

業 務 仕 様 書

1 件名

令和8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9年3月31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、県産食材を使用する飲食店の利用促進に向けて、直行便のある韓国・台湾を中心としたインバウンド客等への情報発信の強化に取り組むほか、パブリシティやデジタル広告の配信など、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推進する。

(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) 「えひめの食」体験イベントの実施

①えひめ愛ある食の市の開催

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9年2月の連続する土日×2週（合計4日開催）

【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グルメ/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、競り体験イベントなど、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グルメ/産直・物販ブースを設置すること。

イ 市場食材を会場周辺の飲食店等で調理して味わえる仕掛け

- ・上記アの競り体験イベントや市場で購入した食材を会場周辺の飲食店等で調理して味わえる仕掛けを実施すること。
- ・調理メニューには食材の特長や鮮度が引き立つものを選定すること。

ウ 鯛めしの魅力発信企画の実施

- ・本県の代表的な食文化の一つである「鯛めし」の魅力を発信できるPRブースを設置すること。
- ・東予・中予・南予の各地域の鯛めしを提供するとともに、来場者が食べくらべできる仕掛けを実施すること。
- ・東予の新たな食文化である「東予・洋風焼き鯛めし」の魅力を発信できるブースを設置すること。

エ 「市場」での調理パフォーマンスの実施

- ・機構及び飲食関係団体との連携の下、和・洋・中のシェフによる調理パフォーマンスを実施し、県産品を使った料理の試食を提供することで、イベントへの集客を図るとともに、本県の食材や食文化の魅力を来場者に訴求すること。（食材提供はメニュー開発用サンプルに限る）
- ・メニューは、集客につながるパフォーマンスが期待される調理過程を伴うものとし、本県の食材の魅力が引き立つものとする。

オ 食に関わる体験型コンテンツの提供

- ・上記ア～エの取組に加え、本県の食の魅力を訴求する体験型コンテンツを開催エリアにおいて提供すること。

カ 民間団体主催の連携イベントの誘致

- ・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、民間団体等が運営する連携グルメイベントを誘致し、実施に向けた支援等を行うこと（イベントの開催日は「えひめ愛ある食の市」の開催日とすること）。

②飲食店フェア「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9年2月1日（月）～2月28日（日）（1か月間）

【実施場所】 県内全域（全市町の飲食店）

【実施店舗】 400店舗以上

【実施内容】

ア フェアメニューの募集・選定

- ・機構及び飲食関係団体との協議や飲食店への参画促進及び聞き取り等により、フェアで提供する愛媛らしいメニューを募集・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。

③飲食店の利用促進に向けたイベント「ナイト・フードディスカバリー（仮称）」の開催

①②に参画する飲食店や飲食関係団体等と連携し、松山市中心部において、愛媛の地酒やビール等と「えひめの食」を楽しむことができ、夕方以降の飲食店の利用促進につながる新たな食イベントを開催するとともに、イベントへの誘客につながるプロモーションを実施すること。

<事業概要>

【実施場所】 松山市大街道商店街及び周辺飲食店（②の参画店舗の一部）

【実施時期】 令和9年2月1日（月）～2月28日（日）（1か月間）

【実施内容】

ア えひめの食とはしご酒イベント（仮称）の開催

- ・松山市大街道商店街において、キックオフイベントを開催（合計2日：①開催日（土曜日のみ）の夜に開催）するとともに、それを起点とした周辺飲食店の利用促進や回遊性の向上につながる仕掛けを実施すること。
- ・キックオフイベントの開催に当たっては、取組の趣旨に合致する著名人を招聘し、イベントへの集客効果を高めること。
- ・インバウンド客を含む県外客も参加できるよう工夫するほか、翌日に開催する①のイベントの参加促進につながるPRも実施すること。

イ 飲食店独自のおもてなし特典（インセンティブ）の募集・選定

- ・参画店舗に対して、各店舗独自のおもてなし特典（インセンティブ）を募集・選定し、イベント期間中に提供すること。

※原則、インセンティブの原資は飲食店が負担

ウ プロモーションの展開

- ・参画店舗の情報を集約し、特設ホームページの魅力度向上につなげるほか、イベントへの集客にも活用すること。
- ・ナイト・フードディスカバリーを始めとしたイベントへの集客に向け、県外客をターゲットにした交通結節点でのPRを実施すること。

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、イベント関連企画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。
- ・SEO対策・AIO対策（リンク設定やプレスリリースの掲載等による

権威性の向上、大手グルメサイトとの差別化) などにより、自然検索(オーガニック検索)の掲載順位の向上に努めること。

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 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インバウンド客が参加できる工夫を行うこと。

オ 参画店舗の募集及び連絡調整

・事業効果の最大化に向けて、各企画の参画店舗の募集を行うとともに、各店舗との連絡調整等を実施すること。

カ 会場設営・撤去及び警備

・①について、市場体験に係る設備やグルメ/産直・物販ブース等に使用するテント・机・椅子等の資材は、受託者において設営・撤去するとともに、配置した資材の管理については、夜間も含め警備員を適切に配置するなど、通行者の安全確保や危険行為の注意・排除、火災や盗難等の予防警戒を確実に実施すること。

キ 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) 飲食店の利用促進に向けた情報発信の強化等

県産食材を使用する飲食店の利用促進に向け、飲食店自身の情報発信力の強化に資する取組等を実施すること。

①飲食店の情報発信力強化に向けた支援

(1) ②への参加を要件として、県内飲食店を対象とした情報発信力の強化に資するセミナー・ワークショップを開催すること。

<事業概要>

【実施内容】

ア 飲食店の情報発信力強化セミナー・ワークショップの開催

・SNS等を活用して飲食店自身が効果的な情報発信を行い、集客力の向上につながる技術等を習得できるセミナー及びワークショップ(各1回以上)を、専門家を招聘して開催すること。

・開催時期、場所、回数、内容については、(1) ①～③の事業効果が最大化できるよう受託者において提案し、実施すること。

②インバウンド対応飲食店の利用促進

(1) ②への参加を要件として、インバウンド集客に意欲的な飲食店を募集・選定し、利用促進に向けた取組を実施すること。

<事業概要>

【実施内容】

ア インバウンド対応飲食店の利用促進

- ・インバウンド客の集客に意欲があり、受入れ対応が可能な飲食店を募集・選定し、当該飲食店や本県の食の魅力を訴求する特設ページを開設すること（対応言語：韓国語、中国語（繁体・簡体）、英語）。

※特設ページには多言語のグルメマップを掲載すること

- ・掲載する飲食店の募集に当たっては、一定の条件を付し、インバウンド客が安心して利用できる飲食店であることを確認したうえで、選定すること。
- ・集約した情報は、(1) ③の取組においても活用し、集客増加につなげることを。

(3) 誘客プロモーション

「えひめ＝食」のイメージ浸透を図り、国内外からの誘客を促進するため、本県の食文化である「活き・炊き・焼き」鯛めしや、(1) のイベントの周知を中心としたプロモーションを各種媒体で実施すること。

①東・中・南予の鯛めしを活用した食のブランド力強化

「東予・洋風焼き鯛めし」の誕生により、県下全域で様々な種類を味わうことができるようになった本県の「鯛めし」の特性を生かしたプロモーションを展開し、「鯛めし」をわざわざ食べに訪れるメニュー（コンテンツ）に成長させ、本県の食のブランド力強化を図ること。

※実施にあたっては、東・中・南予の鯛めしの特長を表現したキャッチコピー「活き・炊き・焼き」を活用すること。

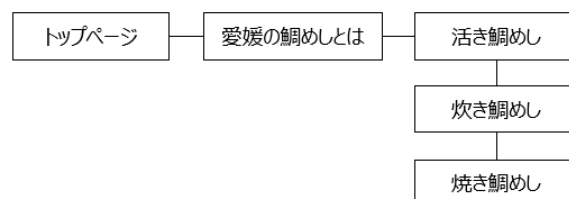
<事業概要>

【実施内容】

ア 愛媛の鯛めしポータルサイトの制作

- ・特設ホームページ内に本県の鯛めしの特長や歴史・背景、鯛めし提供店舗の情報など、本県の鯛めしに関する情報が集約された特設ポータルサイトを制作すること。

(サイト構成のイメージ)



- ・サイト内に掲載する鯛めし提供店舗を県内から広く募集し、サイト内に掲載すること。

- ・サイト制作にあたっては、SEO対策・AIO対策などにより、自然検索（オーガニック検索）の掲載順位の向上に努めるほか、サイト構成も本県への来県意欲を高める内容とすること。

イ 大規模イベント等での鯛めし食べくらべ企画の実施

- ・県外客をメインターゲットとして、大規模イベント等において、東・中・南予の鯛めしが食べくらべできるブースを出展すること。
- ・委託期間内に3回以上実施することとし、出展するイベントや時期、場所については、事業効果が最大化できるよう受託者において提案し、実施すること。

ウ PR資材の制作

- ・東・中・南予の鯛めしを強く訴求できるPR資材を制作し、県内外の集客施設やイベント等において広く配布・設置すること。
- ・制作にあたっては「活き・炊き・焼き」のキャッチコピーを使用すること。
- ・PR資材の内容や数量等については、事業効果が最大化できるよう受託者において提案すること。

②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

【実施時期】 令和8年12月～令和9年1月（イベント開催前）
令和9年1月（キックオフ）
2月（イベント期間中）

③本県の食に興味のある層へのデジタルを活用したPR

「愛媛」「食」に興味のある層へデジタルを活用した情報発信を行うこと。

<事業概要>

【実施内容】

- ア 本県の食のファンへの情報発信
 - ・本県の食のファンに優位性のあるメディア等と連携し、イベントへの誘客を図るとともに、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8年8月～令和9年3月（配信期間8か月）
- イ 令和8年12月～令和9年2月（配信期間3か月）

④県外からの誘客促進に向けたPR

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 着地型旅行商品の造成

- ・宿泊施設等と連携し、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、同商品の周知を図ること。

イ 大都市圏で開催されるイベント等でのPR

- ・大都市圏で開催されるイベント等で「鯛めし」など本県の食の魅力や（１）のイベント等のPRを実施すること

ウ インバウンド客が利用するメディアを活用したPR

- ・直行便が就航する韓国・台湾のインバウンド客に向け、各国・地域の旅行検討層が利用しているメディアを活用したPRを実施すること。

【実施時期】

ア 令和8年11月～令和9年2月（4か月間）

イ 令和8年7～11月頃

ウ 令和9年1月～2月（2か月間）

（４）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こと。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。

（５）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。

（６）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) イベント開催	(2) 飲食店情報発信	(3) プロモーション	
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	参加者募集 食材・メニュー選定等			
8 月				
9 月				
10 月				
11 月		ワークショップ セミナー 特設HP	鯛めしPR パブリシティ デジタル広告 PRイベント	
12 月	ブース出展者確定			
1 月				
2 月	イベント・フェア実施			
3 月	事業終了・実績報告			

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。