

「つや姫」CM制作・CM発表会開催等業務委託 ＜企画提案指示書＞

1 業務の目的

第6次「つや姫」ブランド戦略に基づき、「つや姫」ブランドの再活性化に結び付くテレビCM等を制作し、大消費地である関東圏を中心にテレビCMを放映するとともに、話題性の喚起を狙ったメディア向けCM発表会の開催及びテレビCM出演者を活用した新米プロモーションを展開することで、現在のファンを維持しながら新たなファンとして期待される若年層等のファンの拡大とブランド力をさらに高めることを目的とする。

2 業務委託期間

契約締結日から令和9年3月31日

3 主な業務委託内容

- (1) テレビCMの制作（15秒及び30秒）
- (2) キャスティング
- (3) CMの出稿・放映
- (4) CM発表会の開催
- (5) CM連動グラフィック制作等
- (6) 新米プロモーションの展開

4 業務内容

下記（1）～（6）の項目に沿って留意事項を確認のうえ企画提案を行うこと。

（1）テレビCMの制作（15秒及び30秒）

- ① 村田吉弘氏の継続起用に加え、新たな出演者を起用した15秒及び30秒のテレビCMと撮影メイキング動画等の制作
- ② 放送局に納入する際のCM素材ダビング

【提案にあたっての留意事項】

- テレビCMのコンセプト
 - ・ 現在のファンや新たなファンとして期待される若年層等の消費者（以下、若年ターゲット層等という。）の関心や生活様式等について十分に分析すること。
 - ・ 「つや姫」ブランドを再活性化し、ブランドイメージをさらに高めるとともに、現在のファンを維持しながら、若年ターゲット層等に訴求するものであること。
- テレビCMの出演者の起用
 - ・ 村田吉弘氏の継続起用に加えて、新たな出演者を起用すること。
ただし、現作品（令和5年度制作）に出演する阿川佐和子氏の起用も可能とする。
 - ・ 新たな出演者は、「つや姫」に対する高い信頼や共感を得られる人材であること。

(2) キャスティング

① 村田吉弘氏及び新たなテレビCM出演者との出演契約

- ・ 契約内容は次のとおり。

【契約内容】

令和8年10月1日から令和9年3月31日までの間、テレビ放映及びCM発表会への出演のほか、販促資材（ポスター、リーフレット等）、推進本部公式ホームページ、その他雑誌等、全ての広告媒体へのCM素材の活用を可能とするオール媒体契約。

（※契約締結日から令和8年9月30日までは競合排除期間と設定）

(3) CMの出稿・放映

① 「つや姫」の15秒CM素材を、関東圏等でテレビ放映

- ・ テレビ放映における必須条件は次のとおり。

	放送局	放映エリア	放映期間
関東圏	民放関東キー局1局以上	関東広域圏	10月中旬以降 (新米出荷時期) 4週間以上

② 「つや姫」の15秒CM素材を、WEB媒体で配信

【提案にあたっての留意事項】

- テレビCM出稿計画
 - ・ 「つや姫」のターゲットユーザーの視聴率が高く、かつ相乗効果を発揮する出稿方針を定め、それに基づく具体的な出稿計画を提案とすること。
- WEB媒体の選定
 - ・ 若年ターゲット層等に訴求する媒体であること。
- 西日本での放映・配信
 - ・ 第6次「つや姫」ブランド戦略では、西日本における販売強化の方針を示しているため、必須ではないものの、西日本での放映・配信を検討すること。

(4) CM発表会の開催

- ① 都内イベントホール等を会場としたテレビCM出演者の出演によるCM発表会の企画・運営
- ② ニュースリリースの作成・配信等、メディア向けPR業務の実施

(5) CM連動グラフィックデータ制作等

- ① CMイメージと連動したポスター及びリーフレットのグラフィックデータの制作
- ② ポスター及びリーフレットの印刷等
 - ・ 印刷部数、リーフレットの仕様は次のとおり。

【印刷部数】

A1版：ポスター500部 B3版：ポスター7,000部 リーフレット：30万部

【リーフレット仕様】

- サイズ：112×112mm ページ数：4 ページ 仕上げ加工：二つ折り
- ・ 指定された配送先（約 100 箇所）に納品すること。

（6）新米プロモーションの展開

- ① 新たなテレビCM出演者を活用した効果的な新米プロモーションの実施

【提案にあたっての留意事項】

- 効果的なプロモーションの展開
 - ・ テレビCMとの相乗効果があり、ファンの拡大と定着が期待できること。

5 その他

- （1）別添の＜企画提案必須事項＞については必ず提案し、その他必要に応じて資料を補足すること。

「つや姫」CM制作・CM発表会開催等業務委託 ＜企画提案 必須事項＞

1 実施体制

企画提案内容を確実に実行できる組織体制と、県内での円滑な打ち合わせや連絡体制であること。

2 テレビCMの制作（15秒及び30秒）

（1）対象消費者の把握・分析

テレビCMの制作にあたり、現在のファンや若年ターゲット層等の関心や生活様式等を的確に捉えること。

（2）CMのコンセプト（基本的な考え方）

「つや姫」ブランドを再活性化し、ブランドイメージをさらに高めるとともに、現在のファンを維持しながら、若年ターゲット層等に訴求するものであること。

（3）新たな出演者と起用理由（※3案まで提案可能）

「つや姫」に対する高い信頼と共感を得られる人材であること。

（4）ストーリーボード（※15秒版で作成、3案まで提案可能、A3用紙で提案すること）

「つや姫」のブランドイメージをさらに向上させ、現在のファンを維持しながら、若年ターゲット層等に訴求する内容であること。

3 キャスティング

出演者各々と円滑にコミュニケーションを図り、事業の遂行のために必要な契約を得られること。

4 CMの出稿・放映

（1）テレビCM出稿計画（出稿の考え方、放送局、放映期間、放映時間帯、出稿量 等）

「つや姫」のターゲットユーザーの視聴率が高く、かつ相乗効果を発揮する出稿計画であること。

（2）WEB媒体の選定

若年ターゲット層等に訴求する媒体であること。

5 CM発表会の開催

テレビCMとの相乗効果があり、話題性の喚起が期待できること。

6 CM連動グラフィックデータ制作等

指定の仕様、部数で制作・印刷、納品を行うこと。

7 新米のプロモーションの展開

テレビCMとの相乗効果があり、ファンの拡大と定着が期待できること。

8 対象経費見積

事業全体にかかる経費及び各提案内容別の経費内訳を明示し、提案した内容全てを実施するのに必要な経費をもれなく記載すること。