

令和8年(2026年)1月20日
熊本市農業政策課 農水ブランド戦略室

令和8年度(2026年度)熊本産品プロモーション事業業務委託
質問事項に対する回答

	質問事項	回答
1	(共通)「事業全体」について: 今回の事業提案の参考とする ために、今年度(令和7年度) 実施している事業の内容、具体 的な成果、および課題について ご教示いただけますでしょうか。 特に、今年度実施している事業 の中で解決しきれなかった課題 や、次年度に向けて強化すべき 点をご共有いただければ、より 実効性の高い提案が可能とな ります。	令和7年度事業は、現在契約期間中につき成果の詳細回 答は控えさせていただきます。本事業の課題(令和7年度に 限定しない)として、次の点を認識しています。 ・小規模事業者にとって魅力的な事業メニューが少ない。 ・参加希望者全員が希望する事業に参加できていない。 ・参加事業者の募集方法の改善余地がある。 ・次年度以降の継続取引実現・可視化が十分でない。 ・単発イベント後の定着化が不十分 次年度は仕様書に記載の主な業務を「継続取引」をキーワ ードに実施・強化します。 (1) 大消費地における期間限定アンテナショップ展開 (2) 飲食店等を活用したプロモーション (3) 継続取引に繋がるバイヤー等の開拓と、熊本連携中枢 都市圏の農漁業者、農業協同組合、漁業協同組合、食品 関連事業者等とのマッチング機会の提供
2	(共通)「熊本産品」の定義に ついて: 本事業における「熊本 産品」の定義について、「熊本 連携中枢都市圏」の農漁業者 が取り扱う産品も、熊本産品の 対象となるという理解でよろし いでしょうか。	お見込みのとおりです。
3	(基本仕様書)「6 提案上限 額」について: 今年度の事業と 比較して事業費が減額となっ ておりますが、一方で基本仕様書 の業務内容を比較すると金額の 減額にかかる大きな差異は見 当たりませんでした。減額となっ	予算編成上の理由によるもので、業務範囲の縮小を意図し たものではありません。

	<p>た理由(例:予算制約上の理由であり業務範囲の縮小を意図しない等)や、減額に伴い対象外となる業務等がもしございましたらご教示ください。</p>	
4	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容(1)大消費地における期間限定アンテナショップ展開」について:改善を意識した実効性の高い提案を行うため、今年度実施したアンテナショップの販売品目、売上高、実施場所等の参考となる実績データを可能な範囲でご教示ください。</p>	<p>※売上高の個別数値は公表していません。 今年度(令和7年度)の展開については、契約期間中のため主なもののみご案内します。</p> <p>①伊勢丹3店舗、クイーンズ伊勢丹3店舗 期間:6月13日(金)~15日(日) 販売品目:すいか、メロン ほか</p> <p>②角上魚類 1店舗 期間:7月11日(金)~13日(日) 販売品目:水産物(真鯛 等)</p> <p>③高島屋 4店舗 期間:11月21日(金)~23日(日) 販売品目:みかん、トマト、ブロッコリー等</p> <p>④中島水産 複数店舗 期間:11月21日(金)~23日(日) 販売品目:水産物(ぶり、きびなご、海苔など)</p> <p>※現段階において売り上げ目標の800万円を大きく超える見込みです。</p>
5	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容(1)大消費地における期間限定アンテナショップ展開」について:ウに記載の「主に大口取引に繋がるような」という点に關しまして、貴市が想定されている「大口取引」とは具体的にどのようなケース(例:卸取引、百貨店との口座開設、一定金額以上の継続取引等)を指しますでしょうか。</p>	<p>大規模生産者等の販路として適切な販売先を想定しています。例:首都圏に複数店舗展開する量販店、百貨店等。販売金額の基準は、期間・品目により異なるため設定していませんが、売上目標を800万円以上とし、達成に向けたご提案をお願いします。</p>

6	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容 (2) 飲食店等におけるプロモーション展開」について: 昨年度と異なり、今年度は「飲食店等」におけるプロモーション実施が明記されていますが、今回飲食店等での展開を重視されている背景や狙いについてご教示ください。</p>	<p>小規模生産者も、本事業に参加しやすく、かつ小ロットでも継続的な取引につながる施策を期待しているためです。こだわりの産品を求める飲食店等に、熊本の高品質な食材を紹介し、共感いただける販売先の開拓等を期待しています。</p>
7	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容 (2) 飲食店等におけるプロモーション展開」について: 「小ロット」「小口」での取引が可能な飲食店等との記載から、チェーン店よりも個店(オーナーシェフ等)を想定しておりますが、生産者側からも小口取引に対する具体的なニーズや意欲が確認されているという理解でよろしいでしょうか。(小口配送の負担を懸念する生産者もいるため、物流構築の参考とさせていただきます。)</p>	<p>チェーン店等の大口取引を排除するものではありません。小規模生産者でも本事業に参加しやすい施策を期待しています。複数店舗展開の飲食店等による大口取引の提案も歓迎します。</p> <p>なお、参加事業者は、契約締結後に募集するため、現時点では未確定です。</p>
8	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容 (2) 飲食店等におけるプロモーション展開」について: 「具体的な場所や期間」の提案が求められていますが、場所に関しては「大消費地」という指定以外に、特定のエリアや立地条件(例: 都内主要エリア、駅近等)など、貴市として望ましい条件がございましたらご教示ください</p>	<p>指定はありません。合理性・実現性(集客特性、物流動線、費用対効果等)を検討のうえご提案ください。</p>

9	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容 (3) 継続取引に繋がるバイヤー等の開拓…」について: 昨年度の仕様書ではバイヤー数について「5 社程度」といった目安の記載がありましたが、本年度において招聘すべきバイヤー数や商談件数に関する具体的な目安や条件はございますでしょうか。</p>	<p>提案内容(産地訪問、現地商談会、オンライン商談会等)により異なるため、目安は設けていません。委託費の範囲内で可能な計画をご提案ください。</p>
10	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容 (3) エ 個別の相談等」について: 「個別の相談等」とありますが、過去の事業において具体的にどのような性質の相談(例:商品開発、物流、価格設定等)が寄せられていますでしょうか。また、それらに対応するために配置すべき相談員や専門家のスキルセットについて、ご要望等はございますでしょうか。</p>	<p>過去の相談は、販売先の開拓、商品改良・加工、表示・価格設定、物流 等、多岐にわたります。相談員・専門家に特段の指定はありませんが、丁寧な対応と適宜の進捗報告をお願いします。受託者での対応が困難な場合は、本市と協議のうえ対応方法を検討します。</p>
11	<p>11. (基本仕様書)「9 業務委託内容 (1) 大消費地における期間限定アンテナショップ展開(P2)」について: 売上目標800 万円の算定範囲について、実店舗での現地決済額に加え、本事業と連動して特設されたEC サイトや、店舗設置のQRコード等を経由したオンライン販売(後日配送分も含む)の売上を、本事業の成果として合算することは認められますでしょうか。</p>	<p>はい、問題ありません。</p>

12	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容 (5) 共通事項(P3)」について:「事業終了後も継続的な取引」を実現するための物流スキームとして、生産者と実需者の直接取引だけでなく、市場卸や中間流通事業者を介在させた商流構築についても、本事業における「販路拡大・継続取引」の成果として認められますでしょうか。</p>	<p>はい、問題ありません。</p>
13	<p>(評価基準・基本仕様書)「評価基準(9) 事業成果検証の方法」および「基本仕様書2 目的及び概要」について: 昨年度(R7) 事業と比較し、本年度は「売上目標」や「販路拡大」が明記されていますが、審査においてはメディア露出量(広告換算額等のPR 効果)よりも、「具体的な取引成約件数」や「販売金額(実売実績)」に高いウェイトが置かれるという理解でよろしいでしょうか。</p>	<p>お見込みのとおりです。</p>
14	<p>(基本仕様書)「9 業務委託内容 (2) 飲食店等におけるプロモーション展開(P2)」について: 小規模生産者の参加促進のため、従来の市場流通(大口ルート)に乗らない商品について、宅配便等を活用した「産地直送(小口多品種・規格外品対応)」の物流スキームを構築・提供することは、本事業の目的に合致し、推奨されるものでしょうか。</p>	<p>ご質問内容の「宅配便等を活用した「産地直送(小口多品種・規格外品対応)」の物流スキームを構築・提供」についての具体的内容が分かりかねますため、提案時に具体計画を記載いただければ審査時に判断させていただきます。</p>

15	<p>(基本仕様書・契約書案)「9 業務委託内容 (1)アンテナショップ展開」および「契約書案 第4条」について: アンテナショップおよびプロモーション展開における商品売上(目標 800 万円)は、受託者の収入として計上し、商品の仕入れ等の経費に充当する(委託料 1,300 万円とは別会計とする)スキームでよろしいでしょうか。また、その場合の商品所有権移転のタイミングや在庫リスクの考え方について、貴市としての指定等はございますでしょうか。</p>	<p>本事業の実施にあたり、受託者が必ずしも仕入を行う必要はありません。商品の取扱い(仕入方法・所有権移転の時期・在庫リスク)は、受託者の事業運営ルールに則り設計ください。本市からの一律指定はありません。</p>
16	<p>基本仕様書 P3 (4) 各販路におけるマーケティング調査 これまでのアンケート調査・分析結果を共有してください。 特に課題点の整理と過年度の調査・分析結果を受けて、熊本市として、どこに何を注力しているかと考えているかの施策の方向性を共有してください。</p>	<p>受託事業者から提出された報告書は公表していません。 質問1の回答をご確認ください。</p>
17	<p>2025 年度もアンテナショップを実施していると思いますが、具体的な場所、期間、取扱品目、売上実績について御教示ください。</p>	<p>質問4の回答をご確認ください。</p>
18	<p>百貨店やスーパーマーケットでのアンテナショップの売上目標 800 万円以上について、想定イベント回数(1回なのか複数回なのか)を御教示いただきたいです。また、百貨店やスーパ</p>	<p>回数指定はありません。 質問11の回答をご確認ください。</p>

	<p>一マーケットがもつオンラインストア等の実地以外のチャンネルとの連動を実施した場合、その売上金額は目標額の 800 万円に参入しても問題ないでしょうか。</p>	
19	<p>アンテナショップについて。「主に農水産物を基本とする」とあるが、過去の傾向や現在の課題として、特に強化したい品目群（例：野菜、果物、水産物、あるいは日持ちのする加工品）はあるか。</p>	<p>熊本市の農業と水産業（熊本市の農業と水産業 / 熊本市公式サイト）を参考にしてください。本市としては生産量の多い特産品の強化を考えています。</p>
20	<p>飲食店のプロモーション展開は特に具体的な目標は設定されていないが、飲食店は何店舗、取扱い農水産物の品数はどの程度を想定しているか。もしくは、取扱い店舗数及び取扱い農水産物数の最低ラインはどの程度か。</p>	<p>提案者にてご検討のうえ、効果的な施策をご提案ください。</p>
21	<p>「飲食店等を活用したプロモーション」について、市が特に連携を希望する店舗のターゲット層の指定はありますか？</p>	<p>提案者でご検討のうえ、効果的な店舗、ターゲット層をご提案ください。</p>
22	<p>プロモーション期間中、飲食店が使用する製品の代金は、「委託費（企画費）から捻出」するのか、それとも「飲食店側が通常仕入れとして購入」することを前提としていますか？</p>	<p>本市からの指定はありません。委託費計上または店舗側の通常仕入れのいずれでも構いません。採用理由・費用対効果が分かる形でご提案ください。</p>

23	バイヤーの開拓や商談会について、具体的なバイヤーの数には言及されていないが、どの程度の数を想定しているか。もしくは、最低ラインはどの程度の数を想定するか。	質問9をご確認ください。
24	2025 年度のバイヤー商談会の実績(場所、期日、品物、バイヤーの属性及び人数等)を御教示ください。	産地訪問を計5回実施。 属性は、飲食店関係者、百貨店、量販店等。 計20名のバイヤーが参加。 品目:すいか、メロン、トマト、みかん、水産物等。
25	バイヤー商談について、事業終了後のフォローアップについて、「令和9年3月末まで」とありますが、『次年度以降の成約状況』についても、受託者が継続して市へ報告する義務が生じますか？	報告義務はありませんが、可能であればご報告をお願いします。事業終了後に本市から任意の情報提供をお願いします場合があります。
26	2025 年度は 1 年を通して季節毎で農水産物のプロモーションを実施していたようであるが、2026 年度も季節毎でバランスをとってイベントが開催されるような想定か。	年間を通したプロモーションの実施が可能となるよう、この時期に公募を開始しています。熊本市の農業と水産業(熊本市の農業と水産業 / 熊本市公式サイト)を参考に旬に合わせた効果的なご提案をお願いします。
27	熊本市東京事務所との連携について、具体的にはどのようなことを想定しているか。また、これまではどのような連携を図っていたか、御教示ください。	今年度(令和7年度)は東京事務所と連携し、飲食店フェアや、物産展等を実施しました。今後も必要に応じて、情報提供・調整を行います。
28	「芸能人は活用しないこと。インフルエンサーや、シェフ等の活用は可能」とあるが、過去の施策においてどのような層(例:料理系、ライフスタイル系)が効果的だったと判断しているか。	芸能人は活用しない方針です。インフルエンサーやシェフ等の活用は可能で、料理系・食トレンド発信に強い層が効果的と考えます。

29	アンテナショップやプロモーションにおいて、熊本市が既に保有している什器、備品、法被、パンフレット等の無償貸与は可能か。また、その送料は委託料に含める必要があるか。	本市で什器、備品の保有はありません。広報物は、必要に応じて委託費内にて作成してください。送料等が必要となる場合も、委託費の範囲内で対応をお願いします。 (仕様書 P.2 「8委託業務に係る留意事項」・実施に必要な経費については、全て委託費の範囲内で対応すること。と記載しております。)
30	「次年度以降に向けた課題等の整理」を行う必要があるが、現時点で市が認識している「これまでのプロモーションで不足していた点」や「壁となっていること」は何か。	質問1の回答をご確認ください。
31	「対象者に向けた事業説明会を実施すること」とあるが、参加を想定している熊本連携中枢都市圏の生産者・事業者数は概ね何名程度か。また、説明会の対象者への募集方法で熊本市から提供してもらえることや情報(生産者や組合の連絡先)はあるか。	20社程度を想定しています。本市から事業者情報の提供はできませんが、募集時に本市より各事業者へ案内を実施します。
32	「適宜、本市と協議及び打ち合わせを行うこと」とあるが、定例会議(例:月1回オンライン等)の開催頻度の希望はあるか。	最低でも月1回程度は必要と考えております。必要に応じ、臨時開催をお願いします。
33	熊本市以外の自治体産品の選定や事業者との連絡において、熊本市が窓口となるのか、受託者が各自治体に個別にアプローチする必要があるのか。	基本的に受託者での対応をお願いします。
34	「継続取引の実現」について、例えば**『百貨店での定番採用』や『EC サイトでの年間契約』**など特に評価したい「具体的な成果の形」があれば教え	特にありません。実績報告書については、記載可能な内容は全て記載をお願いします。

	<p>てください。また、成果報告書において、取引成立後の『具体的な成約金額(見込み含む)』の記載まで求められますか？</p>	
35	<p>製品の選定にあたり、**「熊本市産品」と「圏域他自治体産品」の割合(比率)**について、市として明確な基準や希望はありますか？(例:熊本市産品を必ず〇割以上含める等)</p>	<p>指定はありませんが、本市と協議のうえ決定してください。</p>
36	<p>特定の農水産物をメインに据えた企画において、天候不順等による品不足が生じた場合、柔軟な代替品への切り替えや企画変更はどの程度認められますか？</p>	<p>その都度協議のうえ、柔軟にご対応をお願いします。</p>
37	<p>バイヤー商談に参加する事業者(生産者)の募集は、熊本市様及び中枢都市圏該当エリア様が主体となると理解してよろしいでしょうか？</p>	<p>お見込みのとおりです。</p>