

仕様書

1. 件名

平成 30 年度「東京手仕事」プロジェクト普及促進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

(公財) 東京都中小企業振興公社 (以下、「公社」という) では、伝統工芸の技術を活かしながら、東京の伝統工芸品職人とデザイナー等が 1 年間の共同制作により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、開発商品等を広く国内外に PR するとともに、テストマーケティング等を通じて商品の改善や販路開拓等を支援していく「普及促進」を両輪とする「東京手仕事」プロジェクトを実施している。

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とする。

「東京手仕事」公式サイト

ブランドサイト : <https://tokyoteshigoto.tokyo/>

参加事業者サイト : <http://tokyo-craft.jp/>

3. テストマーケティングの定義

本業務委託に於ける「テストマーケティング業務」とは、新たに開発した商品をリアル店舗で販売することを通じて、(1) 商圏・売場カテゴリー別、購入ターゲット別及び販促手法別の販売状況の定量データ収集及び分析、(2) 購入・非購入者属性、購入動機及び購入阻害要因等の定量データ収集及び分析、(3) 定性調査 (購入ターゲット別座談会/FGI=Focus Group Interview (以下、「FGI」という)) を実施し、対象商品別の最適な 4P(Product/Price/Place/Promotion) の発見及び販売拡大を目的とする市場調査と定義する。

4. テストマーケティング対象商品の定義

「テストマーケティング対象商品」は、平成 29 年度開発商品 10 商品 (別紙 1) とする。なお、テストマーケティング実施売場においては、テストマーケティング対象商品のほか、それ以外の「東京手仕事」支援商品についても、公社及び実施売場と協議のうえ、併売することとする。

5. 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実施売場の装飾、施工、VMD 業務

- ① 「東京手仕事」プロジェクトのビジュアルイメージを踏襲した装飾施工、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及びクリエイティブ素材に関しては、受託者に別途配布する。
- ② 売場の装飾施工は、過去の施工事例・レベルを踏襲できる品質とすること（過去の売場の装飾施工事例は別紙 2 を参照）。なお、受託者は、事前にパースを公社に提出し、承認を得た上で施工制作を進めること
- ③ 商品の魅力を最大限引き出す最適な什器、サンプル品（食品等）、POP 類を活用した売場作りを行うこと
- ④ 売場の装飾施工作業は、各売場において会期前日の閉店後に開始し、同日に完了しなかった場合には、会期開始日の開店前に作業し、完了すること
- ⑤ 売場より、装飾施工作業を行わせる事業者の指定があった場合には、公社に確認し、承認を得た上で当該指定事業者装飾施工作業を依頼すること
- (2) テストマーケティング対象商品の商品・売上管理業務
 - ① 事業者への出品依頼、納品確認、検品、店頭在庫の補充・管理、商品の売場への搬入・搬出の管理、出品事業者への返品作業及び出品事業者への連絡・確認を行うこと。尚、商品の売場からの搬出及び出品事業者への返品にかかる運送費は受託者負担とする。
 - ② 会期開始日の開店前までに、商品への値札・バーコード貼付、プライスカードの準備、POP 類制作・設置及び商品特性に応じた什器等の手配を行うこと
 - ③ 商品の破損のリスクを最大限低下させる保険に加入すること
 - ④ テストマーケティング実施売場が委託販売を行うため、受託者は予め商品の出品事業者に代わって、テストマーケティング実施売場と取引口座を開設すること
 - ⑤ 「6. (1)平成 30 年 9 月 14 日～30 日（17 日間）」及び「6. (3)平成 31 年 1 月 18 日～2 月 17 日（31 日間）」における売上は、テストマーケティング実施売場が一括して受託者の口座に振込み、受託者は、入金を確認後、各出品事業者販売金額を支払うこと。尚、その際の受託者から事業者への振込手数料は受託者負担とする。また、受託者は、テストマーケティング実施売場から受託者への入金明細、受託者から各出品事業者への支払明細及び各出品事業者別販売実績を公社に提出し、入出金金額の確認を得ること
尚、「6. (2)平成 30 年 10 月 10 日～10 月 23 日（14 日間）」においては、テストマーケティング実施売場（日本橋三越本店）と事業者との直接取引となる。
 - ⑥ 委託商品の掛率は、テストマーケティング実施売場と公社との間で予め同意された掛率で運用することとし、受託者は販売手数料を別途徴収しないこと
- (3) 調査兼販売員の事前の接客研修、商品知識研修、売場派遣及びシフト管理業務
 - ① 接客研修は、調査兼販売員がテストマーケティング実施売場で定められた販売規定等に基づいた接客販売を行えるように実施すること。なお、テストマーケティング実施売場において、販売員等向け研修の受講が実施される場合には、テストマーケティング実施売場の指示に従い受講すること
 - ② 商品知識教育は、調査兼販売員が顧客に効果的に商品提案ができるように、商品の製

作者・技術等の背景知識も含めた商品知識を習得させること。なお、対象となる商品は、テストマーケティング対象商品のほか、売場で取扱う「東京手仕事」支援商品のすべてとし、両者の違いを調査兼販売員が理解した上で売場対応できるように教育すること

- ③ 売場派遣及びシフト管理は、後述「6. 売場及び FGI 運営」に記載の人数及び体制を実現する調査兼販売員の売場派遣およびシフト管理を行うこと。尚、調査兼販売員は、調査経験を有する者を手配すること

(4) 各種定量分析、店頭調査及び定性調査 (FGI) 業務

以下の各項目について実施すること。なお、受託者は、公社と協議の上、事前に調査実施内容の了承を得ること

- ① 来場顧客動向及び販売レポートニング (週次・月次・期間全体)

- ② 曜日別、時間別及び月別購入動向分析

- ③ 売上データと顧客属性のクロス分析及び POS 分析

- ④ 購買商品カテゴリー・商品特性と実際の顧客属性 (デモグラフィック) との相関分析
相関分析にあたっては、購入者の国籍も考慮すること

- ⑤ 購入理由と非購入理由の分析及び仮説提案

- ⑥ 来店目的分析

来店動機、来店トリガーとなった接触媒体、目的買い・衝動買い比率、自分用・贈答用等購入用途、その他購入目的等調査・分析

- ⑦ コンバージョンレート分析

素通り客→来店率→商品説明/プレゼンテーション率→クロージング率等の調査・分析

- ⑧ 店頭及び FGI 等における新商品の改善や販売アップに繋がるお客様の声の収集・分析
なお、新商品の改善事項に繋がるデータとして、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、価格及び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、消費者インサイトの発見・分析を行うこと

- ⑨ FGI の実施による調査・分析

各テストマーケティング期間中に、「6. 売場及び FGI 運営」記載の FGI を開催し、以下の各項目に基づき、テストマーケティング対象商品に対する消費者の感想・意見、特に非購入理由を調査分析すること

- (ア) 伝統工芸品関心層・潜在顧客を FGI1 回につき 6 名選出すること。選定にあたっては、伝統工芸品に関心のある消費者や過去に伝統工芸イベントでのワークショップに参加したことのある消費者等を調査パネルによりスクリーニングすること。なお、スクリーニング後、6 名に満たなかった場合は、バイヤーや販売スタッフ等の売り手サイドで伝統工芸品に知見のある業界スタッフの参加も可とする。ただし、「6. (3) 平成 31 年 1 月 18 日～2 月 17 日 (31 日間)」に実施する中国人を対象とした FGI については、上述のスクリーニングは不要とし、FGI 対象者として適当な 6 名を選出すること

- (イ) 指定セグメント (F2, F3, 中国人) 毎に FGI を各回 2 時間程度運営実施すること

- (ウ) 最寄りの適切な FGI 会場を手配すること

(エ)モデレーターとして、伝統工芸品に関する FGI 進行の経験を有し、モデレーター経歴 5 年以上の経験を有する者を手配すること

(オ)FGI 会場でのドリンク類や名札、謝礼等を手配すること。なお、謝礼は、参加者一人当たり 5 千円とし、座談会終了後、参加者に手交すること

(カ)FGI の実施内容（フロー）：

1	趣旨説明
2	自己紹介
3	東京の伝統工芸品に関する非助成・助成想起別認知度、イメージの聴取
4	東京の伝統工芸品に関する関心・非関心商品の選定及び理由の聴取
5	「東京手仕事」プロジェクトの趣旨説明及び事業評価・意見の聴取
6	テストマーケティング対象商品の評価の聴取
7	テストマーケティング対象商品に関する関心・非関心商品の選定及び理由の聴取
8	パッケージの評価・改善提案の聴取
9	その他意見・要望の聴取

(5) 報告書作成業務

- ① 報告書には、本項「5. テストマーケティング業務委託内容」、及び「6. 売場及び FGI 運営」の各実施項目について漏れなく、実施内容、調査結果及び考察等を記載すること
- ② 報告書には、テストマーケティング対象商品についての定量・定性データ両方を総合的に分析して得られた商品改善及び最適販売手法の方向性の提案を盛り込むこと
- ③ 報告書は、Word にて原則 A4・400 字詰め原稿用紙 100 ページ以上（写真、グラフ及びタイトルページは文字数に含めない）とし、記録写真や集計グラフ等を十分に用いて視覚的にも分かりやすくまとめること
- ④ 報告書は、各テストマーケティング終了後、後述「6. 売場及び FGI 運営」に記載の締切日までに会社に提出すること
- ⑤ 調査結果の集計方法を含めた報告書記載事項については、受託者と公社で協議の上、最終的に決定する

6. 売場及び FGI 運営

以下の(1)～(3)の各期間中、記載内容に基づき、売場及び FGI の運営を行うこと

(1) 平成 30 年 9 月 14 日～30 日（17 日間）

場所	東京ミッドタウン ガレリア 3 階 WISE・WISE tools 内 催事スペース（別紙 3 参照）
営業時間	11:00～21:00
調査兼販売員	複数名でシフト 日本語、英語及び中国語のうち、日本語を含む 2 か国語以上に対応できる体制でシフトを組み、常時、店頭で調査、接客及び販売を行うこと

売場スペース費用	会社から売場に支払うものとする。
プロモーション	当該店舗顧客への DM (1,000 名以上)
	チラシ制作・配布 5,000 部 (会社が指定する都内 10 か所程度に納品)
	当該店舗ウェブ上での告知
	会社が管理する「東京手仕事」SNS アカウント (Facebook、Twitter 及び Instagram) における告知
	Facebook 広告 (最低 5 日以上 of 広告とし、店舗誘導に資するセグメントを行うこと)
	プレスリリース (200 以上の TV、雑誌、新聞、インターネット等のメディア)
実演・ワークショップ運営	実施なし
FGI	期間中、F2 層対象 (6 名) に 1 回
報告書提出期限	平成 30 年 10 月 30 日 (火)

(2) 平成 30 年 10 月 10 日～10 月 23 日 (14 日間)

場所	日本橋三越本店 本館 5 階 Gallery Life Mining 内 (115 m ² 程度を想定) (別紙 4 参照)
営業時間	10:00-19:00
調査兼販売員	複数名でシフト 常時、店頭で調査、接客及び販売を行うこととし、繁忙時間帯である 13:00～18:00 は複数名体制とすること
売場スペース費用	不要
プロモーション	当該店舗顧客への DM (2,000 名以上)
	チラシ制作・配布 5,000 部 (会社が指定する都内 10 か所程度に納品。また、期間中、館内エレベーター、エスカレーター及び駐車場等で 1,000 部以上配布)
	当該店舗ウェブ上での告知
	会社が管理する「東京手仕事」SNS アカウント (Facebook、Twitter 及び Instagram) における告知
	Facebook 広告 (最低 5 日以上 of 広告とし、店舗誘導に資するセグメントを行うこと)
	プレスリリース (200 以上の TV、雑誌、新聞、インターネット等のメディア)
実演・ワークショップ運営	・テストマーケティング期間中の実演・ワークショップの運営・管理を行うこと ・期間中のコアタイム (13:00～17:00) において、実演ま

	<p>たはワークショップを売場及び公社と調整の上、28 人日程度の事業者（職人）により実施すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者の手配・管理を行うこと。尚、事業者に対する謝金の支払いは公社にて行うものとする。 ・実演、ワークショップの告知チラシの制作・配布を行うこと ・「PeaTiX（ピーティックス）」(Orinoco 株式会社提供サービス) による事前予約申込みページの作成及び申込管理を行うこと ・実演台、備品及び什器等の手配を行うこと
FGI	期間中、F3 層対象（6 名）に 1 回
報告書提出期限	平成 30 年 11 月 23 日（金）

(3) 平成 31 年 1 月 18 日～2 月 17 日（31 日間）

場所	GINZA SIX 5 階 マークスタイルトーキョー内 催事スペース（15 ㎡）（別紙 5 参照）
営業時間	10:30-20:30
調査兼販売員	在日中国人スタッフを含む複数名でシフト 日本語、英語及び中国語の 3 か国語に対応できる体制でシフトを組み、常時、店頭で調査、接客及び販売を行うこと
売場スペース費用	公社から売場に支払うものとする。
プロモーション	GSIX カード会員向け DM（1,000 名以上）
	チラシ制作・配布 5,000 部（公社が指定する都内 10 か所程度に納品。また、期間中、館内エレベーター、エスカレーター及び駐車場等で 1,000 部以上配布）
	GINZA SIX 館内デジタルサイネージでの告知
	GINZA SIX 館内コルトン広告（6 階 1 か所）
	テストマーケティング売場による告知（紙・WEB メディアへの直接プロモート及び SNS による情報配信）
	当該店舗ウェブ上での告知
	公社が管理する「東京手仕事」SNS アカウント（Facebook、Twitter 及び Instagram）における告知
	Facebook 広告（最低 5 日以上 of 広告とし、店舗誘導に資するセグメントを行うこと）
	プレスリリース（200 以上の TV、雑誌、新聞、インターネット等のメディア）
	在日中国人を活用したインフルエンサーマーケティング：

	春節 2 週間前に中国の生放送アプリ「一直播」により、2 時間程度、売場の中継放送を行い、在日中国人インフルエンサーによるテストマーケティング対象商品の紹介・解説を行うこと。尚、活用する在日中国人インフルエンサーは、Twitter フォロワー数 2 万以上かつ Facebook フォロワー数 2,000 以上のタレントまたは著名人とする。
実演・ワークショップ運営	<ul style="list-style-type: none"> ・上述の在日中国人を活用したインフルエンサーマーケティング実施時において、売場及び公社と調整の上、1 事業者（職人）による実演を実施すること ・事業者の手配・管理を行うこと。尚、事業者に対する謝金の支払いは公社にて行うものとする。 ・実演台、備品及び什器等の手配を行うこと
FGI	期間中、中国人対象（6 名） 1 回
報告書提出期限	平成 31 年 3 月 15 日（金）

7. 応募参加資格

次に掲げる要件を全て満たす者であること

- (1) 東京都における平成 29・30 年度物品買入れ等競争入札参加資格者であり、「営業種目 120 催事関係業務」及び「営業種目：125 市場調査・補償鑑定関係調査業務」の両方に登録があり、ともに「C」以上に格付けされているものであること
- (2) 伝統工芸品或いはそれに類する商品について、百貨店・商業施設における催事、イベント、販売会等の企画運営の実績がある、または、現在、自社でセレクトショップを運営しており、且つどちらの場合においても、テストマーケティング業務（上述の「3. テストマーケティングの定義」による定義）の実績を有していること
- (3) 会社更生法及び民事再生法等による手続きをしていないこと
- (4) 東京都暴力団排除条例（平成 23 年 3 月 18 日東京都条例第 54 号）に定める暴力団関係者または東京都が東京と契約関係暴力団等対策措置要綱第 5 条第 1 項に基づき排除措置期間中の者として公表した者（ただし、排除措置期間中に限る）でないこと

8. 契約期間

契約確定日の翌日から平成 31 年 3 月 15 日（金）まで

9. 履行場所

公社が指定する場所

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。受託者は著作者人格権を行使しないものとする。

11. 再委託の取扱い

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又は公衆の知るところとなる情報は、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 6 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 7 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 國分、永江
〒125-0062 東京都葛飾区青戸 7-2-5
電話：03-5680-4631 FAX：03-5680-0710