

令和8年度千葉市「食のブランド」ECサイトを活用した
ロイヤルカスタマー育成プロモーション業務委託仕様書

1 委託業務名

令和8年度千葉市「食のブランド」ECサイトを活用したロイヤルカスタマー育成プロモーション業務委託

2 適用範囲

本仕様書は、千葉市「食のブランド」ECサイトを活用したロイヤルカスタマー育成プロモーション業務委託に当たり、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」（以下「ブランド」という。）は、現時点で61の農産品・加工品及び食関連サービス（以下「認定品」という。）を認定し、販路拡大を支援しているが、広く首都圏で継続的に販売することを可能にする商流の確立が課題となっている。

本事業においては、本市及び首都圏での認定品の販路の確立と販売促進を目指し、ブランドの認知度向上とロイヤルカスタマー（ブランドに愛着を持ち継続的に購入してくれる顧客）の育成を図るため、ECサイトを活用しての認定品のプロモーション業務等を委託する。

4 委託期間

契約日翌日から令和9年3月25日（木）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。

(1) ECサイトにおける認定品の販売

ア 自社、あるいは連携する事業者が運営するECサイトにおいて、複数の認定品を販売すること。

イ 販売を希望する認定品について、認定品名及び選定理由等について企画提案書に明記すること。ただし、販売開始に向けた登録手続きについては、原則、受託者が直接、認定品を有する事業者と調整するものとする。

(2) 認定品の媒体プロモーションの実施

ア ECサイトの登録者等に対し、ブランドの認知を広げ、購入したくなるような媒体プロモーションを実施すること。

イ 媒体プロモーションの内容については、認定品を紹介するパンフレット発行、電子媒体におけるチラシの作成、ダイレクトメールなど、ブランド認知度の向上や認定品の販

売促進に最も効果のあるものとし、その手法及び選定理由を企画提案書に明記すること。

ウ 媒体プロモーションの主たる対象者は、本市及び首都圏の居住者とする。対象とすることができるエリアや対象者の情報（人数や年代、性別等）について、具体的に企画提案書に明記し、効果測定として適切な KPI を提案すること。

エ 媒体プロモーションから認定品の販売ページに誘導する効果的な仕組みを提案すること。

(3) 認定品の体験型プロモーションの実施

ア ECサイトの登録者等を対象に、認定品の収穫体験又は事業者訪問ツアー（以下「収穫体験等」という。）を1回以上実施すること。

イ アの実施に当たっては、本市及び首都圏在住のECサイト登録者等で、ブランドのロイヤルカスタマーや潜在的なロイヤルカスタマー20名以上を対象に実施すること。

また、実施効果が収穫体験等を実施する認定事業者（以下「受入事業者」という。）のみにとどまらず、ブランド全体に波及するよう、実施方法に留意すること。

対象者の選定方法や選定の考え方及びブランド全体への実施効果を波及させるための方法については、企画提案書に明記すること。

ウ 収穫体験等を実施する場所や工程等、企画概要を企画提案書に明記すること。

なお、実施に当たっての詳細（企画内容や参加者の募集方法、参加費の設定及び徴収、参加者の移動手段の手配、食事の手配、訪問場所の手配、進行管理、ツアーの当日運営、参加者の旅行保険への加入手続き等、収穫体験等の実施に当たって必要な一切の業務）については、最終的に市と協議の上、決定すること。

エ 収穫体験等の実施に当たっては、参加者の安全確保や受入事業者の作業等に支障がないことなどについて、十分配慮すること。

オ 収穫体験等の実施に係る企画、広報物の作成、受入事業者等への謝金の支払いなど、実施に係る一切の費用は、本委託費において負担すること。

カ 自然災害等のやむを得ない事由により収穫体験等を中止した場合は、代替案を提案し、市と協議の上、実施すること。ただし、代替案については、提案限度価格内で実現可能なもので、追加予算を必要としないものとする。

(4) プロモーションの効果測定・追跡調査

ア (2)、(3)を実施したことの効果について、短期的、中期的に実績報告ができるよう、その調査方法について、企画提案書に明記すること。

なお、対象となったECサイトの登録者等の状況を把握するため、下記の調査項目を含むものとする。

- ・ブランドや認定品に対する愛着・信頼度の変化について
- ・認定品の継続的な購入の有無について
- ・短期的視点に基づく調査について（各事業実施前後における販売実績等の変化について）
- ・中期的視点に基づく調査について（年度末時点における年度内での販売実績等の変化について）

イ ア以外にも、ブランドのプロモーション効果を示すことができる調査があれば企画提案書に明記すること。

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 - R 1 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 月初旬	契約締結
6 月頃	EC サイトにおける認定品の販売開始
6 月頃～3 月の期間中いずれか	媒体プロモーションの実施
6 月上旬	体験型プロモーションの参加者募集開始
7 月頃	体験型プロモーションの実施
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) 本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。