

「GAPの見える化システム」構築事業業務委託仕様書

1 目的

福島県は、平成29年度に「ふくしま。GAPチャレンジ宣言」を行い、風評払拭や生産者の経営基盤確立・強化のため認証GAPの更なる導入拡大を進め、GAPによる持続可能な農業の実現を目指している。

そのため本事業においては、消費者等の理解促進に向けた各種メディアの活用やイベントの開催等による情報発信のほか、生産者等への啓発活動、GAP認証農産物の流通促進等、「GAPの見える化」を進めるための総合的な取り組みを展開する。

2 業務の内容

(1) 各種メディア媒体を通じた情報発信

GAPに関する消費者等の理解を促進するために、GAPの趣旨やGAP認証農場の取組紹介等について発信する内容を提案すること。提案に当たっては、各種メディアを通じて、月に1度程度は、県内の消費者等が、GAPについて、耳にする、目にするような機会を設けるために、各種メディア媒体での継続的かつ連動した情報発信を行うこと。

情報発信が円滑に進むよう、発信内容の企画・調整、取材の対応、生産者情報や台本等の必要な資料の作成等について、県と密に協議をしながら、業務を遂行すること。

ア マスメディアを活用した情報発信

(ア) ラジオでの情報発信（7回以上）

GAP認証農場への取材を行い、GAPの取得のきっかけや取組等について、10分程度の番組の放送を行うこと。

(イ) 新聞の特集記事掲載に係る広告出稿（2回以上）

GAP認証農場の取組紹介等について、特集記事の掲載のための広告出稿を行うこと。

(ウ) その他のメディア媒体を通じた情報発信

その他、広くGAPについての理解促進に効果があるメディア媒体での情報発信について、可能であれば、予算の範囲内で提案すること。

(エ) 事業の円滑な運営

情報発信が円滑に進むよう、発信内容の企画・調整、取材の対応、生産者情報や台本等の必要な資料の作成、収録の日程調整等について、県と密に協議をしながら、業務を遂行すること。

イ ソーシャルメディア等の活用による情報発信

(ア) ソーシャルメディア等を活用した情報発信

本県のGAPの取組に関するHP「ふくしま。GAPチャレンジポータルサイト (<https://gap-fukushima.jp/>)」、インスタグラム、Facebook、YouTubeについて、効果的かつ有効な情報発信を行うこと。

(イ) インスタグラム・Facebook の運営

インスタグラム投稿は、Facebook と連動し 1 月平均 4 回程度行うこと。投稿のテーマ、内容、掲載スケジュール、取材の日程を事前に県へ提示すること。四半期毎にフォロワー数や閲覧数を分析し、随時内容や発信方法の改善を図ること。

ウ 県が実施する G A P に関する他業務との連携

情報発信に当たり、ポータルサイトなど、県や県が実施する G A P に関する他業務の受託事業者と連携し、当該事業の取組や G A P 認証農場及び認証品について、効果的な P R を実施すること。

(2) 消費者等を対象とした P R イベントの開催

以下のとおり、消費者等に対する G A P への理解促進を目的とした P R イベントを開催すること。開催に当たっては、企画・調整、事前告知、当日の運営等を円滑に行うこと。

ア 県内におけるイベントの開催（1 回以上）

県内の消費者等を対象としたイベントを 1 回以上実施すること。イベントは、G A P 認証農場での取組の理解を促進し、参加者自らが様々な形で G A P を体験できるような内容とすること。

イ そばイベントの開催（2 回以上）

G A P 認証農場で生産したそばを提供するイベントを首都圏及び県内でそれぞれ 1 回以上、開催すること。

ウ 首都圏における情報発信（1 回以上）

首都圏において、本県産の G A P 認証農産物の継続取引を検討している企業等と連携し、消費者等への情報発信の取り組みを実施すること。また、この取り組みを通じ、継続取引に向けた課題等を検証・報告すること。

エ アンケート調査の実施

イベント開催時には、G A P の理解促進の効果を測定するためのアンケート調査を実施し、その結果を分析して、効果的な理解促進を図るための提案を行うこと。

オ その他

生産者等がイベントに参加するための旅費（宿泊費、交通費）などの必要な経費については、十分な額を業務経費積算書に計上すること。

(3) 生産者等に対する啓発活動

ア G A P チャレンジセミナーの開催（1 回）

生産者や実需者の意欲の向上や、消費者の理解促進を目的としたセミナーを開催すること。開催にあたっては、県と協議の上、企画、調整、参加者募集等の事前準備等を行い、当日の円滑なセミナー運営を行うこと。

名称	令和7年度 ふくしま。GAPチャレンジセミナー
開催時期	令和8年1月～2月 ※県と協議のうえ決定すること。
対象	生産者、実需者、一般消費者
参加目標	200名
開催場所	・自家用車での来場を想定し、アクセスしやすく、駐車場が十分確保できる会場であること。 ・ホール等のメイン会場のほか、講演者や事務局の控室等必要なスペースを確保すること。
主な内容	生産者や実需者による講演やトークセッション等 【テーマ例】 ・生産者によるGAPの実践事例 ・実需者から見たGAPの必要性について 等

イ 農業法人等への啓発活動

GAP認証は、作業リスクの明確化や生産コスト等の削減につながり、雇用の安定確保など経営改善の効果があることが実践者から報告されている。しかしながら、県内の農業法人における取得率は決して高くない状況にある。

そのため、以下のとおり農業法人等への啓発活動を実施すること。

(ア) 農業法人等への訪問活動

県や関係団体と調整の上、GAP認証を取得していない県内の農業法人や企業の経営体をリストアップし、啓発のための訪問活動を行うこと。訪問活動の実施に際しては、県（本庁及び農林事務所）、GAP推進員、関係団体等と調整・連携すること。事業期間内に、20経営体以上を訪問すること。

(イ) 農業法人等を対象とした研修会の実施（1回以上）

県や関係団体と調整の上、GAP認証を志向するまたは関心のある県内の農業法人等を対象に、GAPの経営改善効果や実需者のニーズ等を学ぶことのできる研修会等を実施すること。開催方法については主催に限らず、他関係団体等が主催する研修会の中で講座を担当する形式なども可とする。

受講者数は20名以上を目標とするが、開催方式や内容等も含め、事前に県と十分調整すること。

(4) GAP認証農産物の流通促進

これまでの取り組みを通じて、県内のGAP認証農産物の多くが、小売り段階等においては一般農産物と区別出来ない形となっていることが判明している。消費者等の認知度向上を図ることはもとより、生産者の意識高揚を図るためにも、多様な販路を確保すること、売り場等における表示を推進することが重要である。

そのため、以下のとおり流通促進活動に取り組むこと。

ア 県内量販店の地場産コーナー等での取り組み（1社以上）

令和6年度までの事業結果等を参考に、県内量販店等から1社を選定し、地場産コーナー等におけるGAP認証農産物であることの表示化（見える化）を働きかけること。具体的には、量販店に対する企画提案と協力要請、地場産コーナー等に出荷する生産者を対象とした周知等を県と連携して実施すること。実施の際、県が運用する「ふくしま。GAPチャレンジ統一マーク」を活用する場合を想定し、本事業においてマーク（シール）貼付実証費用の負担も企画や検討に含めておくこと。

イ 給食への提供実証（1か所以上）と追跡調査等

GAP認証農産物を含めた県産農産物の活用促進のため、給食（学校、社員食堂、病院食、高齢福祉施設等）への提供実証に取り組むこと。

また、令和6年度の実証モデル地区2か所（磐梯町共同調理場、県立ふくしま新世高等学校）についてヒアリング等を行い、現状と課題について取りまとめること。

ウ その他

県はJAグループ福島と連携し、産地におけるGAP認証農産物の販路拡大に向けた取り組みを進めることとしている。本事業においては、県との協議に基づき、販促・PR資材の手配や発送、その他マッチング支援に要する経費として200万円を計上すること。

(5) PR資材の作成

ア 冊子等の増刷

令和6年度までに作成したPRポスター、冊子等について、軽微な修正や増刷するための経費として概算で100万円を計上すること。

イ 「#青春GAP米」の制作等

県内農業系高校や農業短期大学校で生産したGAP認証の米を使用し、脱気米（板版）を「#青春GAP米」として制作すること（4,500個以上）。

(ア) 米でGAP認証を取得している農業系高校5校及び農業短期大学校から玄米を購入すること。なお、精米の歩留まりを9割とすること。

(イ) 作成に当たっては、学校側及び脱気米等の作成業者との調整、脱気米等の保管及び発送、在庫の管理を行うこと。

(ウ) 「#青春GAP米」のパッケージデザイン及び紹介用のパンフレット制作を行うこと。

ウ PRグッズの作成

各種イベント等で配布できるノベルティを作成すること。ノベルティの種類や数量等についても、提案すること。

エ 各種イベント等へのGAP認証農産物の提供等を通じたPR

県内で開催されるイベント等での県産品贈呈や参加者の滞在中の食材としてGAP認証農産物の提供に係る費用として、概算で100万円を業務経費積算書に計上すること。また、準備に当たっては、GAP認証農場や受入機関等との各種調整を円滑に行うこと。

- (ア) 提供するGAP認証農産物の品目や生産者、仕入れの量は、県と協議をし、その手配を行うこと。
- (イ) 各種イベント等へのGAP認証農産物等の提供を行った際には、受入機関の了承を得た上で、上記「(1) 各種メディア媒体を通じた情報発信」を活用して、効果的にPRをすること。

(6) その他

- ・ その他、本事業の目的達成に寄与する企画があれば提案をすること。
- ・ 受託事業者は、業務に関する県や県内の生産者、協力企業等との調整に円滑に対応できるよう、本社もしくは支社・営業所など、県内に事務局機能を有すること。
- ・ 本事業を円滑に遂行するために、タスクとスケジュールの管理を適切に行い、県との連絡調整や報告を適宜行うこと。
- ・ 各項目ごとに、成果と課題を取りまとめ実績報告書に記載すること。

3 成果品

- (1) 実績報告書（正副本 1部ずつ）
- (2) その他、実績を報告するのに必要なデータ、製作品

4 提出書類

委託契約書に定めるもののほか、次の各号に掲げる書類を提出しなければならない。

- (1) 契約締結後、速やかに提出するもの
 - ・ 着手届（様式第1号）
 - ・ 主任担当者届（様式第2号）
 - ・ その他、県が業務の確認に必要と認める書類
- (2) 業務完了後に速やかに提出するもの
 - ・ 完了届（様式第3号）
 - ・ 実績報告書（様式第4号）

5 事業実施に当たっての留意事項

(1) 県等との連携

受託事業者は、県との間で随時打ち合わせをおこなって業務を遂行することとし、県のもとめに応じ、業務の進捗状況を報告するとともに、必要に応じ県と協議を行い、適切な業務運営に努めること。

また、業務の推進に当たっては、関係農業団体（各JAグループ等）との連携にも充分配慮すること。

(2) 印刷物の作成上の留意点

各種イベント等のPRグッズや冊子等の印刷物については、できる限り県内の事業者から調達すること。また、環境に配慮した資材や印刷手法とし、エコ印刷のマ

ークを入れるとともに、フォントや色の選択は、ユニバーサルデザインを取り入れること。

6 その他

本業務内容に定めのない事項や本業務内容に定める条件等について疑義が生じたときは、県と協議の上、定めることとする。ただし、明記のない事項にあっても、社会通念上当然必要と思われる事項については、本業務の執行上必要なこととして取り扱うものとする。