

中国EC市場をターゲットにした道産品販路拡大事業業務処理要領

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 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

3 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。

(2) 出展企業数及び品目数

以下の項目を踏まえ、出展企業及び商品を決定すること。

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、商品の販売ページを作成すること。

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。

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、ライブコマースを実施すること。

- 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を行うこと。

- 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。

- ア 中国EC事業者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)にて作成した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。

- ア 上記①(3)の商品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。

- ア 等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、A4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こと。

ア 上記①の実施状況の報告（電子媒体（DVD-R1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-R1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-R1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。

4 業務処理計画書について

受託者が契約書4条の規定に基づき提出する業務処理計画書は次のとおりとする。

・業務処理計画書（別記第1号様式）

5 実績報告等について

受託者が、契約書第11条の規定に基づき提出する実績報告等については、次のとおりとする。

(1) 実績報告書（別記第2号様式）

(2) 成果品

6 取得財産の管理

委託業務の実施により取得した財産は、取得後、速やかに財産台帳に登録し、善良な管理者の注意をもって管理するとともに、業務終了後、財産台帳の写しを委託者に提出するものとする。

7 再委託について

次の要件を満たす場合は、契約書第3条ただし書に基づき再委託を行うことができるものとする。

(1) 再委託をさせようとする第三者に受託者の総合的な管理・指導が及ぶとともに、技術的、経済的能力から判断して、再委託させても契約の履行を確保するのに支障を来さないとき。

(2) 再委託させることの合理的理由があるとき。

(3) 再委託することにより、当該受託者を選定した理由に矛盾を生じるものでないとき。

8 その他

- (1) 業務の遂行にあたっては、企画提案の内容を基本として、道との連携に留意すること。
- (2) 新型コロナウイルス感染症などの影響により委託業務の実施の中止や業務内容を変更する
場合がある。