

# 令和6年度千葉市「食のブランド」プロモーション等業務委託仕様書

## 1 委託業務名

令和6年度千葉市「食のブランド」プロモーション等業務委託

## 2 適用範囲

本仕様書は、千葉市「食のブランド」プロモーション等業務委託に当たり、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。

本事業においては、千葉市食のブランド「千」並びに認定品及び認定サービス（以下「認定品」という。）の特徴及び魅力を発信するため、料理教室を軸とするプロモーションを実施し、首都圏を中心とした一般消費者に対する「千」認定品の認知獲得及びブランド自体の価値向上を図ることともに購買行動につなげることを目的とする。

## 4 委託期間

令和6年4月1日（月）から令和7年3月31日（月）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 KPI（重要成果指数）

公式 Instagram リーチ数（月平均）	2,000 リーチ以上
オンライン料理教室視聴数	5,000 人以上
対面の料理教室参加者数	40 人以上
認定品販売会の購買者数	600 人以上

## 6 委託業務の内容

### (1) プロモーションプランの作成業務

#### ア 令和6年度プロモーションプランの作成

目的及びターゲットを明確にした上で、ターゲット層に訴求する効果的な実施時期、内容及び方法とし、適宜効果を測定・検証し、改善を図ること。

なお、プラン内容は、市及び市が別途委託する「千葉市『食のブランド』認定事務局運営等業務」受託者と協議の上、最終決定する。

#### イ 令和7年度以降を見据えたプロモーションプランの提案

令和6年7月末までに、令和7年度以降を見据えたプロモーションプラン（案）を作成すること。

また、委託期間終了までに、委託業務の成果と課題を検証し、令和7年度の事業実施に向けた作成を行うこと。

## (2) 料理教室の実施

千葉市食のブランド「千」認定品を含む、千葉市産農林水産物等を使用した料理教室を実施することで、千葉市産農林水産物等への関心を高め、消費拡大に寄与することを目的として実施する。

### ア オンライン料理教室の実施

より幅広い層での千葉市食のブランド「千」の認知獲得と認定品を含む千葉市産農林水産物等の購買促進を目的としたキッチンスタジオ等でのオンライン料理教室を実施し、その様子を広くライブ配信するとともに、配信した内容を速やかに6（6）イのホームページに掲載すること。

なお、ホームページの掲載に当たっては、動画の加工及び編集も行うこと。

また、実施内容等については次のとおり想定しているが、受託者の提案に基づき、市と協議の上、最終的に決定する。

(ア) 実施回数 2回以上

(イ) 実施場所 キッチンスタジオ等

(ウ) 実施時間 30分程度

(エ) 実施時期 12月・2月頃（開催時期については、市と協議の上決定）

(オ) 配信手段 動画配信サイトやSNS等により配信すること

(カ) レシピの作成（1品以上）

### イ 対面での料理教室等の実施

食に関心を持つ層への体験機会を創出することで、千葉市食のブランド「千」認定品を含む千葉市産農林水産物等の魅力を実感してもらい、購買へとつなげることを目的とした対面による体験型の料理教室の実施内容を明示し、実施すること。

なお、実施内容等については次のとおり想定しているが、受託者の提案に基づき、市と協議の上、最終的に決定する。

(ア) 対象 首都圏在住者等

(イ) 実施回数 1回以上（2カ所以上で開催すること）

(ウ) 実施場所 東京都（23区内、実施場所については、市と協議の上決定）

(エ) 実施時期 7月頃（開催時期については、市と協議の上決定）

(オ) 実施時間 3時間程度

(カ) 受講者数 各会場20人以上

(キ) 受講者負担 1回につき3,000円～5,000円程度

(ク) レシピの作成（2品以上）

## (3) 飲食事業者向け試食会等の実施

ホテルやレストラン等において、定番メニューや定期的な季節限定メニューに千葉市食のブランド「千」認定品を活用してもらうことを目的に、「千」認定品及び「千」認定品を使った料理の試食会及び商談会を開催すること。

また、その実施内容について、明示すること。

ア 対象 ホテル事業者、飲食事業者等

イ 実施回数 1回以上

ウ 実施場所 提案による。

エ 実施時期 提案による。

(4) 催事等の企画運営業務

ア 認定証授与式の企画運営 1 開催以上

令和6年度認定証授与式の企画運営を行うこと。

イ 認定品販売会の企画運営 1 開催以上

上記(4)アの認定証授与式にあわせ、認定品(第1回~第4回認定品を含む)の周知及び販売促進のための販売会を実施することとし、会場との調整から設営・運営に至るまで、開催に係る業務はすべて受託者側で対応すること。

ウ 認定証授与式及び認定品販売会の想定

開催場所、開催時期、日数等については、次のとおり市が確保することを予定しているが、会場及び日程については、会場側との今後の協議により変更する場合がある。

また、その実施内容については、明示すること。

(ア) 開催場所 イオンモール幕張新都心

グランドモール1階催事スペース「グランドコート」

(イ) 開催時期 2月中旬から下旬

(ウ) 開催日数 2日間(土・日)

(エ) 開催時間 10時から18時まで

(オ) 備考

a 認定証授与式は、いずれか一方の日程で実施することとし、会場内にステージを設け、市長及び認定品を有する事業者(以下「認定事業者」という。)の登壇を想定。

b 什器(機材)は、受託者が準備すること。

c 認定サービスの出店方法については、その内容に応じ、別途協議の上、決定する。

d 認定証授与式及び販売会に合わせた、千葉市食のブランド「千」の認定品を用いた体験型イベント等を実施すること。

e 認定事業者への出店支援

販売する認定品の納品管理、認定事業者間の調整、帳合業務、在庫管理等、認定事業者が円滑に商品を販売できるよう支援業務を行うこと。

なお、出店に際して野菜・果物等の生鮮品及び生菓子等の消費・賞味期限の短い商品については、消化仕入れによる販売ではなく、買い取りにより販売すること。

(5) イベント開催時の「千」認定品の集荷、配送業務

市が主催、共催するイベント、委託業務や市が別途委託する「令和6年度千葉市『食のブランド』認定事務局運営等業務」で実施するイベント等において、「千」認定品が出品する際の集荷、配送を行うこと。

なお、集荷、配送に当たっては、認定品の品質を劣化させないよう、十分に注意すること。

【想定する集荷・配送回数】

幕張新都心付近 3回

千葉駅付近 22回

東京都内(23区内) 12回

## (6) 情報発信業務

以下ア、イのホームページ及びウの SNS について、アクセス増加や継続的なフォロワー獲得につながる具体的な実施内容及び効果的な情報発信を行うための連携手法等について明示し、実施すること。

### ア 千葉市食のブランド「千」公式ホームページ

千葉市食のブランド「千」や認定品の情報発信機能を維持するため、既存事業者と協議し、現行公式ホームページの運用を引き継ぐこと。

なお、より良い運用のために、新たなサイトを構築することを妨げるものではない。

【参考】「千」公式ホームページ

<https://sen-chibacity.com/>

### イ レシピ及び料理教室動画掲載用特設ページ等の作成及び掲載

#### (ア) 上記(4)の料理教室の情報等を掲載

市民が一般的なブラウザからアクセス可能なインターネット掲載サイトを用意し、そこに特設ページ等を作成した上で、以下の情報の掲載を行うこと。

なお、使用するドメインについては、千葉市と協議の上、決定することとする。

【ホームページに掲載する情報】

- ・料理教室等で使用したレシピ等  
既に掲載されているレシピデータに加え、年3～5品程度の追加を想定。
- ・オンライン料理教室の動画  
既に掲載されている動画に加え、年1本程度の追加を想定。
- ・料理教室の開催予定及び過去の開催実績
- ・認定品の販売場所
- ・上記アの「千」公式ホームページの案内

#### (イ) サーバー及びデータの引継ぎ等の作業

契約終了〔令和7年3月31日(月)〕までに、次年度〔令和7年4月1日(火)〕のサーバー及びデータの引継ぎ等の作業を完了させ、令和7年度の受託者がスムーズにレシピ及び料理教室動画掲載用特設ページを公開できるよう、データを抽出し、千葉市に返却すること。

なお、引き渡すデータの形式等は、千葉市と協議して決定することとする。

また、受託者が新たにドメインを取得、又は自社のドメインを使用した場合については、今後、他者が使用できないようドメインの管理を行うこと。

【参考】令和5年度受託者作成の特設ホームページ

[https://www.abc-cooking.co.jp/plus/feature/202210\\_sen-chibacity/](https://www.abc-cooking.co.jp/plus/feature/202210_sen-chibacity/)

### ウ 千葉市食のブランド「千」公式 SNS 等を活用した情報発信

千葉市食のブランド「千」公式 SNS (Instagram、Facebook) での投稿を毎月2回以上行うこと。

なお、受託者が有する SNS での発信や、新たな SNS の活用の提案を妨げるものではない。

#### (ア) ブランド周知や申請募集、認定事業者紹介の投稿

#### (イ) 料理教室の情報を掲載

#### (ウ) SNS による情報発信の分析

フォロワー数、インプレッション数、エンゲージメントなどの分析指標について、委託開始から報告前月末までの数値をまとめた上で「千」の認知向上に向けた分析を行い、令和6年7月末及び12月末に中間報告を提出すること。

また、令和7年度以降のプロモーションプランについては、委託期間全体を通して分析を行った結果を踏まえて作成すること。

#### (7) プロモーションツールの作成関連業務

##### ア ブランドコンセプト動画の作成

一般消費者等にブランドコンセプトを伝える動画を作成すること。

なお、撮影場所の確保、認定事業者との調整等撮影に係る業務は、すべて受託者側で対応すること。

また、撮影に当たっては、「令和6年度千葉県『食のブランド』認定事務局運営等業務」受託者と動画のコンセプト等について十分に協議、調整を行うこと。

##### イ 販促物物品の作成

上記(4)に記載の催事等において使用する販促用物品を作成すること。

##### ウ スチール写真の撮影

市が別途委託する「令和6年度千葉県『食のブランド』認定事務局運営等業務」受託者が作成する、ポスター、カタログ等の認定品広報物への掲載を目的とした、写真撮影を行うこと。

なお、撮影場所の確保、認定事業者との調整等撮影に係る業務は、すべて受託者側で対応すること。

また、撮影に当たっては、「令和6年度千葉県『食のブランド』認定事務局運営等業務」受託者と広報物のコンセプト等について十分に協議、調整を行うこと。

#### (ア) 第4回の認定品の撮影

撮影できていない認定品の撮影。

##### ・スタジオ撮影

片岡ファームの樹熟スイカ、ファームサポート千葉の竹炭ブルーベリー（竹炭栽培）

##### ・現地撮影（農園、工場、事業者）

片岡ファームの樹熟スイカ、ファームサポート千葉の竹炭ブルーベリー（竹炭栽培）、大吉豆（塩バター味、落花生甘納豆）、千葉大学西千葉はちみつ、あんばい農園の自然栽培煎り落花生Qなっつ、JA 千葉未来農産物直売所「しょいか〜ご」による地域農業活性化の取組み

#### (イ) 第5回認定品の撮影

季節の問題で物理的に撮影できないもの以外は、撮影を行うこと。

#### 【参考】各年度認定品数

令和2年度（第1回）10件

令和3年度（第2回）9件

令和4年度（第3回）9件

令和5年度（第4回）10件

令和6年度（第5回）20件以上の新規認定品を予定

## 7 令和6年度千葉市食のブランド「千」認定事務局運営等業務受託者との連携

令和6年度千葉市「食のブランド」プロモーション等業務の実施に当たっては、市が別途委託する「令和6年度千葉市『食のブランド』認定事務局運営等業務」受託者が事業全体の管理、ブランドイメージの管理等ブランドマネジメントを実施する下で、一般消費者向け認定品のプロモーション等を実施することとし、業務実施に当たっては、両者が連携を密にとって進めること。

## 8 成果品等

委託期間終了までに、次のものを提出すること。

- (1) 事業実績報告書（次年度以降のプロモーションプランを含む） 5部

Microsoft Word、Microsoft Excel、Microsoft Word、Microsoft Excel PowerPoint等で作成し、CD-R（又はDVD-R）でも1枚納品すること。

- (2) 委託業務に係る制作物データ CD-R（又はDVD-R）1枚

- (3) 委託業務に係る販促用物品

## 9 想定スケジュール

令和6年4月 契約締結、令和6年度プロモーションプラン策定  
プロモーション開始

6月以降 第4回以前の認定品の撮影

7月頃 対面の料理教室の実施、令和7年以降のプロモーションプラン（案）提出  
SNSによる情報発信の分析結果の提出

11月 認定品決定

12月以降 認定品及び認定事業者写真撮影

12月頃 オンライン料理教室の実施

令和7年1月 認定品公表

2月 認定証授与式及び認定品販売会

3月 事業実績報告、次年度に向けた事業の振り返り

## 10 事業実施に当たっての留意事項

- (1) 事業の目的及びKPI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) 実施内容については、受託者の提案に基づき、市及び市が別途委託する「千葉市『食のブランド』認定事務局運營業務」受託者と連携し、各事業と連動した効果的なプロモーションプランを実施すること。
- (4) 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。
- (5) 受託者は「千葉市食のブランド」のブランドマネジメントを市と協働で行う立場として、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。
- (6) 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。
- (7) 委託業務に基づき作成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品（映像、印刷物等）の所有権は、すべて発注者に帰属する。

イ 受注者は、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、発注者に無償で譲渡するものとする。

なお、発注者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 受注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、発注者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。

#### (8) 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、受注者がその使用にする一切の責任、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。

### 11 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。

### 12 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、その損害が乙の故意又は重大な過失により生じた場合には、乙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。