

業務委託仕様書

1 委託業務名

東京都チャレンジショップ創の実吉祥寺の出店者の販売促進及び経営支援に関する業務委託

2 事業内容

(公財)東京都中小企業振興公社(以下、「公社」と言う。)が設置した東京都チャレンジショップ創の実吉祥寺(以下、「創の実吉祥寺」と言う。)の出店者に対して、売上及び集客を増加させるために共同の販売促進の立案支援、個別の経営支援を行う。

3 履行場所

東京都チャレンジショップ創の実 吉祥寺
〒180-0003 東京都武蔵野市吉祥寺南町一丁目17番7号
業務場所の地図、間取り図、店舗外観、店内パースは別紙1のとおり

4 契約期間

契約確定日の翌日から平成31年3月31日まで

5 チャレンジショップの概要

(1) 店名の由来

～東京都チャレンジショップ創の実(そうのみ)～
創業を目指す方の努力が結実し、大きく育って「実」となる出店者を育てる

(2) 店舗設計のコンセプト

- ・ 女性及び若者男性(39歳以下)のための販売スペース(3か所)
- ・ 1店舗のみコーヒー等を提供できるキッチン付店舗を用意
- ・ 子どもを保育士が見守るキッズスペース
- ・ 商品をPRできるウィンドウディスプレイ
- ・ イベントやワークショップを実施するアプローチ

(3) 対象業種

- ・ 小売、サービス業

6 支援対象者(出店者)

- ・ 出店者数は3事業者
- ・ 書類審査、面接審査を経て10月末に公社が決定する
- ・ 1事業者はキッチン付店舗(物販が中心でコーヒー等の提供が可能)
- ・ 出店期間は平成30年11月30日から平成31年5月29日(6か月)
- ・ 営業日は平日及び土日・祝日、営業時間11時～19時予定(出店者間で協議の上決定)

- ・ 定休日は水曜日及び年末年始（平成30年12月29日から平成31年1月3日）
- ・ （参考）1か月前に継続希望を出した出店者に対し、公社が更新審査を実施。通過者はさらに6か月契約が可能。

7 委託業務の運営体制

受託者は契約締結後速やかに、本委託を履行するために必要な人員を確保すること。業務責任者を配置し、委託業務の遂行に支障をきたさないよう、出店者支援担当者、アドバイザーなど実施体制を整備すること。業務に必要と思われる経験やスキル、環境は下記のとおりである。

(1) 運営体制

- ・ 業務責任者の配置（1人）
チャレンジショップの経営支援及び運営全体について責任を負う
- ・ 共同販促支援担当者の配置（1人以上）
チャレンジショップの共同販促企画及び個店の販促企画についてアドバイスを行う
- ・ アドバイザーの配置（1人以上）
チャレンジショップ出店者の個別具体的な経営支援に対するアドバイスを行う

業務の実施にあたっては、業務責任者を中心に、出店者支援担当者及びアドバイザーを含めたチームを編成すること。

(2) 支援に必要なスキル、経験、環境

① 共同販促支援担当者に必要な経験、スキル

- ・ 小売、サービス業における店舗運営及び販促活動の豊富な経験があること
- ・ ブログ、SNSなどをIT活用に関する専門知識があること
- ・ ネット広告及びアナログ広告の効果的な活用についてのノウハウがあること

② アドバイザーに必要な経験、スキル

- ・ 起業または小規模事業者に対する豊富な支援経験があること
- ・ 先輩起業家、相談役を紹介できる幅広いネットワークがあること
- ・ コミュニケーション能力が高く、出店者と信頼関係を築くことができること

③ 業務運営に必要なスキル及び環境

- ・ パソコンが使用でき、表計算ソフトやワープロソフトなど基本的なソフトなど活用し、事業報告など適切な事務処理ができること
- ・ インターネットが使用できる環境が整っていること
- ・ 営業時間中に、出店者からの問い合わせに即時対応できるようホットライン（電話番号）があること

8 委託内容

(1) 販促企画の立案支援に関すること

① 共同販促企画の立案及び運営

ア) 以下の点に留意し、販促会議を開催すること。

- ・ 参加者は出店者全員、受託者(業務責任者または共同販促支援担当者)、公社職員
- ・ 日程調整は受託者が行き、全員参加で行う
- ・ 月2回以上開催する
- ・ 開催は原則として平日(定休日の水曜日以外)の開店時間前(1時間)とする。
出店前の期間については平日(9時~17時)に行うこと。
- ・ 場所は原則バックヤードとするが、公社の指示で場所を変更する場合がある。出店前の期間は公社の会議室にて実施すること。

イ) 販促カレンダー(年間の販促活動やマーケティングプランを練る際に参考となる人の購買行動を起こす情報が記された年間行事カレンダー)及び商店会等年間行事を踏まえ、公社と協議の上、時期に応じた統一テーマを設定し、共同販促企画を年2回立案し、実施すること。例としては、冬のクリスマスイベント、年明け後のお正月、節分、春の送別シーズンなどとタイアップした企画とする。

ウ) 出店前についての共同販促として、創の実開店後にレセプションパーティ(地域住民及び関係者を招いて行う歓迎イベント)を実施する予定である。この実施日時、内容、広告宣伝について、出店者の意見を取りまとめ、集客効果が出るようにアドバイスを行う。なお、この出店前の共同販促企画については、上記イ)に記載の「共同販促企画を年2回立案」の回数には含まれないものとする。チラシ等の作成は出店者の費用にて、出店者自らが行う。

エ) 以下の内容を記載した企画書を作成し、立案すること。

- ・ 統一テーマ
- ・ 目的
- ・ 具体的な内容
- ・ 予算
- ・ スケジュール
- ・ 役割分担(出店者及び受託者)
- ・ 周知方法

オ) 統一テーマに合わせた各出店者の企画(参加体験型の講座であるワークショップ又はイベント)について、全体のバランスを考慮した上で、一貫性が保たれるよう出店者に対してアドバイスすること。

カ) 周知方法については、吉祥寺近辺または出店者が対象とするターゲット層に対して、より訴求効果が高い方法を提案すること。

キ) 共同販促を年2回行うときには、チラシ等を作成し、近隣住民に配布すること。

- ・ サイズ A4サイズ
- ・ ページ数 2ページ(A4サイズ1枚の両面を使用)
- ・ 部数 50,000部
- ・ デザイン 販促内容、地図、商品写真等を掲載すること。

- ・校正 3回（デザイン修正あり）
- ・色 両面カラー
- ・印刷用紙 コート紙
- ・配布方法 各家庭にポスティングすること。

創の実吉祥寺を基点として、周辺住宅に48,000部を配布する
残り2000部は出店者の配布用として出店者に渡すこと。

チラシのデザイン及び掲載内容、配布エリアについては事前に出店者及び公社の協議を経て決定すること。チラシのデザイン、印刷、配布に係る費用はすべて受託者が負担すること。

- ク) 上記以外で、周知にかかる費用については、事前に公社と協議するものとし、原則「創の実」全体に関わる部分については公社負担、個々の出店者店舗に関わる部分については出店者負担とする。

② 出店者の個別販促活動に対する支援

ア) 出店者が個別に行う販促活動についてヒアリングを行い、進捗及び成果を管理し、アドバイスすること。

イ) アドバイスは、以下の点に留意して行うこと。

- ・ 来店者増加及び売上増加につながるものとなっているか
- ・ ターゲット顧客に訴求できるものとなっているか
- ・ 実施日時、参加対象者、受入人数、費用が適切なものとなっているか
- ・ 共同販促企画及び他店の販促活動時期・内容と事前に調整したものとなっているか

(2) 出店者への経営支援等に関する項目

① アドバイザーの設置

ア) 出店者へ個別の経営支援ができるようアドバイザーを設置する。アドバイザーは、業務責任者または共同販促支援担当者が兼任しても可とする。他出店者との兼任も可とする。

イ) アドバイザーは以下の点に留意し、出店者の本格開業に向けた効果的な経営支援を行うこと。

- ・ 1出店者あたり月2回以上訪問し、出店者と面談すること。
個別の支援については、販促会議とは別の日または別の時間帯に行うこと。やむを得ず、販促会議と同日に行う場合は、出店者の営業時間に支障が出ないようにすること。なお、販促会議で月2回、個別の経営支援で月2回、3店舗を訪問すると、月8回現地を訪問することになる。
- ・ 開催は原則として平日（定休日の水曜日以外）の営業時間前（1時間）とする。
販促会議と時間が重ならないように注意すること。
出店前の期間については平日（9時～17時）に行うこと。
- ・ 支援場所は、原則としてバックヤードとするが、出店者に配慮し、場所の変更も検討すること。出店前の支援場所については、公社会議室にて行うこと。
- ・ 面談においては、出店者の経営状況をヒアリングし、店舗及びインターネット、催事等の総売上や来店客数、キャッシュフロー、販促企画の成果とその後の反響などを丁

寧にヒアリングし、コンサルティングを行うこと。

- ・ 出店前の経営支援については、出店前準備（什器手配、ゾーニング、棚割り、POP作成、看板作成、店舗ごとの開店チラシ作成、ホームページ作成、SNSでのPR方法など）について、店舗の魅力アップと、開店時の集客確保についてアドバイスを実施すること。
- ウ) 3店舗の収支報告を含めた月次業務報告を収集し、月次報告書を作成すること。
イベントやワークショップを実施した場合は、内容と参加人数、効果について、月次報告書と合わせて報告すること。
- エ) 出店者の求めに応じて、商品開発、接客サービスなど、各分野の専門家を派遣すること。
- オ) その他、出店者からのメールや電話による相談を随時受けられる体制を整えること。
- カ) 公社が主催する出店前研修（店舗研修は集合研修で、半日を計3日、IT研修は出店者個別に各1回計3日、1回あたり2時間程度）にオブザーバーとして参加し、個店のフォローアップを行うこと。

(3) 運営支援に関する項目

① 管理規則の遵守指導

管理規則が遵守されているかどうか、あらかじめチェックリストを作成し、月2回、創の実の訪問時に合わせて、店舗の状態を確認、出店者にヒアリングを行い、実施状況を確認する。違反が見られた場合は、公社に速やかに報告すること。

9 参加資格

次に掲げる要件を原則としてすべて満たす者であること。

- (1) 地方自治法施行令(昭和22年政令第16号)第167条の4第1項の規定に該当しない者であること。
- (2) 東京都に本社事務所を構えており、かつ、東京都指名参加資格を有すること。

10 支払方法

月次報告書及び委託完了届、請求書について、当月分を翌月10日までに公社に送ること。公社担当者が内容を確認し、翌月末に指定口座に支払いをする。

11 提出物

(1) 契約締結時

受託者は契約締結後、1週間以内に受託期間中の事業計画書及び収支計画書を提出し、委託者の承諾を得てから実施すること。

事業計画書には、実施内容及びスケジュール、実施体制を掲載すること。具体的には、年間の販促カレンダーに基づいた共同販促企画、及び個別の販促活動の支援、出店者への経営支援の内容及び時期を盛り込むこと。

また、出店者のヒアリング後に、月別に各出店者の目標とする売上、客数を定め、それらを達成できるような具体的な経営支援活動も後から盛り込み、実効性のある計画書を作成すること。業務にあたってはチームを編成し、各員の業務分担とフローについて記

載すること。

(2) 月ごと

月次報告書(出店者の店舗及びネット等の収支実績含む)を翌月10日までに、作成し提出すること。ただし、委託期間最終月は、本契約の契約満了日までに提出すること。

(3) 年度末

事業成果をまとめた年間事業報告書(出店者の収支実績含む)を契約期間内に作成し、提出すること。

(4) その他

公社の求めに応じ各種実績等を報告すること。

12 再委託の取り扱い

- (1) 受託者は、この仕様書に基づく委託業務を第三者に委託してはならない。ただし、あらかじめ書面により、公社と協議し、公社の承諾を場合にはこの限りでない。
- (2) 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。

13 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、別紙2「個人情報に関する特記事項」を遵守すること。

14 暴力団等排除に関する特記事項

暴力団等排除に関する特記事項については、別紙3に定めるところによる。

15 その他

- (1) この仕様書に疑義が生じた場合には、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一切の経費を含む。

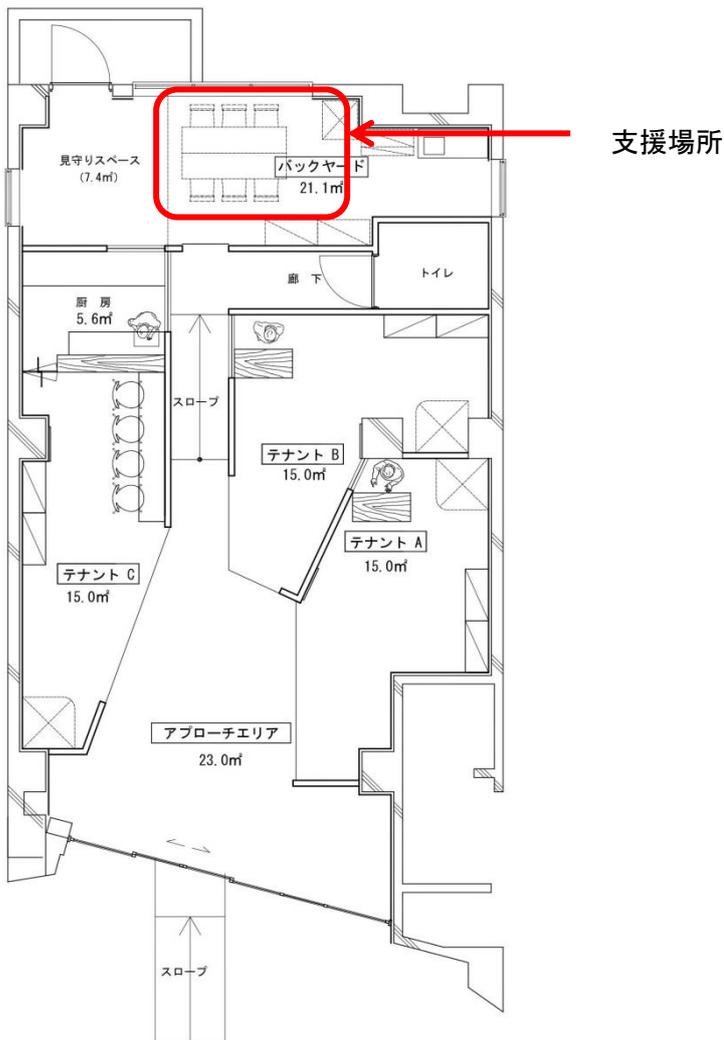
16 連絡先

(公財)東京都中小企業振興公社

事業戦略部 経営戦略課 地域産業振興係 山本・齋藤・甲斐

電話03-5822-7237 FAX03-5822-7233

別紙 1 業務場所の地図、間取り図、店内写真



店内パース



店舗外観（工事施工前）

