

# 令和7年度オンラインストアによる販売促進事業 業務委託仕様書（案）

## 1 事業の目的

東日本大震災・原子力災害以降、県では県産農林水産物の風評払拭を図るため、本県産の安全性及び魅力の周知とともに、販路の回復・拡大に結びつく取組を一体的に展開してきた。その結果、農林水産物の販売価格については、一部の品目では震災前の状態に戻りつつあるものの、未だ震災前の水準に回復していない品目も見られる。

そのため、本事業は、県産農林水産物の販売価格の回復に貢献するため、Amazon、楽天市場、Yahoo!ショッピング等（以下「オンラインストア」という。）を県産農林水産物及び関連加工食品（以下「福島県産品」という。）の主要な販路の一つとするとともに、全国の消費者に直接魅力を伝え、福島県産品を購入する機会を拡大することにより、福島県産品の販路拡大及び価値向上を目的とする。

## 2 委託業務の内容

### （1）オンラインストアにおける出店者の確保・育成に関すること

以下の出店者の確保、販売力の向上、市場調査に基づく販売促進策について、効果的な企画を提案すること。

#### ア 出店者の確保に関すること

##### （ア）新規出店者の募集・リクルーティング

オンラインストアに出店する県内の生産者等の拡大に向け、新規出店者の募集・リクルーティングを行うこと。

##### （イ）新規出店者の出店にかかる経費の一部助成

（ア）で募集・リクルーティングした県内の生産者等が出店しやすいように、出店にかかる経費を一部助成すること。

##### （ウ）事業説明会の実施

県内の生産者等に対し、オンラインストアへの出店者及び県が実施する本事業に関する説明会を実施すること。なお、内容については県と協議して決定すること。

#### イ 出店者がオンラインストアで商品を販売する力（以下「EC力」という。）の向上に関すること

（ア）出店者からの問い合わせ窓口を設置するとともに、事業者専用ポータルサイトを通して、セミナー資料等を閲覧させる等、必要な支援体制を整備すること。

（イ）出店者のECへの対応力と販売力の強化を目的に、レベル別のセミナーを実施すること。特にビギナーの育成を目的に、個別相談やグループコンサル等の伴奏支援を行うこと。

（ウ）出店者同士が学び合い、共に成長を続けられるよう、出店者同士のネットワーク強化を図ること。ただし運営に当たっては、ガイドラインを設けて個人情報や営業情報が漏洩しないよう努める等、適切な管理を行うこと。

（エ）出店者のEC力を分析し、出店者の現状を把握するとともに、各種支援策による育成状況を把握すること。

## ウ 主力福島県産品（米、青果、畜産、水産）のEC市場調査に関すること

- (ア) 県が策定する品目別販売戦略の実行の一つとして、オンラインストアにおける主力県産農林水産物毎の市場分析や購買行動分析を行うとともに、販売計画を策定すること。
- (イ) 令和6年度に実施したECにおける桃の市場分析の結果を基に、早期予約の獲得やギフト訴求等、ECの特性を踏まえた販売手法を実証し、得られた結果を検証し、当該手法の妥当性や改善点を明確にすること。なお、市場分析の結果は現在作成中であるため、本プロポーザルにおいては、早期予約の獲得やギフト訴求を想定して提案すること。
- (ウ) 出店者の商材別のグループセミナーを実施し、市場分析の結果得られた気づきや効果的な販売手法を共有し実行を促すこと。

## (2) 主力福島県産品を中心とした販売促進キャンペーンに関すること

以下の販売促進キャンペーンにおける効果的な企画を提案すること。

### ア 共通クーポンキャンペーンの実施に関すること

オンラインストアにおいて、開催期間や訴求商材を統一した共通クーポンキャンペーンを3回実施すること。

- (ア) 原則としてクーポン利用の対象を新規顧客に限ることとし、そのターゲティングについては県と協議の上、決定すること。
- (イ) 特設サイトの設置や誘導広告の実施等、新規顧客の購買を促進する効果的な情報発信を行うこと。なお、前年度に実施したEC市場調査に基づき、有効なセグメント及び媒体とすること。

### イ 新規出店者を対象とした販売促進策に関すること

新規出店者の支援を目的とした販売促進策を実施すること。なお、新規出店者の範囲については、必要な店舗への支援となるよう、出店者のレベル水準を勘案し、県と協議の上、決定すること。

## ウ ふくしまプレデスティネーションキャンペーン（以下、「ふくしまプレDC」という。）及び大阪・関西万博の機会を捉えた販売促進キャンペーンに関すること

- (ア) ふくしまプレDCの開催期間（令和7年4月～6月）や、大阪・関西万博の県ブース出店（令和7年7月19日）において、来場者に対する特別クーポンの配布や、ターゲティング広告の実施等、旅先の体験をきっかけにお取り寄せを促進するキャンペーンを実施することとし、参画店の募集、クーポン配布場所の選定、問い合わせ対応等、一切の事務局機能を担うこと（大阪・関西万博の県ブースにおける配布を除く）。
- (イ) 特別クーポンの配布サイトを作成すると共に、観光客の購買意欲を喚起する情報提供を行うこと。
- (ウ) ターゲティング広告等により継続的な購買に繋げるとともに、今後に向けた効果検証を行うこと。

## エ 上記の販売促進キャンペーンにおける留意事項について

- (ア) 主力福島県産品を中心としながら、多くの福島県産品を取り扱うこと。
- (イ) クーポンを適用する商品は、原則県産農林水産物が原材料のものとし、適用商品を選定すること。
- (ウ) クーポンの割引率は県と協議して決定すること。

## (3) 大手食品ECサイトにおける福島県産品の取扱拡大に関すること

以下の取扱拡大策について効果的な企画を提案すること。

- ア 福島県産品の取扱拡大を促進するため、県内外の大手食品ECサイトと県内生産者との商談機会を提供する等、効果的なマッチングを行うこと。
- イ 大手食品ECサイトのページ作成や商品化の支援、タイアップ企画等、必要な販売促進の支援を行うこと。

## (4) 「ふくしまプライド。」ポータルサイト（以下「ポータルサイト」という。）の管理・運営及び出店者データベースの作成に関すること

### ア ポータルサイトの管理・運営に関すること

旬の時期を捉えた県産農林水産物の訴求について、効果的な企画を提案すること。

- (ア) 地理的表示（GI）保護制度の登録産品を含む、「わがまち自慢 ふくしまプライド。」のコンテンツを追加し、直売所の販売に結びつける等、サイトの情報発信や販売促進の効果を高めること。
- (イ) 適切なSEO対策を講じ、各種コンテンツの更新や修正、追加の作業に対応すること。

(ウ) 適切な暗号化通信を行うとともに、セキュリティ対策を実装すること。

### イ ポータルサイトドメインに紐付くサイトの維持・管理に関すること

以下のサイトについて、ポータルサイトのサーバー内で維持・管理を行うこと。

また、県の指定により、ページの更新作業を行うこと（各ページの作成は別事業）。

- (ア) 「ふくしまの米」 <https://fukushima-pride.com/fukushimanokome/>
- (イ) 「毎月8日はごはんの日」 <https://fukushima-pride.com/fukushima-gohannohi/>
- (ウ) 新設を予定している「ふくしまプライド。」販促資材の発送申込サイト
- (エ) 新設を予定している「バイヤー向け農林水産物サイト」

### ウ 出店者データベースの作成に関すること

将来的に、福島県産品を取扱うECサイトを紹介するポータルサイトを立ち上げることを想定し、出店者のデータベースを作成すること。 収集するデータの内容や収集方法について、効果的な企画を提案すること。

## (5) その他

上記の他、目的を達成するために必要な独自の施策を提案すること。

## 3 委託期間

契約締結の日から令和8年3月31日まで

#### 4 成果品

- (1) 実績報告書
- (2) その他、県が必要と認める書類  
なお、各々の様式は、県、受託者が協議のうえ定めることとする。

#### 5 提出書類

委託契約書に定めるもののほか、次の各号に掲げる書類を指定する日までに提出しなければならない。

- (1) 着手届
- (2) 総括責任者通知書
- (3) 再委託等に係る承認申請書（該当がある場合のみ提出）
- (4) 完了届
- (5) その他、県が業務の確認に必要と認める書類

#### 6 総括責任者

本事業に当たって、十分な経験を有する者を総括責任者として選任しなければならない。

なお、総括責任者は、本事業が終了したときは、その内容について厳密な照査検算を行い、錯誤等の修正を行わなければならない。

#### 7 関係機関との協議

本事業の遂行上必要とする資料の収集に当たって関係機関との協力を得る場合は、あらかじめその趣旨を県に連絡したうえでこれを行うものとする。

#### 8 業務等の打ち合わせ

本事業の期間において、県との間で随時打ち合わせを行うものとする。

#### 9 その他

この仕様書に定めのない事項及びこの仕様書に定める内容について疑義が生じたときは、県、受託者が協議のうえ定めることとする。