

仕様書

1 事業名

日本産牛乳乳製品におけるジャパンブランドの確立及び販路の開拓に係る業務

2 事業目的

優れた乳質の生乳を原材料とし、高い衛生管理のもと製造される日本産牛乳乳製品の優位性を海外に広く周知し、日本産牛乳乳製品の消費拡大を促すことを目的に、関係者と連携した「ジャパンブランドのPR」、「海外でのプロモーション」及び「セミナー及び料理教室の開催」の取組を実施する。

3 対象国・地域・事業内容

コンセプトを明確にし、次の取組を行うこと。

なお、コンセプトの設定に当たっては、優れた乳質の生乳を原材料とし、高い衛生管理のもと製造される日本産牛乳乳製品の特徴を踏まえるとともに、牛乳乳製品輸出口マークとの調和を考慮し、当該マークの表示や掲載について検討すること。

一般社団法人日本乳業協会が商標登録を行った牛乳乳製品輸出口マークを言う（以下同じ）。本マークについては、以下HPを参照のこと。

<https://www.nyukyou.jp/support/logo/>

また、喫食した外国人等による、日本産牛乳乳製品に係る消費行動が活発化するように、対象国・地域での日本産牛乳乳製品の販売状況等を踏まえた取組とするとともに、対象国・地域における日本産牛乳乳製品の購入・喫食可能場所等に関する適切な情報発信を行うこと。

（１）ジャパンブランドのPR

ア 宿泊施設におけるPR

（ア）シンガポールまたは台湾において、多くの現地在住者が利用する国際的なホテルのレストラン等を選定し、実施すること。

（イ）レストラン等において、牛乳（乳飲料を含む。）やチーズ、アイスクリームなど、日本産牛乳乳製品（日本産牛乳乳製品を使ったメニュー）を提供するとともに、ホームページ、サインボード、パンフレット、広報誌等により、日本産牛乳乳製品についてPRすること。（作成物については、日本の良質な酪農イメージがしっかり伝わるよう制作すること。）

（ウ）喫食者にとって、馴染みや人気のあるメニューを検討し、提供すること。

（エ）事業効果が最大限発揮される時期や期間を設定するとともに、事業量（提供数、対象者数など）を定量的に示すこと。

（オ）事業の効果を測定する評価指標を設定すること。

イ 航空機におけるPR

（ア）日本とシンガポール、または日本と台湾を結ぶ航空路線において、日本人以外を中心とした搭乗者を対象にできる一つ以上の路線を選定し、往路及び復路の航空機内でそれぞれ実施すること。

（イ）航空機内の広報媒体（広報誌、機内動画など）に、日本産牛乳乳製品に関する

る情報等を掲載してPRすること。

- (ウ) 広報媒体への情報掲載に加え、航空機内におけるヨーグルト、チーズ、アイスクリームなどの日本産牛乳乳製品の提供による体験型の効果的な取組を実施すること。
- (エ) 牛乳乳製品の提供にあわせて、喫食者に対する web アンケート (QR コードを用いた嗜好調査など) を実施すること。
- (オ) 事業効果が最大限発揮される時期や期間を設定するとともに、事業量 (路線、本数、対象者数など) を定量的に示すこと。
- (カ) 事業の効果を測定する評価指標を設定すること。

(2) 海外でのプロモーション

ア 事業者 (実需者) 向けフェアの開催

- (ア) シンガポール及び台湾において、外食チェーンやレストランと連携し、現地の事業者 (実需者) を対象とした日本産牛乳製品フェアを開催すること。
- (イ) 潜在的な需要が見込まれるターゲットの食習慣や嗜好、消費行動に応じた効果的なプロモーションを実施すること。
- (ウ) 日本への旅行経験者 (日本ファン)、子供及びその親、健康志向者をターゲットとし、現地の食習慣などを踏まえ、受入れられやすい飲み方・食べ方で、～ のそれぞれに対して試飲 (試食) 販売を行うこと
- (エ) ターゲットごとに、最も効果的な実施場所や時期を設定するとともに、事業量 (来場者数、試飲等対象者数など) を定量的に示すこと。
- (オ) 事業の効果を測定する評価指標を設定すること。

イ 一般消費者向けフェアの開催

- (ア) シンガポール及び台湾において、日本産牛乳乳製品を販売している大型ショッピングモールやデパート等と連携し、現地の一般消費者を対象とした日本産牛乳製品フェアを開催 (参画) すること。
- (イ) 潜在的な需要が見込まれるターゲットの食習慣や嗜好、消費行動に応じた効果的なプロモーションを実施すること。
- (ウ) 日本への旅行経験者 (日本ファン)、子供及びその親、健康志向者をターゲットとし、現地の食習慣などを踏まえ、受入れられやすい飲み方・食べ方、～ のそれぞれに対して試飲 (試食) 販売を行うこと。
- (エ) ターゲットごとに、最も効果的な実施場所や時期を設定するとともに、事業量 (来場者数、試飲等対象者数など) を定量的に示すこと。
- (オ) 事業の効果を測定する評価指標を設定すること。

(3) セミナー及び料理教室の開催

ア 実演・調理セミナーの開催

- (ア) シンガポールにおいて、製菓店、ホテル、レストラン、コンビニエンスストア、製菓加工メーカー等でパティシエ又は菓子メニュー監修者として勤務する者を対象とした、実演・調理セミナーを開催すること。
- (イ) セミナーの講師には、日本産乳製品及び鶏卵の素材の風味等が十分に感じられる菓子メニューを提案できるとともに、シンガポールの菓子業界における知

名度の高い者を起用すること。

(ウ) セミナーの開催にあわせて、商談会を実施すること。

(エ) 最も効果的な実施場所や時期を設定するとともに、事業量(受講者数、提供メニュー数など)を定量的に示すこと。

(オ) 事業の効果を測定する評価指標を設定すること。

イ 菓子づくり体験講座の開催

(ア) シンガポールにおいて、日本の菓子に関心がある現地在住の消費者を対象とした、菓子づくり体験講座を開催すること。

(イ) 体験講座は、日本の菓子、その原材料となる乳製品等の魅力を高められるような日本産乳製品及び鶏卵を使用した菓子づくり体験コースとし、上級者向けだけでなく、親子でも参加できる形式とすること。

(ウ) 体験講座における参加者の募集は、現地の菓子販売店等と連携し、菓子の購入者に限定して行うなど、上記の(ア)や(イ)に沿うように実施すること。

(エ) 体験講座の開催にあわせて、PR効果を高めることができる取組(日本の製菓専門学校への留学に関するパンフレットの配布、SNSによる情報発信など)を実施すること。

(オ) 最も効果的な実施場所や時期を設定するとともに、事業量(受講者数、体験メニュー数など)を定量的に示すこと。

(カ) 事業の効果を測定する評価指標を設定すること。

4 留意事項

(1) 3(1)から(3)の取組の実施に当たっては、日本産牛乳乳製品全体の需要の底上げに繋がる仕組みを検討し、連携先や乳業メーカー等と調整の上、提供する商品内容を決定すること。

(2) 事業内容の詳細やスケジュールは、企画提案の内容を基に、事業開始時に発注者との協議により決めることとし、提案内容について発注者側が十分協議・検討できるスケジュールとすること。

(3) 受託者は計画立案・進捗状況・取組内容を報告・検討するための会議を定期的を開催すること。

5 事業報告

3(1)から(3)の取組に係る実施報告書を作成すること。

なお、報告書には、取組内容をとりまとめるとともに、評価指標の分析等を行い、今後の輸出拡大に向けた詳細な提言を盛り込むこと。

6 履行期間

契約締結日から 2026 年 1 月 31 日まで