

令和3年度 県産ブランド品確立支援業務
(「食材王国みやぎ」ブランド化戦略策定業務) 仕様書

第1 委託業務の名称 令和3年度 県産ブランド品確立支援業務
(「食材王国みやぎ」ブランド化戦略策定業務)

第2 委託期間 契約締結の日から令和4年3月22日まで

第3 業務の概要

県は、平成22年3月に「みやぎの「食」ブランド化推進方針」を策定し、本推進方針で設定した基本方針と、「食」ブランド化推進プログラムにより、ブランド化の取組を進めてきたが、品目によってブランド化のために抱える課題は様々であり、すべての品目でプログラムに沿ったブランド化を進めることが困難であることが明らかになってきたところである。

みやぎの「食」ブランド化に当たっては、品目によって異なる課題等への対応や、適切な販売先の選定など、生産から消費までを見据えた適切な手法を選択する必要があることから、本業務により、品目毎の生産の現状や販売動向等を分析するとともに、市場のニーズに対応したブランド化戦略を策定するもの。

第4 業務の内容

宮城県産農林水産物の、認知度向上、販路拡大等のため、調査等を実施し、これに基づくブランド化戦略を提案すること。

1 対象品目

- (1) 対象とする品目は、2品目以上とし、品目毎にブランド化戦略を提案すること。
- (2) 2品目を対象とする場合の品目は、「せり」及び「メカジキ」とすること。
- (3) 3品目以上を対象とする場合の品目には、「せり」、「メカジキ」及び「えだまめ」を含むこと。その他の品目は提案すること。

2 ブランド化戦略の提案

- (1) 次の項目を実施すること。

イ 3C分析（環境分析）

- (イ) 分析項目については、提案すること。
- (ロ) 分析においては、各品目の県内における主要産地を「自社環境（COMPANY）」とし、これを踏まえ、ブランド化戦略を提案すること。
- (ハ) 生産者（生産者団体）、実需者（飲食業・宿泊業、流通業（市場、卸売事業者など）、消費者及び専門家等へのアンケート、インタビューを実施すること。アンケート及びインタビューの対象及び実施数・回答数等は提案すること。
- (ニ) 国の統計資料や独自のデータを用いた分析を行うこと。
- (ホ) 分析の実施にあたっては、発注者と事前に協議すること。

ロ STP分析（戦略立案）

- (イ) 品目毎に適切な販売戦略を複数選定すること。販売先には、地域、具体的な取引（出荷）先、最終消費者（年齢、性別、所得等）を明記すること。その他の項目は提案すること。

(ロ) 品目別、販売先別に、期待される単価、出荷量および期待される販売額等を試算すること。

ハ 4P分析・4C分析（施策立案）

(イ) 品目別、販売先別の効果的なブランド化推進のための施策を提案すること。

(ロ) 施策には、地域の風土や食文化に根ざした食材のストーリーや食産業に携わる生産者・実需者の姿や取組を発信するとともに、観光産業が外食産業と連携し、宮城でしか得られない「食」の体感・感動の機会提供と通じてブランド化を推進するプロモーションの提案を含むこと。

(ハ) 施策は、県内の観光産業や外食産業に十分な波及効果のある内容であること。

(ニ) 想定される課題とその対応案を提案すること。

(2) 項目にない事項についてもブランド化戦略を提案する上で必要な事項について、委託金額の範囲内で調査・分析すること。

3 成果品・提出期限

(1) 令和3年9月17日（金）までに第4の2（1）イ及びロの調査・分析結果を報告すること。

(2) 最終報告書は、カラー印刷（30部）及び電子データ1式とする。

第5 包括的事項

1 当仕様書に定めのない事項については、随時発注者と協議すること。

2 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。

3 事業の成果指標は別表に記載のとおりとする。また、この他の成果指標は提案すること。

別表 成果指標

項目	成果指標
対象品目	・対象品目数
3C分析	・「自社環境」「市場環境」「競合環境」それぞれの分析項目数
STP分析	・販売戦略の提案数 ・販売先数
4P・4C分析	・施策提案数