

八代産品認知度向上・魅力発信業務委託基本仕様書

1 委託業務名 八代産品認知度向上・魅力発信業務委託

2 業務の目的

近年の TSMC 進出や八代港へのクルーズ船寄港の増加を受け、本市でもインバウンド需要への対応を強化する必要性が高まっている。そこで、インバウンド向けに八代産品の PR 及び販売促進を実施する。

また、市内においても、フードバレーやつしろの取組が十分に認知されていないため、本業務を通じ、市民の認知度向上や事業者の取組意欲の向上を図り、フードバレーやつしろの気運の醸成を図ることを目的とする。

3 委託期間 契約締結の日から令和8年3月19日(木)まで

4 業務内容

(1)食をテーマにしたイベントの実施【提案1】

■目的

- ・地域密着型のイベントについては、市民へのフードバレーの認知度向上のために実施する。
- ・九州国際スリーデーマーチでの物産展については、国内はもとより、海外からの来場者に、本市の食を PR するために実施する。
- ・クルーズ船寄港に合わせた物産展については、インバウンドへの八代産品の PR や海外のニーズ調査のため実施する。

■概要

A【ブース出展】

- ① 東陽しょうが祭へのブース出展(10月26日)
- ② みなと八代フェスティバルへのブース出展(10月26日)
- ③ せんちょうい草の里まつりへのブース出展(3月8日)

B【物産展の開催】

- ④ 九州国際スリーデーマーチでの物産展の実施(3月7日～8日)
 - ⑤ クルーズ船寄港に合わせた物産展開催や海外のニーズ調査の実施(8月～3月で2回～3回)
- ※クルーズ船寄港日程等を踏まえ市と協議の上、決定すること。
- ※他の自治体や関係機関と連携し事業を実施する場合がある。
- ※ブース出展料については、別添の【参考資料】を確認すること。

■実施業務

A【ブース出展】①～③

- ・既存イベントへのブース出展を実施すること。
- ・ブース出展は基本2テントとする。(実行委員会との協議により、1テントになる場合がある。)
- ・1テントは販売ブースとする。出展業者及び商品については、市と協議のうえ決定する。

- ・1テントはフードバレーやつしろの取組を PR するイベントを実施すること。(新商品の試食・アンケート調査、ノベルティ等配布によるフードバレーのPRなどを想定)
 なお、イベントの内容については、提案を踏まえ、市と協議のうえ決定する。
- ・出展事業者に対し、運営等に関する説明を行うこと。
- ・各実行委員会が規定するブース出展料を委託料から支払うこと。
- ・必要な備品や什器等は受託者で準備すること。
- ・運営責任者を定め、その者が会場に常駐すること。
- ・市の担当者との連絡調整を行うこと。

B【物産展の開催】④

- ・九州国際スリーデーマーチ会場内で食をテーマにした物産展を実施すること。
- ・広さは7テント程度とする。設置場所については実行委員会の指示に従うこと。
- ・物産展に必要なテント、椅子、長机については、委託料のなかから実行委員会へ実費を払うこととする。
- ・必要な備品や什器等は受託者で準備すること。
- ・スリーデーマーチの参加者だけでなく、市民も来場するような工夫をすること。
- ・出展事業者・団体を対象とした事前説明会を開催し、運営等に関する説明を行うこと。
- ・出展事業者については、委託者と協議のうえ、選定すること。
- ・運営責任者を定め、その者が会場に常駐すること。
- ・市の担当者との連絡調整を行うこと。
- ・各事業者の売り上げや客数の把握、イベントに関するアンケートを実施すること。

B【物産展の開催】⑤

- ・インバウンド向け(クルーズ船寄港時)に食をテーマにした物産展の開催や食に関するニーズ調査等を実施すること。(場所はお祭りでんでん館を想定)
- ・広さは基本2テントとする。設置場所については市の指示に従うこと。
- ・1テントは販売ブースとする。出展業者及び商品については、市と協議のうえ決定する。
- ・1テントは食に関する海外のニーズ調査を実施すること。(新商品の試食・アンケート調査などを想定)なお、イベントの内容については、提案を踏まえ、市と協議のうえ決定する。
- ・出展事業者に対し、運営等に関する説明を行うこと。
- ・物産展に必要なテント、椅子、長机などの準備にかかる費用は、委託料のなかから支払うこと。
- ・運営責任者を定め、その者が会場に常駐すること。
- ・市の担当者との連絡調整を行うこと。
- ・各事業者の売り上げや客数の把握、イベントに関するアンケートを実施すること。
- ・通訳の配置や外国人向けの表記を行うなど、工夫を凝らすこと。

(2)巡回型フェアの実施【提案2】

■目的

八代を代表する特産品である「晩白柚」と新たな特産品としての取り組み始めた「泉産抹茶」について、市内消費者はもとより、インバウンドや市外の観光客にも広く地域ブランドとして認知してもらうため、本フェアを実施する。

■概要

八代市内にて、泉産抹茶と晩白柚をテーマとしたフェアを企画し、その参加店舗を巡回させる仕組み(スタンプラリーなど)を作ること。

また、参加店舗にて商品を購入した消費者に対して、抽選で景品を送付し、フェアの宣伝効果を高めること。

■期間

令和 7 年 10 月～令和 8 年 2 月のうち、1 か月～2 か月程度を目安とする。

■実施業務

巡回型フェアの企画・運営

- ・泉産抹茶と晩白柚をテーマにしたフェアを実施すること。
- ・フェア開催にあたり、泉産抹茶を試作用のサンプルとして委託料で買上げ、参加店舗へ提供すること。なお、フェア期間中は参加店舗が必要数量を事業者より通常どおり購入すること。(価格は 1,000 円/100gを想定)
- ・フェア開催にあたり、晩白柚のペーストなどを試作用のサンプルとして委託料で買上げ、参加店舗へ提供すること。なお、フェア期間中は参加店舗が必要数量を事業者より通常どおり購入すること。
- ・フェア参加店は、八代市内の小売店や飲食店を想定。20店舗以上を目標とすること。
- ・フェアの詳細な内容については、提案を踏まえ、市と協議のうえ決定する。
- ・事業成果を把握するために、参加事業者や消費者等へのアンケートを実施すること。
- ・フェアへの参加店募集及び各店舗への説明、サンプル提供を行うこと。
- ・景品については、市内の農林水産物や加工品の詰合わせを想定しており、委託料から支払うこと。(景品は10万円以上を想定)
- ・消費者が応募する際に、参加店舗に極力負担がかからない仕組みにすること。
- ・応募については、消費者が WEB 上で簡単に行うことができるようにすること。また、郵送での受付も行うこと。

(3)マスメディア・SNS 等を活用した PR 戦略【提案3】

■目的

食をテーマにしたイベントについては、それぞれのイベントのターゲットに合わせた PR 手法を用いて、来場及び購入意欲を高めるために実施する。

本 PR 戦略については、フェアの周知はもとより、SNS で景品やフェア参加店の商品を PR することで、いわゆるバズリ効果を狙うことを目的とする。

■概要

- ・食をテーマにしたイベント、巡回型フェアについて、効果的な PR を実施すること。
- ・広告媒体、手段等について提案すること。
- ・広告の掲載内容やデザイン等については、市と調整すること。
- ・SNS を効果的に使用すること。

- ・インバウンド向けの提案と市民(国内)向けの提案を分かりやすく記載すること。
- ・九州国際スリーデーマーチの物産展については、参加者だけでなく、市民も来場してもらえるような周知を行うこと。
- ・クルーズ船乗客向けの周知を行うこと。
- ・巡回型フェアについては、参加店舗が分かるような地図の作成やのぼり旗の設置を行うこと。

(4)事業計画及びスケジュール【提案4】

- ・履行期間中の詳細な事業計画及びスケジュールを提出すること。

(5)追加提案【提案5】

- ・本事業をより効果的なものとするため、独自の取組を提案、実施すること。

(6)その他

- ・業務実施に係る経費については、受託者が負担すること。
- ・提案した内容については、受託者が責任をもって確実に遂行すること。

5 事業完了報告

本事業完了後、3月19日(木)までに、以下について電子データ及び紙媒体で3部提出すること。

- (1)事業実施状況について、写真やグラフなどを用いてまとめた報告書を提出すること。なお、報告書は市による編集を認めるものとし、編集可能なデータ形式にて提出すること。
- (2)実施した宣伝広告やチラシ等の配布実績をまとめたものを提出すること。

6 責任者の指定

- (1)本事業の実施にあたり、管理責任者を指定し、市に報告すること。
- (2)管理責任者は、市との連絡、打合せ等を行い、本委託事業の管理・監督・指導を行うこと。

7 その他

- (1)受託者は、本業務において知り得た事項を第三者に漏らしてはならない。
- (2)本業務に必要な資料等の収集は、受託者が行うものとする。
- (3)本仕様書ならびに委託契約書に定めのない事柄については、市と受託者とが協議のうえ定めるものとする。

8 契約方法

総額契約とする。契約締結における消費税率等は10%とし、1円未満の端数は切り捨てとする。

9 支払い方法

業務終了後一括払いとする。