

県産品魅力発信プロモーション事業に係る企画コンペティション実施要領

令和8年4月28日制定
新潟県産業労働部
地域産業振興課

1 目的

新潟県産品の魅力発信により県内地場産業の振興を図るため、令和8年度の県産品魅力発信プロモーション事業を実施するに当たり、企画コンペティション方式で委託事業者を選定するために必要な事項を定めるものとする。

2 仕様

「県産品魅力発信プロモーション事業仕様書【別紙1】」（以下「仕様書」という。）のとおりとする。

3 参加資格

次に掲げる条件をすべて満たす者とする。

- (1) 地方自治法施行令(昭和22年政令第16号)第167条の4の規定に該当しない者であること。
- (2) 会社更生法(平成14年法律第154号)第17条の規定に基づく更生手続開始の申立て又は民事再生法(平成11年法律第225号)第21条の規定に基づく再生手続開始の申立てがなされていない者(会社更生法の規定に基づく更生手続開始の申立て又は民事再生法の規定に基づく再生手続開始の申立てがなされた者であっても、更生計画の認可が決定された者又は再生計画の認可の決定が確定された者を除く。)であること。
- (3) 会社法(平成17年法律第86号)第475条若しくは第644条の規定に基づく清算の開始又は破産法(平成16年法律第75号)第18条若しくは第19条の規定に基づく破産手続開始の申立てがなされていない者であること。
- (4) 新潟県暴力団排除条例第2条に定める暴力団、暴力団員またはこれらの者と社会的に非難されるべき関係を有する者でないこと。
- (5) 新潟県の県税の納税義務を有するものにあつては、当該県税の未納がない者であること。

4 参加申込み及び提案資格の確認結果の通知

(1) 参加申込み

「参加申込書【別紙2】」を提出すること。新潟県の県税の納入義務を有するものにあつては、県税納税証明書(令和8年1月1日以降に発行されたもの)も提出すること。

申込期限：令和8年5月18日(月)17時必着

申込み先：問合せ先に同じ

方法：持参、郵送又は電子メール

※ 電子メールで提出する場合は、件名を「県産品魅力発信プロモーション事業参加申込書」とすること。

(2) 参加資格の確認結果

参加申込みをした者全員に対し、令和8年5月20日(水)までに提案資格の確認結果の通知を書面で行う。

5 質疑応答

要領、仕様書等について不明な点がある場合は、以下の方法により質問すること。なお、電話

や来訪による口頭での質問や期限を過ぎた質問は受け付けない。

(1) 質問方法

「県産品魅力発信プロモーション事業に係る企画コンペティション質問事項【別紙3】」を持参、郵送又は電子メールにより提出すること。

※ 持参する場合は、業務時間内（土日・祝祭日を除く 8 時 30 分から 12 時及び 13 時から 17 時 15 分）に訪問すること。

※ 電子メールで提出する場合は、件名を「県産品魅力発信プロモーション事業企画コンペ質問」とすること。

(2) 提出期限

令和 8 年 5 月 12 日（火）17 時

(3) 回答方法

令和 8 年 5 月 14 日（水）までに、公募内容を掲載した新潟県ホームページに掲載する。

なお、質問に対する回答は、要領及び仕様書の追加又は修正とみなす。

6 企画提案書の作成要領

(1) 企画提案書 10 部（正本 1 部、副本 9 部）

(ア) 仕様書を踏まえ、以下の項目について記載すること。

①企画概要（企画コンセプト、ターゲット、各会場のテーマ設定、取り扱う県産品など）

②実施スケジュール

③企画内容（各会場におけるテーマ設定及びレイアウトイメージとメインターゲット、使用する県産品のイメージ、新潟県産農産物等の PR 方法、販売方法、集客方法、関西圏飲食店や百貨店等との連携方法、インバウンド対応、新潟県の訴求・PR 方法、事業実施により得られる効果、来場者の安全を確保する対策など）

④実施体制（責任者、担当部署を記載。なお、業務の一部を外部の別会社に委託する場合は、その会社名、責任者名を記載すること。）

⑤経費見積書（全ての経費をできるだけ詳細に、事業区分、経費区分が分かるように具体的に積算すること。なお、イベントの実施や会場の占有が天候に左右され、イベントを延期する場合は、受託者にて負担する延期に係る費用も予め計上すること。）

⑥イベントの企画にあたっては、各イベントにおける目標値を予め設定し、企画提案書に盛り込むこと（例：来場者数、パンフレット配布数、アンケート集計数・結果、SNS の各種指標など）。

⑦効果的な開催時期や実施会場の設定、他のイベントとの連携、来場者を増やすための十分な開催期間の設定等、より多くの人に県産品の魅力を伝える工夫について具体的に企画提案書に明記すること。

(イ) 企画書の用紙は、日本工業規格 A 列 4 番の横向き（上下開き）とし、左横書きで記載すること。

(ウ) 企画書の表紙には「県産品魅力発信プロモーション事業企画書」と表示し、余白に社名を記載すること。

(エ) 企画書の提出後の追加や修正は認めない。また、提出資料は一切返還しない。

(オ) 必要に応じて補足資料を求める場合がある。

(カ) 過去 5 年間における同種業務の実績について「業務実績一覧表【別紙 4】」に記載すること（3 事例までとする。）

(2) 提出期限等

期 限：令和8年6月5日（金）12時（時間厳守）

提出先：問合せ先に同じ

方 法：持参又は郵送により提出するものとする（郵送の場合は提出期限必着）

7 審査方法

(1) プレゼンテーション方式による企画提案を、別に定める審査要領に基づき審査会において審査し、県産品魅力発信プロモーション事業の委託事業者を選定する。なお、審査に当たっては、仕様書の内容に照らし、【別表1】の観点から審査するので、各審査項目に適合するように企画提案書を作成すること。

(2) プレゼンテーションは、令和8年6月12日（金）に行う（予定）。なお、会場等の詳細については、提案者に別途通知する。

(3) 審査結果は書面の通知によりプレゼンテーションに参加した全ての提案者に行う。

8 契約

県は、優れた提案を行った上位者と別途定める予定価格の範囲内で委託契約を締結する。

また、この上位者と協議が整わない場合、次点者と協議の上、契約を締結する。

事業者は、契約の締結に際して「暴力団等の排除に関する誓約書」を提出しなければならない。

(1) 委託契約期間 契約締結日から令和9年3月31日（火）まで

(2) 委託契約に当たっての主な留意点

ア 契約に当たっては、委託候補者の企画提案の内容をそのまま採用することを約束するものではなく、詳細について企画提案書を基に双方が協議の上、決定する。

イ 委託費の支払については、原則として精算払とする。

ウ 委託業務の全部を第三者に再委託することはできない。ただし、委託業務の一部の再委託について、事前に県の承諾を得たときは、この限りではない。

エ 試用体験に使用するため取得した県産品は事業完了後に県に納品すること。

9 その他

(1) 経費負担

企画書等の作成及びプレゼンテーションに要する一切の費用（旅費、通信費を含む。）は、事業者の負担とする。

(2) 失格者

次の各号に該当する場合は失格とする。

ア プレゼンテーションに参加しなかった場合

イ その他この要領に定められた事項に違反した場合

10 スケジュール（予定）

実施日	内容
4月 28日（火）	公募開始（新潟県ホームページに掲載）
5月 12日（火）	質問締切
5月 14日（木）	質問に対する回答（新潟県ホームページに掲載）

5月 18日 (月)	参加申込締切
5月 20日 (水)	参加資格の審査・確認結果通知
6月 5日 (金)	企画書等提出期限
6月 12日 (金)	プレゼンテーション
6月中旬	委託事業者決定、委託契約締結

11 問合せ先（照会先及び書類提出先）

〒950-8570 新潟市中央区新光町4番地1

新潟県産業労働部 地域産業振興課 地場産業・日本酒振興室

担当：小林、赤澤

TEL：025-280-5243 FAX：025-280-5278

E-mail：ngt050100@pref.niigata.lg.jp

【別表 1】

審査項目		配点（係数）
1 企画全体の評価		
仕様書の趣旨を理解した上で企画立案しているか。	各会場におけるストーリー設定は適当か （テーマ設定、ターゲット、開催場所、取扱商品、イベント内容などの記載・説明）	1
	アンテナショップ、百貨店や飲食店等との連携などにより、イベント間の回遊等の面的な広がり期待できるか	1
十分なスタッフ、ノウハウ、実績を有するなど業務を遂行する体制が確保されているか。	提案されたイベント、広報やインバウンドについて対応可能な体制・能力であるか	1
	大阪地域でのビジネスノウハウやイベント等の実績等	1
2 事業目的を遂行する上での各企画の有効性		
来場者が試用・購買した商品が「新潟県産品」として認知されることが期待できる仕組みが設定されているか。		2
「ものづくり」に加え、「新潟清酒」や「食」、「観光」など、本県の強みを活かした企画であり、来県促進の動機付けや県内産地団体や企業と継続的な関係性の構築が期待できる仕組みが設定されているか。		2
開催時期や開催期間、実施会場の工夫の他、他の新潟県をPRするイベントや事業、施設との連携等により、多くの集客が見込まれるか		2
「新潟県の伝統工芸品」の価値や魅力、ストーリーが引き立つ内容が盛り込まれているか。		2
幅広い一般層へのPRに加え、高単価インバウンド層、歴史・伝統文化に興味関心を持っている層への効果的なアプローチの工夫が盛り込まれているか。		2
一過性の集客で終わらすことなく、本事業の「前・中・後」を繋ぐ情報発信・体験のハブとして新潟をこめを活用させる具体的な仕掛けが盛り込まれているか。		2
3 広報の有効性		
メディアに対する効果的なパブリシティ活動（事業や製品に関する情報等を報道機関に提供し、マスメディアで報道されるように働きかける広報活動）が含まれているか。		1
関西圏在住者や、関西圏を訪問する観光客等を意識した媒体や宣伝手法がとられているか。		1
合計		

参考：地方自治法施行令

第百六十七条の四 普通地方公共団体は、特別の理由がある場合を除くほか、一般競争入札に次の各号のいずれかに該当する者を参加させることができない。

一 当該入札に係る契約を締結する能力を有しない者

二 破産手続開始の決定を受けて復権を得ない者

三 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成三年法律第七十七号）第三十二条第一項 各号に掲げる者

2 普通地方公共団体は、一般競争入札に参加しようとする者が次の各号のいずれかに該当すると認められるときは、その者について三年以内の期間を定めて一般競争入札に参加させないことができる。その者を代理人、支配人その他の使用人又は入札代理人として使用する者についても、また同様とする。

一 契約の履行に当たり、故意に工事、製造その他の役務を粗雑に行い、又は物件の品質若しくは数量に関して不正の行為をしたとき。

二 競争入札又はせり売りにおいて、その公正な執行を妨げたとき又は公正な価格の成立を害し、若しくは不正の利益を得るために連合したとき。

三 落札者が契約を締結すること又は契約者が契約を履行することを妨げたとき。

四 地方自治法第二百三十四条の二第一項の規定による監督又は検査の実施に当たり職員の職務の執行を妨げたとき。

五 正当な理由がなくて契約を履行しなかつたとき。

六 契約により、契約の後に代価の額を確定する場合において、当該代価の請求を故意に虚偽の事実に基づき過大な額で行つたとき。

七 この項（この号を除く。）の規定により一般競争入札に参加できないこととされている者を契約の締結又は契約の履行に当たり代理人、支配人その他の使用人として使用したとき。