

令和5年度県産ブランド品確立支援業務（ブランド化戦略に基づく県産食材PR業務）（再募集）の 企画提案に係る質問への回答

令和5年2月1日掲載

No.	項目	質問事項	回答
1	【仕様書】 第4 業務の内容	1 せりのPR 春せりの消費拡大のためのイベントは既存のイベントへの参加が必須でしょうか。	既存イベントへの参加は必須ではありませんが、仕様書に記載のとおり、地域の活性化が期待できる内容としてください。
2		より効果的な消費拡大を狙うために、メカジキPR同様の飲食店等フェアをイベントとして開催しても良いでしょうか。	春せりをPRするイベントとして飲食店等フェアの開催も可能です。
3		1 せりのPR 2 メカジキのPR 春せりおよびメカジキのサンプル食材購入費用はおおよそいくらくらいになるでしょうか。	サンプル食材の購入費用に定めはありません。
4	【仕様書】 第5 包括的事項	別表 成果指標 前回の成果指標は今回の仕様書と同じものでしょうか。また、前回の成果指標を教えてください	本回答2ページ以降の「令和4年度県産ブランド品確立支援業務（ブランド化戦略に基づく県産食材PR業務）仕様書」のとおりです。
5	【別添】 令和4年度県産ブランド品確立支援業務（ブランド化戦略に基づく県産食材PR業務）の概要	同様のプロポーザルの過去の受託者、並びに施策の詳細な内容を教えてください	令和4年度に同様の業務を実施しています。詳細な内容は仕様書別添の業務概要のとおりです。
6		前年度に同様の施策を実施している場合、前年度施策の課題や改善点を教えてください。そちらを踏まえて今年度の施策を作成しようと思います。	令和4年度と同業務における、現段階での課題・改善点は以下のとおりです。 1. せり ○春せりの定着には更なる消費者向け情報発信が必要。 ○せり加工品の原料とするせりの供給体制の構築。 ○無選別のせりや選別後の廃棄部分のうち利用可能な部分を活用する場合の、衛生面のリスクや作業面での負担。 2. メカジキ ○気仙沼市以外でのメカジキの生食の定着には引き続きPRが必要。 ○仙台市など、気仙沼市以外の飲食店への、生食可能なメカジキの流通経路の構築。

**令和4年度県産ブランド品確立支援業務
(ブランド化戦略に基づく県産食材PR業務)仕様書**

第1 委託業務の名称 令和4年度 県産ブランド品確立支援業務
(ブランド化戦略に基づく県産食材PR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

平成22年3月に策定し、令和3年8月に改定した「みやぎの『食』ブランド化推進方針」(以下「方針」という。)では、県産食材のブランド化に当たり、品目毎のブランド化戦略(以下「戦略」という。)を策定し、品目によって異なる課題等に対応しながら適切な販売先を選定するなど、生産から消費までを見据えた適切なブランド化手法を選択することとしている。

方針に基づき、令和3年度中に「せり」及び「メカジキ」について戦略を策定することから、本業務では、当該2品目について戦略に基づくPR事業を実施することにより、販売促進と「食材王国みやぎ」の地域イメージの向上を図る。

第4 業務の内容

「せり」及び「メカジキ」のPRのため、次のことを実施すること。各業務の実施に当たっては、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とともに、別添の「ブランド化戦略の概要(せり及びメカジキ)」に沿った内容とすること。

1 せりのPR

10月から2月に出荷される冬せり(根せり)と比較して需要の少ない、3月から5月に出荷される春せり(葉せり)の消費拡大による単価の向上を図ることを目的に、消費者向け情報発信を行う。また、通年での収益の確保を目的に、通常廃棄される部分や花・実の活用など、せりの新たな利用方法の普及や関連商品の開発につながるPRを行う。

(1) 春せりの消費拡大

イ 情報発信

(イ) 消費者を対象に、春せりの消費拡大につながる内容(例えば春せりの特徴、共感・感動を生むストーリー、美味しさ、レシピなど)の情報発信を行うこと。

(ロ) WEBサイトやパンフレット等の印刷物を制作するなど、多くの消費者の目に留まる方法で行うこととし、消費者が関心を持つような魅力ある内容・デザインとすること。

ロ 春せりに関する取材及び記事の作成

(イ) 情報発信のため、必要な取材を行うこと。

(ロ) 取材に当たっては、取材先等関係者との連絡調整を行うこと。

(ハ) 発注者が所有する関連画像やレシピなど、既存の素材を活用することも可とする。

(2) せりの新たな利用方法の開発、訴求

イ 新たな利用方法の開発

せりの通常廃棄する部分や花・実の活用など、利用方法の拡大によるブランド価値の向上のため、レシピ開発や加工品の開発・提案につながるイベントやキャンペーン等を実施すること。

ロ 新たな利用方法の訴求

(イ) 上記イで開発した利用方法を、実需者に向け訴求すること。

(ロ) 訴求に当たっては(2)イのイベント等との連動により効果的に実施すること。

(3) 代替案の提案

(1)及び(2)について、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すること。

なお、代替案は、せりのPRについて原案と同等の効果が見込める内容とすること。

2 メカジキのPR

県内の飲食店やホテル等宿泊施設でメカジキを提供するフェアを開催し、特に秋から冬に水揚げされる「冬メカ」の美味しさを発信することにより、県内でのメカジキの認知度向上と定番化を図るとともに、メカジキを目的とした県外からの誘客を図ること。

イ 飲食店等フェアの内容

(イ) 開催場所は、気仙沼市及び仙台市を含む2地域以上とする。

(ロ) 開催店舗数は、20店舗程度とする。

(ハ) 開催時期は10月から1月とし、フェア期間はおおむね1か月程度とする。

ロ 飲食店等フェアの運営

(イ) フェア参加店は、メカジキをメイン食材に使ったメニューをフェア期間に提供することとする。

(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。

(ハ) 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。

(ニ) 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。

(ホ) 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を発注者宛て報告すること。

ハ 広報宣伝

(イ) フェアの開催について、プレゼントキャンペーン、メディア訪問、SNSの活用等様々な方法で周知を行い、効果的に誘客を図ること。

(ロ) フェアのポスターやパンフレット、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あらかじめ立案すること。

なお、代替案は、参加者数を増やすなど、メカジキのPRについて飲食店フェア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 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 デザイン、場所、日程、取材先等の決定するに当たっては、発注者と事前に協議すること。

3 本業務において撮影した画像データ及び制作した各デザインデータ、レシピ等について、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。

4 WEBサイトを制作する場合は、本業務期間中のサイトの運営は受注者が行い、本業務終了後は、宮城県食産業振興課が運用する宮城県の食関連情報発信サイト内に移行させ、発注者が運用可能な

ものとする。

- 5 必要な素材の収集や取材，情報発信，イベント実施等に必要な一切の費用な委託金を含むものとする。
- 6 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。
- 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 せりのPR	
(1) 春せりの消費拡大	イ WEB サイト（ランディングページ）の閲覧数 ロ POP 設置数 ハ レシピのアクセス件数
(2) せりの新たな利用方法の開発，訴求	イ WEB サイト（ランディングページ）の閲覧数 ロ 独自開発のギフトの販売数 ハ イベント参加事業者数 ニ 商品開発が見込まれる事業者数
2 メカジキのPR	イ 参加店数 ロ 開催日数 ハ フェア参加店のフェアメニュー提供実績（販売数・金額） ニ 県外からの誘客につながる取組実績（広告の閲覧数、キャンペーンの参加者数等） ホ WEB サイト（ランディングページ）の閲覧数