

戦略的輸出拡大業務仕様書

1 業務の目的等

(1) 業務の目的

山梨県では、やまなし農業基本計画において、令和4年における山梨県産果実の輸出総額の目標を13億円と定めている。

本県産果実の輸出額は、平成26年から概ね年1億円ペースで増加し、平成30年には約9.25億円となったが、令和元年は、主要輸出先である香港において民主化デモにより市場環境が悪化するなどの影響を受け、約9.05億円となった。

令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により、山梨県産果実の輸出環境が大きく変化している状況にある。

本事業は、生産者の更なる所得向上と農山村の活性化に向けて、輸出環境の変化に応じた充実したプロモーションを実施しながら、中長期的視点で輸出商流の成功モデルの構築に取り組み、ブランド価値の向上によって市場環境の変化にも負けない足腰の強い競争力を身につけ、山梨県産果実の輸出において安定的成長軌道を実現することを目的とする。

- ・ 対象とする県産果実はモモとブドウとする。
- ・ 対象とする国・地域は、香港、台湾、シンガポール、マレーシア、タイ、UAEのほか、将来的に有望なマーケットとして想定される中国とする。
- ・ プロモーションのターゲットは、対象とする国・地域で商流を構成する事業者（輸入業者・卸売業者・小売業者・レストラン業者等）及び最終消費者とする。

(2) 業務委託期間

業務の委託期間は契約締結の日から令和4年2月28日までとする。

2 委託業務

(1) 全般的事項

「山梨県産果実の輸出拡大に向けた基本的な戦略」の内容を踏まえ、対象とする国・地域への県産果実の輸出拡大に向けて、「商品の魅力を市場に認知させる十分な質と量のプロモーション」、「商品の質と量を安定して高位置に保ち、高付加価値商品として確実に消費者に届ける成功モデルの構築」、「現地の情報を正確に把握して施策に反映させるための市場調査」の3つを軸として、次に示す現状・課題に対応し、業務目的の達成に向けて取り組んでいくものとする。

業務の実施方法の詳細については、企画提案の内容をもとに県と協議の上で決定する。

(2) 本業務で対応する現状・課題

ア 市場環境の変化

香港民主化デモや新型コロナウイルス感染症の影響を受けた市場環境の変化に対応したプロモーション手法の充実。

イ 海外産地との競争

海外産果実の品質向上を踏まえた安定した高品質の維持による市場優位性の確保。

ウ 輸出向け商品の確保

輸出向け商品の安定的確保に向けた関係事業者の意識共有。

エ 高付加価値商品としての市場認知

低品質・低価格商品の流通など販売価格帯の下振れ圧力に対応した高付加価値商品としての市場認知と、それを裏付ける商流の維持・拡大。

オ デジタル化

非接触ニーズやEコマースなどデジタル化の進展に対応したインターネットを活用した消費者との接点の強化。

(3) 委託業務の内容

ア プロモーション

小売店舗での販売促進イベント等（リアル）とSNS等のインターネットによる情報発信（デジタル）で、市場の認知度の向上、消費者の購買活動の促進、商流関連事業者の取り扱い意欲の向上を狙う取り組み。

必要となる場合には、動画や写真、チラシなど、プロモーションに活用する各種素材の作成も業務に含むものとする。

- ・ 果実流通期における商流を活用した現地プロモーション（リアル×デジタル）
- ・ 年間を通して実施するデジタルプロモーション

イ 成功モデルとなる商流の構築

ブランド価値の向上と競争力の強化に繋がる、産地から輸出先国・地域の小売事業者までの商流を企画し、参画事業者に対する伴走的な支援によって成功モデルへと育てていく取り組み。

生産・流通関係事業者と山梨県との三者が連携して取り組み、県産果実輸出のビジネスとしての魅力向上、輸出先市場における安全・安心の信頼醸成などを目指す。

令和3年度時点では小規模な商流の構築を想定するが、将来的な発展を見込む取り組みとする。

県との密な連絡調整のもとで参画事業者を募り、2件から3件程度の輸出商流を構築するものとする。

ウ 市場調査

市場環境、消費者ニーズ、消費行動などの動向を正確に把握。的確なPDCAサイクルの実行により取り組みを継続的に改善し、施策の有効度を高めていくための取り組み。市場調査結果は集計・分析し、施策改善に有用な情報に整理するものとする。

(4) 対象とする国・地域

ア プロモーションの対象とする国・地域

中国、香港、台湾を必須とする。

中国は植物検疫制度上輸出ができない状況にあるが、将来的に有望な市場と想定。輸出解禁を見据えたプロモーションを実施する（インターネットを活用したプロモーションのみの実施でも可）。

県産果実の主要な輸出先である香港及び台湾においては、小売店舗での販売促進イベントとSNS等による情報発信とを組み合わせたプロモーションを実施する。

なお、上記に加えて、シンガポール、マレーシア、タイ、UAEに向けたプロモーションを実施することも可とする。

イ 成功モデルとなる商流の構築の対象とする国・地域

香港又は台湾を必須とする。

上記に加えて、シンガポール、マレーシア、タイ、UAEに向けた商流を構築することも可とする。

ウ マーケティングリサーチの対象とする国・地域

中国、香港、台湾、シンガポール、マレーシア、タイ、UAEとする。

「ア」「イ」を踏まえた上で、上記のうち令和3年度に取り組み対象としない国・地域については、令和4年度以降の取り組みに向けた調査を実施する。

(5) 新型コロナウイルス感染症の影響への対応

プロモーションの実施時期や場所については、新型コロナウイルス感染症の影響や県産果実の流通時期等を勘案し、柔軟に対応する。

新型コロナウイルス感染症の影響が大きく残るなど、ターゲットと現実の接点を持つイベント等を活用したプロモーションについて実施を見送らざるを得ない場合においても、インターネットの活用拡大などの代替手段によってこれを補完し、目的の達成に向けて、業務を遂行する。

3 県への実施報告

受託事業者は、委託業務完了後速やかに、委託業務実施報告書（第1号様式）を県に提出する。

4 留意事項

- ・ 本業務の遂行に際しては、審査要領に基づき選定された企画提案書の内容及び実施手法等について、一部修正又は調整等を行う場合がある。
- ・ 業務の実施に当たっては、関連する法令等を遵守すること。
- ・ 本事業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、事業により知り得た個人情報について、本事業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。
- ・ 委託業務において個人情報を取り扱う場合には、「戦略的輸出拡大業務委託契約書」別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- ・ 委託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。
- ・ 委託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）等については山梨県に帰属する。
- ・ 委託業務は、契約期間終了後も含めて、山梨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、委託業務の報告や資料提出等、積極的に協力すること。また、委託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、委託業務の終了年度の翌年度から5年間保存しておくこと。
- ・ 委託業務の実施にあたっては、随時、山梨県へ連絡、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。

5 その他

(1) 再委託について

委託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。委託業務の一部を再委託する場合は、事前に山梨県の承諾を得なければならない。

(2) 仕様の変更について

受託事業者は、新型コロナウイルス感染症拡大等の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ものとする。

(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、県の指示に従うものとする。

【様式1】

令和 年 月 日

山梨県知事 長崎 幸太郎 殿

住 所：

名 称：

代表者氏名：

印

戦略的輸出拡大業務実施報告書

令和 年 月 日付けで委託を受けた戦略的輸出拡大業務について、業務が完了したので報告書を提出します。

【提出書類】

委託業務実施報告書

戦略的輸出拡大事業
委託業務実施報告書

委託業務実施期間
令和3年 月 日 ～ 令和4年2月28日

事業受託事業者名称

【作成上の留意点】

- ・ 報告書の様式は自由です。
- ・ 次の1から4の項目とその説明文に沿って作成してください。
- ・ 項目毎の行数やページ数に制限はありません。
- ・ この様式によって作成する場合、この作成上の留意点及び四角で囲まれた説明文は削除して結構です。

1 プロモーション

- ・ 対象地域毎に実施状況を記載してください(共通事項については纏めて記載しても結構です)。
【インターネットを活用したプロモーション】
活用したツール、投稿内容、フォロー・リーチ・リアクション等の件数など。
【イベント等の実施状況】
日時、内容、参加者リスト、参加者数、参加者からのリアクションなど。
- ・ 県産果実等と組み合わせてプロモーションを行った地域資源を記載してください。
- ・ 実施状況の写真や、作成した写真、動画データをCD-Rで提出してください。

2 成功モデルとなる商流の構築

- ・ 構築した商流毎に実施状況を記載してください(共通事項については纏めて記載しても結構です)。
【商流構築に向けた取り組みの概要】
商流構築に向けて、どの様に取り組んだか。
【商流の企画概要】
構築した商流の企画について。
【参画事業者とそれぞれの取り組み状況】
どの様な事業者が参画し、それぞれがどの様な役割分担のもとで、どの様な取引の流れで輸出事業に取り組んだか。
【輸出の実績】
それぞれの商流の輸出実績(時期・量・金額など)

3 マーケティングリサーチ

- ・ 全ての実施対象地域について、実施状況とその結果を記載してください。
(調査対象/実施方法/調査内容と件数/回答と件数/調査結果のまとめ/分析結果など)
- ・ 対象地域毎のプロモーション戦略を記載してください。

4 まとめ

- ・ 委託業務の実施結果全体の振り返りを記載してください。
- ・ 実施成果(業務終了時点で顕在化しているもの)を記載してください。