

「三重ふるさと名物商品販路拡大事業」 Q & A (20150701)

1. 「虎ノ門市場」について

Q 1 「虎ノ門市場」の対象顧客層について教えてほしい。

⇒ 40～70 代男女、主として大都市圏にお住まいの中・高所得者層です。

Q 2 「虎ノ門市場」で売れ筋の商品はどのようなものか？また、1 商品あたりどれくらいの注文数があるのか目安を知りたい。

⇒ 売れる商品は、利便性の高い商品です。たとえば調理が不要な加工品や、小分けしてあるものがその一例です。商品ジャンルとしては魚介類が売れます。注文数については、商品のジャンルや露出の度合いによって異なります。

Q 3 ギフト商品の対応は必要か？

⇒ 「虎ノ門市場」のお客様は自家消費が中心です。「のし」などギフト商品対応は不要です。

Q 4 売れる価格帯はどれくらいか？

⇒ 商品によって異なりますが、3,000 円～5,000 円の価格帯で販売されるケースが多いです。商談時に、虎ノ門市場のバイヤーと別途調整をお願いします。

Q 5 他県でも同様のネット通販事業を実施するのか？

⇒ 国の交付金を活用したネットによる割引販売は、他県でも様々な通販サイトで実施されます。「虎ノ門市場」では、三重県のほかに静岡県が同様の特設サイトを設ける予定です。

2. 商品販売について

Q 6 30%引き後の価格を通販サイトに掲載するのか？（すでに通販サイト等で販売を行っており、売価が異なるのは困る）

⇒ 商品紹介のページにおいて、通常の販売価格とともに「ふるさと割」適用の商品である旨、割引率等を明示することとしています。表示方法についての詳細は、今後調整を行います。

Q 7 30%引きの対象経費はどのように考えているのか？

⇒ 商品の本体価格が対象です。

Q 8 割引販売した額の補てんはどのように行われるのか。

⇒ 割引販売した際の補てん財源は本事業費において負担します。出品事業者による負担はありません。

出品事業者への決済は、上代（割引前）の販売価格から契約で合意した所定の手数料を差し引いた額をお支払することになります。

Q 9 割引補てん額の上限に達した時点で販売を終了とあるが、三重県特設サイトそのものを閉鎖するのか？それとも割引なしでその後も販売できるのか？

⇒ 本事業による三重県特設サイトは平成28年2月29日まで開設します。この期間内に割引補てん額の上限に達した場合は、30%相当の「ふるさと割」の利用はできなくなり、通常の販売価格での運営となります。

Q 10 販売時期は、平成27年8月（予定）～平成28年2月29日とあるが、三重県特設サイトのその後の扱いはどうなるのか？

⇒ 三重県特設サイトは終了する予定です。なお、特設サイト終了以降の継続的な取扱いについては、個々の商品の売れ行き状況等により、運営事業者から個別にご相談させていただきます。

Q 11 一人あたりまたは1回あたりの「ふるさと割」利用の制限は設けるのか？

⇒ 特に制限は設けません。ただし、「虎ノ門市場」では大量注文が入った場合は、注文者に問い合わせを行い、確認を行う仕組みがあります。

3. 対象商品等について

Q 12 「1商品」の考え方（定義）を教えてください。

⇒ 同じ品名、品質で量目、サイズ、色違いは1商品扱いとすることができます。

例：みかん（3kg、5kg等）、土鍋（7号、8号等）、トートバッグ（黒、赤等）

Q 13 対象外となる商品ジャンルはあるのか？

⇒ 医薬品、サプリメント、動植物、ペット用品、書籍、美術品、家電、商品券、工事等が必要なもの、その他本事業の通販サイトに適しないと県が判断するものが対象外となります。

Q 1 4 販売価格が 2,000 円～20 万円とあるがこれは割引前の商品代金と理解して良いか？

⇒ その通りです。

Q 1 5 賞味期限の制約はあるか？

⇒ 商品の発送からお客様の受け取りまでの日数を考慮して、十分な日数が確保できる賞味期限の商品である必要があります。商品の特性にもよりますので、商談の際に、虎ノ門市場のバイヤーに確認をお願いします。

Q 1 6 生産量が少ないので、数量限定などの設定が可能か？

⇒ 可能とします。商談の際に相談してください。

Q 1 7 大量の注文があった場合の対応策はどのようにすれば良いか？

⇒ 出品事業者が 1 週間で発送できる数量をあらかじめ伺い、その数を販売可能数として虎ノ門市場のシステムに設定します。1 週分の販売可能数を超えた場合、その翌週分を自動的に販売開始します。翌週分が売り切れた場合は、翌々週分の販売となります。これまでの実績では、数週間程度であれば、お客様はお待ちいただいています。

Q 1 8 生鮮物で野菜や水産物などの場合、「おまかせパック」として組み合わせる野菜や魚などの種類が変動する商品も可能か？

⇒ 可能とします。

Q 1 9 食品以外の県産品は、どの程度取り扱うつもりか？

⇒ 食品以外の県産品は概ね 2 割を限度として取り扱う予定です。

Q 2 0 食品以外の県産品も「虎ノ門市場」で取り扱うのか？

⇒ 「虎ノ門市場」は食関係の通販サイトです。食品以外の県産品については、「虎ノ門市場」とは別のサイト内での取扱いを検討しています。具体的な販売サイトは、申込があった商品のラインアップを見て、決定します。

Q 2 1 商品の詰め合わせ商品の提案でもいいのか？

⇒ 複数の商品の組み合わせは可とします。例えば、朝ごはんセット、ティータイムセット、晩酌セットなど食品と食品、食品と伝統工芸品等の組み合わせが想定されます。

4. 商品申込について

Q 2 2 三重県産品を扱う県外事業者も申込みすることができるのか？

⇒ 県内事業者を対象としていますので、県外事業者は対象外です。

Q 2 3 申込期限が7月17日（金）までとなっているが、秋以降に販売する季節商品でも、今回申込みをする必要があるのか？

⇒ 秋冬商品向けに9月頃にも第2次募集を予定しています。供給可能時期が明記できる場合は、今回の第1次募集で申し込んでいただいても結構です。

Q 2 4 商品申込は随時受け付けるのか？

⇒ 現時点では、第1次募集、第2次募集の2回、募集期間を設定のうえ商品申込を受け付けることとしています。

5. 提出書類等について

Q 2 5 商品取扱申込書（様式1）に代表者印等の押印は必要か？

⇒ メールでの提出を可としていますので、代表者印等は不要です。

Q 2 6 商品取扱申込書（様式1）の「1 申込商品名（3商品まで）」欄は、セット商品の場合、どのように記載すれば良いか？

⇒ 例えば、「麺とつゆの組み合わせ」などセット商品であることが分かるように記載していただければ結構です。

Q 2 7 複数の商品申込みする場合、それぞれにエントリーシート（様式2-1、2-2）を提出する必要があるが、企業情報は代表の1枚のみの記載で良いか？

⇒ 申込のあった商品単位で選定を行いますので、エントリーシートごとに企業情報も記載してください。

Q 2 8 エントリーシートのすべての欄に記入しなければならないか？

⇒ ※マークのある欄は記入が必須項目です。その他の欄は任意ですが、できるだけ記入してください。項目によっては選定の際の判断材料となる場合があります。

Q 2 9 希望小売価格、卸売価格は記載した価格が採用されるのか？

⇒ ご記入いただいた希望小売価格、卸売価格は参考情報として扱います。商品選定後、運営事業者との商談の際に取引条件を含め価格を相談のうえ決定します。

例えば、商談のなかでパッケージ等の変更を相談してオリジナル商品として、新たな価格を設定することも考えられます。

Q 3 0 細菌・品質検査の欄が必須記入項目となっているのはなぜか？

⇒ 「虎ノ門市場」で取り扱う商品に関しては、商品ジャンルに応じて必要な細菌・品質検査の実施をお願いしています。

未実施の場合は、検査機関で受けてください。運営事業者までお問い合わせいただければ検査機関を紹介することも可能です。

Q 3 1 異なる商品の組合せによるセット商品の場合のエントリーシートの記載方法について教えてほしい。

⇒ エントリーシートの各項目の欄を2段書きにするなど、工夫してください。記入欄が狭い場合は、エクセル表の行の高さを変更していただいて結構です。

また、セット商品を構成する商品ごとにエントリーシートを作成する場合は、2頁目「商品説明」、3頁目「写真」はセット商品としての情報を記載、貼付して、1頁目の商品情報の部分のみ複数作成してください。

Q 3 2 商品説明の欄はそれぞれ250文字程度となっているが、短い文章でも構わないか？

⇒ 商品選定の際の参考情報となります。また、これらの記述をベースとして商品紹介ページを作成することになります。商品の特徴やこだわり、他の商品との違いなど消費者が興味を持つような記述としてください。商品に関する知識がない第三者に理解していただけるような具体的な内容とすることをお勧めします。

Q 3 3 写真は6種類必ず必要か。また、生産者の写真はどのようなものを用意すれば良いか？

⇒ 商品選定の際の参考情報となりますので、原則6種類ご用意ください。また、商品紹介ページ作成の際に、これらの画像を使用したいと考えています。興味や購買意欲をそそる効果的な写真をご用意ください。

生産者の写真は、経営者、従業員などどのようなものでも構いません。

例えば、素材にこだわった商品であればその生産者、加工技術にこだわった商品であれば製造者の写真とすることが望ましいと思います。

Q 3 4 商品募集要領 4 頁「4 事業スキーム（５）その他」に各種証明書（細菌検査結果、産地証明等）の提出とある。どこが発行する証明書が必要か？

⇒ 細菌検査結果は検査機関による証明書（検査済書）、産地証明は特段の定めがない限り生産者（事業者）による証明で構いません。

6. 商品選定等について

Q 3 5 約 1 0 0 事業者、1 者あたり原則 3 商品とのことだが、どのような基準で選定するのか？

⇒ 県と運営事業者との協議により選定します。「虎ノ門市場」の顧客層などの特性や申込のあった商品の品質等を考慮するとともに、主に次の視点で総合的に判断して選定します。

- ・ 三重県のイメージアップにつながるもの
- ・ 三重の伝統や歴史、地域性など三重県らしさが感じられるもの
- ・ 原材料や製法などのこだわりや謂（いわ）れなど類似商品と比較して差別化できるもの
- ・ 市場で人気もしくは話題の商品など消費喚起が期待できるもの

Q 3 6 選定された商品すべてが通販サイトに掲載されるのか？

⇒ 選定された商品について、申込者と運営事業者で取引条件等の商談を行い、合意されたものが通販サイトに掲載されます。

Q 3 7 商品申込後のスケジュールを教えてください。

⇒ 以下、予定です。

- ・ 各種書類の提出（6 月下旬～7 月中旬）
- ・ 書類審査（7 月上旬～、ただし書類受領の都度順次実施）
- ・ サンプル送付・審査（7 月中旬～下旬）
- ・ 商談（7 月下旬～8 月上旬）
- ・ サイト用素材提出（7 月下旬～8 月上旬）
- ・ サイト制作（8 月上旬～8 月中旬）
- ・ サイトオープン（8 月中旬）

Q 3 8 「重点販売促進商品」5 ～ 1 0 商品程度の選定はどのように行うのか？

⇒ ビジネストrendを取材・分析してきた日経 B P 社、食のプロに高い評価を得ているテレビ東京「虎ノ門市場」の各専門家と県で構成する選定会議において決定します。

7. 取引条件（商談）等について

Q 3 9 取引条件や経費負担はどのようになっているのか？

⇒ 取引条件については、商談の際に個別にご相談いたします。

なお、商品の掲載にかかる出品料や掲載料、広告料等の費用は一切生じません。

Q 4 0 掛け率の目安を教えてください。

⇒ 商談の際に、運営事業者から個別にご相談いたします。百貨店や一般の小売店との取引と同程度とイメージしてください。

Q 4 1 送料の取扱いはどうなっているのか？

⇒ 「虎ノ門市場」では全国一律 8 6 4 円の送料をお客様に負担していただいています。この料金は冷蔵、冷凍品であっても同じです。また、今回はすべて産直形式での発送を前提としていますので、納品送料も発生しません。出品事業者の方が送料を負担したり、考慮したりする必要はありません。

ただし、1つの商品につき基本的に1個口での発送となりますので、常温と冷蔵など2つの温度帯での発送や、2個口で発送することはできません。

Q 4 2 お客様の注文から発送の流れを教えてください。

⇒ 月曜日の午前中までに注文のあった商品について、その注文数をファックス等で事業者の皆様にお知らせします。商品を金曜日までに準備していただき、金曜日の午前中にヤマト運輸から送付先が印字された送り状が届きます。その日（金曜日）の夕方にヤマト運輸が集荷に伺いますので、それまでに発送準備を終了しておいてください。

Q 4 3 配送について「ヤマト運輸」の指定となっているが、「ヤマト運輸」以外を利用することは可能か？

⇒ 虎ノ門市場は、ヤマト運輸と契約を行っており、他の運送会社を使用することはできません。

Q 4 4 商品の発送は金曜日となっているが、金曜日に発送が難しい場合や期日指定があった場合はどのように対応したら良いか？

⇒ 商品の発送曜日に関しては、個別に調整可能です。また、着日の指定に関しては、出品事業者が意識していただくことはありません。お客様が着日指定をした場合は、送り状に着日が印字されています。（発送日以降の指定日しかお客様は指定ができません。）

Q 4 5 発送に際し、自社商品のパンフレットなどの同梱は可能か？

⇒ できません。また、個人情報保護の関係もあり、お届けした送り状のコピー等の記録もお断りしています。

ただし、本事業で作成する取扱商品のカタログや、三重県をPRするパンフレット等の資料の同梱をお願いする場合があります。

8. 広報、PRについて

Q 4 6 PRのスケジュールを教えてください。

⇒ 雑誌「日経トレンドィ」「日経おとなのOFF」「日経WOMAN」「日経レストラン」「日経ヘルス」「ecomom」へ9月上旬から来年1月まで毎月1誌に掲載する予定です。テレビ番組等によるPRのスケジュールについては、現在検討中です。

Q 4 7 そのほかのPR、告知方法を考えているのか？また、「重点販売促進商品」に選定されなかった商品のPRはどのように行うのか？

⇒ 「虎ノ門市場」会員向けのメールマガジンでの特設サイトの誘導をしたり、「虎ノ門市場」をご利用いただいたお客様にお届けする商品に「三重ふるさと名物カタログ」を同梱したり、三重テラス・食のイベント等で同カタログの配布をしたりします。また、テレビ番組においても特設サイトへの誘導を行う予定です。

三重県では、本事業を含め10本の国の交付金を活用した消費喚起事業を行います。これらの事業を広報するために、総合的な情報発信を実施することとしており、そのなかでも通販サイトの紹介、誘導を行います。

9. 商品の掲載について

Q 4 8 通販サイトの立ち上げのときに、全商品が掲載されるのか？

⇒ ページ作成のため商品写真など各種のデータ、資料が必要となります。商品によってはページが完成するまで時間がかかる場合があります。このため、完成したページの商品から順次掲載となることがあります。

Q 4 9 契約が成立した商品は常時、通販サイトに掲載されるのか？

⇒ 通販サイトを訪れた消費者の購買意欲を高める工夫が必要となります。掲載商品数も含め、興味を持ってもらい、買いやすい（選びやすい）通販サイトとするため、商品の入替えを適宜行います。このため、同一商品が常時掲載されるとは限りません。

10. 商品取扱申込書等の提出方法について

Q50 商品取扱申込書等はいつまでに提出しなければならないのか？

⇒ 平成27年7月17日（金）まで受け付けています。郵送、持参、メールのいずれの場合も必着としてください。（商品募集要領5頁参照）

Q51 メールで提出する場合の注意事項は？

⇒ 県庁メールサーバのセキュリティの関係で5MBを超えるメールは受信拒否されます。お使いのメールソフトでは送信済みになっていても三重県営業本部担当課では受信できていないことがあります。特に画像データの容量に注意していただき、ファイル容量が4MB以内となるようご注意ください。また、メールで提出される場合は、三重県営業本部担当課（059-224-2386）まで受信できているか確認の電話を入れていただくことをお勧めします。

複数商品の申込を行う場合など、メールのデータ容量が5MBを超えてしまう場合は、メールを分割して送信していただくか、圧縮するか、ファイル預かりサービス（例：データ便、宅ふぁいる便、firestorage等）を利用するなど工夫してください。メールを分割して送信する場合はメールの件名に例えば1/3、2/3、3/3など記載して分割送信していることが分かるようにしてください。

11. その他

Q52 本事業とは別に「虎ノ門市場」に出品したい場合はどのようにすれば良いか？

⇒ 虎ノ門市場の代表電話にご連絡いただくか、問い合わせ用メールアドレス「info@toranomom-ichiba.com」にご連絡いただければ、虎ノ門市場より連絡いたします。