

令和8年度千葉市「食のブランド」デジタルマーケティング支援業務委託仕様書

1 委託業務名

令和8年度千葉市「食のブランド」デジタルマーケティング支援業務委託

2 適用範囲

本仕様書は、千葉市「食のブランド」デジタルマーケティング支援業務委託に当たり、受託者が守らなければならない業務に関する一般事項を示すものである。

3 事業の目的

令和元年度に策定した「千葉市『食のブランド』戦略」に基づき、本市の食のブランド確立への中長期的な取り組みを通じ、市産品の高付加価値化及び市内事業者の競争力強化を推進するため、令和2年度に本市独自の認定制度である「千葉市食のブランド『千』」を創設した。

千葉市食のブランド「千」は、現時点で61の認定品及び認定サービス（以下「認定品」という。）を認定し、認定品の販路拡大を支援しているが、ブランドの認知度向上が課題となっている。

本事業においては、千葉市食のブランド「千」で認定された商品・サービスを持つ事業者（以下「認定事業者」という。）に対し、個別、集中的なデジタルマーケティングに関するコンサルティングを行うことにより、マスメディアやソーシャルメディア（以下「メディア」という。）で話題となり、ブランドをけん引する認定事業者、認定品を育成し、その効果をブランド全体の認知度向上に波及させる業務等を委託する。

4 委託期間

契約日翌日から令和9年3月19日（金）までとする。

なお、期間終了前であっても、委託業務のうち完成したものについては、市は受託者に提出を求めることができる。

5 委託業務の内容

以下に掲げる事項について、具体的な実施手法を提案し、実施すること。

なお、本業務の実施に当たっては、各業務の支援効果が、コンサルティング支援を実施する認定事業者（以下「支援対象者」という。）のみにとどまらず、ブランド全体に波及するよう取り組むこと。

(1) 認定品の市場調査

ア 千葉市食のブランド「千」認定品を分析し、話題性が高く、デジタルマーケティングの実施又は手法の改善により大きく販売数を伸ばす可能性がある商品を選定すること。

イ アの実施に当たっての企画提案者の分析力等を測るため、以下2点を企画提案書に明示すること。

- ・その分析の手法や商品選定において重視する点
- ・千葉市食のブランド「千」第6回認定品のうち、最も販売数を伸ばす可能性があると考えられる商品とその選定理由

(2) 支援対象者の募集、選定

事業説明資料を作成し、(3)において支援を行う対象者を募集、選定すること。支援対象者数は、2～3者とする。

募集、選定は、別紙「千葉市「食のブランド」デジタルマーケティング支援事業採択者選定要綱」に基づき実施する。

(3) デジタルマーケティング支援

メディアで話題となり、ブランドをけん引する認定事業者、認定品を育成し、その効果をブランド全体の認知度向上に波及させるため、以下の支援等を実施することとし、具体的な支援内容及び支援目標（支援対象者が、どのような状態になれば本事業として成功と考えるか）について、企画提案書に明記すること。

なお、「イ コンサルティング支援」の提案にあたっては、単に SNS 運用、EC サイト制作・改善等のスキル習得支援や代行を行うのみの対処療法的な支援は求めておらず、デジタルマーケティングの技術的な支援に加え、本事業による支援終了後も売上を上げていくことができる戦略や考え方をどのように習得させていくかという体質改善的な支援を求めているという点を考慮すること。

ア 初回面談

支援対象者と原則対面での面談を実施すること。ヒアリングを実施した後、今後のコンサルティング支援の実施計画を作成し、発注者及び支援対象者と協議の上、決定する。実施計画には、実施するプロジェクトの概要とその目標（定量的な K P I は必ず設定すること）、想定スケジュールを記載すること。

イ コンサルティング支援

支援対象者が、自身のデジタルマーケティングを強化し、メディアで話題になることで認定品の更なる売上向上に繋がられるよう、1社につき月2回程度の定期面談を通じたコンサルティング支援を実施すること。支援期間は、6か月以上とする。

なお、定期面談は、原則オンラインで実施するが、必要に応じて対面で実施するものとする。

また、定期面談の頻度及び支援期間は、支援対象者の希望、業務状況、支援の進捗に合わせて変更できるものとする。

ウ メディア掲載等に向けた支援

支援対象者のデジタルマーケティングの実践に合わせて、受託者による支援対象者及びその認定品のメディア掲載等に向けた取組みを実施すること。

エ 支援状況等の定期報告

支援状況及び支援対象者の事業の進捗状況について、月1回程度、市に対して報告すること。原則オンライン打合せにて実施する。

報告に当たっては、(3)アの実施計画をベースに支援状況等の経過を整理する管理台帳を作成し、当該資料を用いて報告を行うこと。

(4) 令和7年度支援企業のモニタリング

令和7年度に支援した企業2者のデジタルマーケティングの進捗や状況をモニタリングし、必要に応じて助言を行うこと。実施内容及び回数については、市と協議の上、決定する。

6 成果品等

委託期間終了までに、次に掲げるものを郵送又は持参にて提出すること。

(1) 実績報告書

・紙資料5部

・CD-R又はDVD-R1枚

電子データをMicrosoft Word、Microsoft Excel、Microsoft PowerPoint形式又はPDF形式で格納すること。

(2) 委託業務に係る制作物データ

・CD-R 又は DVD - R 1 枚

7 想定スケジュール（市と受託者で協議の上、随時変更する）

令和8年4月1日	契約締結
5月頃	支援対象者募集開始
6月頃	応募者へのヒアリング、支援対象者の選定
7月頃	支援対象者との初回面談
8月頃	支援対象者への支援開始
12月頃	支援結果の中間報告
令和9年3月	事業実績報告

8 事業実施に当たっての留意事項

(1) 事業の目的達成のため、社会情勢も考慮した上で、効果的な事業実施を図ること。

(2) 次年度以降の計画的な事業実施につなげるものとする。

(3) 千葉市開催のイベントや市が連携協定等を結ぶ事業者との関係性等を効果的に活用し、事業を実施すること。

(4) 受託者は「千葉市食のブランド」のブランドマネジメントに寄与する立場として、市の指定する庁内外メンバーと連携して事業を遂行すること。

(5) 委託業務に係るすべての経費は、委託費に含むものとする。

(6) 委託業務に基づき制作される成果品の取扱い

ア 委託業務に基づき作成される成果物（映像、印刷物等）の所有権は、すべて市に帰属する。

イ 受託者は、著作権法（昭和45年法律第48号）第21条から第28条までに規定する権利（著作権）を、市に無償で譲渡するものとする。

なお、市の書面による事前の同意を得なければ、同法第18条から第20条までに規定する権利（著作者人格権）を行使することができないものとする。

ウ 受託者は、委託業務完了後といえども成果品等に瑕疵が発見された場合には、市の指示に基づいて速やかにその訂正をしなければならない。これに要する経費は、すべて受注者の負担とする。

(7) 著作権・知的財産権の使用

ア 委託業務を履行するに際し、第三者の著作権、特許権、その他権利を使用する場合は、受託者がその使用に一切の責任、費用負担を負うものとする。

イ アにかかわらず、発注者がその方法を指定した場合は、その限りではない。

9 業務の再委託

受託者は、業務の過半を一括して第三者に委託し、又は請け負わせることはできない。ただし、業務を効率的に行う上で必要と思われる業務については、契約締結前に市と協議し、市の承諾を得なければならない。

受託者は、業務の一部を第三者に再委託した場合は、再委託先に本仕様書に定める受託者の義務と同様の義務を負わせるとともに、再委託先の行為及びその結果に対するすべての責任を負うものとする。

10 その他

(1) 受託者は、委託業務実施に当たり、随時市と協議を行い、意思疎通を図るとともに、指示及び監督を受けなければならない。

- (2) 受託者は、委託業務の遂行上必要と認められるもので、仕様書の解釈に疑義を生じた事項及び仕様書に明記していない事項については、前もって市及び受託者双方の協議の上、取り決めるものとする。
- (3) 受託者は、委託業務の遂行に当たり知り得た、市、事業者等の情報と個人情報の取扱いについて十分注意し、委託業務終了後も、他へ開示、漏えい及び目的外利用をしてはならない。
- (4) 受託者は、委託業務の遂行に関連し第三者へ損害が発生した場合、その損害が受託者の故意又は重大な過失により生じた場合には、受託者の責任においてその損害を賠償すること。
- (5) 受託者は、本仕様書、契約約款及び関係法令を遵守し、誠実かつ円滑に業務を遂行しなければならない。
- (6) 委託業務の実施に当たっては、事故防止策等、安全の確保に十分配慮すること。