

令和7年度第5回XR・メタバース等産業展実行委員会

次 第

日時：令和8年3月27日（金）11:00～12:00【オンライン】

1 開 会

2 議 事

第1号議案：TOKYO DIGICONX 開催実績報告について

第2号議案：令和8年度事業計画について

第3号議案：令和8年度収支予算について

第4号議案：令和8年度企画運営業務委託に係る事業者の公募について

3 閉 会

（配付資料一覧）

【資料1】 TOKYO DIGICONX 開催実績

【資料2】 アンケート結果まとめ（出展者・来場者）

【資料3】 全体総括及び令和8年度の方向性

【資料4】 令和8年度事業計画（案）

【資料5】 令和8年度収支予算（案）

【資料6】 令和8年度企画運営業務委託 企画提案募集要領（案）

【資料7】 令和8年度企画運営業務委託 仕様書（案）

【参考1】 会場比較

【参考2】 企画選定委員会について

【参考3】 仕様書の概要について

【参考4】 ホームページ掲載資料

TOKYO DIGICONX 開催実績 (第3回 TOKYO XR・メタバース & コンテンツビジネスワールド)

【開催概要】

○会 期: 【ビジネスデイ】令和8年1月8日(木曜日)・9日(金曜日) 開催時間:10 時～18 時
 【パブリックデイ】 1月 10 日(土曜日) 開催時間:10 時～17 時

○会 場: 東京ビッグサイト 南3・4ホール(江東区有明 3-11-1)

○主 催: XR・メタバース等産業展実行委員会

【構成】東京都、(一社)XRコンソーシアム (一社)Metaverse Japan、東京商工会議所

○協賛:9社(昨年度:18社)

株式会社トランスファーデータ／一般社団法人日本 DX 地域創生応援団／XPAND 株式会社／株式会社 SandBox／一般社団法人東京都情報産業協会／プレゼンジャパン／
 TOPPAN トラベルサービス株式会社／渋谷区／モンスターエナジー

○メディアパートナー: 日経クロストrend

○各種実績

項目	実績	計画	前年度
来場者数	8,095 人	10,000 人以上	6,309 人
小間数	237.5 小間	250 小間	238 小間
平均商談件数	12.6 件	20 件	17.8 件
公式 SNS 総フォロワー数	15,750 人	10,000 人以上	9,383 人
来場者満足度	4.0 点	3.5 点以上	3.9 点
出展者満足度	3.5 点	3.5 点以上	3.5 点

アンケート結果まとめ

(出展者・来場者)

資料 2
(第 1 号議案)

◆ 実施したアンケート結果のまとめ

- ①出展者アンケート（回答：136社）
- ②来場者アンケート（回答：899名）

	アンケート 種別	主なアンケート結果
①	出展者 アンケート	○満足度は平均 3.5 点（5 点満点） 【KPI：3.5 点以上、昨年度：3.5 点】 ○約 9 割が出展目的を達成 ○約 7 割が「出展による成果があった」と回答 ・商談平均事業者数：12.6者 ・商談成立又は継続の平均件数：3.1件 ○約90%が、次年度も出展したいと回答 ○集客がもっと欲しいという意見が多数 ○toB向け企業にとって土曜日の出展はあまり効果的ではないという意見が複数
②	来場者 アンケート	○満足度は平均 4.0 点（5 点満点） 【KPI：3.5 点以上、昨年度：3.9 点】 ○9 割以上が来場目的を達成 ○約95%が次年度も参加したいと回答 ○セミナーなどのステージイベントを評価する意見が多数 ○出展企業数や来場者数が少ないという意見が複数 ○「無人ブースが多い」「コンセプトをはっきりしてほしい」という意見が複数

出展者アンケート

◆ 出展者アンケート結果のまとめ

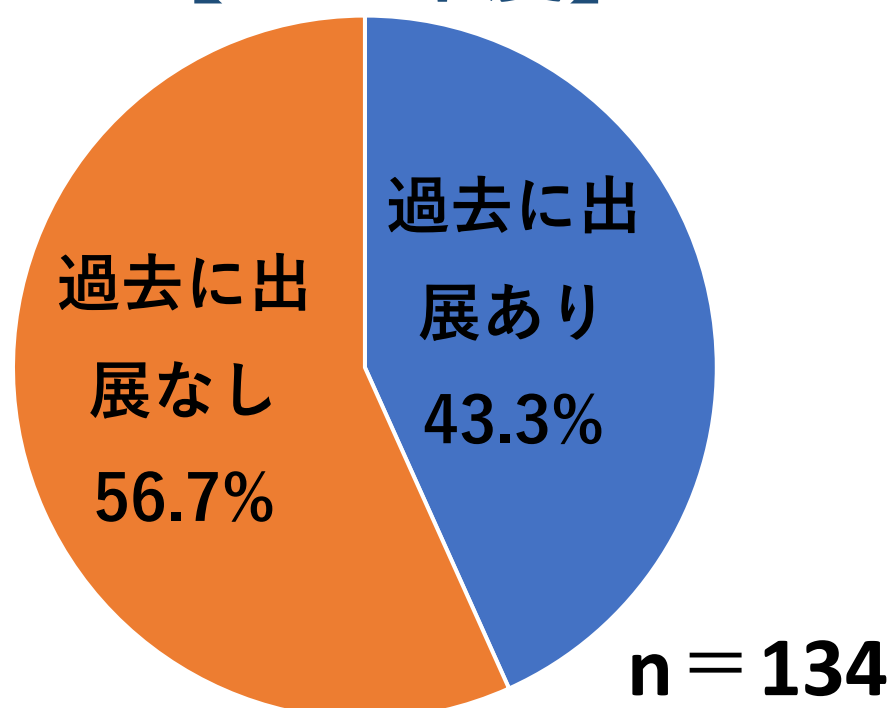
R7年度回答：136社（R6年度回答：79社、前年度比172.2%）

項番	質問内容	主なアンケート結果
Q3	カテゴリー	○出展者のうち、約 2 割がAI分野
Q5	出展のきっかけ	○過去出展や業界でのつながりという理由が増加 ・関係者や知人等の紹介 約20%（昨年度約10%） ・過去に出展した 約16%（昨年度項目なし）
Q7	事務局満足度	○事務局満足度は3.9点/満点5点（昨年度3.5点）
Q8	出展目的の達成度	○出展者の約 9 割が出展目的を達成
Q10	商談実績	○平均商談事業者数は12.6者（昨年度17.8者）で、KPI未達
Q11	公式SNS	○出展者の約 4 割が既に公式SNSに登録済 ○出展者の約 1 割が当日公式SNSに登録
Q13	出展満足度	○出展満足度は3.5点/満点5点で、KPIを達成
Q14	次回への出展	○出展者の約90%が、次年度も出展したいと回答

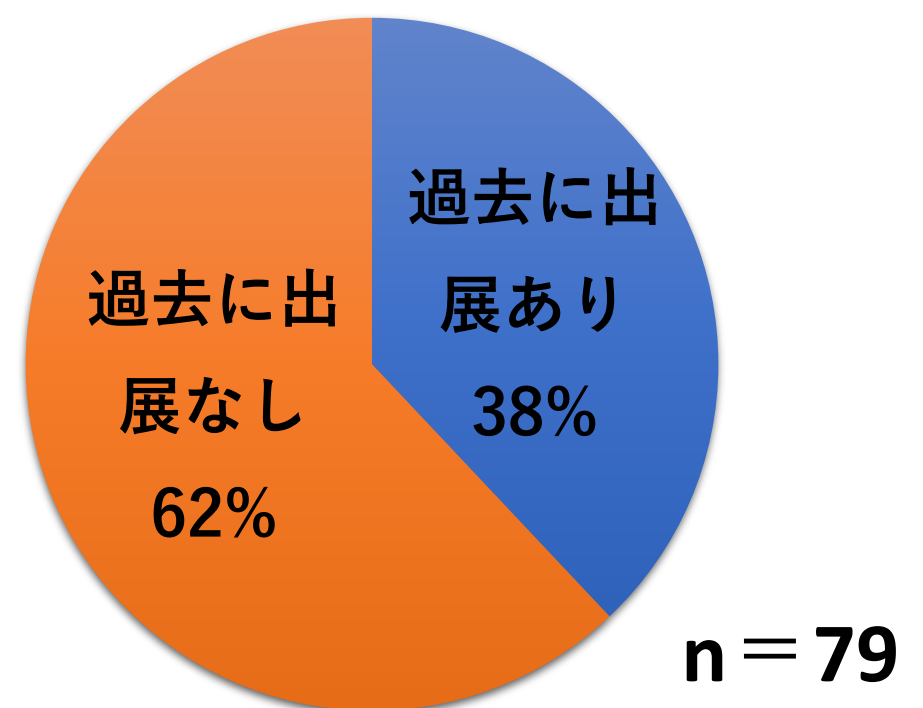
出展者アンケート

Q 1 : DIGICONXへの過去の出展

【R 7 年度】

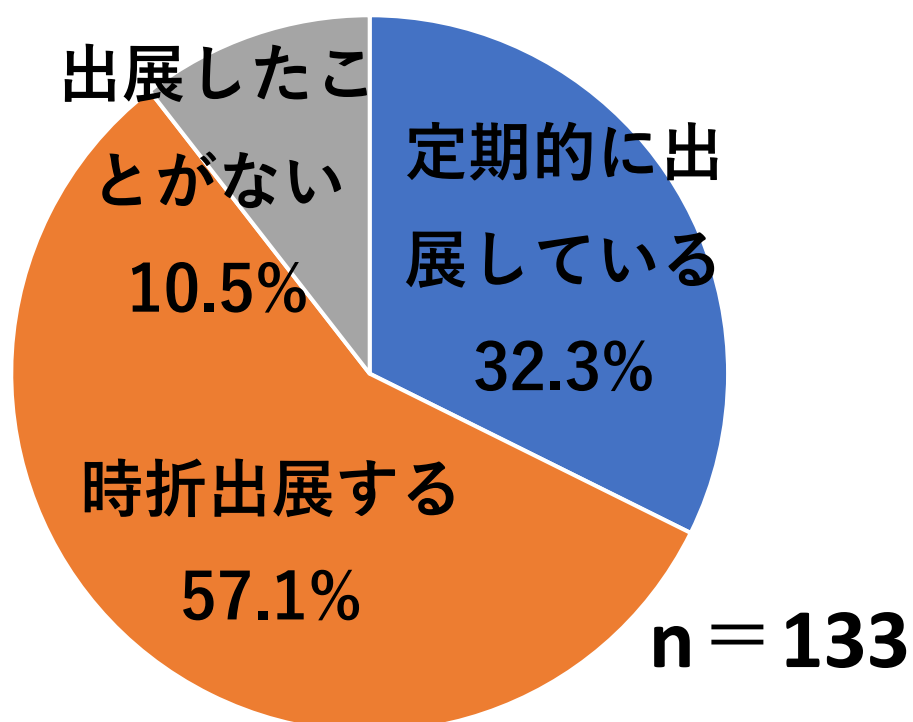


【R 6 年度】

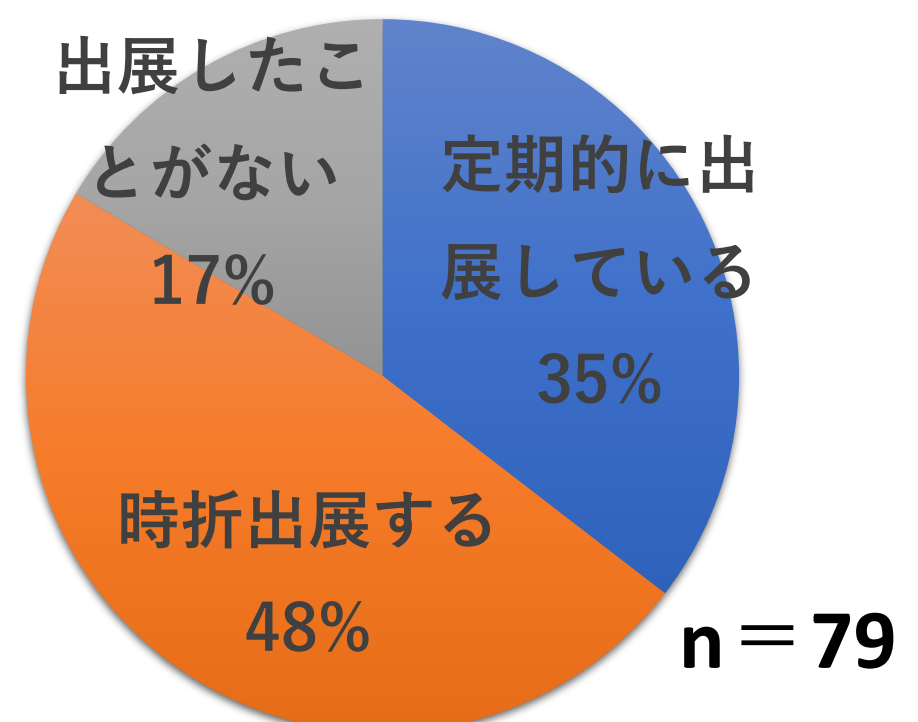


Q 2 : 他展示会への出展経験

【R 7 年度】

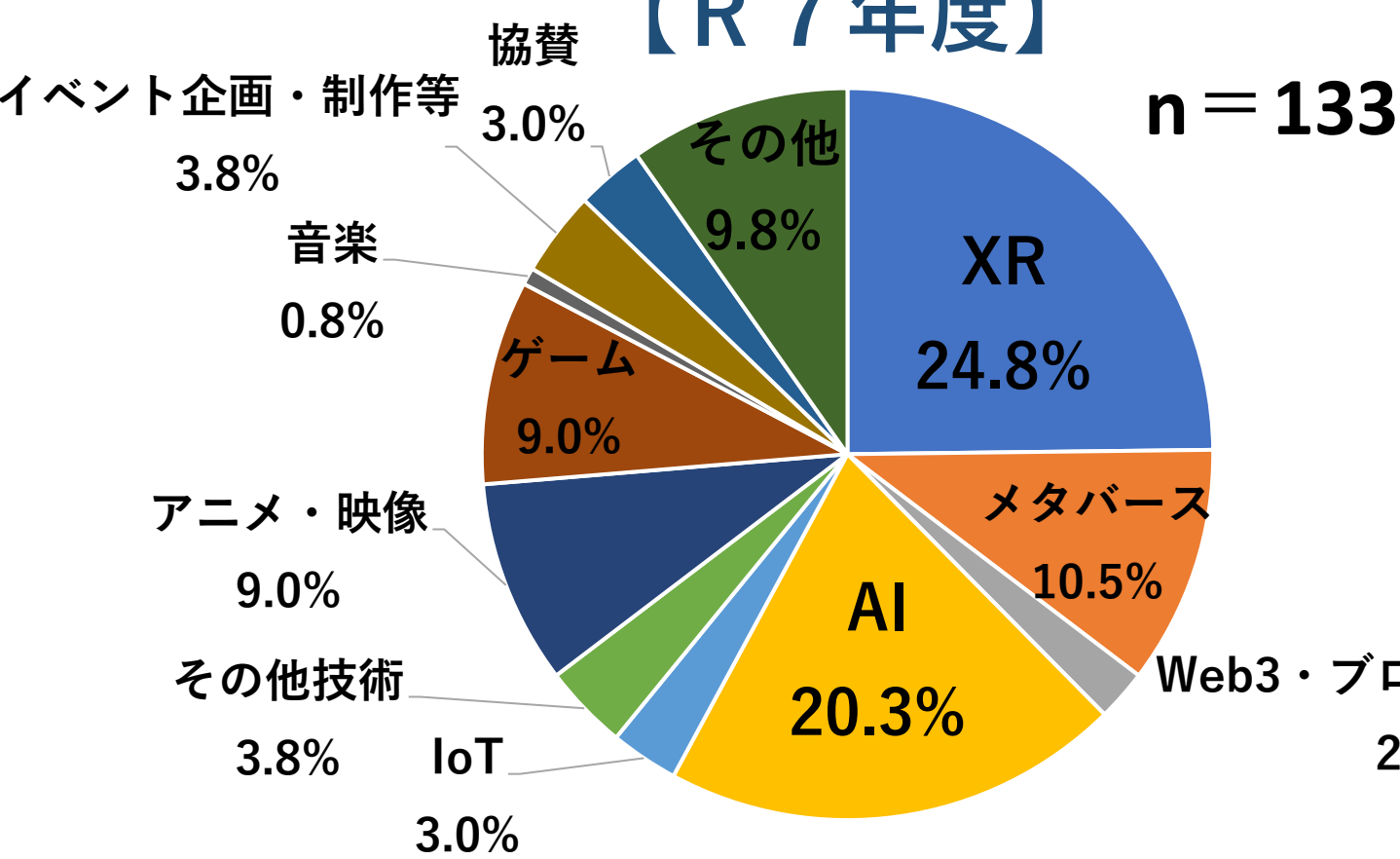


【R 6 年度】



Q 3 : 出展者のカテゴリー

【R 7 年度】

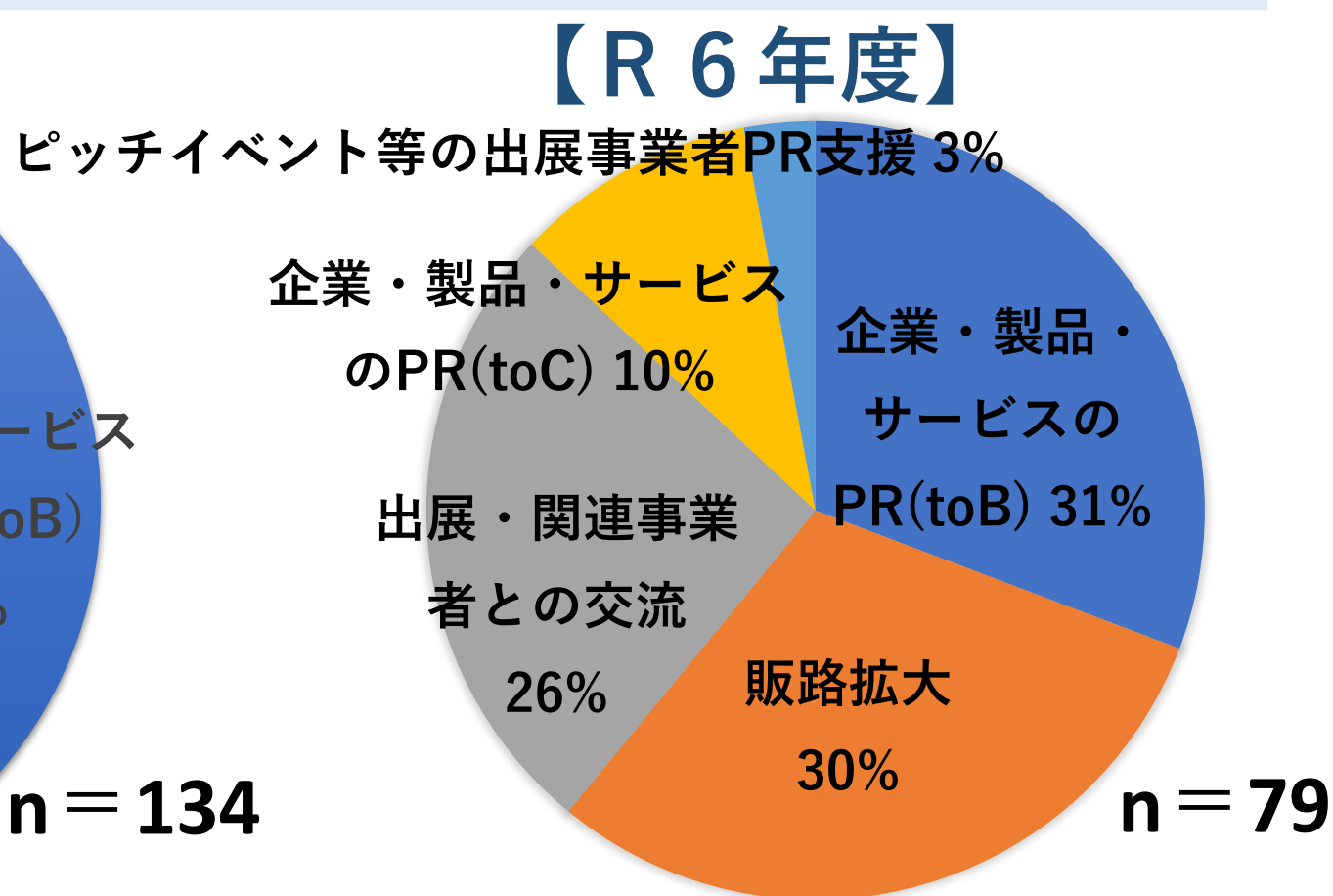
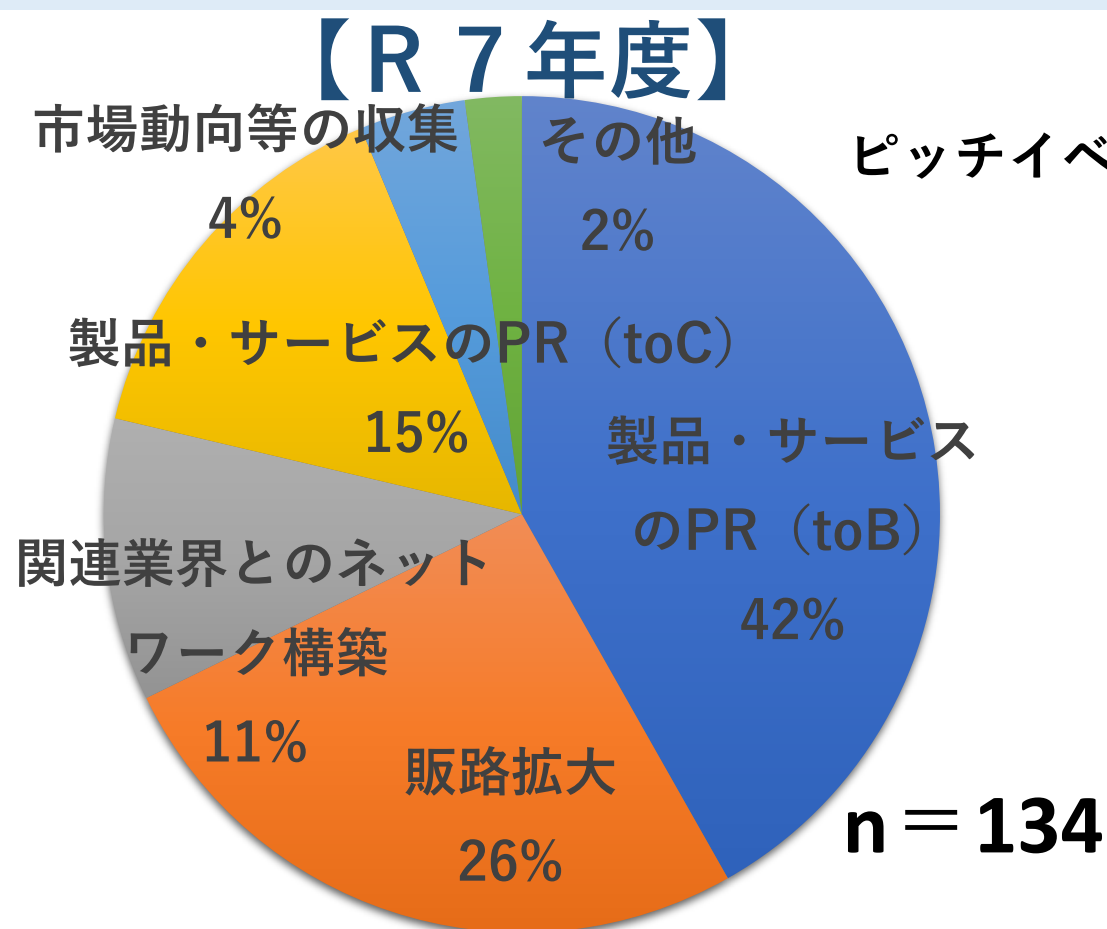


【R 6 年度】

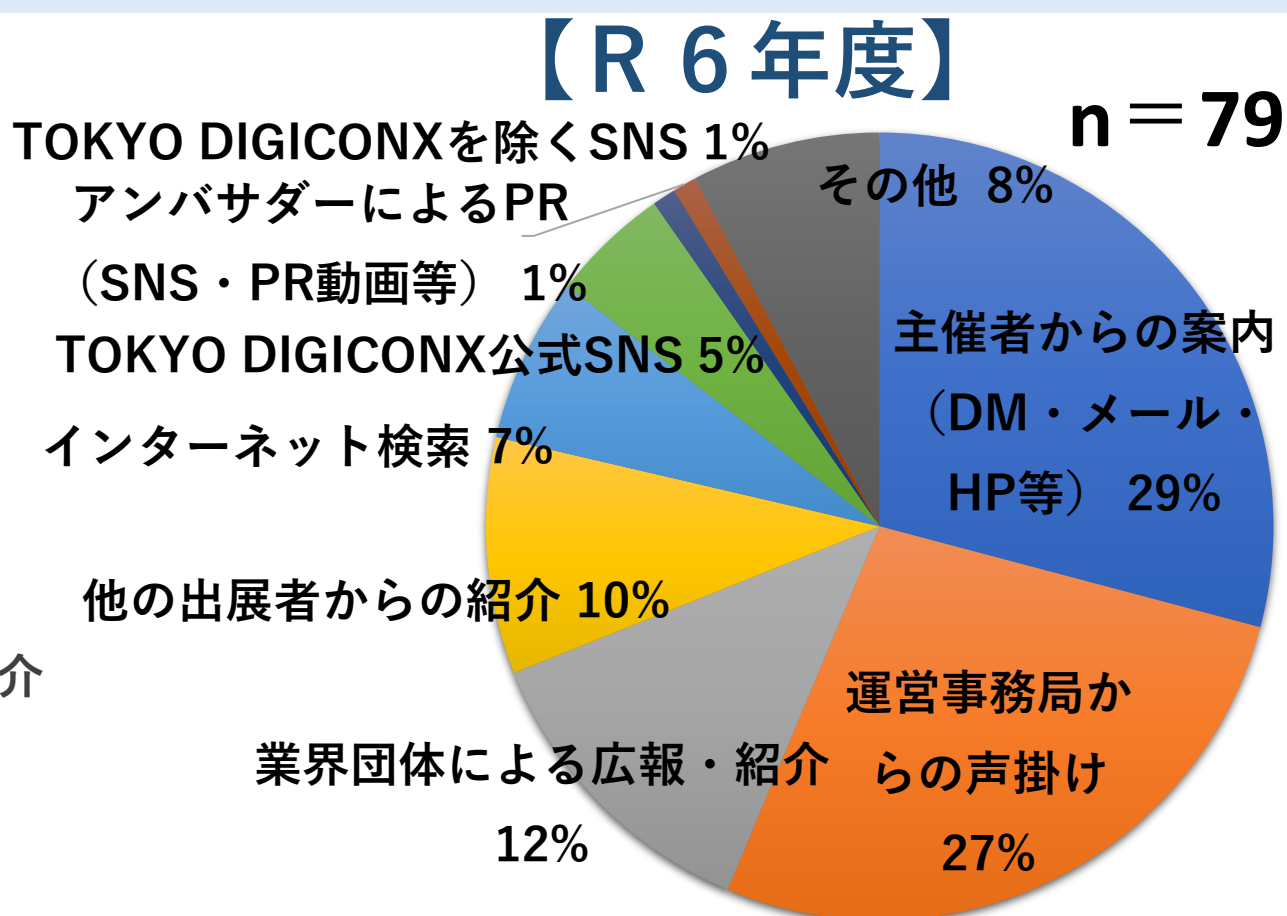
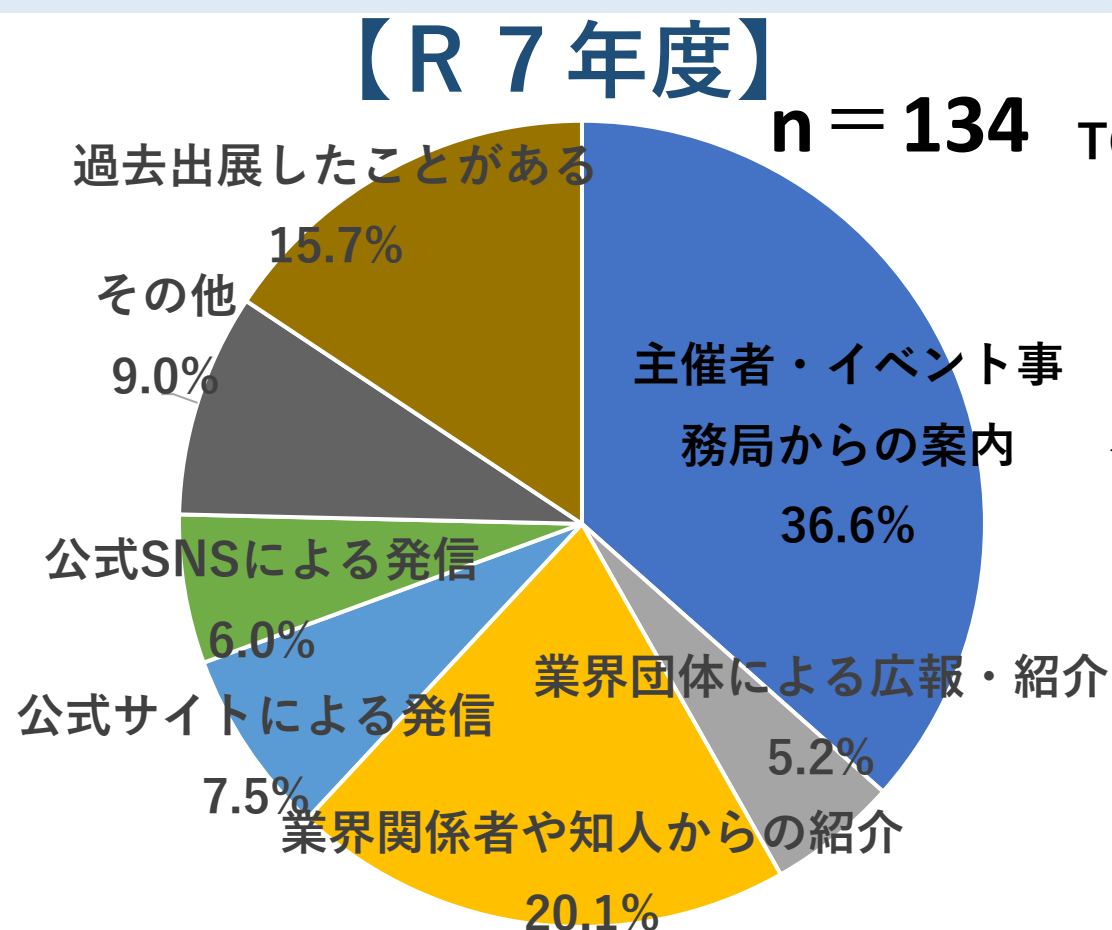
集計無し

出展者アンケート

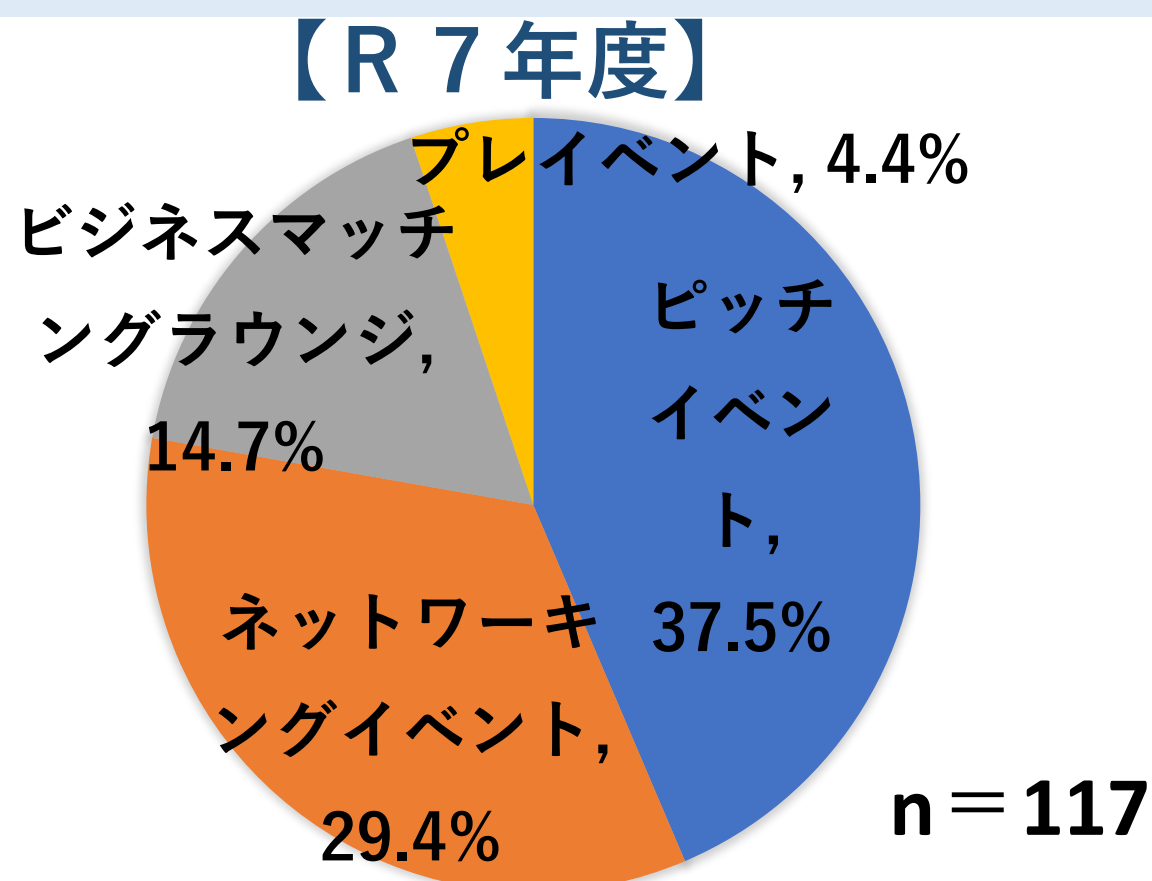
Q 4 : DIGICONXへの出展目的【複数回答】



Q 5 : DIGICONXへの出展きっかけ【単一回答】



Q 6 : 魅力的に感じた主催者支援策【複数回答】

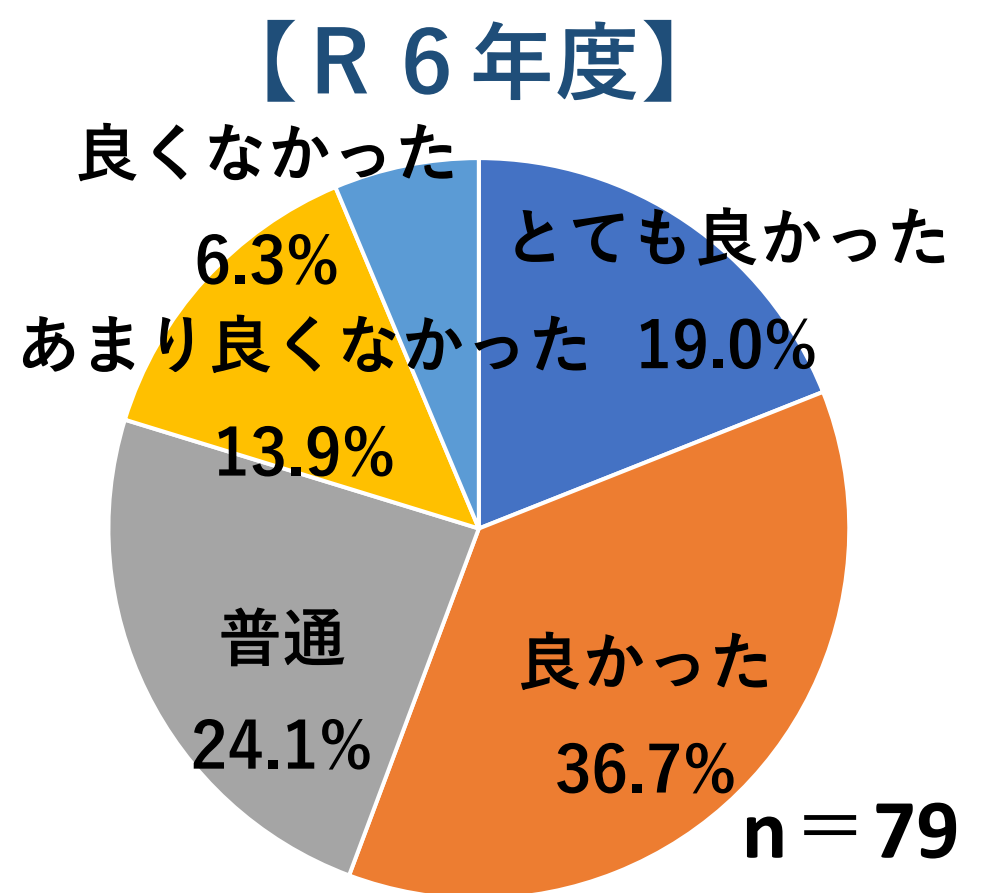
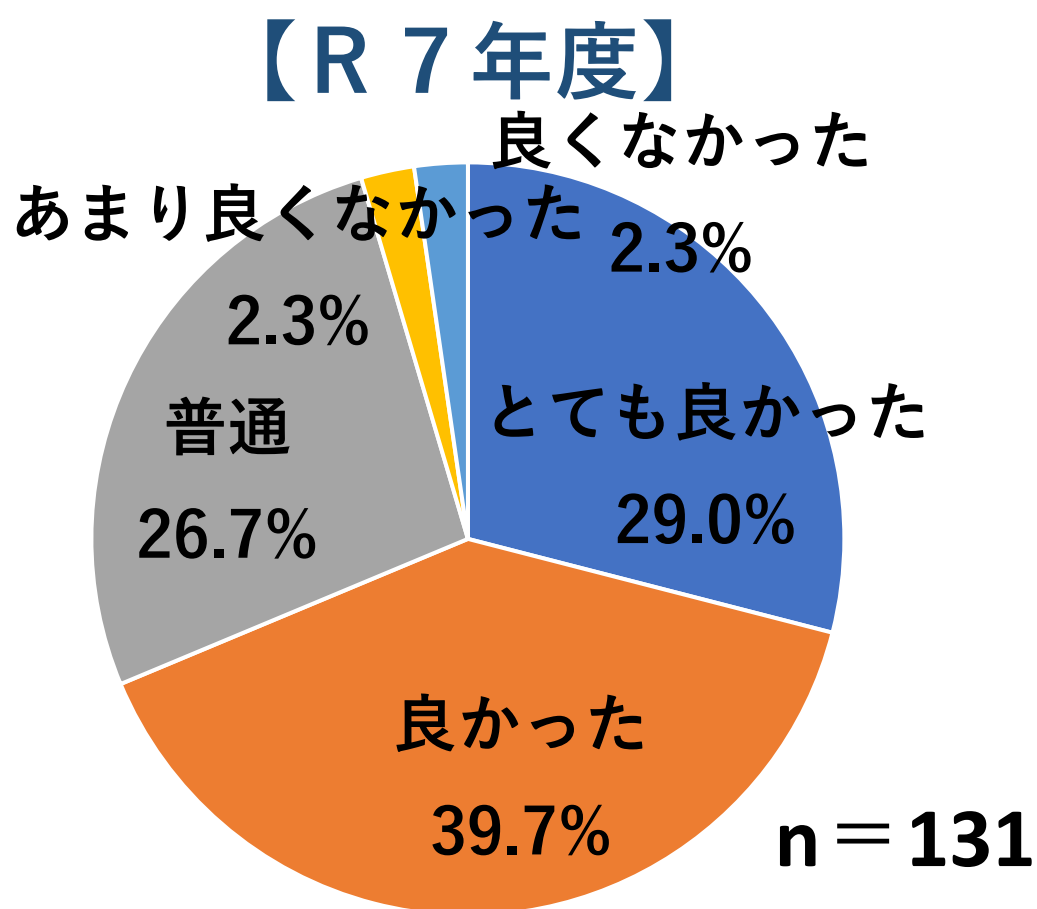


【R 6 年度】

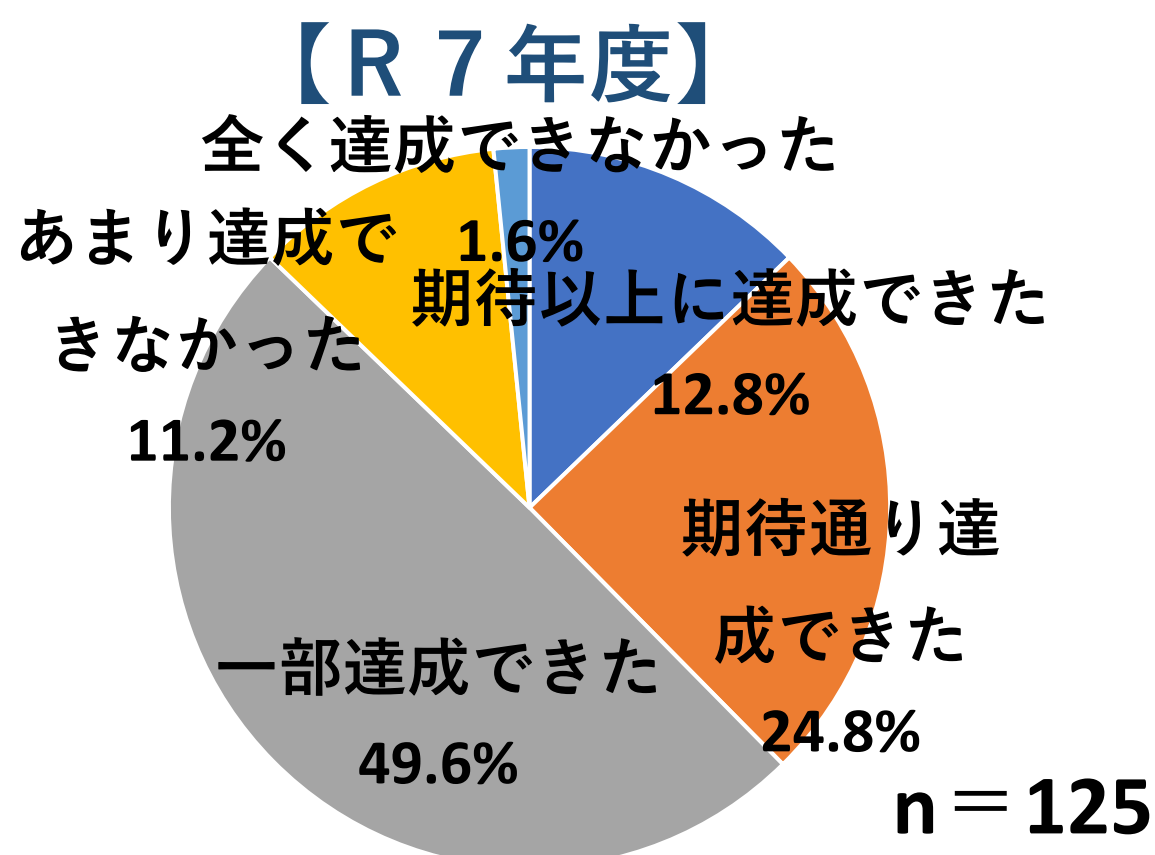
集計無し

出展者アンケート

Q 7：事務局対応満足度



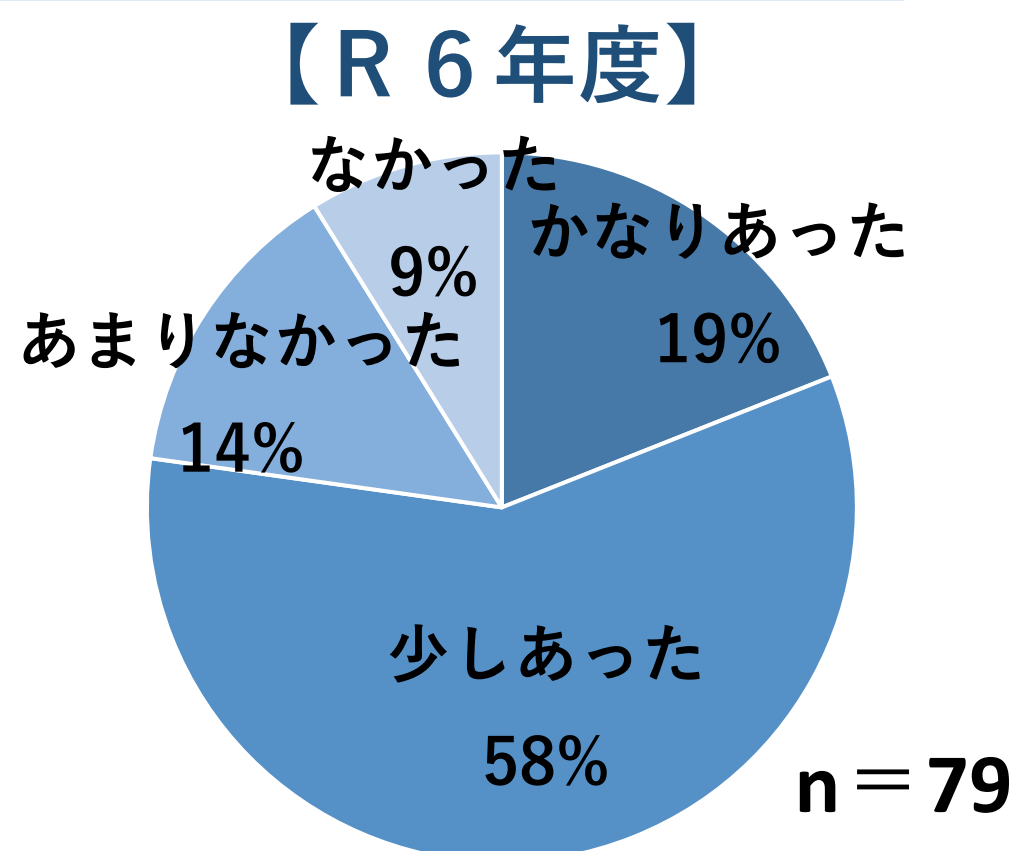
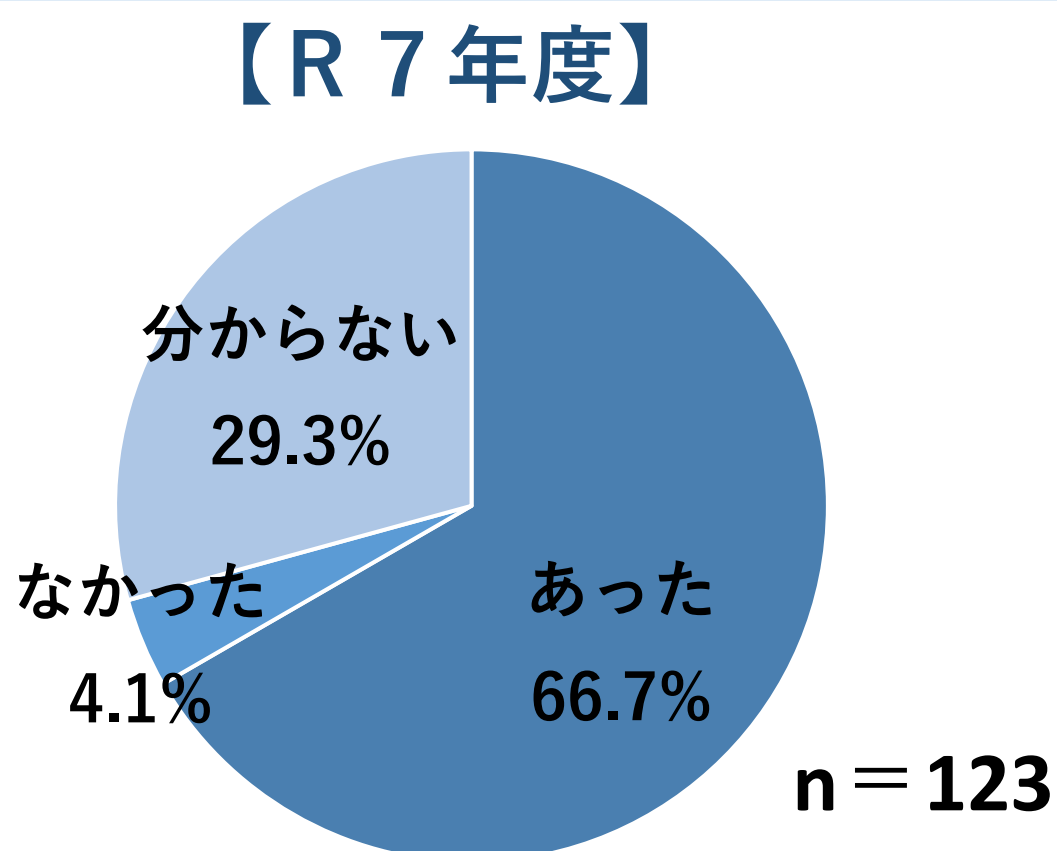
Q 8：出展した目的の達成度



【R 6 年度】

集計無し

Q 9：出展の成果



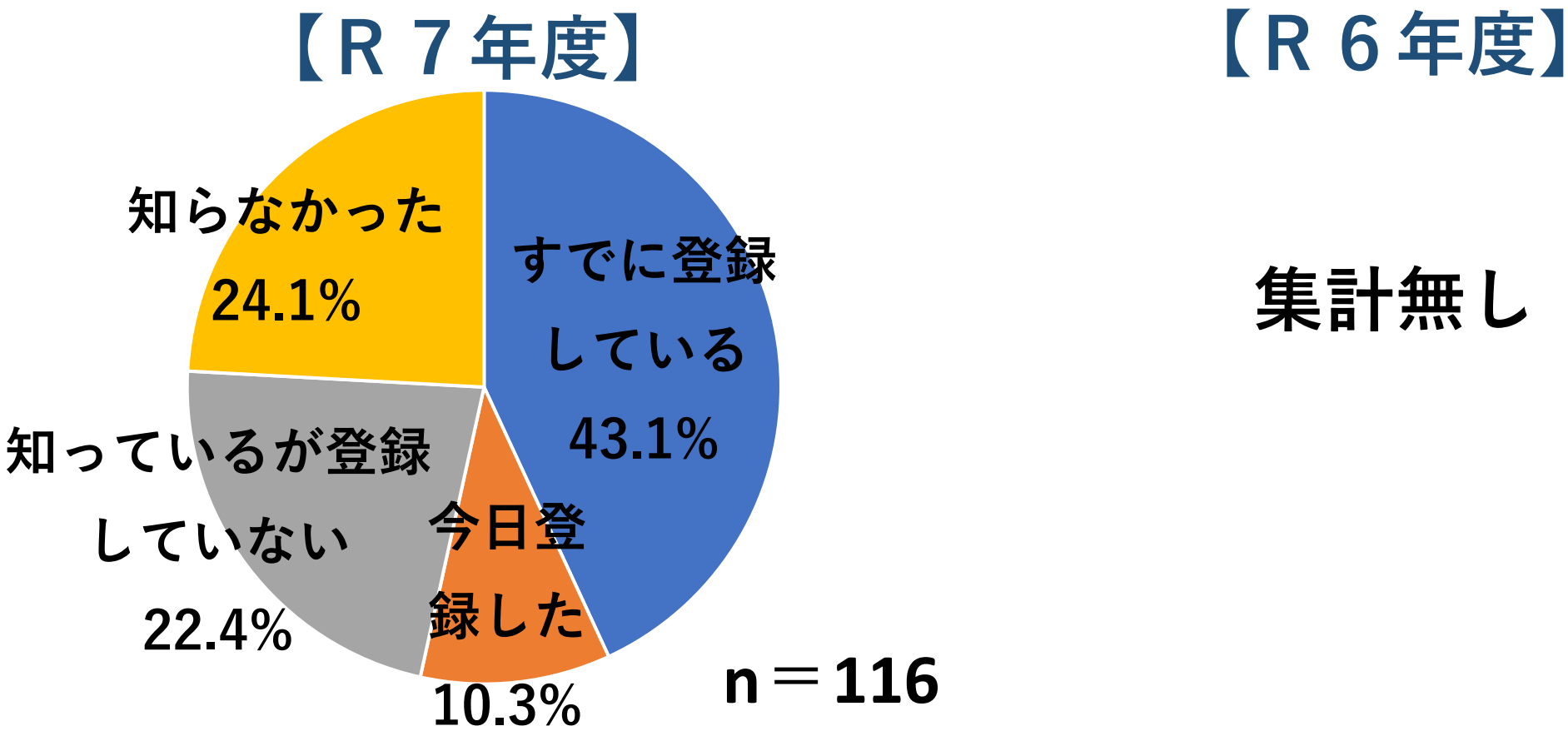
出展者アンケート

Q10：ブース訪問数／名刺交換数／商談事業者数

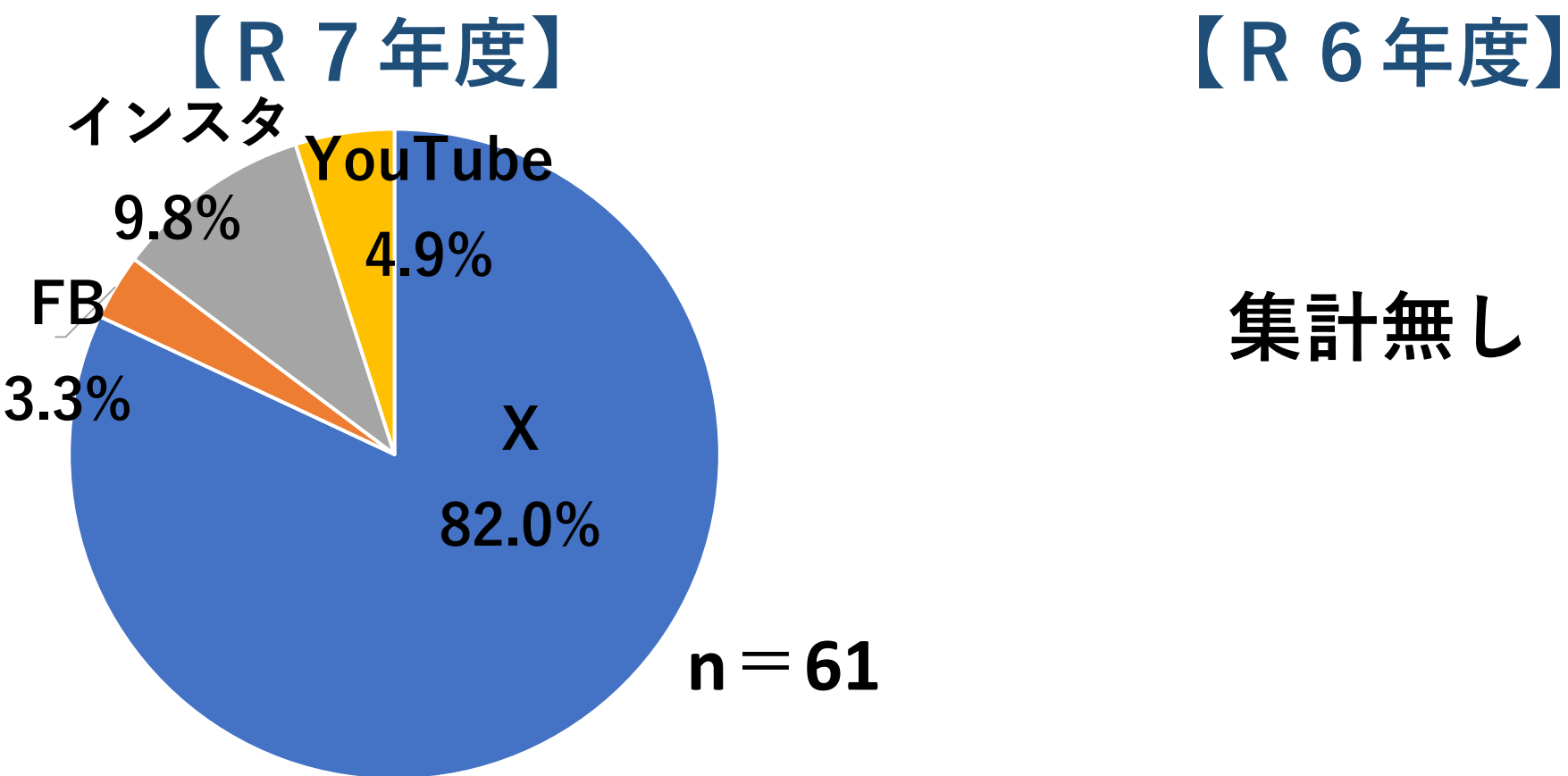
項目	K P I	R 7 実績	R 6 実績	前同比
ブース訪問数	—	97.2(n=106)	集計なし	—
名刺交換数	—	59.9(n=114)	67.5(n=77)	88.7%
商談事業者数	20	12.6(n=100)	17.8(n=72)	70.8%
商談継続・成立	—	3.1(n=81)	3.3(n=72)	93.9%

※ 1 社あたり

Q11：DIGICONXのSNS認知度

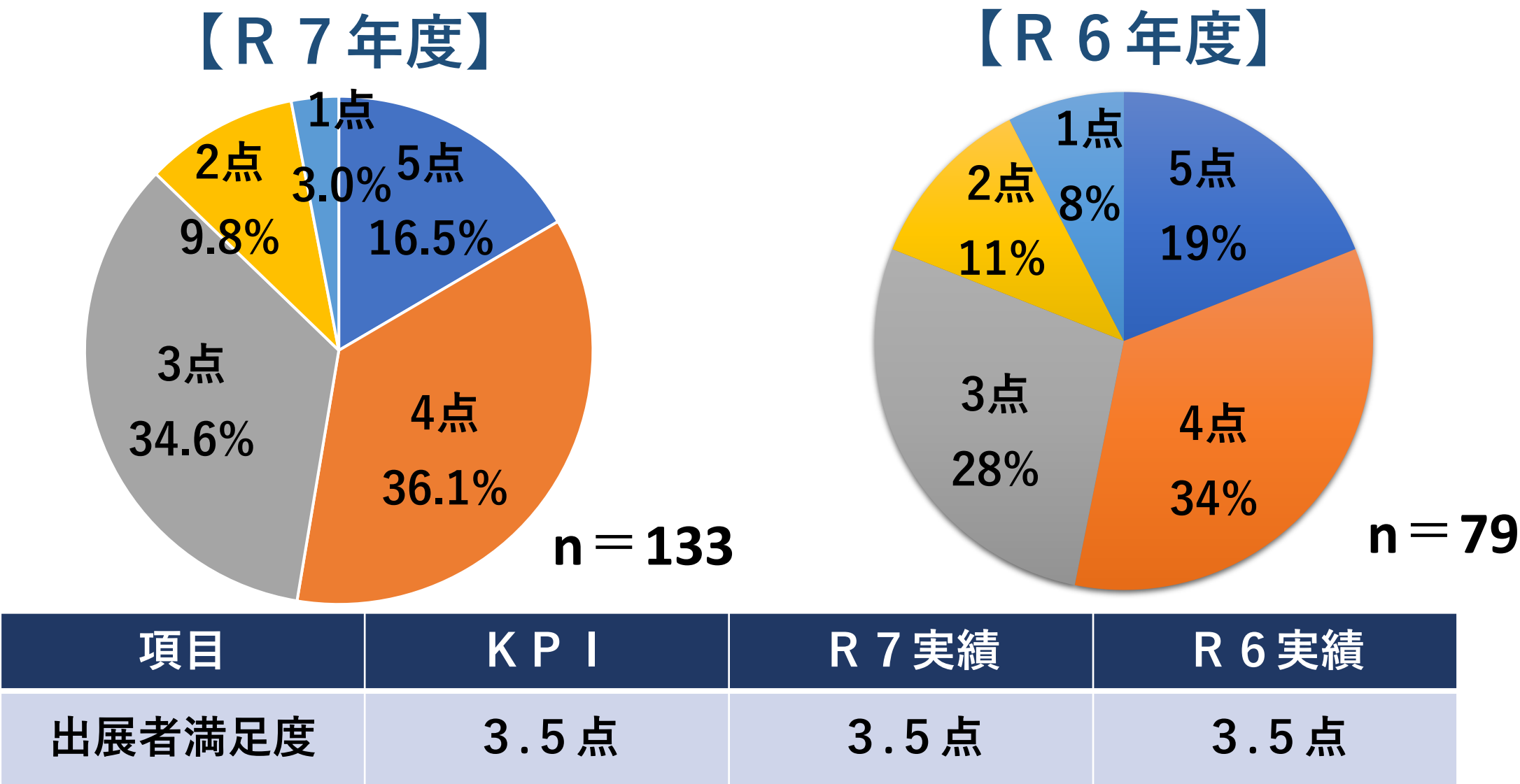


Q12：登録しているSNS（上記、既登録者）

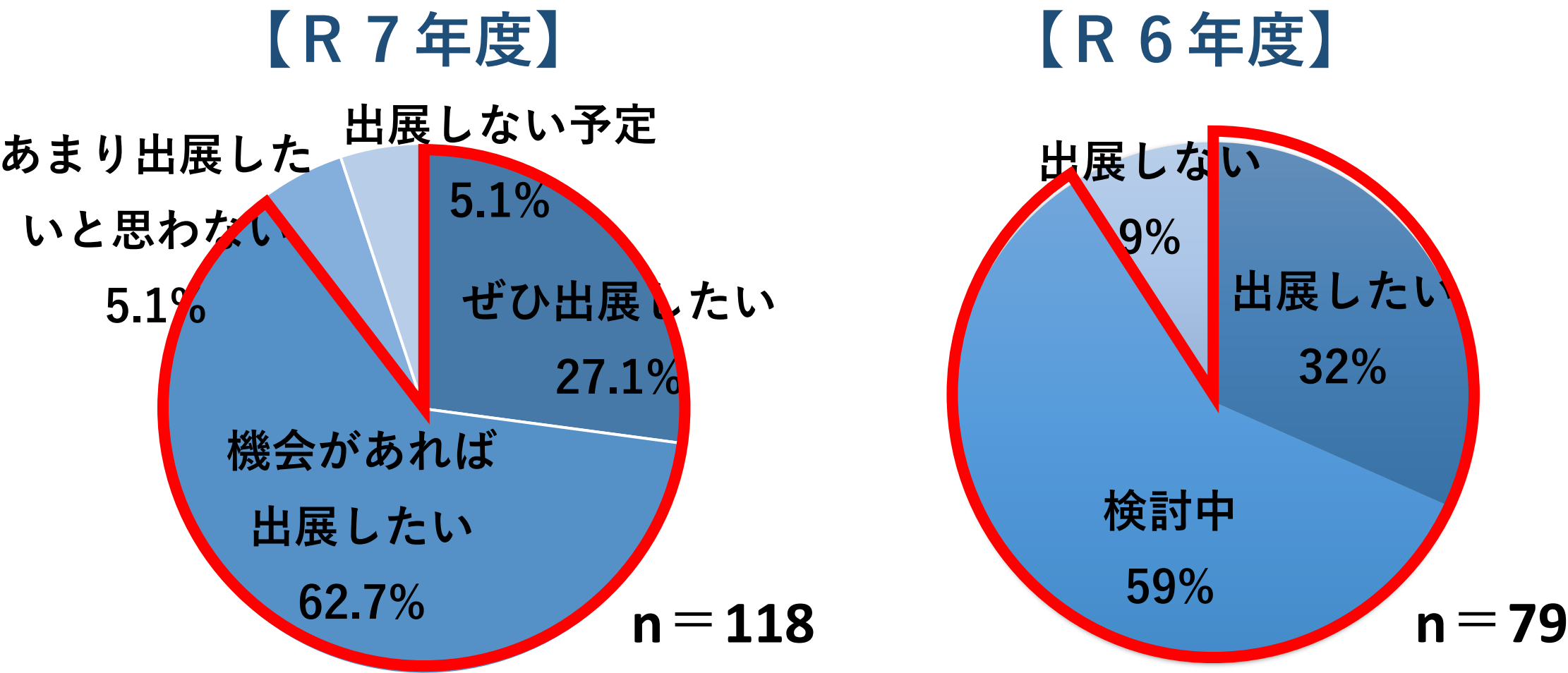


出展者アンケート

Q13：DIGICONX満足度



Q14：来年度DIGICONXへの出展意向



来場者アンケート

◆ 来場者アンケート結果のまとめ

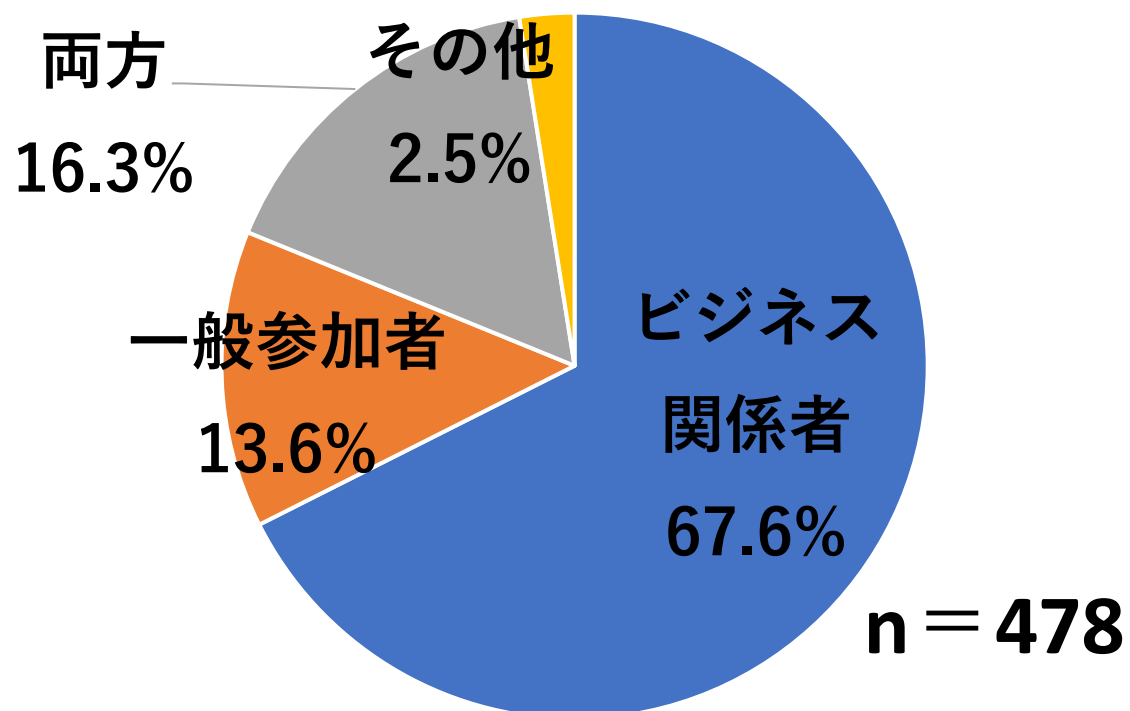
R7年度回答：899名（R6年度回答：524名、前年度比171.6%）

項番	質問内容	主なアンケート結果
Q7	過去の来場	○全来場者のうち、 約 2 割がリピーター
Q8	来場の きっかけ	○広報戦略の結果が反映。一定の成果があった。 ・公式SNS 約 1 4 % （昨年度約 6 %） ・アンバサダーPR 約 7 % （昨年度項目なし）
Q9	参加企画	○展示・商談会に加えて、 主催者企画（体験企画・ステージイベント等） を目的とした方が増加
Q10	来場目的の 達成度	○ 来場者の 9 割以上 が来場目的を達成
Q11	関連企業・ サービスへの 関心度	○ 来場者の 8 割以上 が関連企業・サービスへの 関心度が向上したと回答
Q13	満足度	○満足度は 4.0点/満点5点 で、KPIを達成
Q14	次回への 参加	○ 来場者の約95% が、次年度も参加したいと回答
Q15	公式SNS	○ 来場者の約 2 割 が既に公式SNSに登録済 ○ 来場者の約 4 割 が当日公式SNSに登録

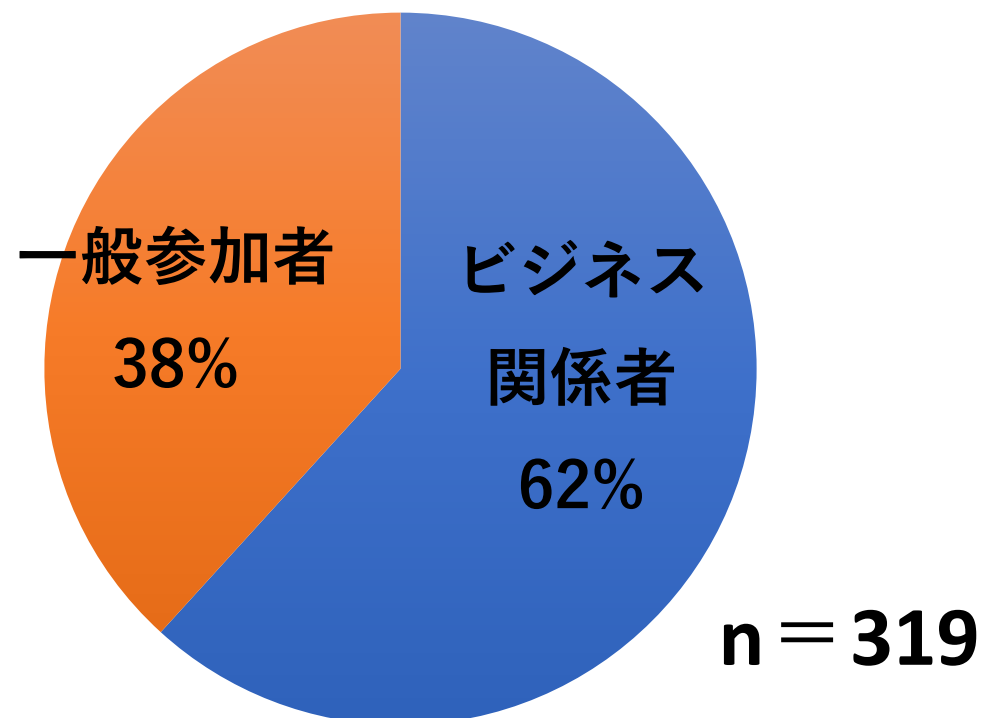
来場者アンケート

Q 1：ビジネスデー来場者

【R 7 年度】

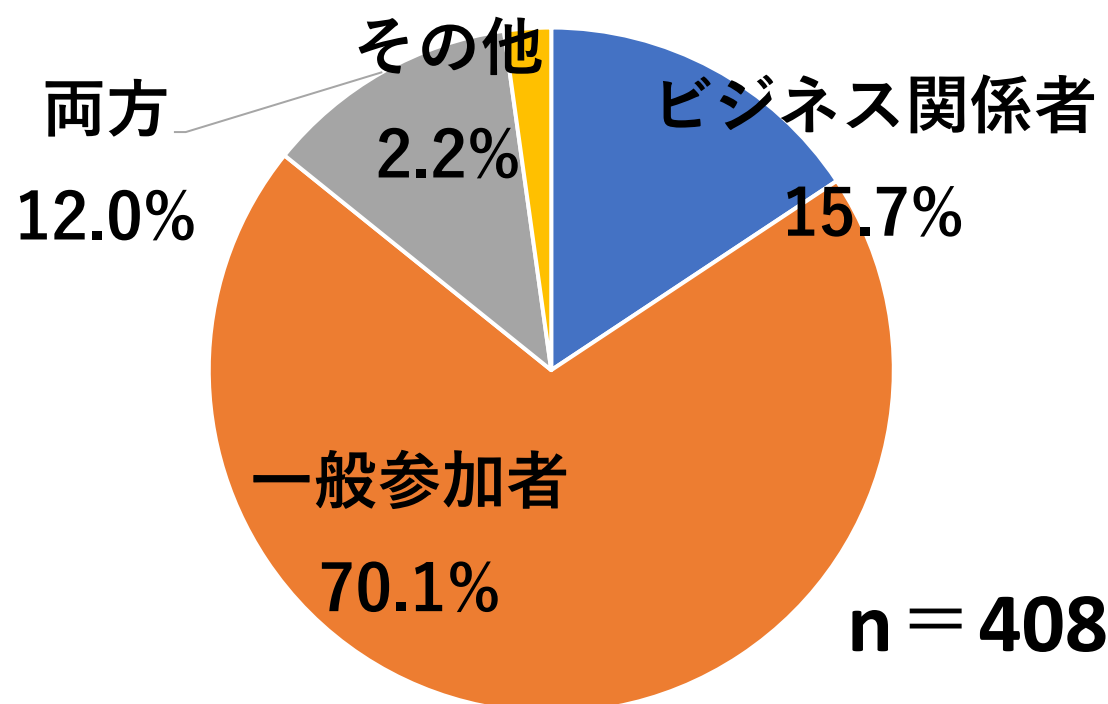


【R 6 年度】

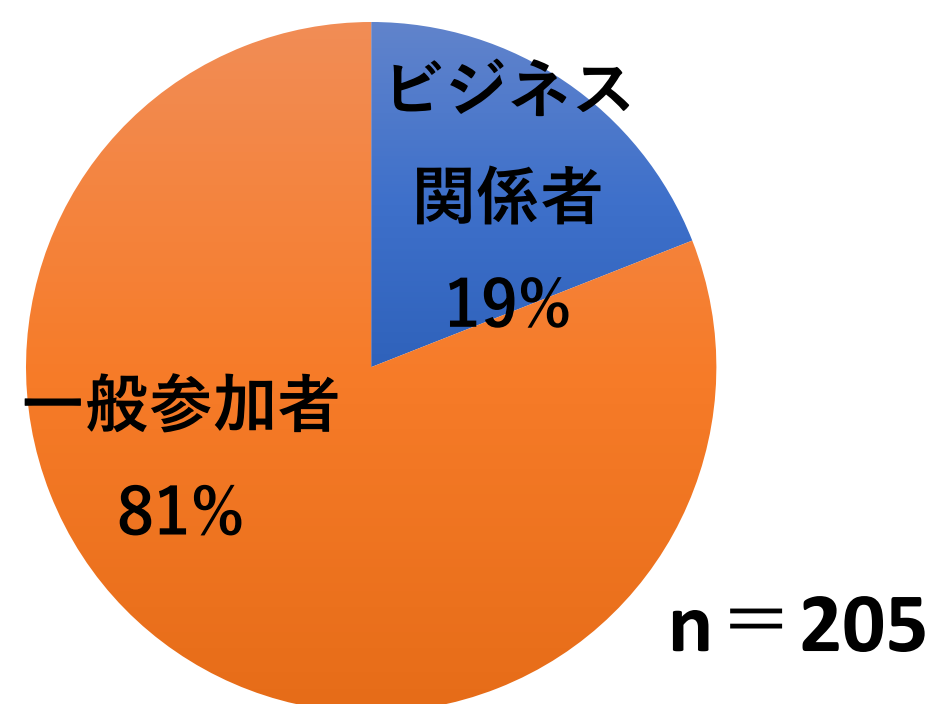


Q 2：パブリックデー来場者

【R 7 年度】

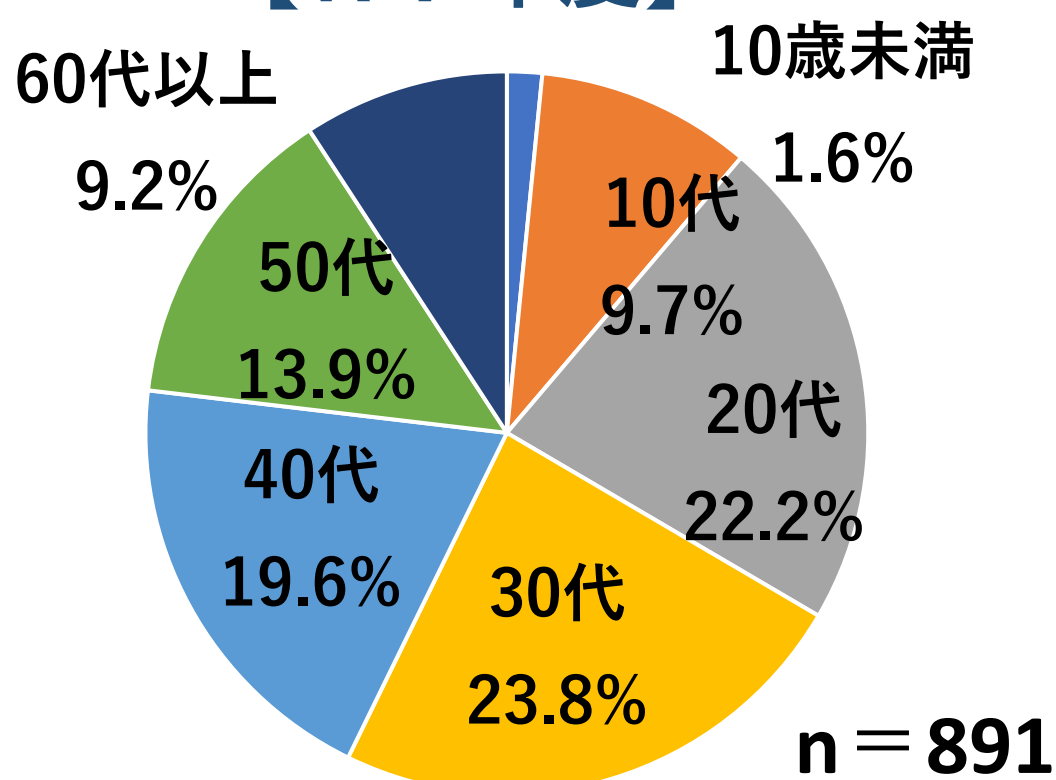


【R 6 年度】

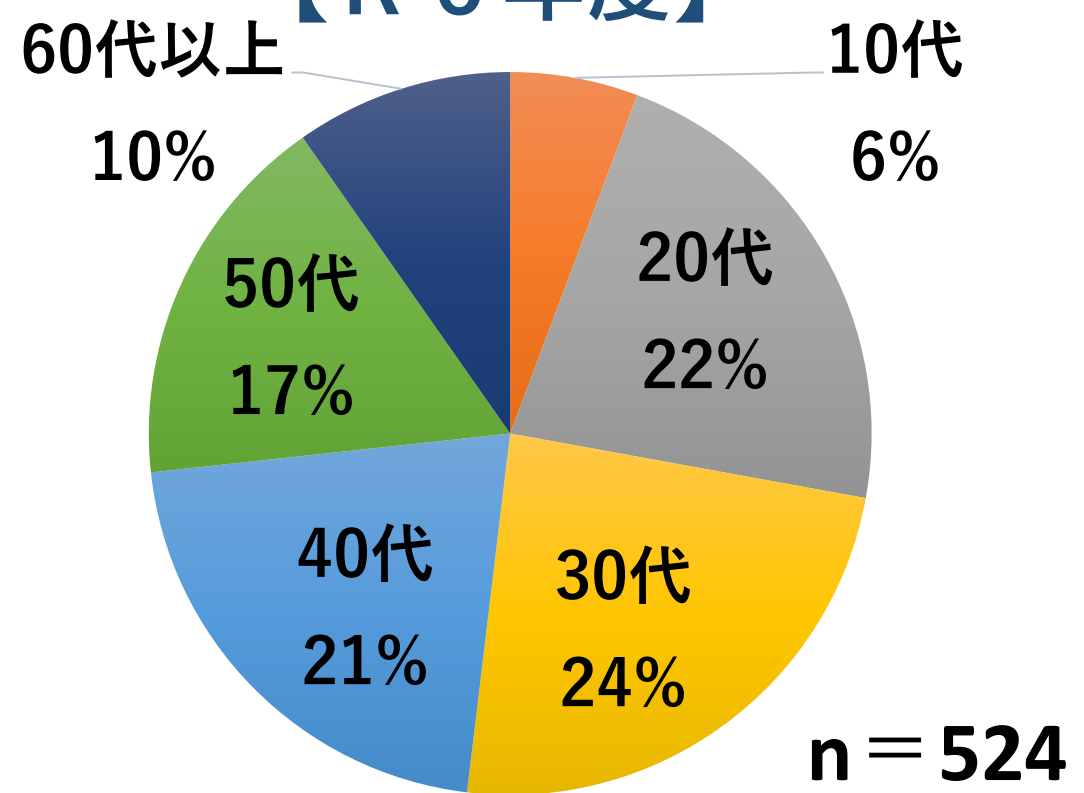


Q 3：来場者年齢

【R 7 年度】



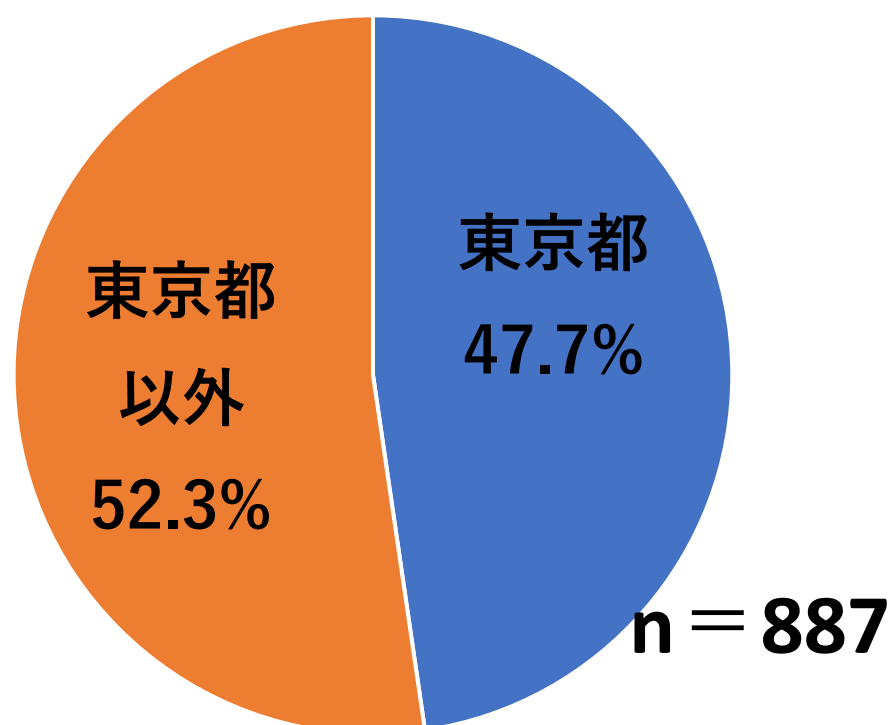
【R 6 年度】



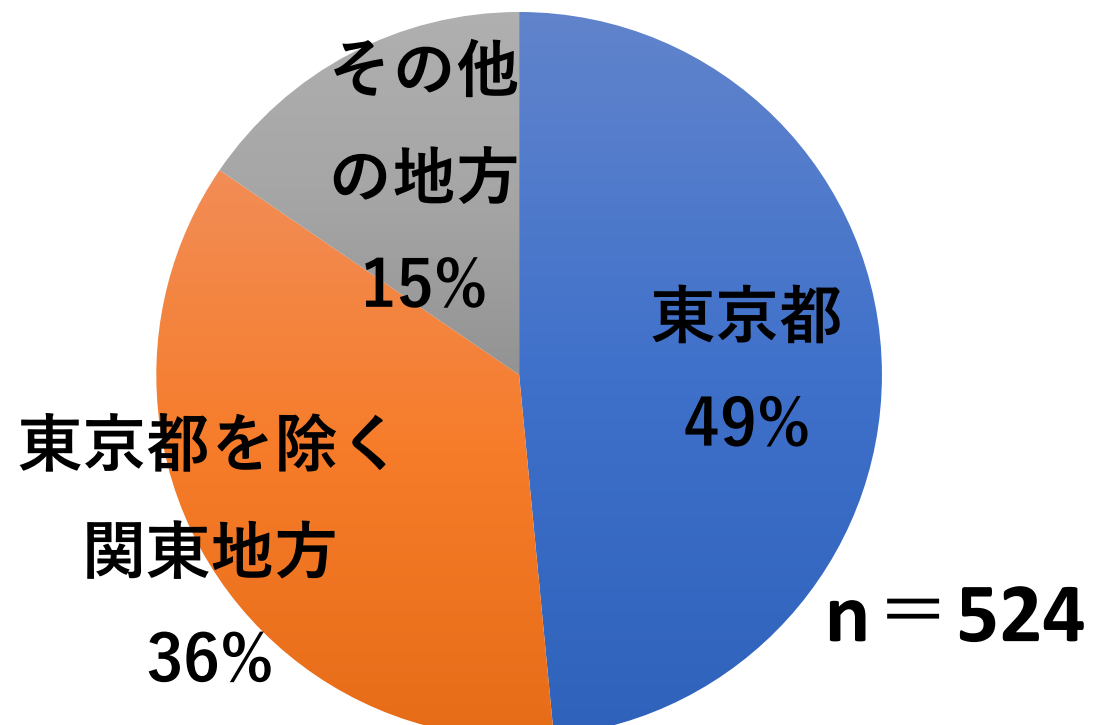
来場者アンケート

Q 4 : 来場者居住地

【R 7 年度】

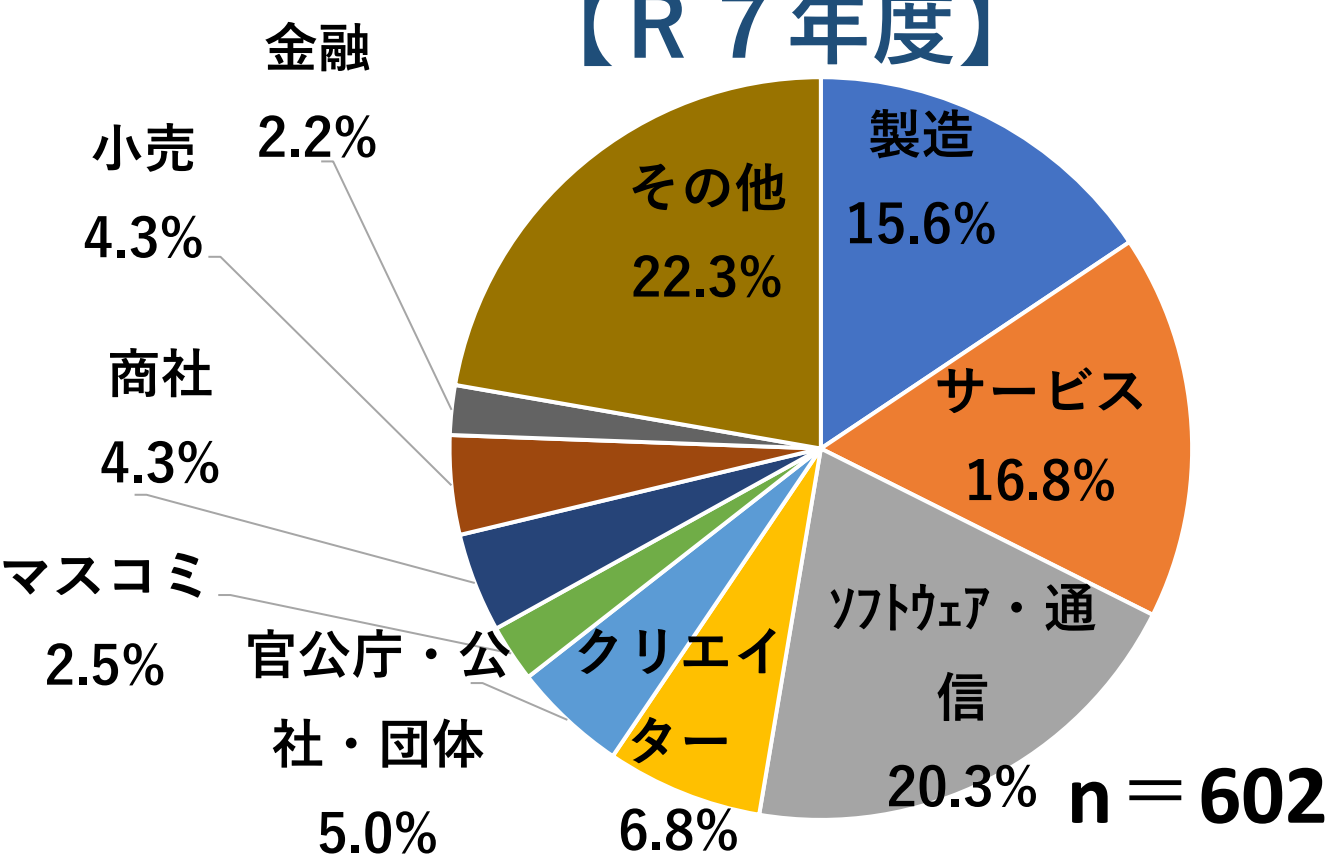


【R 6 年度】

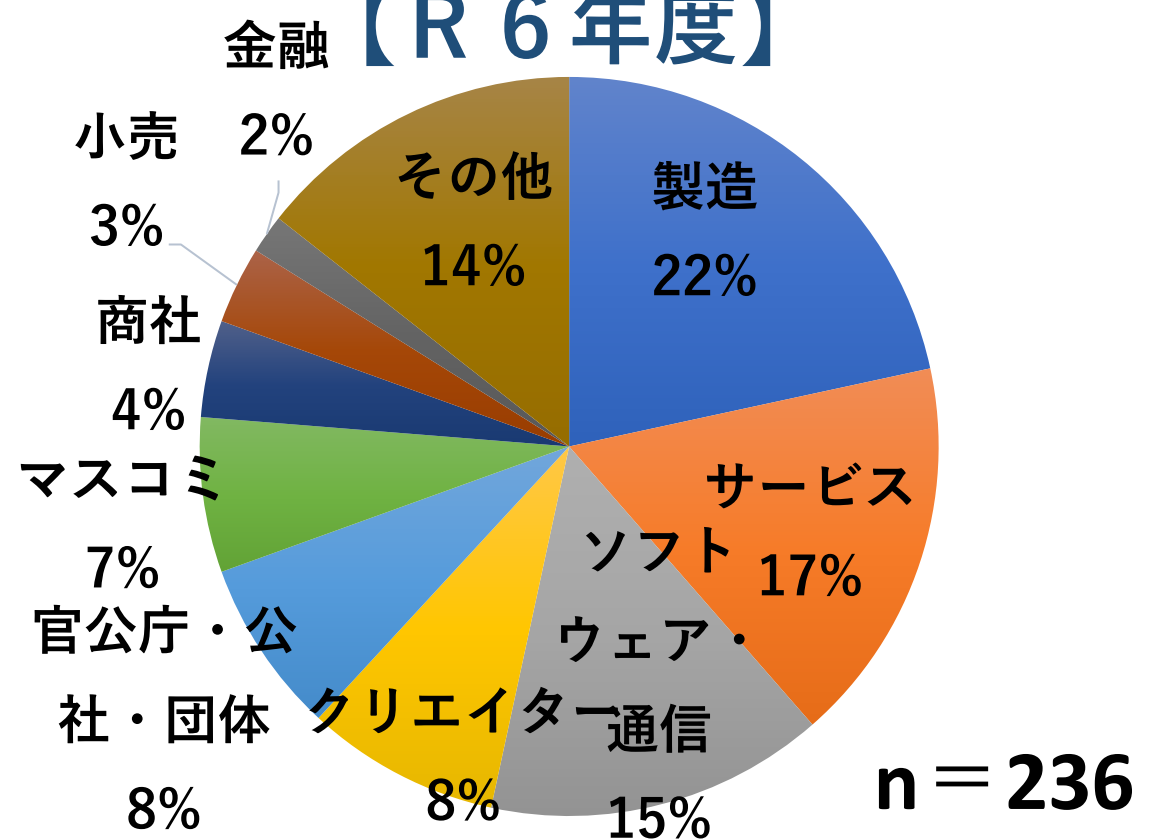


Q 5 : ビジネス関係者の業種

【R 7 年度】

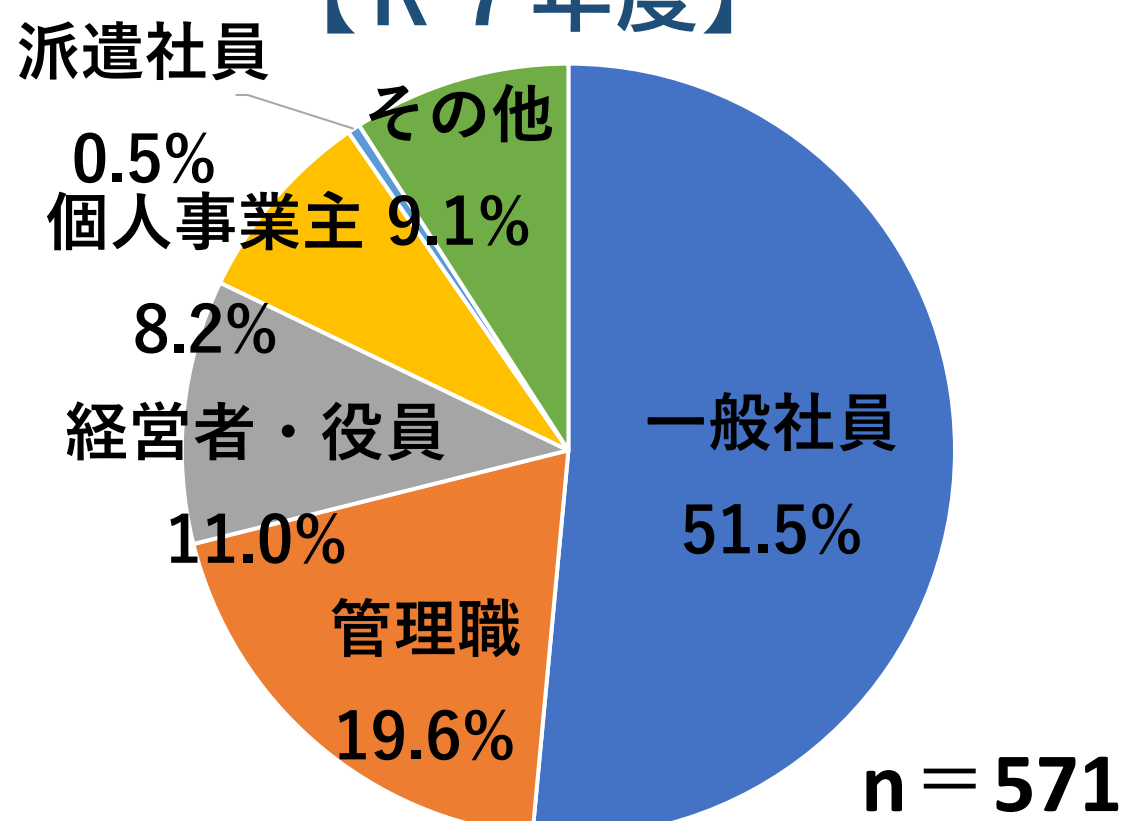


【R 6 年度】

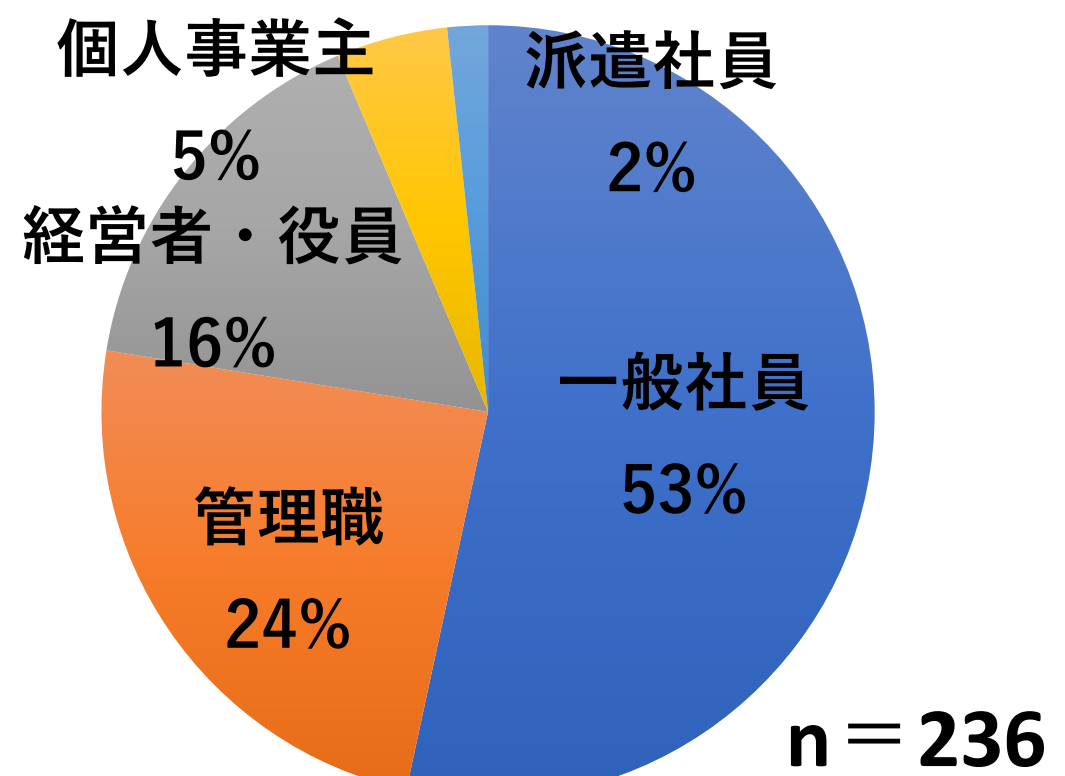


Q 6 : ビジネス関係者の役職

【R 7 年度】



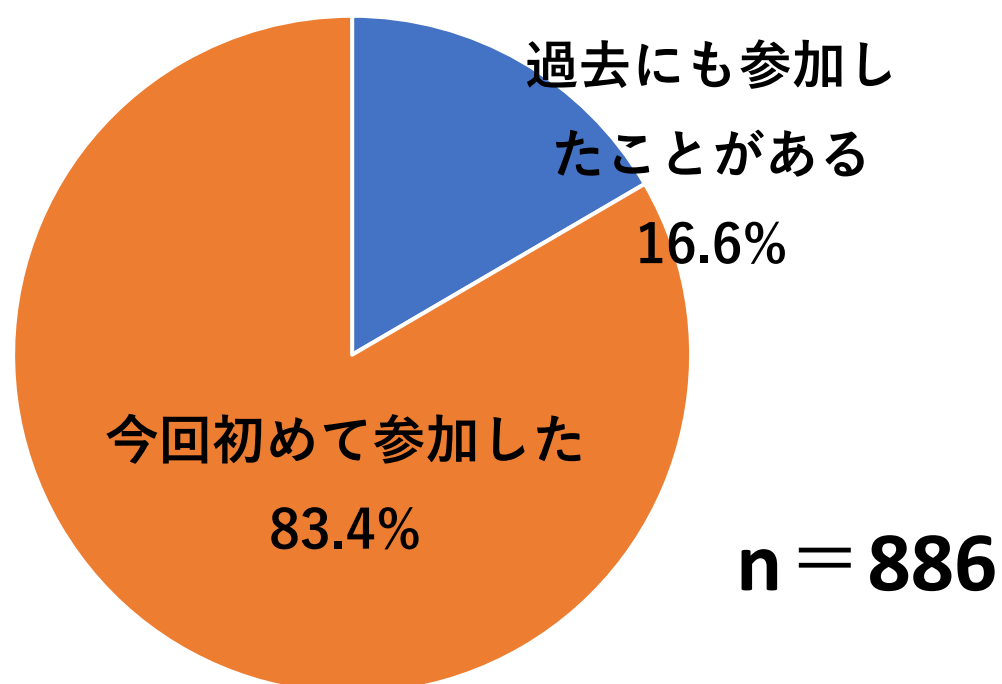
【R 6 年度】



来場者アンケート

Q 7 : 過去の来場

【R 7 年度】

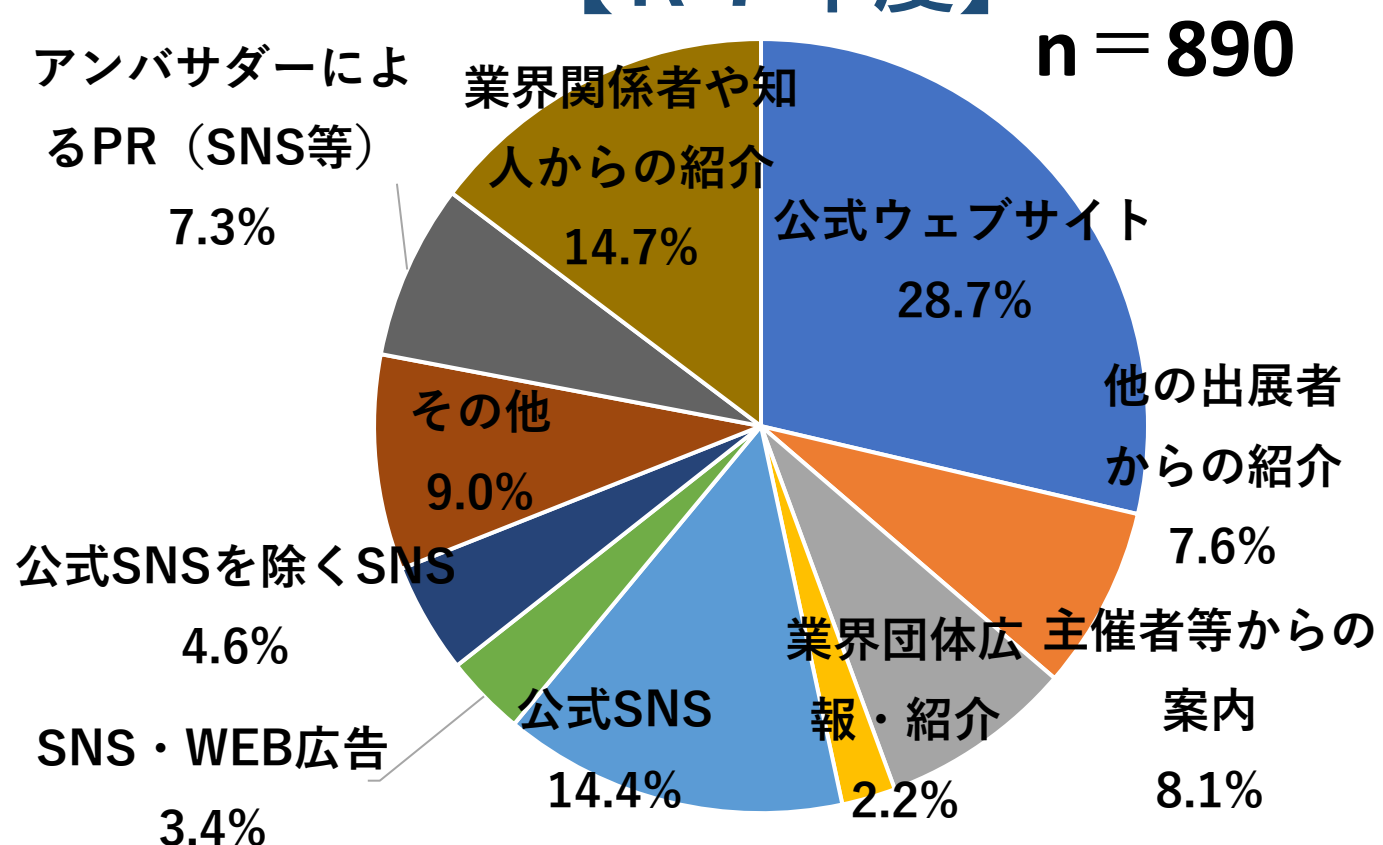


【R 6 年度】

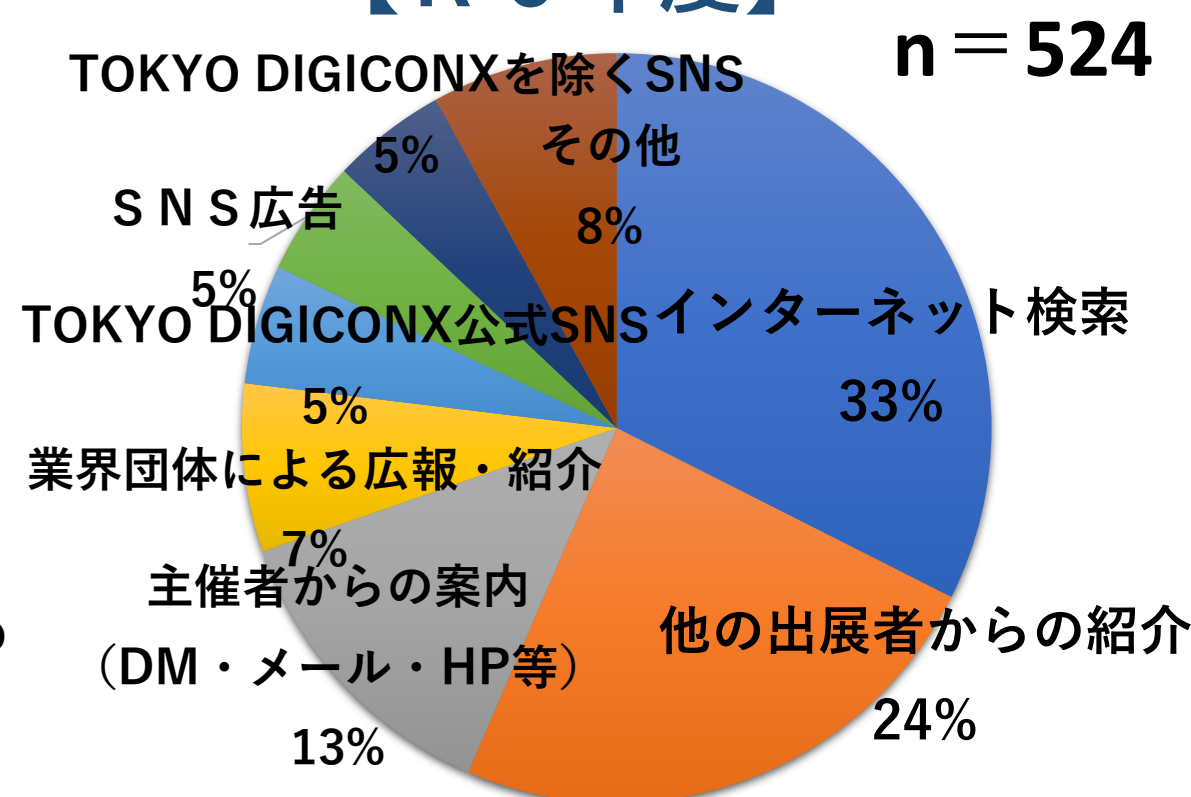
集計無し

Q 8 : DIGICONXを知ったきっかけ【単一回答】

【R 7 年度】

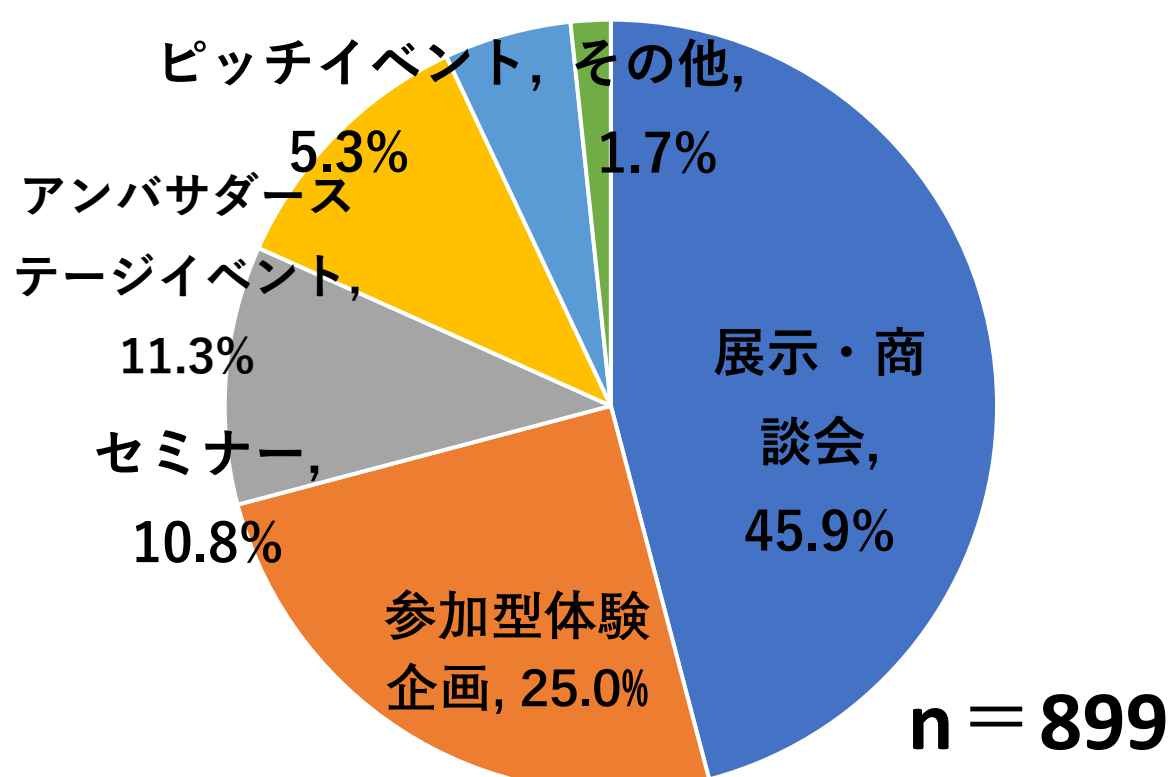


【R 6 年度】

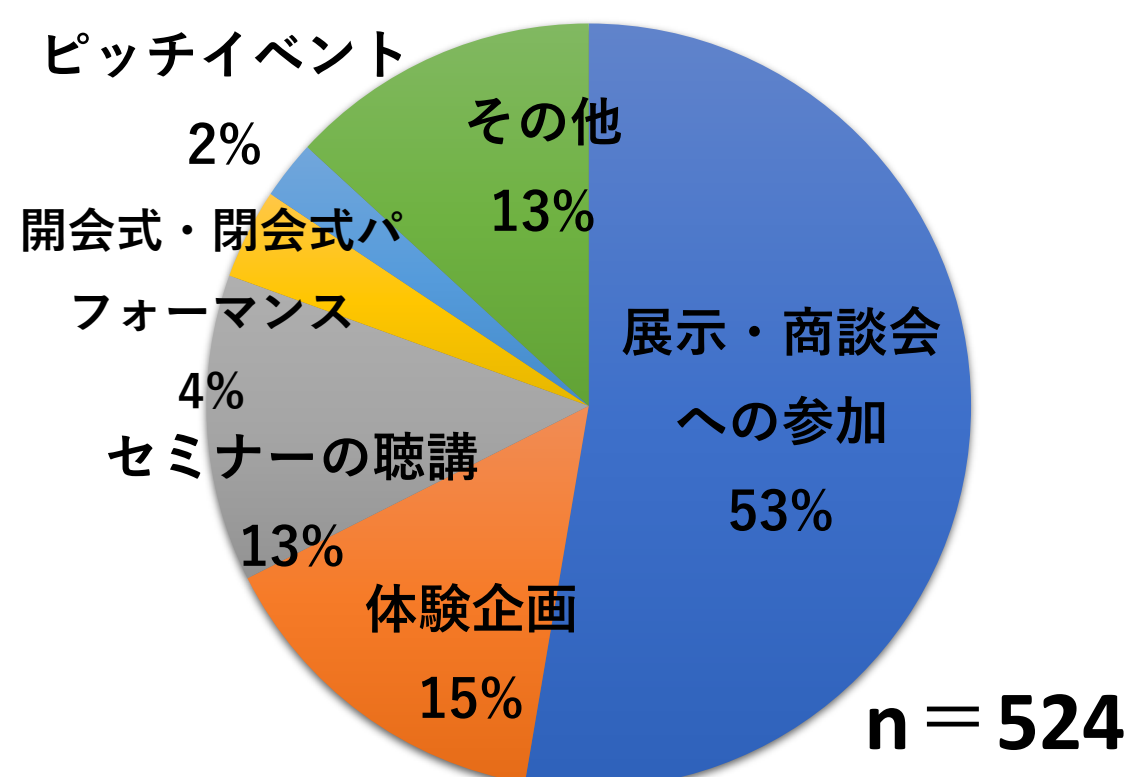


Q 9 : 参加した企画 (来場目的)

【R 7 年度】

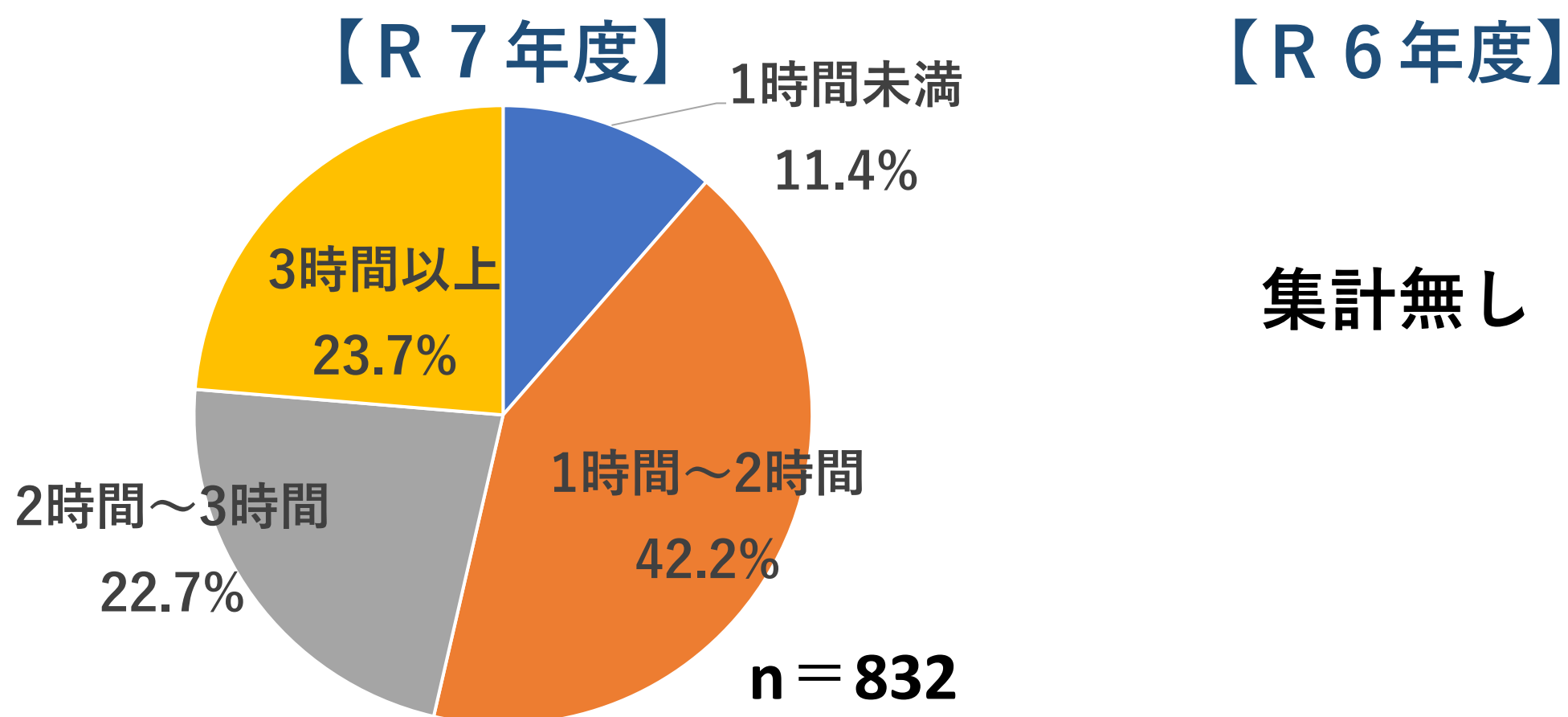


【R 6 年度】

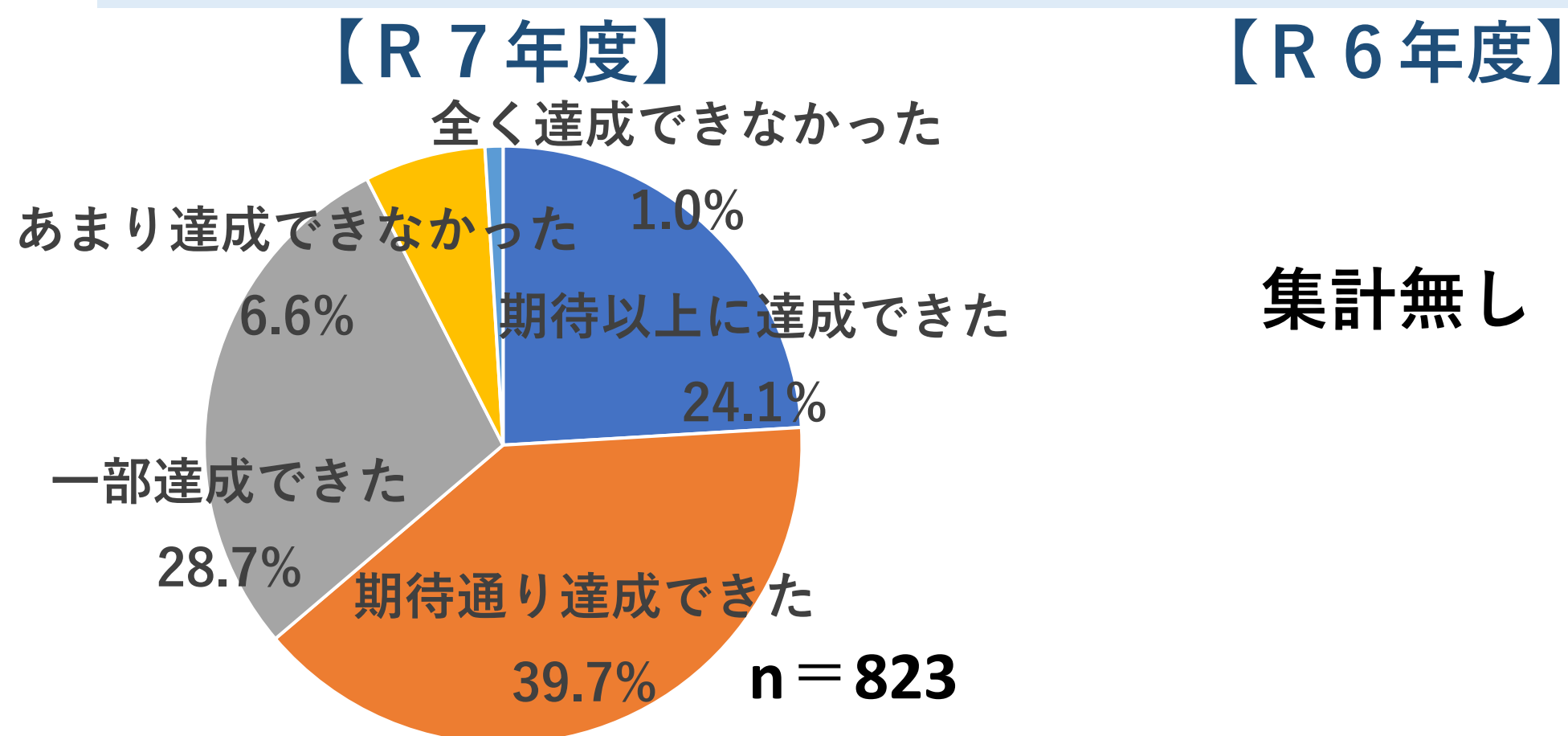


来場者アンケート

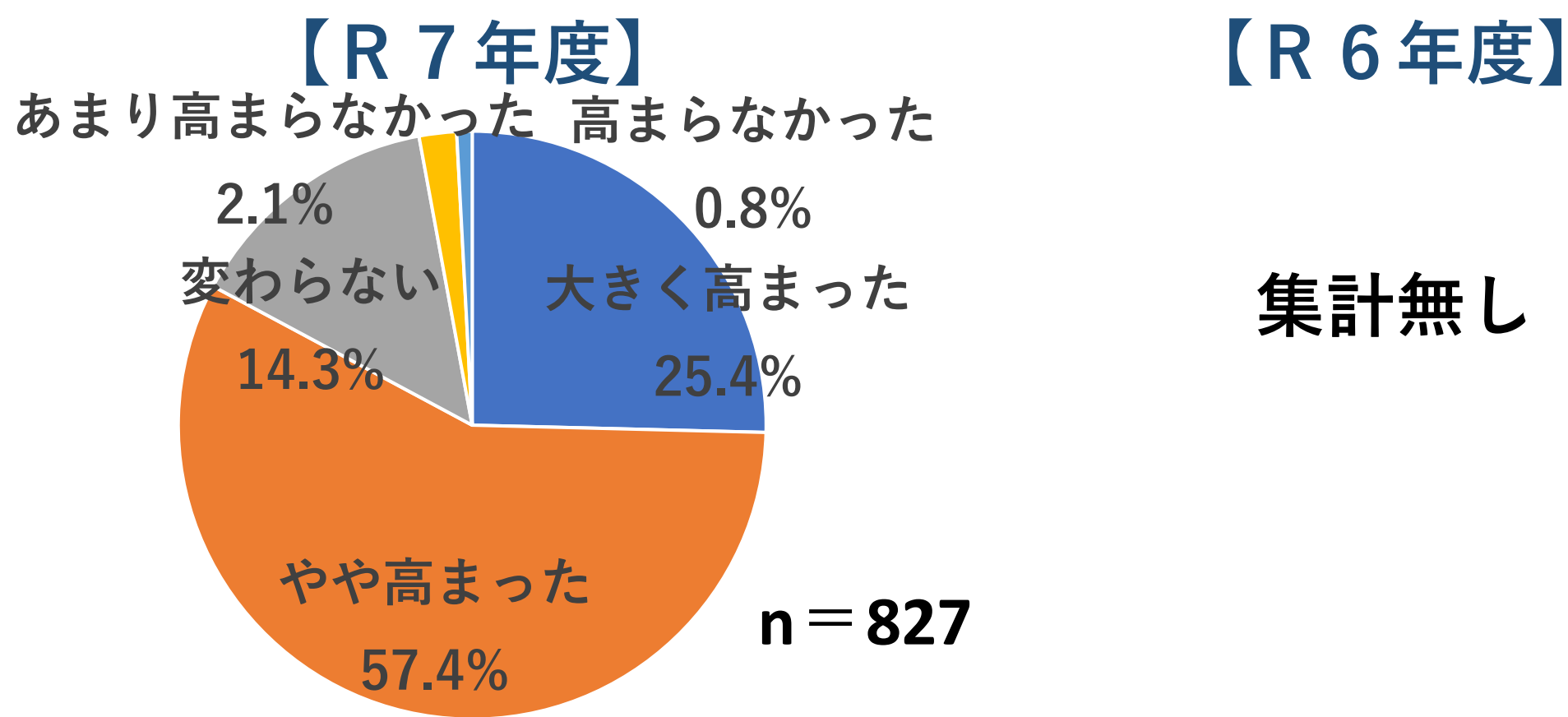
Q10：会場滞在時間



Q11：来場した目的の達成度

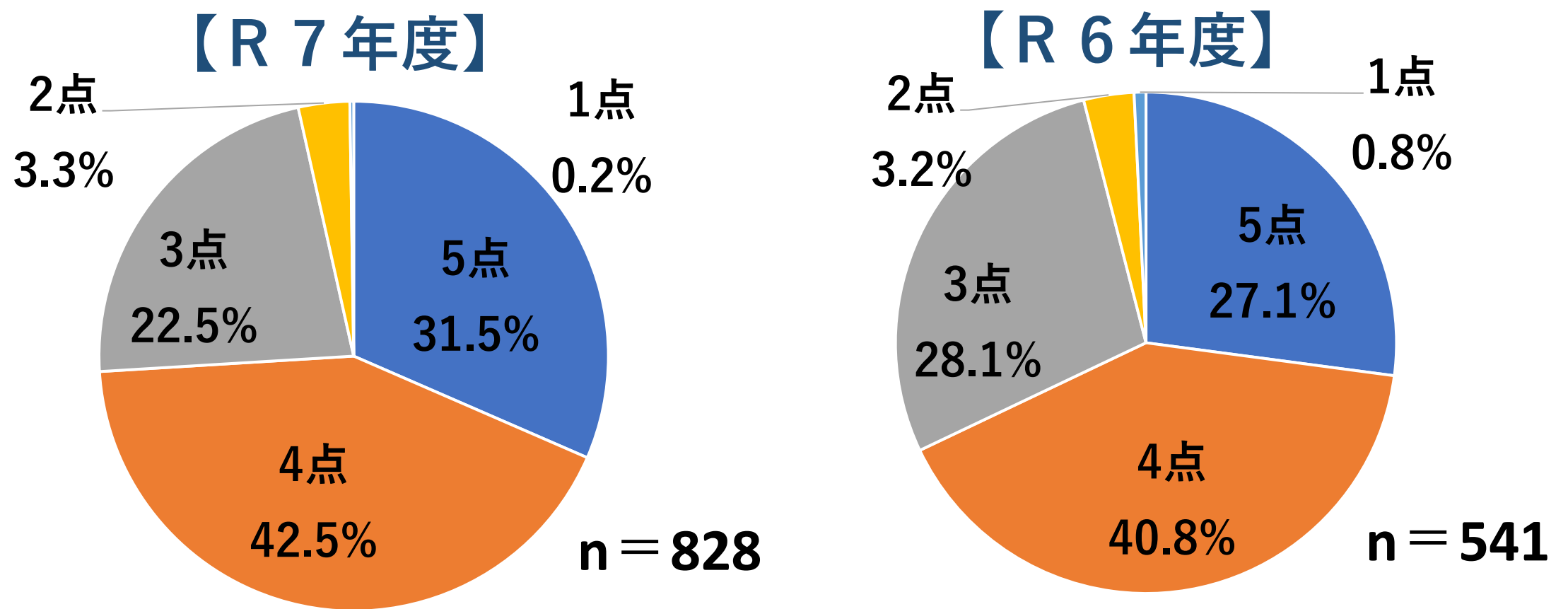


Q12：関連企業・サービスへの関心度



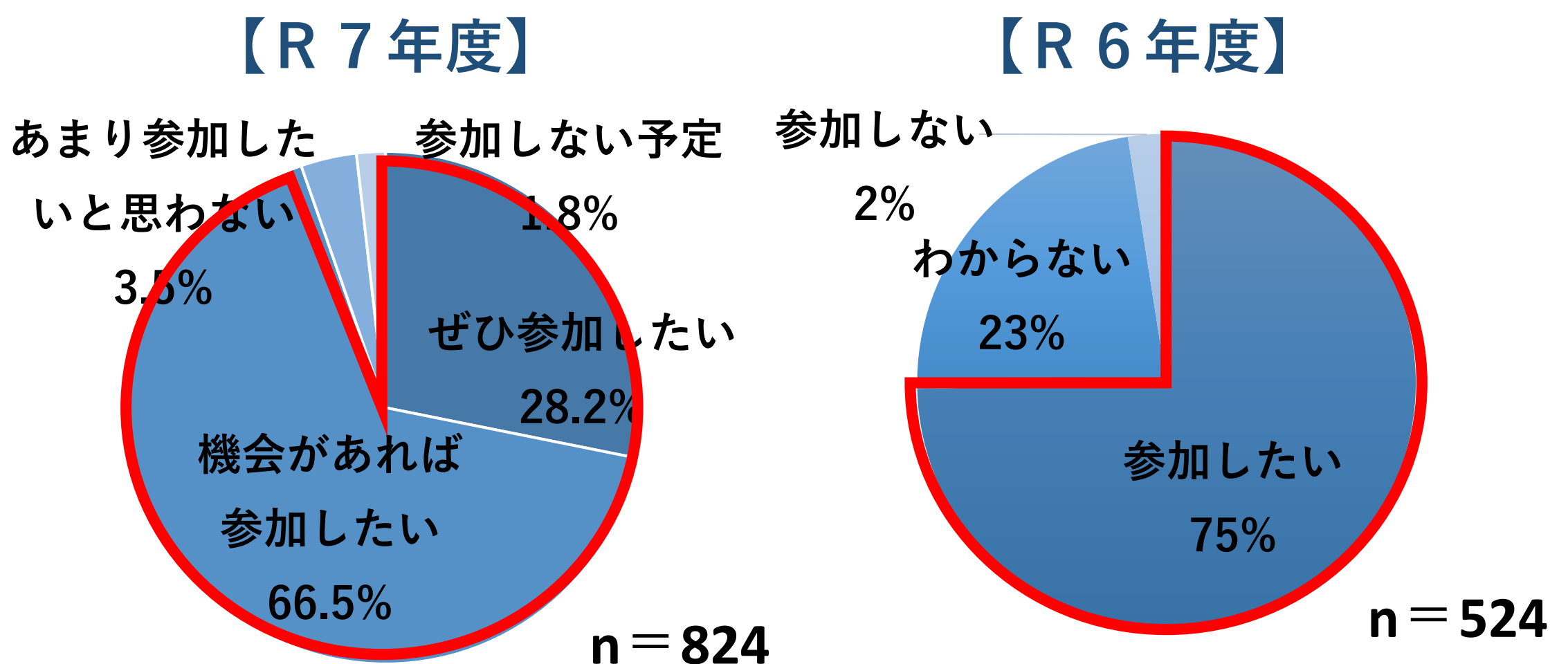
来場者アンケート

Q13：DIGICONX満足度



項目	K P I	R 7 実績	R 6 実績
来場者満足度	3.5 点	4.0 点	3.9 点

Q14：来年度DIGICONXへの参加意向

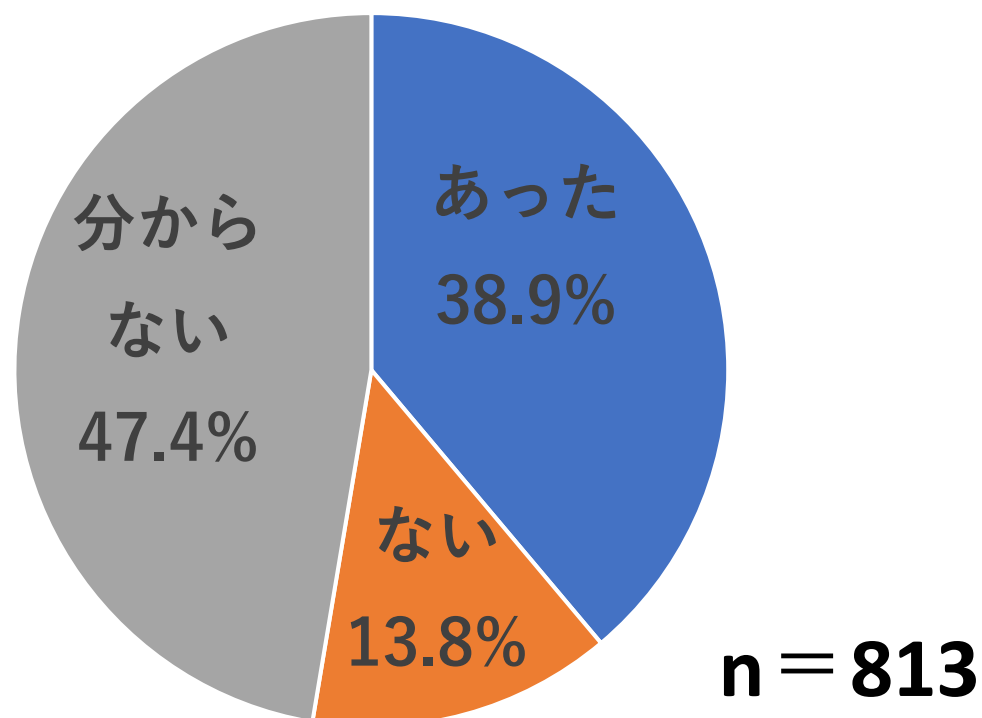


来場者アンケート

Q15：購入したい製品やサービスの存在

【R 7 年度】

【R 6 年度】

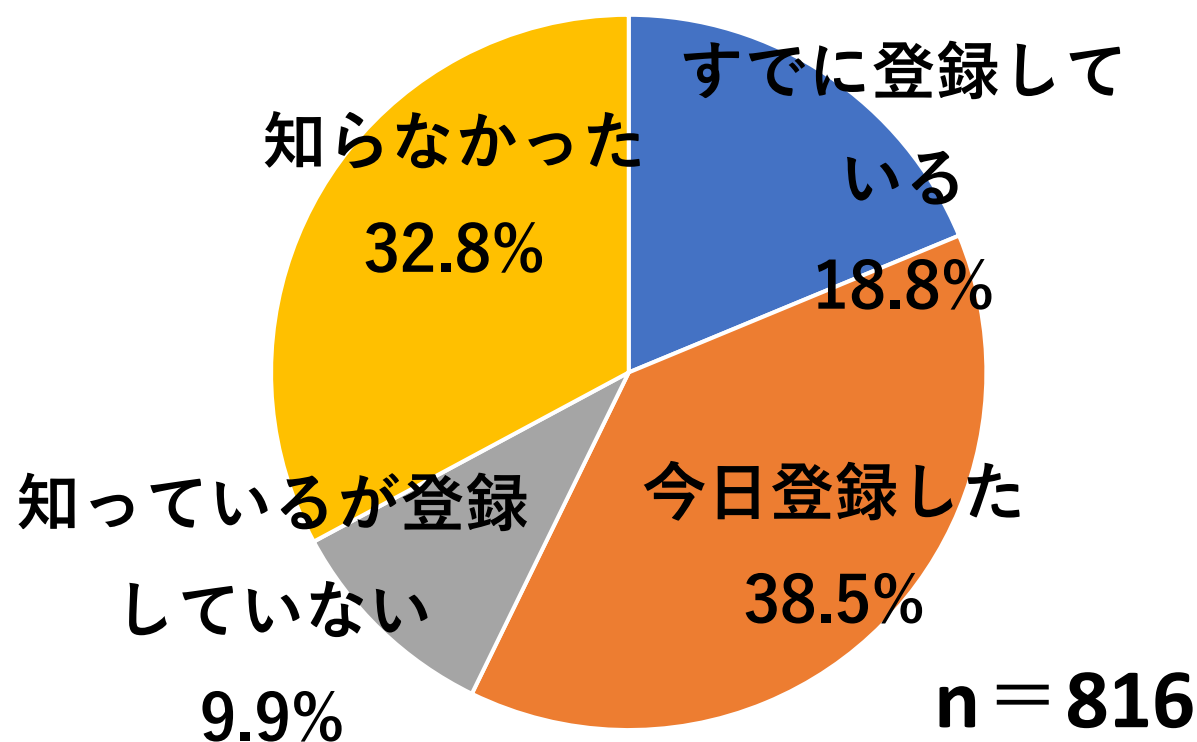


集計無し

Q16：DIGICONXのSNS認知度

【R 7 年度】

【R 6 年度】

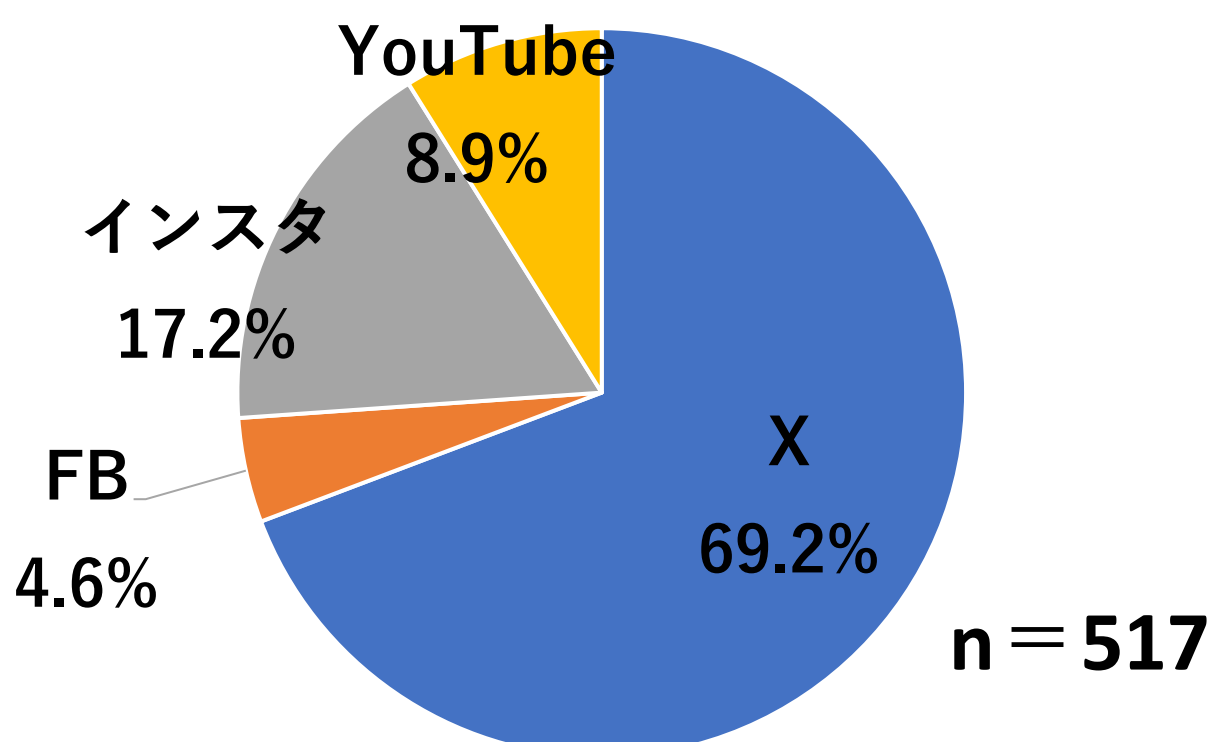


集計無し

Q17：登録しているSNS（上記、既登録者）

【R 7 年度】

【R 6 年度】



集計無し

◆ 会場の変更

○東京ビッグサイトが大規模改修工事により、以下休館が発生

【全館】 2027年1月から2月中旬まで

→ 会場を**有明GYM-EX**に変更して開催

◆ R7年度全体総括

共通

○パブリックデイの**在り方**に疑義

【出展者】土曜はtoB向け企業にとって価値少

【来場者】無人ブースが多かったと指摘が複数

出展者 観点

○一定の商談成果や、出展者ネットワーキングは評価

○来場者がまだ少ないので、更なる増加のための
告知策の強化が必要

○商談事業者数は**KPI未達**で、前同比でも減

来場者 観点

○実施したセミナー・体験企画等は、高い評価

○イベント活性化のため、**出展者数の更なる増加**が必要

○イベントの**コンセプト**が不明確という意見が複数

◆ R8年度DIGICONX実施の方⽅性

○会期を**全日平日開催**に変更

○ビジネスプログラムの強化（ワークショップ等）

○イベントコンセプトとして「**デジタルコンテンツ×AI**」を設定

→上記3点をもとに、出展者数・来場者数KPIの達成を図る

令和8年度XR・メタバース等産業展 事業計画（案）

1 事業目的

デジタル空間の利用拡大等を契機に、流通経路の多様化・複層化やXR・メタバースなどの技術革新に伴うマネタイズ機会の拡大など、コンテンツ市場には様々な変化が生じている。

そこで、都内経済の活性化を図るとともに、産業のすそ野拡大や新たなクリエイターの育成につなげていくため、XR・メタバース関連やコンテンツ等の多様な事業者が一堂に会し、業務提携等によるビジネスの拡大や販路開拓等の商談等を行う場となる展示会を開催し、コンテンツ産業等の振興を図っていく。

2 開催概要

(1) 主催

XR・メタバース等産業展実行委員会（以下「実行委員会」という。）

[東京都、一般社団法人XRコンソーシアム、一般社団法人Metaverse Japan、東京商工会議所]

(2) 展示会名称及び開催期間（予定）

ア 展示会名称

TOKYO DIGICONX 2027

（第3回TOKYO XR・メタバース&コンテンツビジネスワールド）

イ 開催期間（予定）

令和9年1月13日（水曜日）～15日（金曜日） 3日間

(3) 会場

有明GYM-EX（9,400㎡）

(4) 想定する出展者

XR（AR・VR・MR等）・メタバース・ブロックチェーン・NFT・Web3・AI等の関連業者、コンテンツ事業者・クリエイター（アニメ、ゲーム、音楽、映像等）、イベント関連事業者、金融関連事業者 等

(5) 想定する来場者

コンテンツ利用事業者（メーカー、小売、製造業、サービス業等）、投資家・金融機関、プロダクション・プロモーター・メディア 等

(6) 運営方法

実行委員会が実施する。

なお、運営の一部は、企画提案方式により事業者を選定し、委託により実施する。

3 事業内容

(1) オープニングセレモニー

開会式等の実施

(2) 展示・商談会に係る企画・運営

想定する出展者や来場者に働きかけ、展示・商談会を実施し、商談の機会を提供

(3) ピッチイベントに係る企画・実施

都内中小企業やクリエイターによる製品・作品のPR機会となるピッチを実施

(4) セミナー・ワークショップに係る企画・実施

XR・メタバース等の普及・啓発を目的としたセミナー等を実施

(5) XR・メタバース関連技術等の体験企画

(6) その他、XR・メタバース関連及びコンテンツ産業の普及促進、関連産業の振興につながる効果的な取組を実施

(7) 全体運営業務

運営事業者管理、広報活動 等を実施

4 実施スケジュール（予定）

令和8年	4月	運営事業者募集開始	
	5月	企画選定委員会、第1回実行委員会、運営事業者決定	
	7月頃	第2回実行委員会、展示会出展者募集開始	↑ プレイベント ↓
	11月頃	第3回実行委員会企画詳細公表	
令和9年	1月13～15日	TOKYO DIGICONX開催	
	3月頃	第4回実行委員会	

※その他、必要に応じて随時実行委員会を開催（オンライン又は書面による持ち回り開催含む）

XR・メタバース等産業展実行委員会
令和 8 年度 収支予算（案）

(収入の部) (単位：円)

大科目	内容	予算額	備考
負担金収入	東京都負担金	195,277,000	
出展料収入	出展料	16,170,000	【リアル出展】 ・フリーランス：16,500円×100人＝1,650,000円 ・小規模事業者：55,000円×120小間＝6,600,000円 ・中小企業：77,000円×60小間＝4,620,000円 ・大企業：165,000円×20小間＝3,300,000円
雑収入	協賛金 その他	2,000,000	◆参考 令和 5 年度：2,090,000円 令和 6 年度：3,850,000円 令和 7 年度： 660,000円
計		213,447,000	

(支出の部) (単位：円)

大科目	内容	予算額	備考
事業運営費	委託料	186,000,000	・基本運営業務委託契約 ・HP 追加契約 ・追加契約（予備費①）
	会場借上費	10,615,000	有明GYM-EX 借上げ 5 日間
	雑支出	12,482,000	予備費②、その他の支出
	小計	209,097,000	
事務局運営費	報償費	3,700,000	・企画選定委員への謝金 ・ピッチ賞金 ・会計事務所謝金
	一般需用費	150,000	事務運営に係る消耗品等の経費
	役務費	200,000	収入印紙、振込手数料等
	雑費	300,000	その他の経費 ・R 8 年度所得税 ・R 7 年度消費税 ・R 7 年度法人税
	小計	4,350,000	
計		213,447,000	

令和 8 年度企画提案募集要領(案)

1 趣旨

XR・メタバース等産業展実行委員会（以下、「実行委員会」という。）は、デジタル空間の利用拡大等を契機に、東京が強みを持つコンテンツ産業の振興を図ることで、都内経済の活性化を図るとともに、産業のすそ野拡大や新たなクリエイターの育成につなげていくことを目的とし、XR・メタバース関連やコンテンツ等の多様な事業者が一同に会し、業務提携等によるビジネスの拡大や販路開拓等の商談等を行う場となる展示会「TOKYO DIGICONX 2027（第 4 回 TOKYO XR・メタバース&コンテンツビジネスワールド）」（以下、「本展示会」という。）を開催します。

ついては、下記に本展示会に係る企画提案を募集し、審査により、評価の高い提案をしたものから順に受託者候補とし、実行委員会において受託者を決定します。

2 委託内容

別添「委託仕様書」及び選定された企画提案内容を踏まえて、実行委員会と受託者との協議により、企画提案内容を反映させた仕様書を作成し、委託内容とします。

3 契約期間

契約確定日の翌日から令和 9 年 3 月 31 日（水曜日）まで

4 契約予定額

160,000,000円（消費税及び地方消費税を含む）

5 応募要件

応募にあたっては、応募者又は提案する運営体制に含まれる主要な事業者が、以下のすべてを満たすことが必要です。

(1) 以下のすべての事項に該当すること。

ア 令和 8 年 5 月 1 日時点において、東京都における令和 8 年度物品買入れ等競争入札参加有資格者として、営業種目 120「催事関係業務」または営業種目 134「企画立案支援」に登録があり、等級「A」又は「B」に格付けされていること。

イ 展示会等の催事に関する運営実績があり、かつ本展示会を担当する者がその担当実績・ノウハウがあること。

ウ セキュリティに関する認証（ISO27001/ISMS）、個人情報保護に関する認証（プライバシーマーク）又はそれに準ずる認証等を法人として保有していること

(2) 以下のいずれにも該当しないこと。

ア 地方自治法施行令第 167 条の 4 の規定に該当するもの

イ 東京都から指名停止措置を受けているもの

ウ 会社更生法、民事再生法等に基づき更生又は再生手続きをしている法人

6 応募方法

本企画提案に応募する際は、別紙1「応募届」及び「添付書類」を令和 年 月 日（ 曜日）正午までに、「14 応募・問合せ先」宛て、電子メールにて送付してください。

受領が確認できましたら、折り返し電子メールにてお知らせします。期限までに応募届の提出がなかった場合は、いかなる理由があっても企画提案への参加ができないものとします。

なお、押印のある応募届の原本は、 月 日（ 曜日）までに持参又は郵送〔必着〕してください。

7 企画提案募集に関する質問・回答

上記6により応募した事業者は、本企画提案募集要領及び仕様書に関する質問がある場合は、 月 日（ 曜日）正午までに、「14 応募・問合せ先」宛て、電子メールによりご連絡ください。

原則として、全ての応募者に対して、その回答を 月 日（ 曜日）までに電子メールによりご共有・連絡します。

8 応募の辞退

本企画提案の応募を辞退する場合は、 月 日（ 曜日）正午までに別紙2「辞退届」の原本を持参又は郵送にて提出してください。

なお、辞退届を提出せずに、企画提案書の提出がない、又は企画選定委員会を欠席した場合は、今後、本展示会の企画提案に参加できないものとします。

9 企画提案書等の作成・提出

(1) 提出書類

ア 会社概要（パンフレット可） 1部

※ 提案する運営体制に含まれる主要な事業者の会社概要についても提出してください。

イ 企画提案書（サマリー、経費内訳、仕様書「【様式1】事業運営体制申請書」を含む） 4部（正1部、副3部）

※ 応募者のほか、運営体制に含まれる主要な事業者を含めて、1社1提案とすること

※ 副3部には応募者名を記載しないこと

※ 応募者及び運営体制に含まれる主要な事業者に係る展示商談会の運営実績を記載すること（オンライン開催も含む）

※ 企画提案の概要をまとめたサマリーを別途添付すること（提案企画の事項に沿った形にてA3版で3枚までとする）

※ 提案企画の事項ごとの金額及び合計金額がわかる経費内訳を別途添付すること

(2) 提出期限

令和8年 月 日（ 曜日）正午〔必着〕

(3) 提出方法

上記「9(1)提出書類」及びそのデータを格納した「DVD-R(1枚)」を、下記「14 応募・問合せ先」まで郵送又は持参にて提出してください。郵送の場合、到着が提出期限を過ぎたものは無効としますので、発送日や郵送期間に注意してください。また、未着防止のため、発送した旨を「14 応募・問合せ先」まで電話で連絡してください。持参の場合、受付時間は平日9時から12時及び13時から17時45分の間とします(但し、最終日は平日9時から12時まで)。

(4) 企画提案書の作成方法

- ア 原則A4版横向き、横書きとしてください。ただし、図面等、必要に応じてA3版を折り込むことは問題ありません。
- イ **正1部は応募者名を表紙に記入し、副3部には応募者名を記入せずに提出**してください。なお、表紙以外においても、応募者名や応募者名が特定又は類推されるような表現を用いないで作成してください。
- ウ 提案する具体的企画については、仕様書記載の「4 業務内容詳細」の(1)～(14)の事項ごとに順を追って記載するとともに、別紙3「審査のポイント」を参考にしてください。また、必要に応じて、「オフライン」と「オンライン」を分けて記載してください。
- エ 提案する具体的企画は、提案する予定経費で実施可能な企画のみを記載してください。契約後、天災や感染症の感染拡大等の状況変化や実行委員会による指示があった場合を除き、企画提案書に記載した企画が実施できないことが判明した際は、契約変更を行い、契約金額を減額することになりますので、ご注意ください。
- オ 経費の積算にあたっては、すべての企画を応募者の経費負担により実施することを前提にしてください。
- カ 提案する運営体制において、実行委員会の構成団体を運営事業者の協力団体又は構成員とする記載や、当該団体との関係の深さ等のアピールを行わないで下さい。

10 企画選定委員会の開催

- (1) 日 時 **令和8年 月 日 (曜日)** **<予定>**

※時間等の詳細は、**月 日 (曜日)** までに電子メールにてご連絡します。

- (2) 会 場 東京都庁舎内会議室

- (3) 説明者 4名まで

※応募者及び運営体制に含まれる主要な事業者の社員に限ります。

- (4) 所要時間 30分(説明15分、質疑応答15分)

(5) 説明方法

- ア 事前に提出した企画提案書に基づき、プレゼンテーション及び質疑応答を行ってください。プレゼンテーションに必要な機材等は、企画提案者が各自用意してください。
- イ プレゼンテーションは、原則として応募者の社員かつ受託した際に本業務委託を担当する社員が行ってください。ただし、提案する運営体制に含まれる主要な事

業者の社員による補足説明は問題ありません。

- ウ プレゼンテーションは必ず、所定の時間内で行ってください。時間を超過した場合、途中であっても打ち切らせていただきます。
- エ 応募者名や説明者名が特定又は類推されるような表現を用いずにご説明ください。
- オ 企画選定委員会当日、審査員に対して追加資料を配布することはできません。

(6) 選定方法

プレゼンテーション内容及び事前提出書類に基づき、厳正な審査を行い、最も評価の高い提案をしたものから順に受託者候補順位を決定します。

その後、実行委員会の審議を経て、受託者を決定します。ただし、選定に当たっては、実行委員会が定めた仕様書の内容を満たしていることを条件とします。

なお、**応募多数の場合は、提出された企画提案書をもとに事前審査を行い、プレゼンテーション参加者を選定**します。

11 選定結果通知

審査の結果については、プレゼンテーションに参加したすべての応募者に文書で結果を通知します。なお、企画選定委員会による審査や実行委員会における審議の内容に関する質問は一切受け付けませんので、御了承ください。

12 契約締結

受託者として決定した場合、その提案内容を実行委員会において検討・調整のうえ、実施の可否や追加実施事項、実施方法等を決定し、仕様書を修正した上で委託契約を締結するものとします。

13 その他

- (1) 企画提案応募にかかる費用は応募者の負担とします。
- (2) 企画提案書作成に当たって、第三者の著作権等に抵触する恐れのあるものは、応募者の責任において適正な処理をしてください。
- (3) 応募書類は理由の如何を問わず返却しませんので、あらかじめ写しをとる等の措置をお願いします。
- (4) 選定された際は、速やかに応募者内で、本業務の実施運営体制及び緊急時の連絡体制を整備し、「14 応募・問合せ先」へ書面にてご連絡ください。
- (5) 期限までに企画提案書の提出がない、企画選定委員会の無断欠席、選定後の辞退等、不誠実な対応があった場合は、本件への参加を認めません。また、今後の公募その他においても一切参加を認めません。

14 応募・問合せ先

X R・メタバース等産業展実行委員会事務局

(東京都産業労働局商工部経営支援課内)

163-8001 東京都新宿区西新宿二丁目8番1号 東京都庁第一本庁舎20階北側

電 話：03-5000-7806 (直通)

E-mail：S0000481@section.metro.tokyo.jp

令和 年 月 日

XR・メタバース等産業展実行委員会
委員長 殿

会社名
所在地
代表者職氏名

印

応 募 届

当社は、「TOKYO DIGICONX 2027（第4回TOKYO XR・メタバース&コンテンツビジネスワールド）」に係る企画提案に応募します。

- 1 担当者 ※今後、連絡窓口となる方についてご記入ください
所属部署
氏 名
電 話
E-mail

2 応募要件の確認

- (1) 東京都の令和8年度物品買入れ等競争入札参加有資格者として、営業種目120「催事関係業務」または営業種目134「企画立案支援」に登録があり、「A」又は「B」に格付けされていることが分かるもの（競争入札参加資格審査結果通知書の写し）を提出してください。
- (2) 運営実績のある展示会等の催事の名称、開催日、来場者数をご記入ください。
(別紙可)
- (3) セキュリティに関する認証（ISO27001／ISMS）、個人情報保護に関する認証（プライバシーマーク）又はそれに準ずる認証等を法人として有していることが分かるもの（ISO27001／ISMSの認証を受けていることを証する書類の写し、プライバシーマーク登録証の写し又はそれに準ずる認証等の写し）を提出してください。

令和 年 月 日

XR・メタバース等産業展実行委員会
委員長 殿

会社名
所在地
代表者職氏名

㊞

辞 退 届

当社は、「TOKYO DIGICONX 2027（第4回 TOKYO XR・メタバース&コンテンツビジネスワールド）」に係る企画提案を辞退します。

- 1 担当者
所属部署
氏 名
電 話
E-mail
- 2 辞退理由

評価項目	評価の視点
1 事業計画・事業体制・事業趣旨	
(1) 適切な事業運営計画	・ 提案する内容について、仕様書に記載されるスケジュールでの実施が可能であるか。
(2) 確実な事業の執行管理体制	・ 業務全体の管理方法と執行体制は整っているか（場所・人員配置等）。 ・ 外部からの問い合わせに円滑に対応できる実施体制となっているか。
(3) 事業趣旨に沿った提案	・ XR/メタバース等に係る展示会を実施することで、都内経済の活性化や産業の裾野拡大という事業目的に沿った提案内容となっているか。
2 広報展開・情報発信	
(1) 出展企業へ向けた周知（提案力・発信力）	・ 業界の調査・分析を踏まえ、仕様書で規定した広報媒体等に基づいた提案がされているか（具体性、広範囲度合等）。
(2) 来場者へ向けた周知（提案力・発信力）	・ 仕様書で規定されている広報媒体等に基づいた提案がされているか（具体性、広範囲度合等）。
(3) 提案内容の実現性	・ 提案する出展企業や来場者を想定できているか（具体性、確度等）。 ・ 過去に同様の広報実績があるか。
3 展示会全体の企画・運営及び展示商談会の実施	
(1) 展示会の企画提案内容	・ 仕様書に基づいた提案となっており、展示会の趣旨や対象に合致した魅力あるレイアウトやデザイン（会場及びブース）であるか（回遊性・臨場感等）。 ・ 仕様書に記載されている運営が可能かどうか。 ・ ノウハウや過去の実績に基づいているか（具体性、実現性等）。

評価項目		評価の視点
	(2) 出展者向け事前説明会・商談活性化に向けた取組の実施	・ 出展事業者のスキルアップや出展効果を高めるための支援企画が提案されているか。 ・ 出展事業者の販路拡大等の成果につながる取組が可能かどうか。
4 ピッチイベントの実施		
	(1) ピッチイベントの企画提案内容	・ 仕様書で規定されているテーマに基づいたイベントが提案されているか（具体性、実現性等）。
	(2) 申請受付・審査体制	・ 提案したイベントを開催するための広報手法/受付体制/審査体制等が提案されているか（具体性等）。
5 セミナー・ワークショップ及び体験企画の実施		
	(1) セミナー・ワークショップの企画提案内容	・ XR/メタバース関連技術等の現状や課題等を踏まえ、理解促進や今後の活用につながる企画になっているか。
	(2) 体験企画の企画提案内容	・ 一般来場者からビジネスとしてかかわる方まで、それぞれの対象や興味の度合いに応じて、興味を持って、楽しめると共に、理解が深まる企画になっているか。

委 託 仕 様 書

1 委託業務の件名

TOKYO DIGICONX 2027 (第 4 回 TOKYO XR・メタバース&コンテンツビジネスワールド)
企画・運営等に係る業務委託

2 契約期間

契約確定日の翌日から令和 9 年 3 月 3 1 日まで

3 履行場所

XR・メタバース等産業展実行委員会が指定する場所

4 事業目的

XR・メタバース等産業展実行委員会（以下、「実行委員会」という。）は、デジタル空間の利用拡大等を契機に、東京が強みを持つコンテンツ産業の振興を図ることで、都内経済の活性化を図るとともに、産業のすそ野拡大や新たなクリエイターの育成につなげていくことを目的とし、XR・メタバース関連やコンテンツ等の多様な事業者が一同に会し、業務提携等によるビジネスの拡大や販路開拓等の商談等を行う場となる TOKYO DIGICONX 2027 (第 4 回 TOKYO XR・メタバース&コンテンツビジネスワールド) (以下、「展示会」という。)を開催する。

本委託では、展示会の周知、出展企業の確保、展示会の企画・運営、実行委員会との調整等を行っていくものとする。

5 委託内容

別添「委託詳細」のとおり

6 納入物件

- (1) 業務計画書（基本計画書・実施スケジュール・広報戦略）
- (2) 展示会の全体計画書
- (3) 事業ホームページに係る電子データ（DVD-R）
- (4) 展示会周知に使用した広報物
- (5) 出展者向け事前説明会実施時資料
- (6) 展示会企画詳細書・運営マニュアル
- (7) 展示会リーフレット
- (8) 展示会実施結果に係る分析・報告書
- (9) 実行委員会及び事務局議事録

- (10) 別紙2「電子情報処理委託に係る特記仕様書」において定めるもの
- (11) 来場者・出展企業等へのアンケート様式及び実績報告書
- (12) その他実行委員会が必要と認めるもの

＜提出について＞

- ・提出期日は仕様書に特段の定めのあるものを除き、各年度末の最終開庁日とする。
- ・(4) 以外についても、紙資料の他に電子データ（DVD-R等）を提出すること。

7 作成物の帰属等

- (1) 本委託契約により作成した成果物の著作権、版權等についての一切の権利は実行委員会に帰属する。ただし、本委託契約により作成した成果物において、受託者が従前から有していた著作物及び第三者が権利を有するパッケージソフト等の著作権は、受託者または当該第三者に保留されるものとする。
- (2) 本事業の遂行に当たって第三者の著作権等に抵触するもの及び抵触する恐れのあるものについては、受託者の責任と費用により適正に処理するものとし、成果物は著作権等について処理済のものを使用する。なお、著作者人格権は行使しないものとする。
- (3) 本業務に当たり、第三者から著作権、特許権、その他知的財産権の侵害の申し立てを受けた場合、委託者の帰責事由による場合を除き、受託者の責任と費用により適正に処理するものとする。
- (4) その他、本契約に係る知的財産の取扱いについて必要があるときは、協議のうえ、定める。

8 貸与物品等の取扱い

- (1) 委託業務を行うために必要となる実行委員会保有の資料等については、必要の都度、受託者に貸与する。
- (2) 受託者はその貸与品について、善良な管理者としての注意義務を持って適正に保管及び管理しなければならない。
- (3) 受託者は、貸与品である文書、物品及びデータ等について実行委員会から返還の指示があった場合、必要がなくなった場合又は契約が終了した時は、速やかに実行委員会に返還しなければならない。

9 企画提案書の取扱い

本委託契約の締結に先立ち提出された「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、当該企画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。

10 個人情報の取扱い

受託者は、別紙1「個人情報に関する特記仕様」に準じ、遵守すること。

11 秘密情報の取扱い

受託者は、出展事業者等に関する情報（以下、「秘密情報」という。）については、以下のとおり取り扱う。

- (1) 受託者は、秘密情報について、当該業務の遂行の目的のみに利用するものとし、それ以外の目的に利用してはならない。
- (2) 受託者は、実行委員会が事前に書面により承諾した場合を除き、秘密情報の全部又は一部の複写又は複製を行ってはならない。
- (3) 受託者は、本業務を遂行するにあたり、秘密情報について厳格に管理し、秘密情報を知る必要のある者以外に開示してはならない。
- (4) 受託者は、秘密情報の目的外の仕様、紛失、廃棄、漏洩等の危険に対して、実行委員会の指定等に従った対策を取らなければならない。
- (5) 受託者は、前号の対策に加え、自己の責任において合理的な安全対策を講じ、秘密情報を知る必要のある者以外の者が参照、複製等の利用ができないよう、適正に保管しなければならない。
- (6) 受託者は、秘密情報について、本業務を完了したとき及び実行委員会が指定した場合は、直ちに秘密情報を廃棄又は消去しなければならない。

12 再委託の取り扱い

- (1) 本委託業務は、委託業務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。ただし、予め書面により、実行委員会の承認を得たときにはこの限りではない。
- (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。
- (3) 本委託業務等の再委託先である協力会社は、都の競争入札参加資格者である場合、指名停止期間中及び排除措置中であってはならない。

13 不正な利益供与等の禁止

- (1) 受託者は、本契約に関し、国内外問わず、何人に対しても、自ら又は第三者を通じて、営業上の不正の利益を得る目的で、金銭、接待、贈答その他名目を問わず、何らかの利益を供与し、又はその約束若しくは申込み等をしていないことを表明保証し、将来にわたりしないことを誓約する。
- (2) 実行委員会は、受託者が前項の規定に違反した場合、相手方に催告をすることなく直ちに本契約の全部又は一部を解除することができる。
- (3) 実行委員会は、受託者が(1)の規定に違反している懸念が生じた場合は、随時調

査を実施し、相手方に対して調査への協力及び資料の提出を求めることができる。この場合において、相手方は、調査に合理的な範囲で協力し、その範囲内で要請を受けた資料を提出しなければならない。

(4) 受託者は、(1) に違反した場合、直ちに実行委員会に通知しなければならない。

(5) 受託者が(1) に違反したこと、又は(1) に違反している懸念が生じ、それにより本契約を継続しがたい状況が生じたことが原因で実行委員会が本契約を解除したとき、実行委員会は、当該解除により受託者に生じたいかなる損害の賠償義務も負わないものとする。

(6) 本条は、契約の終了後も引き続き3年間効力を有するものとする。

14 委託料の支払方法

契約金額は、委託業務完了後に支払うものとする。

15 その他

(1) 本委託業務の実施に当たっては、条例、規則、関係法令等を遵守すること。

(2) 受託者は、本委託契約の実施に当たり、本業務の内容を理解し、業務・技術に関する十分な知識及び経験を有する要員を確保すること。また、作業日程及び業務の適切な遂行を図るために必要な事項については、適宜実行委員会と協議すること。

(3) 受託者は、本事業により知り得た内容を本事業の目的外において第三者に提供してはならない。本契約終了後も同様とする。

(4) 受託者は、本事業を自己の責任において行うこととし、被った損害について実行委員会に対して賠償を請求しない。また、受託者は、本事業の実施にあたり、故意又は過失により実行委員会又は出展者事業者等に損害を与えたときは、自身の責任で賠償する。

(5) 本委託仕様書に定める事項のほか、別紙2「電子情報処理委託に係る特記仕様書」を遵守すること。

(6) 本委託仕様書の内容に疑義が生じた場合及び記載のない事項については、その都度実行委員会側と協議のうえ、処理するものとする。

(7) 電力需給ひっ迫に伴い節電等が求められた場合に備えて、装飾等の一部照明を消灯できる設計（展示会等の運営に必要不可欠な設備は除く）やLEDを活用するなどの会場設備の設計、体制の整備等を行うこと。

16 連絡先

XR・メタバース等産業展実行委員会事務局

（東京都産業労働局商工部経営支援課内） 電 話：03-5320-4887

委 託 詳 細

1 展示会開催概要

(1) 日程及び開催場所（予定）

【設 営】令和9年1月11日（月曜日）及び12日（火曜日）の2日間

【会 期】令和9年1月13日（水曜日）から1月15日（金曜日）の3日間

※開催時間は、実行委員会と協議のうえ、決定する。

【場 所】有明 GYM-EX

（東京都江東区有明1丁目10-1）

※施設利用料（電気・空調・通信回線等の料金を除く）は実行委員会が負担する

(2) 展示会主構成

展示会は、展示会・商談会、ピッチイベント、セミナー・ワークショップ、参加型体験企画の4項目から主に構成されるものとする。

2 委託概要

本委託は、展示会の開催にあたり、必要となる以下の業務等を委託するものである。

◆業務の進行管理

- 実施運営体制の整備
- 基本計画・実施スケジュールの作成
- 実行委員会の運営補助

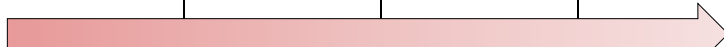
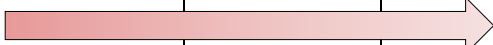
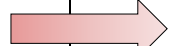
◆展示会の広報・PR活動及び出展企業の確保

- 広報媒体の作成及びPR計画・展開
- 出展企業の確保
- プレイベントの実施
- 出展申請受付

◆展示会の企画・運営

- 全体企画・運営
- 展示・商談会
- ピッチイベント
- セミナー・ワークショップ
- 参加型体験企画

3 業務スケジュール（案）

業務項目／月	6月～7月	8月～9月	10月～11月	12月～1月	2月～3月
実施運営体制の整備					
基本計画・実施スケジュールの作成					
実行委員会の運営補助					
広報媒体の作成及びPR計画・展開					
出展企業の確保					
プレイベントの実施			 11月下旬頃を想定		
出展申請受付		 募集・事前審査  出展者向け事前説明会			
全体企画・運営	 企画・調整				 
展示・商談会	 企画・調整		 出展者フォロー		
ピッチイベント	 企画・調整	 募集・事前審査			
セミナー・ワークショップ	 企画・調整				
参加型体験企画	 企画・調整				

4 業務内容詳細

◆業務の進行管理

(1) 事業運営体制の整備

受託者は、本事業の企画・運営を効果的に行うため、業務の履行に必要な人員を確保し、XR・メタバース等産業展運営事務局（以下、「運営事務局」という。）を設置するとともに、「【様式1】事業運営体制申請書」を作成のうえ、提出すること。

また、出展者（検討者含む）、来場者及びメディア等に対する本事業の問い合わせ窓口を設け、本事業専用の電話回線1つ以上、メールアドレス1つ以上を用意し、外部問い合わせに対して常時対応できる体制を整備すること。対応記録も作成し、週1回の定例ミーティングにて状況を報告すること。

(2) 基本計画・実施スケジュールの作成

ア 基本計画・方針等の作成

受託者は、本業務全体の運営に係る基本的な考え方・方針を定めるとともに、事業目的及び別表1の指標達成に向けた実施計画を策定し、契約締結後、速やかに実行委員会の承認を得ること。

イ スケジュール作成

契約確定後から契約期間終了までの業務スケジュールを作成し、契約締結後、速やかに実行委員会の承認を得ること。

ウ 業務の進行管理

実行委員会の承認を得た実施計画を具体化し、スケジュールに基づき、効率的に業務を遂行するための進行管理を行うこと。なお、受託期間中、週に1回程度、定例ミーティングを開催し、進捗の報告や検討事項を実行委員会へ報告・提案し、指示を仰ぐこと。また、定例ミーティングの前日までに議事及び資料を提出し、実施後は速やかに議事録を作成のうえ、実行委員会へ提出すること。

(3) 実行委員会の運営補助

受託者は、実行委員会の開催にあたり、各委員との日程調整・開催連絡・資料の作成補助や送付等を行うこと。また、実行委員会が指定する実行委員会に事務局補助として参加し議事作成等を行い、委員会終了後も各委員に対して議事や委員からの要望を受けた各種対応等を行うこと。

◆展示会の広報・PR活動及び出展企業の確保

(4) 広報媒体の作成及びPR計画・展開

受託者は、以下の方策等を駆使して、出展企業・来場者に本事業の周知を行うこと。

ア 展示会キャッチコピーの提案

展示会のイベントコンセプトを「デジタルコンテンツ×AI」に設定する。受託者は、イベントコンセプトに沿ったキャッチコピーを3案程度提案すること。キャッチコピーは、本イベントの目的や対象を明確にすると共に、参加メリット・限定感を訴求する内容とすること。提案内容については、意匠権・著作権・商標権等他者

の権利を侵害していないことを確認すること。なお、展示会キャッチコピーの最終的な決定は、実行委員会と協議のうえ、決定すること。

イ 展示会のキービジュアルの作成

受託者は、イベントコンセプト及びイベントキャッチコピーを考慮し、先端技術やコンテンツ分野を扱う展示会に相応しいキービジュアルを3通り考案し、提案すること。うち1つ以上はイラスト調とし、展示会へ誘うイメージを想起させるものとする。提案内容については、意匠権・著作権・商標権等他者の権利を侵害していないことを確認すること。なお、キービジュアルの最終的な決定は、実行委員会と協議のうえ、決定すること。

ウ 広報戦略の策定

より多くの関連事業者や都民等が展示会に関心を持ち、参加するよう、過年度実績を分析の上、訴求対象、広報手法、時期等を十分検討した広報戦略を策定し、実行委員会の承認を得ること。広報戦略は、XR・メタバース等関連の出展企業・来場者を中心とした訴求だけでなく、XR・メタバース等への参入・活用・関心を抱く事業者及び一般都民にも訴求を行い、各種メディアにおいて幅広く取り上げられ、パブリシティ効果の高いものとなるよう工夫すること。

エ ホームページの構築・運営

公式WEBサイト (<https://xr-meta-biz.tokyo/>【ドメイン取得済み】) について、前年度運営事業者から引き継ぎのうえ、令和8年度開催に関する案内・内容を実行委員会指定の期日までに、作成・公開し、令和9年3月31日まで運用すること（パソコンに加えてスマートフォン、タブレットからの閲覧を可能とすること）。

受託者は、現行のホームページを分析した上で、コンテンツ、構成、機能、掲載項目、掲載情報を整理し、ユーザーが利用しやすいサイトとなるように必要な改修を行うこと。また、SEO対策を行い、検索されやすいサイトとすること。デザインについては、アで作成したキービジュアルを使用すること。

また、受託者は、一般的な検索エンジンが提供するアクセス集計サービスを利用し、アクセスデータの集計を行うこと。アクセス状況を踏まえた上で、アクセスを増やすために有効な手法を助言、提示するとともに、実行委員会の承認を得た上で、必要な作業を行うこと。加えて、上記の集計及び分析結果を任意の様式により、簡潔明瞭な（グラフ化など）資料にて実行委員会に報告を行うこと。報告時期については別途実行委員会と協議し、決定すること。アクセス分析に使うソフトは「GA（グーグルアナリティクス）」を基本とするが、それ以外の場合は同等の分析ができるものを使用すること。

さらに、サイト維持に当たっては、受託者の経費及び責任において必要なサーバを調達の上、構築・運営するとともに、別紙1「個人情報に関する特記仕様」及び別紙2「電子情報処理委託に係る特記仕様書」を順守すること。

なお、本契約終了後、翌年度のホームページの運営については、実行委員会と別途調整・契約のうえ、原則運営を行い、次期運営事業者決定後に必要な引継ぎを行うこと。

【本サイトの条件】

a サーバスペック

CPU 4コア以上、メモリ 8GB以上、ディスク容量 100GB以上の要件を満たすこと。

b OS

商用で販売されている製品であり、パッチプログラムの速やかな提供など、委託期間を通してメーカーから責任あるサポートを受けられるものであること。

c ウィルスチェック及びウィルスソフト定義ファイル更新

サーバには、最新のウィルスや不正アクセスのプログラムによる侵入を監視し、遮断・駆除等の適切な対応ができるウィルス対策ソフトを導入し、常に最新の定義ファイルに更新すること。

d 暗号化通信設定

(a) ウェブサイトは常時SSL化するものとし、SSLサーバ証明書(DV認証)を取得し、必要な設定作業を行うこと。

(b) サーバへのリモート保守を行う場合は、SSH等で暗号化通信を徹底すること。

e アクセス制御

アクセス元IPアドレスによるアクセス制限を設定可能とすること。

f バックアップ

サーバ内のデータを常時バックアップし、必要に応じてリストアできる機能を設定すること。

g データ転送量

データ転送量は無制限とすること。

h 施設要件

(a) 耐震・防火・空調設備の整ったデータセンター内等に設置され、安定した設備環境が確保されていること。

(b) サーバの設置場所は、適切な入退室管理が行われており、許可されたものの以外の入室ができない措置がとられていること。

i 点検・保守

本サイトを構成するサーバ等の機器等について、システムの稼働状況やサービス状況、不具合や異常、不正アクセスやマルウェア感染及びそれらの兆候等をチェックする検査を月に1回以上定期的に実施すること。

j セキュリティ対策

本サイトを不正アクセスやマルウェア感染等から守るため、脆弱性等のセキュリティ情報を入手し、サーバ等に対して、セキュリティ監視、最新パターンファイルへの更新、パッチプログラム適用、バージョンアップなど、遅滞なく必要な対策を講じること。

K 対応ブラウザ等

Chrome、Edge、Safari、Firefoxの最新バージョンで表示チェックを行い、正常に表示できる状況を確認すること。また、別紙3「東京都公式ホームページ作成に関する統一基準（令和5年4月）」を遵守すること

Ｌ 対応言語

原則、日本語、英語の２か国語に対応したページ作成を行うとともに各種登録フォームについても日本語、英語に対応したものとすること。なお、出展者が用意する商材等はその限りではない。

オ SNS

展示会公式SNS【X（旧 Twitter）、Facebook、Instagram 等】を前年度運営事業者から引き継ぎ、実行委員会の承認を受けた広報戦略に基づく頻度により、各種告知や募集、企画内容等のPRに努めること。また、公式のハッシュタグを指定し、参加者等に活用を促す等、積極的なPRを実施すること。特にXについては、展示会や出展企業等を周知するためのリポストキャンペーンを実行委員会に複数回提案のうえ、実施すること。必要な景品については受託者が用意すること。

受託者は、SNSの効果測定を行い、適宜運用の改善を図ること。なお、測定の頻度・時期については、実行委員会に協議の上、決定すること。

カ プレスリリース

受託者は、関連事業者や都民に対して本展示会を広く周知できるように、展示会開催公表時・プレイベントの開催概要公表時・展示会出展事業者募集時・企画詳細公表時・実施結果公表時等の機会において、受託者（自社）による媒体または実行委員会が指定する媒体等を通じて５回程度プレスを行うこと。

なお、告知日時や内容は、実行委員会と協議し、承認を得た上で実施すること。

実行委員会又は都が報道関係者等へ取材案内を行う際は、別途受託者からも本展示会を広報展開しえるメディアリストを実行委員会に提出し、取材案内を依頼すること。また、実行委員会又は都がプレスや取材案内を行う際は、関係者からの情報や素材の収集・提供など、資料作成に協力すること。取材案内時には、プレスの整理等にスタッフを配置すること。

キ ポスター・リーフレット等

本展示会の効果的な広報を目的として、費用対効果等も勘案しながら、展示会周知ポスター・リーフレットを作成し、多様な来場者があるように配布を行うこと。デザイン案については２案以上提示するほか、作成部数や配布先についても実行委員会の承認を得て実施すること。また、出展が決定した企業にもリーフレット等を配布し、取引先にも周知してもらうよう働きかけること。

ク PR動画の制作・放映

展示会の認知度向上、集客を図るためのPR動画（15～30 秒）を制作し、街頭ビジョンや様々な施設に設置されるデジタルサイネージ、動画サイトにおける広告など、効果的な媒体を活用し、放映すること。なお、PR動画の内容、放映・配信媒体、放映期間については、実行委員会に協議すること。

ケ WEB 広告

インターネットなどを活用し、リスティング広告やディスプレイ広告、SNS 広告などを複数回行うこと。実施に当たっては、事前に実行委員会の承認を得ること。また、WEB 広告の成果（アクセス数）については都度分析を行い、実行委員会と協議のうえ、必要があれば軌道修正を行うこと。広告展開終了後、実行委員会

に実績報告を行うこと。

コ 公式アンバサダーの活用

展示会の開催・実施内容のPRを目的に、公式アンバサダーを活用した施策を行うこととし、候補者を実行委員会に提案すること。候補者については、来場促進に寄与し、展示会当日にパフォーマンス等のステージイベントの実施が可能な人物等を3者以上提案すること。また、実行委員会からアンバサダー候補の追加依頼があった場合、その候補も追加すること。提案後、公式アンバサダーとして2者選任することとする。ただし、選任するアンバサダーについては、実行委員会と協議のうえ、決定することとする。

サ メディアパートナー

本展示会のメディア支援をするパートナーを2社程度提案し、実行委員会の了承を得た上で、展示会のPRを実施すること。メディアパートナーの媒体（テレビ、新聞、雑誌、オンライン等）は問わないものとする。また、後述するピッチイベントの優勝者のPRも行うこととする。

シ 展示会関連者への広報の働きかけ

出展者、ステージ登壇者及びアンバサダー等に対し、各自が保有するSNS等において当展示会のPRについて発信してもらえるように働きかけをすること。その際には、必要な情報素材を合わせて提供すること。

ス 過年度展示会来場者への周知

受託者は、実行委員会から過年度に来場者の情報をもらい受け、過年度来場者に対して複数回メールにてイベント案内を送付すること。

セ 来場者登録の進捗管理

受託者は、来場者登録数を日毎に集計し、実行委員会に報告すること。来場者登録数が計画よりも伸びない場合などは、進捗に応じて追加の広報策を検討し、実行委員会に協議の上で、実施すること。

ソ その他

その他効果的な広報・PR活動を実行委員会に提案すること。また、本展示会と同時期に開催が予定されている他のイベント等と連携して一層の集客を図ること。その際は、他のイベント主催者等との調整を行うこと。

(5) 出展企業の確保

受託者は、以下の方策等を駆使して、本展示会に出展するフリーランス・スタートアップ（以下、「SU」という。）・中小企業等（詳細は「(7) 出展申請受付」を参照）を発掘すること。発掘に際し、出展営業計画リストを作成し、週次の定例ミーティングで営業状況を実行委員会に報告すること。出展営業計画リストは、実行委員会の指示を仰ぎながら、随時更新していくこと。

ア 出展者募集チラシによる周知

多くの出展企業を確保するべく、費用対効果等も勘案しながら、出展者募集チラシ及びチラシ配布先リストを作成すること。配布先は、実行委員会と協議のうえ、多様な企業からの申請があるように独自のルーツを活用しつつフリーランス・

S U・中小企業を中心とするだけでなく、関連団体、インキュベーション施設、大学、大企業等も含め 30,000 部以上配布を行うこと。なお、チラシのデザイン案については 2 案以上提示した上で、実行委員会の判断を仰ぐこと。

また、実行委員会から別途、（公財）東京都中小企業振興公社が発行する広報誌「Tokyo BizBeat」等へ、印刷物等の封入の依頼があった場合には、その指示に従うこと。

イ 関連産業系媒体への周知

X R、メタバース、A I、Web3、コンテンツ等の関連産業系媒体のうち、費用対効果等を勘案しながら、宣伝効果が高い媒体に対して記事掲載等を行うこと。なお、周知については、実行委員会の承認を得て実施すること。

ウ 関連団体・施設・企業等への営業

受託者は、独自のルートを活用して関連団体、インキュベーション施設、大企業、大学及び金融機関等から 5 箇所程度、直接的に本展示会の周知を行い、各機関が支援するフリーランス・S U・中小企業の紹介を受け、直接的に本展示会への出展を促すことで出展企業の確保に努めること。

エ WEB 広告

インターネットなどを活用し、リスティング広告やディスプレイ広告、SNS 広告などを行うこと。受託者は実行委員会から事前に掲載媒体について了承を受けること。また、WEB 広告の成果（アクセス数）については都度分析を行い、実行委員会と協議のうえ、必要があれば軌道修正を行うこと。広告展開終了後、実行委員会に実績報告を行うこと。

オ 過年度出展者等へのアプローチ

受託者は、実行委員会から過年度出展者の情報をもらい受け、過年度出展者に対して郵送・メール・電話等の手段にて、出展案内を送付すること。過年度出展者以外にも、実行委員会が提供する都事業採択リストの企業等にも案内を行うこと。

また、過年度出展者も含めて、潜在的に展示会出展者になりえる企業等に対して、出展募集開始前の段階から、出展アプローチを行うため、本展示会出展への機運醸成を促進する取組を提案すること。

カ 出展募集説明会の開催

以下に基づき、出展を検討している企業等向けに事前説明会を実施すること。

- a 実行委員会と協議の上で、日時・場所・実施方法(オンライン可)を決定し、実施に必要な場所・機材等を確保すること。
- b 説明会の内容については、撮影・編集した上で常時閲覧可能な状態で後日アーカイブ配信すること。なお、編集・配信に係る費用は本委託料に含まれるものとする。
- c その他、参加者の満足度を高めるためのプログラムを説明会の開催に合わせて実施すること。実施に当たっては内容等を提案し、実行委員会と協議の上決定すること。

キ ダイレクトマーケティング

受託者は、類似の展示会やイベントに参加する事業者にコンタクトを取り、直

接的に本展示会への出展を促すことで出展企業の確保に努めること。

ク その他

その他効果的な広報・PR活動を委員会に提案すること。また、実行委員会から宣伝効果の高い媒体への周知や、都の事業のメールマガジンへの周知を依頼された場合、対応すること。

(6) プレイベントの実施

本展示会の認知度向上・来場促進につながるプレイベントを実施すること。イベントの構成はメディア向けの展示会の企画詳細発表をベースとし、合わせて出展企業向けの企画（機運醸成セミナーやネットワーキングイベント（飲食等の用意を含む）等）を実施すること。機運醸成セミナーを除き、原則東京eスポーツフェスタ2027のプレイベントと合同開催とする。企画内容については、実行委員会と協議のうえ、決定すること。プレイベントの企画に際しては、メディア向け発信リストを作成し、取材案内を行うこと。プレイベント開催後には、公式WEBサイトにてアーカイブ動画を配信すること。会場の確保及び当日の動画撮影は東京eスポーツフェスタの受託事業者の負担にて行うものとし、受託者は密に連携すること。なお、当展示会側で手配する出演者・登壇者に係る謝金・調整費用及びセミナーに係る費用、その他当展示会側で必要と判断したものに係る費用については、受託者にて負担すること。プレイベントに必要な資料については、実行委員会と協議のうえ、受託者の責任で用意すること。

(7) 出展申請受付

受託者は、以下のとおり出展者の申請受付を行うこと。

ア 対象及び出展料

都内外に所在する、関連産業に係るコンテンツ事業者（アニメ、ゲーム、映像、音楽等）、XR関連事業者（AR/VR等）、メタバース関連事業者（メタバースプラットフォーム等）、Web3・AI等関連事業者（ブロックチェーン、NFT、AI等）、イベント関連事業者、会場・施設運営者及び上記分野に関する個人事業者、クリエイター、業界団体等とする。

また、基本仕様に係る1出展事業者1小間あたりの出展料は、以下のとおりとする。なお、中小企業、大企業、協賛団体の1小間の広さは、3m×3mとし、クリエイター（個人）の1小間はその1/2～1/3程度の広さとする。

基本仕様の制作を含む下記記載のメニューの実施等に係る経費は、本委託業務の契約金額に含むものとし、出展料を充当しない。

<想定事業者数及び出展料>

対象	想定事業者数	出展料（税込）
中小企業（SU）	30事業者程度	77,000円
中小企業・団体等（上記を除く）	140事業者程度	77,000円
クリエイター（個人）	100名程度	16,500円
大企業	15事業者程度	165,000円
協賛企業	15事業者程度	無料

- ※SU：革新的な技術やビジネスモデル等によって、社会変革をもたらす企業
- イ 出展者申込みページの作成
- a 出展希望者が出展申込みを行うための出展者申込みページを公式ウェブサイト上に作成すること。また、出展方法（通常出展、共同出展等）についても選択可能とすること。なお、審査資料提出フォームを併せて設けること。
 - b 言語表記は日本語及び英語とし、切り替え可能とすること。
 - c 出展申込み完了時に、申込みを受け付けた旨のメールを申込み者に自動返信すること。なお、申込み者のウェブ環境等により返信メールが不着の場合は、運営事務局より適当な方法で内容を伝えること。
 - d 実行委員会が定める申請要件を満たしているか審査すること（出展者選考）。
 - e 出展申込者の情報を把握するため、実行委員会が出展者の申込情報を随時確認できるよう、管理者用のウェブサイトを設け、Excel 形式のリストをダウンロードできるようにすること。
 - f 出展確定後、出展申込み以外のオプションメニューの申込みを受け付けること。なお、受付に当たり、オプション申込フォームを設けること。
- ウ 出展料の徴収
- 出展者への請求業務は運営事務局にて実施するとともに、確実に徴収すること。また徴収した出展料は、実行委員会が開設する預金口座により管理すること。なお、請求書の発行は実行委員会において実施する。
- エ 早期出展申込者の確保
- 受託者は、出展申請期間において、出展申請受付区分を3区分程度設けること。また、早期出展申込者を確保するための施策を提案すること（出展一次申請者限定で装飾オプションを1点無料にするなど）。

◆展示会の企画・運営

（8）全体企画・運営

XR・メタバース等に係る産業振興を図るため、当展示会各企画の統一感・一体感を持たせると共に、実行委員会ならではの特徴あるイベントとなるよう、テーマ・開催コンテンツ・会場レイアウト及び装飾・オンライン施策等を以下に基づき企画し、実行委員会に協議のうえ、実施すること。

なお、案内サイン、印刷物等を作成する際、「東京都カラーユニバーサルデザインガイドライン（東京都福祉保健局）」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。

ア 会場運営

a レイアウト・装飾・設営

有明GYM-EXの会場は、企画内容を踏まえ、臨場感が味わえ、回遊性が高く、来場者が安全かつ楽しめるレイアウト・装飾を企画し、イメージのわかるパース図により実行委員会と協議のうえ、決定すること。また、当日までに企画したレイアウトとおりに会場を設営すること。

b ステージの設置・運営

実行委員会と協議のうえ、ピッチコンテスト、主催者企画のセミナー、ワークショップ等を行うためのステージを2つ以上設置し、運営スタッフを配置すること。なお、設置する全てのステージにおいて会期中は全期間稼働することを前提とする。また、全てのステージにおいて投影用のビジョンを用意のうえ、ライブ配信ができる設備も整えること。

c 案内サインの設置

有明 GYM-EX 来場者の利便性を考慮し、東西エントランス付近（場外）及び会場内に適宜案内サインを設置すること。設置においては、有明 GYM-EX の規定を遵守するとともに、経費が必要な際は受託者の負担とする。

d 資材等の調達

上記 a から c を実施するために必要な資材や電力、通信容量等を受託者の負担により調達するとともに、各企画の運営に必要な照明・音響・通信設備等の設営・原状回復を行うこと。なお、メインイベントの有明 GYM-EX（付帯設備を含む）の施設利用料（電気・空調・通信回線等の料金を除く）についてのみ、実行委員会の負担とする。

e 来場者対応

来場受付ブース、来場者アンケート景品抽選コーナー、出展者検索コーナー等を適切な場所に配置・設営すること。また、ICT 技術を活用するなど、来場受付業務やマッチング、アンケートをスムーズに行えるよう工夫すること。

来場受付は、会場入口でQRコードの読み込み方式とし、来場者数のカウントを行うこと。

メインイベント会期中は、開催時間中のほか、前後1時間程度、来場者の受付や問い合わせに対応する窓口を設置し、人員を配置すること。

f 会場案内スタッフの配置

メインイベント会期中は、開催時間中のほか、前後1時間程度、屋外からの動線上、会場出入口付近及び会場内において来場者等に対する案内・誘導を行うスタッフを配置すること。

g 保安・警備

メインイベント会場における設営から原状回復まで、安全かつ遅滞なく企画を行えるよう、各プロセスにおいて必要な保安・警備体制を実行委員会と協議のうえ、整備すること。また、不慮の事故等に備え、イベント保険に加入すること。

h 清掃業務

メインイベント会場における設営から原状回復までの各日、清潔かつ整理整頓された会場を保つため、清掃を行うこと。

i 託児所、授乳室、救護室等の設置

メインイベントにおける来場者の利便性を図るため、託児所（保育士配置）、授乳室、救護室（看護師配置）等を適切に設置・運営すること。

j 業務スタッフ管理

各企画等に適した人材を配置するとともに、円滑な進行、安全な運営に配慮

した適切な対応ができるよう、業務スタッフに対して研修等の教育を行うとともに、当日の配置管理を行うこと。また、業務スタッフの休憩時間・休憩場所を設けるなど、適切に管理すること。

k 控室の設置

ステージ登壇者、各企画出演者、実行委員会関係者、事務局等が休憩や打合せを行うための控室を用意すること。有明 GYM-EX に付帯する控室だけで足りない場合は、受託者の負担にて会場内に個室の控室を設営すること。

l 登壇者等の対応

ステージ企画の登壇者や会場内の主催者企画に係る出演者等については、出迎えや見送り、移動のアテンドを行うとともに、必要に応じて茶菓の提供を行うこと。また、プレス関係者及び来場 V I P 等についてもプレスルームや専用スペースを確保すること。

m パンフレットの作成

会場内のマップ及びステージスケジュール、展示会の出展事業者名及びその出展内容、その他企画の内容が分かるパンフレットを作成し、配布すること。作成にあたっては、デザインや掲載内容を事前に実行委員会に協議すること。

n 会期中における連携

会期中、受託者との連携・情報共有のため、トランシーバーを用意すること。トランシーバーの系統及び用意する数については、実行委員会に協議の上、決定すること。

o 会期中におけるお弁当の用意

会期中、実行委員会関係者用のお弁当を用意すること。用意する数については、受託者が実行委員会関係者に事前に確認すること。また、お弁当等の提供に当たっては、安全性に十分配慮すること。

p キッチンカーの設置

来場者の利便性向上を図るため、会場内にキッチンカーを 2 台以上設置すること。キッチンカーの選定に当たっては、実行委員会に協議の上、決定すること。

イ その他

a マニュアル・進行台本の作成・提出

展示会全体の運営に係る実施内容やスケジュール、役割分担、業務手順、緊急時の対応想定等を記載した運営マニュアルを作成し、実行委員会の承認を得た上で各種企画を実施すること。また、ステージを使用する企画については、進行台本を作成・提出し、実行委員会の承認を得た上で運営すること。

b 各種申請等

展示会開催に必要な資格・認証・許可等の取得手続きは、受託者の責任において適切に行うこと。なお、費用が発生する場合は、受託者の負担とする。また、実行委員会が展示会実施に係る申請や届け出を行う場合は、書類の準備に協力するとともに、必要に応じて提出に同行すること。

c 開会式の実施

会期の初日に開会式を企画・提案し、実行委員会の承認を得て実施すること。
また、開会式の様子はライブ配信を行うこと。

d 来場者数等の集計、アンケートの実施

各企画の参加者数、来場者数、公式WEBサイトページビュー数、配信視聴数の集計・分析を行い、実行委員会の求めに応じて報告すること。また、来場者及び展示会出展事業者に対して、アンケートを実施し、集計・分析結果をとりまとめ、会期終了後1か月以内に実行委員会へ報告すること。また、出展事業者に対しては、会期終了後にフォローアップ調査を行い、商談の継続・成立状況を確認すること。なお、実施企画の内容に応じて、実行委員会が追加でアンケートの実施を指示する場合がある。

加えて、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会期終了後概ね1週間以内に実行委員会へ報告すること。

e 協賛の募集

展示会をより魅力あるものとするための企画内容の充実を目的として、協賛を募ること。なお、協賛募集にあたっては、下記条件を満たすこと。

- (a) 広く募集すること
- (b) 協賛内容は、資金、物品、企画とする。
- (c) 協賛内容に応じた露出等の条件を実行委員会と協議のうえ、決定し、募集用の案内資料を作成すること。ただし、原則、イベント名称に協賛事業者名等を付記することはできない。
- (d) 協賛を希望する事業者は、実行委員会と契約を締結し、実行委員会指定期日までに、資金協賛の場合は実行委員会指定口座への振り込みを行い、物品協賛の場合は協賛物品を納品し、企画協賛の場合は企画を実施すること。
- (e) 収集した協賛金はいったん実行委員会の収入となり、これを原資として、本仕様に定めのない新たな企画等の運営のため、実行委員会と受託者との間で別途覚書等を取り交わすこととする。

(9) 展示・商談会

ア 出展者向け事前説明会の開催

以下に基づき、出展者向け事前説明会を実施すること。説明会の日時は出展募集状況を考慮し、実行委員会事務局と協議のうえ、日時・場所・実施方法(オンライン可)を決定し、実施に必要な場所・機材等を確保すること。

また、説明会終了後、公平性を担保しつつ出展位置を決定すること。なお、出展位置の決定については、実行委員会と協議のうえ、決定する。

- ・説明会の内容をオンラインでのライブ配信、または撮影・編集したうえで常時閲覧可能な状態で後日アーカイブ配信すること。なお、編集・配信に係る費用は運営事務局が負担をすること。
- ・出展者向けに出展スキルの向上を図る施策を企画し、出展者に提示すること。

イ 企業展示ブースの設置・撤去及び周辺環境の整備

受託者は、各出展分野、特別展示企画等の区分けによりゾーニングを行い、実行委員会と協議のうえ、次に掲げる出展企業に関する基礎小間等の標準装備・注意事項を踏まえ、企業展示ブースの設置・撤去及び周辺環境の整備を提案し実施すること。

基礎小間の標準装備

- ・バックパネル・サイドパネル（白色パネル）
- ・パラペット（H300mm）
- ・出展製品 PR ボード（W1,200mm×H300mm）
※黒文字ゴシック：小間数に関係なく1箇所（角小間は2箇所）
- ・突き出し社名板（W420mm×H300mm）
- ・蛍光灯（1小間につき2灯）
- ・パンチカーペット（約9㎡）
- ・長机（W1800mm×D600mm×H700mm）※設置個数は小間数を上限とする。
- ・折りたたみ椅子2脚（1小間につき2脚）
- ・コンセント（2口1個）
※100V 交流単相2線式10A：設置個所は小間数を上限とする。

注意事項

- ・クリエイター（個人）小間の標準装備は上記に準じて、実行委員会と別途協議すること。
- ・動線を踏まえ、来場者の巡回に差が出ないように十分な回遊性が見込めるよう、工夫を示すこと。
- ・実施に必要な什器、備品及び消耗品の調達を行うこと。
- ・出展ブースの電気、電話及び給排水設備の設置について調整を行うこと。
- ・上記に付帯するその他の工事についての調整を行うこと。
- ・実行委員会に参画する団体の出展については、別途実行委員会メンバーと調整のうえ、ブースデザイン等を企画し、施行すること。
- ・実行委員会が指定する事業ゾーン【3事業90小間程度を予定】（以下、「パビリオン」という。）については、別途各事業に沿ったゾーン及びブースのレイアウトを設計のうえ、デザインを企画して、各事業の担当者と調整のうえ、施工すること。
- ・出展者と来場者の商談スペース及び休息スペースを複数個所設営し、無線LANを使用できる等の良好な休息環境を整備すること。なお、そのうち一カ所はモバイル端末等の充電ができるスペースとし、カフェテリアとして来場者に飲料を提供し、休憩できるスペースを設けること。

ウ 出展者サポート

受託者は、全ての出展者（一般申込、協賛、パビリオン、実行委員会関連等）が円滑に出展準備を進められるように、定期的・計画的に必要な情報発信を行うこと。また、出展者が来場者を誘致できるように広報ツールを提供すること。

エ 出展ページの整備

受託者は、次の事項に基づき、出展ページを提案して作成すること。

a 検索ページ

(a) 閲覧者が目的の出展者を検索するためのページを作成すること。また、キーワード検索、カテゴリ検索等の機能を設け、閲覧者が目的の出展者に簡易的に到達できるよう工夫すること。

(b) 検索ページ内で出展者分野ごとにソートできる機能を設けること。

(c) 出展者の一覧は、出展者名、出展者又は出展商品に関する画像等が表示されること。

b 個社ページに関すること

(a) 出展者名、出展者情報および出展商品の紹介文とその写真、PR動画再生機能、出展者への問い合わせフォーム、アンケート機能等が同一ページ内に表示される個社ページを全出展者分作成すること。

(b) 来場者が、出展商品等の資料を任意にダウンロードできること。

オ 商談の活性化に向けた取り組みの実施

受託者は、出展者とマッチング率の高い企業・団体等を招聘した上で、会期中の商談スケジュールを組むこと。実施に当たっては、事前に招聘企業のリストを実行委員会へ提出すること。

その他、マッチングコンシェルジュの設置や、出展者同士の商談機会の創出や、特別商談会の実施等、商談が増えるような施策を実行委員会に提案・協議の上、実施すること。

カ ネットワーキングイベントの実施

受託者は、出展者がビジネス交流を目的として参加できるネットワーキングイベントを会期初日の閉場後に会場で実施をすること。出展者同士の交流だけでなく、当該分野との連携に関心の高い大企業やSU等を招待することも可能とする。またネットワーキングイベントには参加者向けに軽食を用意すること。

なお、本企画の趣旨に合致し、目的を達成することが可能と認められる場合は、他団体主催イベントを活用することも可能とする。

(10) ピッチイベント

受託者は、ピッチ大会やピッチコンテスト等のイベントを企画し、実行委員会に提案すること。

ア テーマ

展示会イベントコンセプト及びイベントキャッチコピーを考慮し、テーマを提案すること。

イ 募集・申請受付

ピッチイベントへの出場要件は、原則本展示会への出展者であり、かつ都内に本店または支店（個人は住民票）を擁して実質的に都内に根差して営業活動を行う事業者・個人とする。受託者は、展示会への出展者募集に合わせて、効果的な広報手段を用いて提案したピッチイベントへの出場者も募集をすること。

また、募集した企業をオンラインにて申請受付するためのシステム及び体制を整

備すること。募集要項、申請に関する申請様式及び必要書式等は実行委員会と協議のうえ、受託者が作成すること。

ウ 事前審査

受託者は、専門的な技術的知見を有する有識者や、金融機関・ベンチャーキャピタル（以下、「VC」という。）等の投資家視点を持つ者等に事前審査を委嘱し、展示会にて実施するピッチイベントへの出場者を選抜すること。審査委員の選定や、事前審査の結果については、実行委員会に事前に承認を得ること。

エ ピッチイベント

受託者は、展示会のステージにてピッチイベントを運営すること。専門的な技術的知見を有する有識者や、金融機関・VC等の投資家視点を持つ者等に審査を委嘱し、ステージ進出者を決定すること。また、資金提供者又は協業先等事業連携者となりえるVC・エンジェル・事業会社・大学関係者等をオーディエンスとして、3者程度集めること。イベントの運営内容については、必ず実行委員会と協議すること。

オ 賞金の支払い等

受託者は、展示会后、ピッチイベントの受賞者に対して、賞金の支払いや副賞等についての受け渡しを行うこと。賞金については、別途実行委員会が別途用意する。その他イベント出場者と上記オーディエンスのマッチングが可能な場合は、その顔つなぎをすること。

(11) セミナー・ワークショップ

展示会来場者（以下、「来場者」という。）に対して、XR、メタバース、AI、Web3等への興味・関心を喚起し、理解促進を図ることに加えて、ビジネスパーソンが実践的な学びを得ることを目的として、セミナー・ワークショップを企画し、実行委員会に協議のうえ、実行すること。

セミナーは、原則として、会期中は全期間、両ステージにおいてタイムスケジュールに空きが出ないように実施すること。また、実行委員会で企画するセミナーについても、指定する登壇者や業界団体等と連携のうえ、内容を調整すること。

ワークショップは、対話型セッション形式・最新プロダクトやナレッジに触れて使えるスキルをアップデートする講座形式であるかは問わない。また、出展者を巻き込んだ内容とすることも可とする。

なお、実行委員会が企画するセミナー・ワークショップの講師謝金についても、本委託内容に含むものとする。

(12) 参加型体験企画

企業だけでなく、都民等の一般来場者も含む全ての来場者に対して、XR・メタバース等の認知度及び魅力向上を図り、文化・産業の振興を目的とし、複数の参加型体験コーナーを企画し、実行委員会に協議のうえ、展示会会期中の会場内に専用のスペースを設けて実施すること。実施の際は、各種体験企画の説明・指導を行うスタッフを配置すること。

なお、提案する参加型体験企画のうち、メイン企画については、集客に寄与する内容（キラーコンテンツ）とすること。

(13) ステージイベントの実施

受託者は、前述の企画のほか、メインステージ等を活用したステージイベントを企画・運営し、集客を図ること。

ただし、本展示会の開催趣旨に合致すると実行委員会が認めるものに限る。

(14) その他

ア 来場記念品及び回遊施策

展示会への来場者確保を目的として、来場記念品等を、企画・作成のうえ、展示会にて配布すること。その他、来場者が会場内を効果的に周遊するためのスタンプリーマー等の方策を提案すること。回遊施策の副賞を用意し、ガラガラ抽選会を開催する等して、来場者の参加を促すこと。

イ 実行委員会が指定するイベント

実行委員会メンバーと連携のうえ、展示会を盛り上げるためのセミナー・ワークショップまたは参加型体験企画を企画・運営すること。なお、その際の講師謝金や設営費用等は本委託費に含むものとする。

他に、実行委員会が指定する業界団体と調整し、音楽系の企画等を実施すること。必要に応じて、DJの演奏やダンスミュージック等の音楽系イベントが実施できる設備を会場内に整えること。アーティスト等の出演料は本委託料に含むものとする。

ウ 展示会の搬入・搬出

有明GYM-EXの規約を遵守した上で、搬入・搬出作業を行うこととし、出展者をはじめとする関係者にも周知・徹底を図ること。また、本展示会の会期終了後、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。

なお、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。

エ 実績報告書の作成・提出

契約締結後からイベント当日、事後の広報露出確認や出展事業者等のフォロー等までの各種実施経過、結果及び記録写真・動画を含む制作物一式、広報実績（公式WEBサイト等アクセス数、記事掲載紙面・放映動画等のデータ及び広告換算等）、アンケート結果「(8) ウd項」等を取りまとめるとともに、準備から展示会終了までの様々な課題等を踏まえ、当初設定した実施計画における成果目標等の評価・検証を行い、次回の効果的な実施につながる提案を記載した報告書を作成のうえ、契約期間満了日に完成版を他の提出物とともに提出すること。

オ 展示会出展企業・展示会来場者にとって魅力あるコンテンツの提案

受託者は、本仕様書に定める事項以外についても、展示会出展企業・展示会来場者にとって魅力あるコンテンツの提案を、実行委員会と協議のうえ、実施することが可能である。

目標達成に向けた指標

本展示会実施への提案に係る目標数値については、以下の通り。

○展示会のべ来場者数：約10,000 人
(会期中 3 日間ののべ人数)

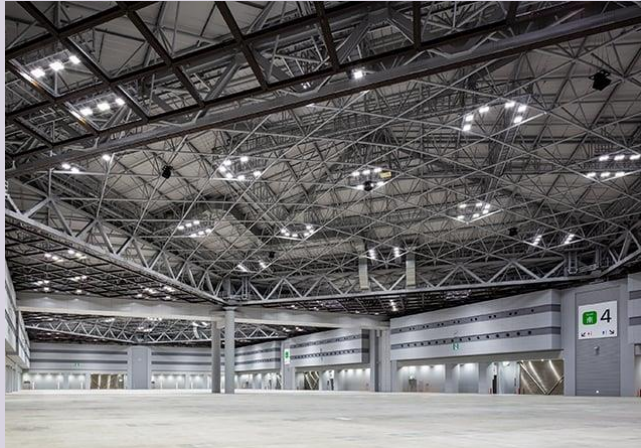
○出展事業者数：【企業】 200 社、【個人事業主等】 100 者、計 250 小間

○出展者満足度：平均スコア 3.5 点以上

○来場者満足度：平均スコア 3.5 点以上

○公式 SNS 総フォロワー数：20,000 人（会期中）

○平均商談事業者数：20 者

項目/事業名	有明GYM-EX	東京ビッグサイト南展示棟3・4ホール
利用料金	【GYM-EX】 各1,930,000円/日 × 1ホール × 5日間 + 消費税 = 10,615,000円	【南3・4ホール】 各1,900,000円/日 × 2ホール × 5日間 + 消費税 = 20,900,000円
展示面積	約9,400㎡ (1F: 約79m × 約119m)	10,000㎡ (南3・4ホール)
最寄り駅	【ゆりかもめ】有明テニスの森駅 徒歩5分 【りんかい線】国際展示場駅 徒歩17分	【ゆりかもめ】東京ビッグサイト駅 徒歩3分 【りんかい線】国際展示場駅 徒歩7分
その他	・全日23時までの利用	大規模改修工事により、以下休館が発生 【全館】2027年1月から2027年2月中旬まで
イメージ		

企画提案方式について＜参考 2＞

○ 企画提案方式とは

高度な知識・専門的な技術や創造性、構想力等が要求される業務等について、公募により複数の者から具体的な手段・手法や運営方法等の**提案を受け**、その中から、地方公共団体が調達する業務等の**目的に最も適した手段・手法等を提示した事業者**を選定する契約手続

○ 入札方法の比較

項目/入札方式	企画提案方式	総合評価方式	一般競争入札
契約目途額	提示額を事前公表	非公表	非公表
入札方法	提案書	提案書＋金額	金額
落札者の決定	最良の提案をした者	技術点と価格点の合計が最も高い者	最も低い価格を入札した者

◆調達する内容が具体的に特定できており、品質の向上を図る場合 ⇒ 総合評価方式
◆調達に当たりどのようなアイデア・手法を用いて履行するのかを提案をしてもらう必要がある場合 ⇒ 企画提案方式

○ 当事業において企画提案方式を採用する理由

- ・本事業は、TOKYO DIGICONX(以下、「展示会」という。)の企画・運営を委託するものである。
- ・本委託においては、**①展示会の提案/運営/開催、②展示会への出展者/来場者の確保**について、**高度な専門性**が求められる。
- ・その役務の調達については、特定すべきではなく、**事業者によるアイデアや手法等の提案が適していることから、企画提案方式を採用する。**

仕様書の概要について<参考 3>

○ 開催概要

- (1) 日程及び開催場所（予定）
 - 【会期】令和9年1月13日（水曜日）～15日（金曜日）
 - 【場所】有明GYM-EX
- (2) 展示会主構成
展示会は、**展示会・商談会、ピッチイベント、セミナー・ワークショップ、参加型体験企画**の4項目から主に構成

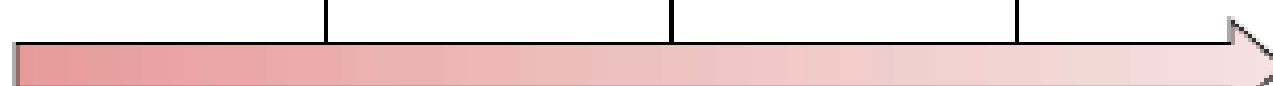
○ 委託概要

大項目	小項目
業務の進行管理	実施運営体制の整備
	基本計画・実施スケジュールの作成
	実行委員会の運営補助
展示会の 広報・PR活動 及び 出展企業の確保	広報媒体の作成及び計画・展開
	出展企業の発掘
	プレイベントの実施
	出展申請受付
展示会の 企画・運営	全体企画・運営
	展示・商談会
	ピッチイベント
	セミナー・ワークショップ
	参加型体験企画

仕様書の概要について

○ 委託業務スケジュール(予定)

3 業務スケジュール (案)

業務項目／月	6月～7月	8月～9月	10月～11月	12月～1月	2月～3月
実施運営体制の整備					
基本計画・実施スケジュールの作成					
実行委員会の運営補助					
広報媒体の作成及びPR計画・展開					
出展企業の確保					
プレイベントの実施			 11月下旬頃を想定		
出展申請受付		  出展者向け事前説明会		募集・事前審査	
全体企画・運営	 企画・調整				 
展示・商談会	 企画・調整		 出展者フォロー		
ピッチイベント	 企画・調整	 募集・事前審査			
セミナー・ワークショップ	 企画・調整				
参加型体験企画	 企画・調整				

仕様書の概要について

○ KPI

変更：赤色

項目	数値
展示会延べ来場者数	約10,000人
出展規模	約250小間
出展者満足度	平均スコア 3.5 点以上（5 点満点）
来場者満足度	平均スコア 3.5 点以上（5 点満点）
公式SNS総フォロワー数	20,000人
平均商談事業者数	20者

○ 前年度からの主な変更点

内容	主な変更点	
会期・会場の 変更	★昨年度よりも 1 W後倒し。All平日開催に ★会場を有明GYM-EXに変更	
展示会テーマ 及びキャッチ コピーの設定	★展示会のイベントコンセプトを「デジタル コンテンツ×AI」に設定 ★イベントコンセプトに沿ったキャッチコ ピーを策定	
出展者数確保 に向けた強化	★出展募集開始前	の段階から、DIGICONX出 展への機運醸成を促進する取組を実施
ビジネスプロ グラムの強化	★ワークショップ（対話型セッション形式や 講座形式を想定）や、特別商談会の実施等につ いて明文化	
会期中日の閉 場後のステー ジ活用	★来場者数の向上を目的として、会期中日の 閉場後にメインステージ等を活用したナイト ステージの企画・運営項目を追加	
来場者の利便 性向上	★キッチンカーの設置を明文化	

TOKYO DIGICONX 2027の開催決定について

XR・メタバース等産業展実行委員会は、XR、メタバース、AI、Web3、コンテンツ等に関連する都内産業の更なる活性化を図ることを目的として、関連する事業者が一堂に会す「TOKYO DIGICONX（TOKYO XR・メタバース&コンテンツビジネスワールド）」を令和5年度から開催しています。

この度、令和8年度の開催が決定しましたのでお知らせします。

概 要

◆イベント名

TOKYO DIGICONX 2027

（第4回TOKYO XR・メタバース&コンテンツビジネスワールド）

◆会期

令和9年1月13日（水曜日）～15日（金曜日）

◆会場

有明GYM-EX（東京都江東区有明1丁目10-1）

◆主催

XR・メタバース等産業展実行委員会

【構成】東京都、（一社）XRコンソーシアム、

（一社）Metaverse Japan、東京商工会議所

出展事業者の募集開始は7月以降を予定しております。
その他情報についても当HP等で発信して参ります。
是非、ご出展・ご来場ください。

昨年度の様子



【問い合わせ先】

XR・メタバース等産業展実行委員会事務局
（東京都産業労働局商工部経営支援課内）
電話03-5000-7806