

仕様書

1. 件名

平成 29 年度東京手仕事プロジェクトにおけるテストマーケティング運営業務委託

2. 事業目的

東京都では、伝統工芸の技術を活かしながら、東京の伝統工芸職人とデザイナー等との共同制作により 1 年間をかけて、新しい商品を開発する「商品開発」と、その翌年以降の 2 年間、新しく開発された新商品を広く国内外に P R を行い、テストマーケティングを通じて商品の改善や販路開拓等を一体的・総合的に支援していく「普及促進」の 2 つが両輪となって推進されていく東京の伝統工芸品の商品開発・普及促進支援事業（東京手仕事プロジェクト）を行っている。

当業務委託は、平成 28 年度「商品開発」で開発された新商品をテストマーケティングを通じて、より購買につながる商品力の改善や販売力アップのための様々な知見を得ることを目的とし、継続的な販売手法の改善を目指すものである。

尚、当業務委託履行については、以下に掲載する当事業公式ホームページを参照し、事業理念などを踏まえて実施にあたること。

伝統工芸品の商品開発・普及促進支援事業公式サイト

<http://tokyo-craft.jp/>

<https://tokyoteshigoto.tokyo/>

3. テストマーケティング業務委託内容

- (1) テストマーケティング展開売場の告知、販促、集客業務
- (2) テストマーケティング展開売場の装飾、施工、VMD 業務
- (3) テストマーケティング対象商品の事業者への出品依頼、納品確認、検品、商品の売場への搬入・搬出管理、商品への値札貼り、プライスカード準備、POP 類設置、デコレーション、店頭在庫管理（商品の補充、返品等）、その他商品管理業務全般
- (4) 販売スタッフ及び調査スタッフの売場への派遣と教育、スタッフのシフト全般運営管理業務
- (5) 委託販売管理、事業者への売上の支払い業務（玉川高島屋の場合）
- (6) POS 分析、店頭調査業務
- (7) テストマーケティング全体の調査分析、商品・各種改善提案等レポート業務（定性調査のグループインタビューを含む。）

4. 店頭調査、定性調査（グループインタビュー）、POSデータ分析業務について下記の点を考慮の上、テストマーケティング業務を行うこと。
- (1) 購買商品と実際の購買顧客層との相関分析（購入者の国籍も考慮）
 - (2) 購入理由と非購入理由の分析
 - (3) 曜日別、時間別、月別購入動向分析
 - (4) 来店目的分析（来店動機、来店トリガー接触媒体、目的買い・衝動買い比率）
 - (5) コンバージョンレート（素通り→来店率→商品説明・プレゼンテーション率→クロージング率）
 - (6) 新商品の改善や販売アップにつながるお客様の声の収集と分析
新商品の改善事項は、お客様の声（定性データ）の他、色柄、サイズ、使い勝手、デザイン、価格、その他改善項目を定量的データとして集計する工夫を加えること。
 - (7) 来場顧客動向と販売レポート（週次・月次・期間全体）
 - (8) 各テストマーケティング期間中に、所定（後述）のグループインタビュー（座談会）を開催し、テストマーケティング対象商品への感想やご意見、特に非購入理由を調査分析すること（1回6名程度、消費者を中心にバイヤー、販売スタッフ参加可、ファシリテーター及び会場は、業務委託会社手配、謝礼は業務委託会社負担）
 - (9) (1)～(8)を考慮の上、テストマーケティング結果と今後の改善提案の方向性をレポートすること。
 - (10) その他調査項目については、公社と協議して決定すること。
5. テストマーケティング展開内容とグループインタビュー回数、及び各売場での報告書の提出期限
- (1) 業務委託期間と実施場所（予定）
 - ① 平成29年9月6日～19日（14日間）
玉川高島屋 本館5階 wagoto 売場内（約27.4㎡）
営業時間：10:00-20:00
イ. グループインタビュー（平日1回、土日1回、計2回）
ロ. テストマーケティング報告書提出期限：平成29年10月20日（金）
 - ② 平成29年10月18日～10月31日（14日間）
日本橋三越本店（本館5階）
Gallery Life Mining 内「東京手仕事」常設売場（約30㎡）
営業時間：10:30-19:30
イ. グループインタビュー（平日1回、土日1回、計2回）
ロ. テストマーケティング報告書提出期限：平成29年11月30日（木）

- ③ 平成 30 年 1 月 26 日～2 月 25 日 (31 日間)
マークスタイルトーキョー GINZA SIX 店内
「東京手仕事」売場スペース (約 15 m²) (GINZA SIX 5 階)
営業時間： 10:30-20:30
イ. グループインタビュー (平日 2 回、土日 2 回、計 4 回)
ロ. テストマーケティング報告書提出期限：平成 30 年 3 月 15 日 (木)

(2) テストマーケティング対象予定商品

平成 28 年度商品開発支援対象商品 10 品目 (別紙 1 参照) を予定。
尚、玉川高島屋及び日本橋三越本店にて、販売補完商品として平成 28 年度普及促進対象商品 8 品目 (<http://tokyo-craft.jp/promotion/support2016/>)、平成 27 年度商品開発支援対象商品 14 品目 (<http://tokyo-craft.jp/develop/proposal/>) ※ただし「絹・手描糸目友禅うちわ 風 (ふう)」を除く) 及び平成 29 年度普及促進対象商品 9 品目 (<http://tokyo-craft.jp/promotion/support/>) を併売できる場合は、テストマーケティング対象商品とエリアを分けてレイアウトすること。

(3) 集客・販促方法について

- ① 各売場の販促方法として、売場固有のメディアや集客方法、顧客データベースやローカルメディア等を活用して、各売場で最適と思われる集客方法を提案すること。
- ② ウェブや SNS、またその他当該店舗関係以外のメディアの活用など、各売場固有の集客方法以外の集客方法で効果的と思われるものがあれば提案にいくること。
- ③ 各売場の販売情報を TV、新聞、雑誌、ウェブ媒体等に最大限プレスリリースし、PR 効果の期待できる集客方法を提案をいくること。

(4) テストマーケティング売場の装飾・施工について

- ① 東京の伝統工芸品の商品開発・普及促進のブランドテーマである「東京手仕事」のビジュアルイメージを踏襲した VMD 展開をすること。
尚、「東京手仕事」のブランドステートメント、ブランドガイドライン、クリエイティブ素材に関しては、当業務委託事業への応募事業者に別途配布する。
- ② テストマーケティング販売の集客効果をあげるため、出店事業者の実演スペースや製作体験コーナー (ワークショップ) 等を設けるなどの工夫をすること。

- ③ テストマーケティング売場には装飾・施工の他に、商品に相応しい什器や商品を説明するPOP等を用意すること。
- ④ 各売場での装飾・施工、またそのための搬入搬出作業に関しては、各店舗の施工及び搬入・搬出に関する規定に準ずること。また、各売場の装飾については施工前に予め各店舗に意匠の承認を得て実施すること。

(5) 商品の取り扱いについて

- ① 商品の販売は、全店舗委託販売とする。(掛率は販売店舗と事業者間で個別に交渉の上決定)
- ② テストマーケティング業務委託会社は、各店舗で定められた販売規定に基づいて、テストマーケティング対象商品及び普及促進商品の産地事業者に対して直接、出品依頼、納品確認、検品、在庫管理、VMD、店頭販売、返品等の作業を行い、テストマーケティング及び普及促進対象事業者の商品販売の取り扱いを円滑に行うこと。
- ③ 商品・在庫管理に関しては、破損、盗難のリスクを最大限低下させる保険に加入すること。

(6) 委託販売管理業務について

- ① 玉川高島屋に関しては、予めテストマーケティング運営委託会社が玉川高島屋と商品売買取引基本契約書を締結の上、玉川高島屋が予め直接出品事業者と定めた販売委託の掛率に基づいて、委託販売商品価格(上代、下代)を設定し、テストマーケティング運営委託会社が玉川高島屋に代わって、事業者には販売商品の支払いをするものとする。その際、テストマーケティング運営委託会社は、一切の販売手数料を事業者より徴収しないものとする。
- ② 日本橋三越本店とマークスタイルトーキョーGINZA SIX店に関しては、両店舗が予め事業者と定めた販売委託契約の掛率と支払条件に基づいて、委託販売商品価格(上代、下代)を設定し、両店舗が直接各事業者に対して、売れた商品の支払いを行うものとする。

(7) 販売・調査スタッフについて

- ① 各店舗でのテストマーケティング期間中は、最適と思われる調査業務が可能な販売スタッフ体制を組み、営業時間中、最低1名以上常駐する(最低2名以上でシフトを組む)こと。
- ② マークスタイルトーキョーGINZA SIX店に関しては、訪日観光客に対応できるよう、英語、中国語の対応が可能な販売スタッフ体制を組むこと。

- ③ 販売・調査スタッフの教育・研修は、店舗運営業務に支障がないよう、テストマーケティングスタート前に十分時間をとって行うこと。

6. 過去の実績について

下記の業務において、過去の取り扱い実績があれば提出すること

- (1) テストマーケティング業務運営経験と実績
- (2) 伝統工芸品関連業務取扱実績
- (3) 百貨店・商業施設にての催事運営実績
- (4) 小売店、各種店舗運営業務
- (5) その他、本業務委託に貢献できると思われる経験や実績等

7. 契約期間

契約確定日の翌日から平成 30 年 3 月 20 日（火）まで

8. 履行場所

(公財) 東京都中小企業振興公社が指定する場所

9. 提出書類の作成要領

(1) 提案書類の内容

- (ア) 上記「3.テストマーケティング業務委託内容」に関する調査手法とアウトプットやレポーティングイメージの提案
- (イ) 各テストマーケティング展開売場の告知、販売促進、PR、集客方法の提案
- (ウ) 各テストマーケティング展開売場の装飾、施工イメージ（パース）
- (エ) 上記「6.過去の実績について」に関する実績表
- (オ) その他、当業務委託に関して、より効果があると思われる提案
- (カ) 会社案内

- (2) 提案書は、原則 A4 版とする。ただし、図面等は必要に応じ A3 版を折り込んでもよい。

- (3) 応募者 1 社につき、提案内容は 1 件とする。

- (4) 提出部数は正本 1 部、副本 6 部を用意すること。提案内容は会社名がわからないように作成すること。会社名がわかる場合、失格となる場合がある。提案額も社名を伏せて提案書に記載すること。

- (5) 御見積書（自由様式）は、経費内容について項目毎に明細を作成の上、総額を算出する。見積金額は、19,162,440 円（税込）を上限とする。

10. 所有権・著作権等の帰属

本件委託業務に関して受託者が作成したすべての成果物の所有権及び著作権は、公社に帰属する。受託者は著作権者人格権を行使しないものとする。

11. 再委託の取扱い

- (1) この仕様書に定める事項については、受託者と同様に、再委託先においても遵守するものとし、受託者は、再委託先がこれを遵守することに関して、一切の責任を負う。

12. 契約事項の遵守・守秘義務

- (1) 本契約業務の実施に当たっては、条例、規則、関係法令を十分に遵守するほか、契約書に記載の事項に従って処理すること。
- (2) 本契約業務の履行により知り得た個人情報 は公社の保有個人情報であり、その取り扱いについては、「個人情報に関する特記事項」(別紙 2 参照) を遵守すること。

13. 暴力団等排除に関する特約条項

暴力団等排除に関する特約条項 (別紙 3 参照) に定めるところによる。

14. 環境に良い自動車利用

本契約の履行に当たって自動車を使用し、又は利用する場合は、都民の健康と安全を確保する環境に関する条例 (平成 12 年都条例第 215 号) の規定に基づき、次の事項を遵守すること。

- (1) ディーゼル車規制に適合する自動車であること。
- (2) 自動車から排出される窒素酸化物及び粒子状物質の特定地域における総量の削減等に関する

特別措置法 (平成 4 年法律第 70 号) の対策地域内で登録可能な自動車利用に務めること。なお、適合の確認のために、当該自動車の自動車検査証 (車検証)、粒子状物質減少装置装着証明書等の提示又は写の提出を求められた場合には、速やかに提示又は提出すること。

15. 契約情報の公表

公益財団法人東京都中小企業振興公社は、経営の一層の透明性の向上を図っていくため、「経営情報の公表に関する要綱」に基づき、特定契約（官公庁との契約や競争入札に適さない契約等）のすべて及び契約金額が 250 万円以上の契約案件を以下のとおり公表いたします。

(1)公表項目

契約方法（競争・独占・緊急・少額または特定の区分別）、契約種別（工事・委託・物品等の区分別）、契約相手方の名称、契約金額

(2)公表時期及び手法

決算の公表に合わせて年 1 回取りまとめ、当公社ホームページ及び閲覧により公表いたします。

なお、公表の趣旨にご賛同いただけない場合は契約締結後 14 日以内に、文書にて同意しない旨申し出ることができます。

16. 支払い方法

委託業務完了を確認後、請求書を受理した翌月末までに一括して支払う。

17. その他

- (1) この仕様書に疑義が生じた場合は、その都度、公社と協議し定めることとする。
- (2) 契約金額には、本仕様書に定めるもののほか、本業務の履行に必要なとなる一切の経費を含む。

18. 担当

(公財) 東京都中小企業振興公社 総合支援部 城東支社
永江、山本
〒125-0062 東京都葛飾区青戸 7-2-5
電話: 03-5680-4631 FAX: 03-5680-0710