

「かごしま黒豚」ブランド戦略策定に係る業務委託仕様書

1 委託業務の名称

「かごしま黒豚」ブランド戦略策定に係る業務

2 履行期限

令和8年3月6日（金）

3 業務目的

鹿児島県では、平成2年に生産者を中心に組織された鹿児島県黒豚生産者協議会と連携し、「かごしま黒豚」の銘柄確立に取り組み、その結果、「かごしま黒豚」は、平成11年に県のブランド産品に指定され、令和5年に実施された百貨店等のバイヤー調査において、国産銘柄豚の中で総合評価1位になるなど高い評価を得ている。

一方で、消費者段階では、県のブランド産品である「かごしま黒豚」はそれ以外の黒豚との差別化が図られておらず、その品質、それを実現する生産条件、こだわり等に対する消費者の認知は低いことから、「かごしま黒豚」の優位性が十分に示せているとはいえない状況である。

そこで、東京圏の消費者等を対象に「かごしま黒豚」が持つ優位性等を調査・分析した上で、「かごしま黒豚」の認知度が高まり、販売価格の向上（高付加価値化）を実現するためのブランド戦略を策定する。

4 定義

本業務における用語の定義については、次のとおりとする。

(1) 「かごしま黒豚」

次の全ての要件を満たすもの

- ア 鹿児島県黒豚生産者協議会会員が、県内で生産・肥育し、出荷したバークシャー種
- イ 肥育後期に甘しょを10～20%添加した飼料を60日以上給与
- ウ 出荷日齢が概ね230～270日齢

(2) 県産黒豚

- (1)以外で鹿児島県内での飼養期間が最も長いバークシャー種

5 業務内容

(1) 市場調査等

ア 豚肉市場の動向調査

- (ア) 国内の豚肉市場の現状・今後の見通しを整理するとともに、ブランド豚肉の流通動向（販売価格帯、産地、取引関係者、「かごしま黒豚」との競合状況など）を調査する。

(イ) 調査結果を踏まえ、「かごしま黒豚」の強み、弱みを整理・分析する。

イ 「かごしま黒豚」及び県産黒豚に関する調査

(ア) 「かごしま黒豚」及び県産黒豚の流通動向（生産者、出荷先、販売先、販売価格帯、6次産業化の事例、ブランド名など）を調査する。

(イ) 調査結果を踏まえ、「かごしま黒豚」の強み、弱みを整理・分析する。

ウ 東京圏における「かごしま黒豚」等の動向調査

(ア) 東京圏における「かごしま黒豚」及び県産黒豚の流通動向（販売先、販売価格等）、販売段階での課題、東京食肉市場を経由して販売される「かごしま黒豚」の現況を調査する。なお、鹿児島県黒豚生産者協議会は「かごしま黒豚」を年間90頭、東京食肉市場に上場している。

(イ) 調査結果を踏まえ、「かごしま黒豚」の強み・弱みを整理・分析し、東京食肉市場経由で販売される「かごしま黒豚」のPR効果等を検証する。

エ 先行事例調査

他ブランド豚で認知度向上により販売価格の向上（高付加価値化）に成功した事例など、参考となる具体的な取組を調査する。

(2) マーケティング調査及びテストマーケティング

ア 「かごしま黒豚」に対する調査

「かごしま黒豚」の認知度、評価（イメージ）及び購入時のブランド肉の選択基準等について、(ア)及び(イ)を対象に調査する。

(ア) 卸売業者、小売業者、飲食業者等

(イ) 東京圏消費者、県内消費者、本県を訪れる観光客等

イ テストマーケティングの実施

アの調査結果を踏まえ、「かごしま黒豚」の高付加価値化に訴求効果が期待されるターゲット（消費者層等）の絞り込みや「かごしま黒豚」の強みを効果的に生かすツールやPR手法について、テストマーケティング等を実施した上で決定する。

なお、東京圏及び鹿児島県内で実施すること（最低6回、うち東京圏2回以上実施する）。

(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営

(1)及び(2)の調査を踏まえ、「かごしま黒豚」の強み、適切なターゲット選定や発信手法など効果的なPRの方針案を検討するための会議開催に関する以下の業務を行う。

ア 会場確保、設営

イ 会議資料の作成及び議事録の作成

ウ 会議で出された意見の集約及び結果のとりまとめと次回会議への反映（提案）

エ その他、会議運営に必要な事項

(4) ブランド戦略（案）の作成

(1) 及び(2)の調査結果や(3)での検討結果を踏まえ、「かごしま黒豚」の高付加価値化の指針となる効果的で実行性の高い戦略（案）を策定する。

(5) その他、本業務の目的を達成するために必要となる附帯業務

6 成果品

受託者は、業務内容を取りまとめた報告書を履行期限までに委託者へ提出しなければならない。なお、本業務に係る成果品に関する著作権、著作権及び所有権は、全て委託者に帰属するものとし、委託者の承諾を受けないで他に貸与、使用してはならない。

(1) 調査報告書（A 4判縦：1部）

(2) PDFデータ：一式

（報告書内に記載された図表等の元データについても、可能な限り提供すること）

7 その他

業務の実施に当たっては、県と十分協議して進めるものとする。また、必要な一部の修正については応じるものとする。

8 参考

＜「かごしま黒豚」ブランド戦略策定に係る業務スケジュール（想定）＞

想定時期	内容
R7. 8 月	第 1 回検討（趣旨説明，現状・課題確認）
R7. 8 月～9 月	市場調査等，マーケティング調査等
R7. 10 月上旬	第 2 回検討（ブランド戦略の方向性検討）
R7. 10 月～	テストマーケティング（東京圏，鹿児島県内）
R7. 11 月上旬	第 3 回検討（ブランド戦略の骨子（案）検討）
R7. 11 月～R8. 1 月	テストマーケティング（東京圏，鹿児島県内） ブランド戦略案の作成
R8. 2 月上旬	第 4 回検討（ブランド戦略（案）の決定）
R8. 3 月 6 日	履行期限（報告書の提出）
R8. 3 月	「かごしま黒豚」ブランド戦略の決定