

**「第 13 回“日本の食品”輸出 EXPO WINTER」における
群馬県ブース設営業務委託仕様書**

1 業務の名称

「第 13 回“日本の食品”輸出 EXPO WINTER」における群馬県ブース設営業務

2 委託期間

契約締結日から令和 8 年 11 月 20 日（金）まで

3 展示会及び群馬県ブース概要

農畜産物・水産物から、飲料・調味料・加工食品まで、世界に誇る“日本の食品”が出展され、世界各国から来場する食品バイヤーなどと商談を行う食品の輸出に特化した展示会

- | | |
|-------------|--|
| (1) 会期 | 令和 8 年 11 月 11 日（水）～13 日（金） |
| (2) 会場 | 東京ビッグサイト 東 7 ホール |
| (3) 主催 | RX Japan 合同会社 |
| (4) 共催 | 独立行政法人 日本貿易振興機構（JETRO） |
| (5) 協力 | 農林水産省 |
| (6) 実績 | 出展社：315 社、来場者：10,339 名人（第 11 回開催時のデータ） |
| (7) 県ブース出展者 | 最大 10 者 |
| (8) 出展コマ数 | 5 小間（16.2 m ² × 5 小間=81 m ² ） ※詳細は下記【参考】 |

4 業務内容

群馬県農畜産物等輸出推進機構（以下、「本機構」という）が出展する、第 13 回“日本の食品”輸出 EXPO WINTER（以下、「本展示会」という）における群馬県ブースの装飾に係るデザイン、設営、施工及び撤去等（群馬県ブース内の電気・水道設備を含む）に係る一切の業務。

- (1) 群馬県ブース全体の装飾デザイン、設営、施工及び撤去等

ア コンセプト

- ・海外バイヤー等のターゲットに対して各出展企業の商品を魅力的に伝えるとともに、群馬県の認知度も高められる装飾とする。

イ 群馬県ブース基本構成

- ・「群馬県」ブースであることが視認しやすい装飾とすること。
- ・使用する言語は日本語及び英語とすること。
- ・展示会主催者が定める「自治体・外郭団体の出展に関する規約」（別添）に基づいた装飾・レイアウトとすること。（展示会主催者から基本装飾は一切提供されないため、バックパネル、カーペットなども必要な物品は全て本業務内で対応すること。）

- ・下記の共有物品を群馬県ブースに配置するためのバックヤードを設け、群馬県ブース全体のレイアウトについて提案すること。バックヤードと各社ブースは、出展者が効率よく試食準備等ができる配置とすること。なお、バックヤードは県ブース全体の面積（81㎡）に含むものとする。
- ・県ブース出展者の各ブース間はバックパネル等で区切ること。
- ・出展事業者各社のブース配置については、本機構にて決定する。

■群馬県ブース共有物品

① 冷蔵コールドテーブル	× 2 台
② 冷蔵冷凍コールドテーブル	× 2 台
③ 手洗い器	× 2 台
④ 二層式シンク	× 2 台
⑤ ゴミ箱(大)	× 2 個
⑥ Wi-Fi ルーター (最大接続 30 台程度)	× 1 台
⑦ パイプイス(休憩用)	× 5 脚

ウ 各社ブース基本構成

- ・各ブース（最大 10 ブース）の基本物品は下記のとおりとし、その他ブースの魅力を高める独自アイデアやレイアウト、設備等があれば積極的に提案すること。

■各ブース物品

① 社名板（日英で表記）	× 1 枚
② 展示台	× 1 台
③ イス(展示台とあわせて設置)	× 2 脚
④ 商談セット (テーブル 1 台、イス 2 脚)	× 1 セット
⑤ カタログスタンド	× 1 台
⑥ 照明・スポットライト	× 1 式
⑦ コンセント（100V・2口）	× 1 式
⑧ ゴミ箱(小)	× 1 個

(2) その他

- ・必要に応じて、本機構から展示会事務局への提出書類（ブース装飾等に関する事項）の作成及び主催者指定の電気・水道工事業者への各種申請等について、支援を行うこと。
- ・2次側電気工事は委託内容に含めること。（※小間料金（出展料）、1次側電気工事、電気使用料、給排水工事費（1次側・2次側）、水道使用料は含まない。）
- ・各出展事業者から追加備品等の要望があった場合には、対応を行うこと。（注文・支払等は受託者と各出展事業者間で直接やりとりすること。）
- ・会期1日目は、本機構担当者がブース運営に問題がないと判断するまで常駐すること。

(3) 完了報告

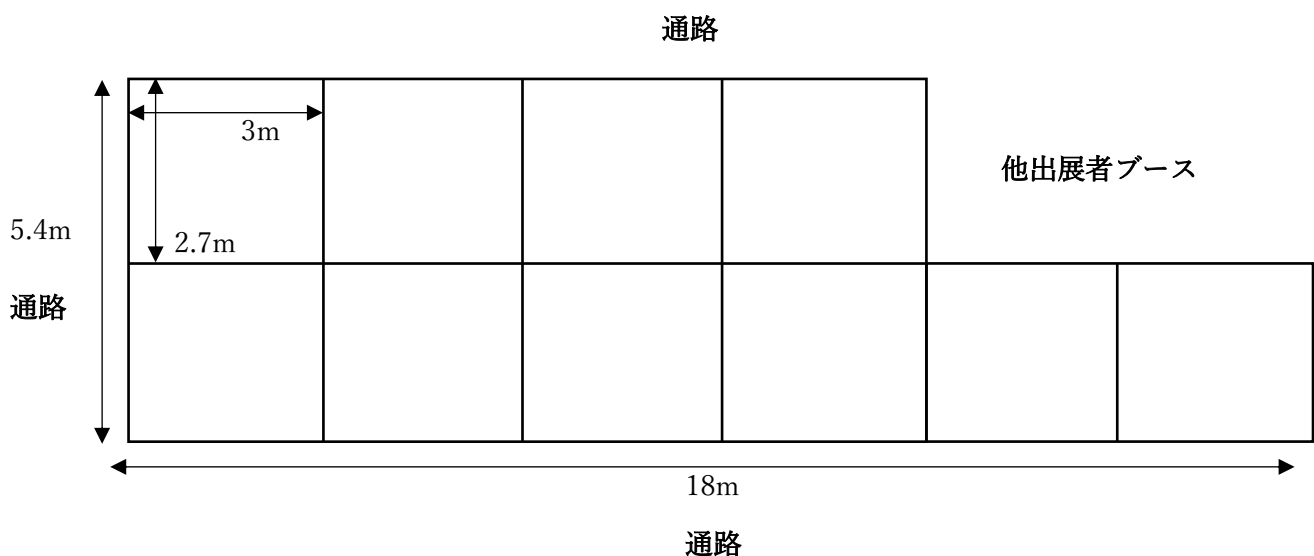
- ・業務終了後は、10日以内に別紙に定める業務完了報告書及び搬入・設営・撤去業務の様子をまとめた資料を提出すること。
- ・資料については、それぞれを実施した日時や様子を示す写真を含めて視覚的に分かりやすく作成すること。

5 留意事項

- (1) 搬入・設営・撤去に係る業務は展示会主催者の定める規約等に従って行うこと。
- (2) 見積は、積算根拠を詳細に記載すること。
- (3) 本業務で知り得た業務上の秘密は保持すること。
- (4) 本業務に関し、受託者が本機構から受領した資料等は、県の承諾なしに公表及び使用しないこと。
- (4) 本業務で扱う個人情報の保護、流出、紛失に十分注意すること。なお、本業務で個人情報を集める場合には、必ず個人情報の取扱いに関する文章を示すこと。
- (5) その他
 - ア 事業は本機構と十分協議を行いながら進めること。
 - イ 本機構の要求に応じて、委託期間中の進捗状況を報告すること。
 - ウ 仕様書に記載のない事項については、その都度協議すること。
 - エ 本事業に要した経費等の帳簿等を備え、事業終了後5年間保管すること。
 - オ デザインの検討において、必要に応じて別添「群馬県農畜産物等輸出促進戦略」を参照すること。
 - カ 事業の執行段階において、協議の上仕様書の内容を変更することがある。

【参考】

- ① 群馬県ブースレイアウト



② 群馬県ブース位置(グリーンでマーク)

※展示会事務局の資料から引用



③ 過去の群馬県ブース出展品目例

令和6年度(6者)	令和7年度(12者)
<ul style="list-style-type: none"> ・こんにゃく加工品 ・梅加工品 ・漬物 	<ul style="list-style-type: none"> ・こんにゃく加工品 ・梅加工品 ・乳製品 ・醤油・味噌加工品 ・オリーブ加工品 ・麺類 ・漬物

“日本の食品”輸出 EXPO

JFEX —ジェイフェックス—
国際食品・飲料商談 Week

自治体・外郭団体のパビリオン出展に関する規約

本展は、出展事業者の商談を目的とした商談展です。事業者が個々にブース内で深い商談を行い成果を上げていただくために、各社ごとに「8.1㎡以上のスペース」を割り当て、各社に割り当てたブース内にそれぞれ1セット以上の商談席の設置をお願いいたします。

本規約の対象

- 事業者を募り ブース内に事業者ごとのスペースを割り当てる出展形態(パビリオン出展)をとる「都道府県 市区町村などの自治体」及び「自治体より委託を受けた外郭団体」

規約

- 1事業者あたり、0.5小間(8.1㎡)以上でご出展ください。
- 各事業者は、装飾規定に基づいてブースを施工ください。詳細は別紙を参照ください。
- 各事業者は、ブース内に商談用テーブル・イスを、契約書記載の規定数以上設置ください。
- 全出展企業名 および ブース装飾レイアウトを、事務局指定の期日までに、事務局にご提出ください。
- 冷蔵庫、調理場、ストックなど、自治体事務局としてのスペースが必要な場合は、各事業者のブースとは別にブースを確保ください。
- 事業者の展示内容によっては、保健所の指導によりブース内に手洗い場を設置しなくてはならない場合がございます。

本規約を順守いただけない場合には、ご出展をお断りする場合がございます。

本規約は、展示小間契約書のご提出時に、合わせてご提出ください。

本規約を順守いたします。

また、別紙の自治体・外郭団体の装飾規定の詳細も確認しました。

日付：

自治体・団体名：

所属・役職：

氏名

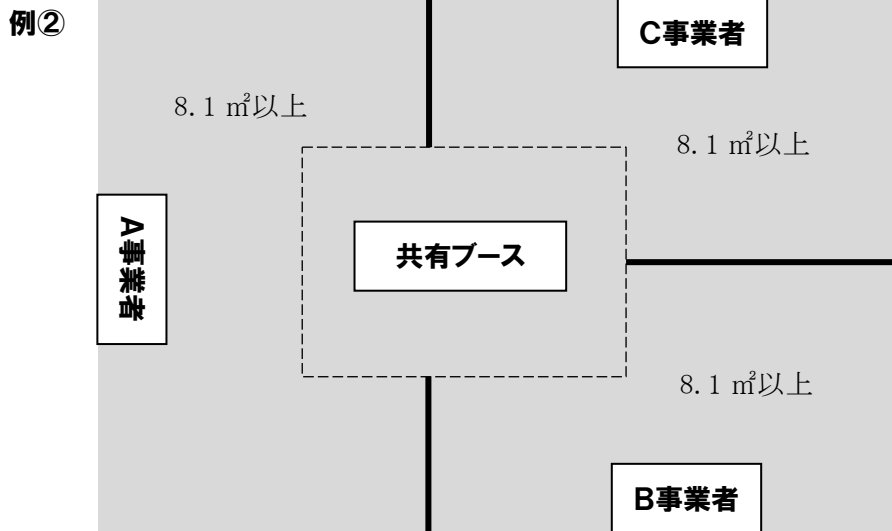
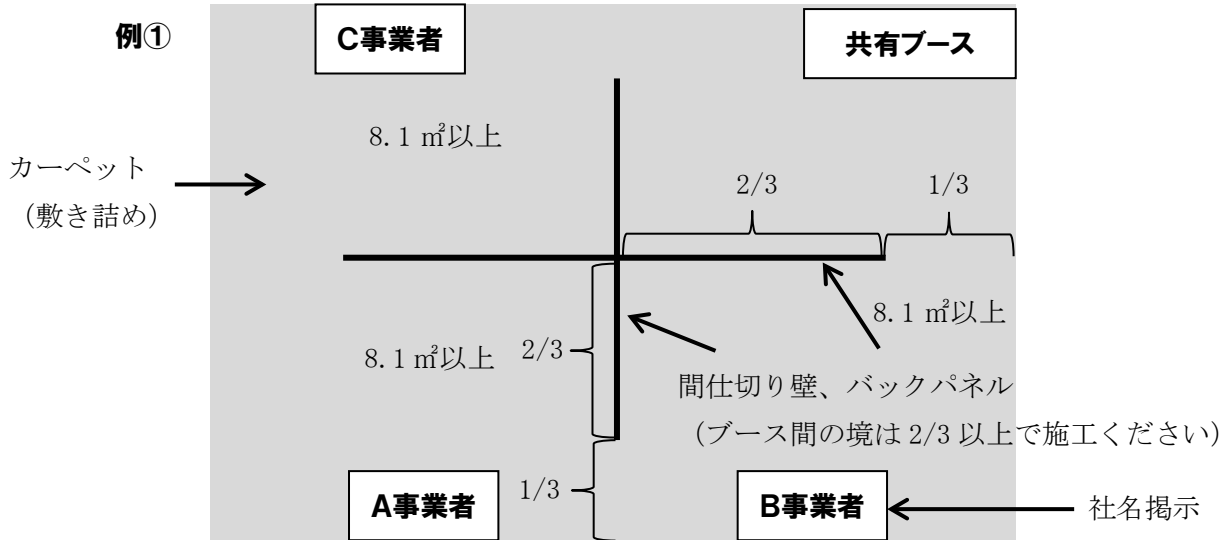
● 装飾規定

① 必ず施工しなければならない造作

- カーペット（敷き詰め） ●間仕切り壁、バックパネル
- 社名掲示（出展社ならびに共同出展社の社名掲示が必要です。）

※基礎装飾は一切ありません。レンタル装飾をお申込みされていない方は、最低限上記のものをご用意ください。

※ブース4辺が全て通路に面している場合、間仕切り壁、バックパネルは不要です。



② 装飾物は、床面から高さ3.6m以下となっております。

- (1)装飾物（看板類、アーチ、バルーン等の浮遊物、光線を使用した装飾、ディスプレイ用の植木等を含む）の高さ制限は床面から3.6m以下とします。
（ただし、出展製品はこの限りではありません。）
- (2)出展製品自体の高さが3.6mを超える場合は、会場に申請が必要となりますので、事前に事務局までご連絡ください。

③ 通路側へのライトの照射・突出物の取付を行うことは出来ません。

ライト類（社名看板・製品を照らす場合は除く）、看板類（主催者が取付ける小間番号板などは除く）、旗、幟（のぼり）その他装飾物の通路側への照射・突出は一切出来ません。また、小間以外の共用通路部分へカーペットを敷くことも禁止いたします。

④ 隣接小間との間仕切りは、必ず片面パネルで施工してください。

隣接小間との間仕切り、及びバックパネルは、必ず隣接面全体を高さ2.7m以上、3.6m以下（セットバックなし）の片面パネルで施工してください。なお、高い間仕切りを用いた出展社は、露出した隣接小間との間仕切りの裏面を、白無地パネルもしくは、経師紙（白）で処理してください。（高さが隣接小間と異なる場合、隣接小間から1mの範囲内で、隣接する小間側に社名等の文字を入れる事は禁止いたします。）

⑤ 装飾物を天井から吊り下げることは出来ません。

ホール内の既存天井から装飾物（バナー・ワイヤー等）を吊り下げることは一切出来ません。

⑥ 小間内に聴衆のスペースを確保してください。

自社小間内で、プレゼンテーションを行なう場合、小間から聴衆が溢れ、通路を塞ぐことのないよう予め十分なスペースを小間内に設けるような設計を行ってください。

⑦ カーペットの養生は両面テープをご使用ください。

小間内床のカーペットは、すべて弱粘の両面テープで固定させてください。ボンドなど接着剤の使用はできません。

⑧ 二階建施設を設置することは出来ません。

小間内に二階建の施設（インフォメーションブース、商談室、控室／休憩所、倉庫等の来場者または、係員が入室する状態の施設）の設置を禁止します。また、来場者または係員の通行するブリッジ等は設けることができません。

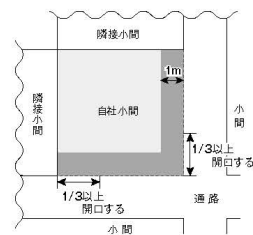
⑨ 消防施設を隠さないよう十分ご注意ください。

消火器、屋内消火栓、スプリンクラー設備、自動火災報知設備、非常ベル誘導灯などを装飾物で隠さないよう十分ご注意ください。また、その付近にはそれらを使用の際に障害となる出展製品や、装飾物、そのほかの物品を放置しないでください。なお、消防施設の場所を確認されたい方は、事務局までお問合せください。

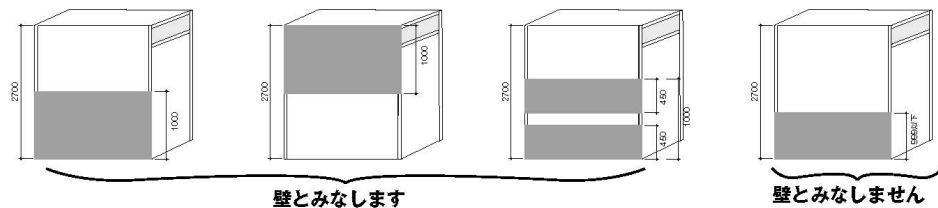
⑩ 通路から1mの範囲内に造作を施工する場合、間口の1/3以上を開けてください。

（自社小間と会場壁面の間に他の出展社がない場合、および外周小間の側面はこの限りではありません）

<平面図>



<立面図>



*床から2.7mの間に、上記の図のように1m以上の造作を施工した場合、1/3以上の開口ではなく壁とみなします。（2.7m以上の部分はこの限りではありません）

⑪ 天井構造を行う場合は、事前申請が必要です。

事前の申請がない場合は、千葉市美浜消防署より、現場で取壊しや変更工事等を命じられる場合がございます。天井構造を行う場合は、必ず天井構造申請書をご提出ください。

参考ブース



1 戦略策定の背景・目的

国内市場

人口減少	食料需要の減少	農業・食品産業の将来的な成長戦略が描きにくい状況
少子高齢化	食市場の縮小	

日本ブランドの認知・理解の進展
(生産技術・安全性・健康イメージ・味・見た目の美しさ)

海外市場

東・東南アジア等の人口増加に伴う消費の拡大	新興国での富裕層の増加	日本産農畜産物等の需要が増加し、輸出額は増加基調
-----------------------	-------------	--------------------------

海外市場への輸出が拡大
(2022年の輸出額は過去最高の1兆4,148億円)

2020年4月 | 農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律
→ 政府一体となって輸出拡大を推進する体制を整備
2020年11月 | 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

国は拡大する海外市場で稼ぐ方向へ転換	農林水産物・食品の輸出額目標 2025年までに2兆円 2030年までに5兆円
--------------------	--

輸出拡大に向けた戦略の必要性

戦略策定

群馬県は、輸出を販路拡大の重要手段と捉え、下記の目的達成のために、輸出促進戦略を策定

目的

- 1 県産農畜産物等の認知度向上
- 2 県産農畜産物等の輸出品目・量・金額の拡大
- 3 農業者の所得向上

2 戦略の位置づけ

輸出関連施策の推進方向性を具体的かつ計画的にするもの

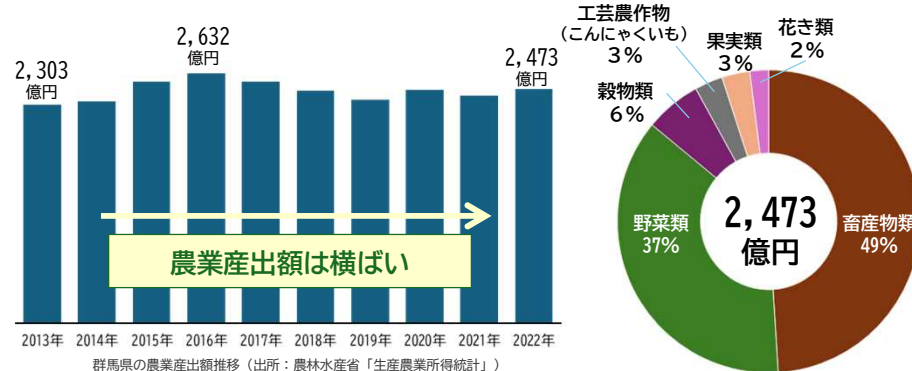
3 計画期間

2024年～2030年の7年間(暦年)
※社会状況や国際情勢を踏まえ、適宜見直しを行う

4 群馬県の農業算出額と輸出の現状・目標

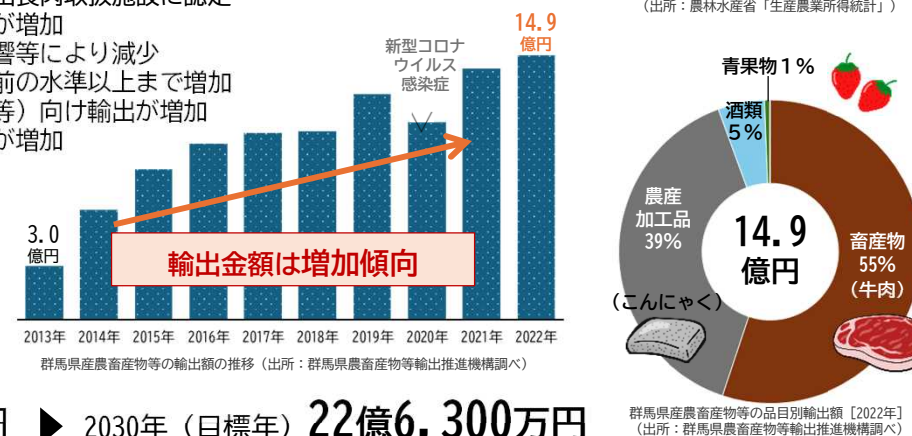
群馬県農業の特徴

- 1 畜産物類が群馬県全体の49%を占め、そのうち豚肉が20%と最も高い
- 2 野菜類の群馬県全体上位10品目には、キャベツ、きゅうり、なす、ほうれんそうが入っている
- 3 こんにゃくは群馬県全体の3%であるが、生産量全国1位であり、全国シェア90%以上を占める



群馬県輸出の現状

- 2014年 群馬県食肉卸売市場がEU向け輸出食肉取扱施設に認定畜産物(牛肉)の欧州向け輸出が増加
- 2020年 新型コロナウイルス感染症の影響等により減少
- 2021年 新型コロナウイルス感染症蔓延前の水準以上まで増加
牛肉の北米(アメリカ、カナダ等)向け輸出が増加
こんにゃく製品の香港向け輸出が増加
- 2022年 輸出実績: 約14.9億円



目標

2022年(基準年) 14億8,500万円 ▶ 2030年(目標年) 22億6,300万円

5 県の方向性(目指す姿)

- 1 輸出拡大によって、日本国内外における単価の上昇や、県内の農業者及び事業者の所得向上を実現
- 2 生産拡大や新規参入者の増加につなげ、農業及びその関連産業が成長産業として持続的に発展
- 3 海外市場が求める世界標準のスペックを有する持続性のある農業者及び事業者を増加

6 輸出重点品目・輸出推進品目等

輸出重点品目【3品目】



- 1 輸出重点先国・地域の設定
- 2 輸出拡大に向けた取組方針、数値目標の設定

輸出推進品目【8品目】

- キャベツ
- やまといも
- キウイフルーツ
- 花き類
- はくさい
- うめ
- りんご
- 鶏卵

- 1 推進の方向性の設定
- 2 輸出拡大に向けた取組方針の設定

有機農畜産物・食品

- 1 有機農業の担い手確保と育成
- 2 有機JAS認証取得に向けた指導・助言
- 3 有機農畜産物・食品の輸出拡大

牛肉

輸出重点先国・地域 E U・アメリカ・台湾

取組方針

- 1 多様な機会により、海外実需者や消費者への理解を促進
- 2 県内の輸出に対する生産基盤の強化・検討を実施

数値目標

2022年(基準年) : 7.9億円 ▶ 2030年(目標年) 9.9億円

目指す姿

- 1 既存の輸出先国・地域への段階的な輸出拡大に加え、群馬県食肉卸売市場の対台湾輸出食肉取扱施設登録を踏まえて、新たな市場を獲得
- 2 海外の実需者・消費者への県産和牛の更なる理解促進を図り、競合産地への切り替えを防止し、ロイン部位(※)以外の輸出を強化



輸出メモ

群馬県食肉卸売市場は日本初の対EU輸出食肉取扱施設に認定された。先発優位の位置にあり、EUには「上州和牛」を指名する顧客が存在する。

※ヒレ、リブロース、サーロインのこと

課題

<流通面>

- 1 群馬県食肉卸売市場の施設老朽化や冷凍施設の未整備等に伴う、競争力の低下(日本国内他産地で新しく整備された施設と比較した際の賞味期限の短さ、輸出先の国・地域に対応した製品ラベルやバーコード管理の未整備等)

<販売面>

- 2 ロイン部位への需要の偏り

Japan
●
日本からの輸出動向

牛肉

欧米向けはステーキ需要が多いことから、主としてロインが輸出されており、ロイン以外が余剰となる傾向にある。香港や台湾等のアジア地域では、火鍋や焼肉等で様々な部位を消費することから、ロイン以外の部位も含めて輸出されている。



こんにゃく(粉・加工品)

輸出重点先国・地域 E U・アメリカ

取組方針

- 1 生産・製粉・加工の各段階に介在する関係者の連携を促進
- 2 有機こんにゃくいもの生産を拡大
- 3 海外実需者や消費者への理解を促進
- 4 食コンテンツのインバウンド対応を実施

数値目標

2022年(基準年) : 4.2億円 ▶ 2030年(目標年) 6.1億円

目指す姿

- 1 欧米の富裕層など有機・健康志向者層のニーズに対応した生産体制の確立とマーケットの獲得
- 2 輸出実績を有する国・地域への更なる輸出拡大



輸出メモ

県内にはこんにゃくいもの生産に加え、高い加工技術や商品開発力を有し、独自性・高付加価値商品の製造・輸出まで一貫して行う事業者も存在する。

課題

<生産面>

- 1 有機JAS認証製品の生産拡大に向けた、原材料の安定確保
- 2 国際規格の認証取得に伴う経済的・労務的負担

<販売面>

- 3 他国による類似商品の流通に伴う価格競争の激化
- 4 安価な海外産製品との差別化

いちご

日本産のいちごは、世界でも糖度、大きさ、ジューシーさ等において優位性を有し、香港を中心に輸出額は増加傾向にある。デリケートで傷みやすい輸送上の課題を解決するため、鮮度保持の取組みが進んでいる。



いちご

輸出重点先国・地域 香港・台湾・タイ

取組方針

- 1 絶対量の確保に向け、輸出に取り組む農業者の増強を推進
- 2 海外実需者や消費者への理解を促進
- 3 新たな業態等への販路を開拓
- 4 食コンテンツのインバウンドの対応を実施

数値目標

2022年(基準年) : 0.02億円 ▶ 2030年(目標年) 0.5億円

目指す姿

- 1 香港を中心とした既存輸出先国・地域に対し、新たな販路開拓に取り組み、段階的に輸出を拡大
- 2 参入障壁が高い台湾・タイへの輸出に意欲的な農業者・地区への積極的なサポートにより新たな市場を獲得
- 3 群馬県の特徴である観光農園、直売等のインバウンド対応の充実を図り、輸出との好循環を構築



輸出メモ

群馬県産品種のやよいひめは、果皮が硬く、長距離輸送への耐性、日持ちの良さに優位性がある。

課題

<生産面>

- 1 輸出に取り組む担い手の不足、輸出向け生産量の拡大
- 2 残留農薬規制が厳しい国・地域向けの生産体制の整備

<流通面>

- 3 商品の鮮度維持や潰れ防止対策資材の導入、それに係る資材費の高騰や作業負担

<販売面>

- 4 輸出向け規格の確立と長時間輸送を踏まえた品質管理
- 5 香港への輸出拡大に向けた新たな販路の開拓

Gunma
●
県等の推進体制

生産

- 1 輸出に取り組む生産者の掘り起こし及び育成
- 2 輸出先国・地域が求める輸出に対応した流通資材や技術開発
- 3 輸出向け農畜産物等の栽培面積及び生産量の拡大

加工・流通

- 1 輸出先国・地域が求める加工・流通の衛生管理
- 2 輸出に対応した流通資材や技術開発
- 3 輸出パートナーの発掘・マッチング

販路拡大

- 1 商談機会の創出
- 2 海外実需者及び海外消費者に対する商品の理解促進及びPR
- 3 輸出先国・地域が求める衛生管理や残留農薬規制
- 4 輸出先国・地域が求める国際認証取得
- 5 知的財産対応

群馬県関係各課、各農業事務所、JETRO群馬、JA全農ぐんま・各JA