

インド共和国における市場調査業務仕様書

1 目 的

京都府及び(公財)京都産業 21 では、府内事業者の海外展開を支援するため、成長著しいインド市場における販路開拓の可能性を調査する。本業務では、現地市場のニーズ、商習慣、規制、競合状況等を多角的に把握し、府内事業者の進出支援に資する基礎資料を得るとともに、調査結果を踏まえて、今後の支援施策や具体的な展開方針の方向性を検討するための基盤を構築することを目的とする。

2 実施期間

契約締結日から令和 8 年 3 月 1 3 日 (金) まで

3 調査対象国・地域

インド共和国 (主にデリー首都圏、ムンバイ、ベンガルール)

4 業務内容

調査手法として、統計資料・官公庁発表・現地コンサルタント情報・公開データベースに加え、可能な範囲でフィールド調査を含めること (例：視察・小売店訪問・ミニアンケート等)。

(1) インド市場の現状把握

インド市場の規模、成長率、主要産業の動向を把握し、府内事業者が参入可能な市場セグメントを特定する。

(2) 競合分析

インド市場における主要競合企業の戦略、強み、弱みを分析し、府内事業者が競争優位性を確立するための戦略を検討する。

(3) 消費者動向の理解

インドの消費者の購買行動、嗜好、購買力等を調査し、府内事業者がターゲットとするべき消費者層を確認する。

(4) 法規制とビジネス環境

インドにおけるビジネス展開に必要な法規制、税制、労働法などを調査し、府内事業者が順守すべき法的要件を確認する。

(5) 地域別特性

都市ごとの経済特性、文化的嗜好、インフラ状況などを確認する。

(6) 流通チャンネル

卸売、小売、オンライン販売、輸入業者の構造と特徴を確認する。

(7) 現地ヒアリング・インタビュー

現地の生の声を通じて、実務的な課題やニーズを把握する。

可能な限り対面／オンラインにより 10 件以上の現地関係者からヒアリングを実施し、調査報告書に概要を記載すること。

(例)

現地バイヤー・小売業者：日本製品への関心、取引条件、価格帯の希望など
商工会議所・業界団体：市場の動向、外国企業の参入状況、支援制度など
現地進出済みの日本企業：進出の経緯、課題、成功要因、現地パートナーとの関係など

- 政府関係者・規制当局：輸入規制、認証制度、ビジネス環境整備の動向
- (8) パートナー候補のリストアップ及び販路獲得の提案

府内事業者が現地で販路を確保するための協業先候補を探る。

(例)

販売代理店・輸入業者、小売チェーン・百貨店、Eコマースプラットフォーム、現地のスタートアップなど

以上の調査を踏まえ、インド市場の将来像を見据えながら、府内事業者がインド市場で販路を獲得するための方策について提案すること。

なお、提案内容については、対象カテゴリごとにチャネル別の適合性・流通特性を一覧表で整理し、優先順位づけの根拠を明示すること。

- (9) 海外展開の準備手順の策定

府内事業者がインド市場にスムーズに参入するための具体的な準備手順を策定すること。

5 業務実施に関する注意事項

- (1) 関係法令等の遵守

インド共和国及び日本国等の関係法令を遵守して業務を実施すること。

- (2) 事故等の未然防止と発生時の対応

事故や調査上のトラブル等の未然防止に努めること。万が一事故等が発生した場合や顧客からの苦情があった場合は、責任をもって処理するとともに、委託者に対してその内容を速やかに報告すること

- (3) 個人情報の保護

本業務に関連する個人情報を守秘し、第三者に開示してはならない。

6 成果物の提出

成果等を記載した業務完了報告書を委託者まで提出すること。なお、成果物は発注者の許可なく発表又は引用してはならない。

7 その他

- (1) 業務の開始から完了までの間、処理方法について委託者の指示に従うとともに、進捗状況の確認等、業務の円滑な実施のため、必要に応じて委託者と連絡を取ること。
- (2) 受託者は、業務の全部又は主たる部分を一括して第三者に委託し、又は請負わせてはならない。ただし、あらかじめ委託者の承諾を得た場合は、この限りでない。
- (3) 本仕様書に定めのない事項又は本仕様書について疑義の生じた事項については、委託者と受託者とが協議して定めるものとする。