

令和7年4月17日

みらいの農業振興課食のブランド推進室

(質問1)

レストランやホテル側の具体的なニーズ（食材・品質・調達量）に基づいて生産者が選ばれるのでしょうか？

(回答1)

原則、事業に参加する生産者は首都圏での販路拡大の意思がある方に向けて県で公募します。応募のあった生産者の品目の中から、商談や交流の場において、レストランやホテル側がそれぞれのニーズに合うものを判断し、選ばれます。

ただし、レストランやホテル側から使用したい品目の希望があれば、県が公募した以外の品目を使用することも可能です。

(質問2)

生産者選定に際し、以下のようなリクエストがあった場合、対応可能でしょうか？

- 鮎寿司、赤こんにゃく、ゴリの佃煮、氷魚（ヒウオ）、唐辛子、豆腐などの特産品
- 精進料理の食材（延暦寺ゆば等）や伝統野菜（近江伝統野菜）
- 有機JAS認証の生産者や、アニマルウェルフェアの牧場（近江牛）
- サステナブルな取り組みをしている生産者

(回答2)

県が公募した品目にリクエストのあった品目がなければ、個別に生産者に事業の参加について打診することはできます。ただし、実際の対応可否については生産者の意向によります。

(質問3)

「ここ滋賀」でのイベント実施について。

生産者との交流を通じて料理人が学んだことを「ここ滋賀」で提供するメニューやイベントに反映する形でPR活動を行いたいと考えています。このような連携について滋賀県側でサポートいただけますか？ここ滋賀1階カウンターをイベント開催地として利用させていただくことは可能でしょうか？その際、若手料理人が滋賀食材を使ったメニューを開発し、提供するための仕込み場所（調理スペース、2階レストラン等）は提供していただけますか？

(回答3)

県外事業者が滋賀県から受託した事業を実施する場合、1階カウンターおよび2階レストランの利用は調整が必要です。

(質問 4)

コンクールで入賞経験のある若手料理人が、自身のオリジナリティを発揮したメニューを提案する形でイベントを企画しています。この場合、滋賀県側で広報協力や PR 支援をしていただくことは可能でしょうか？例えば、下記サイトへの記事掲載、Instagram の共同投稿は可能でしょうか？

滋賀県のおいしいコレクション (WEB サイト) <https://shigaquo.jp/>
Instagram 「おいしが うれしが」 <https://www.instagram.com/oishiga/>
X 「おいしが うれしが」 https://x.com/oishiga_shiga

(回答 4)

県においても、上記サイトへの掲載や SNS の共同投稿等で広報可能です。

(質問 5)

Instagram など SNS での発信力を持つシェフたちが参加することで、「滋賀の幸」の認知拡大が見込まれますが、こうした取り組みに対して、滋賀県庁 SNS など、どのようなサポートや、連携の可能性がありますか？

(回答 5)

県の SNS で投稿のリポストや相互にタグ付けを行うなど、積極的に連携して情報発信をしたいと考えています。具体的な連携方法については、相談の上、決定します。

(質問 6)

生産者ツアーについて。

料理人向けに生産者を訪問するツアーを予定しています。下記のような生産者を訪問対象として調整していただけますか？

- 湖魚 (氷魚) のエリ漁 <https://shigaquo.jp/report/5673.html>
- 滋賀伝統野菜を生産する農家 <https://shigaquo.jp/report/2953.html>
- 有機 JAS 認証生産者や、環境負荷の少ない農業をしている生産者
- サステナブルな牧場やアニマルウェルフェアに基づいた畜産 (近江牛)
- wabara 國枝さんのバラ園見学 <https://www.wabararose.com/#home>

(回答 6)

回答 2 で前述のとおり、上記の生産者が事業に応募していない場合、事業の参加について打診することはできますが、実際の対応可否については生産者の意向によります。なお、事業参加の意向が得られた後の具体的な調整は受託事業者が行うことを想定しています。

(質問 7)

滋賀県側として、今回のような首都圏での PR 事業において、どのような成果や効果を期待されていますか？

(回答7)

首都圏において「滋賀の幸」が継続的に利用されることを目指し、それによって「滋賀の幸」の首都圏における認知度向上や、ファンの拡大、そして生産者の生産意欲の向上を期待しています。

(質問8)

我々が提案するような「若手料理人を活用した発信」といった取り組みは、県の方針や目標にどの程度合致しているでしょうか？三つ子の魂百までと言われていますが、若い時に知り合った生産者とは、その後も長くお付き合いできることが多いので、まだ自身の店を持っていない若手料理人をメンバーに加えた方が良いと考えています。

他にも星付きグランシェフ、有名ホテル、東京駅周辺のサステナブルな取り組みをしている星付きシェフもメンバー候補となっています。ターゲットに合わせた食材提案を行いたいと考えています。

(回答8)

企画提案書から総合的に判断します。

(質問9)

個店については、必ずしも、卸を通さなくても良いでしょうか？首都圏飲食店への販路開拓において、顔の見える生産者とのお付き合いを希望される方は、卸を通さずに、直接取引を望みます。席数が100席以下、チェーン店ではなく、1店舗のみの方が多いのですが、しっかりと食べ手に生産者の想いを伝え、滋賀県食材のブランド価値を向上させます。ホテルへの仕入れは、食品種類によって卸事業者が決まっています。新規の卸との取引は行わないホテルが多いため、ホテル側の要望に応じて、物流、商流を相談します。今回お声がけ予定のホテルは、過去にも滋賀県食材を仕入れていますので、ルートは持っていると考えていますが、生産者に合わせた対応となること、ご了承ください。

(回答9)

必ずしも卸を通さなくて良いですが、飲食店や生産者の受発注にかかる負担が軽減されるような工夫をしてください。

(質問10)

「ここ滋賀」等、首都圏の滋賀県庁施設でイベントを実施する際の具体的な利用申請手続きや条件を教えてくださいませんか？

(回答10)

県外事業者が滋賀県から受託した事業を実施する場合、「ここ滋賀」等、首都圏の滋賀県庁施設については受託後の利用申請手続きとなります。企画提案に基づき県と協議の上、決定します。

(質問11)

滋賀県が提供できる広報媒体（SNS、ウェブサイト、プレスリリース等）のリストがあれば共

有いただけると助かります。

(回答 11)

県が提供できる広報媒体は以下の通りです。

【SNS】

- ・おいしがうれしがInstagram
- ・おいしがうれしがFacebook
- ・おいしがうれしがX

【ウェブサイト】

- ・滋賀県 HP
- ・滋賀のおいしいコレクション

【プレスリリース】

- ・滋賀県政記者クラブへの資料提供
- ・都道府県記者クラブへの資料提供
- ・東京都庁記者クラブへの資料提供

(質問 12)

滋賀の幸を使ったフェアの実施 ② 滋賀の幸の魅力発信のすそ野を中食、内食にも広げるための取組を行うこと。について。

- ・「令和6年度世界農業遺産まるごと首都圏PR事」の、仕様書(1)②にて、加工品の開発を行っているかと思います。その際開発した商品の在庫状況について、可能な限り開示をお願いいたします。また、在庫の保有箇所(どのプレーヤーが在庫を保持しているのか、および保管している倉庫など)についても可能な限りの開示をお願いいたします。
- ・「魅力発信のすそ野を中食、内食に広げる」取組と記載がありますが、具体的に想定している業務がございましたらご教示ください。
- ・「魅力発信のすそ野を中食、内食に広げる」取組について、採点項目にて「業務の趣旨に合致した効果的な内容・方法」の提案を求められています。こちらの「業務の趣旨」とは、仕様書の「1 目的」に記載の「「滋賀の幸」(※)の魅力の発信や販路拡大の機会を創出することで、首都圏における「滋賀の幸」のファン拡大と生産者の生産意欲の向上を図る。」であると認識してよろしいでしょうか。

(回答 12)

- ・在庫状況や保有状況については県で把握しておりません。
- ・魅力発信のすそ野を中食、内食に広げる取組の内容は提案によるところですが、例えば惣菜や弁当のテイクアウト販売、自宅で調理できる加工品の開発、通販や宅配で食材を家庭に届ける取組などが想定されます。
- ・業務の趣旨については、ご認識のとおりです。

(質問13)

商談・交流の機会の創出⑤ 商談・交流の参加者は毎回同じにならないよう、積極的に新規の参加者の参入を図ること。について。

- ・「毎回同じにならないよう」と記載がございましたが、複数回実施してその回ごとに参加者を変更することを想定されていますでしょうか。それとも、令和 6 年度以前の参加者（県内事業者および飲食店）に留まらず、より積極的に参加者を追加・変更していくことを意図されていますでしょうか。
- ・令和 6 年度事業での参加者（県内事業者および飲食店）に加えて、特にアプローチを強化していきたい県内事業者（産品や地域、規模、特徴など）、および飲食店等の方向性はございますか。ありましたらご教示ください。

(回答13)

- ・商談、交流の実施回数は提案に基づき決定しますが、複数回実施する場合にはその回ごとに参加者を変更することを想定しています。
- ・県内事業者については、首都圏への販路拡大に興味がある方であれば、広くアプローチをしたいと考えています。飲食店等の方向性については、滋賀の幸の魅力がお客様に伝わるような形態でフェアを開催していただけることが望ましいですが、事業の目的を達成するために効果的な方法は一概には言えませんので、提案に基づき判断します。

(質問14)

首都圏でのイベントの実施について

- ・「令和 6 年度世界農業遺産まるごと首都圏 PR 事」では 2 回イベントが行われたと認識しております。それぞれの集客数を教えてください。(①8/17(土) Dynamic Kitchen & Bar 響 品川店、②1/18(土) ASTERISCO)
- ・価格設定や集客数について、令和 6 年度事業における改善点や懸念点、および令和 7 年度事業でのご希望があれば伺いたいです。

(回答14)

- ・集客数は、①154名 ②56名です。
- ・価格設定や集客数については、事業の目的を達成するためのイベント内容は一概には言えませんので、提案に基づき判断します。

(質問15)

審査基準にある「⑦については5点を満点とし、次のとおり、予定価格に対する比率に応じた点数とする。」という記載ですが、【審査項目】⑦の点数は10となっています。満点は5点ではなく10点という認識でよいでしょうか？

(回答15)

項目⑦の評価点は5点を満点としていますが、この評価点に2倍の重みづけを行うこととしています。このため、審査の配点は10点が満点となります。

(質問16)

生産者の旅費交通費について。

ホテル向けに商材の提案を希望する生産者は、商談確率を上げるため、オンラインではなく、東京までお越しいただき、直接ホテルの購買担当とお話をして頂きたいと考えています。生産者の旅費交通費を本事業に含めてもよろしいでしょうか？

(回答16)

事業の目的を達成するために必要な経費であれば、事業費に含めていただいて構いません。