

令和7年度いばらき農林水産物ブランド確立販路開拓推進事業業務委託 仕様書

1 委託事業名 令和7年度いばらき農林水産物ブランド確立販路開拓推進事業業務委託

2 事業目的

メロン「イバラキング」、梨「恵水」、栗（笠間の栗、飯沼栗中心）、常陸牛、豚肉「常陸の輝き」の重点5品目について、高級店や百貨店等での取扱いの推進と取引定着を目指す。

なお、「高級店」とは、①特定の公的・民間機関による認定や格付けを受けていること、②主要メディア・ガイドブックに掲載されていること、③特定の百貨店や商業施設内に店舗していること、④特定のブランド基準を満たした商品を取り扱っていること、⑤老舗又は確立されたブランドを有すること、のいずれかを満たすものをいう。

3 業務実施期間

令和7年4月1日から令和8年3月31日まで

4 委託業務の内容

(1) 共通事項

(ア) テレビ、Web、新聞等のメディアに取り上げられ、認知度向上、消費拡大につながるよう、積極的に広報活動を行う。

なお、プレスリリース実施の際は、リリース1週間前までに県と協議を行う。

(イ) フェア等の実施店舗がホームページやSNS等で情報発信を行っている場合、フェア等の情報発信に協力するよう働きかける。

(ウ) フェア等の開催に当たっては、実施店舗と調整し、茨城県産食材の使用を明示するよう働きかけるとともに、POP等のPR資材を積極的に活用する。また、必要に応じて県と協議の上、PR資材やノベルティ等を新規に作成する。

(エ) フェア等の開催期間中は、売上額や来客数等を随時把握する。

開催後は、シェフやバイヤー等の関係者（以下「関係者」という。）、消費者等にアンケート調査（品質評価等を含む。）を行い、効果測定を行う。

なお、フェア等を念頭にサンプル提供を行ったにもかかわらず、フェア等の開催が合意に至らなかった場合においても、関係者の意見聴取を行う。

(オ) 関係者の産地視察を積極的に行う。

(カ) 新規取引先に対し、必要に応じて、仕入れ先の紹介や流通体制の整理等の継続取引支援を行う。また、取引定着を目指すため、前年度事業による取引先に対しても、県と協議の上、継続取引支援を行う。

(キ) 事業実施に当たっては、店舗、産地、卸・仲卸業者、県等と密に連絡調整を行う。特に取引先の開拓に際しては、県や産地等と出荷規格・流通等を事前に確認した上で実施する。

（２）イバラキングの取扱推進（後記（７）の百貨店等を除く。以下（３）～（６）においても同じ。）

（ア）東北圏、首都圏、中京圏等の高級果実専門店・フルーツパーラー、高級スイーツ店等への営業活動を通じ、新規取引先の開拓、取扱店舗の拡大及び取扱数量の拡大を行う。

なお、イバラキングの取扱推進に資する範囲において、赤肉メロン等の他品種を併せて提案・販売することも事業の範囲内とみなすが、（イ）の数値目標には含めない。

（イ）販路開拓の数値目標は６社程度とし、うち半数以上は新規の取引先とする。

（３）恵水の取扱推進

（ア）首都圏等の高級果実専門店・フルーツパーラー、高級スイーツ店等への営業活動を通じて、新規取引先の開拓、取扱店舗の拡大及び取扱数量の拡大を行う。

なお、恵水の取扱推進に資する範囲において、幸水等の他品種を併せて提案・販売することも事業の範囲内とみなすが、（イ）の数値目標には含めない。

（イ）販路開拓の数値目標は５社程度とし、うち半数以上は新規の取引先とする。

（４）栗の取扱推進

（ア）首都圏等の高級レストランや高級スイーツ店等への営業活動を通じて、新規取引先の開拓、取扱店舗の拡大及び取扱数量の拡大を行う。

なお、栗の取扱推進に資する範囲において、かんしょ等の他野菜を併せて提案・販売することも事業の範囲内とみなすが、（イ）の数値目標には含めない。

（イ）販路開拓の数値目標は１０社程度とし、うち半数以上は新規の取引先とする。

（５）常陸牛「煌」の取扱推進

（ア）首都圏等の高級レストラン等への営業活動を通じて、新規取引先の開拓、取扱店舗の拡大及び取扱数量の拡大を行う。

なお、「煌」の取扱推進に資する範囲において、その他の常陸牛を併せて提案・販売することも事業の範囲とみなすが、（イ）の数値目標には含めない。

（イ）販路開拓の数値目標は５社程度とし、うち半数以上は新規の取引先とする。

（６）常陸の輝きの取扱推進

（ア）首都圏等の高級レストラン（とんかつ店を除く。）等への営業活動を通じて、新規取引先の開拓、取扱店舗の拡大及び取扱数量の拡大を行う。

（イ）販路開拓の数値目標は１５社程度とし、うち半数以上は新規の取引先とする。

（７）百貨店等への取扱推進

（ア）百貨店及び百貨店内テナント等において、重点５品目を中心とするフェア等を開催する。

（イ）フェア開催時は、PRに係るパンフレットやパネル等を制作する。

(ウ) 必要に応じて、サンプル提供等を提案し、取扱いを促す。

なお、フェア期間中に限り、仕入れに係る補填・協賛等を行うことも差し支えないが、あらかじめ県と協議する。

(エ) 百貨店内レストランでの催事については、店舗からの要望、費用対効果及び取引定着の可能性等を考慮した上で、開催を支援する。

(オ) 販路開拓の数値目標はイバラキングで 10 店舗以上、恵水で 2 店舗以上、栗で 2 店舗以上、常陸牛及び常陸の輝きで 10 店舗以上とし、うちいずれも 1 店舗以上は新規の取引先とする。

(カ) 高級スーパーマーケットにおいても上記（ア）～（ウ）と同様の取扱推進を目指し、販路開拓の数値目標は、重点 5 品目合計で 10 店舗以上とする。

（８）県内レストランへの重点品目取扱推進

（ア）県内の人気店・高級店 10 店舗程度において、重点 5 品目を使用したメニューフェアを 2 回以上開催する。

なお、使用する品目については、別途県と協議する。

（イ）店舗の選定に当たっては、次の点を考慮する。

① 重点品目のブランドイメージを損なわない店舗であること。

② 店舗の所在するエリアの分散化に努めること。

③ 選定の基準が明らかであり、公表可能なものであること。

（ウ）開催時期は、県と協議の上、5 月から 2 月までの間で決定し、1 回当たり 1 か月の範囲でフェアを行う。

（エ）参加店舗に事業主旨を説明の上、必要に応じて仕入れルートの検討・支援を行う。

（オ）参加店舗へのサンプル提供等に係る費用については、金額の目安を設け、その範囲内で行う。

（カ）フェア開始日の 1 週間前までに、ホームページ等で周知する。

5 対象経費

サンプル提供に係る経費、産地視察に係る経費、県産食材を使用したメニュー等の開発に係る食材費、商品提案に係る経費、カタログ等への掲載に係る経費、会場費、会場設営費、販売員経費、試食用食材費、フェア PR 費、撮影費、ノベルティ作成費、情報発信に係る経費、管理運営費（人件費、旅費、事務費等）

6 実施計画書

契約後速やかに本仕様書に基づく実施計画書を作成し、県と協議の上、業務を行う。

7 委託業務完了時に提出する成果物

（１）以下の事項を記載した事業実施報告書

（ア）本業務で実施したメニューフェア等の写真

- (イ) フェアに参加したレストラン等の販売実績等
- (ウ) フェア等の開催や SNS 等を活用した情報発信等による効果
- (2) 本業務で作成したノベルティ、PR 資材、Web ページ等のデザインデータ
- (3) 本業務で購入した物品等について、購入を証する書類の写し
- (4) 上記 (1) ~ (3) を収めた記録媒体 (提出方法は県が別途指示する)

8 その他

- (1) 本仕様書は、業務の概要を示すものであり、業務内容の詳細は県と十分な協議を行いながら進める。作業内容及び本仕様書の内容に疑義が生じたときは、その都度県と協議し、その指示に従い作業を進める。
- (2) 事業の進捗状況及び予算の執行状況について、2 週間に 1 回程度、メール等で県に報告するとともに、1 か月に 1 回程度、県と対面等で協議する。
- (3) 本事業で発生した制作物等の著作権は、県に帰属する。
- (4) 青果物に重大な瑕疵があった場合は、原因者において回収、修正、再印刷等必要な措置を講じる。
- (5) 令和 8 年度以降の事業について、令和 7 年度と異なる受託者による運営又は県による自主運営となった場合は、県の指示に従い、やり取りを行った店舗や産地の担当者及び連絡先、令和 7 年度までの継続した取組状況等、事業に関わるすべての情報を速やかに提供し、年度当初から切れ目なく事業を運営できるよう協力する。