

令和 8 年度新潟米プロモーション業務委託仕様書

1 業務の目的

県の実施した調査では、「いろいろなお米を試したい」という消費者ニーズが増加しており、購入するブランド米は決めておらず、その都度選ぶ割合も高まっている状況が伺えた。一方で、必ずしも新潟米でなくても良いと考える割合も高まっていた。

こうした中、今後の米消費の中心となる若い世代を中心に、将来にわたる新潟米の需要・ユーザーの確保につなげるため、新潟米のイメージアップを図り、ブランドを維持・強化する必要がある。

このため、トップブランドの双壁であるコシヒカリ及び新之助をはじめ、新潟米が有する多様な銘柄のラインナップの魅力を発信するとともに、令和 8 年から一般栽培が始まる水稻極早生新品種を PR することで、新潟米には様々な用途やニーズにマッチした多様な銘柄があるとともに、数あるブランドの中でも「新潟米を選べば間違いない」ことを消費者に認知してもらうことを目的とする。

2 委託期間

契約締結日から令和 9 年 3 月 12 日（金）まで

3 委託業務の内容

(1) 目的達成に向けた取組の企画・実施

本仕様書を踏まえ業務の実実施計画を策定し、実施すること。なお、実施内容については、県と協議の上、最終決定するものとする。

(2) 進行管理

実施計画に沿って、実施に係る手配一式、必要な関係者との各種連絡調整を行い、進捗状況は、新潟県農林水産部食品・流通課に定期的に報告を行うものとする。

(3) 事業効果測定・検証

プロモーション活動等の施策効果を検証するため、活動実施後に効果測定調査を行い、その結果を報告すること。

また、測定結果の検証により、次年度の施策方向を県と協議して作成し、報告すること。

4 実施内容

新潟米のイメージアップを図り、ブランドの維持・強化を図るため、以下の事項を踏まえプロモーションを実施すること。

(1) プロモーション内容

ア コシヒカリや新之助をはじめとする新潟米の多様な銘柄の魅力発信

【ターゲット：首都圏、関西圏及び中京圏に居住し、自ら米を購入する 20～30 代の方】

- ・新米の流通が始まる 9 月から翌年の 1 月にかけて、SNS 等のデジタルメディアを活用して、新潟県が有する多様な銘柄の魅力等を発信し、消費者の興味を喚起するとともに、実際の購買につながるプロモーションを切れ目なく行うこと。
- ・プロモーションの実施に当たっては、令和 7 年度に制作したキービジュアル、動画及び新潟米図鑑を活用すること。
- ・令和 7 年度に制作したキービジュアルに準じて、水稻極早生新品種（詳細はウに記載）のキービジュアル及び動画（15 秒を想定）を制作し、活用すること。キービジュアルは、新潟県を出願者として商標登録に係る手続きを行うこと。
- ・上記に加え、新たなプロモーション素材を制作することは妨げない。
- ・話題性が高く、メディア露出の獲得が期待できる内容とすること。

<参考（県ホームページ）>

- ・キービジュアル

<https://www.pref.niigata.lg.jp/site/syokuhin/0774585.html>

- ・新潟米動画

<https://www.pref.niigata.lg.jp/site/syokuhin/0786645.html>

- ・新潟米図鑑

<https://www.pref.niigata.lg.jp/site/syokuhin/niigatamai-zukan.html>

イ コシヒカリ・新之助の喫食機会を創出するイベント・店舗タイアップの開催

【ターゲット：首都圏、関西圏及び中京圏に居住し、自ら米を購入する 20～30 代の方】

- ・新潟米の購入促進や消費拡大につなげるため、アのプロモーションと連動し、喫食機会を創出するイベント・店舗タイアップを実施すること。
- ・店舗タイアップに当たっては、新潟県外で新潟県産農林水産物を取り扱うとともに、その魅力発信に積極的に取り組む店舗として県が認定している「にいがた食のパートナーショップ」と連携した企画を盛り込むこと。
- ・なお、上記パートナーショップとの連携のほか、新たな店舗との繋がりを創ることも重要であることから、新潟米の取扱実績のない店舗と連携する企画を提案し、今後の新潟米の使用が期待できる企画の提案も妨げないものであること。
- ・生産者と消費者が直接つながる企画を盛り込むこと。企画に参画いただく生産者は、受託決定後に県と協議の上で決定すること。
- ・話題性が高く、メディア露出の獲得が期待できる内容とすること。
- ・イベント実施に必要な米は、委託料の中から確保すること。

<参考（にいがた食のパートナーショップホームページ）>

<https://niigata-restaurant.com/>

ウ 水稻極早生新品種の早期市場獲得に向けたPR

<水稻極早生新品種の概要>

- ・8月中に収穫ができ、食味が良く、夏季の異常高温でも高い整粒歩合を確保できることが特長

【ターゲット：①新潟県民、②観光や商用で本県を訪れる20～30代の首都圏在住者】

- ・令和8年度から一般栽培を開始する水稻極早生新品種が流通する8月下旬から9月上旬にかけて、品種の認知獲得に向けたプロモーションを実施すること。
- ・品種の推奨デザイン（キャッチコピーも含め3～4月頃発表予定）を活用した動画（15秒を想定）を制作し、活用すること。
- ・プロモーションと連動し、ターゲット層の関心を的確に捉えた喫食機会を提供するイベントを新潟県内で実施すること。
- ・銘柄の食味、食感、粒の特長、他の銘柄との違いなどの情報を、新潟米図鑑を参考に発信すること。
- ・話題性が高く、メディア露出の獲得が期待できる内容とすること。
- ・イベント実施に必要な米は、委託料の中から確保すること。

エ PR用の米確保及びノベルティの制作等

- ・県が独自に実施するPRで使用するための米（イ及びウで使用する米を除く）の確保及びノベルティの制作を行うこと。
- ・米は令和8年産のコシヒカリを500kg程度、新之助を750kg程度及び水稻極早生新品種を200kg程度、それぞれ玄米で確保すること。見積には玄米価格に加え、搗精（精米）、包装及び配送に係る費用を含めること。
- ・ノベルティは、令和7年度及び本業務で制作したキービジュアルを使用して3種類以上制作し、総数1,000個程度を県へ納品すること。
- ・なお、詳細は受託決定後に県と協議の上で決定すること。

オ 消費者の意識・行動等に関する調査

- ・ア～ウで実施するプロモーション活動等の施策効果の測定調査と併せ、米の選択や購買に関する消費者の意識や行動等に関する調査を実施すること。
- ・なお、詳細は受託決定後に県と協議の上で決定すること。

(2) 想定する実施スケジュール

別添「県が想定する新潟米プロモーションスケジュール」のとおり

(3) 新たなプロモーション素材制作に当たっての留意点

- ・(1) で実施するプロモーションにおいて、新たなデザインや動画等のプロモーション素材を制作するに当たっては、令和9年度以降も県が継続して使用できるよう、肖像権等の権利関係の許諾や追加費用が発生しないものを制作し、制作物の著作権及び複製権を県に帰属させること。
- ・動画は、Windows で動画ファイルとして取り扱うことができる形式 (mp4、WMV 等) とすること。

5 成果報告書

実施内容、効果検証の結果を取りまとめた報告書を提出すること。

【提出期限：令和9年3月12日（金）】

6 その他

本仕様書に定めのない事項については、新潟県農林水産部食品・流通課と協議の上、決定する。