

## 令和8年度「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

1 件名 令和8年度「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

### 2 目的

「静岡県マーケティング戦略 2025-2028」に基づき、静岡県の農林水産物やその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。）を活用した販路開拓を推進するため、量販店等のバイヤーと、本県農林水産物や加工品を生産する事業者等（以下、「事業者」という。）との商談会を開催する。

また、商談会に向けた事業説明会の開催及び事業者のカタログ登録の支援を行う。

### 3 業務委託期間

契約締結日から令和9年3月19日（金）まで

### 4 業務内容

#### (1) 商談会の開催

商談会は、個別商談会を7回以上開催する。

##### ア 個別商談会

首都圏や関西圏、中央日本四県（静岡県、山梨県、長野県、新潟県）等の幅広いエリアの量販店等（スーパー、百貨店、ドラッグストア、ECサイト、飲食店、宿泊施設など）のバイヤーと、事業者との個別商談会を7回以上開催する。

なお、提案及び実施にあたっては、首都圏、関西圏、中央日本四県内の各エリアからそれぞれ1社以上の商談先を含めること。ただし、商談先の都合等により全エリアの網羅が困難となった場合は、県と協議の上で商談先を決定する。

各商談会には2部門以上のバイヤーが出席し、1部門あたり6者程度の事業者と商談することを基本とする。商談会の開催形式（対面又はオンライン）は、バイヤーの要望に基づき、県と協議の上、決定する。

また、商談会の開催にあたっては、事業者からの問い合わせ対応を行うこと。

##### イ 個別商談会の事前調整

###### (ア) 量販店等の選定

商談先の量販店等は、上記アに記載の幅広いエリア及び多様な業態からの提案を前提とし、顧客層、食品販売高、店舗数等を総合的に勘案し、県産品の認知度向上や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へ希望する商品条件や商談スケジュール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、カタログ登録事業者等へ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事業者（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特徴と合致する出展者を探し、応募を促すためにカタログへの登録等を支援する。

(エ) 事前マッチング

商談会では、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し、商談商品の選定および通知を行う。

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、選定結果に関する事業者からの問合せ対応を行う。

(オ) 出展者への事前説明

出展者に、商談スケジュール等を事前に説明する。

(カ) 商談会用資料の作成、提供

商談スケジュール、商談評価シート等を作成し、バイヤー、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。

ウ 個別商談会の運営

商談会（試食提供を含む）に必要な機材、運営に要するスタッフ等を手配し、タイムキーパー等の運営の役割を担う。商談会開催に十分な広さの会議室を確保するように配慮し、県と協議の上決定すること。なお、7回以上の商談会開催のうち、少なくとも1回は、商談及び商品展示を組み合わせた商談会を開催すること。また、それぞれの商談机に手指消毒関係、飲料等を準備し、スムーズな商談運営を行うこと。

出展者やバイヤーの急なキャンセル等に備え、代替措置の案（オンライン対応・別日程調整など）を適宜準備し、実施する。

エ コーディネーターの設置

商談成約率の向上等を目的とし、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、県内の加工品または、生産者に精通し、広く知識がある者2名以上を選定する。コーディネーターは、バイヤー経験や販路拡大に携わった実績があることが望ましく、バイヤーや出展者に対して県内外との商流、物流等の相談対応ができる者とする。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商談会申込事業者の書類選考通過率向上を目的としたア

ドバイス等を実施するとともに、個別商談会に同席して商談を仲介する。商談会の実施後は、商談評価シートにコメントを記載するとともに、業務の進め方に関して県に対し、適宜フィードバックを行う。また、(2) 事業説明会にも同席し、事業者へのアドバイス等を実施する。

#### オ 個別商談会の事後整理

##### (ア) 商談結果のフィードバック

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、商談会開催後1か月以内を目安に、対象者ごとに以下のとおりフィードバック等を行うこと。

- ・ 出展者へのフィードバック：バイヤーの評価及びコーディネーターの評価を商談結果として通知する。フィードバックについては、出展者の今後の販路開拓に寄与する内容とすること。なお、フィードバックの方法等については、バイヤー及びコーディネーターの負担に配慮しながら、県と協議の上決定するものとする。
- ・ 県及びコーディネーターへのフィードバック：バイヤーの評価及び成約率等の情報をとりまとめの上、提供する。

##### (イ) 追跡調査

商談会から概ね3か月後もしくは3月上旬に、バイヤーや出展者等に対し、取引実績、継続交渉の結果等の聞き取りを実施し、県へ報告する。

また、成約した商品の販売動向や消費者からの反響、取引を進める上での課題や成約に至らなかった要因、県産品に対するニーズ、今後取り扱いたい商品等の情報収集を目的として、商談先ごとのバイヤーと県とのWEB打合せ等の機会を設けること。ただし、バイヤーの都合等によりWEB打合せの設定が難しい場合は、県と協議の上、情報収集の方法を決定すること。

#### (2) 事業説明会の開催

商談会の効果を高めるため、事業者等を対象にして、事業説明会を1回開催する。説明会では、事業の目的や年間スケジュール等を共有するとともに、コーディネーターが書類選考通過率向上や商談会成約のポイントなど販路拡大に関わる点について説明する。開催形式（オンライン・対面）等については、県と協議の上、決定する。

#### (3) カタログ登録支援等

カタログに登録を希望する事業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、登録処理を行うとともに、修正等が必要な場合は事業者に連絡し、修正を行う。あわせて、カタログの活用や商談会等について、事業者からの問合せ対応をする。

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月別に分析し、その結果を県へ提出する。

(参考) バイ・シズオカ オンラインカタログの URL

<https://buyshizuoka-catalog.com>

(4) 報告業務・その他

ア 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。

イ 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、上記(1)～(3)の成果をとりまとめた内容を含む。

ウ 成果品

納品成果物及び納入形態は次のとおり。

- ・報告書：電子データ
- ・その他必要な資料一式

エ 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

オ 納入期限

令和9年3月19日(金)

カ 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。

キ その他

上記に定めのない事項については、甲(静岡県)と乙(〇〇〇〇)が協議の上、決定する。

