

青い森鉄道マーケティング力強化事業 質疑応答

令和4年5月23日

No	質 問	回 答
1	<p>「既存データ」「過去に実施したアンケート等」とは、受託者が保有するデータや公開データ等の利用を想定しているか。</p> <p>あるいは、委託者側（青森県・青い森鉄道）で過去に実施したアンケートや、乗降客数データ（定期・非定期／県外・県内別）等の活用を指すか。</p> <p>仮に後者である場合、データの概要をお示しいただきたい。 ※新たな顧客調査を実施すべきか否かの判断に関わるため</p>	<p>委託者側（青森県・青い森鉄道）で過去に実施したアンケートや、乗降客数データの活用を想定しています。</p> <p>具体的には、令和元年度に実施した「沿線事業所へのアンケート調査・通学の実態調査」（合計94事業所・学校の従業者数3,835名回答）や、令和3年度に実施した「沿線住民意識調査」（476名回答）の活用を想定しています。</p> <p>いずれも、アンケート結果は集計・分析された状態です。</p> <p>また、乗降客数データについては、通常業務の中で把握している定期・定期外の販売実績が提示可能ですが、県外・県内別についてはデータがありません。</p>
2	<p>勉強会の参加者数は何名くらいか。また、参加者の担当業務は何か（役職も含めて）。</p>	<p>概ね10名以内を想定しております。</p> <p>事業内容の詳細確定後に参加希望者を募る予定であり、現時点でこういった部署の者が参加するかは未確定ですが、企画・営業部門の若手職員を想定しています。</p>
3	<p>講義のための会場はどちらを想定しているか。現時点で特に想定がない場合、会場手配は委託者・受託者どちらの担当になるのか。</p> <p>※見積の算出に関係するため</p>	<p>講義会場は、可能な限り県庁内会議室（無料）を確保する予定です。これが困難で外部の貸し会議室を使用する場合には、委託者が会場を手配・費用負担します。</p>
4	<p>講義等はリアルーオンライン併用も可能か。 ※受託者の現場責任者は会場に入るが、講義者他が遠方にいる場合はオンライン出席だとありがたい。</p>	<p>併用可能です。</p>
5	<p>「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」とあるが、令和4年度末には商品・サービス案まで創り上げる想定でよいか。</p> <p>※今年度の成果品（実績報告書）の内容に関わるため</p>	<p>令和4年度はターゲットまでを行い、令和5年度にそのターゲットに向けてどのような商品又はサービスを作成すべきか検討することを想定していますが、ターゲットの段階でその先にある商品又はサービスの具体イメージに踏み込むことを妨げるものではありません。</p>

6	<p>「取り扱う題材が、原則1商品又はサービスとする」について、商材のカテゴリー等に想定はあるか。  (鉄道を題材とするのが望ましいか、食品や物販といった関連事業を想定しているか)</p>	<p>旅客運輸収入の回復を目的とした事業であるため、鉄道の旅客輸送に係るサービスを題材とすることを想定しています。</p>
7	<p>「鉄道経営に造詣が深い有識者」とは、より詳細にはどのような人物を想定しているか。  ※見積の算出に係るため</p>	<p>現時点で承諾を得ているものではないため具体的な名前を出すことは控えますが、マーケティング手法を用いて鉄道経営を行っている地方鉄道経営者等を想定しています。</p>
8	<p>「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」とあるが、どの程度の金額を、何名分見込んでおけばよいか。</p>	<p>委託者の指定に係るものについては、旅費・謝金込みで30万円を見積もってください。加えて、受託者の提案がある場合は、別途見積もるようにしてください。</p>
9	<p>ここ数年の間に、青い森鉄道において、鉄道経営に詳しい外部講師を招いての研修/講演等の実績はあるか。もしある場合は、講師名・研修/講演の概要。  ※「外部有識者」の人選に関わるため</p>	<p>研修や講演等の実績はありません。</p>
10	<p>勉強会のテーマ（ドメイン・セグメンテーション・ターゲティング等）に関しては、2年1クールの中で実施できれば良いか。それとも初年度に全部実施のご意向か。</p>	<p>いずれもマーケティングの基礎知識であるため、初年度の講義で概要には触れていただきたいと思います。具体的な手法や詳細な解説は実践の際にご教授いただく形で差し支えありません。</p>
11	<p>『セグメンテーション』のところに「目に見えない変数」とあるが、例えば、どのような内容をイメージされているか。</p>	<p>セグメンテーションに用いられる単純な変数には「地理的変数」や「人口統計的変数」等がありますが、顧客のニーズの違いに着目した場合、必ずしもこれらの「目に見える変数」が有効ではない場合があると考えています（例えば、年齢で顧客を区分しても、20代が鉄道に求めるニーズと30代が鉄道に求めるニーズに差が無い場合「年齢」はセグメンテーション変数として機能していないものと考えます）。</p> <p>これを踏まえ、こういった基準で区分すればニーズに応じた顧客の切り分けが可能になるのかを考えたという趣旨で記載しています。</p>

12	<p>勉強会 1 回あたりの所要時間はどれくらいを想定しているか。</p>	<p>受託者の提案内容によりますが、例えば丸 1 日かけて集中講義を行う回や、1～2 時間でワークショップのみを行う回等、内容等によりある程度幅があっても差し支えないものと考えています。</p>
13	<p>プロジェクトチームについて、メンバー構成をお教えてください。おおよそのチームメンバー数、担当職務や役職、ご年齢など、詳細検討の参考にしたいと思います。（まだ決まっていない場合は、現時点の想定で構いません。）</p> <p>また、メンバーの想定稼働（どの程度、プロジェクトに時間を割いて頂けそうか）についても、週に●時間など、目途をお示し頂けますとありがたいです。</p>	<p>青い森鉄道(株)社員、青森県職員等で概ね 10 名以内を想定しております。</p> <p>事業内容の詳細確定後に参加希望者を募る予定であり、現時点でこういった部署の者が参加するかは未確定ですが、企画部門の若手職員を想定しています。</p> <p>メンバーの稼働については、マーケティングの専門職員がいるものではないため、基本的に勉強会の時間のみを想定しています。</p>
14	<p>強み分析には、沿線の資源（観光素材や生活サービス施設等）情報や入込客数等の観光関連のデータ、過去の施策の振り返りが必要になると考えますが、それらの資料／データはご提供頂けるという認識でよいでしょうか。</p>	<p>データ収集への協力は可能ですが、当方でマーケティングのために必要なデータを適切に見繕うことは難しいと考えています。また、当方で収集するとしても、当方が保有しているアンケート結果を除き基本的にオープンデータからの提供が中心になります。</p>
15	<p>成果物に既定の書式がありましたら、ご教示ください。なお、勉強会をワークショップ形式で行う場合、成果物として検討結果を整理したものを想定しています。別途、分析レポートの作成は想定していないのですが、その認識で合っていますでしょうか。</p>	<p>既定の書式はありませんので、任意書式で作成してください。</p> <p>勉強会の検討結果を成果物とすることで差し支えありませんが、仕様書 5「業務概要」令和 4 年度⑤の顧客調査を実施した場合は、この結果については分析レポートを提出してください。</p>
16	<p>外部有識者について、「委託者が指定する鉄道経営に造詣の深い外部有識者」につき、候補者があれば、お教えてください。</p> <p>また、外部有識者の役割、関与度合いについて、現時点の想定も併せてお教え頂けますと幸いです。（役割については、主に、制約や先行事例についての情報供与との認識です。）</p>	<p>現時点で承諾を得ているものではないため具体的な名前を出すことは控えますが、マーケティング手法を用いて鉄道経営を行っている地方鉄道経営者等を想定しています。</p> <p>関与度合いについては、予算の範囲内で勉強会に 1～2 回程度招聘し、有識者の経験を元にアドバイスをいただくことを想定しております。</p>

17	<p>本業務の目的は「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。」とのことです。一方、業務概要として「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」と記載されています。</p> <p>これは、運輸収入を増やすことが主目的で高優先順位と考えたらよいのか、商品又はサービス開発により増収を狙い、付随して運輸収入の増収を狙われたいのかといったら、どう考えれば宜しいでしょうか。</p>	<p>長期目標が運輸収入の増加で、短期目標がノウハウ蓄積となります。</p> <p>本事業の2年間で開発する1商品・サービスで劇的に収支が改善することを目指しているものではなく、本事業終了後も「売れる商品・サービスを作り続けられるノウハウ」を身に着け、長期的に運輸収入の増加を目指すことを目的としています。</p> <p>なお、本業務で言う商品・サービスとは、基本的には鉄道の旅客輸送に係る商品・サービス（例えば企画切符や旅行商品等）を想定しています。</p>
18	<p>仮に運輸収入を増やすことが優先順位が高いとする場合、サービス開発は無償のサービス（顧客にとって無料）であっても宜しいのでしょうか。</p>	<p>事業終了後は自走することを想定しているため、外部財源による補填前提の無償の取組は想定していません。</p> <p>ご質問の趣旨が、例えば「子連れ客が電車を利用しやすいよう、子連れ専用車両を設ける」等の意味合いの「無償」であれば、本事業の結果としてそういった結論に至ることを妨げるものではありません。</p>
19	<p>新たな顧客調査が外部データを用いて実施する場合、データの収集、分析に係る費用は本業務委託費用から支出することが前提でしょうか。</p>	<p>お見込みのとおりです。</p>
20	<p>企画提案書の提出について、様式任意と記載いただいております。枚数についても任意で宜しいでしょうか。</p>	<p>お見込みのとおりです。</p>
21	<p>令和4年度委託内容①にある「マーケティングの基礎知識の講義」は、全編を⑧で指定された勉強会の中で実施することが必須か。</p>	<p>いずれもマーケティングの基礎知識であるため初年度の講義で概要には触れていただきたいと考えていますが、具体的な手法や詳細な解説は実践の際にご教授いただく形で差し支えありません。</p>

22	<p>令和4年度委託内容②にある「既存データ」について、提案に先立ち大まかな内容を開示いただくことができないか。（既存データの内容により、⑤で実施する可能性のある新たな「顧客調査」にかかる費用が大きく変動しうるため）</p>	<p>既存データとしては令和元年度に実施した「沿線事業所へのアンケート調査・通学の実態調査」（合計94事業所・学校の従業者数3,835名回答）や、令和3年度に実施した「沿線住民意識調査」（476名回答）の活用を想定しています。</p> <p>いずれも、アンケート結果は集計・分析された状態です。</p> <p>また、乗降客数データについては、通常業務の中で把握している定期・定期外の販売実績が提示可能ですが、県外・県内別についてはデータがありません。</p>
23	<p>外部有識者への報酬・旅費は、委託者が有識者を指定した場合も、受託者側の負担となるか。その場合、受託者は外部有識者の人数・参加日数等をどの程度で想定し、費用を見積もるべきか。</p>	<p>委託者が有識者を指定した場合も、受託者側の負担となります。これに係る費用として、旅費・謝金込みで30万円を見積もってください。</p> <p>加えて、受託者の提案がある場合は、必要額を見積もってください。</p>
24	<p>「実績報告書」についてはどのような内容が想定されているか。また提出は、令和4年度の委託内容が完了した際の1回のみで問題ないか。</p>	<p>勉強会での講義・検討の内容の整理や、仕様書5「業務概要」令和4年度⑤の顧客調査を実施した場合は、この結果についての分析レポートを想定しております。</p> <p>実績報告書の提出は令和4年度末に1回で構いませんが、勉強会の開催にあたり、前回のまとめ資料等は必要に応じてご準備下さい。</p>
25	<p>マーケティングの講義資料などにおいて、本業務において新たに作成したコンテンツと、既存のコンテンツ(受託者が本業務開始以前から保有するもの等)が混在する場合、後者の部分の権利は委託者に移転しないという理解でよいか。</p>	<p>お見込みのとおりです。</p>