

「まつやま農林水産物ブランド」の ブランド力向上施策案策定業務委託

1. 委託業務名

「まつやま農林水産物ブランド」のブランド力向上施策案策定業務委託

2. 目的

松山市の農林水産業の活性化に貢献するため、「まつやま農林水産物ブランド化推進協議会(以下、協議会という。)」は、高品質で生産者の商品に対する「想い」が強く込められた松山産の安全・安心な農林水産物及び加工品を「まつやま農林水産物ブランド」に認定し(以下、ブランド産品という。)、認知度の向上、販路の開拓、消費の拡大に努めている。

令和2年2月に実施した市民アンケートでは、『紅まどんな』を知っている人の割合は 95.6%であるのに対して、『紅まどんな』がブランド産品であることを知っている人の割合は 62.0%であった。同じブランド産品の『せとか』や『カラマンダリン』でも、産品そのものの認知度と、ブランド産品であることの認知度に大きな差があった。

本来なら「まつやま農林水産物ブランド」のブランド力が産品の価値を引き上げるところが、ブランド産品であるかどうかは問われなくなっていて、もはやブランド産品であることに誇りや魅力が感じられなくなっているのではないかと危惧している。

一方で、新型コロナウイルス感染症の影響によって、従来のような対面を主体とした販売促進活動は困難となっている。また、これまでデジタル機器関係に縁遠いと思われていた60代、70代でもスマートフォンの所有率が高くなり、全世代でインターネットを使用した情報収集や商品購入が増加するなど、消費者の行動は目まぐるしく変化し、消費者の行動変容に順応した取組が求められている。

そこで、本業務では、「まつやま農林水産物ブランド」の魅力や価値を再発見し磨き上げることで、消費者や生産者、認定団体などのすべての関係者が感じるブランドに対する安心感と信頼感を創出し、「まつやま農林水産物ブランド」の認知度の向上やスマートフォンを活用した販売形式の仕組みを取り入れるなどの新たな施策に挑戦等し、「まつやま農林水産物ブランド」の今後の方向性を定めブランド力を強化するものである。

3. 適用基準等

本業務の履行にあたっては、本仕様書のほか、松山市契約規則等の関係法令に準じ実施しなければならない。

4. 履行期間

契約締結日から令和5年2月28日まで

5. 業務の内容

①事前準備

本業務(②～⑦)の実施に先立ち、業務それぞれの目的及び内容を把握した上で、日程及び手順、遂行に必要な事項を企画立案し、業務計画書を作成し発注者に提出する。

②消費者ニーズの把握

「まつやま農林水産物ブランド」の全体や各ブランド製品に関する消費者ニーズを調査し整理して発注者に提出する。

③認定団体へのヒアリング調査

現在ブランド製品として認定されている団体へのヒアリングを実施し、各ブランド製品の現状や課題、また、ブランド候補製品(アボカドを含むこと)を含む「まつやま農林水産物ブランド」に対する生産者の期待などを整理し、発注者に提出する。

④実証実験の実施

⑦で提出する「まつやま農林水産物ブランド」のブランド力向上のための施策案の素案を作成し、発注者に提出すること。提出後、施策案の効果を検証するための実証実験を行い、その実績を提出する。なお、実証実験の実施にあたっては事前にKPIを設定すること。

⑤ライブコマースの実施

多様化する消費者ニーズへの対応と新たな施策を探求するため、生産者と視聴者をオンラインでつなぎ、リアルタイムで視聴者が生産者に商品に関する質問をしたり、買い物ができたりするライブコマースを実施し、その有効性を検証し、報告書を発注者に提出すること。ただし、ライブコマースの具体的な内容については、6. ライブコマースの業務内容のとおりとし、事業規模は、3,500,000円以内(消費税込み)とする。

⑥実証実験及びライブコマースの結果分析

実証実験及びライブコマース終了後に、予め設定したKPIの結果や参加者へのヒアリング等をもとに、評価・分析を行い、今後の継続的な事業化に向けた課題を整理し、発注者に提出する。なお、ライブコマースの結果分析については、6. ライブコマース④ライブコマースの有効性及び視聴者への訴求効果の検証の内容のとおりとする。

⑦新たなブランド力向上施策案の策定

⑥を踏まえ、「まつやま農林水産物ブランド」のブランド力向上のための施策案を策定し、発注者に提出する。施策案には、各ブランド商品や将来のブランド候補商品(アボカドを含むこと)を活用した案も含むこと。ただし、施策案の策定に係る事業規模は、④実証実験の実施と併せて10,000,000円以内(消費税込み)とする。

6. ライブコマースの業務内容

①事前準備

生産者等との商品選定、価格設定、精算方法、撮影地の事前調査・選定及び撮影交渉、その他販売に必要な調整を行うこと。特に、価格設定については、生産者等に金銭的負担が発生しないよう、協議の上、決定すること。

上記の調整結果等を踏まえた上で、ライブ配信当日の工程表を作成すること。

②事前広報

多数の視聴者及び購入者数を確保するため、ライブコマースの実施前に SNS (Facebook、Instagram 等)などを活用し、首都圏を含むエリアで事前広報を行うこと。

③ライブコマースによる商品の紹介及び販売、発送の実施について

- ・受託者は、視聴者がスマートフォン等を使用してライブ配信に出演する生産者等とリアルタイムでやりとりを行いながら、画面上で買い物ができる仕組みを構築し、実施すること。また、視聴者に対して、満足度、視聴経緯、感想、改善点等に関するアンケートを毎回実施すること。
- ・1日に30分×2回放送するプランを3日、合計6回実施すること。実施時期については、各ブランド商品の旬の時期を考慮しながら、発注者と協議の上、決定すること。
- ・受託者は、出演者と消費者とのやりとりを円滑に進めるために、ライブコマースでの出演経験がある進行役を手配すること。
- ・受託者は、実施にあたって、ライブ配信に関するガイドライン等を設け、出演者や視聴者等が、社会通念上不適切と捉えられかねない発言、行動を防止するための対策を講じること。
- ・受託者は、商品購入後に速やかに購入者の元へ商品が届く仕組みを構築すること。
- ・受託者は、ライブ配信後、購入者からの注文情報をとりまとめ、速やかに生産者等に発送依頼をすること。
- ・生産者等へ受託者からの商品代金等の支払いは、事前に生産者等と受託者が調整し申し合わせた方法に基づき、速やかに処理すること。

④ライブコマースの有効性及び視聴者への訴求効果の検証

- ・受託者は各回の終了後、放送の進行順序、商品の見せ方、紹介する際の発言内容等を振り返り、また、下記 a. b.のデータを収集・分析し、その結果を改善策とともに各回の終了後、次回に改

善策が反映できるタイミングまでに書類で発注者に提出すること。最終回分については、全体を踏まえ、ライブコマースの視聴者に対する訴求効果を検証し、終了後速やかに書類で提出すること。

- a. 視聴者数、視聴者の属性、商品購入画面への遷移数、購入数
- b. 視聴者へのアンケート結果(満足度、視聴経緯、感想、改善点等)

7. 成果品(それぞれ2部を提出)

- (1)「まつやま農林水産物ブランド」のブランド力向上のための施策案に関する報告書(A4サイズ)
- (2) 施策案の策定プロセスで実施した調査・分析資料一式
- (3) 上記成果品の電子データ一式

※電子データは、PDF、Microsoft Office Word または Excel 形式とする。ただし、動画についてはmp4形式とする。

8. 成果品の帰属等

本業務で履行した内容は、すべて協議会に帰属するものとする。受託者は成果品又は収集した資料を善良な管理の下5年間保存し、協議会の承諾なく他に公表し、貸与し、又は使用させてはならない。

9. 資料の貸与

- (1) 受託者が業務を遂行する過程で必要とする協議会等の資料、備品等(以下「備品等」という。)を無償で受託者に貸与するものとする。
- (2) 受託者は、業務が終了した場合、その他合理的な理由により協議会が返却を要求した場合、貸与された備品等を速やかに協議会に返却するものとする。
- (3) 受託者は、貸与された協議会の備品等の取り扱いについては、善良な管理者としての注意を払わなければならないものとする。

10. 再委託等の制限

受託者は、本業務の全部又は一部を再委託若しくは請負わせてはならない。ただし、業務の一部を再委託若しくは請負わせる場合において、あらかじめ書面にて報告し、協議会の承諾を得たときは、この限りではない。

11. 機密の保持

受託者は、本業務において知り得た情報について、他に漏洩又は引用してはならない。なお、この契約が終了し又は解除された後も同様とする。

12. 個人情報の保護

本業務を処理するための個人情報の取扱いについては、松山市個人情報保護条例を準用する

とともに、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

13. 業務責任者

業務の円滑な進捗を図るため、受託者は、あらかじめ業務を実施する従事員及び責任者を選任し、その氏名等を協議会に通知するものとし、当該従事員等を交替させる場合も同様とする。

また、責任者は、受託者の代理人として業務の実施に関する指揮監督、勤怠管理、安全衛生管理等を行うものとする。

14. 損害賠償責任等

受託者は、業務の実施に関し故意又は過失により発注者又は第三者に損害を及ぼしたときは、直ちに損害を賠償しなければならない。ただし、損害の原因が不可抗力によるものと認められた場合は、双方協議の上、決定する。

15. 新型コロナウイルス感染症対策について

受託者は、新型コロナウイルス感染症の状況を常に考慮し、最新の業種別ガイドラインを参考に、本業務が滞りなく実施できるようにすること。また、受託者は、予め関係各所と緊急事態宣言やまん延防止等重点措置（都道府県から発令される警戒レベルに応じた指示も含む。）が発令された場合の対応を協議し、委託者の了承を得ることとする。

16. 疑義

本仕様書に定めのない事項、また、その内容の解釈に疑義を生じた場合は、速やかに協議を行うこととする。