

令和7年度 千葉市「食のブランド」認定事務局運営等業務委託仕様書

1 委託業務名

令和7年度千葉市「食のブランド」認定事務局運営等業務委託

2 適用範囲

本仕様書は、千葉市「食のブランド」認定事務局運営等業務委託に当たり、受注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」の認知獲得と高付加価値商品として認定品及び認定サービス（以下「認定品」という。）の首都圏における販路確保を図るため、千葉市「食のブランド」認定事務局を円滑に運営する。あわせて、以下に掲げるKPI達成に向け、受注者及び受注者が選任する専門家による市内農業者及び食品関連事業者への支援を通じ、千葉市食のブランド「千」申請件数の増加及び新規認定品の創出を図る。

また、ブランドマネジメントを市と協働で行う立場として、認定品を有する事業者（以下「認定事業者」という。）への支援を一貫して実施し、千葉市食のブランド「千」の価値向上及び認定品の商品力向上を目指す。

4 委託期間

令和7年4月1日（火）から令和8年3月31日（火）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、市は受注者に提出を求めることができる。

5 KPI（重要成果指数）

千葉市食のブランド「千」認定申請件数	30件以上
千葉市食のブランド「千」新規認定品数（第6回認定）	10件以上

6 委託業務の内容

千葉市「食のブランド」の認定事務局として、申請の募集から審査、認定までの実務を行い、申請事業者、認定審査委員及び関係者との調整を市と連携し主体的に行うとともに、市内農業者及び食品関連事業者の商品又はサービス（以下「商品等」という。）の企画・開発等の支援を行い、新規認定品の創出を図ること。

なお、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）認定事務局の運営

ア 認定に係る実務

（ア）個別相談窓口の設置

電話、メール等の方法により申請に関する問合せ対応を行うこと。

(イ) 申請受付

申請書の受付、申請者への追加ヒアリングや申請書類の不備修正等の指示等、申請に向けたサポートを行うこと。

イ 申請件数増に向けた取組み

市内の農業者、食品関連事業者には、千葉市食のブランド「千」を知らない又は名前を聞いたことはあるが、どのようなブランドかは知らないという方も多い。

また、千葉市食のブランド「千」の審査は、書面で実施するため、申請書に客観的かつ具体的に申請品の優位性や魅力を記載することが非常に重要であるが、申請書の作成に不慣れであったり、時間が取れなかったりという理由で申請を断念する事業者も多い。

その上で、K P Iに定めた申請件数を達成するための手法等について、提案書に明示すること。

なお、特に過去に申請したことのない農業者、事業者からの申請につながる取組みを中心に提案すること。

ウ 認定審査委員会の設置及び運営

適切な認定審査を実施するため、以下のとおり認定審査委員会の設置及び運営を行うこと。具体的な運営方法や認定審査委員の候補者を提案書に明示すること。

(ア) 認定審査委員会の設置

a 千葉市食のブランド「千」認定要綱（以下「要綱」という。）第8条第1項に規定する認定審査委員会を設置すること。

b 委員構成は、千葉市食のブランド「千」認定審査要領（以下「審査要領」という。）第3条各号に基づくこととし、市と協議の上、決定すること。

(イ) 認定審査委員会の運営

a 認定審査委員会を招集し審査を行うこと。

認定審査委員会では、受注者が司会進行を務め、審査における議論については、上記（ア）

bで決定した審査委員長が、主導すること。

なお、会場は市が確保するが、使用料が発生する場合は受注者負担とする。

b 認定審査委員会は、千葉市情報公開条例（平成12年4月3日条例第52号）第7条第3号の規定に基づき非公開とすること。

c 委員に対し、事前に審査対象商品の説明等を行い、円滑に審査が実施できるよう配慮すること。

d 審査に際しては、審査要領第4条各号の規定に基づき実施すること。

e 審査結果及び審査に係る一切の書類は、滞りなく市に開示すること。

f 委員に対する報酬、交通費等の費用を支払うこと。

(ウ) 審査結果の整理

認定の理由及び認定とならなかった理由を整理し、市に提出すること。市と内容を調整の上、各申請者に対し、結果の電話連絡を行うこと。

なお、認定とならなかった理由は、申請者に対する通知文書への記載を想定した文体とすること。その文章構成については、市が指定するため、それに沿って作成すること。

(エ) 認定とならなかった申請者へのフォローアップ

認定とならなかった申請者に対し、次回の申請及び認定につながるよう、審査委員会での議論を元に商品等や申請書のブラッシュアップのポイントの説明を行うなどの支援を行うこと。

エ 認定事業者に対する支援

(ア) 認定品発表及び販売に向けた商品のブラッシュアップ

審査委員会での意見、助言等を基に認定品発表及び販売に向けた支援を行うこと。

(イ) 認定事業者会合の実施 2回以上

認定事業者との意見交換、認定事業者間の交流、千葉市食のブランド「千」に関する理解の促進等を目的とした認定事業者会合を企画、実施すること。想定する企画内容について、提案書に明示すること。

想定する実施時期は、7～8月頃に1回、1月頃に新規（第6回）認定事業者に対する認定に当たっての注意事項等の説明を目的に実施するものを1回想定している。

なお、千葉市食のブランド「千」は、市及び各事業者が団体戦で、千葉市の食の認知向上、競争力強化を図る目的の事業であるため、認定事業者の増加に伴い、一層、ブランドについての理解や活動への参画、チームビルディングが重要となってくる点について考慮の上、提案すること。

(ウ) 認定事業者向けセミナー等の企画運営 1回以上

消費者の期待を裏切らないために、認定事業者は、食の安全についての知識と技術を常にアップデートしていく必要がある。ブランド管理の観点から、認定事業者が必要とされる食の安全に関するセミナーの企画内容について、提案書に明示すること。

【例】食品表示の実践講座など

(エ) 首都圏における販路拡大に向けた取組み

千葉市食のブランド「千」認定品の定番商品としての採用を検討するためのテストマーケティングとして、小売事業者の首都圏の店舗において、千葉市食のブランド「千」認定品を期間限定で販売するイベントを当該小売事業者と連携して開催すること。連携する小売事業者は、千葉市食のブランド「千」認定品の価格帯や千葉市「食のブランド」戦略において示す本ブランドのターゲットを勘案して選定すること。

開催終了後は、販売数や販売額といった定量的な情報のほか、消費者及び店舗側の反応などの定性的な情報について分析の上、小売事業者へ定番商品としての採用を働きかけること。

想定するイベント内容、想定する連携先、開催終了後の取組みについて、提案書に明示すること。

なお、開催に当たっての企画、販促品の作成、物流費など、開催に係る一切の費用は、本委託費において負担すること。

(オ) フォローアップ及び効果検証

要綱第16条第5号の規定に基づき、千葉市食のブランド「千」販売実績報告書の提出を求めるとともに、認定事業者へのヒアリング等を通じて事業者毎の状況確認・分析を行い、次年度に向けた支援策を市に報告すること。

なお、ヒアリング等の機会を利用し、要綱第16条で定めた、「認定を受けたものの責務」を再度認定事業者と確認すること。

(2) ブランド認定制度説明会の企画運営

市内農業者、食品関連事業者等、市内の食に関わる事業者を対象に、ブランド認定制度説明会を開催し、参加者に対し制度の周知及び申請促進を図る。

なお、広く認定品を募集するという観点から説明会参加者数の増加に努めることとし、ブランド認定制度説明会の内容、新規参加者の集客方法及び目標参加者数を提案書に明示すること。現状、市内

の農業者、食品関連事業者には、千葉市食のブランド「千」を知らない事業者、知っているがどのようなブランドかは知らないという事業者が多いため、特に過去に参加したことのない新規参加者をどのように増加させるかという点を中心に提案すること。

ア ブランド認定制度説明会の内容

(ア) 対象

市内農業者、食品関連事業者等、市内の食に関わる事業者

(イ) 内容

本ブランド認定制度、申請方法等に関する説明会を実施すること。

なお、説明会にはブランド化に取り組む意義や本ブランドに関する理解を深める内容を盛り込むとともに、申請に向け、事業者の意識醸成を図る内容とすること。

(ウ) 開催回数

1 回以上

(エ) 開催方法

対面開催及びオンライン開催の併用とし、会場及びプロジェクター、スクリーン、マイク等の備品は市が確保するが、会場使用料が発生する場合は受注者負担とする。

また、社会的状況の変化によっては、開催方法の変更を可能とする。

イ 参加申込受付等の対応、参加者募集

(ア) 参加申込受付、管理

WEB、電話、メール、ファックス等、複数の受付窓口を設け、受付対応業務を行うこと。

また、問合せ窓口を設置し、参加希望者からの問合せに対応すること。

なお、申込情報は適正に管理し、情報は速やかに市と共有すること。

(イ) 参加者募集

市と連携し、説明会参加者を募集すること。

(ウ) チラシの作成

説明会参加者を募集するチラシを作成し、市に郵送すること。

広報物は、次に記載の仕様又は同等品とし、デザイン及び印刷を含むものとするが、必要に応じて市と相談の上、仕様等を変更することも可能とする。

仕様 A4・マットコート紙 110kg・両面4色刷り

枚数 2,000部

(3) 事業者支援及び販路拡大支援

ア 短期的支援 20件以上

令和7年度(第6回)認定申請に向け、申請を検討する事業者が個別に相談できる機会を設け、申請書や商品等のブラッシュアップ支援や意識醸成などのサポートを行うこと。

イ 中長期的支援

魅力ある新規認定品の継続的な掘り起こしを行うため、千葉市食のブランド「千」を理解し、市内農業者、食品関連事業者の特性を十分に認識した上で、受注者が選任する専門家とともに市内農業者、食品関連事業者の商品等の企画・開発支援を行うことで、申請数の増加及び新規認定品の創出を図ること。

なお、商品等の企画・開発を加速させるため、当該企画・開発に必要となる、試作品製造に係る費用についての支援や開発した商品等の販売支援(販売方法の助言や販売先とのマッチング等)も併せて行うこと。

ただし、支援内容については、社会情勢を考慮し、効果的な手段に変更することは可能とする。

(ア) 令和6年度支援対象者への継続支援 3件

令和6年度に支援した事業者に対し、第6回認定以降の認定申請に向けた商品等の企画・開発・ブラッシュアップ支援を実施すること。

これまでの支援の経過については、市から共有するため、適切な支援内容を検討し、実施すること。

(イ) 令和7年度からの新規支援 3件

a 支援対象者の募集、選定

「千葉市農業者・食品関連事業者経営力向上支援事業採択者選定要綱」に基づき、支援対象者の募集、申請書の受付業務を行い、市と連携して選定を行うこと。

【参考：千葉市農業者・食品関連事業者経営力向上支援事業採択者選定要綱】

<https://www.city.chiba.jp/keizainosei/nosei/nosei/documents/bansoushienyoukour6.pdf>

b 支援対象者への支援

選定した支援対象者に対し、千葉市食のブランド「千」認定申請に向けた商品等の企画・開発支援を行うこと。その具体的な支援方法及びどのような場合に専門家を派遣するか、具体的な派遣候補者とその実績と専門分野について提案書に明示すること。

(4) 千葉市食のブランド「千」及び認定品の周知広報物の作成

千葉市食のブランド「千」及び認定品の効果的な広報、ブランドイメージ浸透のための広報物を作成するとともに、ブランドイメージの確立に向け、ブランドの世界観を適切に伝える内容とすること。

なお、広報物は、次に記載の仕様又は同等品とし、デザイン及び印刷を含むものとするが、必要に応じて市と相談の上、仕様等を変更することも可能とする。

また、広報物に使用する認定品の写真については、市が別途委託する「千葉市『食のブランド』プロモーション等業務」の受注者が撮影し、提供する。

ア ポスター

令和7年度（第6回）認定品の写真を使用すること。

(ア) B1サイズ 30部

仕様 B1・マットコート紙 110kg・4色刷り

(イ) B3サイズ 100部

仕様 B3・マットコート紙 110kg・4色刷り

イ チラシ 10,000部

第1～6回認定品の生産者名、商品名、商品写真等を掲載すること。

仕様 A3二つ折り・マットコート紙 110kg・両面4色刷り

ウ 認定品・サービスカタログ 1,000部

令和6年度（第5回）認定品を詳細に紹介するものとして作成すること。商品の説明文は市から提供する。

仕様 A4変形・マットコート紙 110kg・カラー

(5) カタログギフトパッケージのデザイン作成

ブランドデザイン統一の観点から、市が別途委託する「令和7年度千葉市「食のブランド」カタログギフト制作等業務」受注者が作成するカタログギフトの外装デザインを作成すること。

デザインに係る仕様等については、本契約締結後、市、本業務受注者、「令和7年度千葉市「食の

ブランド」カタログギフト制作等業務」受注者の3者協議の上、決定する。

(6) 令和4年度（第3回）認定品の再認定

令和4年度（第3回）認定品の有効期限は令和8年3月31日までとなるため、対象となる認定品が再認定につながるよう、個別の実績や状況について把握・分析を行った上で、適切な相談・支援を行うこと。

なお、再認定を受けようとする者から、千葉市食のブランド「千」再認定申請書（様式6号）をもって申請があった場合、上記（1）ウで定めた認定審査委員会において、審査を行うこととする。

(7) ブランドイメージ向上につながる取組み

消費者等に千葉市食のブランド「千」が好感を持って認知されるための取組みを実施すること。その具体的な実施内容について提案書に明示すること。

【例：令和6年度実施内容】

ブランドコンセプトや対外的な影響力等を加味し、食や農林水産業に関するサステナブルな取組みを紹介する動画作品を募集、表彰する「サステナアワード2024」に応募し、千葉市食のブランド「千」の目的や認定事業者の持続可能性に配慮した取組みを紹介する動画作品が、消費者庁長官賞を受賞した。

(8) 千葉市及び首都圏での認知度調査

千葉市及び首都圏における千葉市食のブランド「千」の認知度を調査すること。効果的な調査方法を検討し、その具体的な実施方法を提案書に明示すること。

(9) 次年度以降の事業展開プランの提案

本事業の成果と課題を検証し、次年度以降の事業実施に向けた提案を行うこと。

(10) その他、委託業務に関する一切の業務

上記のほか、本委託業務を履行するために必要な事項は、別途市と協議の上実施すること。

7 千葉市「食のブランド」プロモーション等業務受注者との連携

当該業務受注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、市が別途委託する「千葉市『食のブランド』プロモーション等業務」の受注者が、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-R1枚

9 想定スケジュール

令和7年4月 契約締結、事業方針・全体スケジュールの調整

5月	事業者支援及び販路拡大支援の申請募集、受付
7月	事業者支援及び販路拡大支援の対象者決定、支援開始 千葉県「食のブランド」戦略改訂案の提出
7～8月	第1～5回認定事業者へのフォローアップ ブランド認定制度説明会開催 ブランド認定の申請募集、受付
10～11月	認定審査・再認定審査 第6回認定品決定 第6回認定品及び認定事業者への支援
令和8年1～2月	第6回認定品公表
3月	令和8年度事業実績報告 次年度以降の事業展開プランの提案

10 事業実施に当たっての留意事項

- (1) 事業の目的及びK P I 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こと。
- (3) 千葉県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) 受注者は千葉県食のブランド「千」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。
- (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) 委託業務に基づき作成される成果物の取扱い
 - 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、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、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、受注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、市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

受注者は、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。

12 その他

- (1) 受注者は、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) 受注者は、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。

- (3) 受注者は、委託業務の遂行に関連し第三者へ損害が発生した場合、その損害が受注者の故意又は重大な過失により生じた場合には、受注者の責任においてその損害を賠償すること。
- (4) 受注者は、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。
- (5) 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。