

(別紙1)

## 食育・地産地消推進事業（県産農林水産物需要喚起業務）仕様書

第1 委託業務の名称 食育・地産地消推進事業（県産農林水産物需要喚起業務）

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 業務の目的

長期化する新型コロナウイルス感染症の影響により、消費者の活動自粛・内食化が進み、飲食店等における県産農林水産物の需要が減少している。

このため、飲食店、宿泊施設に加え、消費者の活動が制限される中でも安定した販売が見込まれる小売店等において、地産地消の取組を強化し、県産農林水産物の販売促進、消費拡大及び継続利用を図るもの。

第4 業務の内容

受注者は、県産農林水産物の販売促進、消費拡大及び継続利用を目的とし、県内飲食店、宿泊施設及び小売店等において、対象商品を購入した消費者に、抽選で特典を進呈するキャンペーン（以下「キャンペーン」という。）を実施する。

1 キャンペーンの概要

(1) 参加店舗

キャンペーン参加店舗（以下「参加店舗」という。）は900店舗程度とし、次のうち、県内に所在する店舗とする。

イ 食材王国みやぎ地産地消推進店

ロ 仙台牛銘柄推進協議会販売指定店

ハ おいしい“宮城米”米飯提供店

ニ 宮城県産特別栽培農産物推進店

ホ 食材王国みやぎパートナーシップ会議参画者のうち総菜、弁当等を販売する店舗等

※イからニについては、【別記1】を参照のこと。

※新たにイからホの店舗となる場合を含む。

(2) 対象商品

イ 飲食店、宿泊施設等

県産農林水産物を使用した税込500円以上のメニュー

※メニューには、県産酒や県産の果実・乳製品等を使用した飲料等及び宿泊に含まれる食事を含む。

ロ 総菜、弁当等を販売する店舗

県産農林水産物を使用した税込500円以上の総菜、弁当

(3) 特典

イ 参加店舗への誘客を図るため、参加店舗において、対象商品を飲食又は購入した消費者に、抽選で特典を進呈する。

ロ 特典の内容は地産地消の普及啓発に資するものとし、発注者と協議の上決定する。

ハ 特典は、応募はがき、キャンペーン特設WEBサイト及びSNS等により応募を受け付け、抽選により応募者の中から当選者を決定し、当該当選者宛てに進呈する。

- ニ 抽選は、概ね1か月に1回実施する。
- ホ 当選者数は、抽選1回につき500人以上、総計3,500人以上とする。

## 2 キャンペーンの実施

受注者は、消費者の県産農林水産物の認知度が向上するとともに、消費者の地産地消を意識した行動が促され、県産農林水産物の消費が拡大するよう工夫してキャンペーンを実施すること。

### (1) キャンペーンの運営全般

- イ 受注者は事業計画書を作成し、発注者と協議の上、事業を実施する。
- ハ キャンペーンのキャッチコピーやストーリーの提案は受注者が行い、発注者と協議の上、決定する。
- ロ 受注者は、令和4年6月18日頃までに、第4の1(1)の店舗等にキャンペーンについて周知し、参加申込の受付を開始する。また、店舗等からのキャンペーンに関する問合せに対応する。
- ハ キャンペーンの運営に際し、参加店舗からの負担金等は徴収せず、キャンペーンに係る費用は、原則委託金で精算する。
- ニ キャンペーンで使用する県産農林水産物は、参加店舗の買い取りとする。
- ホ 受注者は、キャンペーンを令和4年7月22日頃までに開始し、200日間程度継続して開催する。

### (2) 参加店舗及び対象商品の管理

- イ 受注者は、参加店舗をとりまとめて、電子データにより発注者に報告する。
- ロ 受注者は、利用者が安心して店舗を利用できるよう、業界団体ごとに策定されている、感染拡大予防ガイドラインを遵守する等感染症防止対策を実施した上で営業するよう参加店舗に促すこと。
- ハ 受注者は、参加店舗の対象商品が、第4の1(2)に該当していることを確認する。また、対象商品をとりまとめて、電子データにより発注者あて報告する。
- ニ 受注者は、キャンペーン開催中、概ね1か月に1回程度、参加店舗の対象商品の販売・提供状況等を、電子データにより発注者宛て報告する。

### (3) 特典の応募受付・抽選・発送等

受注者は、第4の1(3)により、対象商品を飲食又は購入した消費者からの応募を受付、抽選し、当選者への特典進呈を実施する。

### (4) 参加店舗への誘客のための広報宣伝

受注者は、キャンペーンを効果的に実施するため、次の広報活動を行い、参加店舗の利用及び誘客を図る。

なお、広報は、食材のストーリー、歴史及び農林水産物のブランドイメージを感じられるものとする。また、県内の産地への理解が深まり、圏域ごとの消費が促進されるよう工夫すること。

- イ キャンペーン特設WEBサイトを開設するとともに、SNS等により、参加店舗、対象商品、特典やイベント等について、積極的に情報発信すること。なお、SNSについては、既存のアカウントを用いての情報発信も可とする。
- ロ 情報誌に、1回につき4ページ以上の記事を2回以上掲載すること。

- ハ 参加店舗におけるPR資材として、チラシ、ポスター、POP及びのぼり等を作成し参加店舗へ配架すること。店舗PR資材は、キャンペーンのPR及び、宮城県産農林水産物のブランドイメージや地産地消の推進、県産農林水産物の消費拡大に資するようなデザイン性の高いものとする。こと。（店舗PR資材のデザインについては、発注者が令和元年度に作成した【別記2】の1のポスターと同等あるいはそれ以上のものとする。こと。）
- ニ 広報宣伝においては、生産者や流通業者を起用するような内容を取り入れ、県産農林水産物の魅力を効果的に発信すること。起用する生産者や流通業者及び掲載媒体については受注者が提案し、発注者と協議の上、決定すること。
- ホ みやぎ絆大使を起用し、広報宣伝を効果的に行うこと。起用方法については受注者が提案し、発注者と協議の上、決定すること。
- ヘ 広報宣伝においては、第4の1（1）イからニが掲載されている、【別記1】の関連ホームページと連携したものとなるよう工夫し、関連ホームページの認知度向上を図ること。
- ト その他、受注者が独自に提案する効果的な広報宣伝を実施すること。

(5) キャンペーン参加店舗利用者及び参加店舗へのアンケート調査

イ 参加店舗利用者へのアンケート

受注者は、キャンペーンの効果を測定するため、キャンペーン期間中に参加店舗利用者を対象としたアンケート調査を実施する。また、アンケートの方法については、高い回収率が見込める方法を提案し、発注者と協議の上、決定すること。

ロ 参加店舗へのアンケート

受注者は、キャンペーンの効果を測定するため、全てのキャンペーン終了後、全参加店舗を対象としたアンケート調査を実施する。また、アンケートの方法については、高い回収率が見込める方法を提案し、発注者と協議の上、決定すること。

(6) 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あらかじめ立案して提案すること。

3 地産地消の推進

(1) 県産食材の利用促進のための実需者向け情報発信

受注者は、実需者における県産食材の利用が促進されるよう、参加店舗を含む実需者向けに、県産農林水産物の旬や品質、特徴、利用方法等について情報発信すること。

(2) 県産農林水産物の購入サポート

受注者は、キャンペーン期間中、参加店舗が県産農林水産物を適正価格でかつ安定的に仕入れることができる仕組みを提案すること。また、参加店舗からの問合せへの対応や県産農林水産物の購買等のサポートを行い、県産農林水産物の利用促進を図ること。

(3) 県産農林水産物の販売促進及び情報発信のためのイベント

イ 発注者が指定する「今月のおすすめ食材」（【別記3】を参照）と連動した、県産農林類産物の情報発信のためのイベントを、参加店舗で6回以上実施する。

ロ イベントは、生産者やシェフが、消費者に直接情報発信する内容とすること。

- ハ イベントで取り上げる食材は受注者が提案し、発注者と協議の上、決定すること。
- ニ イベントは、消費者の県産農林水産物の認知度が向上するとともに、消費者の地産地消を意識した行動が促され、県産農林水産物の消費が拡大するよう工夫すること。
- ホ その他、受注者が独自に提案する効果的な情報発信を実施すること。

#### (4) 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あらかじめ立案して提案すること。

### 第5 包括的事項

- 1 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 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 この業務において撮影した県産品等（生産者、製造業者、流通業者等の人物及び農林水産物や加工品、料理等県産農林水産物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は、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。
- 4 この委託業務は会計検査の対象となるので、委託業務に係る関係書類は業務終了年度から5年間（令和10年度3月31日まで）保管すること。
- 5 受注者は、委託業務に係る会計実地検査が実施される場合には、発注者に協力しなければならない。
- 6 この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。
- 7 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6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 キャンペーンの実施	1 参加店舗数（業態別にも集計） 2 開催日数 3 キャンペーン告知媒体数 4 対象商品の販売・提供実績（数・金額） 5 キャンペーン期間中の参加店舗における県産農林水産物の仕入実績（品目・量・金額） 6 キャンペーン実施前と比較した参加店舗における県産農林水産物の仕入れ増加量（品目・量・金額） 7 キャンペーン終了後の参加店舗における県産農林水産物の利用見込み（品目・量・金額） 8 消費者の県産農林水産物の認知度 9 消費者の地産地消を意識した行動 10 特典への応募数 11 特典進呈数
2 地産地消の推進	1 イベント開催回数 2 イベント実施店舗数 3 イベント参加者数 4 イベント実施による訴求人数等

※ 上記のほか、必要と考える成果指標を提案すること。

【別記1】

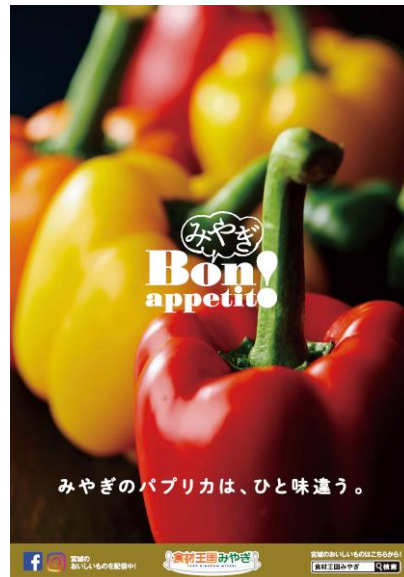
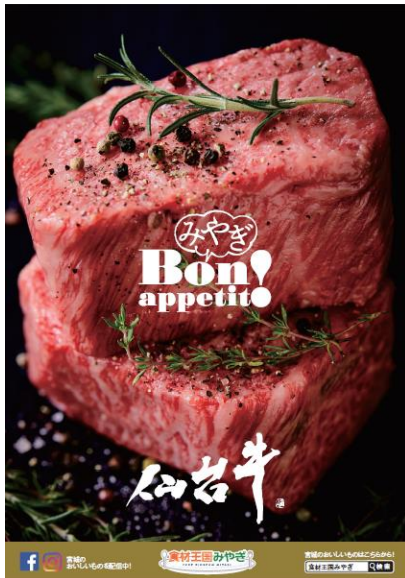
キャンペーン参加候補店舗について

用語	関連ホームページ
食材王国みやぎ地産地消推進店	<a href="https://shunsentanbou.pref.miyagi.jp/search/">https://shunsentanbou.pref.miyagi.jp/search/</a>
仙台牛銘柄推進協議会販売指定店	<a href="http://sendaigyu.jp/shop/index.html">http://sendaigyu.jp/shop/index.html</a>
おいしい“宮城米”米飯提供店	<a href="https://foodkingdom.pref.miyagi.jp/miyagimai/cms/">https://foodkingdom.pref.miyagi.jp/miyagimai/cms/</a>
宮城県産特別栽培農産物推進店	<a href="https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/noenkan/miygiakennsanntokubetusaibainousannbutusuishinnten.html">https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/noenkan/miygiakennsanntokubetusaibainousannbutusuishinnten.html</a>

【別記2】

チラシ、ポスター等参考デザイン

(平成31年度「食材王国みやぎ」魅力発信プロジェクト業務にて作成)



【別記3】

「今月のおすすめ食材」

月	おすすすめ食材	
4月	パプリカ	メバル
5月	レタス	たけのこ
6月	トマト	ホヤ
7月	乾しいたけ	スズキ
8月	ズッキーニ	アナゴ
9月	仙台牛	
10月	米	まいたけ
11月	白菜	
12月	せり	しいたけ
1月	ちぢみゆきな	海苔
2月	いちご	メカジキ
3月	ワカメ・メカブ	宮城野豚（みやぎのポーク）