

質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
1	2025/4/3	青森県産米需要拡大推進本部様と今後の委託先との関わり方の想定をお伺い出来ますでしょうか？ （参考資料「あおもり米販売戦略」P10-(2)アで、これまで情報発信強化をされて来ていらっしゃるため）	本業務は、県事業であるため、県の管理の下、青森県産米需要拡大推進本部から受託者へ制作した動画の提供を求めること等があります。 なお、「まっしぐら」の商標権等については当該本部が管理しているため、その調整などが想定されます。
2		同、青森県産米需要拡大推進本部様の「青森米本部WEB」サイトは、ご提案の中で活用検討しても問題御座いませんか？	御提案は問題ありません。 ただし、委託候補先決定後に、提案内容について、青森県産米需要拡大推進本部とウェブサイトの活用について協議することとなります。
3		現在SNSを運用されている民間事業者がいらっしゃいましたら教えて頂くことは可能でしょうか？	県が運営するSNSアカウント（本プロモーション業務に係るもの）で、現在民間の事業者が運用しているものはございません。
4		各SNSの運用アカウント権限の取り扱いについて、委託先へのアカウントの払い出しが行われるのか、委託先からコンテンツ（メディアや原稿など）をお渡しして公開して頂くような運用を想定されておりますでしょうか？ あるいはその他の運用方針で構いませんのでご教授くださいませ。	県が管理するSNSアカウントを受託者へ共有し、コンテンツの作成を含め投稿等運用代行いただくことを想定しております。
5		本事業で作成する販促ツールのうち、ポスターの掲載先候補は想定ありますでしょうか？もしくは委託先で選定するものでしょうか？	ポスター等の成果品は、県に帰属するため、掲載先の選定は基本的には県が実施いたします。 また、掲載先については、県内外のスーパーや米販売店等を想定しております。
6		今回制作する動画仕様につきまして、15秒～30秒と御座いましたが、仮にストーリー性のあるものをテーマにしてご提案させて頂く際に、30秒を3本として1つのストーリーのようなものを構成することは問題御座いませんか？ 例）ブランド3種をそれぞれ30秒 * 3本。合計9本のようなイメージですが、全体の委託期間中に、この9本だけを作成するのではなく、加えて〇〇編のような違ったパターンやテーマで作成することも検討しております。 なお仕様を逸脱しているようでしたら改めたいと考えております。	制作いただく動画の本数については特に指定しませんので、御提案時は問題ありませんが、委託契約後に協議の上、決定します。

質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
7		実施要領6（4）プレゼンテーションについて 対面形式ではなくオンラインでの参加とさせていただくことは可能でしょうか。	災害や交通機関の遅延など特に必要と認められる場合を除き、原則として対面形式での参加とします。
8		仕様書3（2）「あおもり米」プロモーション動画の制作について 出演者の起用は可能という理解ですが、YouTuberなどのインフルエンサーの起用も可能でしょうか？出演者の制約等がありましたらご教示いただけますでしょうか。	動画の制作に当たり、YouTuberなどのインフルエンサーの起用に制限はありませんが、契約終了後も2年程度は継続して使用できる仕様としていることを考慮の上御提案ください。
9		仕様書3（2）「あおもり米」プロモーション動画の制作について 制作する動画本数の指定はない理解ですが、貴県で想定されている動画本数はありますか？ また、動画の使用を「店頭のほか多様なメディアで使用する」とのことですが、現状貴県で想定されている使用方法の具体例をご教示いただけますでしょうか。	制作する動画の本数については、No.6の回答を御参照ください。 また、使用方法について、現時点で以下を想定しています。 【マスメディア】：テレビCM 【Webメディア】：「はれわたり」Webサイト 【ソーシャルメディア】：「青天の霹靂」Facebook、「青天の霹靂」Instagram
10	2025/4/4		令和6年度の本事業実施内容は次のとおりです。 1 プロモーション動画の制作 「青天の霹靂」「はれわたり」それぞれをメインとしたPR動画（2本）を制作  2 あおもり米をPRする販促資材のデザイン制作 ポスター：「青天の霹靂」（1種類×1,000部）、はれわたり（1種類×1,000部）  3 WebやSNS等を活用した情報発信及び販促キャンペーンの実施 店頭のほか県が運営するウェブサイトやSNS媒体によるキャンペーン告知を実施したほか、Xにて本事業プロモーションを開設し、SNSキャンペーンの投稿に合わせ、青森県にまつわる内容を投稿し、キャンペーン専用アカウントへの興味関心の向上を図った。 販促キャンペーンとしては、次の2つを実施した。 （1）『あおもり米を食べて当てよう！マストバイキャンペーン』 ①キャンペーン期間：令和6年10月10日～令和6年11月24日 ②応募方法：対象商品を1点以上お買い上げの購買証明1枚で1口の応募が可能 応募条件を満たす購買証明を撮影した画像と、購入した商品表面全体の画像を、キャンペーンサイトの応募フォームに必要事項を入力の上、アップロードし応募 ③対象商品：青森県産米「青天の霹靂」及び「はれわたり」（2kg以上等条件有） ④賞品：倉石牛セット、長芋のお漬物セット、プレミアムにんにくスタミナセット ※いずれも青森県産 ⑤当選者数：抽選で90名 ⑥応募件数：392件 （2）『あおもり米もりもり食べよう！SNSプレゼントキャンペーン -みんなのご飯の最高の相棒を教えてください-』 ①キャンペーン期間：令和6年12月5日～令和7年1月31日 ②実施概要：X上のキャンペーンアカウントによる所定の投稿へ「みんなのご飯の最高の相棒」についてコメントを入れていただき、その中から抽選で「オリジナル焼き印付き青森県産ひばのしゃもじ」をプレゼント。 ③当選者数：抽選で10名 ④応募件数：257件
11		過去に実施された消費宣伝プロモーション業務の取組事例とその実績をご教示いただくことは可能でしょうか。	

質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
12	2025/4/4	仕様書の目的にて「あおもり米（「青天の霹靂」、「はれわたり」、「まっしぐら」）の全国における認知度向上と消費拡大を図るため～、青森県民に愛され、全国の消費者に選んでもらえるあおもり米を目指すものである。」と記載されていますが、「青森県民に愛されること」と「全国の消費者に選んでもらえるあおもり米を目指す」とでは、どちらの目的の方が優先順位は高いでしょうか。	特に優先順位の設定はありませんが、全国の消費者に選んでもらうためにも、まずは青森県民に愛されることを目指していくべきと考えます。 また、各品種の位置付けについては、本企画提案募集ページ内の「あおもり米販売戦略」を御参照ください。
13		「青天の霹靂」、「はれわたり」、「まっしぐら」の中で特に推していきたい品種はどちらになりますでしょうか？優先順位があればご教示いただけますと幸いです。	特に優先順位の設定はありません。 また、各品種の位置付けについては、本企画提案募集ページ内の「あおもり米販売戦略」を御参照ください。
14		「あおもり米」プロモーション動画の作成について、昨年度は1品種につき動画1つかと存じますが、今年度も品種ごとに動画を1つ制作するイメージでお間違いないでしょうか？	No.6の回答のとおりです。
15		SNSキャンペーンに関しまして、前回実施時の内容を見ると青森県の特産品が当たるマストバイキャンペーンを実施されていたかと存じます。マストバイキャンペーンの青森県の特産品は前回の受託者手配のものになりますでしょうか。	お見込みのとおりです。
16		実施要領内に「県内事業者と協働した総合的なプロモーションを提案すること。」とございますが、イメージとしては「県内で撮影することを見越して青森県内の制作会社とクリエイティブの制作」、もしくは「SNSキャンペーンの賞品を青森県内の特産品を生産している事業者と連携」等になりますでしょうか。	県内の青森県産米需要拡大推進本部や生産者、流通販売業者等と連携することにより、「あおもり米」の県内外における認知度向上と消費拡大を図るため、波及的・継続的なプロモーションの体制構築や活動の発展が期待できる企画を御提案ください。
17		施策の想定実施期間は契約締結から随時制作開始し、令和8年3月25日までで認識相違ないでしょうか。	お見込みのとおりです。
18		（仕様書内） 「独自に提案した企画」について過去の実施内容と実績をご教示いただけますでしょうか。	年度により仕様書の内容が異なるため、具体的な実績はお示しできませんが、例えば、受託者が連携可能な組織や媒体によるプロモーションなど本業務の目的を達成するために最適と考えられる企画がありましたら御提案ください。 なお、係る経費については、御提案の予算に含めてください。

質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
19	2025/4/4	<p>本件の参加条件に青森県内の事業者である記載はなかったですが、企画案の条件に、県内事業者と協働した総合的なプロモーションを提案すること/審査項目の運営体制に、青森県内の事業者と協働した運営体制となっているか、という内容が記載されております。</p> <p>ここでいう協働の意味合いを知りたく、ご教示お願いできますでしょうか？</p> <p>企画案であれば、例えば県内の飲食店に呼びかけ飲食店のSNSアカウントの協力を仰いだうえで、SNSでの投稿拡散を狙うなどの案でも協働する案になっているかと考えますが、体制となると、実務を協業することとなり、プランニングの段階から青森県内事業者とのタッグを組んで進める必要があると考えるため、協働のイメージをお聞かせいただけますと幸いです。</p>	No. 16の回答のとおりです。
20		<p>あおもり米販売戦略では、全体を通してまずは県内に愛され県外に選んでもらえるような立ち位置を目指す、という考え方が読み取れたのですが、今回の情報発信がメインの施策においては県外含む幅広い方へ、というターゲットで認識の相違はないでしょうか？</p>	お見込みのとおりです。
21		<p>販促キャンペーンの実施において気になるのは流通ですが、現状の流通事情はどのようなのでしょうか？</p> <p>県内：（具体名）の有名スーパーには必ず青天の霹靂、まっしぐら、はれわたりが販売され、飲食店でも約●店舗がはれわたりを起用しているなどの数値的な情報</p> <p>県外：地域ごとのあおもり米の流通割合など数値的な情報及び可能であればその理由まで。</p>	<p>それぞれ、具体的な数値については把握しておりませんが、県内のスーパーでは、ほぼすべてで3品種とも取り扱われております。</p> <p>なお、主な流通先としては次のとおりです。</p> <p>「青天の霹靂」：県外の量販店及びスーパーマーケット 等</p> <p>「はれわたari」：県内のスーパーマーケット 等</p> <p>「まっしぐら」：県内外の中食・外食事業者 等</p>
22		<p>情報の拡散を念頭においた際、Xの方が拡散ができる（RP等の手法で）媒体ではあるものの、指定のIGとFBのみに絞る理由をお聞かせいただければ幸いです。</p>	<p>仕様書においては、県が運営するSNS媒体を提示しておりますが、キャンペーン等の実施に当たり、受託者においてX等アカウントを県とは別に新規で作成いただいても問題ありません。</p>
23		<p>現地の農家さんや、食ブランド・流通推進課、地産地消グループ様の方で実施されていた「地産地消で元気あおもり飲食店スタンプラリー」に参画していた飲食店のご紹介等、県内で可能な範囲で、既に関係値のある関係各所へのお取次ぎはしていただけるのでしょうか？</p>	可能な範囲で対応いたします。
24	<p>SNS業務は、IGとFBのアカウント権限を共有いただき、発信やエンゲージメントの推移などこちらで随時作業および管理できるような体制になるのでしょうか？</p>	お見込みのとおりです。	

質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
25	2025/4/4	3銘柄の年間の生産量および販売量、売上の推移について、最新の数値をご教示いただけますでしょうか。また、直近の指標と「目指すべき定量」があればご教示ください。	国が公表している作物統計調査によると、本県の令和6年産水稻の収穫量（主食用米）は約23万1,800 tですが、品種別内訳は不明です。なお、本県における品種構成割合は、国が公表している令和6年産米の検査結果から推計した場合、「まっしぐら」が79.5%、「はれわたり」が13.4%、「青天の霹靂」が5.4%となります。指標等の設定は特にありません。
26		他県産のブランド米の中で、ベンチマークにしている品種等がありますでしょうか。	ベンチマークとしているブランド米については公表しておりません。なお、競合銘柄については、本企画提案募集ページ内の「あおもり米販売戦略」を確認ください。
27		3銘柄の主な流通先・販売先（県内外の小売店・外食産業・通販等）について、傾向や特徴があればご教示ください。	「青天の霹靂」：県外の量販店及びスーパーマーケット 等 「はれわたり」：県内のスーパーマーケット 等 「まっしぐら」：県内外の中食・外食事業者 等
28		消費者層の傾向（年齢層・用途・地域等）に関する情報がございましたら、ご教示ください。	質問内容は把握しておりませんが、関係資料として認知度調査結果を別添のとおりお知らせします。
29		新規ユーザーとリピートユーザーの購入比率とその理由について情報がございましたらご教示ください。	質問内容は把握しておりませんが、関係資料として認知度調査結果を別添のとおりお知らせします。
30		各銘柄のこれまでに実施された認知度やイメージに関する調査結果（県内外問わず）があれば、共有いただけますでしょうか。また、3銘柄の認知度（率）について、直近の推移と「目指すべき定量」があればご教示ください。	「あおもり米」に関するイメージの調査については実施しておりません。なお、R6認知度としては次のとおりです。（認知度：青森県調べ） 「青天の霹靂」：58.2%（R5：52.4%） 「はれわたり」：19.7%（R5：14.5%） 「まっしぐら」：32.7%（R5：28.0%） 認知度については、あおもり米全体の認知度・イメージ向上をけん引する「青天の霹靂」を、令和10年度までに65.0%へ上げることを目標として掲げております。

質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
31	2025/4/4	3銘柄について、他県のブランド米との差別化ポイントや特徴について、どのように整理・発信されているかご教示ください。	次のURL先を御参照ください。 <ul style="list-style-type: none"> <li>青森県農産園芸課 あおもりのお米  <a href="https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/nourin/noen/aomori-okome.html">https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/nourin/noen/aomori-okome.html</a></li> <li>青森県産米需要拡大推進本部  <a href="https://aomori-komehonbu.gr.jp/">https://aomori-komehonbu.gr.jp/</a></li> </ul>
32		過去、効果があった施策とその理由、過去、効果がなかった施策とその理由についてご見解があればお聞かせいただけますと幸いです。	過去の事例として、令和4年度に実施した「青天の霹靂」プロモーションは、新たなファンとなり得る若い世代を顧客として開拓していくことを目的に、本県出身の人気タレントの演出により、プロモーションテーマに沿った動画を作成し、Webサイト等で公開した結果約95万回再生されたほか、「POPEYE Web」と連携し、SNSを活用したPRを展開するなど、「青天の霹靂」の話題性を高めることができたものと捉えています。
33		現在または今後予定されている、青森県や関係団体によるブランド米のPR・販促施策（広告、動画、イベント等）について、概要をご教示いただけますでしょうか。	今後の施策については、検討段階のためお示しできませんが、具体的な取組については、本企画提案募集ページ内の「あおもり米販売戦略」を御参照ください。
34		SNS・Web広告・ポスター等に関して、民間企業・団体との広報連携や補助制度等があれば、詳細をお知らせいただけますと助かります。	本事業について広報連携をしている特定の団体はございません。 また、補助制度等については把握しておりません。
35		生産者様や現場の声を活かした広報活動にあたって、農家さんや関係者への取材・撮影等への協力体制について、お伺いできますでしょうか。	可能な範囲で対応いたします。

質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
36	2025/4/4	米と地域資源（観光・特産品等）を組み合わせた地域連携型のPR事例や可能性について、現在の取り組みや今後の方向性がありましたらご教示ください。	特にありません。
37		ふるさと納税返礼品や道の駅での展開状況・活用事例などがあれば、併せて参考にさせていただきます。	青森県のふるさと納税返礼品での取り扱いがございます。（本事業との関連はございません。） また、道の駅での事例については把握しておりません。
38		青天の霹靂について、男性を狙ったネーミングやデザインの効果について傾向があればお伺いできますでしょうか。	関連実績がないため、お答えできません。
39		販売チャネルの比率や、ベンチマークにしているブランド・キャンペーンがあればご教示ください。	比率については把握しておりません。 主なチャネルについてはNo. 27の回答を御参照ください。 また、ベンチマークとしているブランド米については、No. 26の回答を御参照ください。
40		ユーザーにどう思われるブランドになりたいかについて、今後の方向性がありましたらご教示ください。ユーザーに伝わらないといけないメッセージについてありましたら、併せて参考にさせていただきます。	仕様書に掲げる目的及び本企画提案募集ページ内の「あおもり米販売戦略」を御参照ください。
41		本施策が何をもちて成功と判断するのか、KGI、KPIがあればご教示ください。	本事業について、KGI・KPIの設定は特にありませんが、仕様書に掲げる目的を達成するために最適と考えられる企画内容で御提案ください。

質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
42	2025/4/4	3. 業務概要（2）「あおもり米」プロモーション動画の制作についてあおもり米3品種それぞれ1素材ずつ制作するのではなく、あおもり米3品種を総合的に紹介する動画を1素材制作するという認識で相違ございませんでしょうか。	No. 6の回答を御参照ください。
43		3. 業務概要（2）「あおもり米」プロモーション動画の制作について動画の音声はテレビCMとしても利用する想定で制作する認識で宜しいでしょうか。	No. 9の回答を御参照ください。
44		3. 業務概要（2）「あおもり米」プロモーション動画の制作について「契約終了後も2年程度は継続して使用できるものとする」とありますが令和8年3月25日以降2年程度継続を想定していらっしゃいますでしょうか。	お見込みのとおりです。
45		3. 業務概要（2）「あおもり米」プロモーション動画の制作について動画の使用期間は令和7年9月～令和10年3月というご認識でしょうか。	お見込みのとおりです。 また、その期間を超えて使用できるものでも構いません。
46		3. 業務概要（3）SNSを活用した情報発信及びキャンペーン等の運営について青森県様のLINEアカウントは広告配信やプロモーションでの活用は可能でしょうか。	御提案時は問題ありませんが、委託契約後に協議の上、決定します。



質問に対する回答（令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務）

※下記の質問内容については事業者から提出された内容を原文のまま記載しています。

No.	受付日	質問内容	回答
47	2025/4/4	令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務「企画提案競技実施要領」 6 企画提案競技の方法について ⇒ (3) 企画提案書の提出 ⇒ オ 提出方法 「郵送の場合は、書留郵便又はそれと同等の手段」とありますが、 宅急便での送付も可能でしょうか。	可能です。ただし、着払いでの受付は対応いたしかねます。
48		令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務「企画提案競技実施要領」 6 企画提案競技の方法について ⇒ (5) 審査要項 ⇒ イ「運営体制」 「青森県内の事業者と協働した運営体制」とありますが、青森県内に所在地のある事業者 ということでしょうか。 また、他県の事業者のみでの体制作りは不可になりますでしょうか。	お見込みのとおりです。
49		令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務仕様書 3 業務概要 ⇒ (2) 「あおもり米」プロモーション動画の制作 制作したプロモーション動画をテレビ局等へ提供とありますが、事前に主たるテレビ局 へ考査をかける必要はありますでしょうか。 また、その場合具体的にどの局への確認を想定していればよろしいでしょうか。	テレビ局との考査について、受託者が直接関与することはありませんが、調整に当た り関係団体との連携をお願いすることがあります。 また、特定のテレビ局等の指定はありません。
50		令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務仕様書 3 業務概要 ⇒ (3) SNSを活用した情報発信及びキャンペーン等の運営 こちらは記載の通り2種のSNSのみでの展開でしょうか。 また、キャンペーン時はX等で新規でアカウントを作成してもよろしいのでしょうか。	No. 22の回答を御参照ください。
51		令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務仕様書 3 業務概要 ⇒ (4) あおもり米をPRする販促資材の制作 ポスターの掲出先はどちらを想定されておりますでしょうか。	No. 5の回答を御参照ください。
52	令和7年度「あおもり米」消費宣伝プロモーション業務仕様書 6 その他 ⇒ (2) 企画提案者の負担について SNS上でキャンペーン企画を実施し、同企画の宣伝をSNS広告の利用をした場合、 広告出稿料は今回の予算外となりますでしょうか。	係る経費については、御提案の予算に含めてください。 また、SNS広告配信については、御提案資料にSNS広告配信に係る実施体制（専門ス タッフの配置）やリスク対策等の運用について明記してください。	