

## リスク対応型中国ビジネス推進事業企画提案指示書

### 1 目的

ALPS 処理水放出に伴う輸入停止措置が取られている中国市場での継続的なビジネス展開に向けて、越境ECなどの新たな販路を希望する道内企業を対象に、道産品の在庫リスクの軽減といった販売マネジメント等のリスク対応ノウハウを習得する座学の開催や、一般消費者向けに道産品の魅力を発信し、テスト販売を実施するなどの実学を通じ、販路開拓を支援する。

### 2 実施方法

総合評価一般競争入札

### 3 委託期間

契約締結の日から令和7年（2025年）3月14日（金）まで

### 4 委託業務の内容

#### (1) 販路開拓リスク対応ノウハウの提供（座学）

道内企業に対し次のア～ウのレベルに応じ、(2)のECサイト販売を行う前に、販売リスク対応ノウハウを伝達する場（レクチャー）に参加各社1回以上設けること。

- ア 中国向けに水産品・水産加工品の販売経験があり、現在、水産品・水産加工品以外の道産品輸出を検討している道内企業（メーカー、商社を想定）
- イ 中国小売店などにおいて一般貿易により道産品等の輸出や販売経験があるが、中国ECサイトで販売経験がこれまでなく、ECサイトで販売を検討している道内企業
- ウ はじめて中国市場に向けて、輸出や販売に挑戦を検討している道内企業

なお、販路開拓リスクとして次のようなリスクを想定するが、これ以外にも想定されるリスクがある場合にはそれを踏まえて事業を組み立てること。

（想定するリスクの例）

- ・日本産水産品の輸入停止など、中国市場が内包するカントリーリスク
- ・実店舗のみでの販売など、オフライン販売偏重により生じる在庫リスク
- ・中国市場に初参入する上での知的財産対策や貿易手続きなどのオペレーションリスク

レクチャーの実施については、あらかじめスケジュールを立てて、効率的に実施すること。また、レクチャーでの伝達内容は、上記ア～ウのレベルに応じて提案すること。さらに、習得したノウハウを道内企業がECサイト販売、展示会で実践できるよう配慮すること。

#### (2) 中国越境ECサイトでの道産品テスト販売及び道産品の魅力の情報発信（実学）

(1)のレクチャーを受けた道内企業を対象として、中国越境ECサイト（以下、「中国ECサイト」と言う）で1ヶ月以上の道産品テスト販売、1回以上のライブコマースを行うこと。

#### ア 実施内容

中国ECサイト1店舗以上にて、道産品（越境ECで販売できる品目：食品・非食品含む ※1）

販売のための特設ページを設け、1か月以上（令和6年度内）の道産品テスト販売を行うこと。提案書にはテスト販売を行う中国ECサイトについて、以下の条件事項を網羅し、具体的に記載すること。

- (ア) 今回の事業で実施箇所として想定している中国ECプラットフォーム（既開設店舗）
- (イ) そのサイトで想定している1ヶ月以上の販売期間とその期間設定の理由
- (ウ) サイトへのアクセス数及び利用者の年齢や性別、購入動向等のサイトの特徴
- (エ) サイトへのトラフィック増大や販売拡大のためにサイトが実施している既存のPR戦略
- (オ) その他、本事業を今回提案する店舗で実施するメリット

※1 中国ECサイトにおいて、販売できる品目リストを参照  
ジェトロビジネス短信「越境EC輸入商品リスト改定～中略～29税目を追加」を参照  
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2022/02/3556767ea760e03b.html>

#### イ 出展企業数及び品目数

以下の項目を踏まえ、提案書に出展企業の募集方法や候補となる企業・商品等を記載すること。

- (ア) 道産品の出展品目については、道内6総合振興局・振興局以上から合計12社以上の道内企業を募集し、80品目以上を販売すること。
- (イ) テスト販売を行う道産品の半数以上が、事業実施時点でテスト販売を実施するECサイトで販売していない商品であること。過去に販売実績があっても可とするが、商品選定にあたっては出展企業と十分協議すること。
- (ウ) 道産品は、食料品に加えて、雑貨・化粧品など非食品の販売も実施すること。  
なお、中国ECサイトで販売できる品目に限る（上記4（2）ア「実施内容」※1参照）。
- (エ) 出展商品は必ず道産品輸出用シンボルマークの使用許諾をとり、原則商品にシンボルマークを掲示すること。輸出用シンボルマークの使用要項は次※2を参照すること。

※2 <https://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/tsk/symbolmark.html>

- (オ) 商品選定や輸出に向けた準備は、賞味期限と商品登録にかかる期間の考慮等、リスク管理の知見を得る観点から、出展企業と適宜情報を共有しながら進めること。

#### ウ 販売ページのレイアウト

以下の項目を踏まえ、提案書に中国ECサイト内の道産品を販売する項目イメージを記載すること。

- (ア) 写真や動画等、ビジュアルコンテンツを活用し、消費者の興味関心を喚起すること。
- (イ) 企業及び商品の特徴、ストーリーが伝わるようにすること。
- (ウ) 道産品の使用方法や調理方法を掲載すること。
- (エ) 現在の情勢を踏まえ、表現に留意しつつ、道産品が安全・安心であることをPRすること。
- (オ) 道産品輸出用シンボルマークを掲載すること。

#### エ 北海道及び道産品PRページのレイアウト

テスト販売を実施するECサイトにおいて、以下の項目を踏まえて北海道及び道産品の魅力PRを実施することとし、提案書に以下の項目を踏まえた企画を記載すること。

- (ア) ECサイト内に北海道及び道産品のPRを行う特設ページを設置すること。
- (イ) 北海道（食や観光、文化等）及び道産品、道産品輸出用シンボルマークのPRを実施すること。

(ウ) 出展企業とともに PR 手法について検討すること。

#### オ 中国の消費者向けライブコマースの実施

以下の項目を踏まえ、想定される MC や番組構成等のライブコマースの実施案を提案書に記載すること。なお、4 (1) リスク対応ノウハウの提供内容 (座学) を踏まえて、例えば、在庫リスクを抱えないように、商品の賞味期限、輸出量等を管理するなど、座学で得た内容を道内企業が実践できるように配慮すること。

(ア) 中国の SNS を活用し、中国 EC サイトでテスト販売期間中に、中国の消費者向けに 1 回以上実施すること。なお、販売・配達が可能・現実的なテスト販売圏域を考慮すること。

(中国 EC サイトにアクセス可能な圏域)

(イ) 北海道 (食や観光、文化等) 及び道産品、道産品の安全・安心の魅力、道産品輸出用シンボルマークの PR を実施すること。

(ウ) MC は中国語 (マンダリン) で発信・通訳が可能であり、北海道にゆかりのある、ないしは北海道、道産品に関する知識を十分に有する者であることが望ましい。

(エ) 出展企業も配信に加わり、自ら主体的にプロモーションできるようにすること。

(オ) その他、事業実施の効果を高める独自性のある内容であること。

#### (3) 道産品販売イベントの実施 (実学)

EC サイト掲載商品の道産品販売イベントの実施 (昨年度は上海クリスマスフェアに出展) 並びに中国 SNS を活用した北海道及び道産品の安全・安心の魅力に関し、中国の消費者向けに情報を発信すること。

また、以下の項目を踏まえ、中国現地 (上海) でのサイト掲載の道産品販売イベントの実施案を提案書に記載すること。加えて、4 (1) リスク対応ノウハウの提供内容 (座学) を踏まえて、例えば「安全安心」の魅力発信となるよう、会場と出展企業を繋いで商品をオンライン説明できるよう準備するなど、座学で得た内容を 1 社以上の参加企業が実践できるように配慮すること。

ア テスト販売期間中に 1 回以上実施すること。

イ 候補となる実施都市及び会場について記載の上で、実施場所の選択理由について提案書に記載すること。

ウ EC サイト掲載商品の半数以上を会場にて体験できるようにすること。

エ 商品の PR に必要なポスターやポップ等の必要な資材を作成すること。作成にあたっては、製造企業と相談の上、商品へのこだわりや安全安心等が消費者へ正しく伝わるようにすること。

オ 衛生管理手法や著名人による実食等、多角的に食の安全安心を PR すること。

カ 会場内には商品説明が可能なスタッフを適宜配置すること。

キ 必要な什器を会場に具備すること。

ク 北海道 (食や観光、文化等) 及び道産品、道産品の安全安心の魅力、道産品輸出用シンボルマークの PR を実施すること。

ケ アンケート等、来場者から中国 EC 消費者の動向に関する有効なデータを収集できる方法を提案すること。

コ 事業終了後の自主的な海外展開に向け、出展企業に対し、現地渡航の上主体的にプロモーションを行うよう積極的な参加を促すこと (参加経費は自社負担)。

サ 実施に当たっては、北海道庁及び道の上海事務所と協議を行い、連携しながら事業を実施すること。

#### (4) 中国 SNS での PR

以下の項目を踏まえ、EC サイトに加えて中国の SNS を活用した販売促進及び PR の企画を提案書に記載すること。

- ア インフルエンサー等を活用し、テスト販売に係るイベントや商品の PR を実施すること。
- イ インフルエンサー等の実食配信等により、多角的に食の安全安心を発信すること。
- ウ SNS のグループチャットでの PR や自社運営アプリを通じた商品販売などプライベート・トラフィック・マーケティング手法の活用を検討すること。
- エ 北海道（食や観光、文化等）及び道産品、道産品の安全安心の魅力、道産品輸出用シンボルマークの PR を実施すること。
- オ 北海道上海事務所の SNS アカウントも併せて活用すること。

#### (5) 報告書及び成果品の作成・提出

##### ア 報告書

本事業の実施を通じて、以下の内容を整理した報告書を提出するものとする。

##### (ア) 事業の実施状況の報告書

##### (イ) 上記 (ア) の概要版報告書

A 4 版 10 頁程度（うち 1 枚はサマリーとして整理）で図表等を用い、視覚的なわかりやすさを意識したものとすることとし、広く一般に公表されることを前提としたものとする。

なお、事業の考察及び道内企業への提案について、以下の内容を含めること。

##### ① データの収集・整理

事業の実施を通じて以下のデータを収集し整理することとし、どのようなデータの収集が可能か、提案書に記載すること。

- (a) 商品販売ページ毎の閲覧者及び購入者の属性データ
- (b) 北海道等の PR ページの閲覧者の属性データ
- (c) ライブコマースの閲覧者及びライブコマースからの購入者の属性データ
- (d) SNS での PR 毎の閲覧者の属性データ（EC サイトへリーチしたかの判別も含む）
- (e) 出展企業等に提供するためのテスト販売結果に基づき算出されたコストデータ
- (f) その他、事業検証及び道産品の中国 EC での販路拡大に資するデータ
- (g) 上記 (a)～(f) のデータをクロス集計や図表等により、有意な傾向等が把握できるようにすること。

##### ② ヒアリング

商品 PR を行ったインフルエンサー等、道産品体験販売イベントに参加した消費者等からの以下の内容を含むヒアリングを実施することとし、提案書に想定されるヒアリング項目を記載すること。

- (a) インフルエンサー等が販売するにあたって興味・関心のある道産品の分野や商品の特徴
- (b) 消費者が購入するにあたって興味・関心のある道産品の分野や商品の特徴
- (c) EC において中国消費者に購買されやすい商品の分野や特徴
- (d) PR を行った商品への評価（良い点、改良すべき点等）

(e) その他、事業検証及び道産品の中国 EC での販路拡大に資する項目

③ 考察と提言

事業による実施成果と課題及び上記①、②を踏まえて、中国 EC 市場での道産品の販路拡大に向けた考察と提案を行うこと。

イ 成果品

成果品として以下の資料を提出すること。

(ア) 作成した PR 映像や画像一式（電子媒体（DVD-R））

(イ) 報告書及び概要版報告書（紙媒体 1 部及び電子媒体（DVD-R））

※報告書及び成果品の著作権は、道に帰属するものとする。

※著作権、肖像権等に関して権利者の許諾が必要な場合は、受託者において必要な権利処理を行うものとする。

5 再委託の禁止

「契約書（案）」とともに、「委託契約に関する留意事項」の内容も併せて確認すること。

(1) 次のような場合は、再委託を認めない。

ア 委託業務をそのまま全部再委託する場合

イ 委託業務の主要な部分を再委託する場合

ウ 本来、独立した業務として委託できるものを数件まとめて委託した場合において、そのうち 1 件以上の業務を全部再委託する場合

(2) 委託業務の適正な履行を確保するため、再委託の必要があると認められるものであって、次の要件を満たす場合は、再委託を承諾することができることとする。

この場合においては、あらかじめ再委託させようとする第三者の商号又は名称及び住所、再委託する業務の範囲、再委託する理由及び必要性等を記載した書面を、提出すること。

なお、変更がある場合には、遅滞なく、変更の届出を提出すること。

ア 再委託させようとする第三者に受託者の総合的な管理・指導が及ぶとともに、技術的、経済的能力から判断して、再委託させても契約の履行を確保するのに支障を来たさないとき。

イ 再委託することに合理的な理由があるとき。

ウ 再委託することにより、当該受託者を選定した理由に矛盾を生じるものでないとき。

6 総合評価一般競争入札の資格要件

(1) 地方自治法施行令第 167 条の 4 第 1 項各号に掲げる者（未成年者、被保佐人又は被補助人であって、契約締結のために必要な同意を得ている者は含まれない。）でないこと。

(2) 地方自治法施行令第 167 条の 4 第 2 項の規定により競争入札への参加を排除されている者でないこと。

(3) 道が行う指名競争入札に関する指名を停止されていないこと。

(4) 暴力団関係事業者等であることにより、道が行う競争入札への参加を除外されていないこと。

(5) 暴力団関係事業者等でないこと。

(6) 次に掲げる税を滞納している者でないこと。

- ア 道税（個人道民税及び地方消費税を除く。以下同じ。）
- イ 本店が所在する都府県の事業税（道税の納税義務がある場合を除く。）
- ウ 消費税及び地方消費税

(7) 次に掲げる届出の義務を履行していない者でないこと（当該届出の義務がない場合を除く。）。

- ア 健康保険法（大正 11 年法律第 70 号）第 48 条の規定による届出
- イ 厚生年金保険法（昭和 29 年法律第 115 号）第 27 条の規定による届出
- ウ 雇用保険法（昭和 49 年法律第 116 号）第 7 条の規定による届出

(8) 単体法人で参加する場合は、道内に本店又は主たる事業所あるいは支店等の拠点を有するものであること。また、複数法人による連合体（以下「コンソーシアム」という。）で参加する場合は、道内に本店又は主たる事務所を有するものをその構成員に含むものであること。

(9) コンソーシアムの構成員が単体の法人としても重複参加する者でないこと。また、コンソーシアムの構成員が他のコンソーシアムの構成員として重複参加する者でないこと。

## 7 審査

企画提案後、次の事項について審査し、総合的に判断する。

(1) 入札金額

(2) 事業者の適格性

- ア 中国における EC 市場・商習慣等に関し、専門知識と経験を有しているか。
- イ 各業務項目の実施にあたり、適切な人材配置を行い、国内外における業務執行体制が確立できているか。
- ウ 業務を効率的かつ効果的に実施できる全体スケジュール・経費積算となっているか。

(3) 企画提案の適合性

- ア 道内から広く企業・商品を募ることができる提案となっているか。
- イ 提案された EC 店舗の規模や客層、PR 戦略等が本事業を効果的に実施できる提案となっているか。
- ウ 北海道（食や観光、文化等）及び道産品、道産品輸出用シンボルマーク等、北海道の魅力や安全安心を消費者に伝えるための工夫がなされているか。
- エ ライブコマースや SNS の活用が、企業や商品、北海道の PR 手法として効果的な工夫がなされているか。
- オ 道産品体験販売イベントが EC サイトでの販売促進及び道産品の PR のために、効果的な工夫がなされているか。
- カ 道内企業がリスク対応ノウハウを習得できる提案となっているか。
- キ 考察及び提案が道産品の EC 市場での販路拡大に資するようなデータ等の収集が可能なものとなっているか。
- ク 指示書に記載のある委託事業の内容に加えて、別途、事業効果を高めるための提案がある場合は、提案内容に応じ評価点を加点する。

## 8 業務上の留意事項

受託者決定後、企画提案の内容を基本として委託者と受託者が協議し、委託業務内容を決定する。

## 9 応募手続き

### (1) 担当窓口

〒060-8588 札幌市中央区北3条西6丁目

北海道総合政策部国際局国際課経済交流第一係

担 当 樋 口

電 話 011-204-5342

F A X 011-232-8870 E-mail higuchi.kazuhiko@pref.hokkaido.lg.jp

### (2) 参加資格審査申請書の提出期限並びに提出場所及び方法

ア 提出期限 令和6年(2024年) 8月22日(木) 午後5時(必着)

イ 提出場所 (1)に同じ

ウ 提出方法 持参あるいは郵送(書留郵便に限る)

エ 提出様式 別添様式1のとおり

オ 提出部数 1部

### (3) 企画提案書の提出期限並びに提出場所及び方法

ア 提出期限 令和6年(2024年) 8月22日(木) 午後5時(必着)

イ 提出場所 (1)に同じ

ウ 提出方法 持参あるいは郵送(書留郵便に限る)

エ 提出様式 別添様式2のとおり

オ 提出部数 6部

※1部は提案者名を記載したもの。残り5部は提案者名を記載しないもの。文中にも提案者名を記載しないよう注意すること。

## 10 総合評価審査委員会(ヒアリング)の実施

- (1) 参加者として選定した者から、総合評価審査委員会においてヒアリングを実施する。ヒアリングの日時及び場所は、別途通知する。
- (2) 企画提案書提出者数が5者を超える場合には、委員による書類選考を行う場合がある。
- (3) ヒアリングに参加しなかった提案者の提案は無効とする。

## 11 その他

- (1) 企画提案に要する経費は、参加事業者の負担とする。
- (2) 企画提案の採否については、文書で通知する。
- (3) 企画提案書等を参加期日までに提出しない場合は企画提案に参加の意思がないものとみなす。  
なお、事前に不参加を決定した場合は、8月22日(木)午後5時までに上記9(1)の担当窓口へ連絡すること。
- (4) 本業務の成果品に係る著作権は北海道に帰属する。
- (5) 手続きにおいて使用する言語及び通貨  
日本語及び日本通貨
- (6) 契約書作成の要否  
要

- (7) 関連情報を収集するための窓口  
9(1)に同じ