

令和8年度飛び出せ！海外へ。販路拡大事業（海外テストマーケティング・第2回）仕様書

1 業務名

令和8年度飛び出せ！海外へ販路拡大事業（海外テストマーケティング・第2回）

2 業務の概要

国内市場の縮小が懸念される中、岡山県産品の海外販路拡大を目指し、現地の小売事業者、EC事業者、卸売事業者等との取引につなげるため、現地の消費者ニーズ及び商品評価を把握するためのテストマーケティングを実施する。

3 委託業務の対象国・対象品目・出品事業者数・テストマーケティングの形式

(1) 対象国

対象国は、県産品の展開が見込まれる市場であるとともに、県が作成した「岡山県産品（加工食品・雑貨等）海外販路開拓ガイドライン（令和7年10月）」における「企業の関心が高い国」及び「重点市場（フランス除く）」から選定すること。

※対象国は1か国以上選定し、複数国展開も可能とする。

【企業の関心が高い国】

アメリカ、シンガポール、香港・マカオ、中国、フランス、タイ、オーストラリア、ベトナム、マレーシア

【重点市場】

シンガポール、フランス、タイ、オーストラリア、ベトナム、マレーシア

(2) 対象品目

対象品目は、次の対象品目から選定すること。

食品系：菓子類、酒類、果実加工品、調味料・だし

非食品系：雑貨、衣料品、工芸品

※対象品目は、複数選定も可能とする。

(3) 出品事業者数

5者以上

(4) テストマーケティングの形式

対象国の現地スーパー、百貨店、小売店等においてポップアップイベント等（イベントスペース、商業施設内催事区画、店舗内棚スペースの借上げ等により実施することを想定）を実施し、併せて、テストマーケティング調査を行うこと。

4 委託業務の内容

以下の項目について、受託者は事業目的達成のため必要な業務を実施すること。

(1) ポップアップイベント等の設定

- ・対象国の特色を踏まえて、出品事業者の商品特性に適したポップアップイベント等の開催計画を立案すること。
- ・会場は、十分な集客が見込まれ、現地消費者やバイヤー等への訴求効果が期待できる施設であること。
- ・会場候補を複数提示する必要はないが、会場の規模、立地、客層、想定来場者数、過去の類似イベント実績等を具体的に記載するとともに、選定した会場については選定理由を明示すること。

(2) 本事業の認知拡大・理解促進及び出品事業者の募集・審査

受託者は、本事業の広報から募集、事務対応、審査に至るまで一連の業務を主体的に実施すること。

- ・募集にあたっては、県内企業等に対し、本事業内容の広報・周知を十分に行うこと。
- ・出品事業者の募集は、受託者が主体となって行い、募集に係る事務（応募受付・問い合わせ対応・書類管理等）を一括して実施すること。
- ・応募のあった事業者を審査し、岡山県と十分に協議のうえ、選定を行うこと。

(3) 業務実施に係る準備

- ・対象国の現地規制、物流条件等を調査し、当該国での販路拡大の実現可能性について把握すること。
- ・出品事業者との連絡調整、輸送手配、現地スタッフ・通訳の手配等、事業実施に必要な準備を行うこと。
- ・本事業において出品する商品は、出品事業者が自ら準備（製造・調達・梱包等）し、その費用及び商品の国内集荷・国内搬入に係る費用（国内輸送費）は出品事業者の負担とすること。これ以外の費用（商品の保管、海外輸送、輸出入通関手続、現地配送、販売支援、返品対応及び返品輸送その他本事業の実施に伴い発生する一切の経費）は受託者の負担とすること。
- ・商品返送の可否、販売代金の支払い方法、売れ残り商品の処理方法等、その他必要な事項について出品事業者に対し事前に十分説明し、同意を得ること。

(4) 出品事業者に対する事前の準備支援

- ・出品事業者が取り扱う商品の特性把握に努めること。
- ・ポップアップイベント等の実施前に、出品商品の選定や簡易な商品改良等に関する助言

を、事業者ごとに個別に行うこと。

- ・多言語POP・商品説明資料等、必要な販促物の作成支援を行うこと。
- ・出品事業者が円滑に海外展開へ進めるよう、輸出時の注意点や留意事項を提示すること。

(5) 海外バイヤー等による評価会又は商談会の実施

- ・必要に応じて、現地又はオンラインにて、海外バイヤー等から商品に関する評価を受ける場、又は商談機会を設定すること。

※評価会又は商談会において商品輸送が必要となる場合は、輸送費は「(3) 業務実施に係る準備」に定めるとおり受託者負担とする。

(6) ポップアップイベント等の実施

- ・会場調整、契約、運営などポップアップイベント等の一連の業務を実施すること。
- ・ポップアップイベント等によるテストマーケティングの実施時期は、令和8年9月1日から令和9年1月31日までの期間とし、この期間内に2週間以上の実施を行うこと。
- ・出品商品の展示（試食）・販売等を行い、来場者への説明を実施すること。
- ・市場ニーズ及び商品評価を把握するための調査を実施すること。調査手法は、アンケート調査、インタビュー調査、グループインタビュー等を含め、定量・定性を問わず適切な方法を選択すること。
- ・SNS・広告・店頭メディア等を用いてイベント周知を行うこと。
- ・商品別の販売データ（売上数量、在庫推移等）を収集し、市場ニーズ及び商品評価を把握するための分析に使用できる形に整理すること。

(7) 事業者へのフィードバック

- ・出品事業者に対し、評価会、商談会、テストマーケティング等の内容を個別にフィードバックすること。
- ・必要に応じて、参加事業者を集めた事業報告会を行うこと。

5 成果物（納品物）

受託者は以下の成果物を納品すること。

- ・実施計画書
- ・評価会・商談会記録
- ・調査データ及び販売データ
- ・実施報告書

※実施報告書には、評価会・商談会及びポップアップイベント等の実施状況、成約件数、調査データ、販売データ等の分析を含めること。また、会場の様子や展示状況、来場者の反応等

が分かる写真・資料を掲載すること。事業全体の成果、課題及び今後の改善点について整理し、総括として取りまとめること。

6 委託期間

契約締結日から令和9年3月12日まで

7 委託料

委託料は、7,059,592円（消費税及び地方消費税を含む。）を上限とする。

8 留意事項

- (1) 受託者は、委託業務を適正かつ円滑に実施するため、県と密接な連絡を行うとともに、業務を実施する上で疑義が生じた場合には、速やかに県と協議すること。
- (2) 受託者は、県からの簡易な問い合わせに対して適切に対応すること。
- (3) 受託者は、業務の実施に当たり、知り得た企業秘密、個人情報その他秘密に属する事項を第三者に漏らしてはならない。また、自己の利益のために使用してはならない。この契約の終了後も同様とする。

9 会計関係帳簿等の整備

受託者は、委託業務に係る会計関係帳簿等を整備し、委託業務完了後5年間保存するものとする。