

酒米新品種「湖響」を使った近江の地酒プロモーションに関する業務委託に係る質問への回答について

※一部重複した質問については、まとめて回答するものとする。

質問事項		回答
NO.1	ア.「近江の地酒おもてなし推進店」の事業者および関係者のほか、一般客も招待することとし、合わせて400人以上の規模を想定すること。 イ.招待客の選定については、滋賀県と協議の上決定すること。・・・ 上記記載について、関係者及び招待者について何名ほど想定しているか。 一般客の招待についての条件等についての想定は。	規模については400名程度、うち300名程度を「近江の地酒おもてなし推進店」の事業者や、酒米農家の方等の関係者とし、一般客については100名程度を想定する。招待客については20歳以上を条件に広く募集する。
NO.2	湖響 新酒 PR ポスターの作成にあたり、滋賀県酒造組合が取り組む全蔵の「湖響」の統一ラベルデザイン等を活用し、「湖響」のイメージを損なわないようにデザインすることの記述があるが、「湖響」ポスターやチラシ等作成するにあたり、ロゴはあるか。また、「湖響」のイメージとはどのようなものか。	滋賀県酒造組合が取り組む全蔵の「湖響」の統一ラベルデザインに合わせたものをロゴとして使用いただくことを想定している。「湖響」のイメージについても同様で、滋賀県酒造組合がイメージするものと大きく乖離のないものを作成いただきたい。なお、統一ラベルデザイン等については、業務受託者が決定後、共有するものとする。
NO.3	滋賀県酒造組合が制作予定の統一ラベルデザインについて、企画提案時点で共有可能なデザイン資料やロゴ・使用可能素材・データはあるか。また、ポスター・SNS・会場演出等において統一ラベルデザインを基軸として展開することは可能か。令和8年5月4日(月)JAグリーン近江管内のほ場で「湖響」の田植え時の、新酒米「湖響」のロゴデータはあるか。	滋賀県酒造組合が制作予定の統一ラベルデザインおよび新酒米「湖響」のロゴデータについて、企画提案時点ではデザイン資料やロゴ等素材・データの提供を予定しない。最終的なデザインについては協議により決定するが、ポスター・SNS・会場演出等において統一ラベルデザイン等を基軸として展開することを想定する。
NO.4	「湖響」を使用した新酒の特徴のビジュアル化を進めるにあたり、いつ頃新酒が受託者に提供されるか。	各酒蔵のお酒が出来上がり次第となるが、1月下旬から2月初旬頃を想定している。
NO.5	イベント開催に係る経費の負担範囲について 仕様書5（1）に掲げるイベント開催に係る経費について、 会場使用料、設営・撤去費、酒・肴の調達・提供費、 什器・機材費（タブレット等）、運搬費、運営スタッフ人件費、警備・保険料等のうち、予定価格に含めて受託者が負担すべきものと、 県または関係団体から提供・負担されるものはなにか。 あわせて、会場調整における県と受託者の役割分担についてはどのようなになるか。	会場使用料、設営・撤去費、酒・肴の調達・提供費、 什器・機材費（タブレット等）、運搬費、運営スタッフ人件費、警備・保険料等 のいずれも予定価格内で受託者負担を予定。 なお、一部については現在調整中であり、今後関係団体の負担となる可能性もあるが、企画提案書の提出時には上記費用を概算の上提出いただきたい。 会場調整における県と受託者の役割分担については、会場場所の提案および見積もり等を県にて実施、会場内における装飾等詳細を受託者にて実施予定。（なお前述のとおり一部負担についてを調整中のため変更となる場合がある。）
NO.6	分析用データおよび酒サンプルの提供について 各蔵の代表銘柄および「湖響」新酒の分析・ビジュアル化に必要となる、対象銘柄一覧、酒サンプル、成分値・商品基本情報、原料・製法情報、既存の官能評価・テイasting情報、商品画像・ラベルデータ等について、県または滋賀県酒造組合から提供されるものの範囲と提供時期はいつか。 特に「湖響」新酒について、各蔵から情報および酒サンプルの提供を受けられる時期はいつ頃か。 受託者が各酒蔵から直接情報を収集する場合、県または滋賀県酒造組合において、一元的な連絡・回収・確認窓口を設ける予定があるか。	県または滋賀県酒造組合から提供するもの：各蔵の代表銘柄の情報および酒蔵等の情報を契約締結後随時提供予定。湖響については新酒販売前のため、各蔵の湖響に関する情報および新酒のサンプルを湖響が出来上がる1月下旬～2月初旬ごろ提供予定。 情報収集における一次元的な窓口について現時点では開設予定なし。
NO.7	仕様書5（2）の「各蔵の『湖響』を使った新酒」のビジュアル化に係る蔵数および銘柄数はいくつか。 また、仕様書5（3）の「各蔵の代表銘柄」について、対象は「湖響」使用予定の26蔵に限定されるのか、滋賀県酒造組合加盟全蔵を対象とするのか、対象銘柄数はいくつか。 併せて、対象蔵・対象銘柄の最終一覧が確定・提供される時期はいつごろか。	各蔵の『湖響』を使った新酒については、26蔵、26銘柄のビジュアル化を想定。各蔵の代表銘柄については酒造組合に加盟している30蔵とし、1蔵1銘柄の計30銘柄のビジュアル化を想定している。代表銘柄や酒蔵の情報については契約締結次第随時提供可能。湖響については、お酒が完成後となるため1月下旬～2月初旬頃提供予定。
NO.8	仕様書に記載の「AI技術などによる分析」とは、官能評価・酒蔵ヒアリング・成分分析・消費者アンケート等を組み合わせた可視化提案も対象に含まれるか。	お見込みのとおり。なお、分析方法については基本的には委託者の提案によるものとし、最終的には委託者と協議の上決定するものとする。

NO.9	「近江の地酒辞典」における図表データの提案について 仕様書5（4）②に記載された「3種類以上のパターンでの図表データを提案すること」とは、3種類以上の候補を提案し、協議により選定されたパターンを完成させる趣旨か。異なるテーマの図表を3種類以上制作し、すべてを完成データとして納品する趣旨か。また、「3種類以上」は、代表銘柄の図表および「湖響」の図表について、それぞれ3種類以上必要となるか。	成果物としては異なるテーマの図表を3種類以上制作し、すべてを完成データとして納品することとし、テーマについては関係機関と協議のうえ決定するものとする。 3種類以上の定義については、代表銘柄と「湖響」のそれぞれ3種類以上を想定する。 （テーマ例）地域、味わい、酒米の種類、精米歩合、香り等 なお、湖響と代表銘柄のテーマが重複するのは問題なし。
NO.10	「近江の地酒辞典（仮称）」には、①代表銘柄のみ掲載②代表銘柄＋湖響銘柄掲載③酒蔵情報も掲載 の、どの範囲を想定するか。	代表銘柄＋湖響銘柄掲載を必須とし、スペースや費用等協議の上対応可能であれば酒蔵情報も掲載することを想定する。
NO.11	イベント会場内で振舞われる日本酒について、各蔵からの提供となるのか、各蔵から購入する必要があるのか。	イベント会場内で提供予定の酒については、受託者の購入を想定する。 （今後関係機関との協議により、購入者が変更となる場合がある。）
NO.12	イベント会場内では日本酒以外の飲み物の提供を必須か。	日本酒以外の飲み物の提供は必須でない。食べ物については酒の肴となるものの準備を想定し、協議によりチェイサー等を準備する場合がある。
NO.13	イベント会場について、「県有施設」「民間施設」「観光施設」「酒関連施設」など選定条件や優先施設があるか。又、県庁内の会議室は使用可能か。	選定条件は、ホテル等を想定し、公共交通機関で行くことができる場所かつ、大人数での使用および飲食が可能な場所とする。県庁内会議室については、上記条件に適さないため使用を考えていない。
NO.14	招待客などについて、別室の控室などを用意する必要があるか。	招待客の控室の準備は想定していない。
NO.15	イベントの開催時間について、何時間を予定しているか。	イベントは2時間程度を予定。
NO.16	県として重点的に訴求したいターゲット層（20代、30代女性、観光客、県外客等）について想定があるか。	幅広い層を対象とすることを基本とし、中でも地酒に馴染みの少ない若年層を重点的な対象として実施するものを想定する。
NO.17	制作するオープニング動画は、イベント上映以外に「YouTube」「SNS広告」「滋賀県公式サイト」「酒蔵での二次利用」等への展開を想定するか。	基本的にはイベント上映と「近江の地酒もてなし普及促進協議会」のSNS上での公開を想定し、その他の利用については受託者と関係機関との協議のうえ決定する。
NO.18	「湖響」の開発ストーリーにおいて、県が特に発信したい人物（農家・研究者・蔵人等）があるか。	酒米の造り手である農家や酒の造り手である酒蔵を中心としたストーリーの情報発信を予定する。
NO.19	本業務において県が重視する成果指標は、来場者数・SNS投稿数・メディア露出・湖響認知度・販売促進のうちどれを最重要指標として想定するか。	湖響認知度を最重要指標とする。
NO.20	本事業は令和9年の新酒デビューに係る単年度事業との理解であるが、県および酒造組合として「湖響」を今後継続的なブランドとして育成していく構想はあるか。	具体的な構想については未定となるが、「湖響」を今後の継続的なブランドとして、次年度以降も育成およびPRIに取り組んでいく予定である。