

令和8年度静岡茶ブランド広報・プロモーション業務 企画提案仕様書

本仕様書は、静岡県（以下「甲」という。）が「令和8年度静岡茶ブランド広報・プロモーション業務」（以下「本業務」という。）の受託者（以下「乙」という。）を公募するに当たり、必要とする基本的な事項を定める。

1 目的

静岡県では、静岡茶の本来価値を国内外に広く発信し、世界に通用するブランドとして確立するため、「JAPAN TEA SHIZUOKA」の取組を進めている。

本業務は、「JAPAN TEA SHIZUOKA」の取組や静岡茶の魅力について、新聞・テレビ・雑誌・Web等のメディアに対し、各媒体や記者の関心に応じた情報提供や企画提案を行い、記事・番組等として取り上げられる機会を創出することで、ブランドの認知度及び価値の向上を図ることを目的とする。

また、東京において、メディア誘致、バイヤーや小売店等との接点づくり、招待客へのブランド訴求を組み合わせたイベントを開催するとともに、海外向けの情報発信を行い、国内外におけるブランドの認知拡大につなげる。

2 委託期間

契約締結日から令和9年3月31日（水）まで

3 契約金額（消費税及び地方消費税を含む。）

契約金額の上限を金5,850,000円とする。

4 業務内容

本業務では、単なるプレスリリースの一斉配信やイベントの開催にとどまらず、ブランドの方向性を十分に理解した上で、メディアの特性や記者の関心に応じた情報提供、企画提案、個別の働きかけ等により、記事・番組等への掲載・放送につなげる企画力及び実行力を重視する。

乙は、甲及び静岡茶ブランドの総合プロデューサーと緊密に連携し、以下（1）から（4）の業務を統括して実施すること。

また、甲が実施する総合プロデューサーとの打合せに同席し、必要な資料の作成、企画内容の説明及び協議結果を踏まえた調整を行うこと。

なお、広報計画、イベントの企画内容、動画等の制作物その他本業務に係る主要な事項については、総合プロデューサーの監修を受け、その意向を踏まえて実施すること。

打合せは原則対面とし、対面の場合は東京都内での実施も想定すること。

（1）広報計画の策定及びメディア向けPR活動

「JAPAN TEA SHIZUOKA」の取組や静岡茶の魅力について、メディアへの継続的な働きかけを行い、記事・番組等への掲載・放送につなげること。

ア 広報計画の策定

- ① ブランドの方向性や今後の取組予定を踏まえ、重点的に発信する情報、対象メディア、発信時期及び具体的なPR手法等を整理した広報計画を策定すること。
- ② 新商品、海外展開、ティーツーリズム等について、各メディアの特性や記者の関心を踏まえ、取材や記事・番組等につながる効果的な情報発信の方法を提案すること。

- ③ イベントの開催や新たな話題の発表時には、メディアへの働きかけを集中的に行う一方、平時にはプレスリリースの配信等を行うなど、限られた予算を効果的に配分すること。
- ④ 広報計画は、甲及び総合プロデューサーと協議し、監修を受けた上で決定すること。

イ メディアリストの作成及び管理

- ① 新聞、テレビ、雑誌、Web等のメディアから、ブランドの認知度及び価値の向上に効果的な媒体を選定し、メディアリストを作成すること。
- ② 特に、富裕層や食・旅・文化への関心が高い層に訴求できるライフスタイル誌、食・旅・文化誌、ビジネス誌等を重点的な対象として検討すること。
- ③ メディアリストは、媒体名、担当部署、記者・編集者等の連絡先、取扱分野等を整理し、業務期間中、必要に応じて更新すること。

ウ プレスリリースの作成及び配信

- ① 「JAPAN TEA SHIZUOKA」の取組、新商品、海外展開、イベント等について、プレスリリースを作成し、配信すること。（業務期間中4本以上）
- ② 情報の性質に応じて適切なメディアを選定し、メール、配信サービス等、相手先の状況に応じた効果的な方法により配信すること。
- ③ プレスリリースの内容は、メディアが取り上げやすいよう、見出し、構成、写真等を工夫し、甲と協議の上、決定すること。
- ④ 配信後は、必要に応じて対象メディアへのフォローを行い、取材や掲載・放送につなげること。

エ 個別メディアへの働きかけ及び取材対応

- ① 重点的にPRする情報について、対象となるメディアや記者を選定し、それぞれの関心や企画に応じた情報提供及び個別の企画提案を行うこと。
- ② メディアへの働きかけは、プレスリリースの一斉配信にとどまらず、記者・編集者等への個別連絡、取材企画の提案、追加資料の提供等を組み合わせて実施すること。
- ③ メディアからの問い合わせや取材依頼に対し、甲と連携して取材内容、日程、取材先等の調整を行うこと。
- ④ 必要に応じて、静岡県内の茶産地、茶業関係者等への取材調整を行い、静岡茶の魅力を伝える記事・番組等への掲載・放送につなげること。
- ⑤ メディアへの働きかけの実施状況及び結果を記録し、甲に報告すること。

(2) 東京におけるイベントの企画及び運営

「JAPAN TEA SHIZUOKA」の認知拡大と新たな販路開拓につなげるため、東京において、メディア誘致、バイヤー・小売店等との接点づくり及び招待客へのブランド訴求を組み合わせたイベントを開催すること。

ア イベントの企画

- ① 東京都内において、1日程度のイベントを1回開催すること。
- ② イベントは、単なる一般消費者向けの物販イベントではなく、次の要素を組み合わせた内容とすること。
 - (ア) メディアに対するブランド及び商品の紹介、取材機会の提供
 - (イ) バイヤー、セレクトショップ、百貨店、飲食店等の関係者との接点づくり
 - (ウ) 招待客に対するブランドの魅力や価値の訴求
- ③ ブランド商品の展示、試飲、商品説明等を通じて、「JAPAN TEA SHIZUOKA」の魅力を体感できる内容とすること。

- ④ 開催場所、実施内容、会場構成、進行方法等について企画提案を行い、甲及び総合プロデューサーと協議し、監修を受けた上で決定すること。

イ イベントの準備及び運営

- ① イベントの実施に必要な会場調整、運営計画の策定、簡易進行台本及び運営マニュアル等の作成を行うこと。
- ② 会場設営、受付、進行管理、参加者案内、撤収等、当日の運営に必要な業務を行うこと。
- ③ 会場装飾及び制作物は、必要最小限の範囲を基本とし、ブランドの世界観を踏まえ、甲及び総合プロデューサーと協議の上、決定すること。
- ④ イベントの実施状況を記録するため、公式記録用の写真撮影を行うこと。

ウ 参加者の誘致及び対応

- ① 商品取扱店舗、飲食店、バイヤー、メディア、招待客等の参加候補者を選定し、誘致を行うこと。
- ② 案内状の作成・送付、参加者の出欠確認及び参加者リストの作成を行うこと。
- ③ 甲が招待する関係者についても、必要な連絡調整及び当日の対応を行うこと。

エ メディア誘致及び取材対応

- ① イベントの内容に適したメディアを選定し、メディア向け案内状及び配信リストを作成すること。
- ② 対象メディアへの案内状の配信及び個別の誘致活動を行うこと。
- ③ 参加メディアの出欠管理、当日の受付、取材案内、取材調整及び取材後のフォローを行うこと。
- ④ イベント終了後は、参加メディア、取材状況及び掲載・放送等の実績を整理し、甲に報告すること。

(3) 海外向け PR 活動

海外における「JAPAN TEA SHIZUOKA」の認知拡大を図るため、対象国の特性を踏まえた動画制作及び海外メディアへの情報発信を行うこと。

ア 海外向けショート動画の制作

- ① 海外の消費者やメディアに対して、静岡茶の魅力やブランドの価値を伝えるショート動画を制作すること。(2本以上)
- ② 動画は、海外での視聴や SNS 等での活用を想定し、対象国の関心や文化的背景を踏まえた構成とすること。
- ③ 制作する動画の本数、長さ、使用言語、字幕、撮影方法等について提案し、甲及び総合プロデューサーと協議し、監修を受けた上で決定すること。
- ④ 動画制作に関連して、甲の職員が今後の情報発信に活用できるよう、スマートフォン等による撮影方法や構図等に関するレクチャーを実施すること。(1回以上)

イ 海外メディア向け情報発信

- ① 海外向けのニュース配信プラットフォーム等を活用し、海外の通信社やニュースメディアに対して、ブランドの取組実績等を効果的に発信すること。
- ② 海外向けプレスリリース等の作成及び配信を行うこと。
- ③ 発信する情報は、海外メディアが取り上げやすいよう、内容や表現を工夫し、必要な翻訳等を行うこと。
- ④ 対象国、使用言語、配信先及び配信回数については、費用対効果を考慮し、甲と協議の上、決定すること。

(4) 効果測定及び報告

ア 広報活動の効果測定

- ① 本業務を通じて実施したメディアへの情報提供、企画提案、取材対応等について、活動内容及び実施状況を記録すること。
- ② 新聞、テレビ、雑誌、Web 等への掲載・放送実績を把握し、媒体名、掲載・放送日、内容等を整理すること。
- ③ 掲載・放送等の実績について、露出件数だけでなく、媒体の特性や掲載内容等を踏まえて分析すること。
- ④ 分析結果を踏まえ、今後の広報活動に向けた改善点及び効果的な情報発信の方向性を提案すること。

イ 打合せ及び進捗報告

- ① 業務の進捗状況や成果等について甲と情報共有を図るため、業務期間中に計 5 回（合計 10 時間以内）を基本として打合せを実施すること。
- ② 打合せには、甲が実施する総合プロデューサーとの協議への同席を含むものとし、必要な資料の作成、企画内容の説明及び協議結果を踏まえた調整を行うこと。
- ③ 打合せ以外にも、必要に応じて電子メール等により甲と連絡調整を行うこと。

ウ 事業報告書の作成

業務終了後、本業務の実施内容及び成果を取りまとめた事業報告書を作成すること。

(1 式)

報告書には、以下の事項を含めること。

- ① 広報計画及び PR 活動の実施状況
- ② プレスリリースの作成・配信実績
- ③ メディアへの働きかけ及び掲載・放送実績
- ④ イベントの実施内容、参加状況及び成果
- ⑤ 海外向け PR 活動の実施状況
- ⑥ 効果測定及び分析結果
- ⑦ 今後の広報活動に向けた提案

5 成果物

契約期間内に、以下の成果物を納品すること。

- (1) 広報計画書 一式
- (2) メディアリスト及び活動記録 一式
- (3) プレスリリース及び配信実績資料 一式
- (4) イベント実施報告書 一式

※イベントの企画内容、参加者・参加メディアの状況、記録写真等を含む。

- (5) 海外向けショート動画及び関連データ 一式

※動画の仕様及び納品形式は甲と協議の上、決定する。

- (6) 海外向けプレスリリース及び配信実績資料 一式
- (7) 掲載・放送実績及び効果測定資料 一式
- (8) 事業完了報告書 一式

※成果物は、原則として電子データにより納品すること。データ形式及び納品方法は甲と協議の上、決定する。

6 実施体制・留意事項

(1) 実施体制

- ア 本業務を推進し、全体の責任者となる者（実施責任者）を置き、業務全般の進行管理及び調整を一元的に行うこと。
- イ 実施責任者は、甲と十分な意思疎通を図ることができる者とし、甲及び総合プロデューサーと緊密に連携すること。
- ウ 実施責任者は、総合プロデューサーとの打合せへの同席、企画内容の説明及び監修を受けた事項の調整について、責任を持って対応すること。
- エ メディア向けPR活動、イベントの企画・運営及び海外向け情報発信について、専門的な知識や経験を有する者を配置し、円滑に業務を実施できる体制を整えること。

(2) 著作権等

- ア 本業務により作成した成果物の著作権等は甲に帰属し、その利用及び再編集は甲において自由に行うことができるものとする。ただし、甲において採用に至らなかった著作物に関する著作権等の知的財産権（アイデア及び企画案を含む。）は除く。
- イ 本業務において第三者の商標権、著作権、肖像権等を取り扱う場合には十分に注意し、必要な調整や手続きは乙が責任を持って行うこと。
- ウ 前号に関わる問題が発生した場合には、乙がその責を負うものとする。

(3) その他

- ア 本業務の実施に必要な経費は、契約金額に全て含むものとする。
- イ 乙は、甲が同意した場合を除き、第三者に業務を再委託してはならない。
- ウ 本仕様書に定めのない事項については、甲乙協議の上、決定するものとする。
- エ 天災その他やむを得ない事情により本業務の実施が著しく困難となった場合は、甲乙協議の上、契約の趣旨を損なわない範囲で実施方法等を変更できるものとする。