

山梨ワイン未来戦略策定業務委託仕様書

1 委託業務名

山梨ワイン未来戦略策定業務委託（以下「本業務」という。）

2 用語の定義

（１）山梨ワイン

山梨県内で醸造された日本ワイン（日本国内で栽培されたぶどうを 100% 使用して日本国内で醸造されたワイン）

（２）甲州ワイン

山梨ワインのうち主に甲州ぶどうを用いて醸造されたワイン

3 業務の背景及び目的

山梨県は、日本ワイン発祥の地として約 150 年にわたり我が国のワイン産業を牽引してきた国内最大級のワイン産地である。日本ワイン生産量は全国 1 位を誇り、日本固有品種である「甲州」や「マスカット・ベリー A」の主要産地として、国内外で一定の認知及び地域ブランドを獲得している。

しかし、長い歴史を持ち、多数のワイナリーが集積する産地であるがゆえに各ワイナリーがそれぞれの戦略に基づきブランドや顧客基盤を築いてきた結果、産地として共通の戦略を確立できていないことが長年の課題であった。

県は、令和 6 年度に「甲州ワイン海外プロモーション戦略」を策定し、輸出拡大に向けた取組の方向性を整理し、令和 7 年度には、世界のワイン専門誌業界最大手「Decanter」やワイン界最高峰のプロフェッショナル集団「マスター・オブ・ワイン」を相次いで招致したところである。これらの取組により、山梨ワインの認知度向上、販路開拓等において着実な成果が生まれつつある。

しかしながら、国内外のアルコール市場は、少子高齢化の進展や消費者のアルコール離れなど、従来の市場構造が大きく変容する転換期を迎えている。こうした環境変化の中で、県内ワイナリーが持続的な発展を実現するためには既存の思考や手法からの脱却が急務であり、量的拡大を追求する成長モデルから、付加価値の創出を通じて収益力と競争優位性を高める成長モデルへの転換が不可欠である。

本業務においては、こうした市場環境の変化を踏まえ、成長機会を的確に捉えるため、山梨ワインの強み、成長可能性及び競争優位性を見極め、重点的に取り組むべき市場・顧客層・施策を明確化する。

その上で、県及びワイナリーの限られた資源を効果的に配分することにより、県内ワイン産業の付加価値向上と県内ワイナリーの収益力向上を図るマーケティング戦略、「山梨ワイン未来戦略」を策定することを目的とする。なお、本戦略の実走期間は令和 9 年度～令和 14 年度とする。

4 業務委託期間

契約締結の日から令和 9 年 3 月 31 日（水）までとする。

5 業務内容

(1) 本戦略策定の趣旨

本業務では、既存事業の成果検証と県内ワイナリーへの高精度かつ深度あるヒアリングを通じて、山梨ワインの現在地を客観的、立体的に把握し、その成果と課題を明確化する。その上で、世界のワイン業界最高峰の資格であるマスター・オブ・ワインの知見とネットワークを最大限活用した、一般論や机上分析に終始しない山梨ワインならではの競争優位の源泉と成長の可能性を徹底的に掘り下げる。

国内外の市場環境が大きく変化する中、山梨ワインが今後も持続的に発展し、国際市場で確固たる地位を築くための指針となる『未来を切り拓く戦略』を策定する。

(2) 基本方針

- 1 本戦略に定める施策及びアクションプランは、実施主体を明確にした上で、予算規模、実施体制、技術的実現性、制度・法令との整合性等を総合的に勘案し、短期（1～3 年）・中期（4～6 年）の各段階において実行可能な内容とすること。
- 2 本業務のために新たに取得した情報と、既存の一般的知見及び公表データとを区別して明示し、前者を本戦略の中核に据えること。また、これら全ての情報源を明示すること。
- 3 本業務において過去の類似案件の成果物、知見又は分析結果等を活用する場合、その出典及び活用範囲を明示するとともに、本戦略の目的、対象範囲、前提条件及び地域特性との整合性を十分に検証した上で反映することを必須とする。
- 4 曖昧な用語（関係者、相当数等）や表現（推進や連携等の語のみを用いた施策）は避けること。
- 5 関係者へのヒアリング結果については、都合の良い意見のみを抽出せず、県の現行施策に批判的な意見等を含めてその内容を明らかにすること。
- 6 県が、成果物が仕様書に適合しないと認めるときは、契約書第 14 条第 3 項により、受託事業者に対し、期日を定めて手直しを求めるものとし、受託事業者はこれらのやり取りを記録するものとする。なお、手直しに要する費用は受託事業者が負担するものとする。
- 7 本戦略に記載する分析結果、提言及びアクションプランについては、その根拠となる調査結果、ヒアリング結果、統計データその他の情報との対応関係を明確にすること。

(3) 推進体制

本業務は、山梨県及び産地関係者が共有する価値観と将来ビジョンを根幹に据え、地域の実情と世界市場の潮流を踏まえた戦略として策定するものである。その実現性、実効性及び国際競争力を備えた戦略とするため、山梨県のワイン産地形成に精通するとともに、国内外のワイン業界に広範なネットワークを有する大橋健一氏^{※1}（以下「大橋 S V」という。）を本業務のスーパーバイザー兼アドバイザーとして参画させることを必須とする。受託事業者は、大橋氏の専門的知見を戦略全体に反映させるための体制を構築するものとし、当該業務に係る再委託費用として 5,500 千円（税込）を見込むこととする。

大橋 S V と受託事業者の役割分担を次のとおり定める。

- ・大橋 S V：知見とネットワークの提供、インタビュー、監修。

- ・受託事業者：分析、戦略の体系化、根拠資料の管理、アクションプランの数値化等

※1：日本人で2人しかいないワイン業界最高峰の資格「マスター・オブ・ワイン」の有資格者。
酒販店及びレストランオーナーとして流通面にも精通するほか、国内ワイン業界最大手のシャトー・メルシャン（キリンググループ）のブランドコンサルタントも務める。

（４）業務の概要

受託事業者は、①業務実施計画の作成、②既存事業の効果検証及び県内ワイン業界の現状と課題の整理、③～⑤戦略内容の詳細設計、⑥意見聴取と戦略書の取りまとめを行い、5（6）に定めるとおり成果物を納品すること。

なお、業務の詳細については、技術提案の内容を踏まえ、県及び大橋S Vと協議の上で決定するものとする。

（５）業務の詳細

① 業務実施計画の作成

契約締結後、速やかに業務スケジュール、実施体制、本業務の遂行方針等を整理した業務実施計画を作成し、県の承認を得た上で業務を進めること。

②-1 既存事業の効果検証

既存のワイン関連事業A、Bについて、実施内容、投入資源及び成果を整理するとともに、目標達成状況、成功要因及び課題を分析し、その効果及び持続性を評価すること。あわせて、本戦略に反映すべき示唆、継続・強化すべき取組並びに見直しを要する取組を明らかにすること。

なお、県は、検証に必要な情報提供や事業関係者の紹介を行う。

A 山梨ワイン海外輸出促進プロジェクト（Koshu of Japan）

- ・実施期間：平成21年度～
- ・事業目的：山梨ワインの国際的なブランディング、輸出拡大
- ・参考

<https://www.koshuofjapan.com/ja/>

B マスター・オブ・ワインジャパンツアー（MW Japan Trip 2026）

- ・実施期間：令和8年3月
- ・事業目的：山梨ワインの国際的な認知拡大、ビジネス機会創出
- ・参考

<https://www.pref.yamanashi.jp/chiji/dekigoto/0803/0326.html>

②-2 県内ワイン業界の現状と課題の整理

大橋S V主導で、県内ワイン業界を牽引するワイナリーのうち輸出実績、国内外における評価、ブランド力及び先進的な取組等を勘案して選定した10社程度を対象にヒアリングを実施する。なお、ヒアリング対象者は、経営者等の意思決定層又は栽培・醸造部門の責任者を原則とする。

受託事業者は、ヒアリングを通じて、県産ワインの競争優位性、国内外市場における機会と脅威、輸出及び販路拡大に係る課題、人材確保・育成、産地としての連携の現状等を把握・分析し、県内ワイン業界の現状と課題並びに本戦略の方向性に関する示唆を整理すること。

③-1 国内市場調査

一般消費者を対象として、山梨ワインに対する認知度、ブランドイメージ、購買意向等を把握するため、次のとおり調査を実施すること。なお、調査項目及び手法の設定にあたっては、「なぜその質問をするのか（どのような出口を想定しているのか）。なぜ回答者がその属性なのか。」を論理的に整理するものとし、設定後（調査実施前）に大橋S Vの監修を受けるものとする。

◆調査1

- ・対象エリア：東京23区内
- ・対象者：ワインや酒類を常飲する者であって、山梨ワインの購買層として想起される所得水準や消費特性等を有する者
- ・サンプル数：統計的妥当性を十分に確保し、属性別分析やセグメント分析に耐え得る数量を設定するものとする。
なお、設定するサンプル数、その算定方法の統計学的根拠について、技術提案書に具体的に記載するものとする。
- ・調査形式：アンケート

◆調査2

- ・対象者：調査1において本戦略の高度化に資する回答をした者
- ・サンプル数：20名程度
上記には少なくとも次の類型を含むこと。
 - ・山梨ワイン又は日本ワイン購入者
 - ・輸入ワイン中心の購入者
 - ・高価格帯ワイン購入者
 - ・ワイン未購入者
- ・調査形式：インタビュー（インタビュアーは大橋S V）

③-2 海外市場調査

②-1の検証及び②-2のヒアリング結果に加え、大橋S Vの意向も踏まえ、各国のワイン市場について、以下のア～エの観点から調査を実施すること。なお、イ及びエについては、現地の流通関係者（インポーター、小売、飲食店関係者から最低2名）へのヒアリング（オンライン可）を実施すること。

その上で、調査結果に基づき、山梨ワインが重点的に取り組むべき市場（国又は地域）を2つ選定し、その選定理由を明らかにすること。選定に当たっては、市場規模、成長性、競争環境、流通構造、価格受容性、制度・規制及び山梨ワインとの適合性の観点から比較評価を行うこと。

ア 甲州ワインの輸出実績及びその推移の分析（県が情報提供可能）

イ 流通構造の分析

- ・生産者から現地小売店等に至る想定経路
- ・関税や中間業者のマージン等を加味した最終小売価格

ウ ワイン市場の規模、特徴、制度・法令

エ ワインの消費傾向（飲酒スタイル、ワイン文化レベル）

④ 市場参入戦略

大橋S V主導のもと、③-1、③-2の調査分析結果を踏まえ、国内市場及び海外（2カ国）それぞれの特性や消費者ニーズ、市場環境を考慮したマーケティング

イング戦略を策定すること。戦略の構成は、次のア～キを基本とし、具体的なアクションプランまで設定すること。なお、アクションプランについては、実施主体（県が委託する場合は、受託事業者の候補を選定。選定にあたっては、受注実績ではなく、成果を重視すること。）、所用見込額、着手可能時期等を整理するとともに、短期（1～3年程度）及び中期（4～6年程度）の時間軸ごとに施策の優先順位、実施順序及び相互関係を明らかにしたロードマップとして取りまとめること。

ア セグメンテーション

市場を消費者属性や地域特性等の観点から分類し、有望な顧客層を整理すること。

イ ターゲティング

国内外の市場ごとに優先的にアプローチすべき顧客層を特定し、その選定理由を示すこと。

ウ ポジショニング

競合産地及び競合商品との差別化要因を分析し、対象市場における山梨ワインの強みや訴求価値を明確に整理すること。

エ 販売重点商品

希少性、品質、価格帯、ストーリー性等の観点から、各市場で重点的に訴求すべき商品及び商品カテゴリーを設定すること。

オ チャネル戦略

小売、飲食店、EC、輸出商社、専門店等を含め、ターゲット層に効果的に到達できる販売・流通チャネルを選定すること。

カ プロモーション戦略

ブランド認知向上及び購買促進を目的として、デジタルマーケティング、PR、試飲会、展示会、インフルエンサー活用等を含む効果的なプロモーション施策を提案すること。

キ 具体的なアクション

⑤成果指標

本業務の目的を踏まえ、本戦略の達成状況及び重点市場・顧客層・施策への取り組みの有効性を客観的かつ継続的に検証できる成果指標体系を構築すること。成果指標は、定量的な指標を基本として、国内外市場の特性及び戦略内容を踏まえ設定するとともに、成果指標及び活動指標を整理すること。また、それぞれの測定方法、算出根拠及び目標設定の考え方を明らかにすること。

⑥ 意見聴取と戦略書の取りまとめ

受託事業者は、①から⑤を踏まえ、戦略の素案を取りまとめる。

戦略素案の作成後、戦略の実効性を高めるため、関係者の意見を聴取した上で戦略書（完成版及び概要版）を作成すること。

なお、意見聴取の対象とする関係者は、次の5分野から偏りなく選定（最低10名）することとし、骨子作成後及び素案作成後の段階のそれぞれにおいて、意見を聴取すること（各回の聴取結果の整理票を提出すること）。関係者の選定にあたっては、県と協議し、承認を得た上で決定するものとする。なお、県

は、受託事業者に対し、ア及びイの関係者を紹介するものとする。

ア 産地関係者：生産者、生産法人、生産者団体等

イ 国内流通関係者：卸売事業者、輸出事業者、飲食店関係者等

ウ 国外流通関係者：国内又は現地輸出入事業者、現地小売関係者等

エ 学識経験者等：酒類輸出やブランド戦略等に知見を有する者

オ その他：県又は大橋ＳＶが必要と認める関係団体・関係機関等

（６）納品する成果物

受託事業者は、以下の成果物について、それぞれの期限に応じて電子データを提出すること。電子データの形式は、Microsoft Word, Excel, PowerPoint等の編集可能なファイル及びPDFファイルとすること。なお、成果物は図表やグラフを活用し、視覚的に理解しやすい構成とすること。また、戦略書については、関係者への説明や海外展開も視野に入れ、要点を整理した概要版を作成すること。

No.	成果物	提出期限
1	業務実施計画書	契約後速やかに
2	既存事業の効果検証及び県内ワイン業界へのヒアリング結果報告書	令和８年１２月２５日まで
3	戦略素案	令和９年２月２６日まで
4	戦略素案に対する意見聴取結果	令和９年２月２６日まで
5	戦略書（完成版・概要版）	令和９年３月３１日まで
6	戦略書と根拠資料（ヒアリング結果、統計データ等）との対応表	令和９年３月３１日まで
7	打合せ及び意見聴取記録（要約・発言録）	打合せ実施後３営業日以内
8	業務完了報告書	令和９年３月３１日まで
9	その他県が求める資料等	随時

（７）業務実施体制

受託事業者は、本業務を適切に遂行できる体制を整備すること。少なくとも、次の要件を満たすこと。

- ・業務全体を統括し、本業務委託期間中、県と速やかに連絡をとることができる責任者を配置すること。
- ・市場分析、ブランド戦略、マーケティング等に関する知見を有する専門人材を配置すること。
- ・調査分析、ファシリテーション、資料作成等を担う補助担当者を配置すること。
- ・実施体制の変更（再委託を含む。）を行う場合は、事前に県の承認を得ること。

６ 県への実施報告等

- （１）本業務の遂行に際しては、原則として、県の担当者と毎月２回以上の打ち合わせを実施すること。

- (2) なお、このほかにも、5（5）の着手時及び当該業務の着手後の任意の時期に、業務の実施方針及び進捗状況を確認するため、県の求めに応じて、県の担当者との打ち合わせを実施すること。
- (3) また、本業務完了後は、速やかに業務完了報告書を県に提出すること。

7 業務成果の帰属等

- (1) 業務の実施で得られた成果、情報（個人情報・企業情報を含む）等については県に帰属する。
- (2) 受託事業者は、本業務により受託事業者が制作した制作物に関し、意匠権を受ける権利、商標権を受ける権利、著作権（著作権法第21条から第28条までの権利を含む）、所有権等、全ての知的財産に関する権利を県に無償で譲渡するものとする。
- (3) 成果物に第三者の著作物が含まれている場合、当該著作物（当該著作物を改変したものを含む）の著作権は、従前からの著作権者に帰属するものとし、受託事業者は必要な著作権処理を行うこと。
- (4) 受託事業者は、本業務により受託事業者が制作した著作物に関する著作者人格権を行使しないものとする。

8 留意事項

- (1) 本業務の遂行に際しては、関係法令等を遵守すること。
- (2) 本業務に関して知り得た業務上の秘密は、契約期間にかかわらず第三者に漏らしてはならない。特に、本業務により知り得た個人情報については、本業務以外の目的で使用し、又は第三者に漏らしてはならず、善良なる管理者の注意をもって取り扱うこと。
- (3) 本業務において個人情報を取り扱う場合には、「山梨ワイン未来戦略策定業務委託契約書」別記1「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- (4) 本業務の遂行に当たっては、常に公正かつ中立的な姿勢を保つよう心がけなければならない。
- (5) 本業務は、契約期間終了後も含めて、県監査委員や会計検査院の検査の対象となる場合がある。検査の対象となった場合には、本業務の報告や資料提出等、積極的に協力すること。また、本業務に関する会計関係帳簿類等の経理関係書類については、本業務の終了年度の翌年度から5年間保存しておくこと。
- (6) 本業務の実施にあたっては、随時、県へ連絡、報告、協議のやりとりを行う等、情報共有を密にしなければならない。

9 その他

(1) 再委託について

本業務の全部を一括して第三者に再委託することは認めない。なお、本業務の一部を再委託する場合は、事前に県の承諾を得ることとする。

(2) 仕様の変更について

受託事業者は、天災事変その他やむを得ない事情によるほか、事業目的を達成

するために、より効果的な手法がある場合又は受託業務執行上やむを得ない事情が発生した場合は、本仕様書の変更について県と協議することができることとする。

(3) 記載外の事項について

本仕様書に記載されていない事項については、県の指示に従うこととする。