

## 青い森鉄道マーケティング力強化業務委託仕様書

### 1 業務目的

本事業は、沿線の人口減少や新型コロナウイルス感染症の流行により市場が変化する中で、青い森鉄道を運営する青い森鉄道株式会社及び県が、自ら市場を分析し、顧客のニーズを捉えて戦略的なマーケティングを行う力を強化することで、青い森鉄道の新規顧客を獲得し、コロナ禍で減少した旅客運輸収入の回復を目指す。

### 2 業務名

青い森鉄道マーケティング力強化業務委託

### 3 委託予定上限額 10,000千円（消費税及び地方消費税の額を含む。）

### 4 委託契約期間

契約締結日から令和5年3月10日（金）まで

### 5 業務概要

本業務は、2年1クールでマーケティング手法を用いた商品又はサービス開発を実践し、理論と実務的ノウハウの習得を主目的とする。

また、本業務は青い森鉄道株式会社、青森県等からなるプロジェクトチームを主体に実施する。受託者は当該プロジェクトチームに伴走しながら、各段階に応じた知識や手法の教授、視点の提案や具体的な着地点への誘導を行い、事業終了後にプロジェクトチーム又はその構成員が同様のサイクルで自走できる状態となることを目指す。

実施年度	委託内容	委託上限額	契約方式
令和4年度	① マーケティングの基礎知識の講義（留意事項④参照） ② 既存データの確認（過去に実施したアンケート等） ③ 既存データで不足する情報について、新たに顧客調査を行う必要があるかの検討 ④ 新たに顧客調査を行う場合、当該調査手法の検討と検討に要する知識の教授 ⑤ 新たに顧客調査を行う場合、当該調査の実施 ⑥ ⑤までで得たデータに基づく分析と分析に要する知識の教授 ⑦ ①～⑥の分析に基づくターゲットの設定 ⑧ ①～⑦における理論等の習得のための講義等を勉強会として開催（最低4回）	10,000千円	プロポーザルにより決定する。
令和5年度	⑨ ⑧までで得た分析に基づく商品又はサービスの開発支援 ⑩ 開発した商品又はサービスの販売戦略策定支援 ⑪ 販売実証中の助言 ⑫ 販売結果の分析と分析に要する知識の教授 ⑬ ⑨～⑫における理論等の習得のための講義等を勉強会として開催	未定	令和4年度の受託業者と随意契約を予定。

#### <留意事項>

① 本業務で取り扱う題材は、原則1商品又はサービスとする。既存商品全ての再検討や、複数のセグメントを対象とした新商品の複数開発等、青い森鉄道全体の経営計画をプロデュースする業務ではない点に留意すること。なお、常駐でのコンサルティングや毎月の成果レポートを求めるものではないこと。

- ② 令和4年度中に、最低4回プロジェクトチームによる勉強会を開催すること。勉強会の内容は受託者が提案し、委託者と協議の上で決定すること。また、企画提案にあたっては、開催する勉強会のうち対面とオンライン形式それぞれの回数及び想定する内容を明示すること。
- ③ 業務実施にあたっては、委託者が指定する鉄道経営に造詣の深い外部有識者を必要に応じてプロジェクトチームに参加させる。なお、受託者側から人選の提案がある場合は協議により決定する。外部有識者への報酬・旅費は受託者が受託した委託料の中から支払うこと。
- ④ 勉強会における講義等にあたり特に重視したいテーマは次表のとおり。このほか、受託者が有用と考えるテーマを取り扱うこと。また、ワークショップ形式で行う場合は、架空の事例ではなく青い森鉄道を題材とし、一定の着地点を見出すこと。

分野	期待する内容
ドメイン	<ul style="list-style-type: none"> <li>青い森鉄道の「強み」を各種フレームワーク（SWOT、PEST、VRIO等）で分析する</li> <li>「鉄道事業」や「輸送」がドメインとは限らないことへの気付きを促す</li> </ul>
セグメンテーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>セグメンテーションの説明</li> <li>鉄道業界で用いるべきセグメンテーションの変数は何か</li> <li>鉄道へのニーズを適切に分割できる「目に見えない変数」は何か</li> </ul>
ターゲティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>セグメントのうち、青い森鉄道が狙うべきターゲットはどこか</li> <li>なぜそのターゲットを選ぶのか、選ぶ際の着眼点はどこか</li> </ul>
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>トリプルメディアの説明</li> <li>予算をかけずに実施できるプロモーションの提案（アールドメディアの活用及びマスメディアに取り上げられやすいリリース資料の作成方法）</li> </ul>
マーケティングリサーチ	<ul style="list-style-type: none"> <li>リサーチデザインの概要</li> <li>データ収集の方法（コミュニケーション法、観察法等の具体例と各手法のメリットデメリット、有効な場面）</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティングに興味を持った場合の自己研鑽方法の提示（書籍や講座の紹介）</li> </ul>

## 6 成果品

受託者は、実績報告書を委託者に提出すること。

## 7 権利の帰属等

本業務において作成した成果物は、委託者が受託者に契約金額を支払った際に、委託者へ移転するものとする。ただし、権利の移転前であっても、受託者と協議の上、委託者は必要な範囲において成果物を利用できるものとする。

## 8 その他留意事項

この仕様書に定めのない事項及び疑義の生じた事項については、委託者と受託者が協議の上、委託者の指示に従って業務を行うこと。