

「かごしま黒豚」ブランド戦略策定に係る業務委託
質問書への回答

No.	質問項目	質問	回答
1	実施要領3 参加資格要件	JVでの参加は可能でしょうか。また、参加可能である場合の参加要件はありますでしょうか。	共同提案の場合は、以下に掲げる項目を全て満たすことを要件とします。 (1)代表者を1者選定することとし、代表者と全ての構成員が「実施要領3 参加資格要件」を全て満たす者であること。 (2)各構成員が、他の構成員として又は単独で本業務に参加していないこと。 (3)本業務を受託するに当たっての各構成員の役割を別添「(参考様式)委託業務共同企業体協定書」に記載すること。 (4)共同企業体に係る協定書を締結していること、又は本業務の契約の締結の日までに協定書の締結を予定していること。(参加申込みに当たり協定書又は協定書案の写しを添付すること。)
2	実施要領5(5) スケジュール	審査(プレゼンテーション)について「7月中旬頃」との記載がございますが、スケジュール確保のため、候補日程をご教示いただくことは可能でしょうか。	審査(プレゼンテーション)は、一次審査の実施を想定し、現時点で7月28日又は29日での開催を計画しています。
3	実施要領10(5) 契約	実施要領には、「委託契約に係る業務の全部を一括して第三者に委託してはならない」とございますが、業務の一部(テストマーケティングやマーケティング調査にかかる業務等)を第三者に再委託することについて、制約はあるでしょうか。	一部再委託については可能ですが、契約時にその範囲や内容、相手方等を委託者(県)と協議することとします。
4	実施要領10(5) 契約	企画コンペ実施要領10契約(5)において、「委託契約に係る業務の全部を一括して第三者に委託してはならない。」との記載がありますが、業務の円滑な遂行のために外部の事業者の一部を再委託することは可能でしょうか。	企画提案時に再委託が見込まれる場合は、その範囲や内容、相手方等を提案書に記載してください。
5	仕様書3 業務目的	鹿児島県庁様の中で、現状「かごしま黒豚」を売る上で最も大きな課題だと感じられている部分はどこなのかご教示ください。(例:知名度の低さ、価格納得性、競合が強い、流通の少なさ、販路拡大するための人手不足など)	価格納得性の向上が重要な課題であると考えております。 その課題解決のため、品質、それを実現する生産条件等に対する消費者の認知度向上を図る必要があると考えています。

No.	質問項目	質問	回答
6	仕様書3 業務目的	現在の相場価格はどれくらいで、それを将来的にどれくらいまで上げたいと考えているのか、ご教示ください。	「かごしま黒豚」は相対取引が主であり、公表データがないため、お答えできません。
7	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	鹿児島黒豚とかごしま黒豚が同時期に商標登録されている理由はなぜですか。鹿児島黒豚の定義についても知りたいです。	類似した商品が出回ることを防止するため、「鹿児島黒豚」についても図形商標として登録しております。 「鹿児島黒豚」については、産地と黒豚を組み合わせた名称であり、銘柄食肉の表示として、精肉店などで利用されており、県黒豚生産者協議会の会員が生産した「かごしま黒豚」であっても「鹿児島県黒豚」として、店頭で販売される事例があります。 このため、本業務においては、「かごしま黒豚」と「県産黒豚」とを分けて定義しております。
8	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	現在、商標登録済の名称と証明書、現在使用しているツールを全て教えてください。また、その画像素材をご提供ください。	本県が「かごしま黒豚」関連で所有する商標は4つあり、別紙1のとおりです。 「かごしま黒豚」の関連ツールとしては、鹿児島県黒豚生産者協議会（以下、「県黒豚生産者協議会」という）のHP（URL: https://www.k-kurobuta.com/ ）、公式Instagramアカウント（ https://www.instagram.com/kagoshima_kurobuta/ ）があります。また、県黒豚生産者協議会が所有する販促資材（別紙2）やPR動画等があります。 なお、ご提案にあたり県黒豚生産者協議会の画像等を使用する場合は、協議会事務局へお問い合わせください。
9	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	六白豚の定義が各サイトで曖昧なのですが、六白豚についてはどのような理解でいたらよいでしょうか。	六白とは、黒豚（バークシャー種）の外貌的特徴（顔、四肢端及び尾端が白い）を指したものであり、黒豚のブランド名に利用されている事例（例：六白黒豚）がございます。
10	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	かごしま黒豚と県産黒豚の成分の違いや味の違いについての情報があれば、教えてください。	両者を比較することを目的とした試験等の情報は持ち合わせておりません。 なお、かごしま黒豚に関する情報は、県黒豚生産者協議会HP（URL: https://www.k-kurobuta.com/ ）や鹿児島大学の調査結果（参考：別紙3）等があります。
11	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	どうして「かごしま黒豚」の表記になったのか教えてください。	本県では、平成元年度から「かごしまブランド」確立運動を展開しており、県を代表する農畜産物を「かごしまブランド産品」として指定しています。鹿児島県産であることをわかりやすく表示し、安心して購入していただくため、「かごしまの〇〇（産品名）」のネーミングとしていたことから、平仮名表記とされたようです。
12	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	1999年に“かごしま黒豚”という名称に商標登録をされていますが、これまでの県が主導したブランド向上に資する活動を教えてください	本県では、昭和46年から黒豚の系統造成を開始し、これまで4つの系統豚を造成するなど、種豚改良に取り組んでいます。また、平成11年には、「かごしま黒豚」を県のブランド産品に指定しています。なお、「かごしま黒豚」のブランド向上に資する取組として、県では、「かごしま黒豚」の生産者等で組織する県黒豚生産者協議会と連携して取り組んでおり、詳細は県黒豚生産者協議会のHP（URL: https://www.k-kurobuta.com/ ）や南日本新聞社発行の「かごしま黒豚物語」等をご参照ください。

No.	質問項目	質問	回答
13	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	「かごしま黒豚」は、鹿児島県内以外だとどの都道府県で最も食べられているのでしょうか。	「かごしま黒豚」の都道府県別の消費量は承知しておりませんが、県黒豚生産者協議会によると、令和5年度の「かごしま黒豚」の流通先割合は、関東が約4割、県内が約2割、近畿と九州(鹿児島県除く)がそれぞれ約1割を占めております。
14	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	県または黒豚生産者協議会において過去に実施された「かごしま黒豚」関連の調査(認知度、販路、消費者評価等)があれば、提供いただくことは可能でしょうか？	「かごしま黒豚」の流通割合については、No.13の回答をご参照ください。 なお、県や県黒豚生産者協議会において、認知度や消費者評価について調査した実績はありません。
15	仕様書4(1) 「かごしま黒豚」	東京圏における「かごしま黒豚」の流通量(年間90頭)という規模について、今後の拡大意向や現状制約(物流・販路・需要面等)があればお知らせください。	「かごしま黒豚」の流通割合が多い東京圏については、今後も主要な流通先であると捉えております。なお、年間90頭の流通量は、県黒豚生産者協議会が東京食肉市場に定期的に上場している頭数となります。
16	実施要領4(2) マーケティング調査及びテストマーケティング	テストマーケティングにあたり、「かごしま黒豚」の流通関連事業者との連携(試作品や商品の調達など)も必要になる可能性があるかと想定いたします。そうした、テストマーケティング対象となる商品等の調達にかかる協力事業者については、ご指定がございますでしょうか。もしくは提案段階において協力先を含めた体制について提案すべき事項でしょうか。	テストマーケティング対象となる商品等の調達に関して、県から「かごしま黒豚」流通事業者の指定はありません。なお、流通関連事業者との連携が必要な場合は、その協力先を含めた体制についてご提案ください。
17	仕様書5(2) マーケティング調査及びテストマーケティング	業務委託仕様書内の、「業務内容」イ、ウについて、「かごしま黒豚」だけでなく「県産黒豚」に関しても調査を実施するよう記載があるが、「県産黒豚」の調査を行う目的はなにか。 「かごしま黒豚」が「県産黒豚」との差別化を図るためか、「県産黒豚」も「かごしま黒豚」と同様に売り出したいのか。	ご推察のとおり、「かごしま黒豚」と「県産黒豚」との差別化を図ることが目的です。

No.	質問項目	質問	回答
18	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	「かごしま黒豚」のマーケティング調査対象の、消費者サイド(イ)に関して、鹿児島以外は東京圏の消費者と絞られている理由は何でしょうか。東京圏に注力して売っていきたいというご意向がごありなのでしょうか。 あわせて、「本県を訪れる観光客」というのは、日本人・外国人問わずでしょうか、もしくは、どちらかに重きを置いて売っていきたいなどのご意向はございますでしょうか。	ご推察のとおり、東京圏で「かごしま黒豚」の認知度をあげることが有効だと考えております。本戦略は、国内における「かごしま黒豚」の高付加価値化を目指すために策定するものですが、本県を訪れる観光客に関しては、日本人・外国人のいずれかに重点を置くなどの想定はしていません。
19	仕様書5(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」の調査結果を踏まえ、とありますが、テストマーケティングを効果的に実施するために、調査と平行しての実施は可能でしょうか。	可能です。
20	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	また、中間業者サイド(ア)に関して、消費者サイドと同様に、東京圏および鹿児島県内に対象を絞るご想定でしょうか。それとも、全国規模での調査をお考えでしょうか。	中間業者に関して、対象の指定は当方では行いません。提案されるマーケティング調査等の目的に合致した調査対象となっていれば構いません。
21	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	消費者調査に際し、県または関係機関が保有する既存の調査対象リスト(東京圏・観光客など)はございますか。	既存の調査対象リストはございません。
22	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	現時点で、「かごしま黒豚」の競合ブランド豚肉として、具体的にどのような銘柄を想定されていますでしょうか。(例:アグー豚、もち豚 など) 加えて、海外産ブランド豚(例:イベリコ豚など)も競合に含まれるご認識でしょうか。また、ノーブランドの国産豚肉なども競合対象となりますでしょうか。	競合ブランド豚肉としては、「かごしま黒豚」以外の県産黒豚やその他、首都圏で販売されている海外産ブランド豚や国産銘柄豚を想定しています。 なお、国産豚肉については、消費者の節約志向により、国産銘柄豚肉から比較的安価な国産豚肉へ需要がシフトするといった競合は想定されます。

No.	質問項目	質問	回答
23	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	テストマーケティングにおいて、商品改良、販促資材制作、限定販売等の実施に関して、どの程度まで自由度が認められるか明示いただけますか。	テストマーケティングの方法等に係る当方からの指定は特にございません。
24	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	東京圏・鹿児島県内におけるテストマーケティング実施場所の確保・協力店舗紹介など、県による支援の可否についてお聞かせください。	テストマーケティング実施場所については、受託者が確保することとし、県による支援等はございません。
25	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	すでに把握されている、東京圏でかごしま黒豚が大きく売り場を持っていたり、大きな売上を誇る店舗等あれば、ご教示いただけますか。	「かごしま黒豚」の販売店舗に関しては、県黒豚生産者協議会において「かごしま黒豚」販売指定店制度に基づき、一定量以上の取扱い量のある店舗を指定しています。 「かごしま黒豚」販売指定店は、県黒豚生産者協議会のHP(URL: https://www.k-kurobuta.com/)で確認ください。
26	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	実施回数の仕様はございますが、日数の想定はありますでしょうか。例えば、週末(土日の2日間)に開催した場合、1回のカウントでしょうか。それとも2回のカウントでしょうか。	日数の想定はありません。 例示された週末(土日の2日間)に開催した場合は1回とカウントします。
27	仕様書5(2) マーケティング調査及びテスト マーケティング	実施回数が最低6回(うち東京圏2回以上)と記載がありますが、回数の考え方についてご教示ください。 例えば、6店舗の調査協力店が集まるショッピングモールにおける週末でのテストマーケティングを実施する場合、1週末を1回として×6回実施すると考えるべきでしょうか。それとも、1店舗でのテストマーケティングを1回と考え、6店舗で実施すれば6回実施したとみなされるのでしょうか。	テストマーケティングについて、目的や手法が同一の場合は、1回とカウントします。 今回、例示されている2事例はいずれも1回とカウントします。

No.	質問項目	質問	回答
28	実施要領4(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営	ここでいう「会議」とは、県事務局の皆様との定例MTGのようなものを指すのでしょうか。それとも、外部有識者や県担当部局等を含めた会議体を想定しているのでしょうか。	構成メンバーについては、鹿児島県畜産振興課(約5名)に加え、必要に応じて生産者団体等からの参加(約3名)を想定しています。また、議論をスムーズに進め、参加者全員が積極的に議論に参加できるような検討会としてください。 なお、生産・流通・販売等に関する専門的な知見を有する有識者を招集し、ブランド戦略(案)の検討に参加されることを妨げるものではありません。
29	仕様書5(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営	ブランド戦略策定会議には、どのような人が出席する予定か、何人規模の会議を想定されているか教えてください。	
30	仕様書5(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営	会議で招致する委員や、その人数の想定はありますでしょうか。	
31	仕様書5(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営	ブランド戦略策定に係る会議の構成メンバー(県職員、協議会、流通・販売関係者等)と、ファシリテーション上配慮すべき点があればご教示ください。	
32	仕様書5(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営	自治体側で想定されている会議の参加者とおおよそ人数はありますでしょうか。	
33	仕様書5(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営	会議の構成員(メンバー)は委託者様が選定されますか、それとも提案でしょうか。また、委託者様が選定される場合、想定されているメンバーをご教示いただけないでしょうか。	
34	仕様書5(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営	会議はリアル開催の想定でしょうか。オンラインやハイブリッド開催の希望等がありますでしょうか。	開催形式に関して指定はありませんが、オンライン参加が可能な環境の確保を必須としています。開催される会議が円滑に議論を深めることができる開催形式を御提案ください。
35	仕様書5(3) ブランド戦略策定に係る会議の運営	会場に関して、県庁舎の会議室を利用することは可能でしょうか。	本企画提案に関して、県庁舎の会議室を利用しない前提で作成ください。

No.	質問項目	質問	回答
36	仕様書5(4) ブランド戦略案の作成	本業務によって策定されるブランド戦略の活用目的や、県として最も重視するターゲット層(消費者属性・業種等)があればご教示ください。	本ブランド戦略は、県における「かごしま黒豚」振興の施策立案に活用する予定です。 現時点では、「かごしま黒豚」が最も多く流通している東京圏の消費者を最も重視しており、今回のマーケティング調査等により、より具体的なターゲット層を検討していきたいと考えております。
37	仕様書5(4) ブランド戦略策の作成	現時点で特に重要視しているターゲットはありますでしょうか。	現時点では、「かごしま黒豚」の流通量が多い東京圏の消費者を有力なターゲットの1つとしており、今回のマーケティング調査等により策定される戦略においては、より明確なターゲットが盛り込まれるものと考えています。
38	仕様書6 成果品	成果物の著作権が委託者に帰属することは承知しておりますが、当該成果物の知見を汎用化して他地域への横展開等で活用することは許容されますか。	現時点で成果物がないため、可否を判断することはできません。
39	仕様書8 参考	検討会の実施時期や開催回数について、効果的な実施とすることを目的として時期や回数を変更することは可能でしょうか。	市場調査、マーケティング調査等を踏まえ、令和7年10月上旬にブランド戦略の方向性が検討できること。また、その後、テストマーケティング等を踏まえ、令和8年2月上旬にブランド戦略(案)の検討・決定ができるプロセス・スケジュールの提案となっていれば問題ありません。
40	仕様書8 参考	スケジュールにおける各検討会の開催時期やテストマーケティング実施時期について、調整の余地(相談可能性)はありますか？	
41	実施要領9(2) 別表1 審査項目及び審査内容	マーケティング調査の審査内容において「回答数が仕様書と合致しているか」とあるが、この「回答数」とは何を指しますでしょうか。	「回答数」については「回数」が正です。 ※県HP掲載データは修正後のものに差し替え済みです。
42	実施要領9(2) 別表1 審査項目及び審査内容	仕様書5-(2)マーケティング調査及びテストマーケティングの評価で示している「回答数」はテストマーケティングの実施回数の認識でよろしいでしょうか。	
43	実施要領9(2) 別表1 審査項目及び審査内容	ブランド戦略の審査・採択にあたって、最も重視される評価軸(実効性、革新性、政策適合性など)についてご教示ください。	実施要領9(2)の別表1の審査内容で審査しますが、業務目的等の理解がなされていることが必要不可欠と考えております。

No.	質問項目	質問	回答
44	実施要領9(2) 別表1 審査項目及び審査内容	業務遂行において、県・協議会・受託者の役割分担が事前に定められている場合は、その概要をご教示ください。	仕様書5に記載の業務内容を受託者が実施することを想定しております。 具体的には、各種調査結果等を受託者において取りまとめ、ブランド戦略策定に係る会議等に県（必要に応じて生産者団体等）が参加、検討を進め、その結果を踏まえ、ブランド戦略（案）を策定することとしております。
45	実施要領9(2) 別表1 審査項目及び審査内容	「追加提案」について、評価対象となる内容・範囲・期待水準等があればご教示ください。	追加提案に関しては、「かごしま黒豚」が差別化される新たな視点やアイデアがあるか、予算、期間、体制面などから提案が実行可能であるか、「かごしま黒豚」の価値をより高める内容か、といった点を中心に審査する予定です。
46	その他	策定後のブランド戦略はどのような体制（県内外関係者含む）で実行・推進されることを想定していますか。	本ブランド戦略の内容により、実行体制や推進手法は異なると考えますので、現時点で具体的な想定はありません。

商標登録状況

出願・登録した国等		出願した商標	出願申請日	現状
国内	日本	 かごしま黒豚証明書	H10.3.18	商標登録 H11.4.2(H31.4.2更新) 登録No 4256267 有効期限 10年間(R11.4.2)
	日本	 ミニシール	H10.3.18	商標登録 H11.4.2(H31.4.2更新) 登録No 4256268 有効期限 10年間(R11.4.2)
	日本	〔  かごしま黒豚 〕	H10.3.18	商標登録 H11.4.2(H31.4.2更新) 登録No 4256269 有効期限 10年間(R11.4.2)
	日本	〔  鹿児島黒豚 〕	H10.3.18	商標登録 H11.4.2(H31.4.2更新) 登録No 4256270 有効期限 10年間(R11.4.2)

「かごしま黒豚」関連のPR資材（その1）

○ 鹿児島県黒豚生産者協議会（黒豚協） ポスター、のぼり等の作成 販売指定店等でPRに活用



食べ歩きMAP
(令和6年度改訂)



ポスター(令和5年度作成・6年度配布)



A4 三つ折りリーフレット(令和5年度作成・6年度配布)



エコバック
(令和3年度作成)

のぼり・ミニのぼり
(平成30年度作成)

「かごしま黒豚」関連のPR資材（その2）



かごしま黒豚販売指定店証



かごしま黒豚販売指定店看板



「食と健康」 維新—ウェルネス鹿児島大学

本当に美味しいかごしま黒豚のヒミツ

鹿児島大学・農学部・農業生産科学科 教授 大塚彰



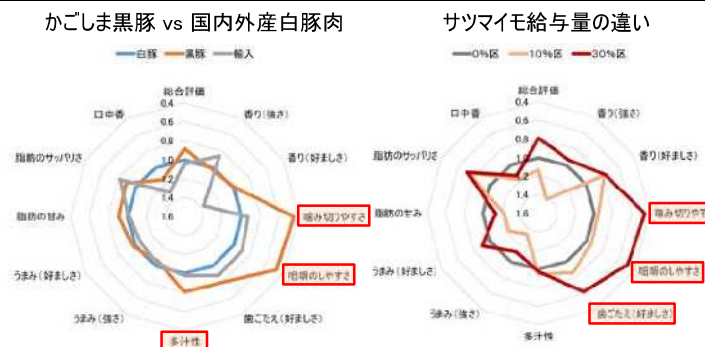
かごしま黒豚肉の美味しさを科学的に証明

★甘味・旨味アミノ酸が豊富



かごしま黒豚、国産白豚、カナダ産白豚肉の遊離アミノ酸含量の比較。
かごしま黒豚肉にはトレオニン(甘味)とグルタミン酸(旨味)が突出して多い。

★食べ比べても違いがハッキリ



かごしま黒豚は、国内外産白豚肉と比べてやわらかい(左)。そして、サツマイモ給与量を増やせば、かごしま黒豚肉のやわらかさがさらに増す(右)。

★サツマイモで味成分を改変

甘藷給与量の違いが 有意な影響を及ぼした物質	飼料の甘藷の配合割合				味と食感
	0%	10%	20%	30%	
アラニン	100	102	57	80	甘味
グルタミン	100	121	83	77	甘味
トレオニン	100	111	58	87	甘味
4-ヒドロキシプロリン	100	100	55	71	硬さ
クエン酸	100	71	119	95	酸味
リンゴ酸	100	106	88	53	酸味
コハク酸	100	111	103	64	旨味
ヒスタミン	100	94	163	108	苦味
バリン	100	112	172	110	苦味

甘藷0%区を100とした相対値に換算。赤色は最大値を、青色は最小値を表している。

かごしま黒豚を甘藷(サツマイモ)含量0~30%の飼料で肥育した結果、10%で最も味成分が多くなった。30%では明らかにサツマイモの味いとなる可能性もある。



★かごしま黒豚肉の特徴

- ★呈味性アミノ酸を豊富に含有
- ★サツマイモで特徴付け可能
- ★ソフトでジューシー
- ★ビタミンB1が多い



農研機構 国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構生物系特定産業技術研究支援センター支援
革新的技術開発・緊急展開事業(うち地域戦略プロジェクト)実証研究型H28~30年度
「医福食農連携」による鹿児島県産農畜産物等の消費拡大に向けた高付加価値食品の開発 by 「医福食農連携」チームかごしまコンソーシアム