

産業交流展企画提案募集要領

産業交流展実行委員会（以下「実行委員会」という。）では、首都圏中小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国内最大級の総合見本市である産業交流展（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、全国の中小企業のビジネスチャンス拡大を支援する。

1 委託内容等の概要

産業交流展 2025 委託仕様書及び企画提案内容のとおりとする。ただし、受託者の負担を増やさない範囲において、委託内容を調整することがある。

2 委託契約金額（予定）

236,600,000円（税込）

※契約金額は、委託業務完了後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（35,101,000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：リアル展 526 小間程度、オンライン展 20 社程度）

（参考2 産業交流展 2024 における出展料収入：約 35,300,000円）

※本委託契約は、東京都議会において、令和7年度の本事業に係る予算が可決・成立した場合に、令和7年4月1日に締結するものとする。

3 応募方法

令和7年2月5日(水)から2月28日(金)正午まで【厳守】に「応募届」を産業交流展実行委員会事務局（メールアドレス S0000473@section.metro.tokyo.jp）宛てに、電子メールで送付すること。

なお、「応募届」提出以降のスケジュールについては、以下「5. その他（5）」を参照すること。

4 企画提案募集の概要

（1）前提条件

① 企画提案について

別添の「産業交流展 2025 委託仕様書」に適合した企画提案であること。

② 企画提案書作成時の著作権等について

企画提案書の作成にあたり、第三者の著作権等に抵触する可能性がある場合には、応募者の責任において適正に処理を行うこと。

③ 感染症対策について

政府方針等を踏まえた、感染症対策を講じること。

④ ユニバーサルデザインについて

印刷物、オンライン展示会等を作成する際、「東京都カラーユニバーサルデザインガイドライン

(<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。

(2) 企画提案項目

産業交流展の実施に係る企画について、以下の項目を踏まえつつ、①～③の順で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提案を行うこと。

※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。

- ・リアル展示会およびオンライン展示会それぞれのメリットやデメリットを考慮すること。
- ・オンライン展示会は、出展者や来場者の IT リテラシーに関わらず直感的に理解可能な構成で提案すること。

① 全体構成

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、実行委員会が別途指定する目標数値（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。

② キービジュアル・デザイン

産業交流展の目的や本提案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。

③ 具体的な方策

出展者・来場者広報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、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）を達成するために以下の考え方を示すこと。

ア 出展者募集

- 出展者募集活動の具体的かつ効果的な方法を示すこと。ターゲットとな

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、各方法によりどの程度の出展者数が見込まれるのかを記載すること。

- リアル展示会向け及びオンライン展示会向けの施策に分けて示すこと。

イ 来場者広報

- 各出展分野やテーマ展示など、ターゲットとなる来場者層を明確にし、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活動・来場誘致活動について具体的な提案を行うこと。
- リアル展示会については、特に関東圏からの来場を誘致する取組を具体的に示すこと。
- リアル展示会向けおよびオンライン展示会向けの施策に分けて示すこと。
- 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が可能な宣伝ツール（販促物、WEB・SNS用データ等）を提案すること。

ウ 出展者支援

- 商談件数達成に向けた、出展者の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示すること。
- 単なるイベントで終わるだけでなく、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を企画すること。
- リアル展示会向けおよびオンライン展示会向けの施策に分けて示すこと。

エ マッチング

（ア）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。

（イ）会期中

- 出展者と来場者が効果的にマッチングでき、目標とする商談件数を達成するよう、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）

(ウ) 会期後

リアル会場での会期終了後も、オンライン展示会上で商談が可能となる仕組を提案すること。

オ 会場レイアウト・造作等（リアル展示会）

- 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・ゾーニングを提案すること。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。
- 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。
- なお、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【仕様書別紙2】を参照のこと。

カ リアル展示会イベント等

(ア) 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参加型企画等を企画すること。
- 多くの来場者を誘致するため、各日1名以上、知名度・集客力の高い講師を招聘すること。
- 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、オンライン展示会で配信することを前提として企画提案すること。

(イ) 出展者交流会

- 初日の展示会終了後、出展者同士の取引促進・情報交換を目的とした会を企画すること。

(ウ) 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。

(エ) 特別商談会

- 発注者のターゲット層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。

(オ) 各同時開催展との連携

- 同期間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企画を提案すること。特に相互の来場者を誘致する施策について提案すること。

キ オンライン展示会

- (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のできる機能の提案をすること。また、検索項目も併せて提案すること。
- (エ) オンライン上でリアルタイムのコミュニケーションが実施できる仕組みを提案すること。
- (オ) 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（来場者の訪問履歴等）も併せて提案すること。
- (カ) 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、どういった手法でコンテンツを改善できるか提案すること。
- (キ) 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。
- (ク) オンラインでの参加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。
- (ケ) 共通のID等で、リアル展示会への入場およびオンライン展示会へのログインが可能となる仕組みを企画提案すること。

ク 効果検証

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。

ケ 運営体制

(ア) 運営体制

目標の達成に向けて実現可能性が高い運営体制、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）に対する考え方及び体制等について提案すること。

(イ) 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。

(ウ) 概算見積書

企画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、オンライン展示会製作費、会場運営関係費、宣伝広告関係費、事務管理費

(3) 提案方法及び選定方法

1社1提案とする。

令和7年3月19日(水曜日)(会場、開始時間等は別途連絡)、プレゼンテーションは1社15分間、その後15分間程度の質疑応答を実施する(予定)。ただし、応募者多数の場合は、実行委員会による書類審査を行い、プレゼンテーション審査に進む提案者を選定することがある。

- ① 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すること。
- ② 提案書の評価審査は本業務に関して精通する「企画選定委員会」が行い、一定基準以上の企画評価点を得た者から最も高い者(1社)と契約する。
- ③ 実行委員会は、審査で決定した候補者との間で、委託業務に関して必要な業務を行う。なお、審査結果を踏まえ、提案内容の変更を求める場合がある。
- ④ 候補者との協議が合意に至った場合は契約の手続きに入るが、合意に至らなかった場合は次に順位の高い提案者を受託者とし、必要な協議を行う。
- ⑤ 状況に応じ、オンラインによる審査や全て書面での審査とすることがある。

(4) 応募要件

- ① 東京都財務局の競争入札参加有資格者名簿(催事関係業務)で入札格付けがA若しくはBであり、又は令和3年度以降に東京ビッグサイトで開催した産業交流展と同規模の展示会の運営実績があること。
- 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

(5) 審査結果通知

審査後、企画提案応募者に対し、審査の結果を速やかに通知する。

(6) 選定された受託業者の責務

選定された受託業者は、実行委員会と協議し、実行委員会との間で委託契約を締結することとする。

(7) 応募に係る経費の負担

この応募に係る経費は応募者の負担とする。また、提案時に提出された企画案、資料等返却しないものとする。

(8) 提案募集要領に関する質疑

募集要領に関する質疑は令和7年3月5日（水曜日）正午までに、下記の「6. 問い合わせ先」宛へメール（様式は任意）により行うこと。また、締切後一括回答する。

(9) その他

プレゼンテーションの際には、厳正な審査を実施するため、応募者名が分かるような表現をしないこと。また、過去の実績等についても触れないこと。（違反した場合には選定対象から除外する。）

5. 提出書類

(1) 提出書類

- ① 会社概要
- ② 応募者の主要実績を例示した書類
- ③ 企画提案書
- ④ 企画提案書（サマリー版）

企画選定委員会の評価項目に基づく下記の重要事項については、必ず記載すること

「3 企画提案募集の概要 (2) 企画提案項目 ③ 具体的な方策」における 該当項目	内容
ア 出展者募集	出展者募集活動の具体的かつ効果的な方法
イ 来場者広報	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（広報展開）
	大企業等を対象とした広報活動・来場誘致活動 出展者が来場誘致するために活用が可能な宣伝ツール
エ マッチング	会期中に実施する商談を誘発する仕組み
オ 会場レイアウト・造作等（リアル展示会）	主催者企画ゾーン①企業交流支援ゾーン（体験エリア）における「本展展示の目玉となるような

	優れた中小企業の製品などの体験型の展示」 主催者企画ゾーン②スポーツゾーンにおける「世界陸上やデフリンピックに関連し、中小企業でも活用可能な製品・サービス等を体験型の展示」及び「人材の定着や“健康経営”等の課題解決に向けた中小企業従業員の健康促進等につながる取組の情報提供に関する展示等」
ク 効果検証	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）

- ⑤ 3（4）①後段の過去の受託実績要件に基づく応募する場合は、要件を満たしていることが確認できる契約書等の書類（②で足りる場合は、提出は不要）

（2）提出部数・提出方法

（1）の①、②及び⑤は各1部、③及び④は各10部を、令和7年3月14日（金曜日）正午（必着）までに下記の「6. 問い合わせ先」住所に持参又は郵送すること。また、持参の場合の受付時間は平日9時から12時、13時から17時45分の間とする（ただし、最終日は平日9時から12時まで）。さらに、①から④すべてを収めたDVD-Rを1枚、書類の提出と合わせ、提出すること。

なお、郵送の際は、未着防止のため、送付した旨を「6. 問い合わせ先」まで電話で連絡すること。

（3）提出書類の作成方法

- ① （1）の①及び②は別冊とし、③は1冊にまとめ、表紙を付けて提出すること。
- ② （1）の②には、これまでの実績の中で産業交流展と類似した企画に関する実績をA4版1ページ程度に記載すること。また、過去にオンライン展示会の実績がある場合、開催内容がわかるもの（スクリーンショット等）を提出すること。なお展示会URLがある場合はそれを印刷し、併せて提出すること。
- ③ （1）の③・④のうち、1部には応募者名を表紙に記入し、残り9部には応募者名を記入せずに提出すること。
- ④ 提案書類は基本的にA4版、横長、横書きとすること。ただし、特に必要な場合には、A3版を折り込んでも構わない。
- ⑤ （1）の③・④のうち展示会の名称は「産業交流展2025」とすること。
- ⑥ （1）の③のうち、「概算見積書」は、企画案についての必要経費を項目ごとに積算を行ったうえ、総額を計上すること。
- ⑦ （1）の④はA3版2枚程度で作成すること。

5. その他

- (1) 出展料収入は、実行委員会の収入とする。
- (2) 東京ビッグサイト西展示棟1・2ホールの令和7年11月25日(火曜日)から11月28日(金曜日)までの使用に係る、会場借上費については、実行委員会が直接、株式会社東京ビッグサイトに対して支払うため、委託料には含めない。
- (3) (2)以外の光熱水費、待機場の使用料、空調費並びに会議室使用料及びエントランス、コンコース、アトリウム等共用部の使用料等については、受託業者の負担となる。
- (4) 応募を辞退する場合には、令和7年3月12日(水曜日)17:00までに辞退する旨を記載した書類を代表者名により提出すること。
- (5) 応募・提出に関するスケジュール
※詳細については、本要領に記載の各項目を参照すること。

日時	内容
令和7年2月5日(水)	募集開始
令和7年2月28日(金)正午	「応募届」提出期限
令和7年3月5日(水)正午	質疑提出期限
令和7年3月12日(水)17:00	辞退申請期限
令和7年3月14日(金)正午	「企画提案書」等の提出期限
令和7年3月19日(水)	企画選定委員会(プレゼンテーション) ※開始時間は別途連絡

6. 問い合わせ先

産業交流展実行委員会事務局(東京都産業労働局商工部調整課内)

〒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

電話番号 03(5320)4672(直通)

E-mail S0000473@section.metro.tokyo.jp