

令和4年度「食材王国みやぎ」魅力発信プロジェクト業務
(情報誌・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務) 仕様書

第1 委託業務の名称 令和4年度「食材王国みやぎ」魅力発信プロジェクト業務(情報誌・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務)

第2 委託期間 契約締結の日から令和5年3月24日まで

第3 業務の概要

県内の食材の生産及び製造現場においては、復旧・復興が進展し、県産品の安定供給体制が整いつつあることから、県では、県産農林畜水産物の安全性に関する正確な情報発信と、各種媒体を活用した県産品の広報を実施してきた。しかしながら、いまだ県産品の需要の落ち込みは解消されていない状況にあることから、施設や生産体制の回復に合わせた販売促進の実現に向けた、風評被害の早期払拭が喫緊の課題となっている。

本業務は、「宮城といえば多彩で豊富な『食』を創出する県」という地域イメージの確立と風評被害の払拭を目的に、情報発信に加えて実際に県産品に触れる場の創出及び誘導を図ることによって、観光資源とともに「食材王国みやぎ」の魅力を発信していくものである。

第4 業務の内容

「食材王国みやぎ」の魅力をPRすることを目的に、次のことを実施すること。

なお、訴求食材及び掲出時期については、別添の「情報誌・飲食店等を活用した魅力発信・魅力体感業務：訴求食材及びスケジュール」を参照のこと。

1 県産食材の利用拡大のための実需者向け情報発信

首都圏の料理人、料理教室主宰者、食材の仕入れ担当者及び流通関係事業者等の実需者を対象に、県産食材の魅力を伝えるための情報発信を行い、首都圏の飲食店・小売店等での県産食材の利用・取引の拡大を図る。

イ 情報発信の方法・内容

(イ) 情報発信の方法は、生産地の視察、試食提供、生産者及び影響力のある料理人による県産食材の魅力PR(調理デモンストレーション、地元ならではの食べ方・料理紹介なども含む)、情報誌への記事掲載など、実需者が関心を持つような魅力あるものとする。

(ロ) 情報発信の内容は、県産品の安全性や品質、おいしさ、生産手段での創意工夫及び生産者の人柄等を伝えるものとする。

(ハ) 情報発信の回数は年4回以上とし、実施時期は発注者と協議の上決定すること。

ロ 情報発信の企画・調整

(イ) 県産食材の流通経路を確保、提案するなど、継続取引につながる工夫をすること。

(ロ) 取材を行う場合は、取材の趣旨や聞き取り内容を事前に取材先に連絡の上、承諾を得てから訪問するとともに、食材や生産者の写真撮影も行うこと。

(ハ) 関係者との連絡調整を行うこと。

(ニ) 必要な試食材料費、謝金、交通・宿泊・食事費等の一切の費用は委託金に含む。

ニ アフターフォロー等

- (イ) 実需者等からの問合せや県産品の購買等のサポートを行い、県産食材の利用促進を図ること。
- (ロ) アンケート調査及び県産食材の取引実績等の調査を実施すること。

ホ 代替案の提案

新型コロナウイルスの影響により実施できない場合の代替案を予め立案して提案すること。なお、代替案は、情報発信の対象者数を増やすなど、原案と同等の効果が見込める内容とすること。

2 県産食材を使用した飲食店等でのフェア開催

県産食材を使用した飲食店等フェアを開催し、県産食材の魅力を効果的に発信すること。

イ 飲食店等フェア内容

開催場所	開催時期	開催規模	フェア期間
首都圏	5月から9月	10店舗程度以上	おおむね1か月以上

ロ 飲食店等フェアの運営

- (イ) フェア参加店に使用を誘導する県産食材は、別添の「情報誌・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務：訴求食材及びスケジュール」に記載のとおりとするが、発注者と相談の上、決定すること。
- (ロ) フェア参加店の選定は、受注者が行い、発注者と協議の上、決定すること。
 なお、フェア参加店選定に際しては、各店に対し県産食材を紹介する機会を必ず設けること。
- (ハ) 県産食材の流通経路を確保、提案するなど、継続取引につながる工夫をすること。
- (ニ) フェア参加店は、県産食材の魅力を富裕層に対し効果的に発信することができ、話題性がある、信頼性がある、有名店であるなど訴求効果の高い店舗を活用し選定すること。
- (ホ) フェア開催前に、フェア参加店のフェア提供メニューを発注者が確認できる機会を設けること。
- (ヘ) フェアへの参加に際し、飲食店等からの負担金等は徴収せず、フェアに係る費用は、原則委託金で精算すること。
- (ト) フェアで使用する県産食材は、フェア参加店の買い取りとする。ただし、メニュー開発用のサンプル食材の費用については、委託金に含むものとする。
- (チ) フェア開催中は、1週間に1回程度、フェア参加店のフェアメニュー提供状況等の確認を行うとともに、発注者あて報告すること。また、フェア終了後はフェア参加店におけるメニュー提供状況及び県産食材利用状況を発注者宛て報告すること。

ハ 広報宣伝

- (イ) 上記ロ(ニ)の店舗にふさわしい訴求効果の高い情報誌を活用し、フェアの開催及び県産食材の魅力について周知を図ること。
- (ロ) 見開き2ページ以上の十分なスペースに、4色カラーで掲載すること。
- (ハ) 上記の(イ)及び(ロ)によるほか、WEB媒体やSNSの活用等により、フェア周知を図ること。
- (ニ) フェアのパンフレットやチラシ、POP等を作成し、フェア参加店舗及び集客に効果的な場所に配架すること。

ニ 代替案の提案

新型コロナウイルスの影響により実施できない場合の代替案を予め立案して提案すること。なお、代替案は、参加者数を増やすなど、飲食店等フェアと同等の効果が見込める内容とすること。

3 県産食材等販売促進のための小売店でのフェア開催

県産食材等の販売促進のために小売店でのフェアを開催し、県産食材及び県産品（加工品）の魅力、安全性・品質を効果的に発信すること。

イ 小売店フェア内容

開催場所	開催時期	開催規模	フェア期間
首都圏	10月から2月	40店舗程度以上	各店舗おおむね 1週間以上

※但し、開催規模及びフェア期間については、上記と見合うものであれば、発注者と協議の上、変更することを可能とする。

ロ 小売店フェアの運営

- (イ) フェアで参加小売店へ販売を誘導する県産食材等は、別添の「情報誌・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務：訴求食材及びスケジュール」に記載のとおりとするが、発注者と相談の上、決定すること。
- (ロ) SDGsに留意し、第三者認証制度GAPの認証農畜産物及び有機JAS認証農産物並びにASC認証及びMSC認証取得水産物等を積極的に活用するものとする。
- (ハ) フェア参加小売店の選定は、受注者が行い、発注者と協議の上、決定すること。
なお、フェア参加小売店選定に際しては、各小売店に対し県産食材等を紹介する機会を必ず設けること。
- (ニ) 県産食材の流通経路を確保、提案するなど、継続取引につながる工夫をすること。
- (ホ) フェアの参加に際し、小売店からの負担金等は徴収せず、フェアに係る費用は、原則委託金で精算すること。
- (ヘ) フェアで販売する県産食材等は、フェア参加小売店の買い取りとする。ただし、フェア開催の検討のためのサンプル食材等の費用については、委託金に含むものとする。
- (ト) フェア開催後、フェア参加小売店の販売状況等の確認を行うとともに、発注者あて報告すること。

ハ 広報宣伝

- (イ) フェア開催期間中に、店内等において、生産者等が消費者へ、食材をPRする機会を1回以上持つこと。
- (ロ) フェアの開催について、新聞広告へのチラシの折り込みやプレゼントキャンペーン、メディア訪問、WEB媒体やSNSの活用等により、様々な方法で効果的に誘客を図ること。
- (ハ) フェア参加小売店舗内で消費者に県産食材をPRできるツール等を作成し、配架すること。

ニ 代替案の提案

新型コロナウイルスの影響により実施できない場合の代替案を予め立案して提案すること。なお、代替案は、参加者数を増やすなど、小売店フェアと同等の効果が見込める内容とすること。

4 観光資源と連動した情報発信及び購入・誘客促進のための独自提案

食を主な目的とした観光に関心のある首都圏の消費者を対象に、情報誌または WEB サイトを活用した情報発信を行い、県産食材及び県産品（加工品）の認知度向上並びに県内の食関連の観光産業や外食産業への誘客を図ること。また、購入や誘客に繋がる独自提案を行うこと。

イ 情報発信の仕様

- (イ) 記事または企画を掲載する媒体は、全国規模で広く普及・閲覧されている、食や観光関連の情報誌または WEB サイトとする。
- (ロ) 記事または企画の掲載は年 1 回以上とする。
- (ハ) 県産食材及び県産品の魅力を、県内の観光資源と連動した形で伝える内容とすること。

ロ 購入・誘客促進のための独自提案

- (イ) 掲載誌面または企画ページから、県産食材及び県産品（加工品）や食関連の旅行商品等が購入できるよう、誘導を図ること。
- (ロ) HP、通販サイト又はカタログ等を活用し、県産食材及び県産品（加工品）または旅行商品等の販売先を開拓・創出すること。
- (ハ) 2 や 3 の事業との相乗効果が期待できるものであることが望ましい。
- (ニ) SNS を活用した情報発信等により集客強化及び購入促進を図ること。

ハ 代替案の提案

新型コロナウイルスの影響により実施できない場合の代替案を予め立案して提案すること。なお、代替案は、情報発信の対象者数を増やすなど、原案と同等の効果が見込める内容とすること。

第 5 包括的事項

- 1 上記事業間の連動により、効果的な事業実施となるよう時期や場所を工夫すること。
- 2 本業務実施に当たって、デザイン、場所、日程、使用食材、人物、取材先等の決定は、発注者と事前に協議すること。
- 3 事業の実施に当たっては、新型コロナウイルス感染防止対策に努めること。
- 4 本業務において撮影した県産品等（生産者、製造業者等の人物及び農林水産物や加工品、料理等県産食材を使用したもの全て）の画像データ及び制作した各デザインデータ等について、著作権は発注者に帰属するものとし、二次利用可能な高画質のデータとして CD-R 等に保存し、宮城県農政部食産業振興課に納品すること。
- 5 本業務の成果物として「業務実施結果報告書」を作成し、業務完了報告書に添付して提出すること。
- 6 各業務の成果指標は別表に記載のとおりとする。

なお、各業務終了後に、効果測定を行い、その成果指標の達成状況を上記 5 の「業務実施結果報告書」に記載すること。

別表 成果指標

項 目	成果指標
1 県産食材の利用拡大のための実需者向け情報発信	①情報発信の対象者数（業種別に集計） ②情報発信後の県産食材の取引実績 （品目・量・金額）
2 県産食材を使用した飲食店等でのフェア開催	①参加店数（業態別にも集計） ②開催日数 ③フェア参加店のフェアメニュー提供実績 （販売数，金額） ④フェア期間中の県産食材の取引実績 （品目数・量・金額） ⑤発行部数・販売部数 ⑥PV数
3 県産食材等販売促進のための小売店でのフェア開催	①参加小売店数 ②開催日数 ③フェア参加小売店の県産食材等販売実績 （品目数・量・金額）
4 観光資源と連動した情報発信及び購入・誘客促進のための独自提案	①発行部数またはPV数 ②独自提案に係る成果指標 ・通販サイト等の活用による県産食材等の販売実績（品目数・量・金額） ・通販サイト等の活用による旅行商品の販売実績（人数・金額） ・SNSによる効果測定 食材王国みやぎ Instagram 及び facebook のフォロワー数並びに # タグ投稿数

※代替案により実施する場合の成果指標を提案すること。