

令和7年度群馬県産農畜産物プロモーション業務 委託仕様書

1 業務の目的

群馬県では、豊かな自然環境と標高差に富んだ地域特性を活かし、多彩な農畜産物が生産されている。

群馬県（以下「県」という。）は、G-アナライズ&PRチーム※¹において、県産農畜産物のおいしさや健康に関与する成分を科学的に分析し、その魅力を発信してきた。しかし、その魅力は多くの消費者に十分に伝わりきっていないのが現状である。

そこで、本業務では、これまで分析・PRを行ってきた品目を中心に、県産農畜産物の認知度とブランド価値を一層高めるため、メディアを活用したプロモーション及び飲食店・宿泊施設と連携した県民運動等を実施する。

2 業務の名称

令和7年度群馬県産農畜産物プロモーション業務

3 委託期間

契約締結日から令和8年3月6日（金）まで

4 業務の内容

【業務1】メディアミックスによる県産農畜産物の魅力発信

（1）趣旨

県産農畜産物の魅力を更に訴求するため、首都圏及び群馬県内在住者に対して、G-アナライズ&PRチームで分析・PRを行ってきた品目を中心に、その魅力を発信する。

（2）実施期間

令和7年7月から令和8年2月末まで

（3）対象品目

次の12品目とする。

NO.	品目名	区分	備考
1	とうもろこし	①	G-アナライズ&PRチームによる 分析・PR品目
2	豚肉		
3	上州地鶏		
4	うめ		
5	なす		G-アナライズ&PRチームによる 分析・PR予定品目
6	やまといも		
7	こんにゃく		
8	牛肉		
9	ブルーベリー	②	G-アナライズ&PRチームによる 分析・PR品目
10	りんご		
11	いちご（やよいひめ）		
12	超絶サーモン軍団		

（４）実施内容

下記ア～エに係る業務一式

ア 複数のメディアを活用した情報発信

- ・ 活用する媒体及び効果的な方法を提案の上、実施すること。
- ・ 情報発信する品目は、（３）対象品目から６品目以上選択すること。
- ・ 活用する媒体は、幅広い属性（年代、性別、価値観等）に対して情報発信ができるように、テレビ、ラジオ、雑誌、SNS等から３種類以上選択すること。
- ・ 情報発信を行う際は、「ぐんまアグリネット」※²、「tsulunos」※³、「群馬県農政部公式インスタグラム」※⁴に掲載されている情報や画像等のデータを活用すること。

また、情報や画像等のデータ活用に加えて、効果的な情報発信のための業務（例：新たな画像や動画の作成等）があれば、提案の上、実施すること。

イ インフルエンサーによるSNS投稿

- ・ 話題性の創出が見込まれるインフルエンサー及び投稿概要を提案の上、実施すること。
- ・ インフルエンサーは、本業務の趣旨に適した者を選定すること。（３）対象品目表の区分①は３名（組）以上、②は１名（組）以上起用すること。

選定にあたっては、各インフルエンサーの企画コンセプトや視聴者層等が重複しないようにすること。

なお、インフルエンサー本人の内諾を得た上で提案すること。

- ・ 投稿に用いる品目は、(3) 対象品目の全 12 品目とする。各インフルエンサーに対象品目の中から 4 品目以上を選択させること。
- ・ 投稿内容は、各インフルエンサーに考案させること。
- ・ 投稿作業は、各インフルエンサーに行わせること。

なお、投稿する媒体は、各インフルエンサー自身が運営している SNS (YouTube、Instagram 等) とする。

- ・ 投稿に使用した動画、サムネイル画像、レシピ等は、県が管理する HP や Instagram 等においても公開できるようにインフルエンサーと調整すること。
- ・ 対象とする視聴者は、次のとおりとする。

区分①：食・グルメ及び健康に興味関心を持つ者

区分②：食・グルメ及び旅行に興味関心を持つ者

- ・ 投稿内容のイメージは、次のとおりとする。

区分①：インフルエンサーが調理・実食等を行い、視聴者が購入したくなるようなもの。食材の調達に関しては、食材購入先となる県内企業等の選定及び調整等を行うこと。

区分②：インフルエンサーが生産現場等のロケによる喫食体験を行い、視聴者がその場所で体験したくなるようなもの。ロケ実施に関しては、県内撮影地の選定及び交渉等を行うこと。

なお、調理・実食及びロケに要する経費等は委託料の中から支払うこと。

ウ 上記ア及びイの成果報告

- ・ 数値指標（例：広告換算料、視聴率、視聴回数等）を計測すること。
- ・ 情報発信を実施した反響を調査すること。
- ・ 各インフルエンサーに SNS 投稿の結果（例：視聴回数、反響等）をヒアリングすること。

エ その他、提案事項

【業務 2】なすの健康面を訴求したプロモーション動画の作成

(1) 背景及び趣旨

群馬県は、夏秋なすの出荷量が日本一の産地である。

G-アナライズ&PR チームの分析により、群馬県産なすには、機能性成分であるアセチルコリン及び GABA が多く含まれていることが確認された。この結果を受け、

県は令和7年度に当該分析結果を公表する予定である。また、J A全農ぐんまが、群馬県産なすを機能性表示食品として、消費者庁に届出中である。

これらの取組に加え、群馬県産なすの機能性や健康価値を多くの消費者に訴求するため、「群馬のなす」の魅力を効果的にPRする動画を作成する。

(2) 納品期限

令和7年10月頃

(3) 実施内容

次のア～オに係る業務一式

ア 動画構成及びシナリオの作成

- ・ 動画の本数は、2本以上とする。
- ・ 動画の長さは、1～3分程度とする。ただし、より効果的な構成の提案となる場合はこの限りではない。
- ・ 動画の解像度及びアスペクト比は、フルHD（1920×1080）、16：9とする。
- ・ 公開期間及び時期を問わず動画を利用できるよう、内容を考慮すること。
- ・ 動画の内容は、群馬県産なすの機能性に関する科学的根拠と生産現場のストーリーを通してその魅力を伝えとともに、消費者の親しみや関心を高め、購買意欲向上につなげるものとする。
- ・ 対象とする視聴者は、次のとおりとする。

動画1：食や健康への意識が高い30～50代女性

動画2：年齢とともに健康を気遣うようになった40～60代の男性

- ・ 動画の利用場所等は、量販店等の当該農畜産物の売場、県が管理するYouTube・Instagram・WEBサイト、県が主催又は参加するイベントを想定している。

イ 生産者等の演者や撮影地との交渉及び調整

ウ 必要な資料、素材及び物品の収集

エ 撮影及び加工編集

オ 著作権等の処理に係る手続き

【業務3】群馬県こんにゃく消費県民運動の実施

(1) 背景及び趣旨

こんにゃく芋は、群馬県の中山間地域における重要な特産物である。

しかし、近年、食生活の多様化等によりこんにゃくの消費は減少し、需給バランスが崩れ、こんにゃく芋の取引価格は生産費を下回る状況が続いている。このことから、離農者や中山間地域における遊休農地の増加が懸念される。

そこで、農家の経営安定に寄与するため、飲食店・宿泊施設と連携し、群馬県内のこんにゃく消費を増加させる県民運動を実施する。

(2) 群馬県こんにゃく消費県民運動のコンセプト

群馬県内の飲食店・宿泊施設にこんにゃくを使用したメニューの提供を促し、群馬県民がこんにゃくを食べて、産地を応援するもの。さらに、県民運動を通じて、群馬県の伝統的な食文化を継承し、地域への愛着を深める効果を狙うものである。

参加飲食店・宿泊施設の条件は、「群馬県産こんにゃくを使用したメニューを提供することを宣言し、群馬県産こんにゃくの消費増加に協力する意欲を有していること」とする。また、各店舗が使用するこんにゃく製品は、群馬県産こんにゃく芋・こんにゃく粉を 100%使用した板こんにゃく、しらたき、つきこんにゃく、刺身こんにゃく等とする。

なお、各参加店における提供メニューは、おでんや鍋料理だけでなく、お通し、一品料理等も可とする。

(3) 実施期間

令和 7 年 7 月から令和 8 年 2 月末

(4) 対象となる参加店

ア 飲食店

食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）に基づく飲食店営業の許可を得ている店舗

イ 宿泊施設

旅館業法（昭和 23 年法律第 138 号）及び食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）に基づく旅館業及び飲食店営業の許可を得ている店舗

(5) 目標参加店舗数

300 店舗以上

(6) 実施内容

次のア～カに係る業務一式

ア 県民運動に向けたキャッチコピーや啓発資材の提案

- ・ （2）県民運動のコンセプトを基に、キャッチコピーを提案すること。

- ・ チラシや店舗掲示用資材（例：POP）等の啓発資材及びそのデザイン※⁵を提案すること。

イ 参加店の募集

- ・ 募集に係るチラシ等の資材を作成し、関係者等に配布すること。
- ・ 応募フォームを作成すること。
- ・ 前橋市と高崎市を中心に、県内飲食店及び宿泊施設に参加を呼びかけること。
- ・ 応募店舗が（４）の対象であることを確認し、当該店舗にメール等で承諾した旨を連絡すること。
- ・ 各参加店の情報（店舗名や代表者等の基本データ、こんにゃくを使用したメニュー、こんにゃくの概算使用量等）を集め、リスト化すること。
- ・ 応募に係る問い合わせに対応すること。

ウ レシピ開発に係るこんにゃくサンプルの提供

- ・ こんにゃくを使用した新メニューのレシピ開発を参加店に促すこと。
- ・ 県内企業からこんにゃくサンプルを購入し、希望した参加店にサンプルとして各店舗１回限り提供すること。

なお、サンプルの費用は１店舗あたり２,０００円（送料込）程度とする。

- ・ 参加店に対し、サンプルを用いて開発したレシピの提供を求めること。併せて、県がHPやSNSで公開することについて、同意を得ること。

エ 店舗掲示用資材の作成及び配布

- ・ 資材を作成し、各参加店に発送すること。
- ・ 参加店が辞退する際は資材の返却を促し、可能な限り回収すること。

オ 県民運動及び参加店のPR

- ・ 県内各メディアに当県民運動を積極的にPRすること。
- ・ 各参加店の基本情報、こんにゃくメニュー及びその紹介文についてのSNS投稿文及び画像を作成し、県に提供すること。

カ 県民運動の成果報告

- ・ 各参加店にアンケートを行い、こんにゃく使用量や当県民運動に参加した反響等を調査すること。
- ・ 数値指標（例：参加店舗数、こんにゃく使用量等）をまとめること。

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電子データで県に提出すること。

ア 業務完了年月日

イ 業務1～3の各業務における実施内容及び結果

ウ 実施費用内訳

エ その他、本業務に関連するもので、県が指示する内容

(2) 成果品

成果品は、電子データで県に提供することとし、県が使用又は公開できるようにすること（業務1で各インフルエンサーに作成させた動画、画像、レシピ等も含む）。

6 留意事項

(1) 業務実施に係る協議等

各種関連法令等を遵守し、県と十分協議を行いながら業務を進めること。仕様書に記載のない事項は、その都度協議すること。

また、業務の進捗状況は、県に随時報告すること。

(2) 業務体制

本委託業務と同様又は同等の業務に従事した経験を有する者を中心に、業務責任者を定め、必要な数の適切な人材により業務を実施すること。

(3) 著作権等の権利及び成果の帰属

本業務で制作した成果物の著作権及び使用权は、事業者に留保されるもの（事業者が従来から権利を有する固有知識、技術等に関する権利等）を除き、県に帰属させること。

また、受託者は、本業務で県に帰属することとなる著作物に関して、著作者人格権を行使しないものとし、さらに、受託者の従業員がこれらの権利を有する場合には、その者が著作者人格権を行使しないために必要な措置を講じるものとする。

(4) 秘密保持

本業務で知り得た業務上の秘密は保持すること。本業務に関し、県から受領した資料等は、県の承諾なしに公表及び使用しないこと。

(5) 個人情報の保護

本業務で個人情報を集める場合は、個人情報の取扱いに十分注意すること。本業務で扱う個人情報は保護し、流出及び紛失しないようにすること。

(6) 再委託の可否

業務の性質上、やむを得ない事情または効率的と認められる場合には、実施する事業者を企画提案書における業務実施体制に記載すること。

(7) 経費等の帳簿の保管

本事業に要した経費等の帳簿等を備え、事業終了後、次年度から起算して5年間保管すること。

- ※1 G-アナライズ&PRチームとは、県産農畜産物のおいしさや健康に関わる成分を分析し、その成果を消費者に伝え、消費者の反応を生産現場や技術指導に反映させる取組を担うプロジェクトチームである。

URL https://aic.pref.gunma.jp/know/prefectural-action/analyze_pr

- ※2 群馬県産農畜産物紹介サイト「ぐんまアグリネット」

URL <https://aic.pref.gunma.jp/>

- ※3 群馬県公式動画サイト「tsulunos」(YouTube チャンネル)

URL <https://tsulunos.jp/category.cgi?cat=5>

- ※4 群馬県農政部公式Instagram

URL https://www.instagram.com/gunma_quality_official/

- ※5 ぐんまちゃんのデザインを使用する場合は、下記のWEBサイトを確認の上、提案すること。

URL <https://gunmachan-official.jp/guideline/>