果樹園等が中心である。そのため、生産や出荷にはJA等に大きく関与しておらず、大きな生産者団体が無い。その結果、統一感のあるPRができていない。

**② 方向性**

ブランド化に意欲のある若手生産者を育成し、それら生産者を中心に、「群馬県のリンゴ」の認知度向上に向けた意識の醸成を図る。

**③ 令和6年度目標**

ブランド化に意欲がある若手生産者を育成すること。

**④ 実施内容**

**ア ブランド化に意欲のある生産者の育成**

ブランド化に意欲がある若手生産者を把握するとともに、それら生産者に対し、「(3) 生産者のブランディングに関する意識啓発」で実施すること。

**イ WEBサイトの活用方法の提案・実施**

群馬県が所有するWEBサイト「ぐんまのくだもの園」に関して、WEBサイトの閲覧数を増加させるための活用方法を提案するとともに、実施すること。

【参考】「ぐんまのくだもの園」URL：<https://aic.pref.gunma.jp/kajyuen/>

**ウ その他、令和6年度目標達成に必要な取組の提案・実施並びに必要な会議等への出【2回程度】**

**(2) 群馬県育成新品種のブランディング支援**

群馬県では農産物の新品種育成に取り組んでおり、いくつかの品目について数年後に栽培が本格化される見込みである。これら新品種について生産者、実需者及び消費者にとって利益ある次代のブランド農産物として展開していくにあたり、必要な支援を行うこと。

**① 実施内容**

**ア 群馬県育成ウメ新品種「群馬U6号（商標：ゆみまる）」ブランディング方向性の提示**

令和6年度から収穫が本格化する県育成ウメ新品種「群馬U6号（商標：ゆみまる）」について、生産者及び実需者へのヒアリング及び消費者評価調査等を実施し、その結果を整理した上でブランディングの方向性を示すこと。

**イ 群馬県育成新品種に関わる会議等への参加（2品目程度）**

県育成新品種に関わる会議等に参加し、ブランディングに関する助言を行うこと。

**ウ その他、群馬県育成新品種のブランディングに関する必要な支援**

**(3) 生産者のブランディングに関する意識啓発**

若手生産者を中心に農畜産物のブランディングに対する意識の啓発を図るために、セミナーを1回以上行うこと。

企画、講師選定、広報、準備、実施、受講者管理、報告書作成等、開催に係る業務全般について総合的に行うこと。

また、セミナー実施後に、受講者に対して、ブランディングに関するニーズ等、アンケートを実施し、その結果を考察・評価すること。

**(4) 商談会の開催に向けた準備**

首都圏への販路拡大に意欲のある生産者を支援するために、実需者（高級小売・百貨店・飲食店等のバイヤー）との商談会の実施を令和7年度から予定している。

商談会の実施に当たり、実需者が農畜産物の生産及び出荷に求めるニーズ（有機JAS認証

やGLOBALG.A.P.認証、ロット数量、出荷規格、梱包規格 等)を把握するとともに、生産者や産地を育てていく意識の高い商談相手・内容等について具体的な提案をすること。

その他、ブランド価値を高める仕組みについて、助言及び提案すること。

#### (5) 群馬県産農畜産物の認知度調査

G-アナライズ&PRチームでは、県産農畜産物の美味しさや健康に関与する成分について分析し、それら強みや特長をPRしてきた。

これまで分析してきた計9品目(①やよいひめ(群馬県育成イチゴ品種)、②豚肉、③トウモロコシ、④上州地鶏、⑤リンゴ、⑥ウメ、⑦ニジマス、⑧ブルーベリー、⑨ナス)について、群馬県及び首都圏における認知度調査を実施するとともに、得られた調査結果に対して、評価を行うこと。調査方法及び評価方法については、申請者の提案とし、企画提案書にその内容・手法をわかりやすく記載すること。

### 5 業務報告書及び成果品の提出

#### (1) 業務報告書

業務完了後、速やかに以下の事項を記載した業務報告書を作成し、電子データ(マイクロソフトワード又はパワーポイントファイルなど、ファイル形式は群馬県と調整のこと)をCD-Rに保存の上で提出すること。

- ① 業務完了年月日
- ② 4 業務内容 (1)～(5)の各業務における実施内容及び結果並びに成果品
- ③ 実施費用内訳
- ④ その他本業務に関連するもので、群馬県が指示する内容

#### (2) 成果品

4 業務内容 (1)～(5)の実施内容に係る以下について、指定する時期までに電子データで提出すること(別添資料「令和6年度群馬県産農畜産物ブランディング業務年間スケジュール案」参照)。

なお、提出時期について特に言及のないものは業務報告書と合わせて提出すること。

- ① (1)、(2)、(4)の提案書
- ② (3)における  
ア セミナー内容を記録した動画  
イ セミナーに使用した資料(電子データ)  
ウ 結果報告書
- ③ (5)における調査結果に対する評価報告書  
※必要に応じてグラフや図を用いるなど、視覚的にわかりやすいものとする。
- ④ その他本業務に関連するもので、群馬県が指示する内容

### 6 個人情報の取扱い

受託者は、本業務の実施に伴い取り扱う個人情報について、「個人情報の保護に関する法律(平成15年法律第57号)」を遵守するものとする。

### 7 成果物の権利関係

本業務の履行における成果品の所有権は、全て群馬県に帰属するものとする。

### 8 留意事項等

- (1) 受託者は月1回の定例打合せを実施し、業務の進捗状況について群馬県に報告すること。  
なお、必要に応じて随時、協議し、業務を進めること。
- (2) 検討会議や群馬県との打ち合わせ等の議事録については、検討会議・打合せ等の実施の都度、実施後1週間以内に群馬県に電子メールで提出すること。
- (3) 本件業務に係る必要な物品等については、原則として受託者が用意すること。
- (4) 本仕様書に基づく作業に関し、第三者の肖像権、所有権、著作権を侵さないこと。また、第三者との間に著作権に係る権利侵害の紛争等が生じた場合は、当該紛争の原因が専ら群馬県の責めに帰す場合を除き、受託者の責任、負担において一切を処理すること。
- (5) 受託者は、契約期間中及び契約期間後において、本件業務上知り得た情報を第三者に漏らしはならない。また、業務の過程において第三者に情報の漏洩がないよう、十分な対策を講じること。
- (6) 受託者の責任に帰すべき理由により、群馬県又は第三者に損害を与えた場合には、受託者がその損害を賠償すること。
- (7) 受託者は、本業務に係るデータを5年間無償で保管すること。この場合、群馬県の承認を得ずにデータを転用または第三者に使用させてはならない。
- (8) 契約書及び仕様書等に記載のない事項については、その都度協議すること。

**【参考】**

- 1 群馬県産農畜産紹介サイト 「ぐんまアグリネット」  
<https://aic.pref.gunma.jp/>
- 2 G-アナライズ&PR チームについて（ぐんまアグリネット内）  
[https://aic.pref.gunma.jp/know/prefectural-action/analyze\\_pr](https://aic.pref.gunma.jp/know/prefectural-action/analyze_pr)