

産業交流展 2022 企画提案募集要領

産業交流展 2022 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 2022（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 2022 委託仕様書（案）及び企画提案内容を踏まえて、実行委員会と運営事業者との協議により決定する。

2 委託契約額（予定）

215,000,000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。

上記の金額は、出展料収入により変動する可能性がある。

3 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 2022 委託仕様書（案）」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 新型コロナウイルス感染症対策について

産業交流展の運営にあたり、「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」、「展示会業界における COVID-19 感染拡大予防ガイドライン」、「展示会等における新型コロナウイルス感染防止のための対応方針」（以下、「感染症対処方針等」という。）等に基づき、新型コロナウイルス感染症拡大防止の徹底に十分配慮した企画を提案すること。

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.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/kiban/machizukuri/kanren/color.files/colorudguideline.pdf>)」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。

⑤ オンライン展示会について

ア ウェブサイト上にオンライン展示会を構築し、中小企業の製品等を展示、及び出展者に商談機能を提供し、ビジネスマッチングの機会を提供すること。

イ 来場者が、目的とする出展者情報に最小クリック数で到達できるようにデザインやレイアウトに工夫を凝らしたサイト構成を提案すること。

⑥ リアル展示会の中止について

リアル展示会が中止になった場合を考慮した企画提案とすること。

(2) 企画提案項目（様式は自由）

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
- ・出展分野は、情報、環境、医療・福祉、機械・金属の4分野とすること
- ・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「産業交流展 2021 実施報告書」及び「産業交流展 2019 実施報告書」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。

なお、会期終了後、実績が目標数値に満たなかった場合は、「目標を達成できなかった理由」及び「改善案」を明示した書面を、会期終了後2週間以内に実行委員会へ提出するものとする。

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

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。なお、実績については、「産業交流展 2021 実施報告書」を参照のこと。

ア 出展者募集

6月上旬～7月中旬（予定）までに行う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。なお、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。また、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。なお、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。

ウ 出展支援

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。また、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。なお、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（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。

また、4分野（情報、環境、医療・福祉、機械・金属）ごとに、来場者にわかりやすい区分を設定し、会場内の回遊性を高めるための工夫を提案すること。

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】を参照のこと。

カ 関連事業

(ア) 全国ゾーン

全国の「情報」、「環境」、「医療・福祉」、「機械・金属」の分野を中心とした出展者の製品等を展示し販路開拓を支援する。当ゾーンの出展者と首都圏の出展者・来場者との交流が図られるよう、訴求力の高いゾーニングを行い、出展者の満足度を高める企画・運営方法について提案すること。また、他ゾーンとの連携についての提案も可とする。

(イ) DX ゾーン

DXに関する製品・サービスを取扱う企業や、DXに積極的に取り組む中小企業に焦点を当てた展示ゾーンを提案すること。その際、出展者へのDXの啓発及び来場者の集客につながる社会的関心の高い企画を提案すること（例：大企業による特別展示等）。

(ウ) 脱炭素ゾーン

脱炭素に関する製品・サービスを取り扱う企業や、脱炭素に積極的に取り組む中小企業に焦点を当てた展示ゾーンを提案すること。その際、出展者への脱炭素の啓発及び来場者の集客につながる社会的関心の高い企画を提案すること（例：大企業による特別展示等）。

(エ) 国際ゾーン

産業交流展が、首都圏の優れた技術を持つ中小企業と海外の企業・団体との交流の場となるよう、ゾーニングやイベント、通訳、多言語化、国内企業とのマッチング等の対応について企画提案を行うこと。特に出展者・来場者との商談が促進されるような取組を重点的に提案すること。

(オ) 次世代ロボットゾーン

高度技術の結集であり、その関連技術分野が多岐にわたるロボットを展

示し、中小企業・研究機関等の技術力をPRするために効果的な出展者選定方法・ゾーン装飾等を提案すること。また、展示内容の拡充を図るため、ロボットと他の先端技術（IoT・AI など）とを関連づけた企画を提案すること。

(カ) 出展者向け事前説明会

出展者向け事前説明会で実施する小間の配置決めについて、公平性を担保した決定方法を企画提案すること。なお、新型コロナウイルス感染症対策に十分配慮した実施方法を企画提案すること。

(キ) 関東エリアからの来場者の誘致について

リアル展示会における来場者の増加や商談の活性化に向け、関東エリア在住者に向けた来場者誘致について企画を提案すること。

(ク) リアル展示会での受付業務について

ICT 機器等を活用するなどし、受付業務の効率化に向けた企画提案をすること。

(ケ) 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を企画すること。特に、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。併せて、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。なお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。

(コ) 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。また、新型コロナウイルス感染症対策に十分配慮した上で、出展者同士の交流を効果的に促進できるよう工夫すること。

(サ) マッチングボード

出展者が来場者に対し、自社のPRメッセージ等の掲出ができ、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。また、ボードはデジタルサイネージ等を活用すること。

(シ) 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。また、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。

(ス) 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 2022 実行委員会事務局（以下、「実行委員会事務局」という。）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、こ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) 仕様書記載の内容に加え、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。
- (ク) 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4年4月27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30分間、その後15分間程度の質疑応答を実施する。(予定)

- 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。

(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またはBであること。
- 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
- ③ 仕様説明会に参加すること。
 - ※4月6日(水) 予定。時間は応募受領後に実行委員会事務局より連絡
 - ※オンライン形式で実施予定

(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

- ① 選定された受託業者は、実行委員会と協議し、実施計画案を作成したのち、実行委員会との間で別途委託契約を締結することとする。
- ② 選定された受託業者内で、本事業の実施運営体制及び緊急時の連絡体制を整備すること。

③ 以下の項目については、すべて選定された受託業者の責務で行うこと。

- ・ 展示会の開催における関係法令の遵守
- ・ 会場使用に伴う安全確保義務
- ・ 不慮の事故発生に対するイベント保険等の加入等

なお、イベント保険については、実行委員会事務局と別途協議すること。

(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、資料等は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4年4月12日（火曜日）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。）

4. 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）

(2) 提出部数・提出方法

(1) の①及び②は各1部、③及び④は13部を、**令和4年4月22日（金曜日）正午（必着）**までに下記の「6. 問い合わせ先」住所に持参もしくは郵送すること。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。（但し、最終日は平日9時から12時まで）

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12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、特に指示がある場合や必要な場合には、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2022」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3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) 東京ビッグサイト南展示棟1・2・3・4ホールの令和4年10月18日(火曜日)から10月21日(金曜日)までの使用に係る、会場借上費、光熱水費(空調費除く)及び待機場の使用料については、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)以外の空調費、会議室等の使用料については、受託業者の負担となる。
- (4) 応募を辞退する場合には、令和4年4月20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(代表者印の押印が必要)。

6. 問い合わせ先

産業交流展2022 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)

ファクシミリ番号 03(5388)1461

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