令和７(2025)年度とちぎブランドspirit調査業務仕様書

１　件名

令和７(2025)年度とちぎブランドspirit調査業務

２　委託期間

契約締結の日から令和７(2025)年３月13日まで

３　事業の目的

本県は、いちごが56年連続生産量日本一となっているほか、二条大麦や生乳が生産量全国２位、日本なしは３位など、生産量の全国上位を占める農産物が数多くあり、食に関するポテンシャルは高い。しかしながら、栃木県産を理由に積極的に購入されている状況には至っておらず、県産食材・県産品のブランドの認知度が他県競合と比較して高いとはいえない状況にある。

そこで、デジタルマーケティングの視点からデータに基づき食に求められるニーズ等を把握し、栃木県の食のブランド化に資する調査・分析を行い、消費者に訴求するためのキャッチコピー及びストーリー等のクリエイティブを制作する上での土台となる要素を明確にする。

４　事業実施にあたっての与件

1. 調査対象

　　栃木県の農産物全般を購入する消費者の行動等

1. 調査の観点

以下の①～③の３つの観点で調査を行うこととする。

1. 消費者理解に関する調査（ターゲット分析）

　ブランド戦略の基盤となる「消費者理解」の可視化をすること。

〇ペルソナの設計に資する調査

　　　栃木県の農産物に関心がある適切なペルソナを調査すること

　〇ターゲット層の趣味嗜好に関する調査

食に関する関心（地産地消、オーガニック、健康志向、グルメ志向など）を調査すること

　〇消費者の価値観・感情に響く要素の調査

　　・「物語性」に共感する要素（生産者の想い、地域の歴史、伝統、環境保全など）及びブランドに求めるイメージ（安心・安全・高級感・親しみやすさなど）の調査

購買の決め手となるイメージを明確にすること

・購買行動・情報収集の傾向の調査

食の情報を得ているメディア、チャネルの傾向を調査すること

　　・効果的な訴求要素の調査

どのような言葉やビジュアルがターゲット層の購買意欲を喚起するか明確にした上で、訴求するためのキャッチコピー及びストーリー等のクリエイティブを制作する上での土台となる要素を提案すること

1. 地域資源に関する調査（ブランド素材の発掘）

栃木県の農産物や自然環境、生産者のストーリーなど、ブランドの核となる「物語性」や「独自性」等の要素を体系的に収集・整理すること。また、ブランド素材の発掘においては、県産農産物全体のイメージを必須とし、３品目以上提案すること。

〇栃木県農産物の認知度・イメージの調査

・強みとなる栃木の食を明らかにすること

〇農産物を生み出す栃木の自然のイメージの調査

〇栃木県の生産者の背景（ストーリー）の調査

・県内の農家・生産者のこだわり、苦労、地域とのつながりや歴史など、ターゲット分析を踏まえて、消費者に訴求するための生産者の背景を調査すること

1. 訴求方法に関する調査（ブランド発信戦略）

　効果的なブランド発信手法の要素となるものを明確にすること。

〇効果的なストーリーテリングの手法の調査

ターゲットに栃木県産農産物を効果的に訴求できるキャッチコピー及びストーリーを制作する上で基礎となる調査を行うこと

〇SNS・デジタルマーケティングの活用状況の調査

・栃木県産品のSNSでの反応・拡散力を調査すること

・食に関するデジタル上での発信状況を調査すること

・インフルエンサーや地域アンバサダーの活用状況を調査すること

1. その他、目的達成に向けて必要な調査があれば、県との協議の上、実施するものとする。

５　委託内容

(1)実施計画の策定・運用

以下(2)～(3)に係る業務を行うにあたり、「とちぎブランドspirit事業計画書(案)」として具体的な内容や手法をとりまとめ、任意の様式で提出すること。また、提出後委託者へ対面で説明し、委託者の承認を得た上で(2)～(3)の業務に取り組むこと。

(2)データ収集及び調査・分析業務

調査市場毎に４(2)を導き出すためのエビデンスとなるデータを収集し、総合的に分析することを目的とした調査を行うこと。

また、「専門統計調査士」の資格や、「広報プロモーションに関する業務経験」を有している者が業務にあたること。

ア　データ収集及び調査業務

本業務の遂行にあたり必要となるデータは、各種統計資料 （農林水産省統計情報等）や調査文献等の既存資料、SNSデータ等の収集・分析のほか、必要に応じて県内の生産者へのインタビュー等調査・収集すること。

SNSデータの収集・分析にあたっては以下の要件を満たす分析ツールを用いるものとし、定量・定性・時系列で分析を行うこと。

・対象言語：日本語

・データ期間：過去２～３年間（2023～2025）程度

・データソース：X、インスタグラム、ブログ、掲示板、YouTubeコメント、tiktok、bluesky

また、県内の生産者へのインタビューを実施する場合には、内容について県との協議の上、決定すること

イ　データ分析業務

本県の農産物の訴求に有効なターゲットクラスタの分類・作成を含む調査分析方法により、５(2)アの調査結果に基づき、エビデンスとなるデータを明確にした上でデジタルマーケティングの視点から分析・考察を行うこと。

(3)レポート作成業務

５(2)イの分析結果を基に、４(2)を中心とした事項についてレポートにまとめて報告を行うこと。なお、可能な限り具体的な事例への落とし込みを行い、直感的に理解し施策検討のガイドラインとして活用しやすいよう図等を使用した内容とすること。

６　実施スケジュール（予定）

・契約締結日～１月 データ収集及び調査、分析業務

・１月下旬　　　 分析結果報告書中間報告

・２月中旬　　　　　　レポート中間報告

・３月13日（金）　　　レポート、分析結果報告書及び事業報告書提出

７　留意事項

* 本事業の実施に当たっては、関係法令を順守し、委託者と協議を重ねながら、適正に履行すること。
* 各業務上で必要となるデータ収集に係る調整や許諾等は、全て受託者の責任において行うこと。
* 本仕様書により制作された成果物の一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、完了検査をもって全て委託者に移転すること。
* 受託者は、委託者が認めた場合を除き、成果物に係る著作者人格権を行使できないものとする。
* 成果物については、第三者の知的財産権等を侵害していないことを保証すること。
* 第三者が有する知的財産権等の侵害の申立を受けたときには、受託者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。
* 委託者は、必要に応じ、受託者に対して委託事業の処理状況について調査し、報告を求めることができる。
* 本事業に係る調整、調査、データ購入費、分析、報告等の一切の経費は、全て当初委託金額に含むこと。
* 見積書や請求書において、データ収集、購入、分析等の項目を別立てで計上し、積算すること。
* 業務の詳細について委託者と協議の上決定し、進捗状況を綿密に委託者に報告すること。
* 栃木県から提供する調査結果等については、公開されているものを除き、本事業のみ利用できることとし、二次利用や他への提供は一切禁止するものとする。

８　成果物

(1) 提出物

・調査報告書：４(2)調査の観点に基づく分析結果、および考察をまとめた報告書（電子データ・製本版）

　※５(2)で実施した各種分析の結果を集約したもの。

※調査報告書には、調査結果に基づいた、栃木県農産物ブランド化に向けて効果的な発信手法とブランドの根幹となるストーリーを構成する要素を盛り込んだものとする。

※電子データはUSBメモリに記録し提出すること。

・実施した調査のローデータ（電子データ）

※電子データはcsv形式もしくはexcel形式とし、USBメモリに記録し提出すること。

・ペルソナシート：ターゲットとなるペルソナを複数設定し、そのプロフィールをまとめたシート（電子データ・製本版）

※電子データはUSBメモリに記録し提出すること。

(2) 提出場所

栃木県総合政策部デジタル戦略課

(3) 提出期限

令和８(2026)年３月13日

９　総括責任者

受託者は、本事業の実施に当たり、十分な経験を有するものを総括責任者として定めなければならない。（原則として変更できない。）

10　その他

・本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じたときは委託者と受託者が協議の上で定めることとする。

・上記に関わらず、明示のない事項にあっても、社会通念上当然必要と思われるものについては本事業に含まれるものとする。