

令和7年度「食材王国みやぎ」魅力発信・体感促進業務 仕様書

第1 委託業務名 令和7年度「食材王国みやぎ」魅力発信・体感促進業務

第2 委託期間 契約締結の日から令和8年3月23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、東日本大震災からの復旧・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、東京都中央卸売市場における県産品の流通量を見ると、東日本大震災前に比べて大きく落ち込んだままであり、いまだ需要の落ち込みが解消しきれていない状況にある。県内の生産体制の回復に合わせた販路拡大の実現に向け、風評被害払拭の早期完遂と需要拡大が喫緊の課題となっているため、本業務では、「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、実際に県産食材や県産品に触れる場の創出をより図り、「食材王国みやぎ」の魅力を発信しながら、県産食材等の利用・販路拡大に繋がる取組を実施していく。

第4 業務の内容

「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、各施策の実施時期については、別添の「魅力発信・体感促進業務：スケジュール」を参照のこと。

1-1 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信（県外実需者・流通関係者向け産地見学会の実施）

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・県産品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拡大につなげる。

イ 産地見学会の内容

(イ) 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。

(ロ) 産地見学会の回数は年5回以上とする。

(ハ) 産地見学会は、1回あたり、1泊2日程度の見学行程とし、県内生産地等を6ヶ所から8ヶ所程度視察すること。

(ニ) 産地見学会における実需者や流通関係者等の招へいについては、以下の基準・条件等とする。

招へい者	招へい者基準・条件	招へい者数（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が見込まれる飲食店等	6者以上
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	10者以上
流通関係者等	招へい者（実需者）に対して食材・食品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者以上を招へいすること

- (ホ) 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の想い等を伝えるものとし、県産食材や生産者のファンづくりを意識すること。
- (ヘ) 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。
- (ト) 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。
- ロ 産地見学会の企画・調整
 - (イ) 産地見学会における招へい者の選定は、受注者が行い、発注者と協議のうえ、決定すること。
 - (ロ) 視察する県内生産地等、県産食材等の候補案は、発注者が別途選定し、受注者と共有する。
 - (ハ) 産地見学会の行程については、発注者が別途選定する県内生産地等、県産食材等の候補案をもとに、受注者が調整し、発注者と協議の上決定すること。
- (ニ) 産地見学会の実施に係る関係者に対し、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。また、産地見学会の実施に向けたスケジュールを作成し、発注者へ提示すること。
- (ホ) 産地見学会の実施に際し、招へい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、産地見学会における招へい者の飲食費は除く。
- ハ アフターフォロー等
 - (イ) 県産食材等の流通経路の確保、提案や生産者と実需者、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繋がるような支援を行い、県産食材等の利用拡大を図る工夫を併せて提案すること。
 - (ロ) 実需者等からの問合せや県産食材等の購買等のサポートを行い、県産食材等の利用拡大を図ること。
 - (ハ) 別表の成果指標に関しては以下のとおり実施することとする。
 - a 産地見学会後、産地見学会の招へい者と県産食材等の新規・継続取引が成立した場合は、その実績等（毎月の品目ごとの数量、金額、成立した理由等）について、産地見学会実施日の1ヶ月後、3ヶ月後及び6ヶ月後（委託期間内に限る。）に調査を行い、データをとりまとめの上、発注者宛て報告すること。
 - b 産地見学会後、産地見学会の招へい者と県産食材等の取引が不成立だった場合は、その理由等を聞き取り、発注者宛て報告すること。
 - c 後述の項目2及び項目3におけるフェア開催企業・店舗については、フェア期間終了後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）について、フェア期間終了日の1ヶ月後及び3ヶ月後（委託期間内に限る。）に調査を行い、データをとりまとめの上、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。
 - e 委託期間終了後の上記a及びcの調査については、発注者が実施することとする。

1-2 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信（県内飲食店・流通関係者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）や流通関係者を対象に、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・県産品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拡大につなげる。

イ 産地見学会の内容

- (イ) 県内飲食店（「食材王国みやぎ」地産地消推進店等）や流通関係者を対象とし

- た、県産食材等の産地見学会を実施すること。
- (ロ) 産地見学会の回数は年2回以上とする。
- (ハ) 産地見学会は、1回あたり、県内生産地等を4ヶ所程度視察することとし、県内飲食店の料理人や流通関係者など、10人から20人程度の参加とすること。
- (ニ) 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の想い等を伝えるものとし、県産食材や生産者のファンづくりを意識すること。
- (ホ) 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。
- (ヘ) 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。
- ロ 産地見学会の企画・調整
- (イ) 産地見学会における参加店舗、参加者の選定は、受注者が行い、発注者と協議のうえ、決定すること。
- (ロ) 視察する県内生産地等、県産食材等の候補案は、発注者が別途選定し、受注者と共有する。
- (ハ) 産地見学会の行程については、発注者が別途選定する県内生産地等、県産食材等の候補案をもとに、受注者が調整し、発注者と協議の上決定すること。
- (ニ) 産地見学会の実施に係る関係者に対し、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。また、産地見学会の実施に向けたスケジュールを作成し、発注者へ提示すること。
- (ホ) 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、産地見学会における参加者の飲食費は除く。
- ハ アフターフォロー等
- (イ) 県産食材等の流通経路の確保、提案や生産者と実需者、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繋がるような支援を行い、県産食材等の利用拡大を図る工夫を併せて提案すること。
- (ロ) 飲食店等からの問合せや県産食材等の購買等のサポートを行い、県産食材等の利用拡大を図ること。
- (ハ) 別表の成果指標に関しては以下のとおり実施することとする。
- a 産地見学会後、産地見学会の参加者と県産食材等の新規・継続取引が成立した場合は、その実績等(毎月の品目ごとの数量、金額、成立した理由等)について、産地見学会実施日の1ヶ月後、3ヶ月後及び6ヶ月後(委託期間内に限る。)に調査を行い、データをとりまとめの上、発注者宛て報告すること。
- b 産地見学会後、産地見学会の参加者と県産食材等の取引が不成立だった場合は、その理由等を聞き取り、発注者宛て報告すること。
- c 委託期間終了後の上記aの調査については、発注者が実施することとする。

1-3 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信(発注者提案による県外実需者(ホテル・飲食店等)向け産地見学会の実施)

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拡大につなげる。

イ 産地見学会の内容

- (イ) 首都圏を中心とした県外の実需者(ホテル・飲食店等)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。なお、本項目における産地見学会の招へい者実施時期等については、発注者が別途選定、調整し、受注者と共有する。(産地見学会1回あたり、5名程度の参加を想定している。)

- (ロ) 産地見学会の回数は年3回以上とする。
- (ハ) 産地見学会は、1回あたり、1泊2日程度の見学行程とし、県内生産地等を6ヶ所から8ヶ所程度視察すること。
- (ニ) 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の想い等を伝えるものとし、県産食材や生産者のファンづくりを意識すること。
- (ホ) 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。
- (ヘ) 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。
- ロ 産地見学会の企画・調整
 - (イ) 視察する県内生産地等、県産食材等の候補案は、発注者が別途選定し、受注者と共有する。
 - (ロ) 産地見学会の行程については、発注者が別途選定する県内生産地等、県産食材等の候補案をもとに、受注者が調整し、発注者と協議の上決定すること。
 - (ハ) 産地見学会の実施に係る関係者に対し、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。また、産地見学会の実施に向けたスケジュールを作成し、発注者へ提示すること。
 - (ニ) 産地見学会の実施に際し、招へい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、産地見学会における招へい者の飲食費は除く。
- ハ アフターフォロー等
 - (イ) 県産食材等の流通経路の確保、提案や生産者と実需者、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繋がるような支援を行い、県産食材等の利用拡大を図る工夫を併せて提案すること。
 - (ロ) 実需者等からの問合せや県産食材等の購買等のサポートを行い、県産食材等の利用拡大を図ること。
 - (ハ) 別表の成果指標に関しては以下のとおり実施することとする。
 - a 産地見学会後、産地見学会の招へい者と県産食材等の新規・継続取引が成立した場合は、その実績等（毎月の品目ごとの数量、金額、成立した理由等）について、産地見学会実施日の1ヶ月後、3ヶ月後及び6ヶ月後（委託期間内に限る。）に調査を行い、データをとりまとめの上、発注者宛て報告すること。
 - b 産地見学会後、産地見学会の招へい者と県産食材等の取引が不成立だった場合は、その理由等を聞き取り、発注者宛て報告すること。
 - c 委託期間終了後の上記aの調査については、発注者が実施することとする。

2 県産食材等の利用拡大のための県外飲食店等でのフェア開催

県産食材等を使用した県外飲食店等でのフェアを開催し、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する。

イ 飲食店等フェア内容

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15店舗以上	1か月以上

ロ 飲食店等フェアの運営

- (イ) フェア開催店舗に使用を誘導する県産食材等は、項目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が、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。
- (ロ) 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、決定すること。ただし、項目1－3において招へいしたホテル・飲食店等については、本項目におけるフェア開催店舗の選定及びイの開催規模・店舗数に含めないこととする。
 - (ハ) フェア開催店舗は、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、食材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。
 - (ニ) 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。
 - (ホ) 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。
 - (ヘ) 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）のデータをとりまとめ、発注者宛て報告すること。
- ハ 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 県産食材等の販売促進のための県外小売店でのフェア開催

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する。

イ 小売店フェア内容

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

ロ 小売店フェアの運営

- (イ) フェア開催店舗に販売を誘導する県産食材等は、項目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が、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。
 - (ロ) 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、決定すること。
 - (ハ) 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。
 - (ニ) 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）のデータをとりまとめ、発注者宛て報告すること。
- ハ 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 県産食材等の販路拡大及び付加価値向上に向けた支援

産地見学会の訪問先の生産者等に対し、農林水産物の販路拡大及び付加価値向上に知見を有し、助言等が可能な専門家の派遣を行うことにより、生産物の販路拡大における課題の洗い出しや生産者等の営業力強化、付加価値向上に向けた支援などに取り組むこと。

イ 県産食材等の販路拡大及び付加価値向上に向けた支援

(イ) 支援対象者の選定

支援対象となる生産者等については、項目1における産地見学会で訪問を予定している生産者等のうち、助言を受けて生産物の販路拡大に取り組む意志があり、営業力の強化に関する助言や新たな販路の提案等の取組を行うことにより十分な事業効果が期待できる者（以下「支援対象者」という。）とし、発注者が別途選定し、受注者と共有する。

なお、支援対象者数の想定は、6者以上とする。

(ロ) 業務量の想定

専門家の派遣については、支援対象者が有する課題や要望に応じて、委託期間内にわたって、支援対象者1者に対し、1回あたり2時間程度の派遣を、3回程度の実施を想定している。

(ハ) 専門家の選定等

本項目における専門家は、農林水産物の販売・流通に携わった経験のあるバイヤー経験者や農林水産物の販路拡大や商談・営業手法、販売戦略などの項目について高い専門性を有する実務経験者とし、幅広い分野から人材を選出すること。

受注者は、派遣を想定している専門家の候補を複数提示し、発注者と協議のうえ、支援対象者に対して派遣する専門家を決定すること。

また、支援対象者の課題や要望と派遣した専門家の助言分野及び内容等がミスマッチと判断される場合には、他に助言できる者を選出すること。

(ニ) 専門家の派遣等

受注者は、支援対象者に対して専門家を派遣し、支援対象者が有する生産物の販路拡大や付加価値向上における課題や要望のヒアリング、洗い出しを行うこと。

受注者は、前述の課題や要望に基づき、支援対象者毎に課題解決の方向性や派遣回数を示した支援スケジュールを発注者と協議のうえ作成し、提示すること。

前述の支援スケジュールに基づき、支援対象者の営業力強化に資する産地見学会前の商談助言や実需者・流通関係者のニーズ調査結果に基づく新たな販路や手法の提案など、具体的かつ実践的な助言を行うこと。

助言に当たっては、支援対象者やその生産物が持つ強み（セールスポイント）等を探求した上で、支援対象者と協働にて課題解決に当たること。

(ホ) 派遣報告書の提示

本事業での成果を踏まえ、支援対象者ごとの課題・要望や支援実施内容、支援結果、今後の販路拡大における方向性等を示した派遣報告書を取りまとめ、作成し、発注者へ提示すること。

(ヘ) 派遣方法

派遣方法は現地訪問を原則とするが、やむを得ない場合は、発注者と協議の上、オンラインミーティングツールの活用等の適切な手法により訪問指導と同等の効果が得られるよう実施すること。

なお、派遣には可能な限り、発注者も同席することとする。

(ト) 専門家の派遣及び助言等については、項目1及び項目2、項目3の事業との相乗効果が期待できるよう実施すること。

ロ その他

その他、県産食材等の販路拡大及び付加価値向上に資する取組を実施する場合は、受注者の提案によるものとする。

第5 包括的事項

- 1 上記事業間の連動により、効果的な業務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、場所、日程、使用食材、人物、デザイン等の決定は、発注者と事前に協議すること。
- 3 この仕様書の定めがない事項については、発注者と受注者が協議の上、決定する。
- 4 本業務において撮影した県産食材等（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
1-1 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信（県外実需者・流通関係者向け産地見学会の実施）	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項目2及び項目3の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 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信（県内飲食店・流通関係者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
1-3 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信（発注者提案による県外実需者（ホテル・飲食店等）向け産地見学会の実施）	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 県産食材等の利用拡大のための県外飲食店等でのフェア開催	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）
3 県産食材等の販売促進のための県外小売店でのフェア開催	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 県産食材等の販路拡大及び付加価値向上に向けた支援	①専門家派遣の回数 ②支援対象者数