

「バイ・シズオカ オンラインカタログ」を活用した県産品の販路開拓業務委託  
質問に対する回答について

番 号	質 問 事 項	回 答
仕様書 第3 （1）	商談会の対象とする量販店等について、首都圏等と山の洲での開催回数に想定はありますか（8回のうち、何回程度を首都圏で、などの想定がありますか）	首都圏等と山の洲での開催回数に、明確な想定はありません。 仕様書第3（1）ア（ア）のとおり、「商談先の量販店等は、顧客層、商品特性、食品販売高、店舗数・エリア及び知名度等を総合的に勘案し、県産品の認知度向上、需要喚起及び販路開拓に高い効果が見込まれる量販店等から選定」を想定しています。
仕様書 第3 （1）	バイシズオカオンラインカタログに、すでに登録をされているメーカーおよびバイヤーには、何社・どのような会社がいらっしゃいますか。可能であればリストの共有をお願いいたします。	「バイ・シズオカ オンラインカタログ」（以下、カタログ）の、令和6年3月末現在の登録事業者数（メーカー）は約560者、登録バイヤー数は約230者です。カタログへの事業者登録及び商品登録の要件は、カタログの利用規約（ <a href="https://buyshizuoka-catalog.com/tos-business/">https://buyshizuoka-catalog.com/tos-business/</a> ）を御確認ください。 なお、共有可能な登録事業者等のリストはありません。登録事業者等は、カタログ（ <a href="https://buyshizuoka-catalog.com/">https://buyshizuoka-catalog.com/</a> ）を御確認ください。
仕様書 第3 （2）	商談力向上講座の受講者について、過去に受講した事業者も参加者対象となるか。	過去に受講した事業者も対象となります。
仕様書 第3 （2）	商談力向上講座の講座内容について、県が想定している難易度の想定はあるか。 （例：商談会未経験者に対するもの、商談会経験者に対してレベルアップに対するもの）	講座の難易度の想定はありません。 講座内容は、仕様書第3（2）イのとおり、「事業者の成約率向上や販路拡大につながる」カリキュラムの作成をお願いします。
仕様書 第3 （3）	バイシズオカオンラインカタログへの掲載方法や各種機能については、維持管理者であるディーグリーン様からご説明を受けられると考えてよいでしょうか。また、その点には費用がかからないと考えて問題ないでしょうか。	カタログへの掲載方法や各種機能は、契約後に県から受託者へ提供する「操作マニュアル」を御確認ください。「操作マニュアル」で不明な点は県が説明しますので、維持管理者からの説明はありません。「操作マニュアル」の県からの説明に費用はかかりません。

<p>その他</p>	<p>バイズオカオンラインカタログをこれまで運営されてきた中で、課題に感じられていることを教えてください。</p>	<p>カタログを活用した商談会での商談件数、参加者数ともに年々増加していますが、商談申込商品数に対する成約率は伸び悩んでおり、解消すべき重要な課題であると考えています。商談会で成約に至らない商品だけでなく、仕様書第3（1）ア（エ）に記載する事前マッチングにて、バイヤーから選定されず商談会に至らない商品が発生しています。</p>
<p>その他</p>	<p>今回の事業で、特に力を入れたい農林水産物や加工品があれば教えてください。</p>	<p>県は、当該事業で、力を入れたい農林水産物や加工品を特定していません。</p> <p>カタログに登録された農林水産物や加工品を対象に、幅広い販路開拓支援が必要であると考えています。</p>