

わかやま企業力向上販売戦略支援事業に係る国内市場調査・分析等業務 仕様書

1 適用範囲

本仕様書は、公益財団法人わかやま産業振興財団（以下「財団」という。）が発注する「わかやま企業力向上販売戦略支援事業に係る国内市場調査・分析等業務」（以下「本業務」という。）について必要な事項を定めたものである。

2 目的

本業務は、和歌山県内企業が企画・製造する商品が顧客ターゲットや商品仕様ニーズを明確にするため、商品のニーズ調査、使用感調査等を行い、効果的な販路開拓に資することを目的とする。

3 業務の内容

（１）市場調査実業務

県内中小企業者等の自社商品等の改良点を洗い出すため、適切な手法を用いて市場調査・結果分析を行い、対象商品等の顧客ターゲットや仕様ニーズ等を明確化する。

【実施対象企業】県内中小企業者（食品・雑貨・機械分野等の製造業者）５社程度

【調査内容】調査は、実施対象企業の目的に合わせて、次に掲げる①～③を組み合わせで行う。なお、手法については下表から選択、又は組み合わせること。

①業界調査

調査対象商品等の属する市場について、規模・動向等を調査する。なお、属する市場については、調査実施前のヒアリングにより適切な市場分類を提案すること。

②印象調査

調査対象商品等の概要・写真等の情報から、競合商品と比較した際の印象、ブランドイメージ、顧客ターゲット層等について調査する。なお、調査対象モニターは傾向が読み取れる数を確保すること。

③使用感調査

調査対象商品等を実際に使用または試食した際の感想、仕様ニーズ等を調査する。調査対象モニターはバイヤーまたはエンドユーザーとし、必要に応じて両者に対して調査を実施すること。なお、調査について施設利用、設営、運営管理等の経費が必要な場合、すべて受託者の負担とする。

No.	方法	内容	注意事項
1	グループインタビュー調査【会場調査】	小グループ形式で適切なバイヤーや消費者にモニター商品への意見を直接聞く。	実施場所や地域は適切な調査が可能な場所とし、施設は財団が指定する施設又は受託者が所有又は借り上げた施設とする。なお、当日の施設利用、設営、運営に係る全ての経費は受託者の負担とする。
2	インターネットアンケート調査	受託者で登録しているモニターにインターネットで商品への意見を聞く。	設問数は10問以上とする。
3	製品使用感把握調査【ホームユーステスト】	一定期間、実際に商品を家庭やオフィスで使用してもらい意見を聞く。	調査商品により、適当なサンプル数を用意し、適切な質問・質問数により調査を行う。
4	製品使用実態把握調査【フォトリサーチ】	インターネット調査手法で、設問と合わせて、商品が家庭やオフィスのどこに置かれ、どのように使用されているか写真に記録し実態を把握する。	調査商品により、適当なサンプル数を用意し、適切な質問・質問数により調査を行う。
5	企業モニター調査	商品取引対象企業等に電話又は訪問調査により商品評価を聞く。	調査商品により、適当なサンプル数を用意し、適切な質問・質問数により調査を行う。
6	その他商品開発や商品改良により企業の売上増加や販路拡大に繋がる効果的な調査		

【その他】調査の実施に伴い、下記の業務も行うこと。

①説明会の開催

実施対象企業向けに、事業ポイント・具体的な調査手法とその効果・実施スケジュール等についての説明会を行うこと。

＜実施時期＞6月頃

＜会場＞和歌山市内の会場（会場借り上げ等に係る費用は財団負担）

なお、状況に応じてオンラインでの開催も可能とする。

②事前ヒアリングの実施

実施対象企業の意向を反映したうえで効果的な調査を行うため、財団が指定する職員等と共に実施対象企業に対し事前のヒアリングを実施すること。

③調査設計書の作成

調査開始前に、事前ヒアリングの内容を反映させた調査設計書を作成し、財団の承認を得ること。なお、設計書内には、調査の主眼、モニターの構成、調査項目等の詳細を記載すること。

④予備調査及び事前リクルートの実施

調査対象事業者の商品の性質や調査方法に応じて、必要とされる場合は予備調査や事前リクルートを実施する。なお、予備調査や事前リクルートの必要サンプル数は傾向や効果がわかるように、必要サンプル数を確保することとし、その結果はあらかじめ財団に報告し、承認を得るものとする。

⑤調査に伴う指導・マーケティングマネジメントの実施

実施対象企業を対象に、課題整理・調査項目の設定・分析結果を受けての助言等の指導・マネジメントを実施すること。

⑥バイヤー向け調査の実施に伴う商談機会の設置

使用感調査等において、モニターとなるバイヤーより商談を希望する旨の申し出を受けた場合は、必要に応じて実施対象企業とバイヤーとの商談機会を提供すること。

（２）商品改良開発支援業務

（１）の市場調査実施期間中または調査完了後において、必要に応じて、調査結果を反映させた商品等の改良開発について提案・指導を行う。

４ ＰＲツールの作成支援

市場調査結果を十分反映させたいと、実施対象企業が商品等をバイヤーに効果的に訴求できる提案シート等のPRツールについて作成を支援する。なお、内容については、財団の承認を得ること。

５ 助言等

本業務期間中、受託者は財団の職員に対して適切な助言を与えるとともに、財団の疑問点の回答又は必要な資料等を求めた場合、迅速に対応し回答、資料提供等を行うこと。

６ 再委託の制限

受託者は、財団の承認を受けずに本業務を再委託してはならないこととし、業務の一部を再委託する場合は、再委託先の業務内容及び再委託先の概要、体制について事前に財団に書面

で協議し、承認を得なければならない。

7 報告書の提出

集計結果とそれに基づく分析、商品開発等への提言をまとめた報告書を作成し、財団に提出する。また、商品モニター調査の対象事業者にも報告書を提出し、十分な説明、商品開発等に向けての助言を行う。なお、提出期限については、あらかじめ、財団と協議して決定するものとする。

8 財団に提出すべき成果物等

各調査につき報告書（A4）、電子データ一式（CD-ROM等）

電子データファイルの種類については、Word・Excel・Power Point形式のものに加えてPDF形式のものとする。

9 注意事項

- （１）業務の遂行に当たっては、あらかじめ財団と十分協議を行うこと。
- （２）調査の実施に当たっては、実施対象企業の意向を十分踏まえるとともに、実施時期についても十分配慮し行うこと。
- （３）調査期間中、サンプル数が予定数に達することが困難となる恐れがあるときは、速やかに財団にこれを報告し、協議すること。
- （４）モニターへの謝礼、実費弁償、その他必要な経費については、全て受託者の負担とする。
- （５）会議・イベント形式での調査を実施した場合は、参加者の了承を得て写真撮影し、電子データで提出すること。
- （６）その他当仕様書に定められていない事項であっても、効果的な商品モニター調査の実施に必要なものは、財団と十分協議し柔軟に対応すること。

10 受託者の責務

- （１）受託者の責務において、業務関係者等に対する安全対策に万全を期し、事故防止に関する必要な措置を講じること。
- （２）受託者は常に善良なる管理者の注意を持って業務を遂行し、業務の進捗状況について確認の上、適宜報告すること。
- （３）関係法令等を遵守し、その適用及び運用は受託者の責任において適切に行うこと。
- （４）業務上知りえた秘密を第三者に漏らしてはならない。契約の解除及び期間満了後においても同様とする。

11 その他

受託者は、本仕様書に記載のない事項及び本業務遂行に当たり疑義が生じた場合は、必ず財団と協議することにより定めるものとする。