

いいともあいち魅力向上推進事業委託業務仕様書

1 業務の目的

本県が推進する「いいともあいち運動」の県内での認知度は22.2%（2023年度）にとどまっており、特に認知度が低い働き盛りの層への効果的な啓発や愛知県産を優先して利用いただく機運を高めていくことが課題となっている。

一方、SDGsや環境負荷低減に対する社会的関心が高まる中、これらに貢献することができる取組のひとつとして「地産地消」への県民の関心も高まりつつある。

そこで、「いいともあいち運動」の根幹となっている「地産地消」について、SDGsや環境負荷低減への貢献といった要素と合わせた一層の理解促進とその実践を促すための取組を実施する。

2 概要

県民の地産地消に対する理解を一層深めるためのデジタルプロモーションや、その浸透と定着を図るため県産農林水産物を積極的に取り扱う店舗等を巡っていただくデジタルスタンプラリーを実施する。

また、デジタルスタンプラリーの参加店舗において県産農林水産物を使用したメニューフェアを実施し、普段の食生活の中で実践できる地産地消をアピールする。

3 委託業務内容

(1) デジタルプロモーションの実施

県民の地産地消に対する理解を一層深めることを目的として、地産地消や県産農林水産物の魅力をPRする動画の制作及びSNS等での配信や、量販店等と連携して店舗内の県産農林水産物販売コーナー等に設置したデジタルサイネージでPRを行うデジタルプロモーションを以下の条件で企画提案し、実施すること。

ア 動画の制作及びSNS等での配信

(ア) 動画のコンセプト

- ・動画の構成や演出方法等について、企画提案書において提案すること。
- ・20代～40代の愛知県民をメインターゲットとして地産地消や県産農林水産物の魅力をPRし、県産農林水産物の認知度向上・購入喚起に繋がる内容とすること。

(イ) 動画の制作

- ・「いいともあいち運動 公式YouTubeチャンネル」での公開を想定し、1分30秒～3分程度の動画を1本以上制作すること。
- ・動画1本につき「県産農林水産物」を1品目取り扱うこととし、選定する品目は県と協議の上、決定すること。

※品目の候補

県が品種開発した日本なし「あいみずき」、いちご「愛きらり」や全国トップレベルのブランド力を誇る名古屋コーチン、県が技術開発した「葵うなぎ」など。

(2023年度事業において、カンキツ「夕焼け姫」や本県のブランド和牛「みかわ牛」等のPR動画を制作)

- ・クリエイター、演出、音響、特殊効果等を工夫することとし、これらを使用する際に必要となる一切の調整及び許認可等の諸手続等は、受託者が行うこと。
- (ウ) その他留意事項
- ・動画のコンセプトおよび構成がイメージできるよう、絵コンテ等を用いて提案することとし、その提案理由を明記すること。
 - ・各動画の撮影前に、構成について県と協議し、絵コンテ等で全体のイメージを共有すること。また、納品までに必要に応じて県が校正する機会を設けること。
- (エ) 動画広告
- ・上記で制作する動画について、話題性、拡散性等を確保するため、YouTube等に広告を掲載すること。
 - ・誘導広告からのランディング先は「いいともあいち情報広場」のウェブサイトとし、動画広告を視聴した人を誘導するよう工夫すること。
- (オ) 目標値の設定及び進捗管理
- ・動画の視聴回数及び動画広告等からウェブサイトへ誘導した視聴者のページビュー数等について、目標値を設定すること。
 - ・動画の視聴回数が動画1本当たり20万回以上となるよう工夫した要素を盛り込むこと。
- (カ) 効果測定及び報告
- ・動画広告配信期間終了後に、事業の結果分析をとりまとめた「分析結果報告書」を提出すること。
 - ・「いいともあいち運動の認知度」及び「愛知県産農林水産物を優先する割合」等の向上に与えた影響を把握するために調査を実施し、報告すること。
なお、その他有効な調査方法（Google サーベイ等を活用した調査等）がある場合は、その提案も可とする。
- イ 量販店等での店頭プロモーション
- (ア) 店頭プロモーションの企画立案・実施
- ・県民が食材を購入する県内の量販店や直売所等の県産農林水産物の販売コーナー等に設置したデジタルサイネージで、地産地消を意識した購買行動を誘引するための店頭プロモーションを実施すること。
 - ・デジタルサイネージで配信するPR動画を制作すること。内容は、購買シーンを起点として地産地消や県産農林水産物の魅力を訴求するものとし、県産農林水産物を使用したレシピ動画等とすること。
 - ・選定する品目及びレシピ等は県と協議の上、決定すること。
 - ・店頭プロモーションの実施店舗数は、50店舗以上とすること。
 - ・配信期間は延べ1か月程度とし、選定した農林水産物の出荷時期にあわせて配信すること。
 - ・外部メディアでのPR等、視聴向上につながるよう工夫した要素を盛り込むこと。また、実施店舗の売り場と連動した販売促進を実施する等、訴求効果を高める手段について、提案ができるものとする。
 - ・その他、適宜、県と協議を行いながら決定するものとする。

(イ) 効果測定及び報告

- ・県の求めに応じ、デジタルサイネージの設置状況、PR動画の配信回数、視聴率、視聴者の属性（年代・性別）及び関連商品のP I値等の集計データを提供すること。提供する時期、データの種類については、県と協議の上、決定すること。
- ・店頭プロモーションの実施店舗や来店者に対し、本事業に対する効果、評価及び期待などを把握するためのアンケート調査を実施すること。
- ・量販店等での店頭プロモーション終了後に、事業の結果分析をとりまとめた「分析結果報告書」を提出すること。

ウ 小学生を対象とした地産地消の広報・啓発

- ・地産地消が普段の食生活の中でSDGsの達成にも貢献する取組であることの理解促進に資する内容とし、アンバサダーの「モリゾー・キッコロ」やキャッチフレーズ「そのひと口が応援になる。」、ア、イで制作した動画等の活用を検討すること。
- ・「こども新聞」等の少なくとも県内全ての公立小学校全学年を対象とする情報媒体を使用すること。
- ・本活動に対する効果などを把握するためのアンケート調査を実施し、結果を分析すること。
- ・その他、適宜、県と協議を行いながら決定するものとする。

(2) いいともあいち地産地消デジタルスタンプラリーの実施

県産農林水産物の需要拡大及びいいともあいち運動の認知度向上を図ることを目的とした、デジタルコンテンツを活用したスタンプラリー（以下、「スタンプラリー」という。）及びPRイベント等を以下の条件で企画提案し、実施すること。

ア スタンプラリーの企画立案・実施

- ・「いいともあいち推進店※」（新たに推進店に加入する意志のあるものを含む。）をスタンプ獲得箇所とし、公募のうえ450店舗以上設定すること。選定にあたっては、一定の地域に偏ることのないよう考慮すること。

※いいともあいち推進店

いいともあいち運動の取組の中で、県産農林水産物やその加工品を、積極的に販売している店舗や食材として利用している飲食店を登録している。

- ・開催期間は、「いいともあいちキャンペーン月間」である11月を含む概ね5ヶ月とすること。
- ・スタンプの獲得方法は二次元バーコードやGPSの機能等を活用することとし、参加者が実際にスタンプ獲得箇所に行ったことを確認できる仕組みとすること。
- ・スタンプの獲得数に応じて記念品の抽選に応募できることとすること。
- ・企画提案にあたり、スタンプラリー参加者が1万人以上となるよう効果的な集客を実現できる工夫した要素を盛り込むこと。
- ・スタンプ獲得箇所向けの「実施マニュアル」を作成し、スタンプラリー参加店舗に配付・説明すること。

イ 広報関係

(ア) 広報PRツールの作成・配布

- ・スタンプラリーを広報するため、リーフレットやポスター等の広報PRツールを

作成すること。なお、広報PRツールの種類、素材、内容、作成部数、配布先、配布方法について提案することとし、県と協議の上、決定すること。

- ・広報PRツールには、可能な限り県産農林水産物のPR要素を盛り込むこと。
- ・広報PRツールと既存の「いいともあいち運動」啓発資材（のぼり、卓上のぼり等）を併用して活用するよう、スタンプラリー参加店舗に配付・説明すること。

(イ) 情報媒体を活用した広告

- ・多くの集客を見込めるよう、県内全域において、スタンプラリー開催前及び開催期間中のPRを最大限行うこと。
- ・その他、スタンプラリー専用WEBサイトの開設、SNSを活用した情報発信等、スタンプラリーを効果的に広報できる手段について、提案ができるものとする。

ウ スタンプラリー記念品当選者の決定、記念品の手配・発送

- ・当選者の決定方法は抽選などによるものとし、県と協議の上、決定すること。
- ・応募条件に沿った記念品を手配することとし、記念品の内容及び数については県と協議の上、決定すること。
- ・記念品の発送は、スタンプラリー終了後速やかに完了すること。

エ モデル店舗におけるメニューフェアの企画立案・実施

- ・スタンプラリーの開催にあわせて、働き盛りや若い世代の県民が日々の生活の中で利用する社員食堂、学生食堂等をモデル店舗に設定し、県産農林水産物を使用したメニューフェア（以下、「フェア」という。）を企画、実施計画書を作成し、県と協議の上、実施すること。
- ・モデル店舗は、スタンプラリー参加店舗の中から選定し、社員食堂1か所、学生食堂3か所以上設定すること。
- ・開催期間は、各店舗1か月間程度とし、スタンプラリーの期間中、一定の時期に偏ることがないように考慮すること。
- ・フェアでは、店舗ごとにオリジナルメニューを開発し、本県とのタイアップとして、リーフレット、ポスター、メニューシート等を作成し、PRを行うこと。なお、これらの啓発資材は、本県の農林水産業を紹介する内容を一定程度含めること。
- ・メニューフェアで使用する農林水産物は県と協議の上、選定するとともに、メニュー開発にあたって学生等の食堂利用者のニーズや提案等を踏まえること。
- ・フェアの実施にあたって、知事出席のオープニングイベントを企画・運営すること。
- ・フェア期間終了後において、モデル店舗の設置者及び運営者に対して、オリジナルメニューに関するヒアリングを実施し、県産農林水産物の恒常的な使用に関する提言を取りまとめること。

オ その他、スタンプラリーに付随する業務

- ・スタンプラリーの実施にかかる事務局を設置し、スタンプラリー参加店舗や参加者などからの問い合わせ等に対応すること。
- ・その他、スタンプラリーの実施に付随する業務を行うこと。
- ・県の求めに応じ、スタンプラリー参加者等の集計データを提供すること。提供する時期、データの種類については、県と協議の上、決定すること。
- ・スタンプラリー参加者やフェア参加者及びスタンプラリー参加店舗に対し、本事業

- に対する効果、評価及び期待などを把握するためのアンケート調査を実施すること。
- ・その他、適宜、県と協議を行いながら決定するものとする。

4 実績報告書の提出

(1) 提出時期及び提出部数

委託業務が終了したときは、委託業務実績報告書（成果報告書を含む。）を契約期間内に提出すること。

ア 委託業務実績報告書（A4版、横書き） 2部

イ 委託業務実績報告書の電子データ 1式（CD-ROM等）

ウ デジタルプロモーションに関するPR動画等の電子データ一式及び分析結果報告書

エ 小学生を対象とした地産地消の広報・啓発PRツール一式（電子データ含む）

オ スタンプラリーに関する統計データ一式

- ・スタンプ参加者総数（年代・性別・居住地等）のデータ
- ・スタンプ獲得箇所ごとに獲得されたスタンプ数のデータ
- ・参加者の属性に応じた、獲得スタンプ数のデータ など

カ スタンプラリー及びフェアに関する広報PRツール一式（電子データ含む）

キ モデル店舗へのヒアリング結果及び県産農林水産物の恒常的な使用に関する提言

ク スタンプラリー参加店舗等へのアンケート調査集計結果一式

- ・地産地消の理解促進
- ・いいともあいち運動の認知度
- ・愛知県産農林水産物を積極的に購入する割合 など

ケ その他県が指示したもの

(2) 納入場所

食育消費流通課

(3) その他

委託業務実績報告書は、県と内容を検討の上、作成すること。

5 その他

- (1) 本業務は、国のデジタル田園都市国家構想交付金を活用して行うため、「デジタル田園都市国家構想交付金交付要綱」等に規定する要件を遵守すること。また、受託者は、本事業に係る会計実地検査が行われる場合は、協力すること。
- (2) 業務内容の全般について、県と事前に連絡・調整をとり、県の指示に従って行うこと。また、事業の進捗状況について、随時、食育消費流通課に報告を行うこと。
- (3) 受託者は、打ち合わせのための資料作成及び議事録等の作成を行うこと。
- (4) 本業務により作成した成果品の著作権は、原則、愛知県に属することとする。
- (5) 受託者は、業務の遂行上必要と認められるものであって、本仕様書の解釈に疑義が生じた事項、仕様書及び企画提案書に明記していない事項については、県と協議し、県の指示に従わなければならない。