

## デジタルマーケティング活用支援事業業務委託仕様書（案）

本仕様書は、岡山市（以下「委託者」という。）が発注するデジタルマーケティング活用支援事業業務委託（以下「本業務」という。）を受託する者（以下「受託者」という。）の業務について、必要な事項を定めるものである。

### 1 委託名

デジタルマーケティング活用支援事業業務委託

### 2 業務の背景・目的

人手不足や物価・エネルギーコストの高騰等により、中小企業を取り巻く経営環境は一層厳しさを増している。このような状況の中で、中小企業が継続的に発展していくためには、市場開拓、販路拡大等を通じて売上の増加を図ることが重要となっている。

従来より中小企業の販路拡大に向けた取組は、訪問営業や展示会出展等の対面での営業活動が中心である。これらの手法は、顧客との直接的な信頼関係構築に有効である一方、接触できる顧客数や機会は限定的であるため、継続的かつ効率的な販路拡大には一定の限界がある。また、労働力人口の減少や人手不足が深刻化する中、従来の営業活動のみでは中小企業にとって人的・コスト的な負担が大きくなりつつある。

上記の課題を補う手法として、近年ではインターネットやスマートフォンが普及しており、容易な情報収集環境であることを背景に、時間や場所に制約されず継続的に顧客と接点を持つことができるデジタルマーケティングを活用することの重要性が高まっている。

しかし、多くの中小企業においては、人材、ノウハウ、資金面等の制約から、自社のみでの導入や活用が十分に進んでいないのが実情である。特にB to B（企業間取引）分野においては、取引構造や意思決定プロセスが複雑であることも影響し、デジタルマーケティングの活用が遅れている傾向にある。

したがって、デジタルマーケティング活用支援事業（以下「本事業」という。）では、B to B事業者を対象に、デジタルマーケティングの活用による効果的な販路拡大、売上増加を目的として、デジタルマーケティングに精通した専門家を派遣し、人材・予算・ノウハウ等の課題に応じた伴走支援を実施する。

### 3 履行場所

岡山市内ほか

### 4 委託期間

契約日から令和9年3月31日（水）まで

## 5 支援対象企業

支援数 7社以上

募集条件は、以下のア及びイのいずれにも該当するものとする。

- 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 B t o Bの事業を展開している中小企業

## 6 業務内容

岡山市内の中小企業に対し、B t o Bを対象としたデジタルマーケティングの活用による販路拡大、売上増加に資する支援を行うとともに、本業務終了後も支援対象企業がデジタルマーケティングの活用を自走できるような仕組みの構築を図ること。

### (1) 支援対象企業の募集・採択

受託者は、下記ア、イの募集業務を実施することとし、募集期間は6月中旬から7月下旬を目途とすること。なお、本業務の募集期間中における問合せ対応及び申込受付管理（受付フォームの作成を含む）は委託者が行うものとする。

- ア 本業務の周知並びに応募促進に係る施策  
※施策例：ランディングページの作成やW e b広告等
- イ 本業務の説明を含むデジタルマーケティングの活用に関する啓発セミナーの開催  
※本業務の募集開始から、2週間後を目安に1回開催すること  
※啓発セミナーは原則として現地及びオンラインのハイブリット開催とすること。現地参加者は30名程度と想定している  
※企画内容や募集方法等については、委託者と協議のうえ決定すること
- ウ 採択基準の策定  
支援対象企業の採択は、委託者が受託者と協議のうえ決定するが、採択基準については、受託者が作成すること。

### (2) 個別伴走支援業務

#### ア 支援対象企業の現状把握・分析及び戦略策定

B t o Bを対象としたデジタルマーケティングの活用による販路拡大、売上増加を目的として、支援対象企業に応じた現状把握・分析を実施し、経営資源・強み・課題に即した最適なデジタルマーケティング戦略を策定すること。

また、支援対象企業ごとの状況や事業内容に応じ、具体的な業務目標（K P I※）を設定すること。

※支援対象企業の販路拡大、売上増加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し、受託者・支援対象企業・委託者で協議して設定すること。

#### イ デジタルマーケティング施策の実行支援

上記アに対応して、支援対象企業ごとの具体的な施策の実行を支援すること。

なお、K P Iの実現に向け必要かつ可能な範囲を支援するとともに、実行過程の振り返りや改善手法の共有を通じ、支援期間終了後においても支援対象企業自らがP D C Aサイクルを回すことができるよう、自走可能な仕組みの構築に努めること。

(ア) 面談回数：令和9年2月までの伴走支援期間内において、支援対象企業1者あたり、12回以上実施すること。

(イ) 面談方法：初回は対面での打合せを原則とし、2回目以降はオンラインも可とするが、支援対象企業の要請に応じて柔軟に対応できる体制を整えること。

※施策の実行支援に伴い発生するツールの導入等に要する費用については、支援対象企業の負担とする。

### (3) 本業務の取組内容や成果の共有に資する施策の実施

伴走支援業務の終了後、受託者は、市内中小企業がデジタルマーケティングを活用することの有効性について理解するとともに、活用する意識を醸成することを目的として、本業務の取組内容や成果について幅広く共有・発信する施策（事例集作成や成果報告会開催等）を実施すること。

### (4) プロジェクト管理

ア 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。また、委託者と会議（オンライン可）を月1回以上実施することとし、速やかに会議録を作成し提出すること。

イ 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、体制の見直しを含む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。



## 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委託者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) 委託者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委託者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。