

## マーケティング活動支援事業業務委託仕様書（案）

### 1. 委託業務名

マーケティング活動支援事業業務委託

### 2. 業務の背景・目的

人手不足、物価・エネルギーコスト高等から中小企業を取り巻く経営環境は厳しい状態が続いている。その中で、中小企業が継続的に発展し続けるためには、売上の維持・拡大が重要な項目の一つであり、拡大には市場開拓・販路拡張が大事な要素となる。その中、市内中小企業においては、既存顧客との継続的な取引をメインとしながら、展示会出展による新規顧客の獲得を目指している企業もいるが、昨今ではより効率的、効果的に売り上げを伸ばすためのマーケティングの考え方が必要とされている。

市内中小企業の状況について、市場調査や自社分析、顧客接点の工夫、売れる仕組みづくり等のマーケティング活動はまだまだ発展途上であり、特に BtoB（製造業等）の領域に関しては未実施な部分も多い。この分野については改善を図ることで現状からの大きな変化を生むことができると考える。また近年ではインターネットやスマートフォンが普及していること、SNS や Web サイトで容易に情報が集められる環境にあること、ユーザーごとのニーズをつかむ必要があること等から、マーケティングの中でもデジタルマーケティング・Web マーケティングが注目されているが、市内中小企業においては人材、予算、ノウハウ等に課題があり、十分に活用することは難しい状況にある。

そこで本事業では、デジタルマーケティングによる売上拡大に精通した専門家の派遣等伴走支援を実施する。ポイントとして、企業の課題である人材・予算・ノウハウ等に適応した支援を行うこと、その対象を販路拡大や売上向上に課題を持つ BtoB の市内中小企業にすることで、効果的に地元企業の売上維持・拡大、市場開拓、販路拡張等を行う。

### 3. 委託期間

契約日から令和 8 年 3 月 3 1 日（火）まで

### 4. 支援対象企業

#### (1) 支援数

7 社程度

#### (2) 募集・採択について

本市が募集を行い審査の上決定する予定。なお募集条件は、以下ア、イに当てはまること及び「5. 業務内容」に応じた内容とする予定。

- ア 岡山市内に本社もしくは主要な事業所（工場・オフィス・店舗等）がある中小企業
- イ BtoB（企業同士の取引）の事業を展開している企業

## 5. 業務内容

岡山市内の中小企業に対し、デジタルマーケティングによる売上の維持・拡大、市場開拓、販路拡張等の支援を行うこと。なお本事業終了後も支援対象企業がマーケティング活動を自走できるような支援をベースとすること。

- 【支援の流れ】：デジタルマーケティング全般から支援対象企業ごとに最適な施策に絞り込んでいき、具体的な実行支援を行う。（取扱う分野は支援対象企業の希望も加味する場合あり）
- 【支援の体制】：専門家による各社個別の伴走支援

なお本事業におけるマーケティングの定義は、「世の中のニーズを満たす商品やサービスを探り、売れる仕組みや価値浸透の仕組みをつくること。」とし、またデジタルマーケティングの範疇は、SNSやYouTube等の動画、Web・ECサイト、Web広告、SEO（検索上位化）、CRM（顧客管理）、MA（マーケティング活動の自動化）等を活用したマーケティングで、Webマーケティングを含むデジタル技術を活用したマーケティング活動全般のこととする。ツール例は以下のとおり。

### 《デジタルマーケティング ツール例》



なお業務の詳細は以下のとおり。また事業全体のイメージ図は仕様書別紙1を参照。

#### (1) 個別業務

##### ア 調査及び解決手法整理

デジタルマーケティングによる売上向上を目的として、支援対象企業に対応した調査・解決方法の整理を行うこと。実施内容は以下を想定している。

- ヒアリング調査
  - ヒアリング先：支援対象企業をベースに、可能であればその取引先、見込み顧客などにも実施（商品、サービス等のニーズ調査の観点から）

- 支援対象企業の現状把握・分析
- 対象業種の動向調査
- 競合分析

#### イ 戦略立案

上記アによって把握した内容をもとに企業のデジタルマーケティング戦略を立案し計画を策定すること。以下に計画策定のイメージを記載。

- デジタルマーケティング全般の中から支援対象企業に特に適した方法を導き出し、計画にしていく。
- 策定項目は背景、目的、デジタルマーケティング施策内容、具体的な実行アクション等を想定している。なお必要な項目があれば追加すること。

#### ウ 具体的な実行支援

上記ア、イの内容、計画に対応して、支援対象企業ごとの具体的な実行アクションを支援すること。

- **【支援方法】**：各種面談及び実行アクションの支援。
- **【各企業との面談回数】**：月に1～2回程度を想定。
- **【面談方法】**：対面での打合せ、オンラインでの打合せどちらも可。
- **【具体的な実行アクションの支援】**：KPIの実現に向け必要かつ可能な範囲を支援。

※取り扱うツールは「P2 デジタルマーケティング ツール例」を想定している。なおツール本体やWeb広告自体の費用は、支援対象企業による負担を基本とする。

具体的な実行アクションの支援としては以下のようなものを想定している。

##### 【支援例】

- Webサイトの初期構築、既存サイトの訴求方法の修正（文言や構成の修正含む）等
- YouTube用の動画やコンセプト、自社での運用も想定したフォーマット等の作成等
- 公式LINE、InstagramなどSNS初期構築や投稿内容の文面作成、ライティング、シナリオ設定等
- SEO対策において必要なキーワードリサーチ、記事ライティング、設計、被リンク用リスト作成等
- Web広告におけるアカウント設計、キーワード設定等
- CRM、MAを用いたマーケティングのための設計、設定等

## (2) プロジェクト管理

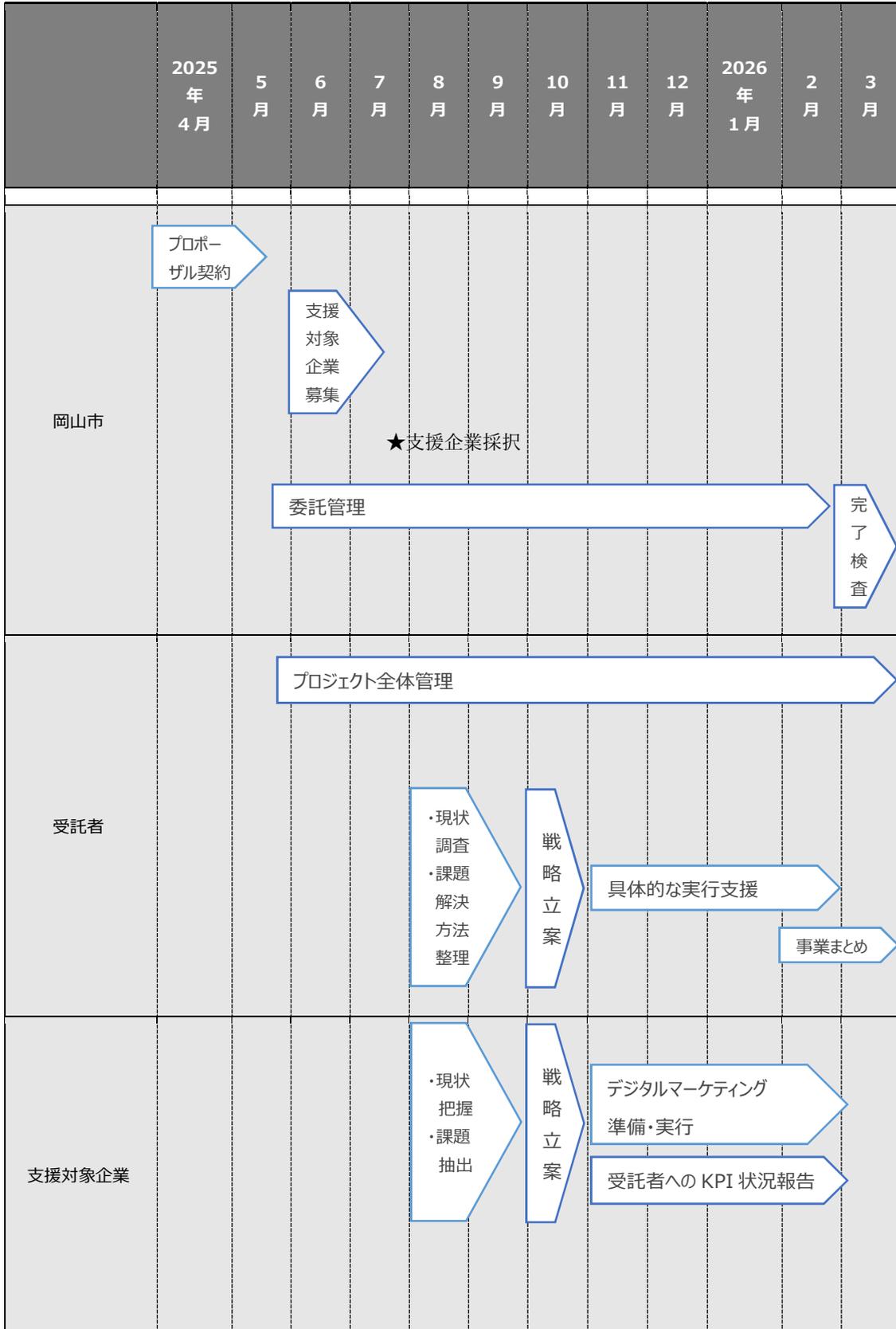
- 受託者は、委託者の視点に立って、本業務が効率的かつ適正に実施されるように、また、本業務の目的や委託者の要求するサービス水準を達成できるように、すべての工程におけるプロジェクト管理（各作業の進捗状況の把握、委託者が見落としがちな要件の指摘、課題・問題点の早期発見と解決策の検討、委託者への迅速な状況報告等）を徹底すること。
- プロジェクト管理を行う者は、十分なコミュニケーション能力を持つのみならず適切な課題解決策、方法論等を提案でき、実績や知見、新たな発想等に基づいて、円滑・確実にプロジェクト推進できる能力を有すること。また、プロジェクトの要員の作業分担と作業量を適切に把握・管理し、計画の遅れが生じるなど課題・問題等が発生した場合は、早急に原因を調査し、要員の追加や担当者の変更等、体制の見直しを含みリカバリプランを提示し、委託者の承認を得た上で、これを実施すること。

## 6. 業務目標（KPI）

地元企業の売上維持・拡大、市場開拓、販路拡張等を目的とすることから、本事業内では支援対象企業の商品・サービス等への問い合わせ件数若しくはそれに類似するものの増加を目標とする。

なお具体的な数値目標（増加率や増加数等）については、採択した個別の企業ごとに状況や事業内容が異なるため、各支援対象企業の「5.（1）イ 戦略立案」時を目途に、受託者・支援対象企業・本市で協議して設定することとする。

7. 予定の事業スケジュール



## 8. 資料の取扱い

参加企業向けに作成した資料がある場合は、各参加企業がその資料を有効活用できるように資料提供すること。またその著作権は支援対象企業に帰属するものとする。

## 9. 成果品

受託者は、以下の成果品を以下方法で本市へ提出すること。

### (1) 提出物

#### ア 委託業務報告書

本業務に関する内容、実績、効果、検証を盛り込むこと。

#### イ KPI 実績報告書

支援対象者ごとに KPI の指標に対する結果をまとめたもの。

#### ウ その他提案事項にかかる書類・必要な書類

### (2) 提出方法

#### ア 冊子 1 部

報告書の冊子は日本産業規格 A4 判で簡易製本、画像・図面等は適宜カラー印刷とする。

#### イ 電子データ

電子データは、MS ワード等で作成した文書ファイルで本市が再利用できるもの及び PDF ファイルとすること。

## 10. 秘密の保持等

受託者は、本業務の実施において知り得た事項を第三者に漏らしてはならない。

受託者は、業務を通じて得た個人情報保護の取り扱いについては、「市の保有する個人情報の取扱委託に関する覚書」を結ぶものとする。

## 11. その他

(1) 本市が提供する資料等は、その管理に万全を期すとともに、本業務を遂行する以外の目的で使用してはならない。

(2) 受託者は、業務の着手前及び業務中には本市と十分な協議を行うこと。

(3) この仕様書に定める事項及び明記のない事項について、疑義が生じた場合は双方協議し明確にするものとする。

(4) 本仕様書とマーケティング活動支援事業業務委託に係る企画競争（令和 7 年 3 月 17 日公示）において提出された提案書の内容に基づいて本業務を履行すること。