

令和8年度商店街経営実態調査及び消費者調査業務委託仕様書

1 調査目的

商店街の担い手不足や空き店舗の増加などにより、商店街を取り巻く商環境が大きく変化する中、県内商店街が直面している現状や問題点を把握するため、商店街に関する経営実態調査を行うとともに、消費行動や商店街に対する認識などについて県民を対象とする消費者調査を実施する。

これらの結果を併せて県内商店街の今後の展望を探り、本県の商店街振興施策を推進するための基礎資料を作成する。

2 調査対象

(1) 商店街調査

- ア アンケート調査・分析 県内749商店街のうち単体組織700程度
- イ 訪問（面談）調査・分析 県内 50商店街程度
- ウ 個別商店訪問（面談）調査 県内 50店舗程度

(2) 消費者調査

- ア 来街者面談調査 150人程度
- イ アンケート調査・分析 県内在住の満18歳以上の方3,000人程度
※ 調査地点165地点程度、一地点あたりの対象者数18人程度

3 業務内容

(1) 調査実施準備

- ア 受託者は、契約締結後、速やかに実施計画書（日程表を含む）を提出するとともに、本調査の企画設計に着手すること。また、本件調査を行う必要な能力と経験を有する調査責任者を選任し、県の承認を得ること。
- イ 企画設計において、調査票の作成は次により行うこと。
 - (ア) 受託者は、埼玉県が作成した調査項目について、両者合同で協議・検討のうえ設問原案を作成する。その際、受託者は調査についての専門的観点から助言・提案を行うものとする。
 - (イ) 受託者は埼玉県の指示により、適宜、設問原案を修正のうえ設問作成を行う。調査票の作成に当たり、その形式は、埼玉県と受託者が協議のうえ決定する。

(2) 調査方法

- ア 商店街調査
 - (ア) 文献調査
埼玉県の商業及びその環境について、既存の各種調査報告書等を基に調査を行う。
 - (イ) アンケート調査（郵送調査）
県内の全商店街の代表者にアンケート票を配布・回収する。アンケート票の回収率は、60%以上となるよう努めるものとする。

(ウ) 商店街訪問調査（面談調査）

回収した（イ）アンケート調査票等の内容を参考に、50商店街程度を選定して、訪問調査（面談調査）を行う。なお、選定については、埼玉県と受託者が協議のうえ決定する。

(エ) 個別商店訪問調査（面談調査）

訪問調査した商店街で個別商店訪問調査（面談調査）を行う。

イ 消費者調査

(ア) 来街者面談調査（面談調査）

訪問調査した商店街で来街者面談調査を行う。

(イ) アンケート調査（郵送調査）

住民基本台帳に基づく層化二段階無作為抽出法により抽出した県内在住の満18歳以上の方3,000人程度に対してアンケート票を配布・回収する。アンケート票の回収率は、50%以上となるよう努めるものとする。なお、層化二段階無作為抽出法により抽出する条件は以下のとおりである。

- ・ 県内を次の3ゾーン10地域に区分する。
- ・ 各地域においては、さらに自治体の規模により、人口10万人以上の市、人口10万人未満の市、町村部に分類し、層化する。

地域区分		該当市町村名
県南ゾーン	南部	川口市、蕨市、戸田市
	南西部	朝霞市、志木市、和光市、新座市、富士見市、ふじみ野市、三芳町
	東部	春日部市、草加市、越谷市、八潮市、三郷市、吉川市、松伏町
	さいたま	さいたま市
圏央道ゾーン	県央	鴻巣市、上尾市、桶川市、北本市、伊奈町
	川越比企	川越市、東松山市、坂戸市、鶴ヶ島市、毛呂山町、越生町、滑川町、嵐山町、小川町、川島町、吉見町、鳩山町、ときがわ町、東秩父村
	西部	所沢市、飯能市、狭山市、入間市、日高市
	利根	行田市、加須市、羽生市、久喜市、蓮田市、幸手市、白岡市、宮代町、杉戸町
県北ゾーン	北部	熊谷市、本庄市、深谷市、美里町、神川町、上里町、寄居町
	秩父	秩父市、横瀬町、皆野町、長瀨町、小鹿野町

a 標本数の配分

各地域・自治体規模別の層における満18歳以上の人口（埼玉県統計協会発行「埼玉県町（丁）字別人口調査結果報告」に基づく令和8年1月1日現在の推定数）により、3,000標本を比例配分する。

b 調査地点の抽出

(a) 令和7年国勢調査時に設定された調査区を第一次抽出単位とする調査地点として使用する。

(b) 調査地点（国勢調査区）の抽出数については、1調査地点当たりの標本数が18程度になるように、各層に割り当てられた標本数から算出する。調査地点抽出は、「層における調査区数の合計」を「層で算出された調査地点数」で除した値を抽出

間隔とし、等間隔抽出により抽出する。

- (c) 抽出作業は、当該地域の令和7年国勢調査時に設定された調査区番号順に（b）で算出された抽出間隔で行うが、層における筆頭調査区から任意に算出された数を持って数えた調査区を第一番目の調査区として抽出する。
- (d) 受託者は、調査地点が決定した場合は、速やかに地点一覧表を、印刷物及び電子データ（CD-ROM）により埼玉県に提出する。

c 調査対象者の抽出

- (a) 調査対象者は、調査抽出地点の該当する住民基本台帳の令和8年6月1日現在、18歳以上の方のみを対象とする。
- (b) 県は、調査対象者の抽出に当たり、提出された調査地点一覧表に基づき該当する市町村宛てに住民基本台帳の抽出協力を依頼する。原則として、依頼は文書をもって行う。
- (c) 受託者は、当該市町村から県の住民基本台帳閲覧についての依頼文の写しの提示を求められたときは、埼玉県に対して同写しの交付を求め、市町村の担当者に提示することができる。
- (d) 住民基本台帳の該当する番地・番号の頁の筆頭者から任意に算出された数をもって数えた調査対象者を第一番目の該当者として抽出する。
- (e) 以後、等間隔抽出を行い、1地点で18程度の標本を抽出する。
- (f) 同一世帯からは二人以上を抽出してはならないが、結果として、抽出者全員が同一集合住宅等から抽出されたとしても差し支えないものとする。
- (g) 基本的には、抽出作業において一切の作為を排除することとし、抽出作業に疑義が生じた場合には、速やかに県の担当者と協議する。
- (h) 受託者は、調査対象者の氏名、住所等を住民基本台帳から転記する際、誤りがないうように必要な教育訓練を受けた者に従事させること。
- (i) 受託者は、調査対象者の氏名、住所等を住民基本台帳から正確に転記するための確認手順をまとめた書類を事前に県に提出し、県の承認を得ること。
- (j) 受託者は、調査対象者の氏名、住所等を住民基本台帳から転記する際、少なくとも2回（転記直後及び住民基本台帳を市町村に返却する前など）転記内容に誤りがないか確認すること。
- (k) 受託者は、調査対象者の氏名、住所等が住民基本台帳と異なっていた場合、ただちに県に報告するとともに、その原因を究明し、再発防止措置案を埼玉県に提出すること。
- (l) 受託者は、調査対象抽出後、速やかに男女別・年齢別の3,000標本の内訳及びその構成比を記載した文書を作成し、県に提出する。
- (m) 3,000標本の構成が、明らかに母集団の構成内容と異なり、サンプリングに歪みがあると認められ、その程度が本調査の調査精度上許容できないものと考えられる場合は、県は受託者に対して再度の抽出作業を命ずることができる。
- (n) 住民基本台帳の閲覧手数料が必要な場合は、受託者の負担とする。
- (o) 前項の調査地点の抽出及びこの項の調査対象者の抽出の基準にかかわらず、前項及びこの項に定める抽出方法と同等以上の精度の抽出方法を採用する場合は、県、受託者協議の上、これを定める。

(3) 調査内容

ア 商店街調査

(ア) 文献調査

本県の商業の状況や環境、近年における変化について、既存資料を基に調査する。

(イ) アンケート調査（郵送調査）

基礎的項目と商店街施策評価項目に分けて、県内全商店街の調査を行い、その現状と課題、活性化のための施策等を検討する。

(ウ) 商店街訪問調査（面談調査）

多様な類型の県内商店街の状況について調査し、報告を行うことで他の商店街の活性化の方向を示す。

(エ) 個別商店訪問調査（面談調査）

商店街活動に対する考え、後継者問題、行政への要望等をヒアリングし、個別商店の考えを明らかにする。

イ 消費者調査

(ア) 来街者面談調査（面談調査）

訪問調査した商店街で来街理由等について来街者にヒアリングを行い、消費者から支持される商店街を明らかにする。

(イ) アンケート調査（郵送調査）

消費者の買い物行動や商店街に対する認識などに関する調査を行い、商店街調査の結果を踏まえて、それぞれの認識の相違を把握し、商店街活性化のための施策等を検討する。

(4) 調査項目

ア 商店街調査

(ア) 文献調査

以下の項目について、経年変化も含めて調査すること。

a 埼玉県の商業

- (a) 全国に占める埼玉県の地位
- (b) 商店数、年間商品販売額、売場面積
- (c) 商店街数、法人化率
- (d) 大型店の進出状況

b 環境

- (a) 人口の動き、人口減少市町村、年齢構成とその変化、少子高齢化社会の進展等
- (b) 県内のまちづくりの状況
- (c) 物価高騰、人手不足の影響

(イ) アンケート調査項目

a 商店街の概況

- (a) 商店街の名称、愛称、最寄り駅、所在地
- (b) 代表者の役職、氏名、年齢、職業、住所、電話番号、FAX 番号、メールアドレス
- (c) 事務局の設置状況、事務所の有無
- (d) 役員数、年齢構成、平均在職年数、役員会の開催回数
- (e) 商店街の立地環境
- (f) 事業計画の有無

- (g) 商業集積のタイプ
- (h) 商店街の組織形態
- (i) 商店街の設立時期
- (j) 商店街の形状
- (k) 商店街の商圏
- (l) 一店舗当たりの年会費（電気代を除く）・年会費の設定方法・会費以外の自主財源
- (m) 年間収入額・年間支出額
- (n) 青年部の設置及び活動状況
- (o) 女性部の設置及び活動状況
- (p) 商店街の業種ごとの営業店舗数
- (q) 商店街環境整備（街路灯、アーケード、共同駐車場等）
- (r) 商店街共同事業
- (s) 最近3年間のイベントの有無
- (t) 客層、年齢層、3年前と比較した来街者数の変化
- (u) 固定客の割合
- (v) 商店街の強み・弱み
- (w) 来街者の交通手段
- b 商店街の景況
 - (a) 最近の景況感について
 - (b) そのように感じる理由
 - (c) 繁栄、衰退している理由
 - (d) 今後の景況感について
- c 大型店の影響
 - (a) 商圏内の大型店舗数
 - (b) 最近3年間の商圏内への大型店の進出の有無
 - (c) 大型店出店の影響
 - (d) 大型店進出への対策
 - (e) 最近3年間の商圏内の大型店の撤退の有無
 - (f) 大型店撤退後の影響
 - (g) 大型店の撤退への対策
 - (h) 大型店との協調策
 - (i) 大型店・チェーン店等に対する商店街(会)加入促進
- d 商店街の活動と課題
 - (a) 商店街の活動状況、活発でない理由
 - (b) コミュニティ活動の有無
 - (c) 今後のコミュニティ活動
 - (d) 他商店街、大学、その他団体等との連携
 - (e) 他商店街、大学、その他団体等との今後の連携
 - (f) 現在直面している課題
 - (g) 魅力的な商店街となるために必要なもの
 - (h) 期待されていると思う役割
- e ICT、キャッシュレスの利活用等

- (a) 現在取り組んでいる情報化施策（ホームページの有無、SNS等の活用状況）
- (b) 個店のキャッシュレス化の進展
- (c) キャッシュレス化の障壁
- f 後継者問題
 - (a) 商店経営者の年齢
 - (b) 後継者のいない商店の割合
 - (c) 後継者育成に関する対策
 - (d) 活動の担い手の発掘・育成の取組
 - (e) 「新たな担い手」呼び込みの取組
- g 空き店舗問題について
 - (a) 最近3年間の店舗数の変動及びその内容
 - (b) 空き店舗数・割合
 - (c) 空き店舗となった原因
 - (d) 空き店舗の状態が続いている原因
 - (e) 空き店舗に対する商店街の対策
 - (f) 空き店舗の今後の理想
 - (g) 空き店舗の今後の予測
 - (h) 空き店舗解消に向けた方策
 - (i) 空き店舗オーナー（大家）への働きかけ
- h 訪日外国人対策（インバウンド対策）
 - (a) インバウンド対策の取組の有無
 - (b) （「行っている」と回答した者に対し）取組の内容
- i 自然災害対策
 - (a) 自然災害への対策
- j 物価高騰、人手不足への対応
 - (a) 物価高騰、人手不足の影響
 - (b) 物価高騰、人手不足や売上回復の取組状況
- k 商店街の今後の取組
 - (a) 商店街活性化に必要なもの
 - (b) 今後の商店街活動
 - (c) 社会貢献活動に関する取組
- l 市町村、県、商工会議所・商工会に対する要望
 - (a) 商店街事業実施に当たっての相談先
 - (b) 県及び市町村の補助金利用状況
 - (c) 県の補助金に対する意見
 - (d) 商店街に対し、県や市町村、商工団体が行うべき支援
- (ウ) 商店街訪問調査（面談調査）
 - a 当該商店街の概要
 - b 商店街活性化のために取り組んでいる事業（事業内容、実施の経緯、効果等）
 - c 商店街の課題及び商店街の活性化に向けたビジョン
 - d 後継者問題等、今後の商店街を担う若手の育成に関する取組について
 - e 商店街活性化に向けた取組に当たって工夫している点
 - f 空き店舗に対する対応

- g 商店街を活性化していくために商工団体、行政が注力すべき点
- h 商店街としてのキャッシュレス決済への取組
- i 物価高騰、人手不足の影響と対応（対策）
- j 商店街における社会貢献活動

(エ) 個別商店訪問調査（面談調査）

- a 個店の属性
- b 個店の後継者問題に対する対応
- c 個店のICTの利活用状況について
- d 個店のキャッシュレス対応について
- e 物価高騰、人手不足の影響と対応（対策）
- f 個店の経営から見た商店街活動に対する考え
- g 商店街を今後どうしたいと考えるか
- h 商店街を活性化していくための商工団体・行政の役割、要望
- i 自店の事業承継等について検討しているか
- j 大型店・チェーン店と比べての強み・弱み

イ 消費者調査

(ア) 来街者面談調査（面談調査）

- a 対象者の属性（性別、年代、職業、利用頻度、交通手段、来街目的）
- b この商店街の現状についてどのように感じるか
- c この商店街で商店街共同事業（イベント等）を実施していることを知っているか
- d この商店街で実施している事業やイベントに魅力を感じるか
- e この商店街が魅力的な商店街になるためにはどうすればよいか
- f この商店街に期待する役割は何か
- g この商店街は生活にとって欠かせない存在か
- h この商店街がお気に入りの個店はあるか（具体的にはどのような業種か）
- i この商店街にどのような個店がほしいか。
- j 商店街の活性化に向けて行政が果たすべき役割

(イ) アンケート調査項目

- a 回答者の属性（居住市町村、居住年数、年齢、性別、職業、同居者）
- b 買い物先ごとの利用頻度、交通手段
- c 買い物先を選ぶ際に参考とするもの
- d 地元商店街（店舗）の認識
- e 商店街の利用状況（利用する理由、しない理由）
- f 商店街に期待する役割
- g インターネットショッピングの利用状況・頻度
（購入品目、利用する理由、利用時に重視すること、利用しない理由、実店舗で購入する理由）
- h キャッシュレス決済の利用状況（利用しない理由）
- i 物価高騰による買い物行動・意識の変化
 - (a) 飲食店のテイクアウト・デリバリーの利用状況
 - (b) 買い物先、買い物の頻度の変化
- j 商店街イベントへの参加・利用状況

(5) 調査実施

調査に必要な調査票等は下記のとおり印刷・調達するものとする。

受託者は、下記アにイ～オを封入・封緘の上、郵送配布、郵送回収による調査を実施する。調査票の配布・回収に要する経費は受託者が負担する。また、調査票の返送先は受託者とする。

ア 発送用封筒

角2型封筒（ミシン目などにより簡易開封ができるもの）：3，700部程度

イ 調査依頼文

A4判1枚片面1色刷り：3，700部程度

ウ 調査票（中綴じ）

A4判両面（10枚、20ページ程度）1色刷り：3，700部程度

エ 返送用封筒

長3型封筒（閉じ口がのりつけテープ処理されているなど簡易に封入ができるもの）：3，700部程度

オ 筆記用ボールペン（謝礼）

低粘度油性ボールペン（黒色、名入れのし袋入）：3，700本程度

カ お礼状（はがき）

受託者は、調査の円滑な実施を図るために調査対象者に対し、調査への協力に対するお礼状（はがき：3，700部程度）を調査回答期限に合わせて、速やかに全調査対象者に郵送するものとする。

受託者は、お礼状の印刷開始前に、その原稿を埼玉県に提出し、承認を得るものとする。お礼状の作成・送付に要する費用は、受託者の負担とする。

(6) 集計及び分析

ア 商店街調査

アンケート調査票の回収（必要に応じて督促）や面談調査のヒアリング内容を踏まえ、集計、分析を行い、課題を導き出す。なお、適宜、県の指示にしたがい、クロス集計及び分析を行う。

イ 消費者調査

(ア) 受託者は、単純集計、すべての属性別クロス集計及びMA同士以外の全ての設問間のクロス集計を行い、グラフ・集計表を作成する。

(イ) 集計結果について、統計解析など専門的知見に基づいた分析を行うこと。

(ウ) 集計は、実数及び比率により行うものとする。

(エ) 県が必要と認める場合は、受託者は多変量解析による分析を行うものとし、受託者はこの解析結果の解釈等について、専門的な立場から、埼玉県に対して助言を行うものとする。

(7) 考察

商店街調査においては、調査結果により導かれた課題を踏まえ、行政、商工団体及び商店街等の取組につながるよう、多面的な観点から分析、考察を行う。

(8) 調査結果の報告会の実施

調査結果を用いた商店街向けの報告会を1月から2月の間に1回開催する。

報告会は2部構成を想定しており、1部で受託者からの報告会、2部で県が依頼する講師による講演を行う。

なお、1部の報告会の内容については、県と協議の上決定し、受託者は報告会に必要な資料の作成及び当日の発表を行うものとする。

2部の講演では調査結果を基に県が依頼する講師による講演を行う予定であるため、報告会実施予定日の1か月前までに、県へ報告会で使用する資料を提出するものとする。

ア 参加対象者

埼玉県内の商店会員等及び市町村・商工団体職員

イ 参加者数

30名程度

ウ 実施方法

オンライン研修を基本とし、実施後は一定期間当日録画した映像のアーカイブ配信を行う。

なお、録画および配信については県が行うものとする。

エ 報告会当日の会場

受託者は県が用意する会場に来場し発表を行うこと。

なお、会場はさいたま市内とする。

オ 開催に係る県の役割

報告会に係る広報、参加者管理、会議URLの作成・送付、当日の司会進行等

(9) その他

(4) から (8) においては、県と十分な協議を行うものとする。

4 実施スケジュール

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
実施計画書提出											
企画設計	→										
各種調査実施		→	→	→	→						
調査における中間報告				●							
調査結果とりまとめ						→	→	→	→		
調査結果の報告会の実施									→	→	
実施報告											●

5 業務運営体制

(1) 運営管理責任者、業務担当者の配置

ア 本業務を統括し、業務全体の進捗管理、県との連絡調整等の業務を行う運営管理責任者を1人配置するとともに、各種調査業務を実施する担当者をそれぞれ1人以上配置すること。

イ 運営管理責任者、業務担当者については、一部の業務において同一人物が兼務しても構わないが、業務遂行に当たり支障が出ないよう必要な人員を配置すること。

(2) 問合せ窓口の設置

本業務に関する問合せ・相談窓口（電話・メールアドレス）を設置し、対応すること。

6 実績報告

(1) 調査における中間報告書

作業手順としては、商店街調査及び消費者調査の各アンケート調査（郵送調査）を最優先で実施し、その速報結果を中間報告として令和8年8月31日（月）までに県に提出する。

ア 提出物

(ア) 各アンケート調査票（回収分）

(イ) 各アンケート調査の回答内容の集計表（印刷物及び電子データ）

(2) 調査報告書

地域商業に知見のない者でも、親しみやすく、活用できる工夫を施した調査結果報告書及び概要版を作成する。

また、その全文を県ホームページに掲載するための各種データ作成を行う。調査報告書については令和9年1月29日（金）までに県に提出する。

ア 提出物

(ア) 各アンケート調査票（追加回収分）、商店街訪問調査票、個別商店訪問調査票、来街者面談調査票 一式

(イ) 調査報告書 A4判 300部 概要調査報告書 A4判 300部

(ウ) 調査報告書ホームページ掲載用データ 一式

(エ) 商店街調査データ、消費者調査データ 一式

（調査報告書作成過程で入力・作成等した各種データの集計表等の印刷物及び各種電子データ）

(オ) 本業務の実施に当たり使用及び作成した関係資料等

イ 提出物の権利の帰属

(ア) 受託者は、提出物（映像・画像等）に係る肖像権や著作権処理を済ませた上で、県に提出すること。

(イ) 提出物の所有権及び著作権はすべて県に帰属するものとする。

7 再委託

(1) 受託者は、業務の全部又は一部を第三者に再委託してはならない。ただし、事前に県に対し、再委託先の名称、代表者氏名、その他必要な事項を報告し、県の承諾を得た場合はこの限りではない。

(2) 受託者は、業務を第三者に再委託した場合、当該委託先に対して、本仕様書に定める受託者の義務と同等の義務を負わせるとともに、県に対して当該再委託先の全ての行為及びその結果についての責任を負うものとする。

8 留意事項

(1) 受託者は、法令はもとより、県の条例、規則、規程等を遵守し、県が最適な成果を得られるよう本業務委託を誠実に遂行すること。また、業務に当たっては、積極的な提案を県に対して行うこと。

(2) 受託者は、本業務委託遂行に当たっては、上記の指示事項その他の必要要件について十分協議を行うとともに、県の指示を受けること。また、委託内容等について疑義が生じた場合には、速やかに県と協議の上対応すること。

- (3) 受託者が報告書等作成のために作業する環境及び必要な経費は、受託者が準備すること。ただし、受託者が必要に応じて本県庁舎内で作業や会議、打合せを行う場合には、可能な限り県がこれを準備する。
- (4) 受託者は、「業務実施スケジュール」を作成し、監督員の承諾を受けること。また、適宜、業務の進捗状況等について監督員に報告を行うとともに、監督員その他関係者との十分な打合せを行うこと。
- (5) 受託者は、成果物に瑕疵が見つかった場合には、本委託業務完了後においても速やかに県の指示に基づき、関係資料等の改正を行わなければならない。なお、同改正作業に要する費用は、すべて受託者の負担によるものとする。
- (6) 受託者は、本委託業務完了後であっても、本契約の範囲内における県の問合せ等に応じるものとする。
- (7) 本契約期間中は、受託者は県の執務時間内（土曜日、日曜日及び祝日を除く午前8時30分から午後5時15分まで）は常時連絡が可能な体制とすること。

9 成果物の帰属・個人情報取り扱い等

- (1) 委託業務における著作権及び肖像権等の取扱いには十分注意すること。なお、著作料が発生する場合は受託者が支払うこととする。
- (2) 委託業務の履行に伴い発生する成果物等に対する著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条に規定する権利を含む。）は原則として全て県に帰属する。ただし、受託者が所有する写真等を使用した場合、当該写真等についてはこの限りではない。
- (3) 受託者が所有する写真・イラスト等を、県が成果物以外に使用する場合には、県と受託者で協議・許諾等を要するものとする。
- (4) 受託者は、県が成果物を使用するにあたり著作者人格権を行使してはならない。
- (5) 本件に使用する写真等について第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生する著作権その他知的財産権に関する手続きや使用料等の負担と責任は全て受託者が負うこと。
- (6) 本人の承諾を得ることのできない人物画像については、本人と識別できない程度の修正を行うこと。また、掲載後に肖像権や個人情報に関わる問題が発生した場合は、受託者においてその責めを負うこと。
- (7) 委託業務により得られた個人情報や調査データ等全てについて、本事業の目的以外に使用、流用等をしてはならない。
- (8) 委託業務により得られた個人情報や調査データ等の使用、保存、処分には、機密が保持されるよう細心の注意をもって業務に当たらなければならない。
- (9) 受託者が取り扱う個人情報については、県の保有する個人情報として、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57条）の適用を受けるものとする。

10 その他

- (1) 使用する言語について、全ての提出物及び会話、文書、メール等全ての意思疎通は日本語を用いることとする。
- (2) その他、この仕様書に定めのない事項又は疑義が生じた場合は、双方で協議して決定するものとする。