

# 委 託 仕 様 書

## 1. 件名

産業交流展 2026 の企画、運営等に係る委託

## 2. 目的

産業交流展実行委員会（以下「実行委員会」という。）では、首都圏企業の優れた技術や製品を、分野を越えて一堂に展示する総合見本市である産業交流展 2026（以下「産業交流展」という。）を開催し、中小企業の国内外への販路開拓による受発注の拡大、情報収集・情報交換などの促進を支援する。また、地方連携策の一環として、全国ゾーンを設け、全国企業のビジネスチャンス拡大を支援する。

## 3. 委託契約金額(予定)

260,000,000円（税込）

※契約金額は、委託業務完了後に実行委員会が実施する検査に合格した場合に、実行委員会が運営事業者へ支払うこととする。

※出展料収入が出展料収入見込額（35,112,000円）に満たない場合、不足額を上記の委託契約金額から減額することとする。

（参考1 出展料収入見込額内訳：532小間程度）

（参考2 産業交流展 2025 における出展料収入：約 34,500,000円）

※本委託契約は、東京都議会において、令和8年度の本事業に係る予算が可決・成立した場合に、令和8年4月1日に締結するものとする。

## 4. 契約期間

令和8年4月1日から令和9年3月31日まで

## 5. 履行場所

実行委員会が指定する場所

## 6. 委託内容

以下に定めるもののほか、別紙1「委託内容詳細」のとおりとする。

なお、本事業の概要は、次のとおりである。

### 6.1 開催概要

東京ビッグサイトの展示場内にて中小企業を中心とした各種企業による新たな技術や製品等を3日間展示し、ビジネスマッチングを行う展示会を開催し、中小企業の更なる販路拡大等に寄与する。

出展分野は出展申込に応じてゾーンを展開するほか、「特別展示企画」として「都産技研テクノネットワークゾーン」を始めとした複数のゾーンを設置する。また、「食に関するイベント」や、「特別商談会」、「東京都ベンチャー技術大賞」、「東京都経営革新優秀賞」の表彰式、集客力のあるメインステージイベント等も併催展や同時開催イベントとして実施する。

### 6.2 産業交流展 2026

## 6.2.1 開催期間

準備日 令和8年11月10日(火)  
会期 令和8年11月11日(水)から11月13日(金)まで  
開催時間 午前10時から午後5時まで

## 6.2.2 開催場所

東京ビッグサイト 西展示棟1-2ホール、アトリウム(総展示面積:19,760㎡)  
江東区有明3丁目11-1

## 6.2.3 ターゲット

- ①マッチングや交流を目的にしているビジネス系の来場者
- ②企画を目当てとする一般来場者

## 6.2.4 ユニバーサルデザイン

本委託において、印刷物等を作成する際は、「東京都カラーユニバーサルデザインガイドライン(<https://www.fukushi.metro.tokyo.lg.jp/documents/d/fukushi/colorudguideline2>)」等を活用し、誰にも見やすく分かりやすい情報提供をするための工夫、配慮に努めること。

## 6.2.5 委託内容の調整

委託内容は本仕様書及び企画提案のとおりとするが、受託者の負担を増やさない範囲において、実行委員会との協議の上、内容を調整することが有る。

## 7. 事業目標

本委託では、別紙2「産業交流展2026 目標数値」を達成することを目標とする。

## 8. 運営体制

### 8.1 運営体制

目標の達成に向けて、着実に委託業務を実行可能な運営体制、連絡体制を提案すること。

また、個人情報保護・著作権管理等の法令遵守(コンプライアンス)に対する考え方や体制等について提案すること。

### 8.2 全体スケジュール

産業交流展開催までの実施スケジュールを提案すること。

### 8.3 概算見積書

企画提案について必要経費を項目ごとに詳細に積算したうえ、総額を計上すること。  
また、費用を計上する大分類を次のとおりに区分すること。

会場関係費、事務局関係費、印刷・制作物関係費、各種発送関係費、会場装飾・設備工事関係費、ウェブサイト制作費、会場運営関係費、宣伝広告関係費、事務管理費

## 9. 実行委員会との情報共有等

### 9.1 実行委員会との連絡窓口の設定

受託者は、本業務委託の期間中、常に実行委員会と円滑な連絡が取れるよう、必要な体制を確保しなければならない。

受託者は、委託契約締結後1週間以内に、統括責任者及び委託業務に携わる関係者や

その連絡先などの必要な事項を記載した体制表を実行委員会に提出すること。

## 9.2 連絡会及び委託業務の進捗管理

実行委員会と受託者は、1週間に1回程度、イベントの準備状況等の情報共有のため、連絡会を開催するものとする。ただし、実行委員会が開催の必要がないと判断した場合は、開催しないことができるものとする。

連絡会の開催場所は、原則として実行委員会の会議室又はオンラインとし、連絡会の次第及び会議資料は、受託者が作成するものとする。

また、連絡会を開催したときは、受託者は開催後速やかに議事録を作成し、実行委員会に提出しなければならない。

なお、上記の連絡会のほか、実行委員会が連絡会の開催を求めた場合には、受託者は直ちにこれに応じなければならない。

加えて、受託者は委託契約締結後1週間以内に、業務の進捗管理表を作成し、進捗状況について、連絡会時に実行委員会に報告し、進捗管理表を都度提出をすること。

## 9.3 Microsoft アカウントの用意

受託者は、実行委員会との情報共有のため、実行委員会が用意する Teams 上のチームに参加可能な Microsoft アカウント（無料のものも可とする）を受託者内で円滑に情報共有ができる数を用意すること。

また、会期中は、実行委員会の応援職員用に複数のアカウントを別途用意すること。

Teams 上のチームは、実行委員会が設定することから、受託者と実行委員会の間でのデータの共有などはそれを用いて行える環境を用意すること。

なお、本委託仕様書において、実行委員会に提出し、又は、その確認を求めるべき資料、情報等のうち、Teams の機能を活用することで、効率的に実施できると実行委員会が認めたものは、Teams を活用して行うことができるものとする。

## 9.4 都関連問合せの専用窓口の設置

受託者は、産業交流展に関係する東京都や（公財）東京都中小企業振興公社等の関係者からのイベント、出展その他の産業交流展の運営に関する問合せや調整に対応するための専用窓口（常時人を配置する必要はないが、メールや電話での問合せに対して、遅くとも翌営業日中には対応を行える体制を構築する）を設置し、関係者からの問合せに速やかに対応できるようにすること。

なお、専用窓口のメールアドレス及び電話番号については、令和8年4月10日までに設定し、実行委員会に通知すること。

## 9.5 外部に発信する情報の取扱い

受託者は、広報やPR、その他の外部に発信する情報について実行委員会に事前に情報提供を行い、誤った情報や不適切な表現等が外部に発信されないようにしなければならない。

また、機密情報の取り扱いをする際も、実行委員会に事前に情報提供を行い、外部への漏洩がないようにしなければならない。

## 9.6 英語での対応

受託者は、英語での各種問合せ等に対応できる支援体制を構築すること。また、来場者・出展者の対応について、必要に応じて、英語での案内、対応等ができるようにすること。

## 9.7 調査等への協力

実行委員会が、受託者に対し、委託業務の実施状況に関して調査又は報告を求めた場合には、受託者は協力しなければならない。

## 9.8 受託業務の理解

受託者は、委託業務の実施に当たっては、その従業員、再委託先の従業員等の関係者に対し、受託業務の内容を十分に理解させ、受託業務が円滑に進むよう、業務全般を適切に管理・運営しなければならない。

## 9.9 緊急時の対応

委託業務の実施に当たり、不測の事態が生じた場合には、受託者は直ちに実行委員会に状況を報告するとともに、実行委員会の指示に従って対処しなければならない。

## 10. 経費の負担

委託業務の実施に必要な経費は、特別の定めがない限り、全て受託者が負担するものとする。

また、受託者に帰責事由がある損害を円滑に賠償できるよう、イベント保険に加入すること。

## 11. 環境により良い自動車使用

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、次の事項を遵守しなければならない。

- 都民の健康と安全を確保する環境に関する条例(平成12年東京都条例第215号)第37条のディーゼル車規制に適合する自動車であること。
- 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であること。

なお、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、速やかに提示し、又は提出すること。

## 12. 企画提案書の取扱い

産業交流展企画選定委員会において受託者が提案した「企画提案書」は、本仕様書の付属書類として契約を構成する文書の一部とし、本委託の対象業務に含むものとする。ただし、当該提案書に記載された個々の提案内容の採用の可否又は項目の追加、変更若しくは削除については、実行委員会と協議して決定する。

## 13. その他

### 13.1 知的財産権等の取扱い

#### 13.1.1 権利の帰属等

受託者が作成した委託業務の成果物に関する所有権及び著作権(著作権法第27条及び第28条の権利を含む)については、以下13.1.2を除き、作成した時点で受託者から実行委員会及び東京都に無償で移転し、帰属するものとする。

また、成果物について、受託者(受託者の従業員及び再委託を行った場合の再委託先を含む)は著作者人格権に基づく権利行使を将来にわたり行わないものとする。さら

に、受託者は制作に関与した者について著作権を主張させず、著作者人格権についても行使させないこととする。

### **13.1.2 従来の特権等の取扱い**

本委託の成果物において、受託者が従来から有していた権利及び第三者が権利を有するものの著作権、意匠権等の知的財産権は、受託者又は当該第三者に留保されるものとする。

### **13.1.3 権利処理の保証**

委託業務の実施に当たっては、肖像権、知的財産権等について処理済の素材を使用しなければならない。

受託者は、本委託の成果物が第三者の肖像権、知的財産権その他の権利を侵害していないことを保証し、本委託業務において使用する映像、イラスト、写真、人物その他の資料について、第三者が権利を有するものを使用する場合には、使用の際、あらかじめ実行委員会に通知するとともに、第三者との間で発生した管理の使用等に関する手続、使用料等の負担と責任は、全て受託者が負うものとする。

### **13.1.4 その他**

知的財産権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上、定めるものとする。

## **13.2 個人情報等の保護**

受託者は、「産業交流展個人情報保護方針」、「個人情報に関する特記仕様書」及び「電子情報処理委託に係る標準特記仕様書」に基づき、適正な手続を行うこと。また、再委託を行う場合、再委託先に対し適正な手続を行わせること。

## **13.3 機密情報の扱い**

受託者は、本委託（再委託した場合を含む）を通じて知り得た情報を機密情報として取扱い、事業の目的以外に利用、又は第三者に提供してはならない。本契約が終了し、又は解除された後においても同様とする。

## **13.4 感染症への対応**

本委託の履行に当たっては、政府方針等を踏まえ、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザ等の感染拡大防止に努めること。

契約後に感染拡大防止に伴う業務が追加で発生した場合、受託者からの申し出を踏まえ、受発注者間において、契約金額の変更のための協議を行うものとする。

## **13.5 事業引継ぎ、情報共有**

受託者は、本委託において作成・取得した物（ウェブサイトや受付システム等の電子データを含む。以下同じ。）及び情報のうち、次年度以降の本委託の運営に必要となるもの一切を実行委員会及び次年度の受託者に引き継ぎ、共有しなければならない。

特に、ウェブサイトのデータについては、次年度の受託者が、速やかに本年度のドメインを取得し、ウェブサイトを継続して運用できるようにするとともに、委託契約終了時点のウェブサイトデータだけでなく、各更新時点のデータを適切に保管し、それらを含めて次年度受託者に提供すること。

実行委員会又は次年度の受託者が、必要な物及び情報の提供を求めた場合には、本契約の履行完了後も、上記と同様とする。

## **13.6 再委託の取扱い**

この契約について、委託業務内容の全部又は主要な部分を一括して第三者に委託してはならない。

主要な部分を除き、事業の一部を再委託する場合には、あらかじめ実行委員会に報告し、その了承を得なければならない。

### **13.7 疑義の取扱い**

本仕様書に疑義が生じた場合は、実行委員会と協議の上、決定するものとする。

### **14. 担当**

産業交流展実行委員会

電話 03-5320-4672

## 委託内容詳細

### 1. 実施計画及び全体企画の作成

#### 1.1 実施計画

受託者は、令和8年4月10日までに産業交流展の運営に関する週単位の実施計画を実行委員会に提出し、その了承を得ること。実行委員会が、産業交流展の準備の進捗状況等に応じ、その内容の変更を指示したときは、それに従うこと。

なお、全体の大まかな想定スケジュールは、次のとおりである。

時期	取組内容
令和8年4月1日	委託契約締結
令和8年4月中旬	産業交流展ランディングページ等の公開
令和8年5月下旬	出展者募集開始
令和8年7月下旬	出展者募集締切
令和8年8月下旬	出展者説明会
令和8年10月上旬頃	来場者募集開始
令和8年11月11日～13日	展示会開催
令和8年12月中旬	課題・改善報告書提出
令和9年1月7日	実績報告書初稿提出
令和9年3月末	委託契約終了

#### 1.2 全体企画

受託者は、実行委員会と協議した上で、開催コンセプト、全体レイアウト、出展者募集・運営方針、ステージイベント等の産業交流展の全体企画の基本的な考え方を整理し、企画案を作成の上、適宜、更新すること。

また、マクロ環境、産業交流展の趣旨・目的・特徴等の現状分析を踏まえ、他の展示会との差別化を図った上で、実行委員会が本仕様書で指定する目標数値（来場者数・商談件数・出展者満足度等）を達成するための施策を具体的に示すこと。

なお、企画作成にあたっては、以下の項目を踏まえつつ、既存の内容に捉われない斬新な発想とこれまでのノウハウ等を活かし、実現可能な提案をすること。

- ・近年の産業構造や社会環境の変化などを考慮すること。
- ・出展者や来場者双方の更なる満足度の向上を目指すこと。
- ・過去の産業交流展の実施方式を参考にしつつも、現状の課題（来場者減少・魅力的出展者の不足・回遊性の低さ等）を解決する視点を盛り込むこと。

※過去の実施方式は産業交流展公式ウェブサイトに掲載の実施報告書等を参照のこと。

#### 1.3 キャッチコピー・キービジュアル・デザイン

産業交流展の目的や企画提案内容の基本的な考え方を表現し、かつ、出展者や来場者の参加を促すキャッチコピー・キービジュアル・デザイン（ポスター、ロゴ等を含む）を複数案提案すること。

キービジュアルについては、本展示会を初めて知る者が目にした場合でも、催事趣旨が即座に理解できるものとし、来場動機形成に資する明快なデザインとすること。

なお、作成にあたっては、著作権法違反とならないように注意すること。

また、生成 AI 等を利用した作成は行わないこと。

#### 1.4 ウェブサイトに係る企画

ウェブサイトに係る企画については、出展者や来場者の IT リテラシーの高低にかかわらず直感的に理解可能な構成で提案すること。また、ウェブサイト作成にあたっては以下のアからクを実施すること。なお、ウェブサイトの管理・運営の詳細については「10.1. ウェブサイトの管理・運営」を参照すること。

ア サイト訪問者にとって利用しやすいページレイアウト・構成案を示すこと。

イ 会期前・会期中・会期後の3つのフェーズに区分し、それぞれの役割を明確に示した上で、その役割を果たすための施策を企画提案すること。

ウ 複数の検索軸で検索ができる機能を提案すること。また、検索項目も併せて提案すること。

エ 来場者に出展者をレコメンドする機能を提案すること。なお、レコメンドする際に用いる参照データ（来場者の閲覧履歴等）も併せて提案すること。

オ 産業交流展実行委員会と受託者がアクセス解析に用いる、アクセス数や直帰率等の確認が行えるサイトを設計すること。また、受託者が解析を行い、その分析結果をもとに、コンテンツの改善施策についても提案すること。

カ デジタルツールに不慣れな出展者でも、簡易に操作し、各企業ページを作成することが可能な操作性にすること。

キ デジタルツールに不慣れな出展者と来場者を対象としたフォローアップや、スキルアップにつながる企画及びその他のサポートの仕組み等を提案すること。

ク 共通の ID 等で、展示会への入場およびマイページへのログインが可能となる仕組みを企画提案すること。

#### 2. ゾーン等に関する実行委員会と受託者との基本的な役割分担等

ゾーン等に関する実行委員会と受託者との基本的な役割分担等は、別紙3「産業交流展2026 展示・企画一覧（予定）」のとおりとする。ただし、受託者の負担が増加しない範囲において、実行委員会の指示により、各ブース数の増減、装飾・備品の負担の変更など、この役割分担等を変更することがある。

#### 3. アンバサダーの起用

世間的認知度が高く、過去に東京都等が実施するイベントへの出演実績のある知名度の高いアイコン（タレント等）をアンバサダーとして起用し、会期前から後まで定期的にタレント等自身が所有する SNS 等で産業交流展の魅力を発信するとともに、広告や制作物等のクリエイティブに関して最大で2年間は使用可能とすること。また、会期中はイベントの参加や展示ブースの視察に加え、取材対応を行う等、アンバサダーの活用方法について提案すること。

なお、アンバサダーは、産業交流展来場者のメインターゲットの来場意欲を喚起し、提案に当たっては、当該事業との親和性、SNS のフォロワー数等を明示すること。また、訴求効果の高い候補者を複数人提案すること。ただし、キャスティングの詳細については、実行委員会との協議の上、決定する。

#### 4. 企画提案項目の方策

出展者・来場者広報、PR から出展者と来場者のマッチング、会期後のフォローアップまで、過去の実施報告書等における出展者・来場者アンケート結果等を十分踏まえ、産業交流展 2026 事業計画の記載を前提とし、各企画提案項目について、運営全般に関する効果的なツール又は活動などを提案し、目標数値（出展者数・商談件数・出展者満足度等）を達成するための考え方を示しながら提案すること。

## 5. 広報・PR活動

広報・PR 活動を行う際、毎週の第一営業日に週間の広報・PR 計画と前週の実施内容に対する評価をまとめた週次活動報告書を作成し、実行委員会に報告すること。また、同じ週の最終営業日には、数値結果及び進捗の速報について実行委員会に報告すること。活動報告書は事実（数値）と考察（解釈）の両方に基づき作成することとし、主要指（リーチ、エンゲージメント、コンバージョン等）の達成状況に基づく課題点の洗い直しや具体的アクションについて検討を行うこと。

なお、広報・PR 活動を実施していくにあたり、媒体の追加・中止等、企画提案内容に変更が必要となった場合は、実行委員会と受託者の協議の上、変更を可能とする。

また、ウェブサイト上での広報施策についても、提案をすること。

### 5.1 出展募集時

出展者募集時には、活動の具体的かつ効果的な方法を示すこと。ターゲットとして想定する出展者を明確にし、目標達成のための指標及びそれに対する具体的かつ効果的な方法を示し、どの程度の出展者数が見込まれるのかまでを具体的に記載すること。

産業交流展における現行の基本出展区分は最新の産業トレンドや企業ニーズを踏まえ、見直しを行うこととし、出展希望者にとって明瞭な出展区分を提示すること。

### 5.2 来場募集時

受託者は、これまでの産業交流展の実績について分析を行い、他イベントと差別化を図れるオリジナリティのある施策を考案し、各種来場者募集の取組みを実施すること。各出展分野やテーマ展示など、来場者動員目標達成のための指標及びそれに対する具体的かつ効果的な方法（広報・PR 展開）を示し、各方法によりどの程度の規模の集客が見込まれるのかを記載すること。

出展者との商談が見込まれる大企業等を対象とした広報・PR 活動・来場誘致活動を行うこととし、について具体的な提案を行うこと。

展示会については、一都三県のみならず、全国から特に関東圏からの来場者を誘致する取組を具体的に示すこと。

出展者が取引先企業、関連企業等を来場誘致するために活用可能な宣伝ツール（販促物、WEB・SNS 用データ等）を提案すること

#### 5.2.1 広報対応

プレスリリース及び取材案内等について、以下のアからオまでを実施すること。

ア 国内外のメディアに対して、事前（取材案内）・事後リリースの作成・配信及びメディアアプローチを実施し、事業内容について幅広く周知し、各メディアからの取材・記事掲載等を獲得すること。

なお、プレス対応に際しては、テレビを最優先として取材誘致を行うこととするが、そのほかにも有用なアプローチ先のメディアを複数提案すること。

イ プレス関係の問合せ対応や調整を行う広報窓口（担当者）設置すること。

ウ プレスリリースの配信先やアプローチ先のメディア等のリストについては、事前に都と協議の上、決定すること。

エ 各施策におけるメディアの反応や露出数等の結果を報告し、調査・分析したうえで改善案の提案を行うこと。

オ メディアアプローチの状況について、プレスコンタクトレポートを提出すること。

### 5.2.2 広告等

商談目的のバイヤーや一般来場者を多数得られるための効果的な PR をデジタル (WEB 等)・リアル (交通広告等) とともに行うこと。

なお、WEB 広告については、広告経由の来場者獲得数およびクリック数等の主要 KPI を企画提案書にて提示し、実行委員会と合意した数値を目標とする。

計測方法 (UTM パラメータ、解析ツール等) は受託者が案を示し、実行委員会と協議のうえ確定する。

### 5.2.3 大企業等を対象とした来場誘致活動等

受託者は、出展者との商談が見込まれる大企業等を対象とした広報・PR 等の来場誘致活動を実施すること。

実施に当たっては、営業活動を行う大企業等のリストを事前に実行委員会に提出し、対象となる大企業の選定を行うこととする。

なお、大企業社員専用の特典を設けた DM の送付等も行うこと。

### 5.2.4 来場者に訴求力のある出展者等を活用した PR

受託者は、来場誘致に効果があると見込まれる最先端の製品・技術等を展示する出展者を選定し、出展者の了解を得た上で、最先端の製品・技術を具体的にプレスリリースや WEB サイト、メールマガジン、印刷物 (チラシ・ポスター) 等で紹介すること。

また、印刷物を經由した来場登録数についても、会期終了後に実行委員会に報告すること。

### 5.2.5 過去の来場者への PR

産業交流展の過去来場者等を対象に、来場を促進するメールマガジンを定期的に配信すること。また、開催直前期及び開催日、会期中は、産業交流展の開催について周知するメールマガジンを適宜配信すること。

また、必要に応じて印刷物を郵送すること。なお、返送された分については、受託者にて記録を作成し、同様の事象が発生しないよう努めること。

### 5.2.6 出展者の取引先等に対する PR

受託者は、出展者による来場者の集客を促進するために、出展者への協力依頼や出展者が取引先等に来場を簡単に行える招待状やチラシ等のツールを提供すること。

## 5.3 SNS の運用

受託者は、実行委員会の所有する X (旧 Twitter)、Facebook、Youtube、Linkedin を用いて、産業交流展の計画や来場のメリット等を発信し、来場者の募集を促進すること。なお、投稿頻度やコンテンツの企画内容等の運用戦略については、上記の目的を達成するために、効果的な提案を行うこと。その他、前述の SNS アカウント以外にも、効果的な SNS があれば新設して対応すること。

また、年間を通じて、SNS・Web サイト等で継続的に展示会の成果や出展者の活躍情報を発信し、出展効果の浸透を図ること。

また、SNS 運用は、出展募集期・来場募集期など時期別の目的に応じた投稿計画（例：投稿頻度・形式・導線）を企画提案書で示し、実行委員会の承認を得て実施すること。また、到達数・エンゲージメント・Web サイト遷移数等の指標について報告・改善提案を行い、投稿内容の改善を図ること。

## 5.4 効果測定

受託者は、週次活動報告書の外、来場誘致における各広告等の費用対効果を調査し、会期 1 週間前に実行委員会に報告すること。また、会期後には報告書に掲載すること。

広告等の効果について、募集期間中は定期的に（頻度は実行委員会と協議して決定）抄報告を行い、必要に応じて改善案を提示すること。

会期後には、媒体別の効果測定結果を取りまとめ、報告書に掲載すること。

## 6. 出展募集対応

### 6.1 過去の産業交流展出展者に対する出展案内

受託者は、過去に産業交流展に出展したことがある事業者に対して、個別に出展営業を行うこと。

また、出展募集締切日の 2 週間前の時点で出展枠が埋まっていない数の 3 倍の数の過去出展企業に対し、出展締切日の 1 週間前までに電話で個別に出展案内を行うこと。

### 6.2 企業支援者、業界団体等への出展営業

受託者は、出展者募集のため、次の取組を行うこと。

なお、実施に当たっては、関係者への電話での事前挨拶、周知に関する日程調整、原稿の作成、協力に関するお礼なども受託者が行うこと。

- 実行委員会が指示する企業支援団体等へのメルマガ、広告掲載
- 実行委員会が指示する都の中小企業支援策の過去応募企業に対するメール等を活用した個別の出展案内
- 実行委員会が指示する業界団体等への個別の訪問又は当該団体等有するウェブサイト若しくはメルマガでの掲載依頼による出展案内

### 6.3 全国ゾーン等の出展者

受託者は、実行委員会から提供するリストに基づき、46 道府県と全国の支援機関の産業交流展窓口を確認した上で、当該窓口に対して、産業交流展への出展募集を行い、その結果を取りまとめること。

また、取りまとめた結果を踏まえ、実行委員会と協議した上で、出展企業を決定し、出展確定の連絡を行うこと。

### 6.4 出展要件の審査及び出展料の徴収

#### (1) 出展要件の審査

受託者は、出展申込者（全国ブース出展者等も含む。）が所在地等要件を満たし、出展料が出展区分に応じた適切な申込となっていることなどを審査し、修正等が必要な場合には、出展申込者に連絡した上で、正しい申込となるようにすること。

なお、危険物や火気の持ち込みや実演については、出展申込時にできる限り把握できるようにすること。

また、審査に疑義がある場合は、実行委員会に速やかに確認した上で対応すること。

## **(2) 出展申込者に対する出展確定の連絡**

受託者は、(1)の審査及び実行委員会の確認が終わった出展申込者に対し、出展確定連絡及び出展料の請求書発行を行うこと。

## **(3) 出展料の徴収**

受託者は、(2)で発行した出展料を確実に徴収し、出展者から実行委員会の預金口座に入金させること。

## **6.5 出展者に対するオプションメニューの提供**

受託者は、出展者がその希望に応じて追加できる装飾等に関するオプションメニューを提供すること。

なお、オプションメニューの申込は、ウェブで行えるようにすること。

## **7. 出展者対応**

### **7.1 出展者説明会**

#### **7.1.1 説明会の実施**

受託者は、出展上の留意点などを説明する出展者向け事前説明会を実施すること。  
また、説明会実施の際は、出展者がその後の申請を容易にできるよう、内容を工夫すること。

なお、出展募集状況を考慮し、実行委員会と協議の上、日時・場所・実施方法を決定すること。

#### **7.1.2 出展者向けスキル向上企画の実施**

受託者は、説明会に合わせて、出展者の出展スキルの向上を図る施策を企画し、1時間程度で実施すること。

また、出展者説明会以外の場でも、出展者の出展スキル等を向上させることができるセミナー等のサポートの仕組み等を複数実施すること。

なお、上記のいずれも、単発のイベントとしてではなく、契約期間満了まで出展者と来場者のマッチングが促進されるフォローアップ策として企画することとし、展示会向けの施策とウェブサイト上での施策をそれぞれ提案すること。

#### **7.1.3 出展小間の決定**

受託者は、説明会終了後、公平性を担保した上で、出展者の出展位置を決定すること。

なお、実施方法については、実行委員会と協議して決定すること。

また、この際に、出展ゾーンを決定し、該当する出展者ごとにまとめて配置すること。

#### **7.1.4 配信等**

説明会（スキル向上企画を含む）の内容は、オンラインでのライブ配信及び説明会終了後のアーカイブ配信（編集により冗長な部分をカットするなどすること）をYoutube等のプラットフォームで行うこと。

### **7.2 出展者等の問合せ対応等**

受託者は、出展者等からの問合せに対して、窓口を設けるなど、適切に対応すること。

なお、出展者等からの問合せのうち、対応に疑義があるものなどについては、実行委員会と協議した上で、対応すること。

### **7.3 マッチング**

### 7.3.1 会期前

会期中の出展者と来場者のマッチングを効果的に行うため、会期前における取組を企画すること。

### 7.3.2 会期中

出展者と来場者が効果的にマッチングでき、目標とする商談実施割合を達成するよう、会期中に実施する企画を具体的に示すこと。マッチングを促進するコーディネーターを各ゾーンに配置するなど、商談を誘発する仕組みを重点的に提案すること。

#### 【想定例】

- ・分野別に専属する商談スペースの設置（又は分野別の小規模な商談会を開催）
- ・ゾーンリーダーの配置（又はマッチングコンシェルジュの活用）

### 7.3.3 会期後

展示会の会期終了後も、個社ページに出展者の連絡先を記載する等商談に繋がるような仕組みをウェブサイト上で構築するための提案を行うこと。

## 8. 会場レイアウトの作成

受託者は、産業交流展のコンセプトに合致し、かつ、「9. 主催者企画及びイベント等」に記載されている同時開催イベント等が実施可能な会場レイアウトを作成し、募集小間数を算出すること。

また、展示ゾーンについては、これまでの実績を踏まえ、来場者にわかり易く、かつ、来場者の偏りのない回遊が期待できるゾーニングとすること。

なお、同時開催イベントを含め、活気ある展示会とするための会場レイアウト・ゾーニングであり、かつ、ノウハウを活かし、訴求力が高く安定した運営が可能なゾーニングを提案すること。

予定している各ゾーン一覧、同時開催イベント等については別紙3を参照のこと。

なお、出展募集終了を的確に実施できるよう、募集締切の約1か月前から、仮のレイアウト作成を行うこと。

## 9. 主催者企画及びイベント等

### 9.1 主催者企画

受託者が装飾、造作等を行うゾーンについて、各ゾーンの特徴を踏まえた魅力ある装飾、造作等を提案するとともに、内容に応じて、来場誘致につながる主催者企画を提案すること。

また、アトリウム内に大企業等の特設展示（最新技術や主力商品の魅力を来場者が体験できる展示等）を企画・設置し、そこからホール内への来場者の回遊を促進するような動線計画を提案すること。

さらに、ホール内の展示ゾーンについても、主催者企画の一環として、大企業を誘致し、ブースを設置すること。なお、アトリウムで展示を行っている大企業がブースを設置することも可能とする。

なお、本企画の対象となる大企業には、中堅企業やみなし大企業も含まれるものとする。

また、単体の大企業だけでなく、ホールディングスや社内起業と合同での誘致も可能とする。

### 9.2 イベント等

### 9.2.1 ステージイベント等

産業交流展の目的、目標を達成すべく、出展者と来場者双方の興味を喚起する専門性の高いセミナーやエンタメ性の高い参加型企画等を企画すること。

来場者動線と会場内の回遊性の観点から、イベント用ステージ及び観覧席はホール内に配置することとする。

各日で1回以上、営業職の来場者に向けたイベントを企画すること。また、営業職の興味関心を引き、来場意欲を高める内容を提案すること。

多くの来場者を誘致するため、各日で1名以上は、知名度・集客力の高い講師を招聘すること。また、講師の候補について複数案を提案し、事務局と協議の上で決定することとする。

イベントスケジュール及び講演テーマを決め、その理由を示すこと。

その他、効果的なマッチングを促進するためのステージの活用方策について、提案すること。

ステージイベントの内容はアーカイブ化し、オンラインで配信することを前提として企画提案すること。

### 9.2.2 展示会参加者の交流会

初日もしくは2日目の展示会終了後、出展者・バイヤー・来場者等、展示会参加者同士の取引促進・情報交換を目的とした交流会を企画すること。また、交流会に合わせて、参加者による異業種交流を深める目的に沿う内容のステージイベントを別途企画すること。

なお、より多くの参加者が集まるような仕組みについても提案すること。

### 9.2.3 マッチングボード等

出展者が来場者に対し、自社のPRメッセージ等を提供でき、各出展者のブースへの誘引ができる企画を提案すること。

### 9.2.4 特別商談会

発注者のターゲット層の想定と誘致目標数値を明確にした上で、発注者誘致施策を記載すること。

特別商談会のスムーズな運営を実現する体制について提案し、商談が活発化するよう、受注者と発注者とのマッチング手法について提案すること。

### 9.2.5 各同時開催展との連携

産業交流展の会期中に東京ビッグサイトにて開催予定の展示会との相乗効果が期待される連携施策を提案すること。特に相互の来場者を誘致する施策について重点的に提案すること。

### 9.2.6 併催展の開催

前項の他催事からの来入施策の一環として、他催事と親和性の高いテーマで、併催展を企画すること。なお、産業交流展2026については、会期中の他催事は食品関連のものが多いため、「食」をテーマとした、展示、販売、飲食スペースを設置する展示内容を企画し、提案すること。

なお、併催展の企画に当たっては、これまでの産業交流展のターゲット層ではない一般来場者に対する誘引効果についてのエビデンス（過去、実施された催事で来場者数や売上高などで高い実績を持つ等）を示しながら提案すること。

### 9.2.7 全国連携

展示ブースの企画以外に、全国連携をテーマとした、従来のターゲット層以外の一般来場者を誘引するような企画（有名なゆるキャラを使用した限定グッズの販売等）を提案すること。

また、企画の実施にあたり、実行委員会と協同して連携先道府県との連絡調整を行うこと。

なお、本企画でグッズ等の物品販売を行う場合には、利益が発生しないようにするため、販売価格については、実行委員会と協議の上決定し、最終的な収支報告を実行委員会に対して行うこと。また、現金決済の外、キャッシュレスの決済方法を複数用意すること。

## **10. ウェブサイトの管理・運営**

### **10.1 全体の構築・運営**

Web サイトは、利用者にとって安定して閲覧できる表示速度・可用性・セキュリティ水準を確保すること。

具体的な技術要件や性能目標は、受託者がサイト構築計画書として提示し、実行委員会が承認した内容に基づき実施する。

必要とする要件・機能等は、別紙4「ウェブサイトに必要なとする要件・機能等」のとおりとする。

### **10.2 アクセス増加に向けた取組**

受託者は、Googleanalytics やサーチコンソール等の機能を用いてアクセス解析を行い、適切に SEO 対策を実施すること。

来場者に対し、展示会の概要及び操作方法を説明するための広報用動画を作成し、実行委員会と協議した上で、公開すること。

### **10.3 出展者サポート**

受託者は、出展者が個社ページの動作確認を行うことができるプレオープン期間を設けること。実施期間については実行委員会と協議の上、決定すること。

また、受託者は、オンラインでの参加に不慣れな出展者及び来場者を対象としたサポート窓口を設置すること。

### **10.4 デモサイトの作成**

実行委員会内説明用にコンテンツや機能が網羅されたデモサイトを作成し、展示会の会期1か月前までに実行委員会が利用できるようにすること。

なお、実行委員会の指示により修正がある場合には、速やかに対応すること。

### **10.5 ウェブサイトの管理**

受託者は、令和8年4月中旬までに開催概要、問い合わせフォーム等が記載されたランディングページを作成し、委託契約終了日までウェブサイト进行管理すること。

## **11. 展示会の開催・運営**

### **11.1 全体運営**

受託者は、産業交流展全体の運営を統括し、関係者と適切に調整することで、産業交流展全体が一体感を持って運営できるようにするとともに、別に定めがない限り、展示会運営に通常必要とされる物的・人的手配を適切に行うこと。

また、災害等が発生した場合は、会場内にいる者が安全に避難できるよう対策を講じる

こと。

## 11.2 他の展示会等との連携

受託者は、産業交流展と同時期に開催する展示会や、同種の出展者・来場者をターゲットとする展示会の主催者・受託者等と連携し、効果的な広報・PR活動や相互入場した場合の来場者特典の設定等を行うようにすること。

## 11.3 展示会の施工・管理

受託者は、別紙5「標準小間等の詳細」を踏まえ、展示会が全体として統一感のあるものとなるよう、同時開催イベントの主催者・受託者といった他の産業交流展関係者とも適切に調整した上で、基礎小間、ゲート、誘導サイン、案内表示等の全体を施工・管理するとともに、必要な什器、備品、消耗品等を用意すること。ただし、別紙3に記載するもののほか、実行委員会が受託者の対応を不要としたものについては、除くものとする。この場合においても、除かれたイベント等の関係者と受託者が十分に連携した上で、産業交流展を運営すること。

なお、会場使用料（アトリウム・共用部使用料、会場の水光熱料金、待機場使用料、駐車券、修繕費用等は除く。）のみ、実行委員会の負担とする。

## 11.4 来場者の受付等

### 11.4.1 来場者数のカウント等

受託者は、会場ホール入口、アトリウム等での来場者数を会場のシステムやAIなどの活用も含めてカウントするとともに、必要に応じて、感染症の感染拡大防止対策も講じること。

また、来場者数の報告について、13時・17時の時点での来場者数を東京ビッグサイトから取得し、実行委員会へ報告すること。

### 11.4.2 保育対応

受託者は、子育て中の来場者も展示会に参加できるよう、会期中に会場内又は会場周辺において、一時的な保育を実施すること。ただし、事前に利用希望を受け付けた結果、利用ニーズがなかった場合は、実施しないことができるものとする。

### 11.4.3 救護対応

受託者は、救護等の体制を整え、必要な人員を配置すること。

## 11.5 VIP 対応

### 11.5.1 VIP 駐車場等の手配

受託者は、実行委員会の指示を踏まえ、VIPの駐車場（中央ターミナル又はトラックヤード）を株式会社東京ビッグサイトと調整して確保すること。

また、実行委員会が提供するVIPリストについては、株式会社東京ビッグサイトにも速やかに提供し、情報共有すること。

### 11.5.2 VIPの駐車場での確保等

受託者は、実行委員会が提供するVIPリストに基づき、VIPを駐車場等で確保した上で、実行委員会が指示する会場案内担当者（都職員）に適切に引き継ぐこと。

VIPの確保に当たっては、VIPの来場情報（氏名、顔、来場予定時間、車両ナンバー等）を適切に把握し、スムーズに引き継げるよう十分な体制（VIP車両が駐車場に入庫する際の確認、VIP車両を駐車場所に誘導する担当、VIPを会場案内担当者に引き継ぐ担当など）

を整えるとともに、その体制・配置について、あらかじめ実行委員会の承諾を得ること。

なお、VIP が来場する予定がない時間についても、突発的に来場する者に円滑に対応できるように、体制は維持できるようにすること。

### 11.5.3 VIP 対応可能窓口の運営

受託者は、実行委員会が提供する VIP リストに基づき、徒歩で来場した VIP を確保した上で、実行委員会が指示する会場案内担当者（都職員）に適切に引き継ぐ VIP の対応が可能な窓口を設置・運営すること。運営に当たっては、VIP の来場情報（氏名、顔、来場予定時間等）を適切に把握し、スムーズに引き継げるよう十分な体制とすること。

なお、VIP が来場する予定がない時間についても、突発的に来場する者に円滑に対応できるように、体制は維持できるようにすること。

### 11.5.4 VIP 対応マニュアルの作成

受託者は、11.5.1 から 11.5.3 までを円滑に行うとともに、会場案内担当者等がスムーズに引き継げるよう、対応マニュアルを作成すること。

対応マニュアル（案）については、遅くともリアル展示会の開催日の 2 週間前までには実行委員会に提出すること。

## 11.6 控室等の用意

受託者は、実行委員会が利用する事務室及び各種控室等の設置を行うこと。控室は室数や用途など別紙 6 を参考に配置（9.2.1 ステージイベント等に記載のとおり、ステージはホール内に設置）するとともに、VIP や講師控室等については、実行委員会と協議した上で、その用途に応じ、姿見、飲料、ヒーター等を適切に配置すること。

なお、実行委員会と協議した上で、実行委員会事務室には、次の備品やその使用に伴う消耗品を利便性の高い状態で設置すること。

- 机・椅子：実行委員会の指定する数量
- インターネット・メール・印刷環境を備えたパソコン：1 台
- 4G 以上のスピードで同時にパソコンを 10 台以上接続できる wifi
- 実行委員会用無線機：40 台
- ホチキス止め、パンチ、Z 折などのフィニッシャー付カラーコピー機：1 台
- 10 インチ以上のタブレット端末（セルラー通信可能で、かつ、実行委員会が設定する Microsoft Teams のチームにログインできるように、適切な Microsoft アカウントを付与し、Teams アプリがインストールされたもの）20 台
- （雨天時）傘 10 本
- A4 サイズの冊子が入る紙袋 30 枚
- ゴミ袋や延長コードなどその他の消耗品

## 11.7 施設、搬出入等の管理

### 11.7.1 安全管理等

受託者は、使用する車両待機場からの動線について、安全・安心を担保し、公道の渋滞緩和等を考慮した搬入出計画を出展者募集開始日の 1 か月前までに実行委員会に提出すること。また、当該計画は出展者募集開始時に公表できるようにすること。使用する車両待機場は、株式会社東京ビッグサイト及び契約予定の警備会社と三者間で打合せを行い、円滑な搬入出が行えるようにすること。

### 11.7.2 各種届出等

受託者は、展示会場、警察、消防及び保健所への届出等が必要となる書類の作成、調整、申請等を行うこと。書類に関しては、申請前に実行委員会にその内容を説明し、承認を得ること。

### **11.7.3 車両証、スタッフ証等の作成・管理**

受託者は、出展者、来場者、VIP、主催者、関係者、事務局等の区別に応じ、適切な車両証や入場証を作成し、配布すること。

### **11.7.4 清掃等**

受託者は、準備日及び開催期間中、清掃、警備、交通整理等の業務を行うこと。

### **11.7.5 原状回復等**

受託者は、11月13日（金）午後5時から迅速に撤去作業及び原状復帰を行い、株式会社東京ビッグサイトとの契約期間を厳守すること。また、設営・撤去作業中及び開催期間中の破損や紛失等に伴う原状復帰に関する費用は受託者が負担すること。

## **11.8 記録等**

### **11.8.1 開催日の映像制作及び配信**

受託者は、展示会初日に映像の撮影を行い、来場促進用（5分程度）の動画を作成し、パソコンで再生できる形式で納品すること。また、当該動画を速やかにオンライン展示会やSNS等に公開し、来場促進を図ること。

### **11.8.2 会場撮影**

受託者は、開催期間中の全てのコンテンツや会場内の様子を写真で記録し、会期終了後速やかに、実行委員会に共有すること。

### **11.8.3 アンケート等の実施**

受託者は、開催期間中に来場者及び出展者に対して、産業交流展がもたらした効果や評価等について、タブレット端末等を用いてアンケート調査を行うこと。

調査の実施に当たっては、景品付与等のアンケートの回収率を上げるための施策を行うとともに、未回答の項目についてはアンケート回収時に回答者にヒアリングを行い、各項目の回答率の向上に努めること。

なお、アンケート結果の集計については、速報版を展示会開催後から2週間以内に、最終版を令和8年1月末までに、それぞれ実行委員会に提出すること。

## **11.9 その他**

### **11.9.1 シルバー人材センターの活用**

受託者は、実行委員会と協議した上で、展示会の案内、清掃等の業務に関し、シルバー人材センターを活用すること。

なお、シルバー人材センターの活用に関する申込手続については、実行委員会と協議して行うものとする。

### **11.9.2 VIP等動線の作成**

受託者は、都内の出展者について、区市町村別に、企業一覧（申込時の登録企業情報、出展製品情報を含む。）及びそれらに企業を視察するルート図を作成すること。また、ルート図には、動線上の主要な出展者や企画等の見どころを掲載すること。

企業一覧及びルート図については、展示会会期の遅くとも2週間前には実行委員会に編集可能な形式で提出すること。

なお、出展企業に変更等があった場合は、随時更新すること。

### **11.9.3 実行委員会の宿泊等**

受託者は、実行委員会の職員（6人以内）が、令和8年11月10日（火）から11月13日（金）までの3泊4日、会場周辺で宿泊できる朝食付きのホテルを手配すること。

また、期間中は、実行委員会が指定する人数分の食事を会場に用意すること。

## **12. 制作物**

受託者は、会場の装飾、案内図等のほか、別紙7「産業交流展に関する制作物」にあるものを制作し、適宜、実行委員会に納品すること。英語版についても必ず作成すること。

また、出展者や実行委員会、関連団体等への郵送費用や添書作成費用についても原則として、運営事務局が負担すること。

## **13. 展示会終了後の対応**

### **13.1.1 フォローアップ施策**

受託者は、出展者に対して、委託契約期間終了まで産業交流展の趣旨に沿ったフォローアップ策を行うこと。

### **13.1.2 出展者・来場者等のデータ提出**

受託者は、出展者及び来場者の登録データ、商談の実績、各種セミナーの利用状況等をまとめたデータ（エクセル形式）を令和9年1月末までに提出すること。

また、併せて、広報の効果としての公式YouTubeや公式SNSのフォロワー数、閲覧数、掲載メディア、掲載数、広告換算値などについても書面で令和9年1月末までに報告すること。

### **13.1.3 商談結果のアンケート**

受託者は、出展者に対して、産業交流展の終了から1カ月後の商談実績について、アンケート調査を実施すること。

### **13.1.4 効果検証・課題改善報告書**

受託者は、産業交流展の開催効果について、具体的に効果検証が可能な企画（指標・手法）を示し、提案時の目標達成に向けた手段の達成度について次年度につながるフィードバックを得られる体制を提案すること。

また、会期終了後、企画提案時の目標達成に向けた指標に対する実施結果及びアンケート結果等を踏まえて、事業運営上の課題・改善策等を明示した報告書を令和8年12月末までに実行委員会へ提出すること。

### **13.1.5 実績報告書の作成**

受託者は、前年度の実績報告書を参考として、産業交流展の実績報告書を作成すること。

原稿案については、令和9年1月8日（金）までに初稿を提出することとし、最終版は令和9年2月末までに提出すること。