

若い世代へ向けた「SAGA BAR」を活用した

佐賀酒プロモーション業務委託仕様書

1 目的

県では、令和元年6月から令和4年1月まで、県産品を体感できる情報発信拠点としてJR佐賀駅構内に「SAGA BAR」を設置し、佐賀県産の日本酒（以下「佐賀酒」という。）を中心に、加工食品や食材、陶磁器等を実際に体感（飲食・使用）してもらうとともに、SNS等を活用した情報発信を行い、県産品の美味しさや質の高さなどの魅力を訴求してきた。その結果、延べ約2万人が来店し、来店者の中にはリピーターも多く、佐賀酒の飲み比べ体験を通して佐賀酒をはじめとした県産品の効果的なPRを行うことができた。

一方で、店舗設備等の関係により日本酒に合うペアリング料理の提供など、特に若い世代に訴求するような企画の実施が困難だったこともあり、20代～30代の新規来店者の割合は約22%にとどまった。

そこで、本業務では、佐賀酒等の県産品を通して、佐賀県の魅力を体感してもらうという「SAGA BAR」のコンセプトを踏まえつつ、20代～30代の若い世代を主なターゲットとし、これまで日本酒を飲むきっかけがなかった人に日本酒以外の切り口も取り入れながら、日本酒の楽しみ方を体感してもらうことにより、佐賀酒ファンの新規獲得及び佐賀酒の認知度向上を目的とする。

2 契約期間

契約締結日から令和5年3月31日（金曜日）までとする。

3 委託業務の内容

- ・20代～30代の若い世代が主な客層の飲食店において、ターゲット層が飲食店の料理とあわせて佐賀酒を楽しむことができる企画を実施すること。
- ・本企画で佐賀酒を飲んだ人数及び年齢層の把握を行うこと。
- ・日本酒以外の切り口も取り入れるなど、ターゲット層の関心をより一層図るための工夫をすること。
- ・上記を踏まえ、ターゲットに“刺さる”企画名とすること。
- ・佐賀酒等の提供については、企画の規模、内容、性質等を考慮し、有償又は無償で行うこと。

(ア) ターゲット

①20代～30代の若い世代

②佐賀酒をはじめとする日本酒にあまり馴染みのない層

例：日頃からアルコール飲料を飲むが日本酒にあまり馴染みのない人、日本酒に興味はあるがこれまで飲むきっかけがなかった人

(イ) 店舗の条件、開催時期

- ・ターゲット層に対し、企画の広報・情報発信を効果的に行うため、SNSを活用

している店舗を中心として選定すること。(例：SNS のフォロワー数が 1,000 人以上)

- ・企画は 10 店舗以上の飲食店において実施し、主に 20 代～30 代の来店者数が多い店舗であること。
- ・企画の開催時期は、令和 5 年 2 月から令和 5 年 3 月 24 日までの間とすること。

(ウ) 提供する飲料、提供用の器（酒器、食器）の選定及び仕入れ

- ・商品の選定にあたっては、企画の内容、ターゲット等を考慮の上、選定すること。また、様々な県産品を提供する視点から、特定の製造者、生産者、商品に偏らないように留意すること。
- ・佐賀酒は、各会場で味わいの違う種類を提供するなど、ターゲットの関心を集めるよう努めること。
- ・佐賀酒と料理のペアリングを提案するなど、佐賀酒を体験するための仕掛けや工夫を行うこと。
- ・酒器は、企画内容に応じて選定することとし、飲食店が所有する食器以外に、県が所有する「伊万里・有田焼」、「唐津焼」、「肥前吉田焼」、「肥前びどろ」、「諸富家具」等の地場産品を使用することも可能とする。
- ・有償での酒類等の提供については、仕入れや在庫管理等は、原則受託者の負担及び責任で行うこととし、売上は県に帰属しないものとする。
- ・佐賀酒の仕入れについては、原則として、県内事業者から行うこと。
- ・企画の集客及び佐賀酒の認知度向上を目的として、飲食店が無償で酒類等を提供する場合については、委託業務に含めることができる。

(エ) 広報及び PR 資材の制作

- ・本企画への参加の促進や佐賀酒をはじめとした県産品の認知度向上や販売促進につながるよう、ターゲットに向けて効果的な媒体・手法を活用した広報・情報発信を行うこと。
- ・複数の情報発信ツールや媒体を使用する場合は、各ツールや媒体を連動させ、一体的・効果的にプロモーションを行うとともに、随時、情報を更新すること。
- ・県が管理する「SAGA BAR」公式インスタグラムやホームページに掲載するための素材（例：提供する飲食物の写真や動画など）について、適時提供すること。
- ・飲食店内においても、来店者が分かりやすいように POP を制作するなど工夫すること。

【効果的な媒体を活用した広報・情報発信の例】

- ・テレビ、ラジオ、WEB サイト、SNS、アプリ、新聞、サイネージ、メインターゲットが嗜好する雑誌等での広報
 - ※タイアップ記事・記事広告だけでなく取材ベースを含む
- ・インフルエンサーを活用した広報

(オ) アンケートの実施

佐賀酒に関する認知状況、評価や意見、取組の効果測定等を目的に、来店者に対してアンケートを実施すること。

- ・アンケートの調査項目は、県と協議し決定する。

- ・アンケートの実施は、全てオンライン上で行いノベルティを配布するなど回収率を高める工夫をすること。

(カ) 成果指標

受託者は、次に掲げる成果指標の達成に努めること。

- ・本企画で佐賀酒を飲んだ人数 のべ 1,000 人以上
- ・上記の人数のうち 20 代～30 代の割合 5 割以上

【参考】令和 3 年度：SAGA BAR 利用客の割合 20 代～30 代 約 22%

(キ) 新型コロナウイルス感染症の感染防止策

- ・本企画の管理・運営に当たっては、利用者はもとより、スタッフ等の関係者間での感染防止を図るため、マスクの着用、フィジカルディスタンスの確保、消毒などの新型コロナウイルス感染症への感染防止対策を徹底すること。
- ・「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針（改正）に基づく外食業の事業継続のためのガイドライン」（令和 4 年 12 月 13 日改正。（一社）日本フードサービス協会・（一社）全国生活衛生同業組合中央会作成）などに基づき、感染防止対策に取り組むこと。

4 成果物

受託者は、次に掲げるものを、別途指示する納入期限までに提出すること。

- (1) 実績報告書（1 部）※電子データ又は PDF も提出すること。
当業務で制作した販促ツール等のデータ（デザインデータ含む）等も含む。
- (2) その他県と受託者が合意の上、成果物として提出を求めるもの

5 委託料

2,200 千円（消費税及び地方消費税含む）を上限とする。

6 委託料の支払い

前金払・完了払

7 その他留意事項等

- (1) 事業の運営に必要なかつ適切な人員配置を行うこと。
- (2) 本業務の実施に当たり、関係団体、事業者等との協力等が必要な場合は、当該関係者の協力等への意思や姿勢を尊重し、必要な調整を行うこと。
- (3) 業務遂行にあたっては、委託業務を統括し、県からの指示を受ける窓口として責任者と当該業務に従事する担当者を置き、関係者と円滑な事業の進行管理や意思疎通に努めること。
- (4) 本事業の実施に係る関係機関との調整・近隣対策等が必要な場合（申請・届出等含む）については、受託者がこれを行うこと。
- (5) 受託者による施設・設備等の汚損及び損負傷又は第三者への損害は、受託者が弁償又は賠償する。
- (6) 本業務における全ての成果物、制作物、取得物（消耗品を除く。）及び著作権（著

作権法第 21 条から第 28 条に定めるすべての権利を含む。) は県に帰属するものとし、制作者は県に対して著作権人格権を行使しないものとする。

- (7) 制作物の中に第三者が著作権を持つ素材を利用する場合には、受託者が著作権者の承諾を得て、利用を行うこととする。県が利用する場合についても同様とする。
- (8) 本委託業務の全部又は一部を再委託することは原則として認めない。ただし、一部再委託について、県と受託者の協議により県が認めたときは、この限りではない。また、機密保持、知的財産権等に関して本委託業務契約にて定める受託者の責務を再委託先業者も負うよう、必要な処置を実施すること。なお、第三者に再委託する場合は、その最終的な責任を受託者が負うこと。あわせて、あらかじめ県に対して、再委託する業務の内容、再委託先、再委託先に対する管理方法を報告し、承認を得ること。
- (9) 個人情報の重要性を認識し、個人情報を扱う者の倫理及び良識ある判断に基づき、個人情報の管理を徹底し、個人情報の漏洩等のないように万全の注意を払わなければならない。また、個人情報の取り扱いには、県の定める「情報セキュリティポリシー」及び「個人情報保護条例」を遵守すること。
- (10) 本業務の実施にあたっては県と十分に協議し、県の上を以て行うこと。
- (11) 本仕様書に記載されていない事項及び記載内容に疑義が生じたときは、県と受託者との協議の上、決定するものとする。なお、仕様を変更する必要があるときは、県と受託者との協議の上、変更することができるものとする。