

業 務 仕 様 書

1 件名

令和6年度えひめの食ブランディング事業委託業務

2 委託者

えひめ愛フード推進機構

3 委託期間

契約締結日から令和7年3月17日まで

4 事業目的

県産食材のブランド価値を高め、本県の「食」のイメージを向上させるためには、記憶に残る食体験の創出により、地域と食を強く印象付ける必要がある。そのため、県外からの観光客をメインターゲットとして、本県ならではの食材の鮮度や豊富さを堪能できる独創的で話題性の高いイベントを飲食店や関係団体等と連携して開催するとともに、パブリシティやデジタル広告の配信、旅行商品の造成など、様々な角度からのプロモーション活動を展開することで、「えひめ=食」のブランディングを図る。

(参考)

キャッチコピー：foodiscovery

[フード・ディスカバリー]

※食の探求、食の発見を意図する造語

(ロゴマーク)

新たな愛媛のおいしさ発見！
foodiscovery

5 業務内容

本業務の受託者は、以下の内容に従って業務を遂行すること。ただし、具体的な実施内容については、提案のあった内容を基にえひめ愛フード推進機構（以下、「機構」という）と協議の上、決定するものとし、6の「事業計画書」において定めるものとする。

(1) 「えひめ愛ある食の市」の開催

①市場イベントの実施

松山市中心部（大街道商店街等）において、かんきつや愛育フィッシュ等の県産食材が産地ならではの鮮度で味わえ、県外観光客等が本県の食に直接触れられる「市場」をテーマにしたイベントを実施すること。

<事業概要>

【実施時期】 令和7年2月の毎週土曜日（4回）

【実施場所】 松山市内中心部（大街道商店街等）

【実施内容】

ア 市場体験イベントの実施及び産直・物販ブースの設置

- ・活魚の水槽やかんきつ等の販売台が並ぶ「市場」体験を提供し、食材の競り売りなど、市場らしさを体験できるイベントを開催すること。
- ・本県の食の魅力が伝わる産直・物販ブースを設置すること。

イ スペシャルメニューの提供

- ・上記アの競り売り体験イベントや産直ブースで購入した食材を周辺の飲食店に持参（配達）し、調理して味わえる仕掛け（スペシャルメニュー）を実施すること。
- ・機構及び飲食関係団体と協議の上、当イベントに参加する飲食店の選定及び店舗担当者との連絡調整を行うとともに、店舗や提供するスペシャルメニュー等の情報を集約し、イベントの周知に活用すること。

②「市場」でのキッチンイベントの実施

①と連動して、和・洋・中のシェフによる市場食材を使った料理を提供し、産地ならではの食材をすぐに味わう仕組みを作ることで、「食」の魅力の体感や飲食店への誘客につなげる企画を実施すること。

<事業概要>

【実施時期】 令和7年2月の毎週土曜日（4回）

【実施場所】 松山市内中心部（大街道商店街等）

【実施内容】

ア キッチンイベントの実施

- ・機構及び飲食関係団体との連携の下、和・洋・中のシェフが週替わりで市場食材を使用して県産食材メニューの調理パフォーマンスを実施すること（食材提供はメニュー開発用サンプルに限る）。
- ・メニューは、本県ならではの食材にスポットを当てた料理や、食文化に触れられる地元料理とすること。

③店舗周遊企画「えひめ愛あるメニューフェア」の実施

豊富な県産食材を使用したメニューがイベント期間中に味わえる飲食店フェアを開催すること。

<事業概要>

【実施時期】 令和7年2月（1か月間）

【実施場所】 松山市及び今治市、大洲市の飲食店

【実施店舗】 松山市：250店舗 今治市・大洲市：各25店舗

【実施内容】

ア フェアメニューの選定

- ・機構及び飲食関係団体との協議や飲食店への聞き取り等により、フェアで提供する愛媛らしいメニューを選定すること。

イ フェア参加店舗情報の集約

- ・上記アで選定したメニューを提供する飲食店の情報を集約し、イベント

全体の周知に活用すること。

④イベント開催に向けた準備、イベントの運営

以下の項目によりイベント開催に向けた準備のほか、期間中のイベント運営及び飲食店等のサポートを行うこと。

ア 特設ホームページの更新

飲食店、メニュー、県産食材等の紹介ページのほか、それらの項目ごとに検索が可能な機能を盛り込むこと。

イ 統一デザインによるPR

イベント名称及びキャッチフレーズ、ロゴマークを盛り込んだのぼりや店頭POP等を作成し、イベントのPRを行うこと。

ウ イベント啓発資材の作成

ポスター、チラシ、パンフレット等の啓発資材を作成し、電子データ及び紙媒体で制作すること。

エ 複数の参加店舗、複数のエリアを巡る企画の実施

複数の店舗や複数のエリア（松山・今治・大洲）を巡る周遊企画を実施すること。

オ インバウンド対応

イベントの開催にあたり、外国語での案内板の設置や通訳可能なスタッフの配置など、本県との直行便がある韓国や台湾を中心とした海外からの旅行者が参加できる工夫を行うこと。

カ 結果のとりまとめ

期間中のメニュー提供件数、売上、来場者数（推計）等について、開始から10日後と期間終了後の計2回取りまとめ、その結果について速やかに機構へ報告すること。

(2) 誘客プロモーション

「えひめ＝食」のブランディングを図り、本県の食のイメージアップにつなげるため、(1)のイベントの周知を中心に、愛媛の食文化やその他の食のイベントを絡めたプロモーションを各種媒体で実施すること。

①パブリシティを活用したPR

大都市圏のメディア（テレビ、新聞、情報誌等）に対して、イベント情報を取り上げてもらうよう働き掛けを行うこと。

<事業概要>

【実施時期】 令和6年11～12月（関西圏でのPRイベント開催）

令和7年1月中旬（イベント開催前）

1月末（キックオフ）

2月上旬（イベント期間中）

【実施内容】

ア メディアリリースの作成及びメディアへの資料提供・情報提供

イ 情報系テレビ番組へのプロモート

②顧客データを活用したPRの実施

「愛媛」「食」に興味のある層へデジタルを活用した情報発信（広告記事・メールマガジン）を行うこと。

<事業概要>

【実施内容】

ア 本県の食のファンへの情報発信

イベントへの参加やSNSフォローにより獲得した情報を活用し、本県の優良顧客とするための継続的なSNS配信等の企画を行うこと。

イ 食に関心の高い大都市圏在住者への情報発信

新たな顧客の獲得に向け、WebやSNSの検索ワードをもとに、誘客促進につながるデジタル広告等を配信すること。

【実施時期】

ア 令和6年6月～令和7年3月（配信期間10か月）

イ 令和6年12月～令和7年2月（配信期間3か月）

③県外からの誘客促進に向けたPRの実施

大都市圏を中心にイベントの魅力を発信し、イベント期間中における本県への誘客を促進するプロモーション活動を実施すること。

<事業概要>

【実施内容】

ア 大手旅行サイト（OTA）上での誘客プロモーション

旅行会社や関係団体等と連携し、イベント参加を含めた着地型の旅行商品を造成するとともに、OTA上に宿泊プランの掲載・告知を行うプロモーションページを開設すること。

イ 著名人を起用したPRイベントの開催

本県への旅行者が多い関西圏（大阪府）において、マスコミ等の注目を集める工夫（著名人の起用等）により本県の食の魅力を発信するPRイベントを開催すること。

ウ 航空会社が持つメディアを活用した広報活動

首都圏からの誘客を促進するため、大手航空会社と連携したPRを実施すること。

【実施時期】

ア 令和6年11月～令和7年2月（4か月間）

イ 令和6年11～12月

ウ 令和6年11月～令和7年1月（3か月間）

(3) 民間団体等が実施する自主企画イベントへの支援

地域自らが本県の「食」の魅力を全国に発信していく機運を醸成するため、民間団体等が企画・運営する「食」に関するイベントを募集し、実施に向けた支援のほか、

(1) と連携したイベントのPR等を行うこと。

○イベントの募集等

- ・機構と協議の上、イベントの募集や運営支援等を実施すること。
対象件数：4件程度（1団体当たり1件に限る）
イベント募集に当たっての留意点：
 - ・イベント開催日は、令和7年2月の土曜日を含むこと。
 - ・（1）のイベントとの相乗効果が期待でき、本県の「食」の魅力を発信する機運醸成に資するものであること。
- ※対象となるイベントは、機構が設置する「選定委員会」において選定し、イベント運営に当たり必要となる経費（1件当たり上限50万円）を機構から支援する。

（4）えひめの食ブランディング協議会（仮称）の運営サポート

機構が主体となり、効果的なイベント開催方法等を検討するために飲食関係団体等をメンバーとして組織する「えひめの食ブランディング協議会（仮称）」の運営を補佐するほか、会議が円滑に実施できるよう、会場のセッティングや進捗状況の報告、資料作成などのサポートを行うこと。

（5）関連イベントや企業との連携

①関連イベントとの連携

イベント期間中に機構や市町、民間団体等が実施する「食」に関するイベントを関連イベントとして位置付け、効果的な連携を図ることで、双方の誘客促進や発信力の向上につなげる。なお、イベント連携に当たり必要な経費が生じた際は、本業務委託内にて対応すること。

②企業との連携

民間企業が開発した愛媛らしさのある商品を効果的に活用し、商品の販売促進や本県の食のイメージアップにつなげる。

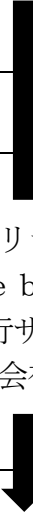
（6）効果測定

上記業務の結果を取りまとめ、事業目的に基づく実施効果を分析し、機構に報告すること。

（7）その他

上記業務以外の追加提案については、別途協議の上、決定するものとする。また、契約後、当該業務の目的に沿うものであって、効果的と双方が判断した場合には、業務内容を予算の範囲内で変更する場合がある。

<想定スケジュール>

	(1) イベントの開催	(2) プロモーション	(3) 協議会	
4月	委託事業者公募・選定開始			
5月	企画提案書提出・審査			
6月	契約締結			
7月		顧客データ活用PR (広告配信・メルマガ)	第1回会議 (概要決定)	
8月	参加者募集 食材・メニュー選定等			
9月			第2回会議 (PR等検討)	
10月				
11月	PRイベント (関西圏)		パブリシティ Web広告 旅行サイト 航空会社PR	第3回会議 (開催準備)
12月				
1月			第4回会議 (最終調整・次年度以降の開催協議)	
2月	イベント・フェア実施			
3月	事業終了・実績報告		第5回会議 (振り返り等)	

6 事業計画書及び報告書の提出

- (1) 受託者は、契約締結後遅滞なく受託者が提案した企画提案書をもとに、具体的な業務内容について機構と協議の上、委託契約書に定める「事業計画書」を作成して機構に提出すること。
- (2) 委託業務完了後、委託契約書に定める「実績報告書」を作成し、機構の検査を受けること。
- (3) 機構は、必要がある場合は、受託者に対して委託業務の処理状況について調査し、または報告を求められることができる。

7 再委託の可否

- (1) 受託者は、業務の履行を第三者に再委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、再委託先ごとの業務内容、再委託先の概要及びその体制と責任者を明らかにした書面により機構の承諾を得たときはこの限りでない。

- (2) (1)により、受託者が再委託を行う場合は、機構は当該再委託に伴う再委託先の行為をすべて受託者の行為とみなし、受託者に対して契約上の責任を問うことができる。

8 秘密保持

- (1) 本業務に関し、受託者から機構に提出された計画書等は、本業務以外の目的で使用しない。
- (2) 本業務に関し、受託者が受領又は閲覧した資料等は、機構の了解なく公表又は使用してはならない。
- (3) 受託者は、本業務で知り得た業務上の秘密を保持しなければならない。

9 個人情報の保護

受託者は本業務（再委託した場合を含む。）を履行する上で、個人情報を扱う場合は別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

なお、個人情報の保護の取扱いについて疑義がある場合は、機構に協議すること。

10 その他

- (1) 業務の実施にあたっては、機構と協議を重ねながら実施すること。
- (2) この仕様書に定めのない事項については、必要に応じて機構と協議の上処理するものとする。
- (3) 感染症の感染拡大や大規模災害等、不測の事態が発生した場合には、契約締結後、事業内容及び契約金額を変更する可能性がある。