令和7年度（2025年度）くまもと地産地消推進業務 基本仕様書

1 業務名

令和7年度（2025年度）くまもと地産地消推進業務

2 目的

県は、「くまもと地産地消推進県民条例」を制定し、県民への意識啓発や消費行動の促進など地産地消を推進している。

このような中、県民アンケートによると、本県における地産地消の県民の意識については、「地産地消に関心がある」との回答が90.7%であったものの、「購入するものは県産品にこだわらない」との回答が約45.1%と地産地消への関心と購買行動に乖離がみられ、特に若年層の地産地消への関心が低い傾向にある。

そこで、若い世代も含めて情報発信するため、県HP「くまもとのアグリ&フード」及びSNS「KUMA RICH」を活用し、県産品や生産者の取組、SDGsなど地産地消の意義や情報を発信することで、県民の意識啓発を図る。

加えて、消費行動につながる県産品の購入や飲食できる地産地消協力店（以下、協力店）※1を対象としたアンケートでは、過半数の店舗が県産品の取扱いを増やしたいと回答している一方で、約2割の店舗が「生産者や産地の情報が少ない」ことを県産品を仕入れる際の問題点であると回答している。

このため、協力店等と生産者のマッチング機会を提供することで、協力店等の積極的な地元食材の活用促進を図る。

以上、県民への意識啓発と消費行動に繋がる協力店等へ県産品のマッチング商談会等を行うことで、多くの県民に地産地消行動を喚起する。

なお、本業務の主な目標及びテーマとして、以下のとおり設定する。

・意識啓発

【目標】 県HP「くまもとのアグリ&フード」内「地産地消サイト」の年間閲覧数 60,000PV

(参考) R6年度51,733PV

・協力店への商談会等による県産品の情報提供

【目標】 協力店の県産品商談25件以上、成約7件以上、新規商品開発2点以上

※1 地産地消協力店とは

「くまもと地産地消推進県民条例」における地産地消の趣旨に賛同し、県産品を販売する小売店や食材として使用し消費者に提供する飲食店を「熊本県地産地消協力店」に指定。

地産地消協力店数：449店（飲食店176店舗、販売店273店舗）令和7年3月現在。

詳細は「くまもとのアグリ&フード」でご確認ください。

3 業務

受託者は、次に係る一切を業務範囲とし、実施に向けた広報、関係各所との連絡調整、費用の支払い、関係者との権利関係の調整等全体の運営を一括して行うものとする。

4 業務の内容

(1) 県HP「くまもとのアグリ&フード」及び県公式SNS「KUMA RICH」等による情報発信

ア 全般

- ・ 地産地消の意義や良さ、県産品の旬などを盛り込み、消費者の県産品に対する意識向上や行動変容を促す内容とすること。
- ・ 取材先候補の選定を行うこと。
- ・ 取材交渉を行うこと。
- ・ 発信する情報の取材先は、県と協議のうえ決定すること。
- ・ 記事に使用する素材の著作権や写真の肖像権に関して関係者との調整を行うこと。

イ 県HP「くまもとのアグリ&フード」関連

- ・ 県HP「くまもとのアグリ&フード」（以下「県HP」という）を中心に県公式SNS等「KUMA RICH」（以下「公式SNS等」という）と連携・連動した広報展開を実施すること。
- ・ 県HPに掲載する記事の取材及び原稿作成を行うこと。
- ・ 記事は、スマートフォンでの閲覧を想定した画像数や文字数とする。
- ・ 長期休暇やイベント前など、県民の行動を促進できるタイミングで情報を発信できるよう、年間発信スケジュールを提示すること。
- ・ 県HPへの投稿作業は受託者が行い、投稿頻度は月1回以上とする。

ウ 県内の情報を発信する民間サイトとの連携

- ・ 月の閲覧数が100万件以上の熊本県の民間サイト等で、月に2回以上配信を行うこと。
- ・ 県HPと連動した内容とするため、共通のテーマで記事を作成し、配信すること。
- ・ 配信する記事内で、公式SNS等への登録や県HPへの誘導を図ること。
- ・ タブの作成など、県民が地産地消の記事を認識しやすい表示とすること。
- ・ 本業務で作成した記事への誘導を図ること。
- ・ 多くの県民に情報が届くような配信方法を行うこと。

エ 公式SNS等（「KUMA RICH」）関連

- ・ 公式SNS等の日常的な管理・運用は受託者が行うこと。なお、公式SNSの主な用途は次のとおり想定している。

【LINE】【Instagram】【Facebook】【X】

○地産地消に関する情報発信

(県HP・熊本県に関するサイト更新等のお知らせ、地産地消関連イベントの情報等)

- ・ 委託期間におけるSNS毎の「活用法」及び記事の「総投稿数」や「投稿頻度」の目標や目安を具体的に提案書に明記すること。
- ・ その他、リッチメニュー等 LINE の操作性が向上するような機能があれば追加提案すること。

オ 地産地消広報・PR 資材の作成について

- ・ 県HPの地産地消サイトや公式SNS等に誘導するQRコード付きの店舗掲示用資材（スイングポップ、リーフレットなど）を作成し、地産地消協力店等に加え、これまでに県HPの記事で取り上げた店舗や生産者へ配布し、売り場への掲示を促すこと。
- ・ 資材の作成数量は指定しないが、効果的な資材・送付枚数を受託者が提案すること。
- ・ その他、消費者に対し熊本県産農林水産物の魅力や地産地消の意義を発信するのに有効な資材や配布先があれば提案すること。

(2) 協力店等へ向けた商談会等の生産者や県産品等の情報発信

ア 全般

- ・ 協力店等に県産品の情報を発信し、積極的な県産品活用を促すため、以下、イ～オを実施すること。
- ・ 会場や時期（期間）、方法等も含めて協力店等へ県産品の情報が効果的に発信できる内容を具体的に提案すること。
- ・ 会場や時期、参加者の募集方法、参加者等の内容については県と協議のうえ決定すること。
- ・ 県産品を使用したメニューなど、具体的な活用方法を開発すること。
- ・ イ～エについては、参加者にアンケートを実施し、今後の地産地消の推進の取組みがブラッシュアップできるようにすること。

イ マッチング商談会

- ・ 県産品の継続的な取扱いの検討が可能な協力店等と生産者、農業団体者等（以下、生産者等）とのマッチング商談会を実施すること。
- ・ 会場の手配を行うこと。生産者等の荷物の搬入が想定されるため、近隣に駐車場がある会場を選定する等の配慮を行うこと。
- ・ 参加者の募集・選定・通知等を行うこと。
- ・ 商談がスムーズに進むよう、進行を行うとともに、生産者等に対して県産品 PR のためのシート等を準備するなどの支援を行うこと。
- ・ マッチング商談会は1回以上実施すること。
- ・ 商談会は、1回あたり協力店・生産者等それぞれ15事業者程度が参加する規模とすること。
- ・ 商談会では、フードコンサルタントや料理家、野菜ソムリエ等による県産品の活用提案等、協力店等の県産品に対する理解を深める取組を併せて実施すること。
- ・ 生産者等に対して協力店等からの意見などをフィードバックすること。

ウ 現地視察

- ・ 上記で商談数の多かった生産者等2件程度の生産地を協力店等が訪問する現地視察を実施すること。
- ・ 現地視察の生産者との交渉を行うこと。
- ・ 協力店等の県産品に対する理解を深め、試作やメニュー開発に繋がるよう、県産品のサンプル等を準備すること。
- ・ 参加者は現地集合とするため、現地と駐車場が近い等を考慮した企画とすること。
- ・ 参加者の保険加入の手続きを行うこと。

エ 協力店と生産者等の情報共有会

- ・ 協力店や生産者等の今後の取引にもつながるよう、マッチング商談会や現地視察で取り扱った県産品の生産や活用方法、試作メニュー等について共有する情報共有会を1回以上実施すること。
- ・ 参加者への通知を行うこと。
- ・ 会場の手配や進行を行うこと。
- ・ 試作メニュー作成に係る県産品等のサンプルを準備すること。

オ 情報発信について

- ・ イ～エについて取材し、4業務の内容の記事の内容の1つとして発信すること。
- ・ 使用した県産品の生産ストーリーや魅力、試作されたメニューに対する協力店の思いや工夫など地産地消の良さが県民に十分伝わるよう工夫すること。

(3) 効果測定

ア 県HP、SNS等での情報発信について

- ・ 本委託事業の実績（効果）について、業務目的の達成度を効果測定すること。
- ・ 効果測定のための指標及び効果の分析方法を提案すること。
- ・ 中間分析を9月上旬に行うこと。
- ・ 事業期間を通じた分析を業務完了時に行うこと。

イ 協力店等へ向けた商談会等の生産者や県産品等の情報発信

- ・ 本委託事業の実績（効果）について、業務目的の達成度をアンケート等により効果測定すること。
- ・ 効果測定のための指標及び効果の分析方法を提案すること。
- ・ アンケート等の結果は、4（2）ア～エの各イベント終了後速やかに報告すること。
- ・ 業務完了時には全体の効果測定結果を報告すること。

5 業務執行体制

正副2人を担当者とする。なお、担当者は、業務内容や進捗状況について、県担当者と密に協議を行うこととする。

6 委託期間

契約締結の日から令和8年（2026年）3月19日（木）まで

7 成果品

- ・ 業務完了報告書（報告書の内容は委託者と協議し、紙及び電子媒体により提出すること）
- ・ 本業務で作成した成果品一式（広報物資及びそのデザインデータ（PDF、JPEG等）、キャッチコピー・ロゴの電子媒体（PDF、JPEG等）、その他の資料・画像・動画データ等）
- ・ その他委託者が業務の履行確認に必要と認めるもの

8 特記事項

- ・ 契約後、速やかに県に事業計画を提出し、十分に協議のうえ業務を遂行すること。
- ・ 実施スケジュールは、県と随時擦り合わせながら管理を行うとともに、月に1回以上を目安に業務の進捗状況を委託者に報告すること。
- ・ 本業務で制作した物品、デザイン、画像、映像等に関する著作権は熊本県に帰属するものとする。また、それらを期間の制限なく無償で二次利用ができるよう権利関係の調整を行うこと。
- ・ 本基本仕様書に定める内容に疑義が生じたとき及び定めのない事項については、委託者と協議の上、定めることとする。ただし、定めがない事項であっても、社会通念上当然必要と思われるものについては、本業務に含まれるものとする。
- ・ 受託者は、個人情報保護法を遵守し、個人情報漏れることがないようにすること。
- ・ この業務に係る経費を明らかにするため、他の経理と明確に区分して、会計帳簿及び証拠書類を整備するものとし、本委託業務が終了した日の属する会計年度の終了後5年間、これを保存しなければならない。
- ・ 委託期間中及び期間の終了後において、委託者が必要と認める場合は、受託者に対しこの業務に関して必要な報告を求め、又はその職員が日時・方法等を協議の上、受託者の事務所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させることができる。受託者は、本仕様書の疑義、変更及び本仕様書に定めのない事項が生じた場合、または著しく変更があった場合は、県に確認を行い、両者協議の上、すること。
- ・ 成果品の著作権は熊本県に帰属する。
- ・ 資料・資材の作成等については、県と協議のうえ作成すること。