

東南アジア及び香港における青果物プロモーション業務委託仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が発注する東南アジア及び香港における青果物プロモーション業務（以下「委託業務」という。）を受託する者（以下「乙」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 業務の概要

(1) 目的

県産農産物の主要な輸出先である東南アジア（マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム等）及び香港において、安定的な販路を確保するとともに、新たな販路を開拓し、更なる輸出拡大を図るため、各国のマーケットの特徴に対応した取組やデジタルを活用した現地購買力の強化などの長期プロモーションを実施する。

(2) 対象国・地域

東南アジア（マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム等）及び香港（以下「各国」という。）

(3) 対象品目

なし「にっこり」、いちご「とちあいか」「スカイベリー」などの本県産青果物
※対象国・地域の規制条件を踏まえた品目とする。

2 委託業務内容

委託業務の内容は、以下のとおりとする。

(1) 各国の実施内容の方向性及び実施品目

実施国名	実施内容の方向性	品目 ○：実施品目 ◎：重点実施品目	事業 継続 年数
マレーシア	長年の取組で構築した現地バイヤーとの関係性や販売網を活用して更なる輸出拡大を図るため、試食販売やEC販売により消費者に対する販売促進を中心に取り組むこと。 特に、輸出開始から間もない「とちあいか」の魅力や仲卸に理解してもらい販売活動につなげるために、輸入事業者と連携して仲卸バイヤーに対する働きかけを強化するとともに、小売店での試食販売に取り組むこと。	梨（○） いちご（○）	8年
インドネシア	長年の取組により消費者への認知度向上が進みリピーターが増加するなどの成果が出ていることから、より消費者を定着させるとともに新規客を獲得するために、試食販売を中心に取り組むこと。	梨（○）	8年
タイ	仲卸からの需要が定着しつつある「にっこり」については消費者への試食販売を中心に取り組むこと。 また、輸出開始から間もない「とちあいか」の魅力や仲卸に理解してもらい販売活動につなげるために、輸入事業者と連携して仲卸バイヤーに対する働きかけを強化するとともに、小売店での試食販売に取り組むこと。	梨（○） いちご（◎）	4年

ベトナム	良好な関係が構築されつつある小売事業者に対し関係性の継続を図るための働きかけを行うとともに、大きさや食感などの現地で好まれる特徴を持つ「にっこり」の魅力を効果的に伝える取組（試食販売等）を行うこと。	梨（◎）	3年
香港	多くの日本産青果物の中から本県産青果物を選ばれるよう、仲卸や小売事業者に対する働きかけを強化すること。 また、販売量の増加が見込める「にっこり」については試食販売等により消費者の認知度向上や購買意欲向上を図ること。 特に、輸出開始から間もない「とちあいか」については、魅力を仲卸に理解してもらい販売活動につなげるために、輸入事業者と連携して仲卸バイヤーに対する働きかけを強化するとともに、小売店での試食販売に取り組むこと。	梨（○） いちご（◎）	5年
その他	青果物の販売開拓が期待できる国、地域において効果的なプロモーションを行うこと。	梨（○） いちご（○）	—

（２）現地バイヤーと連携した試食販売等の実施

○ 趣旨及び実施期間

各国の社会情勢や食習慣を勘案の上、輸入会社や卸売会社等と連携し、県産農産物の認知度及び購買意欲の向上につなげるため、次の①と②を延べ30週以上（各品目を概ね週末を中心に3週間×1～2品目×5カ国＝30週間、1カ国につき1週間以上）実施すること。

○ バイヤー及びプロモーターへの啓発

各国のバイヤー及びプロモーター等が現地消費者に本県農産物等に関する的確な情報提供を行えるよう効果的な手法を提案の上実施すること。

○ 消費者に対する認知度向上の取組

各国においてコロナ禍からの経済回復などの情勢等を考慮し、試食PRを強化するなど、リアルでのプロモーションに動きをおきつつ、定着しつつあるECなどのデジタルも活用し、より効果的な試食販売活動を実施すること。

○ バイヤーの意見とりまとめ

新たな現地バイヤー（小売店又は卸売店等）との取引につなげるための効果的な手法を提案するとともに、県産農産物に対する現地バイヤーや消費者等の反応を確認し、とりまとめること。

○ その他の事項

収穫量の減少等により実施が困難な場合や、特別な事情により事業の追加が必要となった場合には、甲乙の協議により、実施内容を一部変更することができる。

① 現地小売店等における試食販売活動

ア 実施期間

各国とも令和5（2023）年10月から令和6（2024）年3月

クリスマス、年末年始、春節、バレンタインデーなど多くの消費者が消費行動をする期間をターゲットに実施すること。

イ 実施店舗

1（2）で示す対象国において、現地消費者が多く利用する現地系百貨店など各国1

店舗以上で実施することとし、各国合わせて15店舗（例えば1カ国3店舗×5カ国）以上（複数の屋号の小売店又は卸売店等）において実施すること。

ウ 会場装飾

甲乙協議の上、必要な会場装飾を行うこと。

② 電子商取引（EC）サイト等デジタルを活用した販売促進活動

ア 実施期間

各国とも令和5（2023）年10月から令和6（2024）年3月

イ 実施方法

- ・サイト上に栃木県特集ページを作成して商品を掲載すること。
- ・SNSを活用したECサイト等の紹介や広告配信による消費者のECサイトへの誘導を行うこと。
- ・ライブコマースなどの手法により新たな顧客層の取り込みを図ること。

（3）本県農産物の効果的なPR

現地の消費者及びバイヤー等に対し、（2）に加えて各国の実施年数、消費者等の本県産青果物の認知状況などに応じて、効果的な媒体・手法を用いたPRを実施し、本県産農産物の更なる認知度・購買意欲の向上を図ること。

（4）販促資材等の作成及び配布

本県産農産物の販促資材等を作成の上、各国でのプロモーション実施の際に現地消費者等へ配布し、PRを行うこと。

（5）試食用サンプルの輸送及び通関手続等

① サンプルの輸送

集荷場所（栃木県内）から、各国のプロモーション実施場所まで輸送すること。

② 通関手続等

通関、検疫、放射性物質検査及びその他必要書類の整備等、輸出に係る諸手続を行うこと。

（6）現地検品等

甲乙協議の上、必要に応じ各国での検品等を行うこと。

（7）今後の更なる輸出拡大を図るための提案

各国の状況、プロモーションの実施状況、現地バイヤー、消費者の反応等を勘案の上、今後、更なる輸出拡大を図るための方策を提案すること。

（8）その他の業務

県職員等の渡航が計画された場合は、プロモーション状況や案内、バイヤー面談の対応を行うこと。

本委託業務の実施に当たり甲が必要と認める関連業務を実施すること。

3 委託業務の実施場所

日本国内、東南アジア（マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム等）及び香港

4 委託期間

契約締結の日から令和6（2024）年3月8日までとする。

5 委託料の支払い等

委託料の支払いは、業務完了検査後の精算払いとする。

6 事業完了後の手続き

(1) 業務完了報告

乙は、委託業務の完了報告を以下の①及び②（いずれも任意様式）の提出により、契約期間内に行うこと。

① 業務完了報告書

② 成果品

ア 成果報告書（紙媒体3部及び電子媒体）

成果報告書には以下の内容を記述すること。

- a 事業の結果概要（実施店舗、ECサイト、期間、新規バイヤーのリスト等）
- b バイヤー及び消費者の反応
- c 委託業務に関するまとめ、課題、分析、考察
- d 輸出拡大を図るための提案
- e その他、委託業務に係る事項

イ 現地における主な活動記録写真（電子媒体（JPEG形式））

(2) 処理状況の報告

乙は、甲の求めがあった場合、委託業務の処理状況について報告すること。

7 その他

- (1) 乙は、本委託業務の実施に当たっては、甲と事前に協議及び調整を行うこと。
- (2) 仕様書に明示のない事項又は疑義が生じた場合については、甲乙の協議により決定する。
- (3) 乙が委託業務を行うに当たって取り扱う個人情報、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）及び行政手続きにおける特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律（平成25年法律第27号）、その他の個人情報の保護に関する法令等を遵守し、個人の権利を侵害することのないよう、個人情報の取扱いを適正に行わなければならない。
- (4) 乙は、業務を第三者に一括して再委託することはできない。また、業務の一部を委託する場合は、甲と協議の上、実施することができる。
- (5) 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、甲と協議の上、仕様書の内容を一部変更可能とする。