

中国における道産品販路拡大事業委託業務処理要領(案)

1 目的

北海道の認知度が高く14億人の市場規模がある中国市場をターゲットに、道産品の定着と食を中心とした輸出額の増加に向けて、中国輸出に取り組む道内企業の中国市場への理解を深めるとともに、中国バイヤー及び消費者に対する北海道並びに道産品のPR・商談を通じて、上海市を含む都市部での一層の販路拡大に繋げるもの。

2 委託業務の概要

(1) 中国向け輸出講座の開催

中国輸出に関する知識を習得する講座の開催

(2) 展示商談会の出展

中国国内で実施される国家規模展示商談会にて北海道ブースを出展し、道産品のPRや商談の実施。

(3) テスト販売の実施

(ア) 中南地域又は西南地域の都市の小売店舗等における道産品テスト販売

中南地域又は西南地域において、1店舗以上※の小売店での道産品のテスト販売の実施

※追加提案を行う場合は、2店舗目以降の店舗については中南地域又は西南地域に限定しない。

※中南地域: 河南・湖北・湖南・広東・広西・海南(中華人民共和国地理大区による)

※西南地域: 重慶・四川・貴州・雲南・チベット(中華人民共和国地理大区による)

(イ) 上海市及び中南地域又は西南地域の飲食店等における道産品を活用したメニューのテスト販売

上海市及び中南地域又は西南地域の各地域1店舗以上※の飲食店での道産品を活用したメニュー提供によるテスト販売の実施

※追加提案を行う場合は、3店舗目以降の店舗については上海市及び中南地域又は西南地域に限定しない。

3 委託業務の内容

【①中国向け輸出講座の開催】

(1) 実施内容・回数

以下の内容を基本としながら、中国における道産品の定着のために必要な中国向け輸出に関する知識を習得する講座を5回以上開催すること。

- ・中国市場の現状と展望
- ・中国輸出に関する基礎知識(規制や制度)及び日本の輸出促進施策
- ・中国国内の主要な都市ごとの物価や収入、嗜好、消費動向など、地域特性
- ・日本の中小企業による中国輸出の成功事例のケーススタディ及び当該企業との意見交換
- ・中国向けの貿易保険や知財対策、人権問題対策など中国輸出におけるリスク回避

(2) 受講者の募集

受講者を道内の商社やメーカー、団体から募集し、各回30社・団体以上からの参加を募ること。また後述する展示商談会やテスト販売に輸出講座の参加企業が出展できるよう、各出展企業が輸出に取り組みたい商品等を把握すること。

(3) 開催方法

広く道内各地からも参加できるように、オンラインでの開催とすること。

(4) アンケートの実施

講座実施毎に参加者へのアンケートを実施すること。
アンケートの内容について、都度、委託者と協議を行うこと。

【②展示商談会の出展】

(1) 展示商談会の規模

中国全土からバイヤーが参加する国家規模の展示商談会への出展すること。

(2) 出展企業数及び品目数

以下の項目を踏まえ、出展企業の募集方法や候補となる企業・商品等を募集すること。

(ア) 出展企業は道内3(総合)振興局以上から合計 25社以上、道産品200品目以上を募ること。

(イ) 出展商品は農産品・農産加工品、水産品・水産加工品、加工食品(菓子等)、酒類・飲料の全ての分野が含まれるようにすること。

(ウ) 5①の輸出講座参加者へは、必ず出展の案内を行うこと。

(エ) 多くの企業が参加の機会を得られるように、複数の商流から参加する企業を募り、単独の商社のみから出展商品を集めることのないようにすること。

(オ) 北海道の実施する他事業との関連性を考慮し、必ず委託者と協議の上で、出展企業及び出展商品を確定させること。

(カ) 輸出実績のない商品の新規輸出に必要な支援を行うこと。

(キ) 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) 出展ブースのレイアウト

以下の項目を踏まえ、ブースの装飾コンセプトやレイアウト等を行うこと。

(ア) 上記(2)の商品及び関連するPOP等が展示できることに加え、北海道の自然、文化(アイヌ及び縄文等)、観光、道産品輸出用シンボルマークなどの情報発信ができるスペースを設けること。

(イ) 北海道ブランドのイメージ及び道産品輸出用シンボルマークの認知拡大に資する装飾を行うこと。

(ウ) 商品を適切に展示・管理するための什器類(冷蔵・冷凍設備等)を具備すること。

(エ) 商談のために必要な机、椅子を具備したスペースを設けること。

(4) 商談、PR等の資料作成及び配布等

以下の項目を踏まえ、出展に必要な資料の作成を行うこと。

(ア) バイヤーに頒布するために出展する商品の基礎情報をまとめた紙媒体の商品カタログを作成すること。なお、委託者が所有する既存のカタログデータに商品情報を追加して作成することとし、商談会規模に応じた部数を冊子にて印刷し、会場にて配布すること。

(イ) 委託者が指示する道産品のブランドイメージの向上に繋がるポスター及びリーフレット等の現地配送、印刷、掲示、及び配布等を会場にておこなうこと。

(ウ) 道産品輸出用シンボルマークのリーフレットを作成し、配布すること。

(エ) 新たに作成したPR資材等はデジタル化し、電子データでも頒布できるようにすること。

(5) 人員配置

以下の項目を踏まえ、適切な人員配置を行うこと。

(ア) 展示商談会の全ての期間にわたって、管理・運営を行う責任者 2 名以上(日本人1名以上)を配置すること。

(イ) 展示商談会の全ての期間にわたって、出展規模に応じ、来場したバイヤー等に対して、出展企業や商品の説明等を行うのに十分な人員を配置すること。

(ウ) 通訳員が商品や企業の特徴を紹介できるよう、必要な情報を事前に伝達すること。

(エ) 現地参加する企業がある場合は、PRや商談の通訳等の補助する人員を配置すること。

(6) 商品の管理・輸送

商品の種類に応じ、冷凍、冷蔵、常温などの区分を踏まえ、適切な保管、管理、輸送を行うこと。

(7) 来場バイヤーへの対応

以下の項目を踏まえ、来場バイヤーへの対応を行うこと。

(ア) 現地参加できない企業に代わり、バイヤーから商談を希望する商社・企業・商品を聞き取り、バイヤーと該当する商社・企業が連絡できるように、フォローアップすること。

(イ) 上記(ア)の情報を含めブースに来場したバイヤー及び商談成果の情報を収集し、データベース化すること。

(8) バイヤーへのヒアリング

以下の項目を踏まえ、来場バイヤーへのヒアリングを行うこと。

(ア) 出展企業 15 社以上について、1社1商品以上の試食・試飲を伴う商品評価のヒアリングを行うこと。

なお、ヒアリングに使用する商品は出展企業とも協議の上で決定すること。

(イ) 試食・試飲を通じた味に関する評価や価格、内容量、デザインに対する評価など、現地ニーズが把握できる評価項目を設定すること。

(ウ) 北海道及び道産品全般に関し来場バイヤーからの評価も併せてヒアリングすること。

(エ) 出展企業が自社商品のヒアリングにオンラインで参加できる等、道内企業が現地渡航できない場合でも参加する機会を確保すること。

(9) その他

出展企業に対しては、日本貿易振興機構(JETRO)が運営するオンラインカタログサイト「Japan Street」への登録の申請を促し、そのサポートを行うこと。

【③テスト販売の実施】

小売店舗等におけるテスト販売

(1) 実施店舗

以下の項目を踏まえ、実施店舗を決定すること。

(ア) 店舗所在地は中南地域又は西南地域の1都市以上とすること

※追加提案を行う場合は、2都市目以降の店舗については中南地域又は西南地域に限定しない。

(イ) 上記(ア)の都市の小売店舗1店舗以上で道産品の販売を行うこと。

(ウ) 提案時点において道産品を主に販売していない店舗とすること。

(エ) 実施期間は1週間以上とすること。

(2) 出展企業数及び品目数

以下の項目を踏まえ、出展企業や商品の募集を行うこと。

(ア) 出展企業は道内3(総合)振興局以上から合計15社以上、道産品80品目以上を募ること。

(イ) 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・飲料の全ての分野が含まれるようにすること。

(ウ) 道産品輸出用シンボルマークの使用許諾を得ている企業及び5①の輸出講座参加者へは、必ず出展の案内を行うこと(道産品輸出用シンボルマークの使用許諾を得ている企業のリストは道より提供する)。

(エ) 多くの企業が参加の機会を得られるように、複数の商流から参加する企業を募り、単独の商社のみから出展商品を集めることのないようにすること。

(オ) 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) 販売エリアのレイアウト

以下の項目を踏まえ、販売エリアの装飾やレイアウトを行うこと。

- (ア) 上記(2)の商品及び関連するPOP等が展示できることに加え、北海道の自然、文化(アイヌ及び縄文等)、観光、道産品輸出用シンボルマークなどの情報発信ができるスペースを設けること。
- (イ) 北海道ブランドのイメージ及び道産品輸出用シンボルマークの認知拡大に資する装飾を行うこと。
- (ウ) 商品を適切に展示・管理するための什器類(冷蔵・冷凍設備等)を具備すること。

(4) 販売エリアのPR

以下の項目を踏まえ、必要な資料の作成を行うこと。

- (ア) 企業や商品の特徴を視覚的に伝えるPOPやポスター等を作成し掲示すること。
- (イ) 委託者が指示する道産品のブランドイメージの向上に繋がるポスター及びリーフレット等の印刷、掲示及び配布等を会場にておこなうこと。
- (ウ) 道産品輸出用シンボルマークのリーフレットを作成、掲示、配布すること。
- (エ) 新たに作成したPR資料はデジタル化し、電子データでも頒布すること。
- (オ) 試食や調理実演等、消費者の購買意欲を高めるためのイベントを実施すること。

(5) 継続販売に向けた商談

- (ア) 販売を実施する小売店舗と道産品の継続販売に向けた商談を実施すること。
- (イ) 店舗との商談を商社が行うか、メーカーが行うかは、各企業の意向を踏まえて調整を行うこと。

(6) 商品の管理・輸送

商品の種類に応じ、冷凍、冷蔵、常温などの区分を踏まえ、適切な保管、管理、輸送を行うことと。

(7) 人員配置

以下の項目を踏まえ、適切な人員配置を行うこと。

- (ア) 販売エリアの管理・運営を行う責任者1名以上(日本語・中国語ともに堪能であること)配置すること。
- (イ) 店舗の規模に応じた日本語と中国語の通訳が可能な通訳兼販売員を配置すること。
- (ウ) 通訳兼販売員が商品や企業の特徴を紹介できるよう、必要な情報を通訳員に事前に伝達すること。
- (エ) 現地参加する企業がいる場合は、商品のPR等の通訳の支援を行うこと。

(8) アンケート・ヒアリング調査

以下の項目を踏まえ、アンケートないしヒアリング調査の実施すること。

- (ア) 来場した一般消費者250名以上に対してアンケートないしヒアリングを実施すること。
- (イ) 小売店の営業形態を踏まえ、回答が得られるような工夫を行うこと(アンケート・ヒアリングに協力に応じ、試供品のプレゼント等)。
- (ウ) 質問内容は北海道及び道産品のブランドイメージや期待する商品、希望の価格帯など、道産品の販路拡大に有益な考察が可能なものとし、委託者とアンケート項目について協議の上で決定すること。

飲食店等におけるテスト販売

(1) 実施店舗

以下の項目を踏まえ、実施店舗を決定すること。

- (ア) 実施都市は上海市及び中南地域又は西南地域から1都市以上とすること
 - ※追加提案を行う場合は、3都市目以降の店舗については上海市及び中南地域又は西南地域に限定しない。
- (イ) 上記(ア)各都市の飲食店1店舗以上で、道産品を活用したメニューの提供を行うこと。
- (ウ) 提案時点において道産品を活用したメニューを主に提供していない飲食店とすること。
- (エ) 実施期間は2週間以上とすること。

(2) 提供メニュー

以下の項目を踏まえ、提供メニューを決定すること。

(ア) 米や水産品などの一次産品を含めた道産品を活用した食事メニュー5種類以上、日本酒を含む飲料メニュー5種類以上提供すること。

(イ) 提供するメニューは、食事と飲料のペアリングを意識したものとする。

(3) 店舗でのPR

以下の項目を踏まえ、店舗でのPRを行うこと。

(ア) 道産品を活用したメニューが識別できるよう、メニュー表やチラシ等に道産品輸出用シンボルマークの掲示等の工夫をすること。

(イ) 店内に北海道の自然、文化(アイヌ及び縄文等)、観光、道産品輸出用シンボルマークなどの情報発信ができるポスター等を掲出すること。

(4) 継続販売に向けた商談

(ア) メニュー提供する飲食店と道産品の継続販売に向けた商談を実施すること。

(イ) 店舗との商談を商社が行うか、メーカーが行うかは、各企業の意向を踏まえて調整を行うこと。

(5) 商品の管理・輸送

商品の種類に応じ、冷凍、冷蔵、常温などの区分を踏まえ、適切な保管、管理、輸送を行うこと。

(6) アンケート・ヒアリング調査

以下の項目を踏まえて、アンケート・ヒアリング調査を実施すること。

(ア) 道産品を活用したメニューの注文者に対してアンケートないしヒアリングを実施すること。

(イ) 店舗責任者や調理人等から使用した道産品に関する評価をヒアリングすること。

(ウ) 飲食店の営業形態を踏まえ、回答が得られるような工夫を行うこと(アンケート・ヒアリングに協力に応じ、試供品のプレゼント等)。

(エ) 質問内容は北海道及び道産品のブランドイメージやメニューへの評価、希望の価格帯など、道産品の販路拡大に有益な考察が可能なものとし、委託者とアンケート項目について協議の上で決定すること。

【④報告書及び成果品】

(1) 報告書

本事業の実施を通じて、以下の内容を基本に整理した報告書を提出すること。

(ア) 5①～③の実施状況の報告(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

なお、実施状況やアンケート・ヒアリング調査のデータ整理等の基本的な事項に加えて、必ず以下の項目を含めたものとする。

- ・輸出講座に参加した企業の反応と次年度以降に実施すべき内容
- ・展示商談会でのヒアリング等を通じたバイヤーの声や商品改良に関する助言の総括
- ・小売店及び飲食店でのアンケートないしヒアリングから得られた消費者の嗜好

(イ) 事業を通じて接触したバイヤーリスト及び商談結果(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

(2) 成果品

(ア) 道産品カタログ(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

(イ) 作成したPR資材一式(電子媒体(DVD-R1枚))

(ウ) 中国への道産品の販路拡大に向けた考察と提言(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

必ず以下の観点を含めること。

- ・北海道及び道産品のブランディング戦略

- ・展示商談会でのヒアリングを踏まえたバイヤーに求められている道産品の特徴
- ・小売店および飲食店でのテスト販売でのアンケートないしヒアリングを踏まえた消費者に求められている道産品の特徴
- ・道産品を展開する市場として事業を実施した都市の比較
- ・中国において重点的に取り組むべき品目及び地域

(エ) 上記(1)(ア)及び(2)(ウ)の内容を広く一般に公表するための概要版報告書

(電子媒体(DVD-R1枚)・紙媒体(冊子2部))

- ・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する。

※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。

ア 実績報告書 (別記第 2 号様式)

イ 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。