

平成31年度「食材王国みやぎ」魅力体感促進業務（神奈川県）仕様書

1 委託業務の名称 平成31年度「食材王国みやぎ」魅力体感促進業務
(神奈川県)

2 履行期限 平成31年7月31日

3 業務の目的

東京電力株式会社福島第一原子力発電所事故により、県産農林水産物の風評被害（買い控え、取引価格の下落、販売先（棚）を取り戻せない）等が生じており、震災から7年以上が経過した現在も、県内外において依然、震災前の水準まで回復できない状況となっている。このことから、県外で開催される「宮城県の物産と観光展」の開催地において、「食材王国みやぎ」が誇る様々な県産食材及び県産品の魅力を訴求するとともに、「宮城県の物産と観光展」（以下「物産展」という。）への誘客を図る情報発信を行い、県外の消費者に実際に県産品を見て、買って、味わっていただくことで、県産食材や県産品の風評払拭と信頼回復、消費体験を促進するもの。

4 業務の内容

「食材王国みやぎ」が誇る様々な県産食材や県産品の魅力を訴求するとともに、物産展の開催を広く情報発信することを目的に、以下の業務を実施すること。

(1) 物産展の情報発信

※物産展事前情報

物産展名称	宮城県の物産と観光展
開催地	神奈川県横浜市
店舗	そごう横浜店
開催時期	平成31年4月2日（火）～8日（月）（予定）
物産展の代表的な販売品目	牛タン、笹かまぼこ、ずんだ餅、仙台牛、海産珍味、白石温麺、地酒、宮城米
百貨店実施予定の開催告知（30年度実績）	折込チラシ配布、ポスター掲出、DM送付、百貨店ホームページ掲載、表敬訪問（横浜市内新聞支局等）

イ 新聞折込広告

横浜市内の新聞に折込広告（以下「チラシ」という。）を入れること。

(イ) チラシの制作について

- a チラシのデザインは、県産食材や県産品のイメージアップ（風評払拭及び信頼回復）が図られる内容にするともに、物産展への来場意欲をかき立てる印象的な内容とすること。また、広告制作に必要な素材は受注者が全て用意すること。
- b チラシのサイズはB4判以上とすること。

c チラシの用紙の種類は自由（提案による）とする。

（例：コート紙，73kg）

d チラシの制作枚数は自由（提案による）とする。

(ロ) 配布について

a チラシは新聞（朝刊）3紙以上に入れること。

b 新聞の選定は自由（提案による）とする。

c チラシを入れるエリアは自由（提案による）とする。ただし，50万部以上入れること。

d チラシを入れる時期（開催前・開催期間中の別）は自由（提案による）とする。ただし，物産展主催者が開催直前にチラシを横浜市及び周辺地域に入れる予定であることから，時期については配慮すること。

ロ 百貨店来店者への街頭サンプリング

開催期間中，百貨店入口等において，来店者に対し物産展への誘客を促すような街頭サンプリング（チラシ，ポケットティッシュ等の配布）を行うこと。なお，実施日は1会場につき3日間程度（連続しなくても可）とし，うち1日は初日とする。

(2) 相乗効果が期待できる独自の提案

(1)の業務に加え，予算の範囲内で食材王国みやぎの魅力発信及び物産展への誘客並びに宮城県産品ファンの増加に効果が期待できる独自の企画を提案すること。（複数の企画を提案することも可とする。）

●提案例

- ・テレビ番組・ラジオ番組のペイドパブリシティ等の情報発信
- ・物産展の会場，若しくは，その近接地における県産食材及び県産品の魅力を直接消費者に訴求する企画の実施（旬の県産食材を使用した料理を提供する試食会（お振る舞い）やレシピ集の作成・配布，生産者や生産現場の紹介及びPR等）等

※物産展の会場で実施する企画を提案する場合において，会場レイアウトや実施スペースの確保等の諸条件は，業務受託後に発注者側を通じて各百貨店と調整・協議の上，実施内容の詳細を決定することとする。

(3) 効果測定と評価

イ 来場者を対象にしたアンケート調査を300人以上実施し，効果測定及び評価をすること。

ロ アンケート記入者には，記念品を配布すること。