

“ヒット”商品創出支援事業 専門家派遣による（ハンズオン・食品大手企業とのコラボ） 支援事業業務委託仕様書

1 目的

本事業は、本県産農産物等を活用した食品の商品開発・改良、流通・マーケティング、広報・PR力の向上等（以下「商品力向上」という。）に知見を有し、指導・助言が可能な専門家を個別に県内食品関連事業者等（以下「支援対象事業者」という。）に派遣し、商品力向上に関する課題の解決に向けた指導・助言を通じて、支援対象事業者の商品開発・改良、販路開拓等を支援するほか、食品大手企業等と支援対象事業者の連携による商品開発を支援することにより、商品の売上げや認知度を高め、ヒット商品の創出を図ることを目的とする。

2 委託期間

契約締結の日から令和4(2022)年3月18日（金）まで

3 業務内容

受注者は、支援対象事業者の商品力向上のための専門家派遣、食品大手企業等と支援対象事業者の連携による商品開発支援、及びこれに付随する業務として、次に掲げる業務を実施する。

(1) 専門家派遣

① 企画コーディネーターの配置

支援対象事業者の商品力向上に関する課題解決を図るため、次に掲げる要件を満たす者を企画コーディネーターとして配置すること。

ア 加工食品の商品開発から販路開拓に至るまでの幅広い知識を有する者とし、これまで商品開発等支援の実績を有する者とする。

イ 支援対象事業者の課題解決に対して、具体的かつ実践的な指導・助言のできる者との幅広いネットワークを有し、支援対象事業者とマッチングできる者とする。

ウ 企画コーディネーターは本事業の遂行を総括する立場であることから、受注者の事業所内に所属する者とする。

② 支援対象事業者の募集及び選定

専門家派遣の対象となる支援対象事業者の募集については、発注者が行う。

受注者は、発注者が設置する支援対象事業者を選定するための会議に出席し、他の出席者とともに申請内容を審査し、支援対象事業者を選定する。

なお、対象者数は10者程度を想定。

③ 商品力向上アドバイザーの派遣

ア 支援対象事業者の課題の解決のために具体的かつ実践的な指導・助言のできる者を商品力向上アドバイザーとして選出すること。

なお、商品力向上アドバイザーは、次に掲げる各分野において高い専門性を有する実務経験者とする。

- (ア) 商品コンセプト設計
- (イ) ネーミング開発
- (ウ) パッケージ・ラベル開発
- (エ) レシピ開発
- (オ) マーケティング戦略
- (カ) 市場ニーズ・トレンド
- (キ) 販売ターゲットの設定
- (ク) 原価管理・価格設定
- (ケ) 原材料（食品添加物等）
- (コ) 商談テクニック
- (サ) 知的財産の取得・管理
- (シ) ウェブサイト（ECサイト）の活用
- (ス) 広報・PR戦略

イ 支援対象事業者に対し、発注者とともに派遣要望に関するヒアリングを行い、専門家派遣による支援の内容等について発注者と検討の上、課題の抽出及び解決策を示した支援計画を作成すること。

ウ 支援対象事業者と企画コーディネーターとの間で作成した支援計画に基づき、商品力向上アドバイザーを派遣する等により、具体的かつ実践的な指導・助言を行わせること。

指導・助言は、支援対象事業者の要望を聞き取りながら、支援対象事業者が持つ強み（セールスポイント）等を探し、理解した上で、一緒に課題の解決に当たらせるほか、できるだけ支援対象事業者の商品開発・改良等の進捗状況に合わせた日程及び時間で実施すること。

なお、指導・助言分野のうち、企画コーディネーターが専門的知識を有し、課題解決に対して、具体的かつ実践的な指導・助言が可能な場合は、企画コーディネーターが商品力向上アドバイザーの役割を併せ持ち、対応できるものとする。

エ 商品力向上アドバイザーの派遣回数は、各支援対象者ごとに5回までとする。

オ 支援対象事業者の課題と派遣した商品力向上アドバイザーの指導分野及び内容がミスマッチと判断される場合には、改めて適切な商品力向上アドバイザーを選出し派遣すること。

カ 商品力向上アドバイザーの訪問後に、支援対象事業者に対しフォローアップを行うこと。

なお、フォローアップは本事業期間内を通して継続的に実施し、支援状況の進捗管理を行うこと。

④ テストマーケティングの実施

専門家派遣による支援を行っている商品について、消費者ニーズを捉え更なるブラッシュアップにつなげるため、大手チェーン等店舗でのテストマーケティングを実施すること。

また、調査結果をもとに、次の事項を実施する

- ・消費者意見フードバック（販売結果、購入・非購入意見等）
- ・販売分析（ターゲット、販売チャネル設定や販売促進の方法）の分析、検討を実施
- ・商品修正（調査結果をもとに、パッケージデザイン・容器・容量の見直し等）修正を実施

⑤ 販路開拓の支援

専門家派遣による支援を行っている商品について、バイヤー等との商談機会を提供する等、販路開拓を支援すること。

⑥ その他支援策の実施提案

上記に掲げるほか、支援対象事業者の商品力向上に資する支援策の実施について提案すること。

⑦ 情報共有会議の開催

支援対象事業者に派遣する商品力向上アドバイザーの選出、決定、変更及び支援対象事業者への支援状況等について、必要に応じ、発注者と情報共有を図る会議を開催すること。

⑧ 活動報告会の開催

年度末に、本事業における成果を発表する報告会を開催すること。

⑨ 各種調整等業務

支援対象事業者、商品力向上アドバイザー及び発注者との連絡調整を行い、派遣日程の確定及び支援対象事業者の進捗状況を管理すること。

また、懸案事項が発生した場合には、発注者との会議等を迅速に実施できる体制をとること。

⑩ 業務量の想定

専門家による指導は、回数でのべ50回以上、時間でのべ100時間以上実施することを想定。

⑪ 派遣時における事故等

発注者は、専門家派遣中の不慮の事故や災害に対して、一切の責任を負わないものとし、受注者の責任で対応すること。

⑫ その他

前項までに規定のない業務内容については、企画提案書に基づくほか、発注者と受注者が協議の上、決定する。

(2) 食品大手企業等との連携による商品開発支援

① 商品コラボコーディネーターの配置

食品大手企業等（食料品製造業のほか、小売業、卸売業等を含む）と支援対象事業者の連携による商品等（以下「コラボ商品」という。）の開発を支援するため、次に掲げる要件を満たす者を商品コラボコーディネーターとして配置すること。

ア 食品大手企業等との連携による商品の開発について幅広い知識を有する者とする。

イ 食品大手企業等との幅広いネットワークを有し、支援対象事業者とマッチングできる者とする。

ウ 商品コラボコーディネーターは本事業の遂行を総括する立場であることから、受注者の事業所内に所属する者とする。

② コラボ商品の開発に係る情報収集、分析及び提案

ア 商品コラボコーディネーターは、食品大手企業等を10社以上訪問する等により、コラボ商品の開発に係る情報収集を行いニーズを把握すること。なお、コラボの形態として、PB（プライベートブランド）及びOEMを含むものとする。

イ アの結果を踏まえ、支援対象事業者とのマッチング提案を行うこと。

ウ 食品大手企業等とのマッチングの状況について、食品大手企業等及び支援対象事業者へのフォローアップを行い、支援状況の進捗管理を行うこと。

③ 情報共有会議の開催

コラボ商品の開発に係る食品大手企業等及び支援対象事業者の情報及び支援状況等について、必要に応じ、発注者と情報共有を図る会議を開催すること。

④ 支援結果報告並びに報告書の提出

本事業における成果を取りまとめた支援結果報告書を作成し提出すること。
また、(1)⑧の活動報告会において報告を実施する。

4 再委託の禁止

本仕様書に規定する業務内容のうち、商品力向上アドバイザーに関しては、受注者の外部の者を選出し、指導にあたらせることも可能であるが、他の業務については、全て受注者が実施することとし、委託業務の全部又は一部を第三者に委託してはならない。ただし、書面により発注者の承諾を得たときは、この限りでない。

5 その他

この仕様書の定めのない事項については、発注者と受注者が協議の上、決定する。