

# 中国EC市場をターゲットにした道産品販路拡大事業企画提案指示書

## 1 目的

近年、中国で急速に普及・拡大しているEC市場において、北海道及び道産品の知名度向上並びに販路拡大を図るため、道産品のPR及びテスト販売等を実施するとともに、今後の中国EC市場への道産品の販路拡大に向けた考察・提案をおこなうもの。

## 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6年（2024年）3月15日（金）まで

## 4 委託業務の概要

### （1）中国ECサイトでの道産品テスト販売

中国ECサイトで1ヶ月以上の道産品テスト販売及び掲載商品の道産品体験販売イベントの実施並びに中国SNSでの北海道及び道産品に関する情報発信

### （2）中国EC市場における道産品の販路拡大に向けた考察及び提案

テスト販売のデータやヒアリング等による情報収集及び収集した情報に基づく中国EC市場における道産品の販路拡大に向けた考察及び提案

## 5 委託業務の内容

### 【①中国ECサイトでの道産品テスト販売】

#### （1）実施箇所・期間

中国ECサイト1店舗以上にて、道産品販売のための特設ページを設け、1か月以上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ECサイトについて、以下の事項を記載すること。

ア 店舗が開設されているECプラットフォーム

イ 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

ウ 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

エ その他、本事業を提案する店舗で実施する優位性に関する説明

#### （2）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 出展企業は、既存の販売商品に加えて、新たに道内3（総合）振興局以上から合計10社以上と商談を実施し、40品目以上の販売を検討すること。

イ 食料品に加えて、雑貨・化粧品等非食品の販売も実施すること。

ウ 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、シンボルマークを貼附すること

#### （3）販売ページのレイアウト

以下の項目を踏まえ、提案書に商品販売ページの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 商品の使用方法や調理方法を掲載すること。
- エ 道産品輸出用シンボルマークを掲載すること。

#### (4) 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 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。

#### (5) 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。

- ア テスト販売期間中に 1 回以上実施すること。
- 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 MC は北海道にゆかりのある、ないし北海道に関する知識を十分に有する者とする。
- エ その他、事業実施の効果を高める独自性のある内容。

#### (6) 道産品体験販売イベントの実施

以下の項目を踏まえ、中国現地でのサイト掲載商品の道産品体験販売イベントの実施案を提案書に記載すること。

- 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、商品へのこだわり等が消費者へ正しく伝わるようにすること。
- オ 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。
- カ 必要な什器を会場に具備すること。
- キ 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。
- ク 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。

#### (7) 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 KOC 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 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。
- 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の PR を実施すること。
- エ 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。

## 【②中国 EC 市場における道産品の販路拡大に向けた考察及び提案】

### (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。

- ア 商品販売ページ毎の閲覧者及び購入者の属性データ
- イ 北海道等の PR ページの閲覧者の属性データ
- ウ 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
- エ 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)
- オ 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
- カ 上記 ア ～ オ 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 KOL や KOC、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。

- ア KOL や KOC 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
- イ 消費者は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
- ウ 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
- エ PR を行った商品への評価 (良い点、改良すべき点等)
- オ 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②(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。

## 【③報告書及び成果品】

### (1) 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、図表等を用い、視覚的なわかりやすさを意識したものとし、広く一般に公表されることを前提としたものとする。

### (2) 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。

## 6 総合評価一般競争入札の資格要件

(1) 複数企業等 (法人及び法人以外の団体を含む) による連合体 (以下、「コンソーシアム」という。

または単体企業等とする。

(2) コンソーシアムの構成員及び単体企業等は、次のいずれにも該当すること。

ア 道内に本社又は事業所等（本事業を実施するために設置する場合を含む。）を有する企業、特定非営利活動促進法（平成10年法律第7号）に基づく特定非営利活動法人（以下、「特定非営利活動法人」という。）、その他法人又は法人以外の団体であること。

イ 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4第1項に規定する者でないこと。

ウ 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。

エ 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。

オ 暴力団関係事業者等であることにより、道が行う競争入札等への参加を排除されていないこと。

カ 暴力団関係事業者等でないこと。

キ 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

ク 次に掲げる届出の義務を履行していない者でないこと。

（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

ケ コンソーシアムの構成員が単体企業又は他のコンソーシアムの構成員として参加する者でないこと。

## 7 審査

(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すること。

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ること。

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となっていること。

(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こと。

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こと。

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、北海道の魅力を消費者に伝えるための工夫がなされていること。

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こと。

カ 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

となっていること。

- キ 事業効果を高める独自の提案が企画指示事項に加えて、設定されているか。
- 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

新型コロナウイルス感染症等の要因により、中国への渡航が困難な場合等も想定し、渡航できない場合の代替的な現地対応体制などもあわせて提案をすること。

## 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

北海道経済部経済企画局国際経済課経済交流第一係

担当 齊藤 遼

電話 011-204-5342

FAX 011-232-8870 E-mail [saitou.ryoul@pref.hokkaido.lg.jp](mailto:saitou.ryoul@pref.hokkaido.lg.jp)

### (2) 参加表明書の提出期限並びに提出場所及び方法

ア 提出期限 令和5年(2023年) 6月30日(金) 午後3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5年(2023年) 6月30日(金) 午後3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 8部

※1部は提案者名を記載したもの。残り7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、7月6日（木）午後3時まで上記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