

# 令和8年度埼玉県産いちごプロモーション業務委託

## 仕 様 書

- この仕様書は、企画提案書作成用である。
- 企画提案競技後、埼玉県は契約先候補者と協議を行い、協議が整った場合は仕様書を契約先候補者の企画提案内容に合わせて修正の上、契約を締結する。

### 第1 委託業務名

令和8年度埼玉県産いちごプロモーション業務委託

### 第2 契約期間

契約締結日から令和9年3月19日まで

### 第3 業務の目的等

#### (1) 現状

埼玉県は、昭和30年代頃からいちご生産が盛んとなり、一時期には全国有数の生産量を誇っていた。現在の作付面積は最盛期の10分の1以下にまで落ち込んでいるが、市場出荷のほか、大都市近郊の立地条件を生かし、観光農園等も県内各地で展開されている。

近年では、オリジナルいちご品種として「あまりん」「かおりん」「べにたま」（以下「オリジナル品種」という。）が開発された。令和5年2月に開催された「第1回全国いちご選手権」（一般社団法人日本野菜ソムリエ協会主催）において、県内生産者の出品した「あまりん」をはじめとして、本県のいちご生産者が最高金賞他各賞を受賞したことを皮切りに、その後数多くのコンテストで最高賞他を受賞している。

本県は、（一社）日本野菜ソムリエ協会から「最もおいしいいちごを生産している県」として、全国初かつ3年連続で、全国唯一となる「プレミアムいちご県」に認定されており、特にオリジナル品種の食味の良さにより、埼玉県産いちごへの注目が高まっている。

#### (2) 本業務の狙い

オリジナル品種については、全国選手権の連続受賞などで注目が高まり、ここ数年メディア等でも多数取り上げられている。その結果、生産量も決して多くない中、「県政サポーターアンケート」（第283回簡易アンケート「埼玉ブランド農産物の認知度・評価について」／構成は県民が主）によると、「あまりん」の認知度は約69.4%（前年56.8%）、「かおりん」の認知度は約30.2%（前年24.5%）、「べにたま」の認知度は約22.7%（前年14.5%）と徐々に高まっている。

なお、別のインターネット調査（別添5「令和7年度埼玉県産いちごプロモーションについて」参照）では、関東1都3県（東京・神奈川・千葉・埼玉）の「あまりん」の認知度は約40.1%、「かおりん」の認知度は約16.3%、「べにたま」の認知度は約18.8%となっており、県内と比べると開きがある（ただし、N=202）。

本県は人口 4,000 万人の首都圏の中心に位置し、交通アクセスにも優れるという地理的優位性を持ち合わせているとともに、県内には自然、歴史、文化など多彩な観光資源に恵まれている。また、県内では、オリジナル品種をはじめ様々な品種を栽培して食べ比べができる農園（直売や観光摘み取り）も数多く立地している（グリーン・ツーリズム埼玉 / <https://www.pref.saitama.lg.jp/greentourism/enjoy/taiken/ichigo.html>）。

一方、都道府県での「観光意欲度ランキング」（地域ブランド調査 2025）では 47 都道府県中 47 位と低迷している。また、「埼玉県のいちご」（いちご狩りや直売・購入、いちごスイーツなど）を通じて、観光や旅行など埼玉県にお出かけしてみたいと思ったことがある」割合は、関東 1 都 3 県では約 40.1%（別添 5 参照）となっており、埼玉県のいちごをきっかけとした県内誘客には、十分つなげられていない。

このような状況を踏まえ、オリジナル品種を中心とした埼玉県産いちごの認知度向上・ブランド確立を図りつつ、「いちごと言えば埼玉県」・「観光地としての埼玉」の想起性を高め、本県への誘客を促進するためのプロモーションを実施することにより、観光振興を図ることを目的とする。

#### 第 4 埼玉県の一ちごについて

##### 1 埼玉県の一ちご生産・育種事業について

- ・ 埼玉県では、昭和 30 年代後半には「ダナー」などの品種が多く栽培され、いちごと言えば「埼玉ダナー」として知られていた。昭和 40 年代には、県内のいちごの作付面積は 12,000ha に達し、全国 1 位の収穫量を誇るいちごの一大産地であった。
- ・ その後、県内では露地栽培が浸透していた故にビニールハウスの導入が遅れたことや他産地でのブランド品種の誕生などを原因として、昭和中期をピークとして作付面積は減少していった。現状、埼玉県のいちごの収穫量（生産量）は全国第 13 位（農林水産省 / 令和 6 年産 野菜生産出荷統計）となっており、収穫量（生産量）第 1 位の栃木県と比べると約 9 分の 1 となっており、埼玉＝いちごのイメージも薄れてしまったものと思われる。
- ・ 本県では、その間も「ベリースター」（昭和 49 年育成完了）や「彩のかおり」（平成 8 年品種登録）といったオリジナルの品種を開発したが、生産者による果実収量・品質格差が大きいなどの理由により、作付面積の増加にはつながらなかった。
- ・ その後、県内では、消費者ニーズの多様化と大都市近郊の立地条件を生かした観光摘み取り園や庭先直売形態の比率が上昇する中、平成 19 年から育種事業を開始した。
- ・ 新品種の開発に当たっては、早晚性や収量性、耐病性、大果性、果実外観など、考慮すべき様々な要素がある。全国的に新品種の開発競争が激化している中、例えば単に「収量性が高い」などの品種では後発組として埋もれてしまうことから、何かに特化した一芸に秀でた品種を生み出すため、「食味の良さ」を最重要視して開発を始めた。
- ・ 「あまりん」及び「かおりん」については、観光・直売向けの品種として開発を始めたことから、収量性（多収性）は重視せず、「食味の良さ」を最重要視し、そのほか果実外観（果形、果皮色、光沢）等の優良形質を有することを育種目標として開発をした。
- ・ 「べにたま」については、「あまりん」及び「かおりん」と異なり、市場出荷向けの

品種として開発を始めたことから、収量性（多収性）を重視しつつ、「食味の良さ」を最重要視し、そのほか果実外観（果形、果皮色、光沢）等の優良形質を有することを育種目標として開発をした。

## 2 オリジナル品種について

### (1) あまりん

- ・平成21年に育種を開始した当時、県内においては、消費者ニーズの多様化と大都市近郊の立地条件を生かし、観光農園や庭先直売形態の比率が上昇していた。そのような中で、県内では他団体の育成品種（「とちおとめ」や「やよいひめ」など）が主となっており、県内の生産者から「せつかく、埼玉県にいちごを買いにきていただくならば、埼玉県ならではの独自品種が欲しい」との要望が寄せられていた。そこで、観光・直売に対応可能な高糖度・果実外観（果形、果皮色、光沢）等の優良形質を有することを育種目標として開発を始めた。
- ・「あまりん」は、収穫始期がやや遅く、一般的な品種と比べて収量性はやや低い。一方、育種目標として最重要視した「食味の良さ」が消費者等から高く評価され、単価が上がっていることから、その「食味の良さ」と希少性を生かし、高単価の販売が実現できる品種を目指している。
- ・なお、観光・直売向けの品種として開発しているが、市場出荷なども含めて多様な販売チャンネルで取り扱われている。

### (2) かおりん

- ・平成20年に育種を開始した当時、県内においては、消費者ニーズの多様化と大都市近郊の立地条件を生かし、観光農園や庭先直売形態の比率が上昇していた。そのような中で、県内では他団体の育成品種（「とちおとめ」や「やよいひめ」など）が主となっており、県内の生産者から「せつかく、埼玉県にいちごを買いにきていただくならば、埼玉県ならではの独自品種が欲しい」との要望が寄せられていた。そこで、観光・直売に対応可能な高糖度・果実外観（果形、果皮色、光沢）等の優良形質を有することを育種目標として開発を始めた。
- ・「かおりん」は、収穫始期が遅く、一般的な品種と比べて収量性は低い。管理作業の手間がかかること、栽培が難しいこと（品質の安定化や収穫適期（完熟）の見極め）などの理由から、オリジナル品種の中では作付面積が最も少なく、一部の生産者による庭先直売等が主とした販売チャンネルと想定される。
- ・今後、飛躍的に作付面積が増大することは難しいものと予想されるが、育種目標として最重要視した「食味の良さ」は「あまりん」にも比肩する、あるいは上回る（県の育種担当者 談）品種であり、その「食味の良さ」と希少性を生かし、高単価の販売が実現できる品種を目指している。

### (3) べにたま

- ・「あまりん」及び「かおりん」が観光・直売向けに開発されたところ、県内の市場出荷経営の生産者からは、良食味であることに加えて、12月上旬から収穫可能で収

量性に優れる品種が求められていた。そのような要望に応え、12月上旬に収穫が開始でき、収量性が高く、果実外観（果形、果皮色、光沢）が優良かつ良食味等の形質を有することを育種目標として、開発を始めた。

- ・ 「べにたま」は、収穫始期が早く、一般的な品種と比べて収量性も高く、「あまりん」及び「かおりん」よりも大果の傾向がある。
- ・ なお、市場出荷産地の他、観光・直売の農園でも導入が広がっている。育種目標として最重要視した「食味の良さ」や収量性の高さ（「あまりん」・「かおりん」よりも早くクリスマス頃からシーズンが始まるなど）を生かしつつ、「あまりん」ほど高単価ではないが、比較的高単価の販売を実現できる品種を目指している。

## 第5 事業スキーム

本業務のスキームは、次のとおり。なお、昨年度事業の反省点等については、別紙を参照すること。

### <都内・県内の百貨店・洋菓子店等スイーツフェア企画・運営>

- ・ 東京都内及び埼玉県内の百貨店やホテル、レストラン、洋菓子店、和菓子店等（以下「百貨店・洋菓子店等」という。）と連携して、オリジナル品種を中心とした埼玉県産いちごを使用したスイーツを味わうことができるスイーツフェアを企画・運営する。
- ・ これにより、首都圏の幅広い消費者が、埼玉県産いちごの魅力に触れる機会を増大させ、埼玉県産いちごの認知度向上やブランド確立を図るとともに、県内誘客につなげる。

### <都内ポップアップイベント企画・運営>

- ・ 東京都内のイベントスペース等において、オリジナル品種の物販や試食、体験、展示等を通して、埼玉県産いちごの魅力を伝えるとともに、観光情報の発信を行うポップアップイベントを開催する。
- ・ これにより、首都圏の消費者及びインバウンドに対して、埼玉県産いちごの魅力に触れる機会を創出し、埼玉県産いちごの認知度向上やブランド確立を図るとともに、県内誘客につなげる。

### <県内イベント企画・運営>

- ・ 埼玉県内において、県内のいちご生産者などが出店し、オリジナル品種を中心とした埼玉県産いちごや加工品などの物販等を行うイベント（フードフェス）を開催する。
- ・ これにより、オリジナル品種をはじめとした埼玉県産いちごの魅力に触れる機会を創出し、埼玉県産いちごの認知度向上やブランド確立を図るとともに、県内観光スポットの紹介や観光周遊・消費を促進するための関連企画を実施することで、県内誘客につなげる。

### <県内誘客・周遊促進施策企画・運営>

- ・ 埼玉県内のいちご農園及び観光施設等への来訪・周遊を促進するための施策の企画及び効果的な発信を実施する。

## <調査・分析>

- ・ 本業務の実施による「県内への誘客促進（観光振興）」その他の事業効果を検証するため、必要な調査を行い、その結果を分析・報告する。

## 第6 業務の内容

### 1 都内・県内の百貨店・洋菓子店等スイーツフェア企画・運営業務

#### ①スイーツフェア全体の企画・運営

- ・ スイーツフェアのコンセプト設計・企画立案、参画事業者・店舗（以下「参画事業者等」という。）の選定・調整、資材の制作・配布、広告・広報等、実施スケジュールの作成、進捗管理など、本スイーツフェアを効果的かつ確実に実施するための全体計画を行うこと。また、全体計画を踏まえ、本スイーツフェア全体の運営を行うこと。
- ・ 本スイーツフェアについては、本業務の目的等を踏まえ、県内の観光農園や観光スポットなど県内への誘客促進につながるような内容を含めること。
- ・ 本スイーツフェアについては、単にホームページやLP（ランディングページ）等に店舗・商品情報を掲載するのみならず、フェア全体のコンセプトや企画設計の工夫（特定エリアで集中的に実施するなど）、複数店舗の特集（パティシエへのインタビューなどを通じたストーリー性のある記事作成など）やインフルエンサー施策など関連企画の実施により、話題性の創出や情報拡散につながるものとすること。
- ・ 本スイーツフェアの対象商品は、オリジナル品種を中心とした埼玉県産いちごを使用した加工品とすること。なお、洋菓子・和菓子などジャンルは問わない。

#### <提案を求める内容等>

- ・ 本スイーツフェアのコンセプト設計・企画立案、参画事業者等の選定・調整、資材の制作・配布、広告・広報等、実施スケジュールの作成、進捗管理など、スイーツフェアの全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

#### ②参画事業者等の選定・調整

- ・ 参画事業者等については、当該事業者等の知名度やブランド力、集客力等を踏まえ、本業務の目的を達成する上で効果的なものを本県と協議して選定すること。  
企画提案に当たっては、具体的な候補事業者等がいる場合はその旨を提示すること。具体的な候補事業者等がない場合は、参画事業者等の確保に向けた方針等を提示すること。
  - ・ 参画事業者等については、都内では10か所以上、県内では20か所以上の店舗数\*を目指すこと（後述する本県の調整により確保した店舗を含む。）。  
なお、本業務においては、話題性や情報拡散による事業効果を重視しており、単に参画事業者等を多くすることは求めていること。
- \* 一の百貨店や商業施設等において、複数の店舗（テナント）が参画する場合は、各店舗それぞれを1店舗として数える。
- ・ 参画事業者等については、契約締結後に、県側でも別途調整を行うことがある。そのため、事業展開に当たっては、本県の意向に応じて柔軟に対応すること。

また、本県の調整により参画事業者等を確保する際の経費として、約 100 万円程度を見込み、必要経費（仕入費用の補填や協力金を想定）として計上すること。

- ・ 参画事業者等の確保に当たっては、参加インセンティブとして、委託費の中から協力金を支出するなど一定額の経費補填を行うことは問題ないこと。

＜提案を求める内容等＞

- ・ 本業務の目的を達成するために効果的と思われる参画事業者等の候補イメージ、参画事業者等の選定・調整に係る実施方針・スケジュールを提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

### ③広報等

- ・ 本スイーツフェアの実施を周知するとともに、話題性の創出や情報拡散を図るための効果的な広報等の計画を策定・実施すること。

＜提案を求める内容等＞

- ・ 本スイーツフェアの実施に係る効果的な媒体・手法、実施方法・実施スケジュールなどの広報戦略・計画を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

### ④効果検証等

- ・ 本スイーツフェアの効果検証を行うため、参画事業者等へのヒアリングやアンケート等を行い、定量的（販売金額や数量など）及び定性的（満足度や改善点など）な評価を把握すること。なお、具体的な調査項目・調査方法等については、企画提案の内容に基づき、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 調査結果について、受託者にて集計・分析を行った上で、今後の課題や施策改善に係るフィードバックを行うこと。

## 2 都内ポップアップイベント企画・運営業務

### ①ポップアップイベントの企画・運営

- ・ ポップアップイベントの企画、開催場所の選定・確保、広告・広報等、実施スケジュールの作成、進捗管理など、本ポップアップイベントを効果的かつ確実に実施するための全体計画を行うこと。また、全体計画を踏まえ、本ポップアップイベント全体の運営を行うこと。
- ・ 本ポップアップイベントについては、主に首都圏の消費者及びインバウンドを対象として、埼玉県産いちごの魅力に触れる機会を創出するため、オリジナル品種をはじめとする埼玉県産いちごの物販、試食など食体験を含めた内容とすること。なお、必ずしも全てのオリジナル品種を取り扱う必要はないこと。
- ・ 本ポップアップイベントについては、本業務の目的等を踏まえ、県内の観光農園や観光スポットなど県内への誘客促進につながるような内容を含めること。
- ・ 本ポップアップイベントについては、企画設計の工夫やメディアプロモーションを行うなど、話題性の創出や情報拡散につながるものとすること。
- ・ 本ポップアップイベントの実施時期については、概ね令和8年12月～令和9年2

月を想定しているが、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。

- ・ 本ポップアップイベントの開催場所については、話題性や情報発信力、県内誘客との連動性を考慮して選定すること。また、当該開催場所に応じて、適当なターゲット設定を行った上で、インバウンド向けのプロモーションにもつながるよう実施すること。

<提案を求める内容等>

- ・ 本ポップアップイベントの企画、開催場所の選定・確保、広告・広報等、実施スケジュールの作成、進捗管理など、ポップアップイベントの全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

## ②広報等

- ・ 本ポップアップイベントの実施を周知するとともに、話題性の創出や情報拡散を図るための効果的な広報等の計画を策定・実施すること。

<提案を求める内容等>

- ・ 本ポップアップイベントの実施に係る効果的な媒体・手法、実施方法・実施スケジュールなどの広報戦略・計画を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

## ③効果検証等

- ・ 本ポップアップイベントの効果検証を行うため、来場者へのアンケート等を行い、定量的（来場者数など）及び定性的（満足度や改善点など）な評価を把握すること。なお、具体的な調査項目・調査方法等については、企画提案の内容に基づき、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 調査結果について、受託者にて集計・分析を行った上で、今後の課題や施策改善に係るフィードバックを行うこと。

## 2 県内イベント企画・運営業務

### ①イベント全体の企画・運営

- ・ イベントの企画、会場の選定・確保、出店者の募集・調整・サポート、資材の制作、会場設営・装飾等、当日運営、実施スケジュールの作成、進捗管理など、本イベントを効果的かつ確実に実施するための全体計画を行うこと。また、全体計画を踏まえ、本県を含めた関係団体と連携の上、本イベント全体の運営を行うこと。
- ・ 同趣旨のイベントとして、本県主催により、令和5年度（令和6年2月10日及び11日）、令和6年度（令和7年2月23日及び24日）及び令和7年度（令和8年2月21日及び22日）に「埼玉いちご祭」を開催しており、本イベントは第4回目として開催するものであること。  
そのため、これまでの開催内容を踏まえつつ、話題性の創出や情報拡散を図るための仕掛けや効果的な集客を図るための取組を含めて実施すること。
- ・ 本イベントのタイトルについては、「埼玉いちご祭」を想定しているが、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。

- ・ 本イベントの実施時期については、概ね令和9年2月下旬（2日間）を想定しているが、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 本イベントの会場については、埼玉スタジアム2002 南広場を想定しており、本県側で埼玉スタジアム2002公園管理事務所と調整を進めている。当該施設以外の周辺会場の活用如何については、別途提案すること。なお、会場の取扱いについては、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 本イベントにおいては、埼玉県知事などを起用したセレモニーを開催すること。なお、県内部及び関係団体の関係者の出席等については、担当課により調整すること。また、契約締結後に、県側の調整により関係者の出席が決まった場合は、柔軟に対応すること。
- ・ 本イベントについては、出店者による物販のほか、オリジナル品種をはじめとした埼玉県産いちごへの愛着醸成や情報拡散を図るための関連企画を実施すること。
- ・ 本イベントについては、本業務の目的等を踏まえ、県内の観光農園や観光スポットなど県内への誘客促進につながるような内容を含めること。
- ・ 本イベントの出品物（メイン）については、埼玉県産いちご及び県内のいちご生産者・いちご関係事業者のプロモーションに繋げるよう、生果のいちご・いちごを使用した加工品などを想定していること。なお、出店者の取扱品目に埼玉県以外の機関が育成したいちご品種が含まれることは差し支えない。
- ・ 多数の来場を想定し、会場内・周辺の混雑に対応できるような導線、来場者のと列整理や販売数量の管理、販売形態などを設計し、適切に運用すること。
- ・ 全ての運営要員が円滑に業務遂行できるよう、運営マニュアルを作成し、適切に運用すること。  
 なお、運営スタッフ（と列の整理などの運営補助を想定）として、県職員を動員できる見込みであること（約20人余り）。この場合においては、県職員向けに事前及び当日の説明会を開催するなど、円滑な運営体制を確保すること。
- ・ セレモニーの出席者や会場スタッフなどイベント関係者・運営側を識別できるようにスタッフ証等を適宜用意すること。

<提案を求める内容等>

- ・ 本イベントの企画（物販、セレモニー・ステージイベント、関連企画など）、会場の選定・確保、出店者の募集・調整・サポート、資材の制作、会場設営・装飾等、当日運営、実施スケジュールの作成、進捗管理などイベントの全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

②出店者の募集・調整・サポート

- ・ 本イベントの開催内容等に応じて募集要項を作成し、出店者の募集や申込受付、管理を適切に実施すること。なお、県内のいちご生産者及び出荷組合については、担当課において、県の内部機関や関係機関、県内の生産者団体組織等を通じて、出店募集を案内する予定であること。
- ・ 出店料については、少なくとも県内のいちご生産者は無償とし、その他の取扱いは契約締結後に本県と協議の上で決定すること。

- ・ 出店に当たって必要となる出店者との連絡調整、開催規模等に応じた出店者・出店数の調整・選定、必要な行政機関への届出等の手続や保険契約など（出店者において手続等が必要な場合は、そのサポートを含む。）を適切かつ確実にを行うこと。
- ・ 出店者のキャッシュレス対応について、可能な範囲で必要なサポートを行うこと。
- ・ イベント開催に当たっては、事前に本イベントの概要や全体スケジュール、出店に係る準備事項、搬出入計画、当日の運営体制（販売方法や行列対策、待機列の管理などを含む。）、広報計画などについて、運営側と出店者側での意思統一を図るため、出店者向けの説明会を開催すること。

### ③会場設営・装飾等

- ・ 本イベントの開催に当たって必要な資機材などの調達や搬出入、出店者の搬出入（キッチンカーの対応含む。）に関する計画を作成し、適切に運用すること。
- ・ 本イベント開催期間中の来場者等の安全を確保するために必要な警備計画、火災などが発生した際の避難に関する計画を作成し、適切に運用すること。
- ・ 会場周辺及び会場内において、会場アクセス、会場レイアウト、タイムスケジュールを図示したパネル等の設置・資材配布など、効果的な案内や誘導、アナウンスを行うこと。なお、会場レイアウトなど当日のイベント情報については、紙のほか電子媒体でも閲覧できるようにすること。
- ・ 多数の来場者を想定し、会場内・周辺の混雑緩和及び安全性の確保に配慮した会場レイアウト及び動線計画（駐車場なども含む。）を設計すること。
- ・ 会場全体・出店ブース等の装飾については、統一感を図るとともに、オリジナル品種をはじめとした埼玉県産いちごの魅力を効果的に伝えるものとする。
- ・ セレモニーやステージイベントなどの実施に必要なステージを設置すること。なお、悪天候時（雨や雪など）にも可能な限り対応できるようにすること。

#### <提案を求める内容等>

- ・ 会場レイアウト・装飾等のイメージを提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

### ④広報等

- ・ 本イベントの効果的な集客を図るための広報等の計画を策定・実施すること。

#### <提案を求める内容等>

- ・ 本イベントの実施に係る効果的な媒体・手法、実施方法・実施スケジュールなどの広報戦略・計画を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

### ⑤効果検証等

- ・ 本イベントの効果検証を行うため、来場者・出店者へのアンケート等を行い、定量的（来場者数や販売金額など）及び定性的（満足度や改善点など）な評価を把握すること。なお、具体的な調査項目・調査方法等については、企画提案の内容に基づき、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 調査結果を分析し、今後の課題や施策改善に係るフィードバックを行うこと。

- ・ 本イベントの様子や全体像が分かるように、記録写真及び動画の撮影を行うこと。  
なお、本県が行う広報素材としても活用できるよう、著作権等の処理を行った上で提供すること。

#### 4 県内誘客・周遊促進施策企画・運營業務

- ・ いちごをフックとして、県内各地域への誘客や観光周遊を促し、観光消費の拡大や経済波及効果の創出を図るため、埼玉県内のいちご農園及び観光施設等への来訪・周遊を促進する施策（以下「誘客・周遊促進施策」という。）を企画・実施すること。
- ・ 本業務については、次の例のような内容を想定しているが、本業務の目的等を踏まえて、効果的な内容を提案すること。

例1) 埼玉県内のいちご農園と観光施設（それぞれ1箇所以上）を訪れると、抽選で景品が当たるキャンペーンの実施

例2) 埼玉県内のいちご農園を訪問し、その後に観光施設等を訪問した場合に、後に利用した観光施設等の割引（委託費などで負担）を実施

- ・ 本業務の実施に必要な経費（インセンティブ（景品など）や資材等の製作費、広告宣伝費など）は、全て委託費に含めること。なお、周遊対象となるエリア・規模感については、提案内容を踏まえ、契約締結後に本県と協議して決定すること。
- ・ 本業務の効果を検証するため、施策への参加状況等のデータを収集・分析すること。

##### <提案を求める内容等>

- ・ 誘客・周遊促進施策の実施内容、実施方法、実施スケジュールの作成、進捗管理など、本業務の全体計画・運営方針、運営体制を提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

#### 5 調査・分析業務

##### ア 目的

- ・ 本業務については、埼玉県産いちごの認知度向上等を図りつつ、本県への誘客促進につなげることにより、もって本県の観光振興に資するための事業として実施するものである。
- ・ そこで、本業務による効果を定量的に計測するため、主に首都圏の消費者を対象として、「本県への観光意欲度の変化」などを調査・分析すること。

##### イ 業務内容

- ・ 主に首都圏の消費者を対象範囲として、インターネット調査等により、当該事業の実施による「本県への観光意欲度の変化」のほか、埼玉県産いちごの認知度や消費者の評価・意識などを調査すること。なお、具体的な調査項目・調査方法等については、企画提案の内容に基づき、契約締結後に本県と協議の上で決定すること。
- ・ 調査に当たっては、十分なサンプル数を確保すること。
- ・ 調査結果について、受託者にて集計・分析を行った上で、今後の課題や施策改善に係るフィードバックを行うこと。

##### <提案を求める内容等>

- ・ 想定される調査項目・方法、実施スケジュールなどを提案するとともに、これらの内容に関する考え方・狙いを示すこと。

## 第7 成果物の納品

本業務の成果物は次のとおりとし、詳細は本県と協議の上で決定すること。

### (1) 成果物

- ・ 業務完了報告書
- ・ 本業務の実施計画や内容、成果、今後の課題等をまとめた報告資料
- ・ イベントの運営マニュアルや進行台本、記録写真・動画などの関係資料
- ・ アンケートやヒアリング、インターネット調査等に係る資料
- ・ 資材等のデザインデータ (ai、pdf、jpeg など)
- ・ 議事録
- ・ その他本業務において作成し、又は取得したもので本県が指示するもの

### (2) 納品方法・場所

本県が指定する方法（ファイル送受信システムなど）により、電子データ（文書は pdf のほか、ワード・エクセル・パワーポイントなど編集可能な状態）により担当課まで提出すること。

## 第8 その他共通事項

- ・ インターネットにおける情報発信については、埼玉県公式 WEB サイト「埼玉わっしょい！」(<https://www.pref.saitama.lg.jp/saitama-wassyoi/>) 内に WEB ページを作成可能であること。
- ・ ネット広告については、埼玉県公式 Instagram「埼玉わっしょい」(@saitama\_wassyoi) のアカウントを活用できること。
- ・ 本業務の開催内容等に応じて必要となる資格・認証・許可等の取得手続は、各種関係法令等を遵守し、受託者の責任において適切に行うこと。また、本業務に関連してけがや事故及び施設や備品の損傷等が発生した場合に備えたイベント保険への加入など、事業全体に係る補償対策を講ずること。なお、費用が発生する場合は、受託者の負担とする。
- ・ 本業務の実施について、本県でもパブリシティなどにより広報等を行うことを予定しているが、この場合にあっては必要な情報や素材作成を行うなど、本県と連携・協力を図ること。また、本業務以外の取組であって、本県が認める事業について、本業務の広報等の中で併せて周知できるよう可能な限り協力すること。
- ・ 本県において、関係団体等に対して、事業実施に係る申請や届出等を行う必要がある場合は、書類の作成などに必要な協力を行うこと。
- ・ 本業務の実施に起因して事故・トラブル等が発生した場合、適宜本県と情報共有等を行いつつ、受託者は誠意をもって、当該事故・トラブル等の解決に向けて必要な対応を行うこと。
- ・ 本業務の確実な実施に向け、綿密な打合せを行うこと。また、打合せ後は、本県の指示に基づき議事要旨を作成・提出すること。
- ・ 本業務に関わる責任者及び担当者は、本業務の趣旨や内容を十分に理解し、業務遂行に必要な知識と経験を有する者を配置すること。また、本業務の準備・実施に十分な

人員を確保・配置すること。

- ・ 本業務の実施に当たっては、来場者等の安全確保及びイベント会場内の環境美化に努めること。
- ・ 印刷用紙等については、埼玉県グリーン調達・環境配慮契約推進方針 (<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0501/green/g-houshin.html>) に適合するよう努めること。
- ・ 各種感染症の流行状況等を踏まえ、適切な対応を図ること。
- ・ 実施内容の詳細については、提案内容を基本にしつつ、本県の意向を踏まえ協議・調整を行った上で決定するものとする。また、本業務の遂行に当たって、契約書及び仕様書に定めのない事項や細部の業務内容、疑義が生じた場合等については、本県と協議の上で取扱いを決定することとする。

## 第9 成果物に関する権利の帰属等

- ・ 本件受託において、著作権、肖像権等の取扱いには十分注意すること。
- ・ 本業務の履行に伴い発生する成果物等に対する著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条に規定する権利を含む。）は、全て県に帰属する。また、受託者は、本業務の履行に伴い発生する成果物等に対する著作者人格権を行使しないものとする。
- ・ 本業務の履行に際して、映像、イラスト、写真等について第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生する著作権その他知的財産権に関する手続や使用料等の負担と責任は全て受託者が負うこと。
- ・ 受託者が保有している著作物、ノウハウ、技術等に関する権利については、受託者に留保されるものとするが、本業務の目的に必要な範囲内で、無償かつ非独占的な利用を許諾すること。
- ・ 受託者は、本業務で制作する著作物が第三者の著作権、プライバシー権、名誉権、パブリシティ権その他いかなる権利をも侵害しないことを保証すること。万一、著作物に関して、第三者から権利の主張、異議、苦情、対価の請求、損害賠償の請求等がなされた場合、受託者は自らの責任と費用負担においてこれを処理解決するものとし、本県に一切の迷惑損害を及ぼさないものとする。

## 第10 参考

- ・ 埼玉県産いちごの生産状況、オリジナル品種の品種特性等については、別添1「参考資料」を参照すること。  
また、オリジナル品種それぞれのブランドイメージを確立するため、昨年度にチラシ・ポスターデザイン（別添1参照）を制作しているため、積極的に活用すること（加工等も可）。
- ・ 各種制作に当たっては、別添2「素材集」のデータを提供可能であること。
- ・ 過去実施した事業の概要については、別添3～5を参照すること。

(別紙) 昨年度事業の反省点等

区 分	良かった点	反省点
1 都内・県内の百貨店・洋菓子店等 スイーツフェア企画・運営業務	<ul style="list-style-type: none"> <li>都内及び県内の約 70 店舗が参画し、LP や特集記事を通じて幅広い店舗等の情報を紹介できた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ほぼLP等での店舗・商品情報の掲載に留まり、県主催のスイーツフェアとしての一体感が薄く、話題性に乏しかった。また、参画事業者等においても、来店者の増加など事業効果の実感がなかった。</li> </ul>
2 都内ポップアップイベント企画・運営業務	<ul style="list-style-type: none"> <li>「べにたま」に特化したイベントでは、他のオリジナル品種との違いを明確にし、専門家等により同品種の魅力や特長を深く伝えることができた。</li> <li>都内カフェギャラリーとのコラボイベントでは、「あまりん」のコンセプトに合った上質な体験価値を提供できた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント参加者が少数とならざるを得ず、情報拡散の観点では課題があった。</li> <li>一店舗の企画としての印象が強く、県主催の取組としての意義が伝わりづらく、話題性に乏しかった。</li> </ul>
3 県内イベント企画・運営業務	<ul style="list-style-type: none"> <li>2日間の来場者数は、過去最大となる約4万7,000人を記録し、来場者満足度も9割を超えた。また、前回は上回る出店規模となるとともに、新規のいちご生産者の出店もあった。</li> <li>各種メディアでも数多く取り上げられており、イベントを通して、オリジナル品種の認知度向上等につながった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大規模イベントとして、オリジナル品種の認知向上等に寄与しているが、販売価格が高いとの意見も多数みられた。単なる物販イベントではなく、ブランド価値の維持・向上に繋がる活用を考える必要がある。</li> </ul>