

令和7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

第1 委託業務の目的及び概要

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、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、カタログ登録事業者を対象に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の役割を担うコーディネーターを設置するとともに、事業者のカタログ登録の支援等を行う。

第2 委託業務期間

契約締結日から令和8年3月20日(金)まで

第3 業務委託の内容

(1) 商談会の開催

商談会は、個別商談会7回、集合商談会1回の計8回開催する。

ア 個別商談会(全7回)

首都圏や中央日本四県(静岡県、山梨県、長野県、新潟県)の量販店等(スーパー、百貨店、ドラッグストア、ECサイト、宿泊施設など)のバイヤーと、事業者との個別商談会を7回開催する。

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(対面またはオンライン)は、バイヤーの要望に基づき、県と協議の上、決定する。

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、顧客層、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とともに、事業者からの問合せに対応する。

(エ) 事前マッチング

個別商談会では、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。商談会用の会場を手配し、会場内に手指消毒、試食用食器、飲料等を準備し、スムーズな商談運営を行う。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個別商談会に同席し、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、(3) 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

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、商談会開催後1か月以内に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か月後もしくは3月上旬に、バイヤーや出展者に対し、取引実績、継続交渉の結果等の聞き取りを実施し、県へ報告する。

カ 集合商談会（全1回）

県内外の飲食業関係者等（例；飲食店、ホテル・旅館）と、事業者との集合商談会を1回開催する。集合商談会は飲食店の料理人等が出席し、20～30者程度の事業者と商談することを基本とする。商談会の開催形式は、運営に要するスタッフ等を手配し、会場を確保する対面形式とする。各事業者がブースを設け、料理人等の買い手側が各ブースを回るものとする。なお、商談会には料理人以外のバイヤー等も広く参加できるものとする。

より効果的なマッチングを行うための、当日の運営方法、事前調整の進め方、商談後のフィードバック方法等については、企画提案内容を踏まえ、県と協議のうえ決定する。

（2）商談力向上講座の実施

事業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。商品力のブラッシュアップ（例：パッケージ、商品名等）の観点も含めた講座を構成する。

ア 受講者募集

カタログに登録する事業者を対象に、受講者を募集する。募集人数等は、県と協議の上、決定する。

イ カリキュラムの作成

事業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。なお、商品力向上を目的とした内容も含めるものとする。

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。講座開催方法等（オンラインまたは対面方式）については、県と協議の上、決定する。

オ 受講者のフォローアップ及びフィードバックの実施

受講者が抱える課題等に対し、フォローアップ及びフィードバックを実施する。

カ 成果の検証

受講後に事業者の商談力が向上したことを評価するとともに、講座実施の成果を検証する。

（3）事業説明会の開催

商談会および商談力向上講座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、講座の概要等を共有するとともに、コーディネーターが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。

(4) 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。また、バイヤーによる積極的なサイト活用を促すため、カタログサイトのトップページに季節やテーマに応じたピックアップ商品を掲載し、魅力的な情報発信を行う。

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>

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）～（4）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：電子データ
- ・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8年3月20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（〇〇〇〇）が協議の上、決定する。