

「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 仕様書

第1 委託業務の目的及び概要

静岡県の農林水産物や加工品をウェブ上に掲載する「バイ・シズオカ オンラインカタログ」（以下、「カタログ」という。）を活用し、県産品の新たな販路を開拓するため、量販店等のバイヤーと、本県農林水産物の生産者・加工事業者等（以下、「生産者」という。）との商談会、バイヤーによる産地訪問、生産者が参加する商談力向上講座を開催する。また、商談会におけるマッチング支援等の役割を担うコーディネーターを設置するとともに、生産者のカタログ登録の支援を行う。

第2 委託業務期間

契約締結日から令和6年3月22日（金）まで

第3 業務委託の内容

（1）商談会の開催

首都圏等や山（やま）の洲（くに）（静岡、山梨、長野、新潟の4県）の量販店（スーパー、百貨店、ドラッグストアなど）・ECサイト・宿泊施設・飲食店等（以下、「量販店等」という。）のバイヤーと生産者との商談会を6回（各1日以上、リアル商談会5回、オンライン商談会1回）開催する。リアル商談会は、2部門以上のバイヤーが出席し、1部門あたり6者の生産者と商談することを基本とする。商談会の開催形式はバイヤーの要望に基づき決定する。

ア 事前調整

（ア）量販店等の選定

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する。量販店等は、県と協議の上、決定する。

（イ）バイヤーへのヒアリング

商談会の開催にあたり、量販店等のバイヤーが希望する商品条件や商談スケジュール、開催形式（リアル商談会またはオンライン商談会）等をヒアリングする。

（ウ）募集要項の作成と出展者の募集

バイヤーへのヒアリング情報を基に、募集要項を作成する。募集要項は、WEB等で発信するとともに参加受付申込フォームを作成し、量販店等へ商品を提案する生産者（以下、「出展者」という。）を募集する。また、バイヤーが希望する商品を提供できる出展者を探し、応募に向けてカタログへの登録を支援する。

（エ）事前マッチング

募集結果からとりまとめた商品名等のリストとカタログ上の対象商品のFCPシートをバイヤーへ提供する。バイヤーから要望がある際は、商品サンプルの送

付を支援する。また、バイヤーに対して商談する商品の選定を依頼し、その選定結果を出展者へ通知する。

(オ) 出展者への事前説明

出展者に、商談会当日の進め方などを事前に説明する。

(カ) 商談会用資料の作成、提供

商談スケジュール、商談評価シートを作成し、バイヤー、出展者、コーディネーター、県へ事前に提供する。

商談評価シートは、参考資料1を基準にバイヤー、出展者、コーディネーターの3者が商品の評価、課題などを記入できる様式とする。

イ 商談会の運営

商談会に必要な機材、運営に要するスタッフ等を手配し、議事録の作成、タイムキーパー等の運営の役割を担う。リアル商談会には、試食可能な会議室等を用意する。

オンライン商談にはZoom（ミーティングアプリ）を使用する。

ウ 事後整理

(ア) 商談結果のフィードバック

出展者に対して商談結果を通知する。バイヤー、出展者、コーディネーターから商談評価シートを回収し、成約率等の情報をとりまとめの上、コーディネーターと県へ提供する。

(イ) 追跡調査

商談会から概ね3か月後及び3月上旬に、バイヤーと出展者に対し、取引実績、継続交渉の結果等の聞き取りを実施し、とりまとめの上、県へ報告する。

(2) 産地訪問の開催

バイヤーによる産地訪問（個別商談を含む）を2回（各2日程度：生産者3件/日）実施する。

ア 事前調整

(ア) 量販店等の選定

産地を訪問する量販店等は、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する。量販店等は、県と協議の上、決定する。

(イ) バイヤーへのヒアリング

産地訪問の開催にあたり、量販店等のバイヤーが希望する訪問先の生産者や商品条件、訪問スケジュール等をヒアリングする。

(ウ) 産地訪問先の選定

バイヤーへのヒアリング情報を基に、コーディネーターとともに訪問する生産者の候補選定を行う。生産者とスケジュール等（個別商談を含む）を調整し、産地訪問先を選定する。

(エ) 産地訪問用資料の作成、提供

産地訪問スケジュール、商談評価シートを作成し、バイヤー、生産者、コーディネーター、県へ事前に提供する。

産地訪問スケジュールには、バイヤー、生産者と調整の上、訪問日時（個別商談を含む）、訪問先等を記載する。商談評価シートは、参考資料1を基準にバイヤー、生産者、コーディネーターの3者が商品の評価、課題などを記入できる様式とする。

(オ) バイヤーへの事前説明

バイヤーに、産地訪問スケジュールなどを事前に説明する。

イ 産地訪問の運営

産地訪問に必要な移動手段、食事、運営に要するスタッフ等を手配し、訪問記録、個別商談の議事録の作成等の運営の役割を担う。個別商談会には、会議室等を用意する。

ウ 事後整理

(ア) 商談結果のフィードバック

生産者に対して産地訪問および個別商談の結果を通知する。バイヤー、生産者、コーディネーターから商談評価シートを回収し、成約率等の情報をとりまとめる。うえ、コーディネーター、県へ提供する。

(イ) 追跡調査

産地訪問から概ね3か月後及び3月上旬に、バイヤーと生産者に対し、取引実績、継続交渉の結果等の聞き取りを実施し、とりまとめの上、県へ報告する。

(3) コーディネーターの設置

商談成約率の向上を目的とし、バイヤーと生産者とのマッチングを支援するコーディネーターを設置する。

ア コーディネーターの選定

コーディネーターは、原則、静岡県に居住地や勤務地があり、県内の生産者に精通し、広く商品知識がある者3名以上を選定する。コーディネーターは、バイヤー経験や市場等で働いた実績があることが望ましく、バイヤーや生産者に対して県内外との商流、物流等の相談、支援等ができる者とする。コーディネーターは、県と協議の上、決定する。

イ コーディネーターによる支援

コーディネーターは、バイヤーの要望に基づき、生産者の発掘や産地訪問先の候補先を選定する。また、商談会、産地訪問に同席し、バイヤーと生産者との商談を仲介するとともに、成約に必要な商流、物流の確保等を支援する。

商談会、産地訪問の実施後は、商談評価シートにコメントを記載し、バイヤーや生産者に対してフィードバックする。

ウ 活動報告書の作成

コーディネーターの活動実績（日時とその活動内容）をとりまとめた報告書を作

成する。

(4) 商談力向上講座の実施

生産者の商談力を向上させるため、講師による商談力向上講座を実施する。

ア 受講者募集

カタログに登録する生産者を対象に、受講者を募集する。

イ カリキュラムの作成

生産者の成約率向上や販路拡大につながるよう6回以上の講座で構成するカリキュラムを作成する。ただし、カリキュラムは県と協議の上、決定する。

ウ 講師の選定と調整

カリキュラム内容に適した講師を選定する。ただし、講師は県と協議の上、決定する。

エ 講座の運営

カリキュラムに従い講座を実施する。

オ アンケート調査

参加した生産者、講師に講座の課題や要望等について、アンケートを実施する。

アンケートは、とりまとめの上、集計して県へ提出する。アンケート内容は県と協議の上、決定する

カ 生産者が利用できる支援制度のとりまとめ、紹介

県や支援機関等が実施している商談力の向上を目的とする講座、補助事業等を取りまとめ、生産者へ提供する。

(5) カタログ登録支援等

カタログに登録を希望する生産者や商品の申込を受け付け、掲載条件への適合や登録内容を確認し、登録処理を行う。修正等が必要な場合は、生産者に連絡し、修正を行う。量販店等から食材の紹介等の希望があった場合は、カタログに掲載されている商品から情報提供をする。

また、カタログの維持管理者（（株）ディーグリーン）と連携して、アクセス状況の効果を分析し、結果を毎月、県へ提出する。とりまとめた結果は、生産者が効果的な情報発信に活用できるようフィードバックする。

(参考) バイ・シズオカ オンラインカタログの URL

<https://buyshizuoka-catalog.com>

第4 報告業務・その他

(1) 打合せ記録

業務にかかる進捗状況を把握するため、適宜打合せを行う。打合せの内容については、打合せ記録を作成し、県へ提出する。

(2) 業務実施報告書の作成

すべての委託業務終了後、業務実施報告書を提出し、県の検査を受けること。なお、添付する報告書には、第3（1）～（5）の成果をとりまとめた内容を含む。

（3）成果品

納品成果物及び納入形態は次のとおり。

- ・報告書（紙媒体（A4版））：2部、電子媒体（CD-RまたはDVD：1式）
- ・その他必要な資料一式

（4）納入場所

静岡県 経済産業部 産業革新局 マーケティング課

（5）納入期限

令和6年3月22日（金）

（6）業務委託費の支払方法

委託業務完了検査合格後、提出された請求書に基づき、県は委託費を受託者に支払う。

（7）その他

上記に定めのない事項については、甲（静岡県）と乙（受託者）が協議の上、決定する。

