

EU・アジア食市場開拓ハンズオン支援事業（シンガポール）業務委託仕様書

1 事業の目的

本県では、海外食市場を取り込むため、シンガポールでの販売網とマーケティング力を持つ商社と連携（業務委託）し、市場開拓や販路拡大を図る県内食品事業者に対して、サンプル輸出やテスト販売を行いながら、課題の抽出と商品の改善につなげるハンズオン支援に取り組むことにより、県産食品の継続的な輸出（定番化）を目指す。

2 事業の前提となる事項

(1) 事業の実施体制

受託者は、佐賀県と連携のうえ、自社の資源とともに、佐賀県の有する情報やネットワーク等を活用しながら、専門的な立場により本業務を実施する。

(2) 業務委託の対象経費

本業務委託の対象経費は、下記の委託業務の内容を実施するための経費とする。

(3) 事業実施にあたってのポイント

① 本事業は、県産食品のシンガポール市場販路開拓・拡大を図る県内食品事業者に対して、サンプル輸出やテスト販売を行いながら、課題の抽出と改善につなげるハンズオン支援に取り組むことにより、将来的には継続的な輸出（定番化）を目指す。

なお、ここでの県産食品とは、シンガポールに輸出可能な加工品、アルコール（清酒、焼酎を除くリキュール、クラフトビール等）のことをいう。

② このため、シンガポールにおける貿易障壁、市場性、課題等を十分に把握した上で、商品属性ごとに適切なテストマーケティングの手法（B to B, B to C, リアル、ECなど）や時期、期間などを設定し、マーケットインの思考をもって、県産食品の課題分析や商品改善等のアドバイスなどの業務を遂行していく必要がある。

3 委託業務の内容

(1) 事前セミナーの実施

本事業に参加する補助事業者（県内食品事業者）を募集するにあたり、補助事業者向けに事前セミナーを実施予定である。その際、以下セミナーの概要（予定）のうち、受託者は、①～③についてのプレゼン資料の作成及び当日のセミナーで発表することにより、補助事業者へ事業内容を周知する。セミナーの実施形式はハイブリッド形式を想定しているため、リアルとオンラインの参加は任意であるが、提案書もしくは見積書にどちらかを明示すること。なお、セミナー実施時期、時間、内容については、現在のところ以下のように想定しているが、改めて県と受託者にて双方協議した上で決定することとする。

<参考：セミナーの概要（予定）>

○実施時期：令和6年10月中旬

○実施時間：45分程度（質疑応答含む）

○実施形式：ハイブリッド形式（リアルとオンラインの両方）

○内 容：① 会社概要説明

② シンガポール食市場の現況及び日本食品輸入規制の概要

③ 具体的な事業メニューの紹介 など

④ R6年度ハンズオン支援事業の紹介、申込み方法の説明など

(※④は佐賀県担当者より実施する。)

(2) 補助事業者（県内食品事業者）および商品の選定

(1)のセミナー終了後に、本事業に応募した補助事業者およびその商品について、シンガポールにおける貿易障壁、市場性、課題等を十分に考慮した上で、県と協議し選定する。なお、選定する補助事業者は上限5社とし、商品は原則1～3アイテム/社の選定を予定している。

<参考：補助事業者（県内食品事業者）の募集（予定）>

- 募集時期：令和6年10月中旬～10月下旬
- 補助事業者への採択通知：令和6年11月上旬
- 選定する補助事業者数：上限5社
- 選定する商品アイテム：原則1～3アイテム/社

(3) 商品サンプルの輸出・現地での保管・管理

(2)で選定した商品サンプルの輸出にあたって、輸出方法は特段指定しないが、提案書には輸送方法を明示し、現地の法律等に遵守した上で行うこと、また補助事業者へアドバイスすること。

また、サンプル輸出に係る費用負担については受託者負担とし、必要経費項目（輸送費、関税、翻訳料、ラベル作成費用など輸出にかかる経費）を見積書に明示すること。

商品サンプルは、原則として補助事業者の負担とするが、受託者の買い取りを予定している場合は提案書に明示すること。※審査において加点の対象項目になる場合があります。

なお、商品サンプルの量は、実施する事業に最適な量となるよう、受託者、補助事業者ならびに県と協議の上、決定する。また、商品サンプルの現地での保管・管理は、受託者の責任、負担で行うこと。

(4) テストマーケティングの実施

(2)で選定した商品について、以下の条件に従ってテストマーケティングを令和7年2月に実施すること。その際、受託者保有のプラットフォームやその他ノウハウ等を積極的に活用した、効果的な実施施策を複数提案すること。なお、それぞれの実実施策において、具体的な実施方法、実施期間（予定）や回数（予定）を必ず提案書に明示すること。

<実施条件>

- 実施内容：テスト販売、サンプリング調査など。
- 実施方法：オフライン（リアル店舗、モニター調査、会場調査など）、オンライン（Webモニター、SNS、ECなど）等、それぞれについて具体的な方法を提案すること。
- ターゲット：対象（B to B向け、B to C向け、年齢、性別など）は特に問わないが、それぞれの実実施策について、対象ターゲットを明確にした上で提案すること。
- 実施回数：各1回以上（オフライン、オンライン）
- 実施期間：延べ1週間以上（オフライン、オンライン）
- 実施報告：実施期間中の売上データや調査結果などについて、補助事業者及び県に対して、定期的に報告すること。なお、報告頻度は別途県と協議の上、決定する。

(5) テストマーケティング結果に基づいた課題抽出～分析～改善プランの提案

補助事業者の商品の継続的な輸出と輸出先での定番化につなげていくために、(4)で実施したテストマーケティングの結果に基づき、補助事業者へ、各商品の課題抽出、分析、改善・改良につなげるプランを提案すること。

(6) 実績報告書の提出

県が別途指示する様式により実績報告書を作成、提出すること。

4 成果品

受託者は、次に掲げるものを、成果物として提出すること。

(1) 実績報告書（1部）

※データを電子メールで提出すること。

※なお、電子メールでの提出は、確実に送信、受信できたことが確認できるよう、送信に際して開封確認の設定をすること。

(2) テストマーケティング実施時の写真など

※実績報告書内にまとめて提出で構わない。

(3) その他 県と受託者が合意の上、成果物として提出を求めるもの

5 履行期間

契約締結の日から令和7年3月31日

6. その他留意事項等

(1) 事業の運営に必要なかつ適切な人員配置を行うこと。

(2) 業務遂行にあたっては、委託業務を統括し、県からの指示を受ける窓口として責任者と当該業務に従事する担当者を置き、関係者との円滑な事業の進行管理や意思疎通に努めること。

(3) (1)、(2)の事業実施体制及び事業統括責任者、担当者の氏名及びこれまでの担当実績等を提案書内に記載すること。

(4) 天災等の影響で、「3 委託業務の内容」で予定する事業が実施困難な場合は、その実施の可否、実施内容、実施方法等について、速やかに県と協議すること。