

# 令和8年度食の県外催事強化業務委託仕様書

1 委託業務の名称 令和8年度食の県外催事強化業務

2 委託期間 契約締結の日から令和9年3月31日まで

## 3 業務目的

本事業は、首都圏をはじめとする主要都市において、まだ広く認知されていないものの個性や魅力を有する県産品の販売会を開催し、消費者との接点を創出するとともに、固定店舗での販売ではなく、催事として消費者のもとへこちらから出向くことで、より多くの消費者に県産品の魅力を直接伝え、新規顧客獲得につなげる。さらに、単発の販売会で終わることなく、継続購入につながる取組を行うことで販路開拓（拡大）を図るもの。

※ 本仕様書において、「販売会」とは、一般企業内での販売会、百貨店・量販店等のイベントブース、物産イベントへの出店等を指す。

## 4 業務内容

首都圏をはじめとする主要都市において、次に掲げる目的に則した会場を選定し、県産品のみを取り揃えたセレクトショップ形式の販売会を計30回開催すること。

なお、本事業における全ての販売会は、宮城県外での開催に限るものとする。

受注者は、販売会の企画（会場選定・商品選定・継続購入に向けた取組）、販売会開催前の対応、販売会の開催、販売会開催後の対応等の全ての業務を発注者から支払われる委託料と商品の販売収益で実施すること。

### 【会場選定の目的及び開催回数】

① 接触人数の最大化（人流重視型）：10回

県産品と消費者との接触機会を最大化するため、人流を重視した会場を選定すること。

② 認知の質の向上（体験・訴求型）：8回

消費者の深い理解とファン化を目的とし、試食を必須とする。商品の背景にあるストーリーやこだわりを丁寧に伝えることで購買につながる客層が多い会場を選定すること。

③ 広域での認知拡大（地方展開型）：4回（各地方において1回ずつ開催すること）

首都圏以外の地域における販路開拓を目的とし、中部、近畿、中国・四国、九州の各地方において1回ずつ開催すること。

④ 戦略的販路拡大（提案型）：8回

受注者自らが市場環境やターゲットを分析し、本県の販路拡大に最も資する独自の狙いや目的を持った会場を提案すること。

なお、受注者の知見に基づき、上記①～③に掲げる会場選定の目的（人流重視、体験・訴求、地方展開）を更に強化・拡充する内容として、本枠の回数を割り当てる提案も可能とする。

※ 同一会場で連続した2日間以上開催する場合、販売会実施回数は1回とカウントする。ただし、提案の一環として連続した2日間以上開催することを妨げるものではない。

※ 受注者は、販売会実施内容の充実（販売商品の追加、販売会ブースの装飾・広報の拡充等）のため、販売会の売上の一部を販売収益として受け取ることができる。

なお、販売収益が受注者の見込み額に達しなかった場合でも、発注者はその差額を補填しないもの。

## (1) 販売会の企画

### ア 会場の選定

上記①～③に掲げる販売会については、それぞれの開催目的に則した最適な会場を選定すること。また、④の販売会については、受注者独自の視点によるターゲット選定や、どのような販売効果を狙ってその場所（地域・施設等）を選定するのかという「選定の考え方」も提案すること。

なお、提案に当たっては、①～④の販売会で想定する主な実施会場の候補とともに、全30回の販売会合計での売上見込み額を算出すること。

会場の選定に当たっては次に留意すること。

- (ア) 販売会30回の合計で1,800万円の売上を想定している。
- (イ) 会場確保に係る所有者等の関係者との調整・契約等については、受注者が責任をもって行うものとする。
- (ウ) 会場確保に係る場所代等の費用は委託料に含むものとする。
- (エ) 委託期間中、発注者から会場を指定した販売会の開催を依頼する場合がある。その際、受注者は、各会場等の関係者と調整し、①～④の販売会の代替として開催が可能か検討の上、発注者と協議するもの。
- (オ) 発注者は、販売会会場に観光PRブースの設置を求める場合がある。その際、受注者は各会場等の関係者と調整し、発注者と協力して販売会を実施すること。

### イ 販売会実施内容の工夫

上記①～④に掲げる各会場選定の目的に対し、その効果を最大限に引き出すための具体的な運営方法や工夫（接客・販売方法、各商品の魅力や背景を効果的に伝える紹介手法、試食の提供方法等）を検討し、提案すること。

### ウ 販売商品の選定

各販売会会場の客層やニーズを基に販売する商品を選定することとし、全販売会を通じて販売可能と想定する延べ商品数及び合計取扱アイテム数（商品1種を1つとしてカウント）を提案すること。

商品の選定に当たっては次に留意すること。

- (ア) 販売する商品は、次に掲げる要件のいずれかを満たすものとする。こと。
  - ① 宮城県内で生産若しくは製造の最終工程が行われた食品、又は宮城県内の業者が企画し、宮城県内生産の食材を主原料として製造されたもの。
  - ② 郷土性豊かな商品あるいは宮城県内の業者が主体的に商品企画及び販売を行い、製造を県外事業者へ委託している商品など、発注者が認めたもの。
- (イ) 販売会の開催に当たり、次のとおり事業者数及び商品数を確保し、かつチャレンジ枠<sup>※</sup>の構成比率を遵守すること。ただし、会場の規模、特性、又はその他の事由により、発注者がやむを得ないと認めた場合は、この限りではない。
  - ① 1販売会当たり、20事業者以上かつ40商品以上販売すること。  
なお、販売会30回の合計で延べ2,300商品、540種程度の販売を想定している。
  - ② 各販売会で10商品以上をチャレンジ枠の商品とすること。

#### ※ チャレンジ枠の定義と運用

定義：本事業における年間販売回数が、最大8回までとする商品

例外措置：売上が好調であるなど、継続販売が適当であると発注者が認めた場合に限り、8回を超えた販売（レギュラー商品への昇格）を認めるものとする。

- (ウ) 受注者は、適切に商品を管理するため、次のとおり販売商品候補一覧の作成及び管理を行

うこと。

① 初期提出（初回開催前）

第1回目の販売会開催前に、その時点で調整可能な範囲で、年間を通じて販売を予定する商品を整理した「販売商品候補一覧」を作成し、チャレンジ枠の該当有無について発注者の承認を得ること。

② 適時更新（追加商品の承認）

年度途中に新たな商品を販売する場合は、必ず事前に「販売商品候補一覧」に追加し、チャレンジ枠の該当有無について発注者の承認を得ること。

③ 記載事項と実績管理

商品名、製造事業者名、チャレンジ枠の該当有無、宮城県産品アンテナサイト「食材王国みやぎ 宮城旬鮮探訪」への掲載状況を明記すること。また、各商品の販売実績を管理するため、実施済みの販売会名称や販売回数が判別できる形式で記載すること。

(エ) 令和7年度食の県外催事強化業務で販売していない事業者の商品を積極的に選定するとともに、令和7年度に未出品の10事業者、30商品以上の販売を目指すもの。

なお、令和7年度業務における販売事業者や販売商品の情報については、契約締結後に、発注者から共有するものとする。

(オ) 業務目的を踏まえ、まだ広く認知していないが個性・魅力ある県産品を積極的に選定するとともに、販売する商品が、特定の事業者及び商品に偏らないよう留意すること。

エ 継続購入に向けた取組

販売会の実施に当たり、単発の販売にとどまらず、中長期的なリピーター獲得及び事業者の販路拡大につなげるため、次の取組を実施し、その内容を提案すること。

① 宮城県産品アンテナサイト「食材王国みやぎ 宮城旬鮮探訪」への誘導促進

販売会場において、商品購入者が帰宅後も継続して県産品を購入できるよう、「食材王国みやぎ 宮城旬鮮探訪」への効果的な誘導策（会場内の商品とサイト掲載商品との連動した紹介、二次元コード付きチラシの配布、接客時の案内等）を必ず講じること。あわせて、「食材王国みやぎ 宮城旬鮮探訪」に掲載されていない販売商品は、掲載について事業者へ働きかけを行うこと。

※ 誘導に用いる広報物の作成・印刷等に要する費用は委託料に含むものとする。

② 独自の販路拡大支援策

受注者の知見やノウハウを活かした独自の継続購入促進策や販路拡大支援策（常設販売に向けたバイヤー招聘、事業者への消費者ニーズのフィードバック等）があれば、必要に応じて提案すること。

(2) 販売会開催前の対応

ア 会場の確定

販売会会場の確定に当たっては、原則、開催1か月前までに具体の会場候補を発注者に連絡し、許可を得るとともに、観光PRブース設置及び現地取材の可否を確認すること。

イ 販売商品の確定

各販売会で販売する商品は、「販売商品候補一覧」の中から選定し、あらかじめ発注者の承認を得るものとする。受注者は、販売商品の変更が可能な時期（遅くとも開催日の2週間前まで）に、当該販売会の出品リストを発注者へ提出し、承認を得ること。

ウ 会場装飾等

会場装飾等の制作物は事前に発注者へ電子データで納品し確認を求めること。

販売会会場は、ブースへ消費者を呼び込む工夫を実施するとともに、装飾等の設置については、各会場等の関係者と事前に調整を行うこと。

なお、令和7年度食の県外催事強化業務で作成・使用した装飾物等の再利用を妨げるものではない。活用を希望する場合は、発注者と協議の上、貸与を受けるものとする。

エ 什器・備品類の調達

販売会の開催・運営に必要な什器・備品・消耗品等を整備すること。

なお、什器・備品類の使用又は設置については、各会場等関係者と事前に調整を行うこととし、什器・備品類のリース代は委託料に含むものとする。

オ 商品出品事業者との調整

販売商品情報、商品輸送方法及び売上金の管理等、開催に当たり必要な事項について、4（1）ウにおいて選定した商品出品事業者との調整を行うこと。

なお、仕入方法は、消化仕入、買取仕入のいずれの方法も妨げないが、買取仕入の場合で販売会后に在庫が発生した場合、受注者が在庫処理を行うものとする。

カ 販売員の手配

販売会の運営に必要な販売員を配置することとし、販売員は全員が販売商品の特徴や魅力を把握し、商品説明ができることとする。

キ 各種手続・届出

食品及び酒類の販売等に関する必要な手続・届出等は受注者が責任をもって行うこと。

(3) 開催中の対応

ア 販売の実施

(1)の企画内容に沿って受注者が販売を実施すること。

イ 関係法令・規則の順守

衛生管理・防災等の関係法令、監督官公庁の指導事項等を遵守し、衛生管理及び感染症対策を徹底すること。また、会場等関係者が定める規則等を遵守すること。販売員等を雇用する場合は、労働基準法等の労働関連法令を遵守すること。

ウ トラブルへの対応

事故（食中毒等）の発生、販売上の問題の発生、災害（地震、火災等）の発生及び来場者等からの苦情等があった場合は、受注者が責任をもって迅速かつ適切に処理・対応するとともに、経緯（発生原因）・処理経過・再発防止策等を速やかに発注者へ報告すること。

エ 夜間早朝警備

会場等関係者と調整の上、必要に応じて開催時間外における会場等の警備を手配すること。

オ その他

会場等の清掃及び整理整頓等、来場者等の目線に立った運営を行うこと。

(4) 開催後の対応

ア 原状回復

会場等関係者と調整の上、什器・備品・装飾の撤去、会場等の清掃及び原状回復を行うこと。

イ 開催報告

毎月20日までに、前月の実施内容及び結果（買上客数や商品ごとの売上実績等）について取りまとめた開催報告書を作成し、電子メールにより発注者に提出すること。ただし、令和9年3月中

に開催した販売会については、令和9年3月31日までに開催報告書を発注者に提出すること。

なお、開催報告書には、開催期間中の会場の様子を撮影した画像を添付すること。

ウ 事業者への情報提供

販売会の実施を通じて得た来場者の声や売上傾向等を分析し、商品出品事業者の今後の販売戦略や商品の改善等に役立つ情報を、必要に応じて提供することとし、提供した内容について記録に残し、発注者に報告すること。

(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、今後の県外催事強化事業の課題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。

5 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
販売商品候補一覧	任意様式・電子データ	電子メール	第1回目の販売会開催前まで ※商品追加ごとに適時更新し提出
会場候補リスト	任意様式・電子データ	電子メール	開催1か月前
出品リスト	任意様式・電子データ	電子メール	販売商品の変更が可能な時期まで (遅くとも開催日の2週間前まで)
会場装飾等の制作物	任意様式・電子データ	電子データ	適時
開催報告書	任意様式・電子データ	電子メール	開催日の翌月20日まで ※令和9年3月開催分については令和9年3月31日
事業者への情報提供	任意様式・電子データ	電子メール	適時
業務完了報告書	指定様式・紙媒体1部	郵送	令和9年3月31日
実績報告書	任意様式A4判・紙媒体3部及び電子データ	郵送及び電子メール	令和9年3月31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

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。