

**令和8年度「食材王国みやぎ」魅力発信・販路拡大業務  
～みやぎの食と酒に「触れる」・「扱う」・「知る」プロジェクト～  
委託仕様書**

**第1 委託業務の名称**

令和8年度「食材王国みやぎ」魅力発信・販路拡大業務  
～みやぎの食と酒に「触れる」・「扱う」・「知る」プロジェクト～

**第2 委託期間**

契約締結の日から令和9年3月23日まで

**第3 業務目的**

県内外における飲食店や小売店、流通関係者を含めた実需者及び消費者に対し、ニーズに合った県産食材・県産酒（※）（以下「県産食材等」という。）に「見る・触れる」認知の場、「使う・扱う」体感の場、「学ぶ・知る」学習の場を一体的に提供することにより、実体験を通じて県産食材等の魅力に深く触れる機会を創出する。

あわせて、風評被害で需要が落ち込んでいる県産食材等の魅力をより一層発信し、販路拡大と継続的な取引を促進するとともに、消費者の認知度向上を図り、「食材王国みやぎ」のファン化促進と生産者の利益拡大を目指す。

※県産酒：宮城県内で製造又は宮城県産品を原材料にした日本酒、ワイン、ビールなどの酒類

**第4 業務内容**

「食材王国みやぎ」の魅力の発信や県産食材等の利用・販路拡大を促進することを目的に、次のことを実施すること。

なお、以下の1から4における事業間の連動により、一体的で効果的な業務実施となるよう内容等を工夫すること。

**1-1 県外実需者・流通関係者向け産地見学会の実施（受注者提案型）**

首都圏を含む大都市圏のホテル・飲食店の料理人、食材仕入れ担当者や小売事業のバイヤーなどの県外の実需者及び流通関係者等を対象に、県産食材等の魅力を伝えるための産地見学会を行い、県産食材等に直接触れる機会の創出をより図り、県外における県産食材等の利用・販路拡大につなげる。

**ア 産地見学会の内容**

(ア) 首都圏を含む大都市圏における県外の実需者（ホテル・飲食店、小売店等）や流通関係者（商社、卸等）を対象とした、県産食材等の産地見学会を実施すること。

(イ) 産地見学会の回数は年8回以上とし、招へいする実需者や流通関係者等の内訳は、以下の表のとおりとする。

招へい社	招へい社基準・条件	産地見学会の回数及び招へい社数 (年間合計)
ホテル・飲食店等	首都圏を含む大都市圏において複数レストランを備える大規模ホテルや高い訴求効果や大きな取引が見込まれる飲食店等	3回以上 6社以上
小売店等	首都圏を含む大都市圏において複数店舗を展開する企業	5回以上 10社以上
流通関係者等	招へい社（実需者）に対して県産食材等を納入することができる流通関係者	※産地見学会1回につき、1社以上を招へいすること

- (ウ) 産地見学会による県産食材等の利用効果を高めるため、産地見学会1回につき、ホテル・飲食店等の場合は、料理人のほか、仕入れ担当者などを、小売店等の場合は、バイヤーのほか、商品選定の決定に関わる者など、県産食材等の利用につながるような参加者を複数招へいするよう努めること。
- (エ) 産地見学会は、1回当たり、1泊2日程度の見学行程とし、県内生産地等を6か所から8か所程度視察すること。
- (オ) 産地見学会の内容は、県産食材等の特長や魅力、品質、おいしさ、セールスポイント、生産手段での創意工夫及び生産者や食品製造事業者（以下「生産者・事業者」という。）の想い等を伝えるものとし、県産食材等や生産者・事業者のファンづくりを意識すること。
- (カ) 一連の産地見学会の成果として、県産食材等の流通量及び消費量の拡大、本業務終了後の継続的な取引に結び付くことを狙いとする。

#### イ 産地見学会の企画・調整・役割分担

- (ア) 産地見学会の企画・調整時や当日の対応等における発注者と受注者の役割分担は以下の表のとおりとする。

なお、表中の▲については、受注者から視察する県産食材等の提案を妨げるものではないこと、また、招へい社のアテンドにおいては、発注者が同行する可能性があることを意味する。

#### <1-1> 県外実需者・流通関係者向け産地見学会(受注者提案型) 役割分担表

	相手方	詳細工程	対応者	
			受注者	発注者
見学会 事前準備	招へい社	招へい社の選定	●	
		招へい社の決定		●
		招へい社ニーズの確認	●	
		招へい社との日程調整	●	
		産地見学会の日程決定		●
	生産者・事業者	視察する生産地・県産食材等の選定	▲	●
		産地見学会行程の作成		●
		視察先の生産者・事業者との日程調整		●
招へい社	宿泊・新幹線の手配	●		
	各種連絡調整	●		
見学会 当日	招へい社	招へい社のアテンド	●	▲
	生産者・事業者	産地見学会の仕切り	●	
		業務概要の説明	●	
		ニーズある情報の引き出し	●	
		商談や取引成立に向けた支援	●	

- (イ) 産地見学会における招へい社の選定は、受注者が行き、発注者と協議の上決定すること。また、発注者と協議の上過年度業務の実績等を参考に、招へい社の新規開拓に努めること。
- (ウ) 産地見学会の実施に当たり、事前に招へい社のニーズや要望（視察してみたい県産食材等）を聞き取り、発注者に共有すること。
- (エ) 視察する県内生産地や県産食材等は、上記イ（ウ）等を参考に、発注者が別途選定し、視察先の生産者・事業者と調整の上、行程表を作成し、受注者に共有する。
- (オ) 受注者は、上記イ（エ）の行程表を、招へい社に共有すること。
- (カ) 産地見学会の実施時期や詳細な内容等は、発注者と協議の上、決定すること。
- (キ) 受注者は、上記イ（エ）の行程表をもとに、招へい社等に対し、本業務の趣旨を十分に説明し、見学行程や産地見学会当日の進行などの連絡調整を行うこと。
- (ク) 産地見学会の当日は、招へい社のアテンドのほか、産地見学会の進行を担い、招へい社と視察先の生産者・事業者の取引成立につながるニーズや情報の引き出し等に努

めること。

(ケ) 産地見学会の実施に際し、招へい社からの負担金等は徴収せず、産地見学会に係る費用は、原則委託金で精算すること。ただし、招へい社の飲食費は除く。

ウ アフターフォロー等

(ア) 県産食材等の流通経路の確保、提案や視察先の生産者・事業者等と実需者、流通関係者の間で商談の場を設けるなど、県産食材等の新たな取引や継続的な取引につながるような支援を行い、県産食材等の利用・販路拡大を図る工夫を併せて提案すること。

(イ) 産地見学会後も実需者等からの問合せ等に対し県産食材等の購買等のサポートを行い、県産食材等の利用・販路拡大を図ること。

(ウ) 第6 成果物及び別表の成果数値に関しては以下のとおり実施し、取引実績報告書を提出すること。

a 産地見学会の招へい社に対し、産地見学会実施日の1か月後、3か月後及び6か月後（委託期間内に限る。）に調査を行い、データを取りまとめの上、発注者宛て報告すること。

b 視察した県産食材等について、成立した新規・継続取引の実績等（毎月の品目ごとの数量、金額、成立した理由等）や、取引不成立の理由等を調査すること。

c 後述の2及び3におけるフェア開催についても、フェア期間終了日の1か月後及び3か月後（委託期間内に限る。）の県産食材等の継続取引実績等（毎月の品目ごとの数量、金額等）の調査を行い、データを取りまとめの上、発注者宛て報告すること。

d それぞれの報告内容に重複がある場合は、報告の手法等について、発注者と協議すること。

## 1-2 県内飲食店等向け産地見学会の実施

県内飲食店（「食材王国みやぎ」地産地消推進店等）等を対象に、県産食材等の魅力を伝えるための産地見学会を行い、県産食材等に直接触れる機会の創出をより図り、県内における県産食材等の利用・販路拡大につなげる。

ア 産地見学会の内容

(ア) 県内飲食店（「食材王国みやぎ」地産地消推進店等）等を対象とした、県産食材等の産地見学会を実施すること。

(イ) 産地見学会の回数は年1回以上とする。

(ウ) 産地見学会は、1回当たり、県内生産地等を4か所程度視察することとし、県内飲食店の料理人やバイヤーなど、10人から20人程度の参加とすること。

(エ) 産地見学会の内容は、県産食材等の特長や魅力、品質、おいしさ、セールスポイント、生産手段での創意工夫及び生産者・事業者の想い等を伝えるものとし、県産食材等や生産者・事業者のファンづくりを意識すること。

(オ) 一連の産地見学会の成果として、県産食材等の流通量及び消費量の拡大、本業務終了後の継続的な取引に結び付くことを狙いとする。

イ 産地見学会の企画・調整・役割分担

(ア) 産地見学会の企画・調整時や当日の対応等における発注者と受注者の役割分担は以下の表のとおりとする。

なお、表中の▲については、受注者から視察する県産食材等の提案を妨げるものではないこと、また、参加者のアテンドにおいては、発注者が同行する場合があることを意味する。

<1-2>県内飲食店等向け産地見学会 役割分担表

	相手方	詳細工程	対応者		
			受注者	発注者	
見学会 事前準備	参加者	産地見学会の日程決定		●	
		生産者・事業者	視察する生産地・県産食材等の選定	▲	●
			産地見学会行程の作成		●
			視察先の生産者・事業者との日程調整		●
	参加者	参加者募集	●		
		募集結果の取りまとめ	●		
		参加者の決定		●	
		決定通知	●		
		各種連絡調整	●		
		参加者のアテンド	●	▲	
見学会 当日	生産者・事業者	産地見学会の仕切り	●		
		業務概要の説明	●		
		ニーズある情報の引き出し	●		
		商談や取引成立に向けた支援	●		

- (イ) 視察する県内生産地や県産食材等は、発注者が別途選定し、視察先の生産者・事業者と調整の上、行程表を作成し、受注者に共有する。
- (ウ) 産地見学会における参加者の募集は、受注者が行うこと。
- (エ) 参加者の募集に当たっては、「食材王国みやぎ」地産地消推進店等に対し、広く周知した上で、参加者を募ること。募集方法や参加者の決定方法については提案することとし、発注者と協議の上、決定すること。
- (オ) 受注者は、上記イ（イ）の行程表を、参加者に共有すること。
- (カ) 産地見学会の開催日程や詳細な内容等は、発注者と協議の上、決定すること。
- (キ) 受注者は、上記イ（イ）の行程表をもとに、参加者等に対し、本業務の趣旨を十分に説明し、見学行程や産地見学会当日の進行などの連絡調整を行うこと。
- (ク) 産地見学会の当日は、参加者のアテンドのほか、産地見学会の進行を担い、参加者と視察先の生産者・事業者の取引成立につながるニーズや情報の引き出し等に努めること。
- (ケ) 産地見学会の実施に際し、参加者からの負担金等は徴収せず、産地見学会に係る費用は、原則委託金で精算すること。ただし、参加者の飲食費は除く。

ウ アフターフォロー等

- (ア) 県産食材等の流通経路の確保、提案や視察先の生産者・事業者等と参加者等の間で商談の場を設けるなど、県産食材等の新たな取引や継続的な取引につながるような支援を行い、県産食材等の利用・販路拡大を図る工夫を併せて提案すること。
- (イ) 産地見学会後も参加者等からの問合せ等に対し県産食材等の購買等のサポートを行い、県産食材等の利用・販路拡大を図ること。
- (ウ) 第6 成果物及び別表の成果数値に関しては以下のとおり実施し、取引実績報告書を提出すること。
  - a 産地見学会の参加者に対し、産地見学会実施日の1か月後、3か月後及び6か月後（委託期間内に限る。）に調査を行い、データを取りまとめの上、発注者宛て報告すること。
  - b 視察した県産食材等について、成立した新規・継続取引の実績等（毎月の品目ごとの数量、金額、成立した理由等）や、取引不成立の理由等を調査すること。

### 1-3 県外実需者（ホテル・飲食店等）・流通関係者向け産地見学会の実施（発注者指定型）

首都圏を中心としたホテル・飲食店の料理人、食材仕入れ担当者などの実需者やホテル等に対して県産食材等を納入することができる流通関係者等を対象に、県産食材等の魅力を伝えるための産地見学会を行い、県産食材等に直接触れる機会の創出をより図り、県外における県産食材等の利用・販路拡大につなげる。

#### ア 産地見学会の内容

- (ア) 首都圏を中心とした県外の実需者（ホテル・飲食店等）・流通関係者等を対象とした、県産食材等の産地見学会を実施すること。
- (イ) 産地見学会の回数は年3回以上とする。
- (ウ) 産地見学会は、1回当たり、1泊2日程度の見学行程とし、県内生産地等を6か所から8か所程度視察すること。
- (エ) 産地見学会の内容は、県産食材等の特長や魅力、品質、おいしさ、セールスポイント、生産手段での創意工夫及び生産者・事業者の思い等を伝えるものとし、県産食材等や生産者・事業者のファンづくりを意識すること。
- (オ) 一連の産地見学会の成果として、県産食材等の流通量及び消費量の拡大、本業務終了後の継続的な取引に結び付くことを狙いとする。

#### イ 産地見学会の企画・調整・役割分担

- (ア) 産地見学会の企画・調整時や当日の対応における発注者と受注者の役割分担は以下の表のとおりとする。

なお、表中の▲については、受注者から視察する県産食材等の提案を妨げるものではないこと、また、招へい社のアテンドにおいては、発注者が同行する可能性があることを意味する。

<1-3> 県外実需者・流通関係者向け産地見学会(発注者指定型) 役割分担表

	相手方	詳細工程	対応者	
			受注者	発注者
見学会 事前準備	招へい社	招へい社の選定		●
		招へい社ニーズの確認		●
		招へい社との日程調整		●
		産地見学会の日程決定		●
	生産者・事業者	視察する生産地・県産食材等の選定	▲	●
		産地見学会行程の作成		●
		視察先の生産者・事業者との日程調整		●
招へい社	宿泊・新幹線の手配	●		
	各種連絡調整	▲	●	
見学会 当日	招へい社	招へい社のアテンド	●	▲
	生産者・事業者	産地見学会の仕切り	●	
		業務概要の説明	●	
		ニーズある情報の引き出し	●	
		商談や取引成立に向けた支援	●	

- (イ) 産地見学会の招へい社及び開催日程等については、発注者が別途選定、調整し、受注者と共有する。
- (ウ) 産地見学会1回当たり、5人程度の参加を想定している。5人を超える場合は、事前に発注者及び受注者で協議の上、決定する。
- (エ) 視察する県内生産地や県産食材等は、招へい社のニーズや要望（視察してみたい県産食材等）等を参考に、発注者が別途選定し、視察先の生産者・事業者と調整のうえ、行程表を作成し、受注者に共有する。
- (オ) 産地見学会の実施時期や詳細な内容等は、発注者と協議の上、決定すること。
- (カ) 産地見学会の当日は、招へい社のアテンドのほか、産地見学会の進行を担い、招へ

い社と視察先の生産者・事業者の取引成立につながるニーズや情報の引き出し等に努めること。

(キ) 産地見学会の実施に際し、招へい社からの負担金等は徴収せず、産地見学会に係る費用は、原則委託金で精算すること。ただし、招へい社の飲食費は除く。

#### ウ アフターフォロー等

(ア) 県産食材等の流通経路の確保、提案や視察先の生産者・事業者等と実需者、流通関係者の間で商談の場を設けるなど、県産食材等の新たな取引や継続的な取引につながるような支援を行い、県産食材等の利用・販路拡大を図る工夫を併せて提案すること。

(イ) 産地見学会後も実需者等からの問合せ等に対し県産食材等の購買等のサポートを行い、県産食材等の利用・販路拡大を図ること。

(ウ) 第6 成果物及び別表の成果数値に関しては以下のとおり実施し、取引実績報告書を提出すること。

a 産地見学会の招へい社に対し、産地見学会実施日の1か月後、3か月後及び6か月後（委託期間内に限る。）に調査を行い、データを取りまとめの上、発注者宛て報告すること。

b 視察した県産食材等について、成立した新規・継続取引の実績等（毎月の品目ごとの数量、金額、成立した理由等）や、取引不成立の理由等を調査すること。

## 2 県外ホテル・飲食店等での「みやぎフェア」開催

県外ホテル・飲食店等での「みやぎフェア」を開催し、県産食材等の魅力・安全性・品質を効果的に県外に発信するとともに、実際にその魅力を体感できる場を創出し、県産食材の利用・販路拡大を図る。

#### ア ホテル・飲食店等フェアの内容

開催場所	開催時期	開催規模・店舗数	フェア期間
首都圏を含む 大都市圏 (県外)	8月から3月	複数店舗を備える大規模ホテル におけるレストランや高い訴求 効果が見込まれる飲食店等 年間合計10店舗以上	1か月以上

#### イ ホテル・飲食店等での「みやぎフェア」の企画・調整・運営

(ア) フェアの企画等については、産地見学会に参加したホテル・飲食店等において、視察した県産食材等を利用したメニューを提供するなど、1の産地見学会と連動した内容となるよう調整すること。

(イ) フェア開催店舗に使用を誘導する県産食材等は、1で実施した産地見学会で視察した県産食材等を優先とすること。その他の食材については発注者と協議の上、決定すること。

(ウ) フェア開催店舗の選定は、受注者が行い、発注者と協議の上、開催店舗を決定すること。ただし、1-3において招へいしたホテル・飲食店等については、本におけるフェア開催店舗の選定及び上記アの開催規模・店舗数に含めないこととする。また、発注者と協議の上、過年度業務の実績等を参考に、開催店舗の新規開拓に努めること。

(エ) フェア開催店舗は、1で実施した産地見学会に参加した実需者等が運営するホテルや飲食店等を優先とし、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選定すること。また、こだわりやストーリー性を持った高品質の県産食材等を使用するのに十分な価格帯であり、県産食材等の魅力を消費者に対して効果的に発信することができる店舗とすること。

(オ) 県産食材等の流通経路を確保、提案するなど、フェア終了後も継続的な取引につながる工夫を併せて提案すること。

- (カ) フェア開催前に、フェア開催店舗のフェア提供メニュー及び使用食材を発注者が確認できる機会を設けること。
- (キ) フェア期間中は、フェア開催店舗のフェアメニュー提供状況等の確認を行うとともに、フェア期間終了後は、フェア開催店舗におけるメニュー提供状況、フェア期間中の県産食材等の取引実績等（品目ごとの数量、金額等）のデータを取りまとめ、発注者宛て報告すること。
- (ク) 別表の成果数値や県産食材等に対する認知度等を把握するためのアンケート調査等を実施し、取りまとめ、発注者宛て報告すること。なお、調査の手法や内容は、提案することとし、発注者と協議の上、決定する。

ウ 広報宣伝

訴求効果の高い情報媒体や、WEB 媒体、SNS 等を活用し、フェアの開催及び県産食材等の魅力について効果的な周知が行われるようフェア開催店舗と調整を図ること。

**3 県外小売店での「みやぎフェア」開催**

県産食材等の販売促進のために県外小売店での「みやぎフェア」を開催し、県産食材等や県産品（加工品）の魅力・安全性・品質を効果的に県外に発信するとともに、実際にその魅力を体感できる場を創出し、県産食材等の利用・販路拡大を図る。

ア 小売店フェアの内容

開催場所	開催時期	開催規模・店舗数	フェア期間
首都圏を含む 大都市圏 (県外)	8月から3月	年間合計 100店舗以上	各店舗3日以上

イ 小売店での「みやぎフェア」の企画・調整・運営

- (ア) フェアの企画等については、産地見学会に参加した小売店において、視察した県産食材等を販売するなど、1の産地見学会と連動した内容となるよう調整すること。
- (イ) フェア開催店舗に販売を誘導する県産食材等は、1で実施した産地見学会で視察した県産食材を優先とすること。その他の食材等については発注者と協議の上、決定すること。
- (ウ) フェア開催店舗の選定は、受注者が行い、発注者と協議の上、開催店舗を決定すること。また、発注者と協議の上、過年度業務の実績等を参考に、開催店舗の新規開拓に努めること。
- (エ) フェア開催店舗は、1で実施した産地見学会に参加した実需者等が運営する小売店を優先とし、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選定すること。また、こだわりやストーリー性を持った高品質の県産食材等を使用するのに十分な価格帯であり、県産食材等の魅力を消費者に対して効果的に発信することができる店舗とすること。
- (オ) 県産食材等の流通経路を確保、提案するなど、フェア終了後も継続的な取引につながる工夫を併せて提案すること。
- (カ) フェア期間終了後は、フェア開催店舗のフェア販売・取引実績等（品目ごとの数量、金額等）のデータを取りまとめ、発注者宛て報告すること。
- (キ) 別表の成果数値や県産食材等に対する認知度等を把握するためのアンケート調査等を実施し、取りまとめ、発注者宛て報告すること。  
なお、調査の手法や内容は、提案することとし、発注者と協議の上、決定する。

ウ 広報宣伝

フェアの開催について、チラシの折り込みや WEB 媒体、SNS の活用等により、効果的な周知、フェアへの誘客が図られるよう、フェア開催店舗と調整を図ること。

**4 県内外の実需者・流通関係者を対象とする報告・試食会の開催**

より多くの県内外の実需者や流通関係者等に、1 で視察した県産食材等の魅力を伝えるため、産地見学会や「みやぎフェア」に関する報告会と視察食材の試食会（以下「報告・試食会」という。）を併せて開催することで、成果の横展開を図り、県産食材等の更なる活用を図る。本報告・試食会の実施後は、参加者による県産食材等の利用・販路拡大や自走的な「みやぎフェア」の開催を促していく。

ア 報告・試食会の内容

(ア) 報告・試食会は県外で1回、県内で1回ずつ開催することとし、開催場所や報告者、参加者等の内訳は、以下の表のとおりとする。

開催場所	報告者	参加者数
県外	料理人 1人以上 生産者・事業者 2人以上	実需者・流通関係者等 30者以上
県内	料理人 1人以上 生産者・事業者 2人以上	実需者・流通関係者等 20者以上

(イ) 報告・試食会の内容は、1の産地見学会に参加した料理人や視察先の生産者・事業者による県産食材等の魅力PR（調理デモンストレーション、生産者・事業者の創意工夫、生産への想い、地元ならではの食べ方紹介等）など、報告・試食会の参加者に県産食材等の魅力が伝わり、強く関心を持つようなものとし、県産食材等や生産者・事業者のファンづくりを意識すること。

(ウ) 報告・試食会において取り扱う県産食材等は、1で実施した産地見学会で視察した県産食材等を優先とすること。その他の食材については発注者と協議の上、決定すること。

(エ) 報告・試食会の成果として、県産食材等の新規取引の創出や参加者による自走的な「みやぎフェア」の開催等に結び付くことを狙いとした内容とすること。

イ 報告・試食会の企画・調整・役割分担

(ア) 報告・試食会の企画・調整時や当日の対応における発注者と受注者の役割分担は以下の表のとおりとする。

**<4>報告・試食会 役割分担表**

	相手方	詳細工程	対応者	
			受注者	県（発注者）
事前準備	会場	会場、報告者（料理人等）の選定・調整	●	
		会場、報告者（料理人等）の決定		●
		企画作成	●	
		企画内容の決定		●
	参加者	参加者募集	●	
		募集結果の取りまとめ	●	
		参加者の決定		●
		決定通知	●	
		各種連絡調整	●	
報告・試食会 当日	会場	運営	●	
	参加者	商談や取引成立に向けた支援	●	

- (イ) 報告・試食会における会場及び報告者の選定・調整は、受注者が行い、発注者と協議の上、決定すること。会場及び報告者については、1の産地見学会における招へい社や参加者、視察先の生産者・事業者を中心に選定・調整すること。
- (ウ) 受注者は、報告・試食会の内容に係る企画を作成し、紹介する県産食材等や開催日程、当日の進行・内容については、発注者と協議の上、決定すること。
- (エ) 報告・試食会の参加者は、県産食材等の活用や取引に興味があり、1の産地見学会や2及び3の「みやぎフェア」に参加していない実需者（ホテル・飲食店、小売店等）や流通関係者等を主な対象とすることとし、参加者の募集は、受注者が行うこと。
- (オ) 参加者の募集に当たっては、広く周知した上で、参加者を募ること。募集方法や参加者の決定方法については提案することとし、発注者と協議の上、決定すること。
- (カ) 報告・試食会の実施に際し、参加者からの負担金等は徴収せず、報告・試食会に係る費用は、原則委託金で精算すること。

#### ウ アフターフォロー等

- (ア) 県産食材等の流通経路の確保、提案や視察先の生産者・事業者等と参加者等の中で商談の場を設けるなど、県産食材等の新たな取引や継続的な取引につながるような支援を行い、県産食材等の利用・販路拡大を図る工夫を併せて提案すること。
- (イ) 報告・試食会後も参加者等からの問合せ等に対し県産食材等の購買等のサポートを行い、県産食材等の利用・販路拡大を図ること。
- (ウ) 別表の成果数値や参加者の県産食材等に対する利活用の意向等を把握するためのアンケート調査等を実施し、取りまとめ、第6 成果物のおり発注者へ報告すること。  
なお、調査の手法や内容は、提案することとし、発注者と協議の上、決定すること。
- (エ) 報告・試食会后、参加者による自走的な「みやぎフェア」開催に向けた検討が進められているか、随時情報を収集し、発注者宛て報告すること。

#### エ 広報宣伝

訴求効果の高い情報媒体や、WEB 媒体、SNS 等を活用し、報告・試食会の開催について効果的な周知が行われるよう発注者と協議の上、広報宣伝を行うこと。

### 第5 業務実績報告

業務完了後は速やかに業務完了報告書を指定様式で持参又は郵送により発注者に提出すること。加えて、委託期間を通じた業務実施結果及び業務運営を通じて見出された、今後の事業展開に向けた課題や考察等をまとめた実績報告書を作成し、PDF形式で郵送及び電子メールにより発注者に提出すること。また、別表に掲げる成果数値については、業務完了後に実績値を取りまとめ、実績報告書に記載すること。

### 第6 成果物

#### (1) 提出物

提出物名称	様式・提出数	提出方法	提出期限
各項目における県産食材等の取引実績報告書	任意様式・電子データ	電子メール	各項目で定められた期限
ホテル・飲食店等「みやぎフェア」におけるアンケート調査等の結果	任意様式・電子データ	電子メール	実施後1か月以内
小売店「みやぎフェア」におけるアンケート調査等の結果	任意様式・電子データ	電子メール	実施後1か月以内

報告・試食会の企画書	任意様式・電子データ	電子メール	実施日の1か月前
報告・試食会におけるアンケート調査等の整理結果	任意様式・電子データ	電子メール	実施後1か月以内
広報（フェアチラシ等）	任意様式・電子データ	電子メール	適時
フェア等における製作物	任意様式・電子データ	電子メール	設置1週間前
販路拡大支援等に係る各種記録	任意様式・電子データ	電子メール	適時
年間スケジュール	任意様式・電子データ	電子メール	契約締結後1か月以内
業務完了報告書	指定様式・紙媒体1部	持参又は郵送	令和9年3月23日
実績報告書	任意様式A4判・紙媒体3部及び電子データ	持参又は郵送及び電子メール	令和9年3月23日

(2) 提出先

宮城県農政部食産業振興課販路拡大支援班  
〒980-8570 宮城県仙台市青葉区本町三丁目8-1  
電子メール：[s-hanbai@pref.miyagi.lg.jp](mailto:s-hanbai@pref.miyagi.lg.jp)

6 留意事項

- (1) 本業務の作業体系について、再委託の有無を含めて企画提案書に記載すること。再委託する場合は、再委託先の名称、住所、再委託理由、再委託予定金額、業務の役割分担及び業務の履行能力等についても企画提案書に記載すること。
- (2) 本業務の実施に当たっては、関係法令を順守するとともに、本業務による成果物については第三者の知的財産権を侵害することなく、適正に履行すること。第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときは、解決に要する費用を含め、受注者の責任において解決すること。
- (3) 成果物の一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、全て発注者に帰属するものとする。また、成果物に係る著作者人格権について、受注者は、発注者が認めた場合を除き行使できないものとする。
- (4) 受注者は、この業務（再委託をした場合を含む。）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、この業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、毀損の防止及びその他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。
- (5) 受注者は、この業務（再委託をした場合を含む。）を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）を遵守しなければならない。
- (6) 受注者は、業務着手前に発注者と十分な打合せを行い、業務内容について確認を行うこと。
- (7) 本仕様書に関し、疑義又は定めのない事項が生じた場合は、発注者と協議の上、適切に対応すること。ただし、本仕様書に明記のない事項であっても、社会通念上当然必要と思われるものについては本業務に含まれるものとする。

別表 成果数値

項 目	成果数値
1-1 県外実需者・流通関係者向け産地見学会の実施 (受注者提案型)	①産地見学会の回数、招へい者数 ②産地見学会で視察した県産食材等の品目数 ③産地見学会後の県産食材等の取引実績 (品目別の取引量・取引金額等) ④産地見学会後の県産食材等の新規取引の創出数 ⑤産地見学会で視察した県産食材等の2及び3の「みやぎフェア」における採用率(フェア採用品目数/視察県産食材等の品目数)
1-2 県内飲食店等向け産地見学会の実施	①産地見学会の回数、参加者数 ②産地見学会で視察した県産食材等の品目数 ③産地見学会後の県産食材等の取引実績 (品目別の取引量・取引金額等) ④産地見学会後の県産食材等の新規取引の創出数 <1-2努力目標> ・参加者1人当たり1品目以上の取引成立 ・参加者全体のうち3割以上の取引成立
1-3 県外実需者(ホテル・飲食店等)・流通関係者向け産地見学会の実施(発注者指定型)	①産地見学会の回数、招へい者数 ②産地見学会で視察した県産食材等の品目数 ③産地見学会後の県産食材等の取引実績 (品目別の取引量・取引金額等) ④産地見学会後の県産食材等の新規取引の創出数
2 県外ホテル・飲食店等での「みやぎフェア」開催	①開催店舗数(業態別にも集計) ②開催日数 ③フェア開催店舗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等の取引実績 (品目別の取引量・取引金額等) ⑤フェア来店者の県産食材等の認知度や県産食材等に対する意識
3 県外小売店での「みやぎフェア」開催	①開催店舗数(業態別にも集計) ②開催日数 ③フェア開催店舗の県産食材等の販売・取引実績(品目別の数量・販売金額等) ④フェア来店者の県産食材等の認知度や県産食材等に対する意識
4 県内外の実需者・流通関係者を対象とする報告・試食会の開催	①参加者数(業態別にも集計) ②報告・試食会で紹介した県産食材等の品目数 ③「報告・試食会の参加を機に県産食材等を使用してみたい」と回答した参加者(実需者等)の割合(回答者数/参加者数)