

令和 8 年度「うまいに、まっすぐ。新潟県」ブランドイメージ構築事業
「ル レクチエ P R 業務委託」仕様書

令和 8 年 9 月 17 日
新潟県農林水産部食品・流通課

1 目的

県推進ブランド品目である「ル レクチエ」のブランド化を推進するため、首都圏在住者及び来県する観光客等に対し、その魅力を効果的に発信し、「新潟が誇る冬の最高級果実」としてのイメージ形成及び認知度向上を図り、喫食・購入を促進するとともに、将来的な需要創出につなげる。

2 委託期間

契約締結日から令和 9 年 2 月 28 日までとする。

3 委託上限額

5,700,000 円（消費税及び地方消費税を含む。）

委託業務の実施に必要な費用を全て含むものとし、次のとおり配分すること。

- (1) 首都圏在住者等への P R（4 の（1）） 3,700,000 円を上限とする。
- (2) 観光客等への P R（4 の（2）） 2,000,000 円を上限とする。

なお、4 の（3）及び（4）に係る経費は、関連する 4 の（1）又は（2）の取組の経費として計上すること。

4 業務の内容

首都圏在住者等への P R 及び観光客等への P R を一体的に実施するものとする。以下に示す事項は、本業務で重視する方向性及び必要な要素を示すものであり、具体的な実施手法、実施場所、規模、組合せ等については、事業目的、ターゲット及び予算を踏まえ、受託者の知見を生かして提案すること。

- (1) 首都圏在住者等への P R

ア ターゲット

20～50 代の女性を中心に、東京都、神奈川県、埼玉県及び千葉県の一都三県に在住し、価格だけではなく、おいしさや品質、特別感などの価値を重視する消費者層を想定すること。

イ P R の方向性

次の事項を踏まえ、ル レクチエの認知、喫食及び購入につながる企画を提案すること。

（ア）ル レクチエの魅力を体感できるフェア等の取組

日本橋、銀座等の東京都心部における百貨店、商業施設等、ターゲット層との接点や高級ギフト需要が見込まれる場所において、「冬の最高級果実」としてのル レクチエの魅力を体感できるフェア等の取組を実施すること。

内容は、生果、スイーツ等を効果的に組み合わせ、下記（イ）の提供店との連携等も含め、ル レクチエの多様な魅力を体感できるものとし、香り、食感、追熟による食べ

頃、希少性等、他の西洋なしとの違いやル レクチエならではの価値が伝わるよう工夫すること。こうした取組を通じて、贈答用としての魅力を訴求し、購入意向を高めるとともに、実際の購入につながる導線を設けること。

また、本業務の取組を通じて、首都圏の流通・小売関係者、報道関係者等にもル レクチエの魅力を広く伝え、パブリシティの獲得を図るとともに、流通・小売関係者の今後の取扱い拡大につながる契機とすること。

さらに、関西圏等、首都圏以外の大都市圏における展開は必須としないが、上記 3 の (1) の予算の範囲内で効果的かつ実現可能な場合は、首都圏における取組と併せて提案することができる。

(イ) 首都圏飲食店等と連携したメニュー提供

首都圏の飲食店、カフェ、スイーツ店等と連携し、ル レクチエを使用したメニューの提供により喫食機会を創出すること。

連携先については、ターゲット層との親和性や情報発信力等を踏まえ、3 事業者以上との連携を目安に、予算の範囲内で効果的な店舗数及び店舗構成を提案すること。

また、上記 (ア) の取組との連動も含め、相乗効果が期待できる効果的な連携方法を提案すること。

(2) 観光客等への P R

ア ターゲット

20～50 代の女性を中心とした、首都圏在住者をメインターゲットとしつつ、他の都道府県から来県する観光客、出張客及び帰省客を想定すること。

イ P R の方向性

次の事項を踏まえ、来県前から県内での喫食、購入までの一連の行動につながる企画を提案すること。

(ア) 来県前・来県中における情報発信及び県内提供店への誘導

来県前及び来県中の観光客等に対し、ル レクチエの旬や魅力、主要な観光・交通拠点周辺をはじめ県内で喫食できる場所等の情報を効果的に発信し、県内のカフェ、飲食店、スイーツ店等への誘導につなげること。

その際、情報発信に用いる媒体・手法はターゲットとの親和性や到達性を踏まえて選定し、ル レクチエの高級感・特別感が伝わる内容とするとともに、喫食をきっかけとして生果、菓子等のギフト・土産の購入につながる導線を提案すること。

なお、県が別事業により県公式 SNS で実施する予定の「ル レクチエ 写真投稿キャンペーン」との連動を考慮した企画とすること。

【参考】県公式 SNS における「新潟産えだまめ」の写真投稿キャンペーン（令和 8 年度）

・ [X]

<https://x.com/niigatabrand/status/2072149191779037491?s=20>

・ [Instagram]

https://www.instagram.com/p/DaPl1EqEnlv/?utm_source=ig_web_copy_link&stkn=MzRlODBiNWFlZA==

(イ) 関連商品の展開による継続的な品目露出

生果の販売期間に限らず観光客等との接点を確保するため、菓子、加工品、雑貨等の関連商品を活用し、駅等の交通拠点や商業施設など、観光客等の利用が多い場所の中か

ら効果的な場所を選定し、販売解禁前や生果の販売終了後を含め、ルレクチエの露出及び接点が継続する取組を提案すること。

(3) 県公式SNSとの連携

県が運用する公式SNS（X及びInstagram、@niigatabrand）での情報発信との連動を図るため、受託者は、本業務における各取組の情報発信内容やタイミング等を提案し、本業務の実施に伴い得られた情報や作成した素材等を県に提供すること。なお、県公式SNSへの投稿及びアカウントの運用は、県が行うこととする。

(4) 4の(1)から(3)までに共通する事項

ア 県産農林水産物のブランドキャッチコピー「うまいに、まっすぐ。新潟県」及びロゴマークを活用した取組とすること。

イ 県が作成したリーフレットデザイン、画像素材等の広報アイテムは、受託者の求めに応じて貸与するので、必要に応じて活用すること。

また、各取組における訴求に必要なPOP等の広報・販促物を必要に応じて制作すること。この場合、制作物の形態、内容及びデザイン等については、県と協議の上決定すること。

【参照】

- ・ [新潟県産農林水産物のブランドキャッチコピー及びロゴマークの使用について]

<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/syokuhin/0529brandlogo.html>

- ・ [「うまいに、まっすぐ。新潟県」広報アイテムの貸出について]

<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/syokuhin/250929-branditem.html>

- ・ [新潟県産農林水産物に関する資料集]

<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/syokuhin/1356774745029.html>

ウ PRの実施期間は、令和8年11月から令和9年1月までを基本として計画すること。

なお、出荷解禁日（過去3年間は11月20日から22日頃。例年11月上旬頃に決定し、決定次第、県が受託者に示す。）を踏まえた計画とすること。

エ 広告を利用する場合は、想定する媒体、予算、単価及び回数を企画提案書に明示すること。

オ 取組の効果を把握するため、来場・来店者数、購入・喫食数、アンケート、SNS上の反応、パブリシティ、取扱店舗数等の指標を参考に、各企画に適した効果測定の方法を提案し、実施すること。

カ 本仕様書に示す内容は最低限の要件及び方向性であり、記載した例示に限定するものではない。事業目的の達成に資する自由な発想による提案を妨げるものではない。

5 委託業務の実施

(1) 業務計画の策定

本仕様書及び採用された企画提案書を踏まえ、具体的な業務計画を作成し、県の確認を受けること。

(2) 業務の実施

(1)の業務計画に基づき、業務を実施すること。

(3) 進捗報告

業務の進捗状況について、新潟県農林水産部食品・流通課に定期的に報告すること。

6 成果品

- (1) 実績報告書 1部（電子データを含む。）
- (2) 本業務において作成した制作物等のデータ一式
- (3) 提出期限：業務完了後速やかに、かつ令和9年2月28日までとする。
- (4) 実績報告書の作成に当たっては、各取組について設定した指標の実績を整理し、事業効果を測定・分析した内容を記載すること。

7 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。