

# 令和 8 年度広島和牛ブランド構築事業業務委託仕様書

## 1 業務名

広島和牛ブランド構築事業業務（以下「本業務」という。）

## 2 業務目的

比婆牛のブランド化によりひろしまの食の魅力向上を図るため、県内高級飲食店において県産の食材や飲料と組み合わせて比婆牛を食べる場を創出し、比婆牛の取扱店舗の確保につなげる。また、比婆牛の円滑な流通体制を構築するため、比婆牛の取扱を希望する店舗を中心に仕入先の拡大支援や既存仕入の強化支援、加工品販売等を支援する。あわせて、広島和牛の認知獲得やステークホルダーのエンゲージメント向上を狙った露出等を行い、比婆牛のブランドイメージの醸成につなげる。

### 【比婆牛とは】

- ・比婆牛振興会

<https://hiroshima-hibagyū.com/>

- ・地理的表示保護制度(GI)登録番号第 83 号比婆牛

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/register/0083/index.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/0083/index.html)

- ・別冊「比婆牛 BRAND BOOK」を参照

## 3 業務期間

契約締結の日から、令和 9 年 3 月 31 日とする。

## 4 業務内容

次の（１）から（５）に記載する事項を踏まえた内容を企画提案すること。なお、実施内容の詳細については、業務開始前に県と受注者とで別途協議を行い、決定する。

### （１）食べる場づくり

別表の飲食店舗において一定期間、比婆牛を食べる場を創出（以下「定期提供」という。）することにより、比婆牛の取扱店舗の確保につなげる。定期提供に当たっては、別表の店舗を確保すること。なお、別表の②及び③の店舗については、候補となる店舗のリストを広島県から提供する。受注者は店舗のリストアップ、店舗へのヒアリングや比婆牛の供給など定期提供するための企画・運営等を行う。

## 別表 店舗区分

(肉の確保にかかる費用については、「6 費用の見積り」参照)

区分	定義	確保店舗数
①新規店舗	これまで比婆牛の取扱いがない若しくは県の関連事業に参画のない店舗	5店舗以上
②比婆牛継続利用希望店舗 (これまで比婆牛を取扱ったことはあるが③には至っていない店舗)	比婆牛の継続的な利用希望はあるが、仕入先を有していない又は取引のある仕入先が比婆牛を取り扱っていない店舗	5店舗以上 増加
③常時取扱店舗	比婆牛を自己調達し、定期提供期間外も自発的に比婆牛料理を提供できている店舗	3店舗増加

### ア 定期提供の対象店舗の条件等

- (ア) 県事業の趣旨を理解し、協力する意思があること
- (イ) (3)の仲間づくりをはじめ、この事業により企画する取組への参加が見込まれること
- (ウ) 比婆牛の継続的な取扱いにつながる可能性が見込めること
- (エ) 1人あたり1万円以上のコースを提供しているまたは準ずる価格帯であること

### イ 定期提供の実施回数等

- (ア) 実施回数 1回以上(うち1回は10月を中心に行うこととする)
- (イ) 実施期間 1回当たり2か月以上

### ウ 比婆牛の確保等

- (ア) 別表の①の店舗  
定期提供で使用する比婆牛は、(2)のイの支援により店舗自らが調達することを原則とするが、必要に応じ受注者が提供してもよい。
- (イ) 別表の②の店舗  
定期提供で使用する比婆牛は、(2)のイの支援により店舗自らが調達する。
- (ウ) 別表の③の店舗  
取扱店舗が比婆牛料理を継続して提供できるよう、受注者は店舗に見合ったサポート等を企画・運営する。

### エ インバウンドへの対応

外国人観光客の動向を分析し、効果的な広報物を作成するなど、外国人観光客も体験できる内容とすること。

### オ 比婆牛提供機会の創出と参加店舗への誘客促進

自ら比婆牛の自己調達が可能な別表の店舗のうち、希望する店舗が参加する比婆牛提供期間をイとは別に設け、参加店舗への集客を促す周知を実施する。

- (ア) 実施回数 1回以上
- (イ) 実施期間 1回当たり1か月以上

## (2) 比婆牛の流通の円滑化に向けた課題解決支援

令和7年度までの取組において、広島市内を中心とした比婆牛の流通状況は改善されつつある。

一方で、出荷頭数の少なさや仲卸業者の販売形態から、高級飲食店が求める部位指定や小ロットの注文への対応が難しく、比婆牛の取扱を希望しながらも、店舗自らの調達に困難なために継続的な取扱が実現していない飲食店も多数存在する。

また、調理工数の多さ等を理由に、高級飲食店での取扱いが難しい部位（＝流通に課題のある部位）が存在するが、出荷頭数が増えるにしたがって、それらの部位も増えてしまう。

これらのことから、円滑な流通体制を構築するとともに、全ての部位がブランド価値をもって有効活用されるよう、高級飲食店が通常使わない部位も含めた一体的な流通の促進と店舗ごとの仕入課題への対応策として、次のことに取り組む。なお、各取組における比婆牛肉の提供に際しては、瞬間冷凍等の長期保存技術を活用した肉の利用も検討する。

### ア メニュー開発

受注者は、別表の店舗に、流通に課題のある部位を提供し、「店舗の定番メニューとなる、県産野菜や果物などと組み合わせた比婆牛料理」を意識して開発させる。開発にあたり、店舗へのヒアリング・比婆牛の提供、開発メニューのレシピ取材を行う。これまで開発したメニューをとりまとめ、資料化する。なお、開発対象部位は、広島県が決定する。

### イ 仕入支援

受注者は、別表の①及び②の比婆牛の仕入先を有していない店舗に対し、比婆牛を扱う卸売業者や小売店を紹介する等、店舗自らの調達を促す。支援にあたり、店舗へのヒアリングや（1）の定期提供と併せて企画・運営等を行う。

### ウ 加工品販売拡大支援

令和6～7年度に開発した加工品について、採択事業者へのヒアリングを行い、適切な販売促進支援を行うとともに、必要に応じて商品の改良支援を行うことで、県内外の百貨店や道の駅、ひろしまブランドショップTAU、ECサイト等で継続的に販売できる体制を構築する。

## (3) 料理人・生産者・卸売関係者等の仲間づくり

比婆牛のブランド化を図るためには、比婆牛に関わる料理人、生産者、流通関係者等がビジネスとして主体的に取り組み、それぞれがキーパーソンとして、より魅力的な比婆牛料理のメニューや提供方法から、比婆牛の生産方法や流通方法を吟味し、共感しあい、高めあうことのできる自走化した仲間づくりが重要である。

### ア ステークホルダー参集行事の企画

生産者や料理人等のステークホルダー同士の関係性を強化できるよう、受注者は、関係者同士の意見交換の場（例：ブランド検討会、庄原生産者ツアー等）を年3回以上企画・運営する。なお、そのうち少なくとも1回は、比婆牛を生産する意欲のある生産者が比婆牛料理を体験する特別な機会とすること。

## イ 店舗向け情報プラットフォームの作成

比婆牛提供自走へ向け、行政からの個別案内がなくとも、比婆牛仕入先情報や、歴史情報、県の取組に関する情報が得られる情報共有ツールづくりを行う。

### (4) イメージ醸成

#### ア 広報活動

受注者は、5の(1)定期提供の期間中、参加店舗への誘客を促進するためのPRを行う。あわせて、比婆牛のホームページやSNS等のフェア告知のページ制作と管理運営、あづま蔓振興会ホームページ(比婆牛の基幹サイト)との連携等を行う。これらのサイトは、誘客促進に加え、ステークホルダー同士が共通して見ることができる内容とすること。

なお、県と相談のうえ、サイトの統合、新しいアカウントの取得など効果的かつ柔軟に対応すること。

対象のサイト

<https://campaign.hiroshima-hibagyū.com/gourmetfair/>

<https://campaign.hiroshima-hibagyū.com/co-branding>

<https://facebook.com/hiroshima.wagyu>

Instagram @hiroshima.wagyu

#### イ ファクトづくり

受注者は、生産者や料理人等関係者のエンゲージメントが向上するイベント(4の(3)仲間づくり、定期提供告知イベント等)や情報発信(雑誌とのタイアップやイベントへのメディア誘致等)といった、イメージ醸成につながるファクトづくりを企画・運営する。

#### ウ キャッチコピーづくり

比婆牛がもっている、「脂の口どけが良く冷製料理で真価を発揮する」「赤身と脂のバランスがよい」といった魅力を端的に表現する言葉を決め、商標登録等を目指す。

### (5) 今後のブランド価値向上に向けた戦略の提案

比婆牛による広島和牛全体としての今後のブランド価値向上に向けた戦略の提案。

## 5 費用の見積り

4の(1)のウの(ア)、(2)のアからウまで、(3)及び(4)の比婆牛の確保(加工、保管及び店舗への発送を含む。)等に係る費用として、次表の費用を見積りに含めるものとする。なお、比婆牛は、いずれの項目も、広島県と受注者、関係者が連携して仕入れるものとする。

表 比婆牛の確保等に係る費用（項目別）

項目	内訳	費用
4の(1)のウの(ア) 別表の①の店舗	比婆牛の確保に係る費用 (比婆牛代金の全額)	90万
4の(2) ア メニュー開発	比婆牛の確保に係る費用 (比婆牛代金の全額)	50万
イ 仕入先拡大支援 別表の②の店舗	比婆牛の確保に係る費用 (比婆牛代金の3分の1の金額)	65万
4の(3)及び(4)	比婆牛の確保に係る費用	25万
計		230万

## 6 成果目標

- (1) 比婆牛の新規提供店舗（①の店舗） 5店舗以上
- (2) 比婆牛の継続利用希望店舗（②の店舗） 5店舗以上増加
- (3) 比婆牛の常時取扱店舗（③の店舗） 3店舗増加

## 7 企画提案に当たっての留意点

企画提案に当たっては、牛肉流通やそのほかブランドマネジメントできるアドバイザー等の専門家や関係企業等を含め、円滑に事業実施ができる体制を構成する。また企画提案書には次の内容について明記するとともに、できるだけ定量的な目標を記載する。

- ア 詳細な実施内容（定期提供計画・手法・行程、スケジュールの提案、計画の進捗管理方法等）
- イ 本業務実施能力・体制（実施及び責任体制や、本事業を受託するに当たっての強み、同種・類似の業務実績、具体的内容、保有ネットワークなど）
- ウ 追加する項目があればその内容

## 8 委託料上限額

17,576,000円（消費税及び地方消費税を含む。）

## 9 業務実施状況の報告

実施後、収支決算書、実施内容、調査結果、課題などを報告書としてまとめ、書面（1部）及びデータにより提出すること（詳細な内容は協議の上、決定する）。

## 10 県との調整

- (1) 本業務に係る企画提案については、県と調整しながら実施すること。また、見積りに含まれていなものであっても、業務の目的を遂行する上で必要なものについては、県と受注者で協議の上、柔軟に対応すること。
- (2) 本業務の中で、企画提案や計画書、進捗状況報告書の作成が必要なものについて、県から依頼があれば速やかに対応すること。

- (3) 受注者は、業務遂行にあたり県と定期的な打ち合わせを行うこと。
- (4) 本業務実施中に、業務遂行に影響する不測の事態が発生した場合は、県と調整のうえ、業務内容等について再度調整を行い、実施すること。

## 11 業務の適正な実施に関する事項

### (1) 業務の一括再委託の禁止

受注者は、本委託業務を一括して第三者に委託し、又は請け負わせることができない。ただし、業務を効率的に行う上で必要と思われる業務については、広島県と協議のうえ、業務の一部を委託することができる。

### (2) 個人情報の取扱い

受注者が委託業務を行うに当たって個人情報を取り扱う場合は、個人情報保護に関する法律（平成15年法律第57号）に基づき、その取扱いに十分留意し、漏えい、滅失及び毀損の防止その他個人情報の保護に努めなければならない。

### (3) 守秘義務

受注者は、本業務の実施に関して知り得た秘密を他に漏らし、又は自己のために利用することはできない。

なお、委託業務終了後においても同様とする。

### (4) 再委託

受注者は、業務の一部を第三者に再委託することができる。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記の上、事前に書面にて報告し、県の承諾を得なければならない。

### (5) 立入検査等

広島県は、事業の執行の適正を期するために必要があるときは、受注者に対して報告させ、又は事務所に立ち入り、関係帳票類、その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問を行う場合がある。

## 12 委託事業費に係る留意事項

### (1) 委託事業の対象とならない経費

- ア 実需者及び消費者等に販売する商品の購入費
- イ 機械・機器等の備品（5万円以上）を購入し、又は改修するための経費
- ウ 土地・建物を取得するための経費
- エ 飲食費、土産物代
- オ 受注者の他の業務と区分できない経費
- カ 委託契約締結日以前に支出した経費
- キ その他、事業と関連性が認められない経費

### (2) その他

- ア 委託契約に係る経理について他の経理と区分し、その収支を明らかとするとともに、関連する書類を5年間保管すること。
- イ 委託業務は、法令、その他関係諸規程に従い処理すること。

### 13 その他

業務委託契約約款、個人情報取扱特記事項及び本仕様書に記載のない事項又は業務上疑義が生じた場合は、広島県と受注者との協議して業務を行うものとする。

また、受注者は広島県と定期的な連絡調整を行いながら円滑に業務を実施することとし、事故等が発生した場合は速やかに報告・協議して適切な対応をとること。