

## 令和6年度「食材王国みやぎ」魅力発信プロジェクト業務 (情報媒体・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務) 仕様書

第1 委託業務名 令和6年度「食材王国みやぎ」魅力発信プロジェクト業務  
(情報媒体・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務)

第2 委託期間 契約締結の日から令和7年3月21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売促進の実現に向け、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おり、様々な手法を総合的に組み合わせた効果的なプロモーション施策を強力に進める必要がある。

本業務は、「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、様々な媒体や手段を活用した情報発信に加えて、実際に県産品に触れる場の創出及び誘導を図ることによって、観光資源とともに「食材王国みやぎ」の魅力を発信していくものである。

### 第4 業務の内容

「食材王国みやぎ」の魅力をPRすることを目的に、次のことを実施すること。

なお、訴求食材及び掲出時期については、別添の「情報媒体・飲食店等を活用した魅力発信・魅力体感業務：訴求食材及びスケジュール」を参照のこと。

#### **1 県産食材の利用拡大のための実需者等向け情報発信**

首都圏を中心とした料理人、食材の仕入れ担当者、小売事業者及び食材・食品の卸売事業者等の実需者や食に関心の高い消費者を対象に、県産食材の魅力を伝えるための情報発信を行い、県産食材の消費拡大を図る。

##### イ 情報発信の方法・内容等

- (イ) 情報発信の方法は、食専門情報テレビ番組での放送や情報誌への記事掲載（テレビ番組・情報誌については、広く情報を発信する目的で実需者のほか食に関心の高い消費者も対象に含む）、生産地の視察、食材・食品のサンプル提供、生産者及び影響力のある料理人による県産食材の魅力PR（調理デモンストレーション、地元ならではの食べ方・料理紹介なども含む）など、対象者に県産食材の魅力が伝わり、関心を持つものとする。
- (ロ) 情報発信の回数は年3回以上とし、そのうちの1回以上を食専門情報テレビ番組での放送とすること。また、当該テレビ番組では、情報発信による影響の大きさと生産・流通量のバランスを考慮し、題材を選定すること。
- (ハ) 情報発信の内容は、県産食材の安全性や品質、おいしさ、生産手段での創意工夫及び生産者の想いや人柄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。
- (ニ) 一連の情報発信の成果として、県産食材の流通量及び消費量の拡大、本事業終了後の継続的な取引に結び付くことを狙いとする。
- (ホ) 情報発信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 情報発信の企画・調整

- (イ) 県産食材の流通経路を確保、提案するなど、継続取引につながる工夫をすること。
- (ロ) 取材を行う場合は、取材の趣旨や聞き取り内容を事前に取材先に連絡の上、承諾を得てから訪問するとともに、食材や生産者の写真撮影も行い、撮影した写真データを納品すること。
- (ハ) 関係者との連絡調整を行うこと。
- (ニ) 必要な試食材料費、謝金、交通・宿泊・食事費等の一切の費用は委託金に含む。

ハ アフターフォロー等

- (イ) 実需者等からの問合せや県産品の購買等のサポートを行い、県産食材の利用促進を図ること。
- (ロ) アンケート調査及び県産食材の取引実績等の調査を実施すること。

ニ 代替案の提案

感染症等の影響により実施できないと想定される項目がある場合、その代替案をあらかじめ立案すること。なお、代替案は、情報発信の対象者数を増やすなど、原案と同等の効果が見込める内容とすること。

## 2 県産食材を使用した飲食店等でのフェア開催

県産食材を使用した飲食店等フェアを開催し、県産食材の魅力を効果的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こと。

イ 飲食店等フェア内容

開催場所	開催時期	開催規模	フェア期間
首都圏を含む 大都市圏	9月から 12月	個別店舗おおむね 15店舗以上 又は複数のレストランを 備える大規模ホテル等 1施設以上	おおむね 1か月以上

ロ 飲食店等フェアの運営

- (イ) フェア参加店に使用を誘導する県産食材は、別添の「情報媒体・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務：事業展開スケジュール及び訴求食材」に記載の食材を優先とするが、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。  
なお、フェア参加店選定に際しては、候補となる店舗に対して、県産食材を紹介する機会を必ず設けること。
- (ハ) フェア参加店は、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) フェア開催前に、フェア参加店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。
- (ホ) 県産食材の流通経路を確保、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。
- (ヘ) 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、食材（サンプルを除く）購入費以外のフェアに係る費用は、原則委託金で精算すること。
- (ト) 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、メニュー開発用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。
- (チ) フェア開催中は、参加店のフェアメニュー提供状況等の確認を行うとともに、フェア終了後はフェア参加店におけるメニュー提供状況及び県産食材利用状況等のデータを取りまとめ、発注者宛て報告すること。

## ハ 広報宣伝

- (イ) 上記ロ (ハ) の店舗にふさわしい訴求効果の高い情報媒体を活用し、フェアの開催及び県産食材の魅力について周知を図ること。
- (ロ) 情報誌に掲載する場合は、見開き2ページ以上の十分なスペースに、4色カラーで掲載すること。それ以外の媒体を用いる場合は、これと同等以上の効果が見込める内容とすること。
- (ハ) 上記の (イ) 及び (ロ) によるほか、WEB媒体やSNSの活用等により、効果的なフェア周知を図ること。
- (ニ) 宮城県の食材を使用したフェアを行っていることが利用者に周知されるよう、パンフレットやチラシ、POP等の何らかの広報物を作製し、フェア参加店舗や集客に効果的な場所に配架・掲示すること。

## ニ 代替案の提案

感染症等の影響により実店舗でのフェアが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、実店舗でのフェアと同等のPR効果が見込める内容とすること。

### 3 県産食材等販売促進のための小売店でのフェア開催

県産食材等の販売促進のために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・品質を効果的に発信すること。

#### イ 小売店フェア内容

開催場所	開催時期	開催規模	フェア期間
首都圏を含む 大都市圏	10月から2月	50店舗以上	各店舗3～5日間程度

※ただし、開催規模及びフェア期間については、上記と同等以上の効果が期待できるものであれば、発注者と協議の上、変更することを可能とする。

#### ロ 小売店フェアの運営

- (イ) フェアで参加小売店へ販売を誘導する県産食材等は、別添の「情報媒体・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務：事業展開スケジュール及び訴求食材」に記載の食材を優先とするが、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) フェアの開催及び県産食材等の選定に当たっては、SDGsに留意し、第三者認証制度GAP認証及び有機JAS認証取得農畜産物並びにASC認証及びMSC認証取得水産物等を積極的に活用するよう努めるものとする。
- (ハ) フェア参加小売店の選定は、受注者が行い、発注者と協議の上、決定すること。  
なお、フェア参加小売店選定に際しては、各小売店に対し県産食材等を紹介する機会を必ず設けること。
- (ニ) 県産食材の流通経路を確保、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) フェアの参加に際し、小売店からの負担金等は徴収せず、販売する県産食材等(サンプルを除く)以外のフェアに係る費用は、原則委託金で精算すること。
- (ヘ) フェアで販売する県産食材等は、フェア参加小売店の買い取りとする。ただし、フェア開催の検討のためのサンプル食材等の費用については、委託金に含むものとする。
- (ト) フェア開催後に参加小売店の販売状況等の確認を行うとともに、売上実績等のデータを取りまとめ、発注者あて報告すること。

## ハ 広報宣伝

- (イ) フェア開催期間中に、参加小売店の一部店舗内等において、県産食材等の生産者や関係者が、消費者へ魅力を直接PRする機会を持つこと。

- (ロ) フェアの開催について、新聞広告へのチラシの折り込みやWEB媒体、SNSの活用、メディア訪問等様々な方法により、効果的に誘客を図ること。
- (ハ) フェア参加小売店舗内で消費者に県産食材をPRできるツール等を作成し、配架すること。

## ニ 代替案の提案

感染症等の影響により実店舗でのフェアが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、実店舗での小売店フェアと同等のPR効果が見込める内容とすること。

## 4 観光資源と連動した情報発信及び購入・誘客促進

観光旅行の主目的の一つとして「食」に関心のある消費者を対象に、観光資源と連動した情報発信を行い、県産食材や県産品（加工品）の購入促進や県内への誘客を図るための独自提案を行うこと。

### イ 情報発信の仕様

(イ) 情報発信は年1回以上とする。

(ロ) 県産食材及び県産品の魅力を、県内の観光資源と連動した形で伝える内容とすること。

### ロ 購入・誘客促進のための工夫

(イ) 情報発信の媒体を通じて、実際に県産食材及び県産品、食関連の旅行商品等の購入につながるよう工夫すること。

(ロ) 2や3の事業との相乗効果が期待できるものであることが望ましい。

### ハ その他

独自提案の内容に応じた成果指標も併せて提案すること。

## ニ 代替案の提案

感染症等の影響により実際の旅行行動が制限される場合の代替案をあらかじめ立案すること。なお、代替案は、情報発信の対象者数を増やす、県産食材及び県産品（加工品）の購入サイトへの誘導数を増やすなど、原案と同等の経済効果が見込める内容とすること。

## 第5 包括的事項

- 1 上記事業間の連動により、効果的な事業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、デザイン、場所、日程、使用食材、人物、取材先等の決定は、発注者と事前に協議すること。
- 3 事業の実施に当たっては、新型コロナウイルス感染防止対策に努めること。
- 4 本業務において撮影した県産品等（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 県産食材の利用拡大のための実需者等向け情報発信	①情報発信の対象者数・到達数 (可能な限り対象者業種別に集計) ②情報発信した相手方が特定できる場合は、情報発信後の県産食材の取引実績 (品目別の取引量・取引金額等) ③情報発信を行った品目の流通量の変化 (任意の比較できる数値を用いること)
2 県産食材を使用した飲食店等でのフェア開催	①参加店数(業態別にも集計) ②開催日数 ③フェア参加店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の取引実績 (品目別の取引量・取引金額等) ⑤発行部数 ⑥PV数
3 県産食材等販売促進のための小売店でのフェア開催	①参加小売店数 ②開催日数 ③フェア参加小売店の県産食材等販売実績 (品目別の取引量・取引金額等) ④発行部数 ⑤PV数
4 観光資源と連動した情報発信及び購入・誘客促進	①発行部数やPV数、メールマガジン配信数等の情報到達数 ②宿泊予約サイト等の活用による旅行商品の販売実績(販売数・金額) ③通販雑誌・通販サイト等への提案商品数 ④通販雑誌・通販サイト等の活用による県産食材等の販売実績(品目別の取引量・取引金額等)

情報媒体・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務：事業展開スケジュール及び訴求食材

業務	時期	令和6年						令和7年					
		春		夏		秋		冬			春		
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1 県産食材の利用拡大のための実需者等向け情報発信	【番組調整】	【食の専門情報番組での放送】											
	【雑誌調整】	←		【現地取材】		→		【食の専門情報誌への記事掲載】					
	【日程調整】	【食材提案会又は産地見学会の開催】											
2 県産食材を使用した飲食店等でのフェア開催	【店舗調整】	←		【食材等の紹介】		→		【飲食店等フェア開催】					
3 県産食材等販売促進のための小売店でのフェア開催	【店舗調整】	←		【食材・加工品等の紹介】		→		【小売店フェア開催】					
4 観光資源と連動した情報発信及び購入・誘客促進	【媒体調整】	【観光資源と連動した情報発信と誘客促進】											
訴求食材	重点訴求食材	せり		ホヤ、みやぎサーモン		米、仙台牛		せり、メカジキ、牡蠣					
	その他の訴求食材	パプリカ、日本酒											
		いちご、そらまめ、くじら		しらす、カツオ、きゅうり、トマト		メバチマグロ、カツオ、サバ、キノコ類、いちじく		いちご、仙台白菜、ねぎ、海苔					
ワイン、茶													