

令和8年度 瀬戸内さかなブランド化推進業務委託仕様書

1 業務名

令和8年度瀬戸内さかなブランド化推進業務（以下「本業務」という。）

2 業務目的

現在、広島県では、ひろしまブランドの価値向上を目指して、広島の魅力的な独自資産の価値を県民に再認識してもらい、県民の誇りに繋げるとともに、国内外の人々からの共感の獲得に繋げていくため、「元気、おいしい、暮らしやすい」というブランディングを意識した取組を推進している。

特に、広島は海山の多彩な食材に恵まれており美味しさの宝庫である、という広島の食の「おいしい」ブランドイメージの確立に向けて、瀬戸内さかなの魅力向上を図るため、瀬戸内さかなを使ったこだわりの料理とストーリーを提供している飲食店を確立し、瀬戸内さかなの認知と評価を高め、消費拡大につなげることにより、漁業経営の収益性向上を図るとともに、持続的な沿岸漁業の構築を目指す。

これまでに本事業を通じて創出された価値ある取組が、お客様までつながり・波及していく導線がまだ細いことが課題であることから、令和8年度においては、より積極性の高い共感店舗から優先して、こだわり漁師から始まる瀬戸内さかなのバリューチェーンを強固にする取組を重点的に進めていく。

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 瀬戸内さかなのブランドストーリー

広島県においては、瀬戸内さかなについて次のようなブランドストーリーを定めている。

人々の営みに近い山と平野に囲まれ、多くの島々を抱く瀬戸内海。風光明媚な海は、四季折々に多彩な瀬戸内さかなと、それを味わう文化を育んできました。

とりわけ広島の際は、波穏やかに浮かぶ大小の島々と複雑な海岸線に沿って藻場や干潟が広がる、まさに魚たちのゆりかご。

かたや海の中は日本有数の潮の満ち干、強い流れに加えて、季節によって水温が大きく変わり、とてもダイナミック。

広島は、磯、沖で、多種多様な瀬戸内さかなたちが育ちます。マダイ、クロダイ、サヨリ、アナゴ、カサゴ、メバル、オニオコゼ…。

目の前の海、前浜から揚がった活きのいい白身の魚たちを味わい、一期一会の旬に親しむ。広島ならではの贅沢なひとときです。

5 用語の定義

この仕様書における用語の定義は、次のとおりとする。

- ・瀬戸内さかなとは、瀬戸内海で獲れる魚介類の総称をいう。魚種は牡蠣・コイワシ・ワタリガニ等、幅広く魚介類を対象とし、養殖も含む。
- ・共感店舗とは、本取組に賛同する県内高級飲食店を中心としたニッチ層への浸透に取り組んでいる店舗とする。
- ・バリューチェーンとは、瀬戸内さかなの価値が漁業者、市場関係者、飲食店のこだわりやストーリーとともに、消費者まで届けられること。
- ・こだわり漁師とは、美味しい海の幸を届けるために情熱を注ぐ漁師のこと。漁場選びや漁法、魚の取り扱いに細心の注意を払っている。
- ・瀬戸内前鮨とは、特徴である白身魚を前面に出し、その上品な甘さと繊細な風味は、噛むほどに広がる奥深さと、季節で変わる多彩な表情を見せてくれる、瀬戸内さかなの魅力を伝える強力なツールとして、令和7年度から試行を始めた新たな取組。

6 業務内容

(1) 共感店舗における顧客価値の創出

お客様に瀬戸内さかなバリューチェーン全体の価値を実感・体感していただき、瀬戸内さかなを他者にお勧めしたくなるような共感店舗づくりを進めるため、ア～オの取組による共感店舗の磨き上げを通じて、顧客価値の一層の向上を目指していくこと。

ア 新規共感店舗の確保

昨年度までに取り組んできた43店舗及び新年度から参加が確定している5店舗に加え、新たに12店舗、合計60店舗の共感店舗を確保することを目標とする。

新規共感店舗の選定にあたっては、こだわり漁師の魚を仕入れている店舗を優先的に検討し、瀬戸内さかなの価値を積極的に提供できる店舗を中心に取り込むこととする。

イ モデル店舗の創出（既存店舗含む）

こだわり漁師の魚を積極的に仕入れ、お客様に届くまでのストーリーや素材の魅力を活かした料理法など瀬戸内さかなの価値をしっかりと提供し、瀬戸内さかな目当てに来店するリピーターの獲得に結びいている、共感店舗のモデルとなる店舗を3店舗以上創出すること。

ウ 瀬戸内前鮨の取組強化

瀬戸内さかなを代表する食資産化を目指して、昨年度に試行を開始した瀬戸内前

鮨の取組について、取組状況を店舗から聞き取り、成果や課題を整理するとともに、その課題に対応した解決策を含むルール作りや取組店舗の拡大に向けた提案・試行を行うこと。

エ 共感店舗における取組提案

共感店舗では、季節に応じて旬の瀬戸内さかなを使用した料理を提供し、お客様が瀬戸内さかなバリューチェーン全体の価値を実感・体感し、他者にお勧めする状態を創ることを目的としたフェア等を開催すること。

取組の期間は、夏：7～8月頃、秋：10～11月頃、冬・春：1～2月頃を取組強化期間として、メリハリをつけた企画とすること。

オ 共感店舗に係る課題解決支援

料理の提供やお客様とのコミュニケーションにより価値を実感・体験できている状態を創るため、各店舗の課題や要望を聞き取り、必要な支援（例：メニュー表記、POP等の提示）を行うこと。

また、期間ごとに顧客の反応や評価を、店舗から聞き取りなどによって整理するとともに、提供店舗等がメリットや満足感のある取組となるように、改善を行うこと。

(2) こだわり漁師の魚の価値理解と流通強化

こだわり漁師の魚が安定的に供給されている共感店舗の創出を目指し、次のア～ウの取組を一気通貫で行うことで、漁獲から共感店舗までのバリューチェーンを強化する仕組みづくりをすること。

ア こだわり漁師の魚の価値理解促進

こだわり漁師の魚を仕入れる市場関係者（仲卸・小売業者）や共感店舗の料理人を増やしていくため、定期的に、こだわり漁師が獲る魚の価値を市場関係者（仲卸、小売業者）や共感店舗の料理人に理解促進を図る機会を設けること。

特に、新規共感店舗については、つながりのある仲卸や小売業者に積極的に働きかけ、こだわり漁師の魚の安定した供給体制の構築を支援すること。

イ こだわり漁師の特別競りを活用した流通強化

こだわり漁師の魚の付加価値向上を目指し、定期的に「こだわり漁師の競り」の落札者や落札価格などの状況を把握するとともに、流通先の評価などを把握するため、市場関係者や飲食店等に聞き取り調査や課題の分析を行うこと。

また、仕入れたい魚や漁獲情報などの関係者が相互に求める情報の共有や、こだ

わり漁師の魚を特別競り以外の日にも希望者に流通させる仕組みを検討・試行すること。

ウ こだわり漁師の魚の供給増加

共感店舗からのこだわり漁師の魚の需要の増加に対応するため、市場関係者から漁業者の情報を収集しながら、本事業に参加するこだわり漁師の増加に向けた取組を支援すること。※5人以上

(3) 体験会の実施

(1)、(2)の取組を踏まえ、瀬戸内さかなの価値をより確実に実感させ、その価値の伝播を図るため、次のア～イのような体験会を開催・支援すること。なお、体験会ごとにコンセプトや目標の設定を行い、実施結果を分析するとともに、次回に向けて改善を図ること。

ア 県主催の体験会の開催

体験会を開催したことがない店舗等に、こだわり漁師の魚やストーリーの提供するメリットを実感させるため、次のような体験会を年3回程度開催すること。

なお、開催店舗及び参加者等は、県と協議の上で決定すること。

- ・魚好きで自ら情報発信する人（食通な人、県内経済人など）に対して知的好奇心を高めるようなイベント
- ・こだわり漁師が直接飲食店においてその価値を実感させるイベント
- ・日本酒と魚のペアリングなどのイベント

イ 店舗主催での体験会の支援

アの体験会を開催したことがある店舗等にて、店舗主催での体験会を年3回以上支援するとともに、店舗主体の取組の定着化に向けた方策を検討・提示すること。

(4) 仲間づくり

漁業者、市場関係者（仲卸、小売業者）及び料理人（共感店舗）などの各ステークホルダーの取組進捗の共有や、本事業の課題解決に向けた意見交換を目的とした協議会を年3回程度開催し、各ステークホルダーが連携したブランド化を目指すこと。

(5) 情報発信

瀬戸内さかなの特徴、漁業者のこだわり、高度な技術を有する料理人、美味しさを助長する雰囲気や瀬戸内の情景などを組み合わせたストーリーが、テレビや新聞などのマスメディアに主体に取り上げられるよう、企画・メディア誘致・調整等の業務を行う

こと。なお、必要に応じて取材案内状の作成・発出を行い、テレビ・新聞での露出が担保されるよう、取材誘致を行うこと。

また、マスメディア以外にも以下の通り、HP・SNS等のオウンドメディアや消費者視点で魅力ある情報と影響力・知見のあるインフルエンサー等を活用した効果的な発信手法を検討し、情報発信すること。

ア 瀬戸内さかなホームページの運用

「瀬戸内さかな」ホームページ (<https://hiroshima-setouchi-sakana.jp/>) を運用し、瀬戸内さかなの魅力や本業務における実施企画等の情報を掲載すること

(ア) コンテンツの追加

瀬戸内さかなの魅力や漁業者、市場関係者、飲食店のこだわりを伝えるために効果的なコンテンツがあれば提案すること。

また、(1)エの企画ごとに、必要に応じてランディングページを作成すること。

(イ) コンテンツの修正

必要に応じて、既に公開されているコンテンツの簡易な修正・追加（文字・リンク先・画像の修正・追加等）やホームページのデザインの改善を行うこと。

(ウ) ホームページの運用・保守

詳細は「別紙 広島県サービスレベル合意書」を参照のこと。

(エ) その他

作業について、受託者は県と十分協議した上で行うこととし、本仕様書に基づく設計過程で明らかになる詳細要件については、原則、対応すること。

また、受託者は、本業務の実施にあたって、不明瞭な点や改善の必要があると認められる場合は、発注者と協議すること。また、令和7年度の受託者から必要に応じて引継ぎを行うこと。

項目	令和7年度
ドメイン	制作会社が管理
サーバー	HP 構築サービスのホスティング機能を使用
CMS 情報	有り。HP 構築サービスを活用し、管理画面を通じて編集可能な形で構築

イ SNS を通じた情報発信の実施

公式 Instagram (@setouchi_sakana)「瀬戸内さかな」などを通じて、(1)、(2)の取組について、多くの人に認知され、瀬戸内さかなに対する関心の盛り上がりを創ることを目的とした効果的な情報発信を提案内容に含めること。

ウ インフルエンサーなどの活用

瀬戸内さかなのコアなファンを増やすため、魚好きで自ら情報発信する人たちを誘導することが可能なインフルエンサー等を活用した企画を提案し、実施すること。

エ その他の情報発信

動画や雑誌等の媒体を活用した PR など、受託者独自の提案をすること

オ 効果測定及び分析

ホームページの閲覧数、Instagram のフォロワー数などの変化を把握し、情報発信の効果測定及び分析を行うこと。

(6) コミュニケーションツールの制作・配布等

瀬戸内さかなの価値を効果的に伝えるため、各ステークホルダーの取組に活用できる支援ツールの制作・配布を行うこと。

(7) 企画提案に当たっての留意点

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（実証計画、手法、スケジュール、計画の進捗管理方法等）

イ 目標設定（量的目標、質的目標）

ウ 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）

エ 追加する項目があればその内容

7 打合せ

(1) 定期

受託者は、業務の遂行にあたり事業の進捗状況やスケジュールについて、原則として、月に2回程度の定期的な打合せを行うものとする。

(2) 報告

受託者は、県との打合せ結果を記録にまとめ、速やかに県に提出するものとする。

8 成果目標

次の定量的な目標を定め、提案するものとする。

- ・瀬戸内さかな共感店舗数（累計 60 店舗以上で設定すること）
- ・新たなこだわり漁師の獲得数（5 人以上で設定すること）
- ・モデル店舗数（3 店舗以上で設定すること）
- ・メディア露出件数（10 件以上で設定すること）
- ・SNS でのリアクション数（令和 7 年度実績以上で設定すること）

9 成果物

下記に掲げるものを基準として、受託者と広島県が協議し決定する。

(1) 全体報告

1 から 7 については、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、電子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）。提出は中間報告（令和 8 年 9 月 30 日頃）、業務委託終了後の 2 回とする。

(2) 工程、進捗状況や広報実績、効果分析等を報告する資料

毎月、電子媒体で提出すること。

(3) 新規取材関係

取材に係る資料(画像等のすべて。サイトで使用しなかったものも含む。電子媒体(CD-R 等)による。)

(4) 画像、動画等関連ファイル一式の提出

電子媒体（DVD-R 等）で提出すること。

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、業務の目的を遂行する上で必要なものについては、県と受託者で協議の上、柔軟に対応すること。

(2) 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、県と調整の上、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

受託者は、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

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、広島県と協議の上、業務の一部を委託することができる。

(2) 守秘義務

受託者は、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。

(3) 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、受託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（地魚、クーポン券等を含む）
- 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 受託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、その収支を明らかにするとともに、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

本業務により得られた成果（映像・画像の著作権、ネーミングやビジネスモデル等の知的財産に係る権利を含む。）は、県に帰属する。

業務委託契約約款、機密情報取り扱い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、広島県と受託者とで協議して業務を行うものとする。

また、受託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。