

宮崎県産品ブランド力強化支援業務仕様書

1 委託業務名

宮崎県産品ブランド力強化支援業務

2 業務目的

本業務は、宮崎県（以下「県」という。）が運用するふるさと納税ポータルサイト及び県内事業者が運営する実店舗や各種ECサイトを戦略的に活用することで、本県産品や本県観光資源のブランド価値を高め、県内事業者の販路拡大及び収益向上を図る。また、デジタルマーケティングを通じて得られたデータや顧客接点を活用し、「持続可能な販売基盤」を整備する。

3 業務委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日までとする。

4 業務内容

(1) 県産品・観光資源のデジタルマーケティングの最適化と販路開拓

①ふるさと納税ポータルサイトコンテンツの最適化

各ふるさと納税ポータルサイトの特性に応じた戦略的な広告運用・ページ改善を行い、県内事業者の商品露出を最大化させること。

②「みやざき物産館 KONNE」ECサイト等の収益向上支援

「みやざき物産館 KONNE」が運用するECサイト等の現状分析を行い、県産品のブランド力を高めるデザイン改修及び成約率向上のための施策を講じることで、県内事業者の直接販売（BtoC）チャネルの強化及び売上拡大を図ること。

③ ふるさと納税を活用した継続的な市場開拓モデル

寄附者の反応やレビューを分析し、一般流通市場への展開に向けたフィードバックを実施し、一過性の寄附に留まらない継続的な取引関係構築に向けたしかけを構築すること。

(2) ふるさと納税戦略の策定及び制度改正への対応

①「事業者の販路拡大」を主眼とした中長期戦略の策定

県内事業者がふるさと納税制度を活用し、県外市場へ販路を広げるためのロードマップを策定すること。

②制度改正への戦略的対応

総務省の制度改正に適切しながら、事業者の利益率確保とブランド価値向上のバランスを最適化した運用モデルを構築すること。

(3) ふるさと納税に係る市場競争力強化及び供給網の構築

①県外市場で通用する新規商品の企画・開発支援

首都圏等の市場ニーズを反映した「売れる商品」の企画・パッケージ開発や、

県産品を組み合わせた本県独自のセット品の開発等を支援し、新たな販路への投入を促進すること。

②価値再構築支援

既存商品に対し、プロモーションの専門知見（写真、コピーライティング等）を投入し、ECサイト及び一般市場における市場競争力を高めること。

③商品の発掘

県外市場において、高い競争力が見込まれる商品を発掘し、①②の支援を実施すること。

(4) 情報発信力の強化とノウハウの蓄積

①県産品の販路拡大に向けたデジタルプロモーション

SNSやWEB広告を効果的に運用し、県産品の露出機会を最大化させ、全国的な認知度向上を図るとともに、一過性に留まらない継続的な販路拡大を推進すること。

②事業者へのノウハウ移転と自走化支援

本業務を通じて得られた売れ筋傾向や顧客分析データを県及び県内事業者に共有し、定期的なフィードバックの場を設けることで、各事業者が自ら販路を拡大できる体制を支援すること。

5 成果品等

- (1) 成果報告書
- (2) 事業実績書、分析集計結果等

6 経費

履行までに要する全ての経費を含む。

7 留意事項

企画全体に当たっては、次のことに留意すること。

- (1) 業務の執行に当たっては、県・受託者等との連携・協力を十分図ること。
- (2) 「4業務内容」の(3)の実施にあたっては、管内市町村が提供している返礼品とのバランスを考慮し、開拓・調整を行うこと。
- (3) 県では当該委託業務のほか、各実施主体と連携した事業を計画している。各々の企画運営・調整は、県と各実施主体で別途行う予定であるが、県からの指示を踏まえ、これらの事業と連動した企画を展開すること。
- (4) 成果品等についての権利は、県に帰属する。
- (5) 受託者は、「4業務内容」における各業務着手前に当該個別業務における業務計画書を作成するなど、県と協議の上、業務を実施するとともに、定期的に進捗状況の報告等を行うこと。