

令和6年度OMO物産展等開催業務委託仕様書

1 委託業務の名称 令和6年度OMO物産展等開催業務

2 委託期間 契約締結の日から令和7年3月14日まで

3 業務の目的

近年、急激な消費のデジタルシフトによって国内食品分野の電子商取引（以下「EC」という。）市場は拡大傾向にあり、大手企業や県外企業のEC参入により競争が激化している状況である。

そこで、本業務では、首都圏及び関西圏のターミナル駅等において、消費者が県産品を試飲又は試食後に二次元コードの読み取り等によりECサイトで購入できるポップアップ形式の販売会（以下、「OMO物産展」又は「OMO型県産品常設コーナー」という。）を開催することで、対面販売とEC双方のメリットを生かした県産品の更なる露出機会を創出し、認知度向上及び新規顧客開拓を図る。

※ 本仕様書において、「県産品」とは、宮城県内で生産若しくは製造の最終工程が行われた食品、又は宮城県内の業者が企画し、宮城県内生産の食材を主原料として製造されたものを指す。

※ 本仕様書において、「OMO (Online Merges with Offline)」とは、消費者が県産品や販売員とオフラインで接触しつつ、商品購入は主としてオンライン上で行う販売手法を指す。

4 業務の内容

OMO物産展を首都圏（東京都、神奈川県及び千葉県のうちいずれか）及び関西圏（大阪府）でそれぞれ1回以上（計2回以上）開催すること。さらに、首都圏においてOMO型県産品常設コーナーを1回程度設けること。

(1) OMO物産展の企画

イ ターゲット及びコンセプトの設定

本業務の主旨である、「対面販売とEC双方のメリットを生かした県産品の更なる露出機会の創出」に照らし、首都圏及び関西圏それぞれにおいて最適なターゲットを定めた上で、販売会のコンセプトを提案すること。

ロ 会場選定

イで設定したターゲット及びコンセプトに合致する会場を提案すること。会場確保に係る所有者等の関係者との調整・契約等については、受注者が責任をもって行うものとする。

なお、会場の選定に当たっては以下に留意すること。

(イ) 会場は、過去のイベントにおける人流及び誘客実績を考慮し、首都圏及び関西圏の主要ターミナル駅構内又は隣接する商業施設内のイベントスペースとする。

ただし、3回以上開催する場合の会場は上記に限らず、より多くの消費者に県産品を周知可能な会場を提案することも認める。

(ロ) 販売スペースについては県産品のサンプルを100商品以上陳列可能な面積とするほか、一部商品（主に常温品）については、会場で購入及び受け渡しができるよう、スペースを確保すること。

ただし、3回以上開催する場合の県産品サンプル数については、この限りではない。

(ハ) 試飲及び試食が可能な会場とすること。なお、試飲・試食品提供のための調理可能な設備があることが望ましい。

(ニ) 来場者が立ち寄りやすく、試飲及び試食が行いやすいレイアウトとなるよう工夫すること。

と。

ハ 開催時期

本年12月末までに1回は開催し、残りの回数については翌年1月末までに開催すること。

なお、消費者の購買意欲や会場付近の人通りの多さ等を踏まえて効果的な時期を提案すること。

開催期間は原則として各回連続した5日間以上とし、土曜日及び日曜日を必ず含むこととする。

(2) OMO型県産品常設コーナーの企画

イ ターゲット及びコンセプトの設定

本業務の主旨である、「対面販売とEC双方のメリットを生かした県産品の更なる露出機会の創出」に照らし、首都圏においてOMO物産展とは異なるターゲットを定めた上で、販売会のコンセプトを提案すること。

ロ 店舗選定

イで設定したターゲット及びコンセプトに合致する県産品常設コーナーが設置可能な店舗を提案すること。店舗確保に係る所有者等の関係者との調整・契約等については、受注者が責任をもって行うものとする。

なお、店舗の選定に当たっては以下に留意すること。

(イ) 店舗は、誘客実績を考慮した首都圏の常設店舗とする。

(ロ) 販売スペースについては県産品のサンプルを30商品程度陳列可能な面積とするほか、一部商品（主に常温品）については、店舗で購入及び受け渡しができるよう、スペースを確保すること。

(ハ) 試飲及び試食が可能な店舗とすること。なお、試飲・試食品提供のための調理可能な設備があること。

(ニ) 来店者が立ち寄りやすく、試飲及び試食が行いやすいレイアウトとなるよう工夫すること。

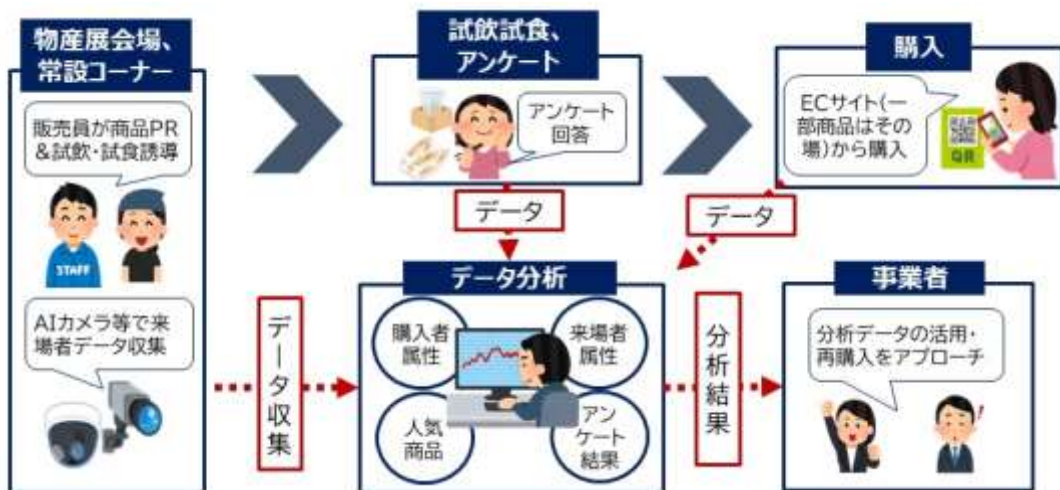
ハ 開催時期

本年12月末までに開催することとし、消費者の購買意欲や店舗付近の人通りの多さ等を踏まえて効果的な時期を提案すること。

開催期間は原則として1ヶ月以上とする。

(3) 販売方法及び情報収集

上記(1)及び(2)の流れは、下図に示すとおりとする。



イ 商品PR及び試飲・試食誘導

- (イ) 販売スペースへ消費者を呼び込む工夫を実施すること。
- (ロ) 販売員は各商品の特徴、魅力、ストーリー及びメーカーの想い等をインプットし、来場者及び来店者(以下、「来場者等」という。)に対し商品PR及び試飲・試食の誘導を行うこと。
- (ハ) 目標数は以下のとおりとする。
 - ① OMO物産展の各会場における来場者数は延べ1,500人以上(うち、7割程度が試飲・試食を実施)
 - ② OMO型県産品常設コーナーにおける1日あたりの来店者数は300人以上(うち、3割程度が宮城県産品の試飲・試食を実施)

ロ アンケートの実施

- (イ) 販売員は来場者等に対し、商品に関するアンケートを実施するとともに、商品のパッケージ、外観、食べ方、味及び価格等の改善に繋がるような意見・感想(以下「VOC (Voice of Customer)」という。)を聞き取ること。
- (ロ) 目標数は以下のとおりとする。
 - ① OMO物産展の各会場におけるアンケート数は延べ3,150件以上(1人あたり3品目以上の試飲・試食を実施)
 - ② OMO型県産品常設コーナーにおける1日あたりのアンケート数は180件以上(1人あたり2品目以上の試飲・試食を実施)

ハ 商品の販売

来場者等は試飲・試食後にPOP又はカードに記載されている二次元コードを読み取り、ECサイトで商品を購入する形式を原則とするが、一部商品(主に常温品)については、会場及び店舗(以下、「会場等」という。)でも購入及び受け渡しができるようにすること。また、本業務の目的に照らし、対面販売とECのメリットを生かした、より効果的な販売方法の提案があれば、これを採用する場合がある。

なお、二次元コードからリンクするECサイトは、原則として出展者自身が運営するサイト(出展者が外部委託により運営するECサイトやECモール内の自社店舗ページは可。)とする。

ニ 情報収集及びデータ分析

- (イ) 来場者等の属性や会場等内での動きについて、AIカメラの設置といったデータ収集可能な仕組みを提案すること。
- (ロ) 来場者等へのアンケート項目及び実施方法については、その後のデータ分析への利用想定とともに、より高いアンケート回収率を達成できる効果的な内容を提案すること。なお、実際のアンケート項目及び実施方法については、受注者との協議の上、決定することとする。
- (ハ) 商品販売時に使用する二次元コードへのタグ設定等により、OMO物産展及びOMO型県産品常設コーナー(以下、「OMO物産展等」という。)の各ECサイトでの購入データについて、開催期間中から開催1週間後時点まで補足できる仕組みを提案すること。
- (ニ) 収集したデータの分析結果を発注者と協議の上、出展者ニーズに応じた個別シート等を作成の上、フィードバックを実施すること。

(4) 開催前の対応

イ 出展要領の作成

上記(1)及び(2)の企画内容に沿って、OMO物産展等の目的・概要、出展条件、出展者の準備物、開催までのタイムスケジュール及び注意事項等をまとめた出展要領を、発注者と協議の

上、出展者募集開始1週間前までに作成すること。

ロ 出展者募集及び選定

- (イ) 出展募集チラシを作成の上、出展者を募集し、申込の受付及び取りまとめを行うこと。
- (ロ) 募集期間は1ヶ月程度設けること。
- (ハ) 募集対象者は、次の要件を全て満たす者とする。
 - ① 宮城県内に事業所をもつ法人又は個人であること。
 - ② 宮城県産品の生産、製造又は販売を行っていること。
 - ③ 食品ECサイトを運営していること（出展者が外部委託により運営するECサイトやECモール内の自社店舗ページは可。）。
- (ニ) 募集方法及び出展者の選定方法の詳細は、発注者と協議の上、決定すること。

ハ 広報、PR実施

- (イ) 消費者向けにOMO物産展等の開催を周知するPRチラシを作成すること。
- (ロ) 各種メディア、広告及びSNS等、上記(1)イ及び(2)イで設定したターゲットに対して効果的にOMO物産展等の開催を周知する媒体を提案し、発注者と協議の上、広報を実施すること。

ニ 会場等装飾

上記(1)イ及び(2)イで設定したターゲット及びコンセプトに合致する、視認性の高い会場等装飾を提案し、発注者と協議の上、制作及び設置すること。装飾の設置については、各会場等の関係者と事前に調整を行うこと。

ホ 什器・備品類調達

OMO物産展等の開催・運営に必要な什器・備品・消耗品等を整備すること。

なお、什器・備品類の使用又は設置については、各会場等関係者と事前に調整を行うこととし、什器・備品類のリース代は委託費に含むものとする。

ヘ 出展者との調整

販売商品情報、商品輸送方法及び売上金の管理等、開催に当たり必要な事項について、上記ロで募集・選定した出展者との調整を行うこと。

ト 販売員の手配

- (イ) 販売員は、来場者等へのアンケート及びVOCの収集に精通した者とする。
- (ロ) 販売員を交えて出展者への個別ヒアリングや試食等を実施し、来場者等へ訴求するための各商品の特徴、魅力、ストーリー及びメーカーの想い等をインプットさせること。
- (ハ) 上記(イ)及び(ロ)が十分に実施できる適切な販売員の人数を手配すること。
- (ニ) 上記販売員に加え、出展者が自ら来場者等の反応を体感できるよう、希望する出展者を、会場等における接客及び試食提供等に従事させること。

チ 各種手続・届出

食品及び酒類の販売等に関する必要な手続・届出等は受注者が責任をもって行うこと。

(5) 開催中の対応

イ 販売の実施

上記(1)及び(2)の企画内容に沿って販売を実施すること。

ロ 関係法令・規則の順守

衛生管理・防災等の関係法令、監督官公庁の指導事項等を遵守し、衛生管理及び感染症対策を徹底すること。また、会場等関係者が定める規則等を遵守すること。販売員等を雇用する場合は、労

働基準法等の労働関連法令を遵守すること。

ハ トラブルへの対応

事故（食中毒等）の発生、販売上の問題の発生、災害（地震、火災等）の発生及び来場者等からの苦情等があった場合は、受注者が責任をもって迅速かつ適切に処理・対応するとともに、経緯（発生原因）・処理経過・再発防止策等を速やかに発注者へ報告すること。

ニ 夜間早朝警備

会場等関係者と調整の上、開催時間外における会場等の警備を必要に応じて手配すること。

ホ その他

会場等の清掃及び整理整頓等、来場者等の目線に立った運営を行うこと。

(6) 開催後の対応

イ 原状回復

会場等関係者と調整の上、什器・備品・装飾の撤去、会場等の清掃及び原状回復を行うこと。

ロ 商品在庫等への対応

出展者と調整の上、試飲・試食品、サンプル用商品及び在庫の返送等を行うこと。

ハ 各種データ取りまとめ及び出展者へのフィードバック

開催期間中に収集した来場者等のアンケート結果及びVOC、AIカメラ等により収集した来場者等の属性データ並びにECサイトでの購入データ等を取りまとめ、出展者の今後の販売戦略や商品の改善等に繋がるような個別のフィードバック情報を抽出・分析し、開催3週間後までに電子メールにより発注者に提出すること。

なお、出展者ECサイトでの購入データについては、開催期間中だけでなく、開催1週間後時点のデータも集計すること。

おって、フィードバック情報を基に、発注者と協議の上、出展者ニーズに応じた個別シート等を作成し、フィードバックを実施すること。

ニ 出展者アンケート

各出展者に対してアンケートを実施すること。実施結果は、取りまとめの上、開催3週間後までに電子メールにより発注者に報告すること。

ホ 開催報告

各回のOMO物産展等開催3週間後までに、実施内容及び結果について取りまとめた開催報告書を作成し、電子メールにより発注者に提出すること。開催報告書には、開催期間中の会場の様子を撮影した画像を掲載すること。

(7) 業務実績報告

業務完了後は速やかに業務完了報告書を指定様式で郵送により発注者に提出すること。加えて、委託期間を通じた業務実施結果及び業務運営を通じて見出された、今後のOMO事業の課題等をまとめた実績報告書を作成しPDF形式で郵送及び電子メールにより発注者に提出すること。

5 成果物

(1) 提出物

提出物名称	様式・提出数	提出方法	提出期限
出展要領	任意様式A 4版・電子データ	電子メール	出展募集開始1週間前
出展募集チラシ	任意様式・電子データ	電子メール	出展募集開始1週間前
PRチラシ	任意様式・電子データ	電子メール	開催2週間前
会場装飾・ポップ等の制作物	任意様式・電子データ	郵送及び電子メール	開催2週間前
フィードバック情報	任意様式・電子データ	電子メール	開催3週間後
出展者アンケート結果	任意様式・電子データ	電子メール	開催3週間後
開催報告書	任意様式A 4版・電子データ	電子メール	開催3週間後
業務完了報告書	指定様式・紙媒体1部	郵送	令和7年3月14日
実績報告書	任意様式A 4版・紙媒体3部及び電子データ	郵送及び電子メール	令和7年3月14日

(2) 提出先

宮城県農政部食産業振興課県産品販売支援班
〒980-8570 宮城県仙台市青葉区本町三丁目8-1
電子メール： s-hanbai@pref.miyagi.lg.jp

6 留意事項

- (1) 本業務の作業体系について、再委託の有無を含めて企画提案書に記載すること。再委託する場合は、再委託先の名称、住所、再委託理由、再委託予定金額、業務の役割分担及び業務の履行能力等についても企画提案書に記載すること。
- (2) 本業務の実施に当たっては、関係法令を順守するとともに、本業務による成果物については第三者の知的財産権を侵害することなく、適正に履行すること。第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときは、解決に要する費用を含め、受注者の責任において解決すること。
- (3) 成果物の一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、全て発注者に帰属するものとする。また、成果物に係る著作権者人格権について、受注者は、発注者が認めた場合を除き行使できないものとする。
- (4) 受注者は、この業務（再委託をした場合を含む。）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、この業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、毀損の防止及びその他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。
- (5) 受注者は、この業務（再委託をした場合を含む。）を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）を遵守しなければならない。
- (6) 受注者は、業務着手前に発注者と十分な打合せを行い、業務内容について確認を行うこと。
- (7) 本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める事項について疑義が生じた場合は、発注者と協議の上、適切に対応すること。ただし、本仕様書に明示のない事項であっても、社会通念上当然必要と思われるものについては本業務に含まれるものとする。