

令和6年度 東紀州産業活性化事業推進協議会産業支援事業
委託仕様書

1 委託の目的

地域の特産品の魅力を東紀州地域の統一したブランドとして発信し、地域外への商品の展開とともに「東紀州ブランド（地域ブランド）」の確立を目指す。

東紀州産業活性化事業推進協議会（以下「協議会」という。）の会員が大都市圏等のニーズを踏まえた付加価値の高い商品づくりを行うため、商品の改良・開発から流通までの一貫したブランドプロデュース（ブランディング）支援を行う。

また、コロナによる消費者や問屋・バイヤーなど顧客の消費行動の変化、嗜好変化など新しいニーズを的確に把握し、事業者の現状において不足している商談スキルの向上等、課題解決に向けた取組を、事業者と共に実施する。

こうした取組とともに、各協議会員の規模、方向性、ジャンル等に合わせたバイヤーの紹介や商談会の提案、テストマーケティングの実施等、それぞれの特性を活かして活躍できる場を提供し、販路開拓につなげる支援をすることで、東紀州地域の持続的な発展と活性化につなげる。

2 履行期間

契約締結日から令和7年3月14日（金）まで

3 委託金額の上限等

7,810千円（税込）

なお、委託費に関しては、業務遂行上必要と協議会が認めた場合、概算払いを行う。

4 業務概要

- (1) ブランディング支援
- (2) 伴走型支援（セールスサポート）
- (3) テストマーケティングによる地域産品の高付加価値化支援
- (4) 東紀州地域へのバイヤーの招聘
- (5) ビジネスマッチングの実施
- (6) その他

5 業務内容

(1) ブランディング支援

大都市圏等のニーズを踏まえた付加価値の高い商品づくりを行うため、商品の改良・開発から流通までの一貫したブランドプロデュース（ブランディング）支援

【具体的内容】

① コーディネーターの選定

実施にあたっては、商品企画から流通までの戦略を支援できる専門的な知識を有する者をコーディネーターとして充て、本事業全般において協議会員の支援を行うこと。

② ブランドプロデュース

協議会員の状況に応じて、商品の開発・改良から流通までの一貫した支援を行い、大都市圏等での販路開拓等につなげるため、個別相談会を実施したうえで、ブランドプロデュースを行うこと。

(ア) 支援事業者の選定

- ・協議会事務局と協議のうえ、大都市圏等への販路開拓を目指し、付加価値の高い商品づくりを行い、主体的に販路開拓に取り組もうとする協議会員（以下「支援事業者」という。）を3者以上選定すること。なお、選定する支援事業者が3者に満たない場合は、協議のうえ、委託契約額のうち相当額を減額変更する。

(イ) ブランドプロデュースの実施

- ・販路開拓につなげるため、個別相談会の実施後、1支援事業者につき複数回打ち合わせを実施すること。
- ・コーディネーターの総合的な助言とともに、販路開拓支援において重要となる商品PRやデザイン戦略（パッケージ、カタログ、ホームページ、ディスプレイ、ポップ作成等）のサポートができるよう、支援事業者ごとに相応しい専門家を必要に応じて充てること。なお、専門家については事前に推薦し、実績や経験・能力等について説明すること。
- ・実施に係る費用は、委託費内で充当可能なもの以外は支援事業者の負担とすること。

(2) 伴走型支援（セールスサポート）

事業者に個別に寄り添い、現状把握、課題抽出、取組方向の認識、解決への具体的取組を共有し、事業者自身による課題解決に向けた対応を事業者と共に取り組む。

事業者が展示会において成約率を上げるためのツール作成、商品情報シート（FCPシート）のチェック、セールスなど、販売に関してのスキルアップをサポートする。

【具体的内容】

① コーディネーターの選定

実施にあたっては、対話と傾聴により事業者自身が課題に気づき、納得感と当事者意識を持って能動的な行動に至ることができるよう専門的な知識を有する者をコーディネーターとして充て、本事業全般において協議会員の取組を指導すること。

※（1）ブランディング支援のコーディネーターと兼務可

② プロデュース

協議会員の状況に応じて、事業者と一緒に課題解決のための支援を行い、大都市圏等での販路開拓等につなげるため、現状把握、取組課題の提案・決定、支援計画の提案・決定、課題解決の着手を行うこと。

(ア) 支援事業者の選定

- ・協議会事務局と協議のうえ、大都市圏等への販路開拓を目指し、主体的に販路開拓に取り組もうとする協議会員（以下「支援事業者」という。）を3者以上選定すること。なお、選定する支援事業者が3者に満たない場合は、協議のうえ、委託契約額のうち相当額を減額変更する。

- ・実施に必要な資料の準備、運営及びそれに伴う経費の支払い等を行うこと。

(イ) プロデュースの実施

- ・販路開拓支援につなげるため、個別相談会の実施後、1支援事業者につき複数回打ち合わせを実施すること。
- ・コーディネーターの総合的な助言とともに、販路開拓に向け商談会での成約を円滑に進められるように、FCPシートの的確な作成・より良い記載手法、商品の単価設定、上代・下代の取り扱い、WEBでの販売と取引業者との価格交渉、商談会への来訪事業者を増やすように招待券の発送やSNSでの告知、商談会での成約を見越した商品の仕込み、商談会での商品のより良い展示、セールストーク、来訪事業者へのフォローなどを支援事業者ごとに相応しい専門家を必要に応じて充てること。なお、専門家については事前に推薦し、実績や経験・能力等について説明すること。
- ・実施に係る費用は、委託費内で充当可能なもの以外は支援事業者の負担とすること。

③ 販路開拓支援

- ・伴走型支援によってプロデュースした付加価値の高い商品の販路開拓につなげるために、効果的・効率的にPRできる場の提供を行うこと。
- ・PRできる場の提供にあたっては、展示会や大都市圏のセレクトショップ、オンライン等、支援事業者の状況に応じた多様な販路開拓を行うこと。
- ・実施に必要な資料の準備、運営及びそれに伴う経費の支払い等を行うこと。

④ フォローアップの開催

- ・上記②及び③に参加した支援事業者の商品開発・販売力向上につなげるため、コーディネーターのもと、支援事業者を対象とした結果報告会を開催、または個別に結果報告をすること。なお、オンライン・電話等による報告も可能とする。
- ・結果報告は、本事業の結果を受け、支援事業者自身でPDCAサイクルを回すことにより、自身の商品や地域が有する独自の価値を見出し、消費者にとって価値ある商品づくりが行えるきっかけにつなげる内容とすること。また、継続的に支援事業者の販売状況等を確認し、報告すること。
- ・実施に必要な資料の準備、運営及びそれに伴う経費の支払い等を行うこと。

⑤ その他支援

より効果的な商品開発から販路開拓につなげるために、上記①～④以外に支援事業者に対して実施可能な支援を提案し実施すること。

(3) テストマーケティングによる地域産品の高付加価値化支援

- ①協議会員による物産展等への参加によるテストマーケティング実施の支援
- ②都市圏における、東紀州地域産品の販売及びモニター調査の実施
- ③商品のブラッシュアップや販売力強化を図るための専門家等による助言の実施
- ④商品と東紀州地域を関連付けた販売取組の実施

【具体的内容】

- ・協議会員が自ら参加しテストマーケティングを行える物産展の提案や実施支援を行うこと。
- ・都市圏において、東紀州地域産品のテスト販売を行い、その結果を基にした販路開拓や商品開発等の提案・支援を行うこと。

- ・テストマーケティングの実施にあたっては、商品の陳列、ポップ等による商品説明の仕方等専門家等による助言を実施すること。
- ・テストマーケティングとモニター調査の結果及び専門家の意見を集約した報告書を作成し、参加した協議会員に取組のフィードバックをすること。
- ・実施する際には、東紀州地域をPRする情報コーナーも設ける等、商品と地域が一体となった演出をすること。

(4) 東紀州地域へのバイヤーの招聘

東紀州地域へのバイヤー（取引業者）等の招聘

【提案事項】

- ・協議会員に合わせたバイヤー等の人選、開催時期、日程、招聘場所を提案すること。なお、バイヤーについては事前に推薦し、実績や経験・能力等について説明すること。

【具体的内容】

- ・協議会員との商談を目的とした招聘を2回以上開催し、商品の魅力や生産現場、地域の風景・風土・風味を紹介し、招聘するバイヤー等にアピールすること。
- ・招聘するバイヤーがどのような食材を必要としているのか等の情報を事前に提供し、有意義な商談が実施できるよう招聘対象となる協議会員に対して調整すること。
- ・招聘終了後、生産現場を訪れた協議会員や招聘バイヤー等の意見を集約し、報告すること。

【留意事項】

- ・東紀州地域産品の旬等についても考慮したスケジュール調整をすること。
- ・招聘したバイヤーとのマッチングが契約期間内に成約できるよう努力すること。
- ・招聘したバイヤーが自社媒体等において東紀州について発信できるよう調整・協力すること。
- ・感染症の拡大等、社会的影響により、バイヤーの招聘が困難な場合においては、日程の変更またはオンラインや電話等により遂行すること。

(5) ビジネスマッチングの実施

- ①協議会員の商品について、商品力に合わせた販路開拓
- ②新規販路開拓に向けた営業、個別商談会等の実施

【提案事項】

- ・各商品の売上向上等につながる効果的な販路先について、短期間で営業等が可能なものを具体的に提案すること。
- ・営業等の方法（営業による個別商談等）について提案すること。

【具体的内容】

- ・販路開拓は、各商品の生産事業者に代わり行うもので、受託者は商社的な役割を果たすことを想定しているものであること。
- ・販路の開拓にあたっては、個別の商品の営業や、団体での商談会等、販路先に合わせたものを実施すること。
- ・具体的にどのような層（年齢・性別・地域等）をターゲットとするかを明確にすること。
また、そのターゲットとPRの方法、内容がリンクすること。
- ・販路開拓状況については、記録を残すこと。

【留意事項】

- ・東紀州地域のPR等の効果も期待するため、それを念頭に販路開拓を行うこと。
- ・協議会員が生産あるいは所有する各商品について積極的に販路開拓につなげる。また、PR活動、協議会が別途指定するイベントについても活用すること。
- ・販路開拓にあたっては、一過性のものではなく継続的なものとなるよう支援すること。

(6) その他

その他、事業の実施にあたって次の事項を行うこと。

- ①報道機関等への事業取組の積極的な周知、PR
- ②業務スケジュール、業務体制等の調整
- ③その他、業務の成果を高めるための取組
- ④毎月一度の打ち合わせ

【具体的内容】

- ・どの事業においても、必要に応じて報道機関等へプレスリリースを実施すること。
- ・毎月、一般社団法人東紀州地域振興公社事務所またはオンラインで打ち合わせを行い、月次報告書を提出すること。

【提案事項】

- ・全体の業務スケジュール、体制等業務を実施するにあたり必要なものについて提案すること。(協議会で示すものを参考にすること。)
- ・この他、業務の成果を高める取組について提案すること。

6 本業務における目標値

- ・商品やサービスの改良、販路拡大の取組における件数50件以上
- ・うち、ビジネスマッチング、バイヤー招聘等における新規成約件数20件以上

7 本業務における留意事項

(1) 組織体制

- ① 本事業の実施にあたり、当該事業の品質管理、進捗管理、課題管理等を行うプロジェクトリーダーを配置すること。
- ② 当該事業を受託するにあたり、作業工程表を作成し、提出すること。また、品質管理、進捗管理、課題管理等の状況について、月次報告書を提出すること。

(2) 業務の再委託

本業務については、再委託を認めることとする。ただし、その内容・金額等については、事前に協議会と協議を行い、承認を得ること。

(3) 業務の一般原則

- ① 関係する事業者等に対しては、懇切で誠意ある態度で接すること。また、その意思や主体性については、最大限に尊重すること。

- ② 業務の実施にあたっては、全関係者のプライバシーの保持に十分配慮するとともに、業務上知り得た個人情報等の取扱については、十分注意すること。
- ③ 公正かつ中立的な姿勢を保つこと。

(4) 業務の運営

- ① 受託者は、業務に従事する者に対し、その身分を証するものを発行し、常に携行させるとともに、必要に応じて提示させること。
- ② 受託者は、業務に関する会計等関係書類を整備し、令和6年度から10年間保存すること。
- ③ 受託者は、令和7年3月14日（金）までに業務完了報告書等（※）を事務局に提出し、完了検査を受けること。また、履行期間内においても、事務局の指示により、随時実施状況を報告すること。

※業務完了報告書等

- (ア) 業務の実績報告書
 - (イ) 業務内容に係る成果物（チラシ等も含む。）
 - (ウ) 紙媒体以外による実施の場合は、写真等履行状況が確認できるもの
 - (エ) その他、実施内容の説明に必要と思われる資料
- （上記の納品物については、電子データ、正本1部、副本1部を委託業務完了時に提出。）

8 業務において発生する権利等

本業務において、発生する権利、情報等の一切の権利は、協議会に帰属するものとする。

9 その他

本業務を実施するにあたり、本仕様書に明示なき事項及び疑義が生じたときは、協議会と受託者の双方で誠意をもって協議のうえ解決するものとする。なお、感染症の拡大等社会的影響により、やむを得ず事業内容を変更する必要がある場合は双方協議のうえ遂行するものとし、事業の継続が不可能となった場合は、双方協議のうえ委託契約額のうち相当額を減額変更する。