

令和8年度「近いがうまい埼玉産」フェア開催業務委託

仕 様 書

- この仕様書は、企画提案書作成用である。
- 企画提案競技後、埼玉県は契約先候補者と協議を行い、協議が整った場合は仕様書を契約先候補者の企画提案内容に合わせ修正の上、契約を締結する。

第1 委託業務名

令和8年度「近いがうまい埼玉産」フェア開催業務委託

第2 契約期間

契約締結日から令和9年3月19日まで

第3 業務の目的等

埼玉県では、恵まれた自然条件を生かし、野菜、米、畜産、花き、果樹、茶など多彩な農林水産業が営まれている。本県の農業産出額（令和6年生産農業所得統計／農林水産省）は1,929億円（全国20位）で、うち野菜が872億円（全国8位）と全国有数の産地となっており、さといも、ねぎ、ほうれんそう、こまつななど多くの品目で全国トップクラスの産出額を誇っている。そのほか、米が528億円（全国18位）、畜産が250億円（全国34位）、果実が52億円（全国38位）となっている。

埼玉県は、生産現場の近隣に大消費地があることが大きな特徴であり、本県を含む首都圏の人口は、日本の人口の35.8%を占める4,436万人（令和6年10月）となっている。この「地の利」を生かし、大消費地の需要をいかに取り込むかが、本県農業の振興における課題である。

本県では、地域で生産した農産物を地域で消費する「地産地消運動」のキャッチフレーズとして、「近いがうまい埼玉産」を平成20年度から使用している。この「近い」という言葉には、東京都などの大消費地に「近い」という意味も含まれており、「産地に近く新鮮」、「生産者の顔が見えて安心」、「輸送距離が短く環境に優しい」という3つの利点を活かしたPRを行っている。

一方、「近いがうまい埼玉産」というキャッチフレーズについては、約87.4%が「知らない」と回答（令和7年度県政サポーターアンケート／第283回簡易アンケート「埼玉ブランド農産物の認知度・評価について」）しており、その価値が十分に伝わっていないものと思われる。

そこで、本業務では、「埼玉県地産地消月間」（以下「地産地消月間」という。）である11月に合わせて、「近いがうまい埼玉産」の優位性を生かし、東京都内及び埼玉県内の量販店等と連携したフェアを開催することで、県産農産物のブランドイメージの確立及び販売促進を図り、県内農業者の所得向上に繋げることを目的とする。

第4 業務の概要

本業務では、東京都内及び埼玉県内において、「近いがうまい埼玉産」の優位性を生かし、県産農産物のブランドイメージの確立及び販売促進を図るため、次のスキームにより業務を実施することとする。

1 「近いがうまい埼玉産」ほか販促ツールの企画・制作

- 本県が既に使用しているキャッチフレーズである「近いがうまい埼玉産」は、「①産地に近く新鮮」、「②生産者の顔が見えて安心」、「③輸送距離が短く環境に優しい」という3つのメリットを表すものとして使用している。(一社)全国スーパーマーケット協会の調査によると、「生鮮食料品(野菜・果物・精肉・鮮魚)を選ぶ際の品物の「質」のポイント」としては、「鮮度が良い」を重視する割合が高くなっている。

そのため、本業務を通して、「近いがうまい埼玉産」のブランドイメージとして「鮮度の良さ」ほかを定着させることを目指し、同キャッチフレーズを活用した販促ツールを企画・制作すること。

- 本業務で取り扱う個々の品目の販売促進を図るため、主な品目について販促ツールを企画・制作すること。

2 県内量販店等と連携したフェア企画・運営

- 県内において、「近いがうまい埼玉産」のブランドイメージを確立しつつ、県産農産物の販売促進に繋げることを目的として、地産地消月間(11月)に合わせて、県内の量販店など(複数事業者かつ広域的)と連携したフェア等を開催すること。

<ポイント>

- 県内量販店などは、地産地消の推進など適当なコンセプトを設計することにより、県産農産物を取り扱うことに意義を見出すと予想されることから、事業者の自主的な取組と連携することにより、広域的な事業展開に繋げることを想定している。

3 都内百貨店等と連携したフェア企画・運営

- 都内において、「近いがうまい埼玉産」のブランドイメージを確立しつつ、県産農産物の販売促進に繋げることを目的として、地産地消月間(11月)に合わせて、都内の百貨店など(1事業者以上)で集中的なフェア等を開催すること。

<ポイント>

- 都内事業者は県内事業者と比べて、県産農産物を取り扱うことに意義を見出しづらいことが予想される。そのため、予算規模を踏まえ、県内フェアのスキームとは異なり、都内百貨店などの事業者と連携し、集中的なフェア等を開催することを想定している。

4 調査・分析業務

- 本業務の実施により、首都圏の消費者に「近いがうまい埼玉産」のブランドイメージ(鮮度の良さほか)が定着したかなどを定量的に把握するために、必要な調査を行った上で、その結果を分析・報告すること。

第5 業務の内容

1 「近いがうまい埼玉産」ほか販促ツールの企画・制作

(1) 「近いがうまい埼玉産」販促ツール

- ・ 「近いがうまい埼玉産」のブランドイメージを確立するため、後記「2 県内量販店等と連携したフェア企画・運営」及び「3 都内百貨店等と連携したフェア企画・運営」のフェア等で活用する販促ツールを企画・制作すること。

「近いがうまい埼玉産」というキャッチフレーズは、前述した3つのメリットを表しているが、いずれも抽象的な表現にとどまっている。そのため、この考え方は維持しつつ、改めて県産農産物としての強みや特長等を整理・分析した上で、消費者に対してより効果的な表現（ボディコピーやビジュアル等）を検討し、販促ツールの企画・制作を行うこと。

<ポイント>

- ・ 本業務では、後記2及び3のとおり都内・県内それぞれでフェア等を開催する。そのため、各々のターゲット等に応じて効果的な表現が異なる場合は、別々に企画・制作を行うこと。

- ・ 販促ツールについては、後記2及び3のフェア等の企画内容を踏まえて、ポスターや販促 POP、プライスカード、SNS 用素材など効果的なものを企画・制作すること。
- ・ 販促ツールの企画・制作に当たっては、デザインに関する専門的知見及び実績を有するデザイナーを配置すること。
- ・ 「近いがうまい埼玉産」のデザインとしては、別添「イラスト画」のとおり秩父市出身の落語家・林家たい平氏が描いたイラスト画（手書き文字及び落款を含む。）があるため、必要に応じて活用すること（必須ではない）。

(2) 「個別品目」販促ツール

- ・ 後記2及び3のフェア等で取り扱われる個々の品目の販売促進を図るため、主な品目について販促ツールを企画・制作すること。
- ・ 販促ツールの企画・制作に当たっては、デザインに関する専門的知見及び実績を有するデザイナーを配置すること。
- ・ 後記2及び3のフェア等の実施時期（地産地消月間である11月）に出回り、実施店舗で取扱いが想定される代表的な県産農産物の品目は下表のとおり。

一方、これらの品目はいわゆる最寄品であり、他産地と比較して「埼玉県産の品目」としての特長や強みを訴求しづらい場合も多い。そのため、販促ツールの企画・制作に当たっては、当該品目の特長に限らず、消費者目線での知覚品質を高めるための表現の工夫や購買行動を促すための仕掛けなど創意工夫を行うこと。なお、必ずしも単一品目ごとではなく、複数品目をまとめて制作しても差し支えない。

企画提案に当たっては、上記を踏まえつつ、販促ツールの企画・制作の進め方などを提案すること。なお、制作対象とする品目については、後記2及び3のフェア等での取扱状況を踏まえ、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。

<ポイント>

- 単に「埼玉県の産出額がトップクラス」などの表現は、本県農業への理解を深める一助とはなっても、県産農産物の販売促進を図る上では効果がないものと考えられる。
また、県産農産物を使ったレシピ紹介についても、単なる紹介だけでは購買行動には繋がりにくいと考えられるため、提案する場合は工夫すること。

品 目	内 容
こまつな	<ul style="list-style-type: none"> 本県の農業産出額は33億円で全国3位。 こまつなは、ビタミン類やミネラルを豊富に含み、栄養価が高いことで知られている。特にカルシウムの含有量は牛乳よりも多く、骨粗しょう症や貧血の予防にも役立つとされている。
ほうれんそう	<ul style="list-style-type: none"> 本県の農業産出額は75億円で全国2位。県内では、川越市や所沢市など入間地域で盛んに生産されているほか、深谷市などの県北部など県内全域で生産されている。ハウス栽培やトンネル栽培など複数の栽培方法により、盛夏期以外ほぼ周年で生産されている。
ブロッコリー	<ul style="list-style-type: none"> 本県の農業産出額は53億円で全国3位。県内では、深谷市や本庄市で主に栽培されている。特に、深谷市は作付面積^{*1}・農業産出額^{*2}ともに全国1位の規模を誇っている。 *1 農林水産省 Web サイト「https://www.machimura.maff.go.jp/machi/」の深谷市のランキング中「ブロッコリー作付面積(2020)」 *2 農林水産省/令和5年市町村別農業産出額(推計)データベース(詳細品目別)
さといも	<ul style="list-style-type: none"> 本県の農業産出額は51億円で全国1位。県内では、所沢市や狭山市、川越市で主に栽培されている。 JAいるま野では、出荷規格を厳格化することにより高品質な商品を出荷しており、市場関係者からの評価も高い。
ねぎ	<ul style="list-style-type: none"> 本県の農業産出額は180億円で全国1位。県北部では、深谷市周辺で生産される全国的に有名な「深谷ねぎ」などの秋冬ねぎ、県東部地域では、「吉川ねぎ」「越谷ねぎ」などの夏ねぎが主力で栽培されている。
かぶ	<ul style="list-style-type: none"> 本県の農業産出額は12億円で全国2位。
きゅうり	<ul style="list-style-type: none"> 本県の農業産出額は116億円で全国4位。県内では、深谷市や熊谷市、加須市、本庄市、羽生市、小鹿野町で主に生産されている。首都圏近郊で抜群の鮮度を誇り、歯ごたえとさわやかな香りが特徴である。

※ 「農業産出額」は、農林水産省調べ(令和6年生産農業所得統計)

<提案を求める内容等>

- ・ 販促ツールの企画・制作の進め方やスケジュールなど全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

2 県内量販店等と連携したフェア企画・運営

(1) 県内フェア全体の企画・運営

- ・ 県内フェアのコンセプト設計・企画立案、事業者等との調整、販促ツールの制作・配布等、広告・広報など本業務を効果的かつ確実に実施するため、全体計画を行うこと。その上で、本県及び関係団体と連携の上、全体運営を行うこと。
- ・ 県内フェアのコンセプトについては、本業務の目的達成に繋がることを前提として、県及び県内量販店等で連携して実施する意義がある内容*とすることで、幅広い事業者と連携して実施できるように設計すること。

* 例えば地産地消の推進、地域の農業者あるいは食・農に対する理解醸成など

<ポイント>

- ・ 本業務の目的は「県産農産物のブランドイメージの確立及び販売促進を図ること」であるが、そのままでは県内事業者と連携して実施するフェア等のコンセプトにはなり得ない。そのため、地産地消の推進など県及び県内量販店等で連携して取り組むことができるコンセプトを基にフェア等を設計すること。

- ・ 県内フェアについては、全国農業協同組合連合会埼玉県本部（JA 全農さいたま）と連携して実施するものとし、本県及び同団体と緊密に連携した上で、フェアの企画・運営を行うこと。
- ・ 県内フェアの実施時期については、地産地消月間である令和8年11月とすること。なお、同月以外の期間に及ぶことも差し支えないが、11月をメインとした事業展開とすること。
- ・ 県内フェアの企画内容については、県内量販店等の店舗において、共通のポスターや販促POP、プライスカードの設置などによるインスタプロモーションは必須とする。

そのほか、県内量販店等と連携して実施することで、本業務の目的を達成するために効果的なプロモーション施策や広告・広報等を企画立案すること。

- ・ 前記「1 「近いがうまい埼玉産」ほか販促ツールの企画・制作」のほか、県内フェアの開催に当たり、効果的と思われる各種クリエイティブ（広報物など）を制作すること。
- ・ 県内フェアの対象品目については、特に限定せず、県産農産物であれば差し支えないこと。なお、連携する事業者によって、農産物加工品などを取り扱う場合も想定されるが、県産農産物が取り扱われていれば差し支えないこと。
- ・ 県内フェアについて、県内量販店等と本県が連携した取組であることを表すため、例えば知事によるビデオメッセージの撮影等が必要となる場合は、担当課にて県内部の日程調整が可能であること。なお、撮影機材等については、受託者にて用意する

こと。

＜提案を求める内容等＞

- ・ 県内フェアのコンセプト設計・企画立案、事業者等との調整、販促ツールの制作・配布等、広告・広報など全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

(2) 事業者調整

- ・ 県内フェアについては、県内各地で広域的な展開を図るため、可能な限り多くの県内量販店等の参加を得られるように努めること。
- ・ 県内フェアの実施店舗については、全国農業協同組合連合会埼玉県本部（JA 全農さいたま）とも調整の上、契約締結後に本県と協議の上で選定する。
そのため、企画提案に当たっては、実施店舗については、事業展開のイメージとして提案すること。なお、企画提案者側の調整により連携できる事業者がいる場合は、その旨を提案すること。
- ・ 参加事業者の確保に当たっては、必要に応じて、県内フェアのコンセプトや企画内容、関連企画の内容やスケジュールなど、各事業者宛てに参加を働き掛けるための説明資料を作成し、本県と連携して対応すること。

(3) アンケート等

- ・ 県内フェアの開催に係る事業効果や課題、改善点を把握・検証するため、参加事業者・店舗担当者等へのアンケート・ヒアリングを行い、定量的及び定性的な評価を把握すること。
- ・ 調査目的に基づき、アンケート・ヒアリングの調査項目や調査手法を設計すること。なお、具体的な調査項目・調査方法等については、企画提案の内容に基づき、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 調査結果を分析し、今後のプロモーション施策の改善及び効果向上に資するフィードバックを行うこと。

＜提案を求める内容等＞

- ・ アンケート等の実施方針、スケジュールなど全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

3 都内百貨店等と連携したフェア企画・運営

(1) 都内フェア全体の企画・運営

- ・ 都内フェアのコンセプト設計・企画立案、事業者等との調整、販促ツールの制作・配布等、広告・広報など本業務を効果的かつ確実に実施するため、全体計画を行うこと。その上で、本県及び関係団体と連携の上、全体運営を行うこと。
- ・ 都内フェアについては、全国農業協同組合連合会埼玉県本部（JA 全農さいたま）と連携して実施するものとし、本県及び同団体と緊密に連携した上で、フェアの企画・運営を行うこと。
- ・ 都内フェアの実施時期については、地産地消月間である令和8年11月とすること。

なお、同月以外の期間に及ぶことも差し支えないが、11月をメインとした事業展開とすること。

- ・ 都内フェアの企画内容については、首都圏の消費者に「近いがうまい埼玉産」のブランドイメージ（鮮度の良さほか）を定着させつつ、県産農産物の販売促進を図るため、都内百貨店等と連携して、インスタプロモーションほか効果的なプロモーション施策や広告・広報等を企画立案すること。
- ・ 前記「1 「近いがうまい埼玉産」ほか販促ツールの企画・制作」のほか、都内フェアの開催に当たり、効果的と思われる各種クリエイティブ（広報物など）を制作すること。
- ・ 都内フェアの対象品目については、特に限定せず、県産農産物であれば差し支えないこと。
- ・ 都内フェアについて、例えば知事によるビデオメッセージの撮影等が必要となる場合は、担当課にて県内部の日程調整が可能であること。なお、撮影機材等については、受託者にて用意すること。

<提案を求める内容等>

- ・ 都内フェアのコンセプト設計・企画立案、事業者等との調整、販促ツールの制作・配布等、広告・広報など全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

(2) 実施店舗の調整・選定

- ・ 都内フェアの実施店舗については、当該事業者・店舗の集客力や波及効果等を踏まえ、受託者にて、本業務の目的を達成するために効果的と思われる候補を提示すること。

なお、実施に当たっては、物流等も考慮する必要があることから。全国農業協同組合連合会埼玉県本部（JA 全農さいたま）とも調整の上、契約締結後に本県と協議の上で選定すること。

- ・ 都内フェアの実施店舗の調整・選定に当たっては、委託費の中から協力金などを支出することも差し支えないこと。

<提案を求める内容等>

- ・ 参加事業者の選定・調整に係る方針、スケジュールなど全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

(3) アンケート等

- ・ 都内フェアの開催に係る事業効果や課題、改善点を把握・検証するため、参加事業者・店舗担当者等へのアンケート・ヒアリングを行い、定量的及び定性的な評価を把握すること。
- ・ 調査目的に基づき、アンケート・ヒアリングの調査項目や調査手法を設計すること。なお、具体的な調査項目・調査方法等については、企画提案の内容に基づき、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 調査結果を分析し、今後のプロモーション施策の改善及び効果向上に資するフィ

ードバックを行うこと。

<提案を求める内容等>

- ・ アンケート等の実施方針、スケジュールなど全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

4 調査・分析業務

- ・ 本業務の実施により、首都圏の消費者に「近いがうまい埼玉産」のブランドイメージ（鮮度の良さほか）が定着したかなどを定量的に把握するため、インターネット調査など必要な調査を行うこと。
- ・ 調査項目や調査手法については、本年度の効果測定にとどまらず、経年での変化を把握し、施策の改善に繋げていけるように設計すること。なお、具体的な調査項目・調査方法等については、企画提案の内容に基づき、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 調査に当たっては、十分なサンプル数を確保すること。
- ・ 調査結果を分析し、今後のプロモーション施策の改善及び効果向上に資するフィードバックを行うこと。

<提案を求める内容等>

- ・ 調査項目・手法の設計、実施スケジュールなどを提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

5 自由提案

- ・ 本業務の目的を達成するため、予算の範囲内で上記に含まれない企画等がある場合は、積極的に提案すること。

第6 成果物の納品

本業務の成果物は次のとおりとし、詳細は本県と協議の上で決定すること。

(1) 成果物

- ・ 業務完了報告書
- ・ 本業務の実施計画や内容、成果、今後の課題等をまとめた報告資料
- ・ アンケートやヒアリング、インターネット調査等に係る資料
- ・ 販促ツール等のデザインデータ (ai、pdf、jpeg など)
- ・ 議事録
- ・ その他本業務において作成し、又は取得したもので本県が指示するもの

(2) 納品方法・場所

本県が指定する方法（ファイル送受信システムなど）により、電子データ（文書は pdf のほか、ワード・エクセル・パワーポイントなど編集可能な状態）により担当課まで提出すること。

第7 その他共通事項

- ・ インターネットにおける情報発信については、埼玉県公式 WEB サイト「SAITAMA わっ

しよい！」(<https://www.pref.saitama.lg.jp/saitama-wassyoi/>) 内に WEB ページを作成可能*であること。

- * 本県が管理するホームページ管理システム (CMS) をリモートアクセスにより利用することとなる。
- ネット広告については、埼玉県公式 Instagram「埼玉わっしよい」(@saitama_wassyoi) のアカウントを活用できること。
- 本業務の開催内容等に応じて必要となる資格・認証・許可等の取得手続は、各種関係法令等を遵守し、受託者の責任において適切に行うこと。
- 本業務の実施について、本県側でパブリシティなどにより広報等を行う場合は、必要な情報や素材提供を行うなど、本県と連携・協力を図ること。
- 本県において、関係団体等に対して、業務実施に係る申請や届出等を行う必要がある場合は、書類の作成などに必要な協力を行うこと。
- 本業務の実施に起因して事故・トラブル等が発生した場合、適宜本県と情報共有等を行いつつ、受託者は誠意をもって、当該事故・トラブル等の解決に向けて必要な対応を行うこと。
- 本業務の確実な実施に向け、綿密な打合せを行うこと。また、打合せ後は、本県の指示に基づき議事要旨を作成・提出すること。
- 本業務に関わる責任者及び担当者は、本業務の趣旨や内容を十分に理解し、業務遂行に必要な知識と経験を有する者を配置すること。また、本業務の準備・実施に十分な人員を確保・配置すること。
- 印刷用紙等については、埼玉県グリーン調達・環境配慮契約推進方針 (<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0501/green/g-houshin.html>) に適合するよう努めること。
- 各種感染症の流行状況等を踏まえ、適切な対応を図ること。
- 実施内容の詳細については、提案内容を基本にしつつ、本県の意向を踏まえ協議・調整を行った上で決定するものとする。また、本業務の遂行に当たって、契約書及び仕様書に定めのない事項や細部の業務内容、疑義が生じた場合等については、本県と協議の上で取扱いを決定することとする。

第8 成果物に関する権利の帰属等

- 本件受託において、著作権、肖像権等の取扱いには十分注意すること。
- 本業務の履行に伴い発生する成果物等に対する著作権（著作権法（昭和 45 年法律第 48 号）第 27 条及び第 28 条に規定する権利を含む。）は、全て県に帰属する。また、受託者は、本業務の履行に伴い発生する成果物等に対する著作者人格権を行使しないものとする。
- 本業務の履行に際して、映像、イラスト、写真等について第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生する著作権その他知的財産権に関する手続や使用料等の負担と責任は全て受託者が負うこと。
- 受託者が保有している著作物、ノウハウ、技術等に関する権利については、受託者に留保されるものとするが、本業務の目的に必要な範囲内で、無償かつ非独占的な利用を許諾すること。

- 本業務でプロモーション素材を制作等する場合は、本業務完了後においても、本県が継続して使用できるよう、肖像権等の権利関係の許諾や追加費用が発生しないものとする。
- 受託者は、本業務で制作する著作物が第三者の著作権、プライバシー権、名誉権、パブリシティ権その他いかなる権利をも侵害しないことを保証すること。万一、著作物に関して、第三者から権利の主張、異議、苦情、対価の請求、損害賠償の請求等がなされた場合、受託者は自らの責任と費用負担においてこれを処理解決するものとし、本県に一切の迷惑損害を及ぼさないものとする。