仕　　様　　書

本仕様書は、令和元年度京都産和牛ブランド力強化に向けた調査業務の仕様を示したものである。

１　調査・分析業務

（１）**インターネット調査**　※調査企画、実施企画含む。

　　〇京都産和牛のエンドユーザー層及びターゲット層を把握するため、「京都への国内観光客」「京都府民」を対象としたインターネット調査を行う。

　　　■①スクリーニング調査：9,000サンプル以上（設問3問程度）

　　　　⇒ブランド和牛に関心があり、食べてみたい意向があるターゲット層の抽出

　　　■②ターゲット層への調査： 900サンプル以上（設問20問程度）

・スクリーニング調査を元に抽出されたターゲット層に対し、京都産和牛の知名度、他ブランドとの比較、実食意向、メニュー、価格等について調査

⇒各調査項目についてターゲット層の個人属性別、地域別に検証

（２）**アンケート調査**※調査企画、実施企画、料理店交渉含む。牛肉代は含まない。

　　〇京都市近辺の牛肉料理を扱う料理店へ京都産和牛ブランド肉をサンプル提供し、提供者のニーズについてアンケート調査を行う。

■アンケート調査店数：３０軒

（和食料亭15軒、ホテル・レストラン10軒、すき焼き・鉄板焼5軒）

⇒京都で提供される料理との親和性、提供者のニーズについて分析

（３）**実食調査**　　※調査企画、実施企画含む。牛肉代は含まない。

　　〇ターゲット層を対象に、牛肉料理に精通した料理家又は飲食店監修によるブランド肉３種類の実食アンケート調査を行う。

■調査対象者：９０名（３０名×３回）

　　⇒将来コアなユーザーとなる可能性が高いエンドユーザーのニーズを分析

　　　⇒京都産和牛の応援者となるコアユーザーの囲い込みと生の意見の吸い上げ

２　成果品の提出及び報告

（１）成 果 品

①　集計、分析結果報告書

②　調査結果に基づく戦略方向性の提案

（２）成果の報告

①、②について、３月に開催予定の「京都産和牛ブランド力強化推進会議（仮称）」において報告

　（３）提 出 先　　京都府農林水産部畜産課

　（４）成果品提出期日　 令和２年２月末日