

令和8年度 農政委第8号
「静岡市のお茶」ブランド力向上に向けたマーケティング戦略構築等業務
業務委託仕様書

1. 委託業務名

令和8年度 農政委第8号

「静岡市のお茶」ブランド力向上に向けたマーケティング戦略構築等業務

2. 業務目的

静岡市の茶業は、茶価の低迷や後継者不足等を背景に、経営体数、茶園面積及び産出額が長期的に減少しており、直近約15年で経営体数は約7割、茶園面積は約6割減少するなど、生産基盤の縮小が進んでいる。こうした状況を踏まえ、本市の茶業が市場環境の変化を捉えながら持続可能な産業として発展していくため、マーケティングの視点を取り入れた方向性を整理する必要である。

本業務は、令和7年度に実施した市場調査・分析結果を基礎として、「静岡市のお茶」が単発的な販売や一過性のプロモーションに留まることなく、長期的に消費者から選ばれ続けるブランドとなり、安定的な販路・消費を獲得することを目的に、マーケティング戦略の構築及びその実践（テストマーケティング等）を行うものである。

戦略構築に当たっては、市内茶農家や茶商等の意向や強みを踏まえつつ、消費者ニーズや市場動向との整合を図り、市産茶の付加価値向上に資する商品開発の方向性や販路開拓の可能性について検討するものとする。

また、市内茶業関係者が主体的に戦略を活用・展開できるよう、意見交換や協議の場を設け、戦略の利活用及び横展開を促進することで、持続可能な茶業の実現を目指す。

3. 委託期間

委託契約締結日から令和9年3月31日まで

4. 業務実施場所

国内外

5. 業務内容

業務内容は次のとおりとする。なお、業務実施に際して発生する費用は、原則、すべて受託者が負担する。

(1) 調査・分析業務

ア 令和7年度に実施した市場調査・分析結果を整理・精査し、本業務に活用すること。

イ 不足する情報がある場合は、委託者と協議のうえ、必要最小限の追加調査・分析を行うこと。

(2) マーケティング戦略構築業務

ア 本仕様書の「5. 業務内容(1) 調査・分析業務」の結果を踏まえ、マーケティングの視点から、「静岡市のお茶」が中長期的に消費者に選ばれ続けるためのマーケティング戦略を構築すること。

イ 市内茶農家、茶商等が有する商品や技術、思いを踏まえつつ、消費者ニーズとのギャップを整理し、各々の規模・商流・強み等に応じて選択・適用できるようセグメンテーションを行い、重点的に狙うべきターゲット層を明確化すること。

ウ 整理したターゲット層ごとに対する訴求方針、提供価値、具体的アプローチ内容を整理し、新たな商品開発や商品改良、販路開拓に関する提案を含めて戦略に反映すること。

エ 戦略については、実践段階を見据え、目標の達成状況を客観的に把握・検証できるよう、適切な指標(KPI)を設定するとともに、効果測定の方法や評価の考え方を整理すること。

オ 静岡県が推進する「JAPAN TEA SHIZUOKA」のブランドコンセプト等をベースとして活用しつつ、静岡市産茶の強みや特性を明確化し、県内他産地との差別化の方向性を示すこと。

カ 構築した戦略は、実践及び市内茶業者による利活用を前提とし、各事業者が自社の特徴を踏まえて具体的な取組に落とし込めるよう、検討手順、判断材料、実行例等を含めた実効性の高い内容とすること。

(3) テストマーケティング等実施業務

ア 本仕様書の「5. 業務内容(2) マーケティング戦略構築業務」で構築したマーケティング戦略に基づき、テストマーケティング等を企画立案し、実施すること。

イ テストマーケティングは、従来型の広報・PRに留まらず、展示会等への出展、首都圏店舗等でのテスト販売、実証的な取組など、実際の購買行動や反応を消費者評価を把握できる、実践的な手法を組み合わせる実施すること。

ウ テストマーケティングを通じて得られた成果や課題を整理・分析し、マーケティング戦略の見直し・改善を行うこと。

(4) 意見交換・協議の場の実施に関する業務

ア 市内茶農家、茶商等をはじめとした茶業関係者による意見交換や協議の場(以下「協議の場」という。)の在り方を検討し、委託者と協議のうえ決定すること。

イ 協議の場への参画を希望する茶業関係者の募集及び参画促進を行うこと。

ウ 協議の場を年3回程度開催し、以下を目的とした意見交換・協議を行うこと。

(ア) マーケティング戦略案に対する意見交換及び各事業者が自社の取組として具体化するための助言・相談対応

(イ) テストマーケティングの企画・実施に関する共有

(ウ) 実施結果を踏まえた評価・改善

エ 本仕様書の「5. 業務内容（2）マーケティング戦略構築業務及び（3）テストマーケティング等実施業務」と密接に連携し、戦略の利活用及び市内茶業者への横展開を促進すること。

6. 成果物 ※提出形式、部数等は発注者と協議のうえ決定する。

- （1）マーケティング戦略（最終版）
- （2）テストマーケティング等実施報告書
- （3）協議の場の開催記録（議事概要等）
- （4）業務全体の報告書（成果・課題・次年度への提案を含む）

7. 業務の進行

- （1）業務開始時に実施体制及び全体スケジュールを提示し、発注者の承認を得ること。
- （2）業務期間中は、定期的に進捗状況を報告し、重要事項については随時協議を行うこと。
- （3）受託者の知見等により随時提案を行いながら業務を行うこと。
- （4）業務内容に変更が生じる場合は、必ず事前に発注者と協議すること。

8. 業務完了報告

受託者は、業務完了後速やかに業務完了報告書（様式は任意とする）を作成し、電子媒体にて、委託者に提出すること。

9. 留意事項

- （1）他の茶関連施策との連携及び整合性の確保

本業務の実施に当たっては、抹茶のブランディングに関する取組、荒廃茶園の再生、有機栽培茶の推進等、本市が実施する他の茶関連施策について、その目的や方向性との整合を意識するとともに、相互連携による相乗効果の創出に配慮すること。

また、これらの施策との連携や方向性の調整により、より高い効果が見込まれる提案がある場合は、委託者と協議のうえ、その内容を本業務に反映すること。

- （2）著作権

作成したデータ（イラスト等含む）は、すべて委託者に帰属するものとし、これを改変して使用することができるものとする。なお、著作権が委託者に帰属する旨は、イラストレーター等に承諾を得ること。また、作成に当たっては、他の刊行物からの無断転載等著作権侵害となるような行為をしないこと。転載等を行う場合は、著作権の帰属について確認し、その利用許諾等適正な手続きを取ること。

- （3）疑義

本仕様書に定めのない事項や疑義が生じた場合は、受託者は速やかに市に報告し、委託者と受託者が協議して決めるものとする。

(4) その他

- ア 業務の実施に当たっては、成果等の達成に向け、効率的な業務遂行を図るとともに、委託者及び本市茶業者と十分な連絡調整を行い、円滑な実施を図るものとする。
- イ 受託者の責任に起因して発生した損害については、受託者の責任において賠償すること。
- ウ 個人情報を取り扱う場合は、関係法令を遵守し、適切な管理を行うこと。
- エ 委託者の指示があった場合には、その指示に従い作業を進めるとともに、いつでもその作業状況の報告を求めることができるものとする。