

中国EC市場をターゲットにした道産品販路拡大事業企画提案指示書

1 目的

近年、中国で急速に普及・拡大しているEC市場において、北海道及び道産品の知名度向上並びに販路拡大を図るため、テスト販売及び中国EC店舗の運営者と道内企業のマッチングを実施するとともに、今後の中国EC市場への道産品の販路拡大に向けた考察・提案をおこなうもの。

2 実施方法

総合評価一般競争入札

3 委託期間

契約締結の日から令和5年（2023年）2月28日（火）まで

4 委託業務の概要

（1）中国ECサイトでの道産品テスト販売及び中国EC事業者とのマッチング支援

中国ECサイトにて道産品のテスト販売を実施するとともに、販売を行った商品の販路拡大に向けたEC中国事業者への商品紹介等、マッチング支援

（2）中国EC市場における道産品の販路拡大に向けた考察及び提案

テスト販売のデータやヒアリング等による情報収集及び収集した情報に基づく中国EC市場における道産品の販路拡大に向けた考察及び提案

5 委託業務の内容

【①中国ECサイトでの道産品テスト販売】

（1）実施箇所・期間

中国ECサイト1店舗以上にて、道産品販売のための特設ページを設け、1か月以上の道産品テスト販売を行うこと。提案書にはテスト販売を行うECサイトについて、以下の事項を記載すること。

ア 店舗が開設されているECプラットフォーム

イ サイトへのアクセス数及び利用者の年齢や性別、購入動向等のサイトの特徴

ウ サイトへのトラフィック増大や販売拡大のためにサイトが実施している既存のPR戦略

エ その他、本事業を提案する店舗で実施する優位性に関する説明

（2）出展企業数及び品目数

以下の項目を踏まえ、提案書に出展企業の募集方法や候補となる企業・商品等を記載すること。

ア 出展企業は道内3（総合）振興局以上から合計10社以上と商談を実施し、40品目以上の販売を検討すること。

イ テスト販売を行う商品種類数の半数以上が、提案時点でテスト販売を実施するECサイトで販売していない商品であること。

ウ 農産品・農産加工品、水産品・水産加工品、加工食品（菓子等）、酒類・飲料、雑貨・化粧品等非食品の全ての分野が含まれるように努めること。

エ 出展商品は必ず道産品輸出用シンボルマークの使用許諾をとり、原則、シンボルマークを貼附すること。

(3) 販売ページの作成

以下の項目を踏まえ、提案書に商品販売ページのイメージを記載すること。

- ア 写真や動画等、ビジュアルコンテンツを活用し、消費者の興味関心を喚起すること。
- イ 企業及び商品の特徴、ストーリーが伝わるようにすること。
- ウ 商品の使用方法や調理方法を掲載すること。
- エ 道産品輸出用シンボルマークを掲載すること。

(4) 北海道及び道産品 PR ページの作成

テスト販売を実施する EC サイトにおいて、以下の項目を踏まえて北海道及び道産品の PR を実施することとし、提案書に以下の項目を踏まえた企画を記載すること。

- ア EC サイト内に北海道及び道産品の PR を行う特設ページを設置すること。
- イ 北海道（食や観光、文化等）及び道産品、道産品輸出用シンボルマークの PR を実施すること。

(5) ライブコマースの実施

以下の項目を踏まえ、想定される MC や番組構成等のライブコマースの実施案を提案書に記載すること。

- ア テスト販売期間中に 1 回以上実施すること。
- イ 北海道（食や観光、文化等）及び道産品、道産品輸出用シンボルマークの PR を実施すること。
- ウ MC は北海道にゆかりのある、ないし北海道に関する知識を十分に有する者とする。
- エ その他、事業実施の効果を高める独自性のある内容。

(6) SNS 等の活用

以下の項目を踏まえ、EC サイトに加えて中国の SNS 等を活用した販売促進及び PR の企画を提案書に記載すること。

- ア KOC 等を活用し、テスト販売に係るイベントや商品の PR を実施すること。
- イ SNS のグループチャットでの PR や自社運営アプリを通じた商品販売などプライベート・トラフィック・マーケティング手法の活用を検討すること。
- ウ 北海道（食や観光、文化等）及び道産品、道産品輸出用シンボルマークの PR を実施すること。
- エ 北海道上海事務所の SNS アカウントも併せて活用すること。

(7) 継続販売に向けた商談

販売状況等を踏まえて、テスト販売を行った EC サイトの運営者と道産品の継続販売に向けた商談を実施すること。

(8) 中国 EC 事業者とのマッチング

テスト販売で扱う商品について、以下の項目を踏まえ、中国にて EC 店舗を運営する者への紹介等を行うこと。また、候補となる中国 EC 事業者についても提案書に記載すること。

- ア 中国 EC 事業 4 者以上に対して、テスト販売を実施する商品の PR を行うこと。
- イ PR については、上記 (3) にて作成し写真や動画等を有効活用すること。
- ウ 中国 EC 事業者の関心に基づき、オンライン等での商談を実施すること。

【②中国 EC 市場における道産品の販路拡大に向けた考察及び提案】

(1) データの収集・整理

事業の実施を通じて以下のデータを収集し整理することとし、どのようなデータの収集が可能か、提案書に記載すること。

- ア 上記①（３）の販売ページ毎の閲覧者及び購入者の属性データ
- イ 上記①（４）の北海道等の PR ページの閲覧者の属性データ
- ウ 上記①（５）のライブコマースの閲覧者及びライブコマースからの購入者の属性データ
- エ 上記①（６）の SNS での PR 毎の閲覧者の属性データ（EC サイトへリーチしたかの判別も含む）
- オ その他、事業検証及び道産品の中国 EC での販路拡大に資するデータ
- カ 上記ア～オのデータをクロス集計や図表等により、有意な傾向等が把握できるようにすること。

（２）ヒアリング

商品 PR を行った KOL や KOC、上記①（８）に参加した中国 EC 事業者等からの以下の内容を含むヒアリングを実施することとし、提案書に想定されるヒアリング項目を記載すること。

- ア 自らが販売するにあたって興味・関心のある道産品の分野や商品の特徴
- イ EC において中国消費者の購買しやすい商品の分野や特徴
- ウ PR を行った商品への評価（良い点、改良すべき点等）
- エ その他、事業検証及び道産品の中国 EC での販路拡大に資する項目

（３）考察と提言

事業による実施成果と課題及び②（１）（２）を踏まえて、中国 EC 市場での道産品の販路拡大に向けた考察と提案を行うこと。なお、A 4 版 10 頁程度、図表等を用い、視覚的なわかりやすさを意識したものとするものとし、広く一般に公表されることを前提としたものとする。

【③報告書及び成果品】

（１）報告書

本事業の実施を通じて、以下の内容を整理した報告書を提出するものとする。

- ア 上記 5 ①の実施状況の報告（電子媒体（DVD-R 1 枚）・紙媒体（冊子 2 部））

（２）成果品

成果品として以下の資料を提出すること。

- ア 作成した PR 映像や画像一式（電子媒体（DVD-R 1 枚））
- イ 上記②（１）及び（２）のデータ及びヒアリング結果
- ウ 上記②（３）の考察及び提言（電子媒体（DVD-R 1 枚）・紙媒体（冊子 2 部））

※報告書及び成果品の著作権は、道に帰属するものとする。

※著作権、肖像権等に関して権利者の許諾が必要な場合は、受託者において必要な権利処理を行うものとする。

6 総合評価一般競争入札の資格要件

（１）複数企業等（法人及び法人以外の団体を含む）による連合体（以下、「コンソーシアム」という。

または単体企業等とする。

（２）コンソーシアムの構成員及び単体企業等は、次のいずれにも該当すること。

- ア 道内に本社又は事業所等（本事業を実施するために設置する場合を含む。）を有する企業、特定非営利活動促進法（平成 10 年法律第 7 号）に基づく特定非営利活動法人（以下、「特定非営利活動法人」という。） 、その他法人又は法人以外の団体であること。

- イ 地方自治法施行令(昭和 22 年政令第 16 号)第 167 条の 4 第 1 項に規定する者でないこと。
- ウ 地方自治法施行令第 167 条の 4 第 2 項の規定により、競争入札への参加を排除されている者でないこと。
- エ 道が行う指名競争入札に関する指名を停止されていないこと。
- オ 暴力団関係事業者等であることにより、道が行う競争入札等への参加を排除されていないこと。
- カ 暴力団関係事業者等でないこと。
- キ 次に掲げる税を滞納している者でないこと。
 - (ア) 道税(個人道民税及び地方消費税を除く。以下同じ。)
 - (イ) 本店が所在する都府県の事業税(道税の納税義務がある場合を除く。)
 - (ウ) 消費税及び地方消費税
- ク 次に掲げる届出の義務を履行していない者でないこと。
 - (ア) 健康保険法(大正 11 年法律第 70 号)第 48 条の規定による届出
 - (イ) 厚生年金保険法(昭和 29 年法律第 115 号)第 27 条の規定による届出
 - (ウ) 雇用保険法(昭和 49 年法律第 116 号)第 7 条の規定による届出
- ケ コンソーシアムの構成員が単体企業又は他のコンソーシアムの構成員として参加する者でないこと。

7 審査

- (1) 入札金額
- (2) 事業者の適格性
 - ア 中国における EC 市場・商習慣等に関し、専門知識と経験を有すること。
 - イ 各業務項目の実施にあたり、適切な人材配置を行い、国内外における業務執行体制が提案されていること。
 - ウ 事業実施のスケジュールが妥当と考えられること。
- (3) 企画提案の適合性
 - ア 道内から広く企業・商品を募ることができる提案となっていること。
 - イ 提案された EC 店舗の規模や客層、PR 戦略等が本事業を効果的に実施できる提案となっていること。
 - ウ 道産品の販売及び北海道並びに道産品の PR が魅力的かつ効果的に実施できる提案となっていること。
 - エ 有意義な考察及び提言に向けたデータの収集、整理、ヒアリング等が実施できる提案となっていること。
 - オ 北海道から中国へ渡航することができない場合でも事業が実施できる体制が整えられていること。

8 業務上の留意事項

新型コロナウイルス感染症等の要因により、中国への渡航が困難な場合等も想定し、渡航できない場合の代替的な現地対応体制などもあわせて提案をすること。

9 応募手続き

- (1) 担当窓口

〒060-8588 札幌市中央区北3条西6丁目

北海道経済部経済企画局国際経済課経済交流第一係

担当 齊藤 遼

電話 011-204-5342

FAX 011-232-8870 E-mail saitou.ryou1@pref.hokkaido.lg.jp

(2) 参加資格審査申請書の提出期限並びに提出場所及び方法

ア 提出期限 令和4年(2022年) 6月28日(火) 午後3時(必着)

イ 提出場所 (1)に同じ

ウ 提出方法 持参あるいは郵送(書留郵便に限る)

エ 提出様式 別添様式1のとおり

オ 提出部数 1部

(2) 企画提案書の提出期限並びに提出場所及び方法

ア 提出期限 令和4年(2022年) 6月28日(火) 午後3時(必着)

イ 提出場所 (1)に同じ

ウ 提出方法 持参あるいは郵送(書留郵便に限る)

エ 提出様式 別添様式2のとおり

オ 提出部数 8部

※1部は提案者名を記載したもの。残り7部は提案者名を記載しないもの。文中にも提案者名を記載しないよう注意すること。

10 総合評価審査委員会(ヒアリング)の実施

(1) 参加者として選定した者から、総合評価審査委員会においてヒアリングを実施する。ヒアリングの日時及び場所は、別途通知する。

(2) 企画提案書提出者数が5者を超える場合には、委員による書類選考を行う場合がある。

(3) ヒアリングに参加しなかった提案者の提案は無効とする。

11 その他

(1) 企画提案に要する経費は、参加事業者の負担とする。

(2) 企画提案の採否については、文書で通知する。

(3) 企画提案書等を参加期日までに提出しない場合は企画提案に参加の意思がないものとみなす。
なお、事前に不参加を決定した場合は、7月5日(火)午前10時までに上記9(1)の担当窓口へ連絡すること。

(4) 本業務の成果品に係る著作権は北海道に帰属する。

(5) 手続きにおいて使用する言語及び通貨

日本語及び日本通貨

(6) 契約書作成の要否

要

(7) 関連情報を収集するための窓口

9(1)に同じ