

青森県産品のフランス（EU）への輸出に向けたマーケティング戦略検討業務 仕様書（案）

1 委託業務名

青森県産品のフランス（EU）への輸出に向けたマーケティング戦略検討業務

2 委託契約期間

委託契約締結の日から令和8年2月27日（金）まで

3 業務目的

フランス（EU）市場へ輸出可能性の高い青森県産農林水産物及び加工食品（以下、「県産品」）について、市場の現況及び市場機会、潜在的なニーズ等を調査・分析し、県産品のEUへの輸出に向けたマーケティング戦略を検討する。

4 業務内容

県が指定する品目と提案品目の合計5品目について、以下の業務を行う。

県が指定する品目は、日本酒と牛肉の2品目とし、提案品目は、輸出可能性が高いとして提案があった3品目（ホタテを除く）とする。

（1）市場調査・分析

マーケティングの基本プロセスに基づき、フランス（EU）市場における、県産品の輸出環境について、マクロ環境及びミクロ環境の視点から調査・分析すること。

なお、調査方法については、アンケート調査、ビッグデータ分析、インタビュー調査等の手段を問わず、「3 業務目的」を最大限達成できる方法で実施すること。

<調査項目例>

ア. マクロ環境

- （ア）政治的要因
- （イ）経済的要因
- （ウ）社会的要因
- （エ）技術的要因
- （オ）環境的要因
- （カ）法的要因（輸出規制等）
- （キ）その他

イ. ミクロ環境

- （ア）顧客
- （イ）競合
- （ウ）流通（輸入業者から小売・外食事業者までの商流やコスト等）
- （エ）価格（競合品の小売・卸価格等のコスト構造）
- （オ）その他

(2) STP分析

(1)の結果を踏まえて、調査品目ごとにポジショニングを明らかにし、調査品目ごとに連携して取り組むべき有望な事業者を取りまとめる。

(3) インタビュー調査

(2)で取りまとめた有望な事業者の中から、調査品目ごとに県産品を取り扱う意向が高い事業者を選び、上記調査項目例の詳細な調査や事業者の今後の取り扱い意向等について、対面によるインタビュー調査を行う。

インタビュー対象事業者は、調査品目ごとに①輸入事業者・ディストリビュータ、②小売事業者、③外食事業者の各1者以上とする。

なお、インタビュー調査については、その一部を青森県と受注者が共同で実施する予定であるので、実施時期については、県と十分に協議して実施すること。

(県職員の渡航費用は、県が負担)

(4) マーケティング戦略の提案

(1)から(3)の結果を踏まえて、4P分析や4C分析等により、マーケティング・ミックスを検討し、青森県内の生産者及びメーカーが取り組むべきマーケティング戦略を提案する。

(5) 輸出促進施策の提案

(4)のマーケティング戦略に基づき、県内事業者が進める輸出の取組を促進する県の施策について提案する。

5 中間報告

令和7年10月末までに実施した(1)から(5)の調査結果を令和7年11月末までに電子データ(Wordデータ)にて提出すること。

6 最終報告

4(1)から(5)の内容を含んだ業務完了報告書(Wordデータ)を令和8年2月27日(金)までに発注者に提出すること。

なお、最終報告については、5 中間報告書の内容を基に作成すること。

7 その他

(1)本仕様書について疑義が生じた場合又は定めのない事項については、別途協議する。

(2)委託業務運営に当たっては県と十分に連絡を取りながら行う。

(3)手続において使用する言語及び通貨は、日本語及び日本円とする。