

## “ヒット”商品創出支援事業委託仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「発注者」という。）が発注する「“ヒット”商品創出支援事業委託」（以下「委託事業」という。）を受託する者（以下「受託者」という。）の業務について、必要な事項を定めるものである。

### 1 目的

本事業はフードバレーとちぎ推進協議会会員（以下、「会員」という。）を対象に、商品開発に関するセミナーを開催し、スキル向上を図った上で、食品の商品開発・改良、流通・マーケティング、広報・PR力の向上等、それぞれの商品課題に応じた専門家派遣や、テストマーケティングを実施することにより、商品のブラッシュアップを行い、本県から食に関するヒット商品の創出を図ることを目的とする。

### 2 委託期間

契約締結の日から令和9(2027)年3月12日（金）まで

### 3 業務内容

#### (1) セミナー

「商品開発の基礎」及び「時流に沿った商品開発」（例：消費トレンド食品関連事業のDX、食品ロス、フードテック、インバウンド需要等）のテーマに添った講師を選定の上、セミナーを開催すること。講演内容は、会員が理解し、課題認識しやすい内容とすること。

また、セミナー開催後には参加者にアンケートを実施し、セミナー満足度や商品開発への課題等を調査すること。なお、アンケート項目は県と協議の上、決定すること。

#### (2) 専門家によるハンズオン支援

##### ア 企画コーディネーターの配置

支援対象事業者の商品力向上に関する課題解決に向けた企画及び全体調整を図るため、次に掲げる要件を満たす者を企画コーディネーターとして配置すること。

(ア) 加工食品の商品開発から販路開拓に至るまでの幅広い知識を有する者とし、これまで商品開発等支援の実績を有する者とする。

(イ) 支援対象事業者の課題解決に対して、具体的かつ実践的な指導・助言のできる者との幅広いネットワークを有し、支援対象事業者とマッチングできる者とする。

(ウ) 企画コーディネーターは本事業の遂行を総括する立場であることから、受託者の事業所内に所属する者とする。

##### イ 支援対象事業者の募集及び選定

支援対象事業者を募集し、選定すること。選定にあたっては公平な選定となるよう事前に発注者と協議の上、実施すること。

なお、支援対象事業者数は下記のとおりとする。

・通常コース 5者程度

・インバウンドコース（注1） 3者程度

（注1）県内及び県外に来訪する外国人観光客をターゲットとした商品開発の支援に特化したコースのこと

#### ウ 個別相談

企画コーディネーターは、支援対象事業者や専門家派遣希望者に対して個別にヒアリングを実施し、商品の課題感等を聞き取ること。

なお、個別相談は上記イの前に実施しても差し支えないこととする。

#### エ 支援計画の作成

企画コーディネーターは、個別相談の結果等を踏まえ、専門家派遣による支援の内容等について発注者と検討の上、課題の抽出及び解決策を示した支援計画を作成すること。

#### オ 専門家派遣

##### (ア) 商品力向上アドバイザーの選定

支援対象事業者の課題の解決のために具体的かつ実践的な指導・助言のできる者を商品力向上アドバイザーとして選出すること。なお、商品力向上アドバイザーは、次に掲げる各分野において高い専門性を有する実務経験者とし、インバウンドコースに関しては、下記に加えてインバウンド需要に係る専門性を有すること。

- a 商品コンセプト設計
- b ネーミング開発
- c パッケージ・ラベル開発
- d レシピ開発
- e マーケティング戦略
- f 市場ニーズ・トレンド
- g 販売ターゲットの設定
- h 原価管理・価格設定
- i 原材料（食品添加物等）
- j 商談テクニック
- k 知的財産の取得・管理
- l ウェブサイト（ECサイト）の活用
- m 広報・PR戦略
- n 経営戦略

##### (イ) 商品力向上アドバイザーの派遣

- a 支援対象事業者と企画コーディネーターとの間で作成した支援計画に基づき、商品力向上アドバイザーを派遣する等により、具体的かつ実践的な指導・助言を行わせること。指導・助言は、支援対象事業者の要望を聞き取りながら、支援対象事業者が持

つ強み（セールスポイント）等を探し、理解した上で、一緒に課題の解決に当たらせるほか、できるだけ支援対象事業者の商品開発・改良等の進捗状況に合わせた日程及び時間で実施すること。

なお、派遣方法については、オンラインも可とし、指導・助言分野のうち、企画コーディネーターが専門的知識を有し、課題解決に対して、具体的かつ実践的な指導・助言が可能な場合は、企画コーディネーターが商品力向上アドバイザーの役割を併せ持ち、対応できるものとする。

- b 商品力向上アドバイザーの派遣回数は、支援対象者ごとに5回を基本とする。
- c 支援対象事業者の課題と派遣した商品力向上アドバイザーの指導分野及び内容がミスマッチと判断される場合には、改めて適切な商品力向上アドバイザーを選出し派遣すること。
- d 受託者は、商品力向上アドバイザーの派遣ごとに、派遣時の支援内容をまとめ、月に1回程度発注者に報告すること。
- e 受託者は、商品力向上アドバイザーの訪問後に、支援対象事業者に対しフォローアップを行うこと。  
なお、フォローアップは本事業期間内を通して継続的に実施し、支援状況の進捗管理を行うこと。

#### カ テストマーケティングの実施

専門家派遣による支援をおこなっている商品について、消費者ニーズを捉え更なるブラッシュアップにつなげるため、大手チェーン等店舗でのテストマーケティングを実施すること。なお、インバウンドコースについては、外国人観光客のデータが獲得可能な場所で実施すること。その際、テストマーケティングの調査項目及び実施場所については発注者と協議の上、決定すること。

なお、調査結果をもとに、次の事項を実施すること。

- ・調査結果の分析（年齢や世代別の結果分析 等）
- ・調査結果のフィードバック
- ・商品修正（調査結果をもとに、必要に応じてパッケージデザイン・容器・容量の見直し等を行う）

#### キ 成果報告書の提出

受託者は支援結果を踏まえ、支援対象者毎の成果を報告すること。報告にあたっては、受託者が様式を作成の上、支援事業者が記入するものとし、実績報告書に添付して発注者に報告すること。

なお、様式には下記の項目について記載すること。

- ・ 支援による商品改良点
- ・ 支援を受けての気づき
- ・ 支援を受けた商品の展開予定

#### ク その他

##### (ア) その他支援策の実施提案

上記に掲げるほか、支援対象事業者の商品力向上に資する支援策の実施について提案すること。

##### (イ) 情報共有会議の開催

支援対象事業者に派遣する商品力向上アドバイザーの選出、決定、変更及び支援対象事業者への支援状況等について、必要に応じ、発注者と情報共有を図る会議を開催すること。

##### (ウ) 各種調整等業務

支援対象事業者、商品力向上アドバイザー及び発注者との連絡調整を行い、派遣日程の確定及び支援対象事業者の進捗状況を管理すること。

また、懸案事項が発生した場合には、発注者との会議等を迅速に実施できる体制をとること。

##### (エ) 業務量の想定

商品力向上アドバイザーによる指導は、回数で延べ40回程度、時間で延べ80時間程度実施することを想定する。

##### (オ) その他

発注者は、専門家派遣中の不慮の事故や災害に対して、一切の責任を負わないものとし、受託者の責任で対応すること。

#### 4 実施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基に、具体的な業務内容について、発注者と協議の上、「実施計画書」（任意様式）を作成して発注者に提出すること。
- (2) 受託者は、委託事業完了後、本業務の実施内容を「実績報告書」（任意様式）として取りまとめ、発注者に提出するとともに、当該報告書の電子ファイルを保存したメディア（DVD等）一式を提出し、発注者の検査を受けること。
- (3) 発注者は、必要がある場合は、受託者に対して業務の実施状況について調査し、又は報告を求めることができる。

#### 5 権利の帰属

支援商品の権利はすべて支援対象者に帰属し、委託事業の成果に関する権利はすべて発注者に帰属するものとする。

## 6 その他

- (1) この仕様書の定めがない事項については、発注者と受託者が協議の上、決定する。
- (2) 受託者が委託事業を行うに当たって取り扱う個人情報は、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第15号）に基づいて取り扱いに十分留意し、漏えい、滅失及びき損の防止その他個人情報の保護に努めるものとする。
- (3) この仕様書に記載の成果と同等以上の成果が得られる場合、発注者と受託者が協議の上、仕様書の内容を一部変更することができる。