

業務指示書

エチオピア国チャンピオン商品アプローチ実践支援調査（フェーズ2）

第1 指示書の適用

本指示書は独立行政法人国際協力機構(JICA)（以下「機構」という。）が実施する標記業務のうち、民間コンサルタント等（以下「コンサルタント」という。）により実施する業務に関する内容を示すものです。コンサルタントはこの業務指示書及び貸与された資料に基づき、本件業務に係るプロポーザル等を機構に提出するものとします。

なお、本指示書の第2「業務の目的・内容に関する事項」、第3「業務実施上の条件」は、この内容に基づき、コンサルタントがその一部を補足又は改善し、プロポーザルを提出することを妨げるものではありません。

本指示書に係る質問期限：2014年9月10日 12時 まで

問合せ先： 調達部契約第二課 城水 健 Shiromizu.Tsuyoshi@jica.go.jp

質問に対する回答： 2014年9月12日 までに機構ホームページ上に行います。

第2 業務の目的・内容に関する事項-----別紙のとおり

第3 業務実施上の条件-----別紙のとおり

第4 共同企業体の結成並びに補強の可否等

業務の規模が大きく、一社単独では望ましいレベルの業務従事者を確保することが困難であるか、又は業務の内容が広範にわたるため、業種又は分野ごと得意な社同士で共同企業体を結成することが望ましい案件について、競争を促進するために、必要最低限の範囲で共同企業体の結成を認める場合があります。

（各項目の（ ）に○を付したものが、指示内容です。）

1 共同企業体の結成の可否

（ ） 認めません。

（ ） 認めます。

（○） 認めます。ただし業務主任者（総括）は、共同企業体の代表者の者とします。

（ ） 前者までの共同企業体の結成を認めます。ただし業務主任者（総括）は、共同企業体の代表者の者とします。

（ ） 協力準備調査、その他先に行われた調査参加コンサルタント

は、構成員にはなれません。

注1) 資格停止期間中のコンサルタントは、構成員になれません。

注2) 共同企業体構成員との再委託契約は認めません。

注3) 共同企業体の結成にあたっては、結成届をプロポーザルに添付し、プロポーザルに共同企業体結成の必要性を記載してください。

2 補強の可否

自社の経営者若しくは自社と雇用関係にある（原則、当該技術者の雇用保険や健康保険の事業主負担を行っている法人と当該技術者との関係をいう。複数の法人と雇用関係にある技術者の場合、主たる賃金を受ける雇用関係があるものをいう。）技術者の他業務従事状態から望ましいレベルの業務従事者を確保することが困難であるか、又は自社では確保が困難な担当分野である場合、自社と雇用関係のない技術者の「補強」を認める場合があります。

(各項目の()に○を付したものが、今回の指示内容です。)

() 全ての業務従事者について、補強を認めません。

(○) 以下の要件で、補強を認めます。

- 1) 共同企業体でプロポーザルを提出する場合は、代表者及び構成員ともに、現地業務に従事するそれぞれの業務従事者数(通訳団員の配置を認める場合はそれらを除く)の1/2まで補強を認めます。
- 2) 共同企業体を結成しない場合に限り、現地業務に従事する全業務従事者数(通訳団員の配置を認める場合はそれらを除く)の3/4まで補強を認めます。

【業務主任(総括)について】

(○) 業務主任者(総括)については補強を認めません。

() 業務主任者(総括)について補強を認めます。ただし、業務主任者が補強の場合には、副業務主任者(副総括)の配置は認めません。

【その他の業務従事者について】

() 次の団員については補強を認めません。

() 協力準備調査、その他先に行われた調査参加コンサルタント

からの補強は認めません。

注1) 共同企業体を結成する場合、その代表者または構成員となる社は他社の補強になることは認めません。

注2) 複数の社が同一の者を補強することは、これを妨げません。

注3) 資格停止期間中のコンサルタントからの補強は認めません。

注4) 評価対象業務従事者の補強にあたっては同意書をプロポーザルに添付してください。

評価対象外業務従事者については、契約交渉時若しくは補強を確定する際に同意書を提出してください。

注5) 補強として参加している社との再委託契約は認めません。

注6) 通訳については、補強を認めます。

3 外国籍人材の活用

(各項目の()に○を付したものが、今回の指示内容です。)

() 外国籍人材の活用を認めます。

(○) 業務主任者を除き、外国籍人材の活用を認めます。ただし、当該業務全体の業務従事者数及び業務従事人月のそれぞれ2分の1を超えない範囲において認めます。

() 業務主任者を除き、外国籍人材の活用を認めます。ただし、当該業務全体の業務従事者数及び業務従事人月のそれぞれ4分の1を超えない範囲において認めます。

注) 外国籍人材とは以下に該当する人材とします。

- ・プロポーザルを提出する法人に在籍する外国籍の人材で、常用の雇用関係を有するもの又は嘱託契約を締結しているもの
- ・プロポーザルを提出する法人の外部からの補強として当該業務に従事させる外国籍の人材。

第5 プロポーザルに記載されるべき事項

1 コンサルタントの経験、能力等

- (1) 類似業務の経験
- (2) 業務実施上のバックアップ体制等
- (3) その他参考となる情報

注) 類似業務：輸出振興、ブランディング、プロモーションにかかる各種業務

2 業務の実施方針等

- (1) 業務実施の基本方針等
- (2) 業務実施の方法
- (3) 作業計画
- (4) 要員計画
- (5) 業務従事者毎の分担業務内容
- (6) 現地業務に必要な資機材
- (7) 実施設計・施工監理体制（無償資金協力を想定した協力準備調査の場合のみ）
- (8) その他

注1) (1)と(2)を併せた記載分量は、20ページ以下としてください。

注2) (4)要員計画について、評価対象外業務従事者の氏名及び所属先の記載は不要とし、契約交渉時、または遅くとも各業務従事者の作業開始時期までに双方で打合簿により確定するものとします。
なお、評価対象外業務従事者についての補強や外国籍人材の活用等については、契約交渉時、もしくは業務実施過程において、業務指示書で定める制限が遵守されていることを確認するものとします。

3 業務従事予定者の経験、能力等

業務にかかる総括責任者として、業務主任者（総括）を業務従事者の中から指名してください。なお、業務主任者に代えて、業務主任者と副業務主任者（副総括）を業務管理グループとして配置することを認める場合があります。

(1) 業務管理グループ

業務主任者と副業務主任者の配置計画を併せて業務管理グループを提案する場合、その配置の考え方、両者の役割分担等の考え方等について記載願います

(各項目の()に○を付したものが、指示内容です。)

() 業務管理グループ（副業務主任者の配置）を認めない。

(○) 業務管理グループ（副業務主任者の配置）を認める（ただし、副業務主任者を補強とすることは認めない）。副業務主任者は1名を上限とする。

注) 業務管理グループを認める全案件（業務指示書にて総括を1号以上としている案件を除く）においては、業務管理グループとしてシニア（46歳以上）と若手（35～45歳）が組んで応募する場合、3点の加点を行います。（「第9 プロポーザルの評価」参照）。

(2) 評価対象業務従事者の経験、能力等

【業務主任者（総括／輸出振興）】

（業務管理グループにおける副業務主任者（副総括）も同様の項目）

- 1) 類似業務の経験：輸出振興に関する各種業務
- 2) 対象国又は同類似地域：エチオピア 及び全途上国での業務の経験
- 3) 語学力（語学は認定書（写）を添付）：英語

- 4) 業務主任者等としての経験
- 5) 学歴、職歴、取得学位、資格、研修受講実績等（照査技術者については必要資格の認定書（写）を必ず添付して下さい。）
- 6) 特記すべき類似業務の経験（類似職務経験を含む。）

【業務従事者：担当分野 ブランディング】

- 1) 類似業務の経験：ブランディングに関する各種業務
- 2) 対象国又は同類似地域：評価せず
- 3) 語学力：語学評価せず
- 4) 学歴、職歴、取得学位、資格、研修受講実績等（照査技術者については必要資格の認定書（写）を必ず添付して下さい。）
- 5) 特記すべき類似業務の経験（類似職務経験を含む。）

【業務従事者：担当分野 プロモーション】

- 1) 類似業務の経験：マーケティングに関する各種業務
- 2) 対象国又は同類似地域：エチオピア 及び全途上国での業務の経験
- 3) 語学力（語学は認定書（写）を添付）：英語
- 4) 学歴、職歴、取得学位、資格、研修受講実績等（照査技術者については必要資格の認定書（写）を必ず添付して下さい。）
- 5) 特記すべき類似業務の経験（類似職務経験を含む。）

第6 プロポーザルの提出手続き等

1 プロポーザルの提出期限、提出場所、提出物

- (1) 期限：2014年9月19日 12時
- (2) 場所：本機構本部1階 調達部受付
- (3) 提出物：プロポーザル 正1部 写4部
見積もり 正1部 写1部（次項第7参照）

2 プロポーザルの無効

次の各号のいずれかに該当するプロポーザルは無効とします。

- (1) 提出期限後にプロポーザルが提出されたとき
- (2) 提出されたプロポーザルに記名がないとき
- (3) 同一提案者から2通以上のプロポーザルが提出されたとき
- (4) プロポーザル提出者（共同企業体構成員を含む）が全省庁統一資格結果通知書を取得していない、またはJICAの事前の資格審査を受けていないとき
- (5) 既に受注している案件、契約交渉中の案件及び選定結果未通知の案件と業務期間が重なって同一の業務従事者の配置が計画されているとき
- (6) 機構が定める「独立行政法人国際協力機構契約競争参加資格停止措置規程」（平成20年規程（調）第42号）に基づく資格停止を受けている期間中である者又は当該者が構成員となる共同企業体からプロポーザルが提出されたとき（なお、プロポーザルの提出後であっても本指示書第8.2による審査結果の通知前に資格停止を受けたものを含みます。）
- (7) 虚偽の内容が記載されているとき
- (8) 前号に掲げるほか、本指示書又はコンサルタント契約関連規程に違反したとき

第7 見積価格及び内訳書

本件業務を実施するのに必要な経費の見積り（消費税を含まない）及びその内訳書正1部と写1部を密封して、プロポーザルとともに提出して下さい。見積書の作成に当たっては「コンサルタント等契約における見積書作成ガイドライン」を参照してください。

(URL：<http://www.jica.go.jp/announce/manual/guideline/consultant/quotation.html>)

- 4 (各項目の()に○を付したものが、指示内容です。)

(各項目の()に○を付したものが、指示内容です。)

- () 本業務における一般業務費の見積りについては、定率化方式とし、一般業務比率の上限は、

- () 契約全体が複数の契約期間に分かれるため、各期間分及び全体分の見積りをそれぞれに作成して下さい。
- () 第2、第3で記載した事項のうち下記については、分けて見積って下さい。

- () 現地の治安状況が不安定であることから、業務従事者に対し、戦争保険(戦争危険担保特約)あるいはこれに相当する保険を付保することができます。付保する場合は、その経費を見積もって下さい。

- (○) 航空運賃及びエクセス料金については、別見積りとしてください。
航空運賃を見積る場合には、ZONE-PEX運賃を上限の単価として見積りを行って下さい。「業務実施契約等における正規割引航空運賃の利用について/通知(PR)第9-27004号」によりビジネスクラスの利用が認められる業務従事者の渡航については、ビジネスクラス正規割引運賃までを上限の単価として見積りを行って下さい。
なお、実際の航空券の手配にあたっては、上記見積額を上限としつつも、業務実施上の必要による経路の変更、予約の変更等の必要な緊急時の対応も考慮しつつ、より効率的であるとともに経済的な航空券の手配に努めてください。
- () 航空運賃及びエクセス料金については、別見積りとしてください。
航空運賃を見積る場合には、エコノミークラス普通運賃と制限付エコノミークラス(Y2)を比較のうえ、より安価な運賃を上限の単価として見積りを行って下さい。「業務実施契約等における正規割引航空運賃の利用について/通知(PR)第9-27004号」によりビジネスクラスの利用が認められる業務従事者の渡航については、ビジネスクラスの正規運賃までを上限の単価として見積りを行って下さい。

注) 外貨交換レートは以下のレートを使用して見積もってください。
(ETB1 = 5.222 円, US\$1 = 102.39 円, EUR1 = 137.18 円)

第8 プレゼンテーション

プロポーザルを評価する上で、より効果的かつ適切な評価をおこなうために、業務主任者等から業務の実施方針等についてプレゼンテーションを求める場合があります。

(各項目の()に○を付したものが、指示内容です。)

- (○) プレゼンテーションは実施しません。
- () プロポーザル評価の一環として、以下の要領でプレゼンテーションを行っていただきます。その際、
 - () 業務主任者がプレゼンテーションを行ってください。ただし、業務主任者以外に1名の出席を認めます。
 - () 業務主任者又は副業務主任者、若しくは両者が共同してプレゼンテーションを行ってください。
なお、業務主任者または副業務主任者のみがプレゼンテーションを行う場合は、業務主任者または副業務主任者以外に1名の出席を認めます。
- (1) 実施時期: ~
(各社の時間は、プロポーザル提出後、別途指示します。)
- (2) 実施場所: 独立行政法人国際協力機構 会議室

(3) 実施方法：

- 1) 一社あたり最大、プレゼンテーション10分、質疑応答15分とします。
- 2) 機材を使用する場合は、コンサルタント等が準備するものとし、プロポーザル提出時、使用機材リストを調達部契約第一課・第二課まで報告するものとし、
(以下、各項目の()に○を付したものが、指示内容です。)

- () テレビ会議システムによる上記(2)の実施場所以外からの出席を認めません。
- () テレビ会議システムによる上記(2)の実施場所以外からの出席を認めます。その場合は、上記(2)の実施場所以外でのテレビ会議システムの準備はコンサルタント等が行うものとし、プロポーザル提出時、接続先等(接続先名、ISDN番号、使用機器のメーカー名・銘柄、担当者のアドレス・電話番号)を調達部契約第一課・第二課まで報告するものとし、
条件等は、以下のとおりです。
- a) 本邦以外の場所より、ISDN回線を用いてコンサルタント等からJICA-Netに接続し、指定された実施日時にテレビ会議実施が可能な場合は、認めます。
 - b) JICA在外事務所のJICA-Netを使用しての出席は認めません。ただしJICA在外事務所主管案件の場合は、当該主管事務所からの出席を認めます。
 - c) 接続にかかる費用は、コンサルタント等の負担とします。ただしJICA在外事務所主管案件で、当該主管事務所より出席する場合は、この限りではありません。

第9 プロポーザルの評価

1 プロポーザルの評価基準

本件業務では別紙のプロポーザル評価表に従いプロポーザルの評価(技術評価)を行います。

業務管理グループにおける副業務主任者(副総括)は業務主任者(総括)と同様の項目・基準で評価を行います。

注) 業務管理グループを認める全案件(業務指示書にて総括を1号以上としている案件を除く)においては、業務管理グループとしてシニア(46歳以上)と若手(35~45歳)が組んで応募する場合(どちらが総括でも可)、一律3点の加点(若手育成加点)を行います。なお、45歳以下でも上位格付認定により1号以上となる場合は「シニア」とみなし、「若手」と組んだ場合は加点対象とします。(年齢は当該年度(公示日の属する年度。再公示の場合は再公示日の属する年度。)4月1日時点での満年齢とします。)ただし、「1. コンサルタント等の法人としての経験・能力」、「2. 業務の実施方針」、「3. 業務従事予定者の経験能力」の合計が70点未満の場合は、加点は行いません。

技術評価及び若手育成加点の結果、各プロポーザル提出者の評価点について第1順位と第2順位以下との差が僅少である場合に限り、第7により提出された見積価格を参考として交渉順位を決定します。

具体的には、技術評価点及び若手育成加点の合計の差が第1位の者の点数の2.5%以内であれば、見積価格が最も低い者に価格点として最大2.5点を加点し、その他の者に最低見積価格との差に応じた価格点を加点します。

(1) 評価対象とする業務従事者の担当分野

総括/輸出振興
ブランディング
プロモーション

(2) 評価対象とする業務従事者の予定人月数

10.67 M/M

2 評価結果の通知

提出されたプロポーザルは当機構で評価・選考の上、2014年10月3日(金)までにプロポーザルを特定し、各プロポーザル提出者に契約交渉順位を通知します。

3 評価結果の公表

評価結果については、以下の項目を機構ホームページに公開することとします。

(1) プロポーザルの提出者名

- ・契約交渉順第1位の者の名称のみを公開し、第2位以下の者の名称は非公開とする。

(2) プロポーザルの提出者の評価点

- ・以下の評価項目別小計及び合計点を公表する。
 - ①コンサルタント等の法人としての経験・能力
 - ②業務の実施方針等
 - ③業務従事予定者の経験・能力
 - ④若手育成加点*
 - ⑤価格点*

*④、⑤は該当する場合のみ（若手育成加点及び価格点については「第9 プロポーザルの評価
1 プロポーザルの評価基準」参照）。

- ・基準点に達しない者については「基準下」とのみ記載する。

第10 その他

1 配布・貸与資料

機構が配布・貸与した資料は、本件業務のプロポーザルを作成するためのみに使用することとし、複写又は他の目的のために転用等使用しないで下さい。

2 プロポーザルの報酬

プロポーザル及び見積書の作成、提出に対しては、報酬を支払いません。

3 プロポーザルの目的外不使用

プロポーザル及び見積書は、本件業務の契約交渉順位を決定し、また、契約交渉を行う目的以外に使用しません。

4 プロポーザルの返却

不採用となったプロポーザル（正）及び見積書（正）は、各プロポーザル提出者の要望があれば返却しますので選定結果通知後2週間以内に受け取りに来て下さい。また、不採用となったプロポーザルで提案された計画、手法は無断で使用しません。

5 虚偽のプロポーザル

プロポーザルに虚偽の記載をした場合には、プロポーザルを無効とするとともに、虚偽の記載をしたプロポーザル提出者に対して資格停止措置を行うことがあります。

6 プロポーザル作成に当たっての資料

プロポーザルの作成にあたっての参考情報は以下のとおりです。

(1) 「プロポーザル作成ガイドライン」：

JICAホームページ「調達情報」中「調達ガイドライン、様式」>>「調達ガイドライン コンサルタント等の調達」>>「コンサルタント等契約におけるプロポーザル作成ガイドライン」

(URL: <http://www.jica.go.jp/announce/manual/guideline/consultant/proposal.html>)

(ハードコピーでの販売・配布は行っておりません)。

(2) 業務実施契約に係る様式：

同上ホームページ「調達情報」中「調達ガイドライン、様式」>>「様式 コンサルタント等の調達 業務実施契約」

(URL: http://www.jica.go.jp/announce/manual/form/consul_g/index.html)

(3) 規程：

同上ホームページ「調達情報」中「調達ガイドライン、様式」規程」

(URL：<http://www.jica.go.jp/announce/manual/guideline/common/index.html>)

(4) 調達ガイドライン（コンサルタント等契約）：

同上ホームページ「調達情報」中「調達ガイドライン、様式」調達ガイドライン コンサルタント等の調達」

(URL：<http://www.jica.go.jp/announce/manual/guideline/consultant/index.html>)

7 密接な関係にあると考えられる法人との契約に関する情報公開について

契約先に関する以下の情報を機構ホームページ上で以下のとおり公表することとしますので、本内容に同意の上で、プロポーザルの提出及び契約の締結を行っていただきますようご理解をお願いいたします。なお、案件へのプロポーザルの提出及び契約の締結をもって、本件公表に同意されたものとみなさせていただきます。

(1) 公表の対象となる契約相手方取引先（共同企業体を結成する場合は共同企業体の構成員を含む。）

次のいずれにも該当する契約相手方を対象とします。

ア. 当該契約の締結日において、当機構で役員を経験した者が再就職していること、又は当機構で課長相当職以上の職を経験した者が役員等(注)として再就職していること

注) 役員等とは、役員のほか、相談役、顧問その他いかなる名称を有する者であるかを問わず、経営や業務運営について、助言することなどにより影響力を与え得ると認められる者を含みます。

イ. 当機構との間の取引高が総売上又は事業収入の3分の1以上を占めていること

(2) 公表する情報

契約ごとに、物品役務等の名称及び数量、契約締結日、契約相手方の氏名・住所、契約金額とあわせ、次に掲げる情報を公表します。

ア. 対象となる再就職者の人数、再就職先での現在の職名、当機構での最終職名（氏名は公表しない。）

イ. 契約相手方の直近の財務諸表における当機構との取引高

ウ. 総売上高又は事業収入に占める当機構との間の取引割合

エ. 一者応札又は応募である場合はその旨

(3) 当機構の役職員経験者の有無の確認日

当該契約の締結日とします。

(4) 情報の提供

契約締結日から1ヶ月以内に、所定の様式にて必要な情報を提供頂くことになります。

8 本体事業からの排除

以下、各項目の（ ）に○を付したものが、指示内容です。）

- () 本件受注コンサルタント（JV構成員及び補強を含む。）は、本業務（協力準備調査）の結果に基づき当機構による無償資金協力が実施される場合は、設計・施工監理契約以外の役務及び財の調達から排除される（その場合は、受注コンサルタント等が製造、販売する資機材も排除される）見込みです。
- () 本件受注コンサルタント（JV構成員及び補強を含む。）及びその関連会社／系列会社（親会社を含む。）は、本業務（詳細設計）の結果に基づき当機構による有償資金協力が実施される場合は、施工監理業務（調達補助を含む。）以外の役務（審査、評価を含む。）及び財の調達から排除されます。

9 案件の延期又は中止について

治安の急変等により案件が延期又は中止になることがありますので、予めご留意ください。

以上

プロポーザル評価表
エチオピア国チャンピオン商品アプローチ実践支援調査（フェーズ2）

評価項目	配点	
1. コンサルタント等の法人としての経験・能力	(10.00)	
(1) 類似業務の経験	6.00	
(2) 業務実施上のバックアップ体制等	4.00	
2. 業務の実施方針等	(40.00)	
(1) 業務実施の基本方針の的確性	16.00	
(2) 業務実施の方法の具体性、現実性等	18.00	
(3) 要員計画等の妥当性	6.00	
(4) その他（実施設計・施工監理体制）		
3. 業務従事予定者の経験・能力	(50.00)	
(1) 業務主任者の経験・能力/ 業務管理グループの評価	(26.00)	
	業務主任者 のみ	業務管理 グループ
①業務主任者の経験・能力 総括/輸出振興	(26.00)	(11.00)
ア) 類似業務の経験	10.00	4.00
イ) 対象国又は同類似地域での業務経験	3.00	1.00
ウ) 語学力	4.00	2.00
エ) 業務主任者等としての経験	5.00	2.00
オ) その他学位、資格等	4.00	2.00
②副業務主任者	(-)	(11.00)
カ) 類似業務の経験	-	4.00
キ) 対象国又は同類似地域での業務経験	-	1.00
ク) 語学力	-	2.00
ケ) 業務主任者等としての経験	-	2.00
コ) その他学位、資格等	-	2.00
③体制、プレゼンテーション	()	(4.00)
サ) 業務主任者等によるプレゼンテーション		
シ) 業務管理体制	-	4.00
(2) 業務従事者の経験・能力：ブランディング	(12.00)	
ア) 類似業務の経験	8.00	
イ) 対象国又は同類似地域での業務経験		
ウ) 語学力		
エ) その他学位、資格等	4.00	
(3) 業務従事者の経験・能力：プロモーション	(12.00)	
ア) 類似業務の経験	6.00	
イ) 対象国又は同類似地域での業務経験	1.00	
ウ) 語学力	2.00	
エ) その他学位、資格等	3.00	
(4) 業務従事者の経験・能力：	()	
ア) 類似業務の経験		
イ) 対象国又は同類似地域での業務経験		
ウ) 語学力		
エ) その他学位、資格等		
(5) 業務従事者の経験・能力：	()	
ア) 類似業務の経験		
イ) 対象国又は同類似地域での業務経験		
ウ) 語学力		
エ) その他学位、資格等		
総合評点	[100.00]	

第2 業務の目的、内容に関する事項

1 業務の背景

エチオピアは近年、GDP成長率が9%~13%の高い水準で推移しているが、製造業のGDPシェアは5%前後と同所得レベルの国々と比較しても低い状況にある。持続的な経済成長及び貧困削減に向けて、民間セクターの開発が不可欠となっている。

JICAは、アジアの経験に基づく開発政策及び民間企業育成にかかる故メレス首相からの支援要請に基づき、2009年から約2年間に亘りプロジェクト研究「産業政策支援対話に関する調査（以下、「産業政策対話」）」を実施、更に2011年からは「産業政策対話（フェーズ2）」を実施している。

「産業政策対話（フェーズ2）」では、2012年1月（第1回）及び2012年8月（第2回）に開催された政策対話において、輸出振興をメインテーマに取り上げ、エチオピア工業省、貿易省、外務省など多様なステークホルダーを巻き込んだ活発な議論を行った。中でも、エチオピアの文化や歴史背景を反映したユニーク（オンリー・ワン）かつ高品質（ベスト・ワン）である「チャンピオン商品」を発掘し、海外のプレミアムマーケットに売り込む、という輸出振興のアプローチ（以下、「チャンピオン商品アプローチ」）に対し、エチオピア官民関係者から大きな関心が寄せられた。このため、JICAはエチオピア側による同アプローチへの取り組みを推進するため、2013年5月から2014年3月まで「チャンピオン商品アプローチ実践支援調査」（以下、「フェーズ1調査」）を行い、エチオピア側とともに、TICAD Vサイドイベント等への出展、販売イベント等のプロモーション活動を通じ、市場志向の実践的経験を蓄積するとともに、これらを踏まえたチャンピオン商品アプローチのコンセプトを検討し、他国での応用に資するため「チャンピオン商品アプローチの紹介 エチオピアの輸出振興の経験から Ver.1」（以下、「チャンピオン商品アプローチ・マニュアル」）として取りまとめた。

フェーズ1調査においては、チャンピオン商品アプローチの基本的骨格が整理され、市場志向のアプローチの重要性が理解された。同時に国際市場で必ずしも高品質というイメージで認知されていないエチオピア商品の輸出振興は、商品単体での競争力に依存する形では容易ではなく、チャンピオン商品アプローチをより効果的なものとするためには、国家レベルのイメージ向上や、個別商品を超えたグループレベル（サブセクター／素材／商品群等）のブランディング・プロモーションの実践を伴う取り組みとする必要があるとの認識が関係者間で抱かれるに至った。

国家レベルのイメージ向上に関しては、フェーズ1調査においてチャンピオン商品全体のブランディングを検討した。具体的には、エチオピアが人類誕生やコーヒー等の農産物の起源地であるという歴史的特徴、エチオピア人の勤勉さ、誇り高さといった気質、そして伝統的なクラフトマンシップと共存しながら現代的な産業振興に取り組み成長を遂げつつある、というユニークさに着目して、「The Pride of Creation」というコンセプトを検討し、ハイレマリウム首相の支持を得た。他方、当該コンセプトの具体化、商品グループレベルのブランディング・プロモーションについては継続的な課題となっていることから、今回フェーズ2調査を実施することとした。

2 業務の目的

本業務は、チャンピオン商品アプローチについて、フェーズ1調査の成果を踏まえ、ブランディング・プロモーションを中心とした調査研究を行い、当該アプローチの有効性を高めることを目的として実施するものである。具体的な内容は以下のとおり。

- (1) フェーズ1調査のレビュー
- (2) チャンピオン商品候補全般を対象とした施策の試行
- (3) 対象商品グループへの重点的なブランディング・プロモーションの試行
- (4) 試行を通じて得られた教訓・知見を踏まえたチャンピオン商品アプローチ・マニュアルの更新及びアクションプランの作成

3 業務の対象地域

エチオピア全土

4 業務の範囲

本業務は、「2 業務の目的」を達成するため、「5 実施方針及び留意事項」を踏まえつつ、「6 業務の内容」に示す事項の活動を行うとともに、「7 成果品等」に示す報告書を作成するものである。

5 実施方針及び留意事項

- (1) フェーズ1調査成果の活用

今次調査研究はフェーズ1調査でのコンセプトの検討、プロモーションの実施に引き続き、ブランディングの実践及びこれを踏まえたプロモーションを実施するものであるところ、フェーズ1調査の成果を踏まえた取り組みを実施すること。

- (2) 組織横断的なエチオピア側実施体制を踏まえた業務運営

本調査研究は、エチオピア政府において輸出振興を担う貿易省を主たる実施機関とし、同省の輸出振興局長を議長とし、工業省、外務省（ビジネス外交を主管）、商工会議所等をメンバーとするタスクフォースとの協働作業を通じて実施することを想定する。

具体的には、同タスクフォースにおいて調査研究の全体方針の確認、商品グループレベルのブランディング対象の確認、ブランディング・プロモーション手法の検討等を実施する。また、商品グループレベルのブランディングの対象が選定されたのちは、関連する政府機関（皮革産業開発インスティテュート、繊維産業開発インスティテュート等）や業界団体の参加を得て、拡大タスクフォースとして、商品グループレベルのブランディング・プロモーションの検討・実施を進める。

このように、本調査研究は組織横断的な体制で実施するところ、情報共有・方針決定にあたって留意すること。

- (3) 商品グループレベルのブランディング・プロモーションの候補の選定

商品グループレベルのブランディング・プロモーションについては、対象商品グループに国際市場（本邦市場を想定）で認知されうるポテンシャルがあることが必要となるところ、そのような見込を有する商品グループを選定して調査研究を行うこととする。

具体的な対象商品グループについては、調査研究の初期段階で、エチオピア側と合意を形

成した上で選定することとするが、現時点では比較的高いポテンシャルが見込まれる皮革、繊維等を想定する。

チャンピオン商品アプローチという観点からはフットウェア等のサブセクターやスカーフ等の商品カテゴリーについて最終消費者向けのブランディングを行うことが一案であるが、本邦市場の特徴、エチオピア産品の特徴を踏まえ、それが困難である又は適当と考えられない場合は、シープ・スキン（羊のなめし皮）等の素材を対象としたブランディングを行うことも検討する。

(4) ブランディング・プロモーションにおける創造的なアプローチの活用

ブランディングにあたっては、対象製品のユニークさ、魅力や、本邦市場の特徴を踏まえてブランドの本質を分析・抽出し、それを体現するコンセプト、当該コンセプトが消費者に認知されるためのツール（ロゴ、タグ、ブランドブック等）の開発を行う必要がある。また、プロモーションにあたっては、開発されたブランドを消費者に効果的に浸透させるために、展示会出展を通じたバイヤーとのネットワーク構築、テストマーケティング等の取り組みが必要と想定される。プロポーザルにおいては、本調査研究におけるブランディング、プロモーションが効果的な取り組みとなるよう、上記を踏まえつつも必ずしもこれに縛られない創造的なアプローチを提案すること。

(5) 現地リソースの活用、TV 会議システムを活用したコミュニケーションの推進

エチオピア人人材を調査研究対象期間に配置する等、限定された業務量で効果的な業務運営ができるよう現地のリソースの有効活用を図ること。

また、本調査研究においては、映像素材検討、ブランド開発、市場調査、プロモーション活動の実践等を国内業務として実施することが想定されること、必要に応じ JICA の TV 会議システムを利用してエチオピア側と打ち合わせを行うことで、コミュニケーションの推進を図り、先方のオーナーシップを高めるよう留意すること。

(6) 産業政策対話関係者への情報共有

本調査研究を通じて得られた情報・成果については産業政策対話関係者に適時適切に共有すること。

(7) 広報の推進

調査研究開始にあたってはその概要をまとめた広報素材(A4 用紙で 2 枚程度)を作成し、JICA がメディア関係者等に情報提供を行うにあたっての支援を行うこと。また、調査研究実施中にメディアからの取材依頼等があった場合には、チャンピオン商品アプローチについての調査研究を広報する観点から、業務実施に支障がない範囲で協力すること。

6 業務の内容

以下に JICA が想定する業務の流れを記載する。コンサルタントはより効果的、効率的に本業務の目的を達成する方法があれば、プロポーザルにて提案すること。

(1) 事前準備（国内作業）及びインセプション・レポートの説明・協議

1) 既存情報の収集・整理

フェーズ1 調査報告書及び関連資料（チャンピオン商品アプローチ・マニュアル、チャンピオン商品カタログ等）により、これまでの経緯・情報を整理する。

2) チャンピオン商品アプローチ説明資料の作成

フェーズ1 調査で作成したチャンピオン商品アプローチ・マニュアルを活用しつつ、同アプローチの説明資料（含むチャンピオン商品候補の選定のあり方）を作成する。

3) 本邦市場調査の実施

国内にて商社・バイヤー等にヒアリングを行い、商品グループレベルのブランディングの対象とするグループ（サブセクター／素材／商品群等）の検討を行う。

4) インセプション・レポートの作成・協議

1)～3)を踏まえ、調査研究の実施体制、実施スケジュールを検討し、インセプション・レポート（案）にとりまとめる。インセプション・レポート（案）についてJICA 産業開発・公共政策部、エチオピア事務所の承認を得たうえで、エチオピア側に説明・協議し、了解を得る。特に、今次調査の主たる実施機関である貿易省や、今次調査から新たに参画する外務省の関係者に対しては、上記2)で作成したチャンピオン商品アプローチの説明資料も活用し、同アプローチに関する十分な理解が得られるよう留意すること。

(2) チャンピオン候補商品全般を対象とした施策の試行

1) カントリー・イメージ向上のための取り組みの実施（映像素材の作成・活用）

フェーズ1 調査で作成したエチオピア・チャンピオン商品アプローチのコンセプト「The Pride of Creation」（下記参照）に基づき、プロモーション用の映像素材（5分程度のビデオ）を作成し、当該コンセプトの発信を支援する。映像素材は、エチオピア側関係機関が国内外の展示会等にチャンピオン商品を含む産品を出展する際の共通イメージとして利用するほか、同国外務省（含む各国に設けられた大使館）によるビジネス外交にあたってのツールとしても利用することを想定する。

コンサルタントは映像素材の作成方針について、JICA 及びエチオピア側の承認を得たうえで、エチオピア国内における撮影も含めて製作を行い、JICA 及びエチオピア側の承認を得る。作成期限は2015年4月を目途とし、エチオピア側と協議のうえ確定させる。映像素材製作については再委託を可とする。

「The Pride of Creation」コンセプト

The Cradle of Mankind. Ethiopia.

The land tells the story of the beginning of mankind.

The land where mankind first started creation.

The land is fulfilled with passion and pride,

The passion and pride of knowing that we have always created something new.

Ethiopia, Africa's fastest growing country of the decade.

Now, we are witnessing the dawn of the next innovation:

The Pride of Creation.

ETHIOPIA

The new challenge of Africa's fastest growing nation begins.

2) エチオピア側のイニシアチブを引き出すプロモーション・アイデアの提供

フェーズ1調査においてはパンフレット・カタログの作成、展示会出展等によるプロモーションを実施した。今次調査研究においては更なるプロモーションのあり方を検討する観点から、チャンピオン商品候補のプロモーションを促進するためのアイデアを検討し、エチオピア側に提示する。

アイデア例：

エチオピア航空機機内販売、賓客への贈答品としての活用、空港におけるアンテナショップ設置、チャンピオン商品取り扱い店舗案内地図の作成等

(3) 対象商品グループに対する重点的なブランディング・プロモーションの試行

商品グループレベルのブランディング・プロモーションを行う対象グループを選定し、ブランディング・プロモーションを試行する。以下は JICA で想定する試行プロセスであるが、コンサルタントは最適と考えられる試行方法を検討し、プロポーザルにおいて提案すること。提案にあたっては本邦におけるインパクト、エチオピア側のオーナーシップの確保、他分野・他国への展開可能性に留意すること。

1) 本邦市場調査を踏まえた対象商品グループの選定

- (ア) 国内事前準備におけるフェーズ1調査レビュー、本邦市場調査結果を踏まえ、ブランディング・プロモーションの対象とする商品グループの候補を3~5個程度選定する。
- (イ) 本邦市場調査結果及び候補商品グループをエチオピア側に説明し、本邦市場の特徴についての理解促進を図るとともに、タスクフォースメンバーの協力を得て候補商品グループに属する商品を生産しているエチオピア企業訪問を実施する。企業訪問数は10~20社程度を想定する。
- (ウ) 本邦市場調査で明らかとなった市場の特徴、エチオピア産品の特徴・品質、これら産品を生産しているエチオピア企業の分析を踏まえ、ブランディング・プロモーション実践対象の商品グループの選定を行い、エチオピア側の了解を得る。ブランディング・プロモーション実践対象の商品グループは1~2個とする。

2) ブランディング・プロモーション活動への参加企業の選定

- (ア) 本調査研究においては、現地でのブランディング・プロモーション活動に参加する企業を選定したうえで、さらにその中から4社程度を選定し、本邦におけるプロモーション活動への参画を得ることを想定していることから、企業選定を行うにあたっての要件案を作成する。本邦招聘企業の選定にあたっては、招聘の前後にレポートの作成・提出を求め、製品サンプルの日本への送料を企業負担とすることを要件に含めることを想定する。
- (イ) 作成した要件案についてタスクフォースメンバーに説明し、タスクフォースにおける協議を通じて確定する。
- (ウ) 確定した要件に沿って、現地でのブランディング・プロモーション活動に参加する企業、本邦招聘の対象企業を選定する。

3) ブランド・コンセプトの開発

- (ア) 企業訪問を行い、対象商品が有しているユニークさ、他商品との際立つ違い等を踏まえ、対象商品が有する特別な価値の調査・分析を行う。また当該作業の結果を商品グループレベルで取りまとめる。
- (イ) 対象商品グループに対して設定するブランドについて、名称、品質基準及び顧客提供価値をまとめたブランド・コンセプトの開発を行う。
- (ウ) ブランディングのためのツール（ロゴ、タグ、ブランドブック等）の検討・開発を行う。

4) プロモーション内容の検討及び実践

- (ア) 開発されたブランド・コンセプトに適したプロモーション内容を検討し、タスクフォースによる協議において確定する。
- (イ) エチオピア企業（4名程度）及び政府（2名程度）の関係者を12日程度本邦に招聘し、ブランディング・ツールを活用して、展示会出展等のプロモーション活動を実施する。
- (ウ) プロモーションの実施を通じ、参加者の日本的ビジネスマナーへの理解の促進を図る。
- (エ) 最終消費者向け商品をブランディング対象とする場合には、エチオピア企業が百貨店等でのテストマーケティングを実施するにあたっての支援を行う。
- (オ) 招聘の実施にあたってのコンサルタントの具体的な業務の範囲は以下のとおり。
 - ① 各種手続き：航空券の手配、査証の手配、空港送迎、宿舎手配及び宿泊先への支払、保険加入手続き、参加者に対する日当・諸経費の支給、日程に基づく参加者の移動手配
 - ② 招聘プログラムの実施：招聘日程及びプログラムの作成、面談先の手配、関連資料の作成
 - ③ 招聘プログラムの監理：招聘日程に基づく参加者の引率及び面談における通訳等、参加者への各種伝達及び研修プログラム関係者間の連絡・報告・調整引率・同行中の参加者の病気・怪我等の緊急事態、各種トラブルへの初動対応

5) 成果とりまとめ

- (ア) 商品グループレベルのブランディング・プロモーションの方法論、実施結果を取りまとめる。

(4) チャンピオン商品アプローチ・マニュアルの更新及びアクションプランの検討

- 1) 試行を通じて得られた知見・経験を踏まえ、他国に展開することを念頭に置いてチャンピオン商品アプローチ・マニュアルを更新する。
- 2) チャンピオン商品アプローチ及び商品グループレベルのブランディング・プロモーションをエチオピア側が継続的に実施するためのアクションプラン（含む官民連携による推進体制）を検討する。

(5) ドラフト・ファイナル・レポートの作成

- 1) 調査研究の成果についてドラフト・ファイナル・レポートにまとめ、JICA 産業開発・

公共政策部、エチオピア事務所に提出のうえ、コメントを得る。コメントに基づき同レポートを修正する。

- 2) 作成したドラフト・ファイナル・レポートをエチオピア側タスクフォースに説明し、コメントを得る。

(6) 成果発表セミナーの開催

チャンピオン商品アプローチ・マニュアルの内容等、調査研究の成果を関係者に広く説明するため、セミナーを開催する。セミナーは関連省庁の職員だけではなく、その他の公的機関、業界団体、民間企業等も対象とし、概ね 50 名程度の参加を想定する。セミナーの開催時期、方法等の詳細については、タスクフォースとの協議を通じて決定する。

(7) ファイナル・レポートの提出

エチオピア側タスクフォースからのドラフト・ファイナル・レポートへのコメントや、成果発表セミナーの結果を踏まえファイナル・レポートを作成し、JICA 産業開発・公共政策部に提出する。

7 成果品等

(1) 報告書

本調査においては、以下の報告書を JICA へ提出する。

レポート名	提出時期	部数など
インセプション・レポート (兼業務計画書)	2014 年 10 月下旬	和文 5 部 (簡易製本) 英文 15 部 (簡易製本)
インテリム・レポート	2015 年 4 月下旬	和文 5 部 (簡易製本) 英文 15 部 (簡易製本) レポートにはカントリー・イメージ向上のための映像素材の製作及び対象商品グループのブランド・コンセプトの開発に関する実施結果を含めること。
ドラフト・ファイナル・レポート	2015 年 11 月下旬	和文 5 部 (簡易製本) 英文 15 部 (簡易製本) CD-ROM 2 枚
ファイナル・レポート	2016 年 1 月下旬	和文 10 部 英文 15 部 CD-ROM 2 枚

(2) 報告書の仕様

- 1) 報告書 (ファイナル・レポートを除く) の作成仕様は、A4 版、ワープロ打ち、両面コピー、章毎改頁の編集とし、原則簡易製本とする。
- 2) ファイナル・レポートの仕様 (印刷・製本及び電子化の仕様) は、「コンサルタント等契約における報告書の印刷・電子媒体に関するガイドライン」

(http://www.jica.go.jp/announce/manual/guideline/consultant/pdf/ind_guide12_01.pdf) を参照し、製本する。

(3) 報告書作成にあたっての留意点

- 1) 各報告書はその内容を的確かつ簡潔に記述し、必要に応じ図や表を活用する。また、英文等の外国語についてもネイティブ・スピーカー等によるチェックを十分に行い、読みやすいものとする。報告書本文中で使用するデータおよび情報については、その出典を明記する。
- 2) 各報告書には、業務実施時に用いた通貨換算率とその適用年月日および略語表を目次の次の頁に記載する。
- 3) 報告書が主報告書と資料編の分冊形式になる場合は、主報告書とデータの根拠（資料編の項目）との照合が容易に行えるよう工夫を施す。

(4) 技術協力成果品

本調査においては、以下の成果品を JICA へ提出する。

成果品名	提出時期	部数など
カントリー・イメージ向上のための映像素材	2015 年 4 月下旬	CD-ROM 2 枚
チャンピオン商品アプローチ・マニュアル	2015 年 11 月下旬	和文 5 部 英文 15 部 CD-ROM 2 枚

(5) コンサルタント業務従事月報

コンサルタントは、国内・海外における業務従事期間中の業務に関し、業務従事月報を作成し、監督職員に提出する。

(6) 収集資料

調査終了時に契約期間中に収集した資料、データおよびリスト一式を提出する。

第3 業務実施上の条件

1 業務の工程

(1) 業務実施期間

本業務は、2014年10月中旬に開始し、2016年2月下旬に終了することを目処とする。

2 業務量の目処及び業務従事者の構成

(1) 業務量の目処

業務量は、下記を目処とし、効率的、かつ効果的な実施方法を提案する。

合計：16.00M/M

(2) 業務従事者の構成

本業務には以下に示す各分野の担当事項を担当する団員が参加することを想定している。なお、上記の業務量を超えない範囲において担当分野の変更・追加または統合・分離が必要と考えられる場合は、明確な理由とともにプロポーザルにて提案する。

- 1) 総括／輸出振興 (2号)
- 2) ブランディング (2号)
- 3) プロモーション (3号)
- 4) 市場分析
- 5) 商品開発

3 再委託

再委託は上述の「第2 業務の目的、内容に関する事項」の6(2)のうち「映像素材製作」について当該業務に経験・知見を豊富に有するコンサルタント等に再委託して実施することを認める。また、同6(3)のうち「商品グループレベルのブランディング・プロモーション」についても一部を再委託として提案できるものとする。

再委託にあたっては「コンサルタント等契約における現地再委託契約手続きガイドライン」に則り選定及び契約を行うこととし、委託業者の業務遂行に関しては、適切な監督、指示を行う。プロポーザルでは、再委託対象業務の実施・監督方法等につき、具体的な提案を行う。その経費は本見積に含めること。

4 配布資料等

(1) 公開資料

プロジェクト研究「産業政策支援対話に関する調査(フェーズ2)」チャンピオン商品アプローチ実施支援調査最終報告書 (<http://libopac.ica.go.jp/images/report/P1000014891.html>)

(2) 配布資料

プロジェクト研究「産業政策支援対話に関する調査(フェーズ2)」チャンピオン商品アプローチ実施支援調査を通じて作成した以下の資料

- ・「チャンピオン商品アプローチの紹介 エチオピアの輸出振興の経験から Ver.1」
- ・「チャンピオン商品カタログ」

5 その他

(1) 安全管理

現地作業期間中は安全管理に十分留意する。当地の治安状況については、各 JICA 在外事務所、日本大使館において十分な情報収集を行うとともに、現地作業時の安全確保のための関係諸機関に対する協力依頼および調整作業を十分に行う。また、同事務所と常時連絡が取れると体制とし、特に地方にて活動を行う場合は、当地の治安状況、移動手段等について同事務所と緊密に連絡をとるよう留意する。また、現地作業中における安全管理体制をプロポーザルに記載する。