

# 委託仕様書

## 第1 件名

第 30 回いたばし産業見本市運営業務委託

## 第2 契約期間

契約締結日から令和9年3月 31 日

## 第3 履行場所

区指定場所

## 第4 事業概要

「第 30 回いたばし産業見本市」(以下、「見本市」という。)は、新たに策定される「板橋区産業振興構想 2035<sup>注1</sup>」の理念を具現化し、参加者にとって新しい発想やひらめきをもらえる創造的な総合展示会である。

平日の<ビジネスデー>ではネットワーク形成に向けたコンテンツを充実させ、新事業創出や多角化の機会を提供する。

土曜日の<パブリックデー>では子どもたちが区内産業に興味を持ち、働くことへの前向きなイメージを育む機会を提供する。

また、産業ミュージアム開設と連動し、板橋区の歴史的な産業ストーリーを活かしたブランディングを推進。板橋区内のリーディング企業と連携し、区民・企業・行政が一体となって魅力ある産業都市としての板橋区ブランドを確立する場を創る。

<「見本市の役割」と「板橋区産業振興構想2035<sup>注1</sup>で掲げる戦略に基づく重点ポイント」>

	見本市の役割	産業振興構想 2035	重点ポイント
主に ビジネスデーで 実施	(1)企業間の情報交換によるイノベーション促進支援	戦略4：イノベーション・エコシステム形成によるイノベーション創出	ネットワーク形成に向けたコンテンツの充実(実証計画やアセット等のピッチ等)、新規プレイヤーの参入を促すコンテンツの充実
	(2)来場者誘致活動による商取引の拡大支援	戦略3：「新しい稼ぎ方」への	「新たな事業創出」「既存事業の拡大・多角化」「円滑な事業

		転換支援	承継」を実現する機会創出の可能性のある事業者の誘致活動を促進
	(3)企業ブランド価値向上支援	戦略5:情報発信・ブランディングによる区外事業者の誘引	産業ミュージアムの開設と連動し、高い技術力を誇る産業を生み出してきた板橋区の歴史的ストーリーを活用したブランディングの展開と業界のリーディング企業が参画する板橋産業ブランド戦略会議 <sup>注2</sup> 会議と連携した魅力ある産業都市としての板橋区ブランドの確立
	主にパブリックデーで実施	(4)区内の産業を広く紹介する	戦略6:次世代を中心とした区民と産業の距離を縮めるインナーブランディング
	(5)子どもたちに区内産業発展の歴史及びものづくりの技術や企業経営について学ぶ機会を創出する	戦略6:次世代を中心とした区民と産業の距離を縮めるインナーブランディング	子どもたちが興味を持つきっかけや区内産業が生活に関わっているという当事者意識を生み出す仕掛けづくり
			働くことへのイメージを高める次世代教育や起業家育成に繋がるコンテンツの充実

注1 板橋区産業振興構想 2035 について

板橋区産業振興構想 2035(素案)

[https://www.city.itabashi.tokyo.jp/res/projects/default\\_project/\\_page/001/044/994/soan\\_2035.pdf](https://www.city.itabashi.tokyo.jp/res/projects/default_project/_page/001/044/994/soan_2035.pdf)

注2 板橋産業ブランド戦略会議について

区を代表するリーディング企業や研究機関等が一同に会し、産業都市としてのブランドを確立する手法について検討する会議体。

2025 年 5 月 27 日「区内産業の未来を創造する「板橋産業ブランド戦略会議」を開催」

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000176.000129038.html>

## 1 主催

板橋区、いたばし産業見本市実行委員会

## 2 協力

公益財団法人板橋区産業振興公社

## 3 開催日時

### (1)ビジネスデー

令和 8 年 11 月 5 日(木)・6 日(金)10:00～17:00

### (2)パブリックデー

11 月 7 日(土)12:00～16:00

※設営・搬入日:11 月 2 日(月)9:00～11 月 4 日(水)23:00

※会場転換日:11 月 6 日(金)17:00～22:00

※撤去日:11 月 7 日(土)16:00～22:00 まで(完全撤収)

## 4 会場

板橋区立植村記念加賀スポーツセンター(東京都板橋区加賀 1-10-5)

室内競技場(1,290 m<sup>2</sup>)

※地下 1 階の武道場・会議室も使用可能。

※見本市会場予約は区が行い、会場使用料は発生しない。

## 5 ビジネスデーについて

### (1)コンセプト

「ものづくり」をテーマに、新しいビジネスのアイデアを生み出す展示会です。ものづくりの歴史が息づく板橋で、技術力ある中小企業と、新たな可能性を探すビジネスパーソンが出会い、業界の枠を超えてつながることができます。誰もが新しい発想やひらめきをもらえる、そんなクリエイティブな場を提供します。

### (2)目標

KGI: 商取引の拡大及び企業間の情報交換を通じて、区内企業の活性化を実現する

KPI①:イノベーション創出につながる交流の発生件数

KPI②:ビジネスデーの来場者数

KPI③:出展者の満足度

### (3)求める出展者

①これまで培ってきた社内の技術力やノウハウを活かして、新たなステージに進みたい板橋区や近隣自治体等の中小企業

②区が注力する分野(ドローン・ヘルステック等)において板橋区の確かな技術力と自社の強みを組み合わせたい区外企業、研究機関等

③テック分野において板橋区の確かな技術力と自社の強みを組み合わせたい区外企業、研究機関等

④板橋区や近隣自治体等の中小企業の支援機関、自治体

(4) 求める来場者

板橋区の確かな技術力と自社の強みを組み合わせたい区内外企業、区内の大手企業、研究機関、支援機関、教育機関等

6 パブリックデーについて

(1) コンセプト

ものづくり関連の職業プチ体験を通じて、未来を担う子どもたちが板橋区の技術力ある中小企業に触れ合うイベントです。

ものづくりの歴史が息づく板橋で、子どもたちが今まで知らなかった技術や仕事に会い、ものづくりの楽しさを知り、将来の夢や可能性を広げるきっかけをつくります。子どもたちと企業が世代を超えてつながることで、双方に新しい発想やひらめきが生まれる、そんなクリエイティブな場を提供します。

(2) 目標

KGI: 区内の産業を広く紹介し、区民の地域の産業に対する理解を促進する。

KPI①: パブリックデーの来場者数

KPI②: 出展者の満足度

(3) 求める出展者

①次世代教育や地域との連携に興味のある板橋区の中小企業

②未来の産業人材育成や地域連携に積極的に取り組む大手企業・団体等

(4) 求める来場者

板橋区内の子ども(小学生～中学生)、区民

7 出展者カテゴリ(案)

	出展対象	出展区分 ※原則1ブースまで		
		大ブース	通常ブース	小ブース
(1) 一般(原則 先着順)	<ビジネスデー>これまで培ってきた社内の技術力やノウハウを活かして、新たなステージに進みたい板橋区や近隣自治体等の中小企業 <パブリックデー>次世代教育や地域との連携に興味のある板橋区の中小企業	・ビジネスデー & パブリックデープラン (抽選制)	・ビジネスデー & パブリックデープラン ・ビジネスデープラン ・金土プラン	
(2) イノベーションゾーン(招致)	<ビジネスデー> 区が注力する分野(ドローン・ヘルステック等)において板橋区の確かな技術力	・ビジネスデープラン		

	と自社の強みを組み合わせたい 区外企業、研究機関等			
(3) テックゾーン(招致)	<ビジネスデー> テック分野において板橋区の確かな技術力と自社の強みを組み合わせたい区外企業、研究機関等	・ビジネスデー プラン		
(4) 未来創造ゾーン(招致)	<パブリックデー> 未来の産業人材育成や地域連携に積極的に取り組む大手企業・団体	・パブリックデー プラン		
(5) 支援機関ゾーン(先着順)	<ビジネスデー> 板橋区や近隣自治体等の中小企業の支援機関、自治体			・ビジネスデー プラン

## 8 実施コンテンツ(案)

### (1) ビジネスデーコンテンツ

- ① ビジネス向けステージイベント(セミナー・講演・クロストーク・ピッチ等)
- ② 出展者・関係者向け交流会
- ③ 産学連携コンテンツ
- ④ 表彰事業受賞者を対象とした取引拡大支援・連携促進に繋がるコンテンツ
- ⑤ その他コンテンツ

### (2) パブリックデーコンテンツ

- ① パブリック向けステージイベント
- ② 事前予約制体験型ワークショップ
- ③ 出展ブースや展示等を巡るスタンプラリー
- ④ 産業ミュージアム(仮称)に関するツアー
- ⑤ その他コンテンツ

### (3) 板橋産業ブランド関連

- ① 「ブランド創造都市」をテーマにした第 30 回記念コンテンツ
- ② 「ブランド創造都市」をテーマにした映像の企画制作・活用
- ③ 区内リーディング企業に焦点を当てたコンテンツ
- ④ 【特別展示コーナー】記念展示～板橋の産業の歴史とこれから～
- ⑤ 【特別展示コーナー】産業ミュージアム(仮称)に関する展示
- ⑥ 区の事業 PR コーナー
- ⑦ その他コンテンツ

## 9 来場者

- (1) 来場者数目標:【ビジネスデー】1,700 人 【パブリックデー】1,500 人

(2)入場料 無料

※【ビジネスデー】は来場登録要、【パブリックデー】は来場登録不要

## 第5 業務内容

当事業を受託した事業者(以下受託者とする)は、次の業務を行う。

### 1 事務局業務・全体に係る業務

#### (1)連絡・調整に係る業務

ア)開催企画・演出・運営全般に係る企画立案、関係者との連絡調整、資料等の必要物の製作、事務処理を行う。なお、各業務の内容・製作物のデザイン等の詳細は区と協議し決定する。

イ)受託者は、原則月に2回以上区との定例会を行う。なお、定例会は原則ウェブ会議とするが、区の求めがあった場合は対面での会議を行う。

また、年に2～3回実行委員会を開催するとし、その際のパワーポイント及び配布資料の作成、出席者向けの飲料の準備、運営の補助等を行う。

ウ)会場となる植村記念加賀スポーツセンターとの打ち合わせを適宜行う。

エ)各業務に適切な要員を配置する。

#### (2)基本的な事務等

##### ア)情報の管理

出展者の企業情報や、来場者等の個人情報を集計すると共に、情報漏えい等が発生しないように厳格な管理を行う。

##### イ)文面の作成

出展者・来場者へ向けてメールや書面等で案内をする際の文面を作成する。

##### ウ)その他の事務作業

事業の開催に関して必要な事務作業等については、適宜区と協議・調整のうえ実施する。

##### エ)車両の手配

区が会場に物品を搬入/搬出する際に必要な車両を手配する。必要車種は荷物の量に応じて変更する。想定される物品搬入/搬出の機会としては、出展者事前説明会時の資料搬入、会期前後の各種物品等の搬入/搬出、特別展示関係で区が物品を提供元に引き取りにいかねばならないケースなど。

#### (3)調達および作成業務

##### ア)主な印刷物の作成及び印刷

作成する主な印刷物は、次のとおりとする。部数、内容については、区と協議するとし、納期についても下記を目安に、提出する進行管理表に基づき別途協議により決定する。

時期	見本市印刷物	内容(数値は目安)
6月中旬	実行委員向け説明資料	プロポーザル用資料を抜粋・修正したもの

		をデータで納品
6月中旬	出展案内	A4仕上がり 両面カラー 3,200 部
6月中旬	出展案内送付文	A4判 片面モノクロ 2,000 枚
6月中旬	発送用封筒	角形2号 2,000 枚
8月中旬	出展者マニュアル	A4判 40 頁 150 部
8月中旬	小間割図	A3判 150 枚
8月中旬	出展者配布用ポスター	A2判 カラー 150 枚
9月上旬	出展者証、来場者証等	運営事務局、出展者、来場者、プレス、来賓の5種を想定。合計 3,000 枚 ※出展者証は各自でダウンロードし、印刷する方式も可。
9月中旬	区内掲示板用ポスター	A3判 カラー 2,200 枚
9月中旬	区内学校等配布用チラシ	A4判 カラー 合計 35,000 枚
9月下旬	郵送用招待券兼ガイドブック	A4三つ折り仕上がり 32 項 カラー 8,000 部
9月下旬	郵送用招待券封筒	長形 3 号サイズ 8,000 部
9月下旬	窓口設置用招待券 (区内産業団体送付用)	A4 三つ折りサイズ 32 項 カラー 6,000 部
11月上旬	事務局用運営マニュアル	30 部
11月上旬	パブリックデーガイドマップ	A4仕上がり 両面カラー 3,200 部
会期	来場者登録カード	1,000 枚
会期	来場者アンケート	必要に応じて用意。【ビジネスデー】1,000 枚、【パブリックデー】1,000 枚程度。
会期	セミナー聴講券	4～6種×100 枚
会期	スタンプラリーカード	A5サイズ 片面カラー1,000 枚
会期	各種展示パネル	A1サイズ 80 枚(特別展示、学校等招致分含む)
会期	各種サインパネル	入口サインパネル 1 枚 (W3,600 × H700)、受付サイン 2 枚 (W2,700 × H600)、 ステージサインパネル 15 枚、ブース名サイン 110 枚、突き出しサイン 190 枚、特別展示等コーナー表示サイン 15 枚、誘導サインパネル 40 枚、非常口誘導サイン 2 枚、パブリックデーガイドマップ3枚

1月中旬	実績報告書	A4判 24 頁の冊子 300 部
	その他	区と協議のうえ作成

※本業務において作成したパネル、印刷物及び提出された原稿・データ等に関する権利は、区に帰属する。

#### イ)消耗品・ノベルティの調達

準備する消耗品・ノベルティは、次のとおりとする。内容については、区と協議するとし、納期についても下記を目安に、別途協議により決定する。

調達方法は購入、レンタルは問わない。購入した物品のうち処分が必要となったものは、受託者が処理する。

時期	必要物	内容(数値は目安)
5月上旬	インタビューパネル	1部 「ITABASHI Quality～世界に誇るメイド・イン・イタバシ～」のロゴを名入れできるもの
9月上旬	出展者証等のカードホルダー	2,500 個 ※出展者証の印刷を失念した出展者向けに、出展者証とともに受付付近に設置しておくこと
会期	ノベルティグッズ	【ビジネスデー】2,000 個程度
会期	配布するガイドブックやブースでの配布物等を収納できる手提げ袋	【ビジネスデー】4,000 個 「ITABASHI Quality～世界に誇るメイド・イン・イタバシ～」のロゴを名入れできるもの
会期	式典用備品	【ビジネスデー】胸賞(大3個、小 100 個)、白手袋(6 組程度)、賞状盆(2枚)
会期	スタンプラリー用備品・ノベルティグッズ	【パブリックデー】スタンプ台・スタンプ(ブース分)、ノベルティグッズ(1,000 個)、その他抽選機用物品
会期	運営の為に各種消耗品	講師用ペットボトル飲料、ごみ袋等、アンケート記入用クリップペンシル(3,000 個)
会期	スタッフ用イベントブルゾン	1色、サイズ違い対応可、20 着、 「ITABASHI Quality～世界に誇るメイド・イン・イタバシ～」のロゴを名入れできるもの
	その他	区と協議のうえ購入

#### ウ)什器等の調達



必要な什器については、「5-(1)会場の設営に係る業務」を参考にする。

「3-(2)出展者サポート事業に係る業務」にも留意する。

#### (4)アンケートの作成・収集・集計業務

出展者・来場者に対してアンケートを実施し、データを回収した後、集計・分析を行い、速やかに報告書に取りまとめる。来場者アンケートの回答方法は紙と二次元バーコードを活用したものの両方を用意する事。

#### (5)廃棄物の処理

小間出展の出展者は自ブースで発生したごみは各自で持ち帰るものとする。それ以外の受託者による作業により発生した廃棄物については、受託者が処理する。

#### (6)その他調整

各項目において区からの要望により追加の費用がかかる場合、他の影響が小さい項目の縮小などにより要望の実現が可能か協議すること。

## 2 展示会サイト(以下サイトとする)に係る業務

### (1)サイトの構築・運営に係る業務

出展者や来場者に対応するページや SNS 等(以下「ページ等」という。)の修正・管理・運営を行う。

#### ア)全般

①サイトについては会期終了後も閉鎖・削除等はせず、公開しておく。

②ドメインは昨年度のものを引き続き利用する。また、契約終了後もドメイン情報を次年度の事業者引き継ぐ義務を負うものとする。

③契約終了後からサイトが閉鎖されるまでの期間に区が必要な操作を行えるように必要な情報を取りまとめて提供する。そのために CMS を導入するなど、容易に更新・管理などが行えるシステム構成とし、区がコンテンツ(テキスト、画像、動画など)の追加、変更、削除が行えることを必須とする。

④サイトについては開催プロモーション及び来場誘致としての位置づけとし、デザインを区と協議のうえ、決定する。また、サイトの構成はクッションページを設け、ビジネスデューのビジネス向けのページとパブリックデーの区民向けのページで分けたトップページを設定するなど、閲覧者にとって導線のわかりやすさを重視した設計とする。

⑤サイトに外部サイトへのリンクを作成する場合は、サイトから離脱させず、別タブまたは別ウィンドウで開くものとする。

⑥区民向けページは閲覧者の大半がスマートフォンになることが想定されるため、必要情報をTOPページに組み込んだラインディングページ形式とし、1ページでなるべく完結できるように見やすさを重視した設計とする。

#### イ)トップページの要件

①イベント情報ページなどの専用ページに遷移しなくても、来場誘致のコア情報が見られるように掲載する。

②ファーストビューで会期、会場、最新のお知らせ情報を確認できるようにレイアウトする。サポート期間内の各種 OS 及び各種ブラウザの最新版に対応し、これらで閲覧した場合にレイアウトやデザインの崩れ等が無いこと。

③PC、タブレット、スマートフォンなど、各種端末に対応する構成・デザインとする。

#### ウ)主催者管理ページの要件

①主催者管理ページからは、出展者登録、来場者登録、セミナー申込の状況をリアルタイムに確認できる。

②主催者管理ページからは、出展者登録情報について新規の追加を含め、編集可能とする。

③サイトへのアクセス数、ユニークユーザー数、各ページビュー数等を測定できる。「Google Analytics」の導入も可とする。

④主催者管理ページからは、オンラインライブの視聴や企業の資料ダウンロードなどについての状況を測定できる。

#### エ)出展者向け機能

①出展者登録時に入力させる情報は区と協議して決定する。

②出展者マイページは見やすさを重視し、特に必要提出物のスケジュールが分かりやすく、様式の取得が簡便なものとする。

③出展者マイページを極力分かり易くするため、区が不要とする機能については、項目を削除できるようにする。

#### オ)来場者向け機能

①来場者登録時に入力させる情報は区と協議して決定する。

②来場者マイページでは、入場用の QR コードを分かりやすく表示する。

③来場者マイページからセミナー聴講に申込できるようにし、自身の申込状況が確認できる。

④セミナー聴講申込機能は、運営側でセミナーごとに適宜受付終了できる。

⑤セミナー講師が了承した場合、オンライン配信を来場者が公式 HP から視聴可能なものとする。

アーカイブ配信期間を設けるかどうかは区と協議して決定する。

#### カ)出展者一覧 100 社程度

①出展者一覧には、ビジネスデー、パブリックデーそれぞれ PR 文を掲載する。

②出展者一覧から、各社の個別ページへリンクするものとする。また、個別ページが登録されていない企業については、企業のウェブサイトへのリンクするものとする。

③出展者一覧は出展カテゴリ別に色分けする他、出展期間が分かりやすい表示方法とする。

④スマートフォンなどの小さな画面で閲覧した際を考慮し、画面スクロール量を軽減するために、出展カテゴリごとにアンカーリンクを設置するなどの対応を行う。

#### キ)個別ページ

①個別ページの閲覧は、原則ログイン不要とする。

②個別ページには次の機能を持たせる。

- ・テキストの表示と簡易なフォントなどの調整
- ・画像の表示
- ・動画の埋め込み
- ・ログインを要求する資料ダウンロード
- ・企業のウェブサイトへのリンク

③個別ページについては、社名、住所等基本的な情報以外は必須項目を設けないものとする。

ク)その他、上記以外の各種機能については、区と協議のうえ、実装する。

## (2) サイトのセキュリティに係る業務

### ア)システム要件

①SSL/TLS 証明書(EV または OV)の名義は板橋区とし、費用は受託者が負担する。

②システムの運用時間は、24 時間 365 日を前提とし、ネットワーク機器の管理と監視を行う。

③サーバーは、必要に応じて増強が可能なものとする。

④サーバー等の機器は、日本国内かつ定期的に機器への情報セキュリティ対策状況を確認できる場所にある。サーバーは、耐震、防火、落雷、防水、停電対策、空調設備が整った建物内に設置されている。

⑤耐障害性を持たせるため、RAID1 など冗長性を持たせた構成とする。

⑥アクセスログの記録・解析ができる。

⑦サーバーのデータについては1日1回、自動的にバックアップを取得し、前日中のデータに復旧できる。

⑧FW、IDS/IPS、WAF を導入するなど、外部からの攻撃を防ぐ対策を講じる。

⑨常にシステムを最新の状態に保ち、脆弱性を狙った攻撃を防ぐ対策を講じる。

### イ)サイトの保守及び運営

①外部からのサイトの破壊、改ざん、消去等されないよう、管理者ログイン情報の管理の徹底などセキュリティ対策を講じる。

②障害の発生時には区に連絡するとともに、原因究明、復旧処置、対処報告等を的確かつ速やかに行う。

③マルウェア感染を想定した対応の整備などの対策を行う。

④システムのセキュリティ上の問題について、セキュリティホールの発見など、被害のない段階でも速やかに区へ報告する。

⑤業務履行期間内に軽微な修正・追加を区が要望する場合は、速やかに内容を協議のうえ、対応する。

## 3 出展者募集・サポート業務等

### (1) 出展者の募集に係る業務

ア) 出展案内、出展申込書、ダイレクトメール(以下「DM」という。)等の出展者募集に係るツールを不足なく作成し、6月中旬頃から広く周知・配布する。

イ) 区から支給されるリスト約2,000件をもとに出展案内を送付する。

ウ) サイト等を活用し、「求める出展者」層に即した効果的な出展者募集を行う。出展者募集は先着順とし、出展が決定した企業(団体)については、サイトで情報公開する。また、出展者募集を締め切った際は、その旨を表示し速やかに出展者募集フォームを閉鎖する等の処理を行う。

エ) 上記の他、効果的な出展者募集方法について、区と協議のうえ実施する。

オ) 区が注力する分野(ドローン・ヘルステック等)に係る区内外企業を区と協議のうえ、「イノベーションゾーン(仮)」へ数社招致する。

カ) ビジネスや社会に新たな価値を生み出すテック分野に係る区内外企業を区との協議のうえ、「テックゾーン(仮)」へ数社招致する。

キ) 未来の産業人材育成や地域連携に積極的に取り組む大手企業・団体を区との協議のうえ、「未来創造ゾーン(仮)」へ数社招致する。なお、招致に係る謝礼は受託者が負担する。

### (2) 出展者サポート事業に係る業務

ア) 出展者を対象とした出展者事前説明会を開催する。日程は8月下旬頃とし、区と協議のうえ決定する。なお、会場の予約は区が行い、使用料は発生しない。

イ) 出展者事前説明会終了後、内容を録画したものをオンライン上でアーカイブ配信する。

ウ) 出展者事前説明会の開催に必要な資料の作成、当日の運営及び会場設営を行う。会場には小間出展のブースのサンプルを展示する。

エ) 出展者事前説明会では、出展にあたっての出展規約や提出書類等の説明を併せて実施する。

オ) 欠席者に対して、出展者事前説明会の資料一式を送付する。

カ) サイトの個別ページについて、出展登録情報に基づき、受託者が各出展者の基礎情報を入力する。

キ) 会期まで、出展者に対する出展内容、展示方法(準備、追加装飾、手続きを含む)等に関するアドバイス、サポートを行う。

ク) 区が招致した学校・研究機関等(最大5団体程度)の小間については、受託者が用意したパネルデザインのテンプレートに、出展社が用意した画像、テキストなどを入れて、A1パネルを1社(校)1枚程度作成する。校正は1回とする。テンプレートを使わずに出展者が作成したデータを元にA1パネルの作成を希望した場合、予定のパネルデザインについて区の承認を得ること。

### (3) キッチンカー等出店に係る業務

会期中3日間とも、隣接する公園等でキッチンカー・テイクアウトを実施する。

ア) キッチンカーは3台を受託者が手配する。

イ)テイクアウトは区が区内事業者等を誘致した場合、テント2～3張り程度のスペースに4～6社程度出店する。

ウ)区が誘致した事業者についても、必要な電力の調整や、当日の管理などについて実施する。

#### 4 来場者募集業務

##### (1)来場者の募集に係る業務

ア)来場案内チラシ、ポスター、DM 等の来場者募集に係るツールを不足なく作成し、9月下旬頃から広く周知・配布する。

イ)区から提供される過去来場者約 7,500 件をもとに招待券を送付する。

##### (2)サイトを活用した来場者募集

サイトを運営し、展示会の進展状況などを随時情報更新する。また、効果的な来場者募集のため下記の業務を行う。

ア)SEO・SEM 対策(検索エンジン最適化)

イ)サイトの各種分析(アクセスログ解析、行動分析など)と分析に基づく改善

##### (3)発注企業招致

出展企業とマッチングの可能性がある企業を外部から誘致すること。詳細は区と協議のうえで決定すること。なお、経費については、約 1,300,000 円程度を見込み、予算に計上する。

##### (4)求める来場者層への来場誘致活動

ビジネスデー、パブリックデーそれぞれが求める来場者層の来場促進に繋がる来場者誘致活動を行う。

#### 5 会場設営

##### (1)会場の設営に係る業務

ア)各種備品リース、消耗品の購入、床工事(養生)、基礎設営、サイン工事、電気工事(電気幹線工事費や電気使用量等、全ての電気使用に係る経費)、撤去等、全て委託業務に含む。

イ)会場の付帯備品(W1,800mm×D450 mm×H700mm サイズの机約 26 台、パイプ椅子約 170 脚等)は無料で使用可能。(サイズや数量については変更の場合あり)。

ウ)会場の電力使用量に留意し、通常ブースと大ブースについては、出展者用電力として1小間最低 500W は確保する。搬入搬出時の経路について、必要に応じてスロープ等を設置する。

エ)会場内で人々がストレスを感じることなく、スムーズに移動ができ、効果的に企業ブースや企画展示へ誘導できるよう、以下の5点を意識した会場レイアウトを設計する。

##### ①ゾーニング

イノベーションゾーン(仮)やテックゾーン(仮)等出展カテゴリや出展区分を加味し、配

置等を工夫する。

②視覚的誘導

目に留まるポイントやサイン、装飾を使って、訪問者の視線を誘導し、回遊性を高める。

③空間を有効活用したエリア配置

広い空間でも回遊性が高まるように、企業ブースや企画展示配置を工夫する。

④回遊性と休憩のバランス

来場者が長時間滞在することを前提に、回遊性と休憩スペースのバランスを考慮する。

⑤導線の柔軟性

複数の進行方向を設定し、同じ目的地に対して、混雑を避け、スムーズな移動を可能にし、導線に柔軟性を持たせる。

オ)各コーナー・スペースは下記A～Mの項目を踏まえて会場レイアウトを設計する。

A)展示小間【ビジネスデー】【パブリックデー】

①ブースサイズは通常ブース、小ブース、大ブースの3タイプを用意する。

②大ブースは少人数の体験型ワークショップができるサイズとする。

③通常ブースの装備は、展示台（基本サイズ：W1,200mm×D600mm×H700mm）、白布、社名サイン、突き出しサイン、パネルを掲示できる壁面、椅子1脚、100V電源2口、照明は、主催者標準施工として受託者の負担で用意する。

④社名サイン、突き出しサインについては出展カテゴリ別に色分けする。

⑤主催者標準施工以外のオプション備品やインターネット環境（以下「オプション備品等」という。）を用意する。オプション備品等については、社会通念上相当と認められる金額で有料とすることができる。

⑥転換が最小限に済み、その他のコンテンツを含めた場内の回遊性が高まる導線となるようなレイアウトとする。

B)メインステージ【ビジネスデー】

「7 式典に係る業務（開会式・表彰式）」および「8 ビジネスデーコンテンツの実施」に記載の企画内容が効果的に実施できるように、1階会場内に90席程度の式典、セミナーを行うスペースを設営し、それらが円滑に実施できるよう、看板、ディスプレイ、音響、照明、備品等を揃える。

C)特別展示コーナー（記念展示・産業ミュージアム）【ビジネスデー】【パブリックデー】

①区と調整のうえ、「10 板橋産業ブランド関連の実施（4）（5）」に記載の企画内容が効果的に実施できるように、1階会場内や廊下、地下武道場を利用して実施する。

②企画内容に応じて、製品展示ができるような展示台（カタログケース2個付き・W990mm×D495mm×H800mmなど）や40インチ程度のディスプレイ、パネルスタンド、ベルトパーテーション等の備品を用意する。

③来場者が確実に認識できるようなサイン等を設置する。

④必要に応じてパネルを作成する。（デザイン含む）

- ⑤導線上の来場者から確実に認識できるように誘導の案内サインを設置する。
- ⑥必要な電力の調整等を行う。
- ⑦会場側との調整を行った上で、屋外の使用も可能とする。
- ⑧屋外を使用する際は、展示品の保護や参加者の雨よけの観点からテントを必要数設置する。

E)板橋区の事業PRコーナー【ビジネスデー】【パブリックデー】

- ①「板橋製品技術大賞」の受賞製品紹介 A1 パネル(区が用意した 14 枚程度)について掲示する。
- ②「いたばし人と未来を創る会社賞」の受賞企業紹介 B1 パネル(区が用意した 7 枚程度)について掲示する。
- ③「SDGs/ESG 経営推進支援事業」の前年度修了企業紹介 B1 パネル(区が用意した 6 枚程度)について掲示する。
- ④「開発チャレンジ補助金」の前年度採択企業(5 社程度)について、採択製品・技術に関する A1 パネルを各社分作成し(デザイン含む)、掲示する。
- ⑤ 各コーナー名サインを設置する。
- ⑥ 板橋区、公社、関連団体のパンフレットやパネルを設置するカタログスタンドを4台程度設置する。
- ⑦ ①～④について変更等あった場合、区と協議する。

F)商談/休憩コーナー【ビジネスデー】【パブリックデー】

- ①会場の空きスペースを利用して出展者及び来場者等が商談及び休憩するための商談/休憩コーナーを必要数設営する。
- ②商談/休憩コーナーには、必要備品(机、椅子等)を配置する。

G)受付【ビジネスデー】・総合案内【パブリックデー】

- ①体育館ロビーに式典の受付及び来場者用の受付や、当日来場者用の登録カードを記載するための設備等を設営する。【ビジネスデー】
- ②総合案内をするための設備等を設営する。【パブリックデー】

H)来場者アンケートコーナー【ビジネスデー】

アンケート記載台、ノベルティ配布用の机等を用意する。

I)スタンプラリーカード配布&回収コーナー(アンケート回収含む)【パブリックデー】

「9-(3)出展ブースや展示等を巡るスタンプラリー」に記載の企画内容が効果的に実施できるように、スタンプ台・スタンプ・机・アンケート記載台を用意する。また、回収時にノベルティを配付する際、抽選方式にする場合は抽選機類も併せて設置する。

J)事前予約制体験型ワークショップコーナー【パブリックデー】

- ①区と協議のうえ、「9-(2)事前予約制体験型ワークショップ」に記載の企画内容が効果的に実施できるように、地下武道場や会議室等を利用して、実施する。
- ②必要に応じて、スペースを区切るためのベルトパーテーション等や椅子・テーブル・ディスプレイ・HDMI ケーブル・延長コード・パネルスタンド等を用意する。

③会場の電力使用量に留意し、各スペース用電力として 1 小間最低 500W を確保する。

④導線上の来場者から確実に認識できるように誘導の案内サインを設置する。

#### K) 看板類【ビジネスデー】【パブリックデー】

駐車場関係看板、入口アーチ看板、入り口立型看板、プログラム看板、誘導看板、道路規制看板等の企画立案、作成、設置等を行う。なお、プログラム看板については会場内複数個所に設置する。

#### L) 会場事務局、控室及び出展者休憩室【ビジネスデー】【パブリックデー】

①会場事務局、控室及び出展者休憩室を設営する。なお、会場事務局には、安定したインターネット環境のために有線又は Wi-Fi 環境の整備及びプリンターを設置する。

②会場事務局用として、インカム 20 台程度(内、区職員が 10 台使用する)を用意する。

③出展者休憩室は出入りが目立ちにくい場所に設営するものとする。また、事務局スタッフ控え室と兼ねることも可能とする。

#### M) キッチンカー/テイクアウトおよび周辺スペース【ビジネスデー】【パブリックデー】

①店舗が利用する机、椅子、発電機、テント、ゴミ箱等の必要備品を用意する。

②周辺に配置する飲食用のテーブルについては、4人で利用する円形でパラソル付きのものを8台程度用意する。

③導線上の来場者から確実に認識できるように誘導の案内サインを設置する。

### (2) 会場の転換に係る業務

ア)【ビジネスデー】から【パブリックデー】の間に、必要に応じて小間の解体や設置等を行う。

イ) 3日間通して出展する事業者の小間位置の移動が発生する際はサインを付け替える。  
また、事業者の物品の運搬をサポートする。

ウ)【パブリックデー】のみ出展する出展者の小間についてサインを取り付ける。

エ)【パブリックデー】にメインステージを使用しない場合は、演台等を撤去する。

### (3) 会場の撤去

ア) 同時に撤去作業を実施する展示企業に配慮する。

イ) 会場の体育館の備品である椅子、机などは体育館の指示に従い片づける。

## 6 会期中の運営

### (1) 人員配置

ア) 会場事務局に必要な人員を配置し、事故なく円滑に事業が行われるように全体の状況管理を行う。また、会期中は常駐し、緊急事態や各種問い合わせに迅速に対応する。

イ) 来場者受付、アンケート回収、場内案内、会場警備、パブリックデーの総合受付、駐輪場整理、スタンプラリー回収・配布、来場者数の計数等のために必要な人員を配置する。

ウ) 開会式等式典出席者の受付については区職員が対応するが、受付後の会場へ誘導



する人員を配置する。(必要人数は会場レイアウトによる)

エ)式典、セミナー、イベント等の円滑な実施のために、ステージに責任者を配置し、講師応接、セミナー会場受付、司会進行、介添え、音響などの人員を配置する。

オ)設営期間及び会期中、植村記念加賀スポーツセンター駐車場の駐車場管理計画を作成し、警備員を配置する。

※臨時駐車場(東板橋少年野球場)は使用不可。代替場所を使用もしくは植村記念加賀スポーツセンター駐車場のみ使用した計画を作成すること。

ク)設営期間及び会期中、会場内の清掃や廃棄物の処理等を行うために必要な人員を配置する。

## (2)運営詳細

ア)搬入搬出についてスムーズに行われるように、必要に応じて事前に出展者ごとの時間帯を設定するなど、管理する。

イ)規約に反する不適切な展示を行っている企業を発見した場合、修正するように注意を促す。不適切かどうか判断がつかないケースや注意しても改められないケースにおいては区へ報告し、判断を仰ぐ。

ウ)警備にあたっては会場全体を見られるように巡回ルートを設定する。

エ)【ビジネスデー】の受付では2次元バーコード等を利用した来場者の入場管理を行う。来賓客対応やプレス対応、システムトラブルなど、想定される通常の来場者入場以外の状況に対応するためのマニュアルも用意する。

オ)【パブリックデー】は総合案内でガイドマップの配布、その他スタンプラリーカードの配布を行う。

カ)展示風景やイベント毎の記録を写真や動画に撮影する。

①写真は各種報告、広告に使用するため、会場の雰囲気や来場者の様子等、見本市のアピールに効果的な場면을撮影する。

②会期中のセミナーを全て録画する。

③式典では壇上の集合写真を撮影するため、後方の高い位置から撮影するための機材などを用意する。

④撮影した写真や動画は適宜編集する

キ)飲食が行われるスペースについては、特に昼の時間帯を中心に定期的に清掃を行う。

ク)出展者が搬入搬出時に宅配を利用した場合、対応する。(搬出時の出展者用宅配窓口を設置等)。

ケ)適宜場内アナウンスを実施し、セミナーや参加方法など、必要な情報を来場者に届ける。

## 7 式典に係る業務(開会式・表彰式)

(1)式典は開会前日(水曜)にリハーサルを実施する。

(2)開会式の間、製品技術大賞の参列者が待機するスペースが必要になる点に留意する。

(3) 参列者名の読み上げについて当日の受付状況を反映させる必要があるため、区と連携を取る。

名称	日時(予定)
開会式	開催初日の 20 分程度(9 時 40 分頃予定)
板橋製品技術大賞表彰式	開会式終了後から1時間程度
いたばし人と未来を創る会社賞	2日目の1時間程度(時刻未定)

## 8 ビジネスデーコンテンツの実施

【ビジネスデー】において、ビジネス来場者の増加に寄与する魅力的なステージイベント等を実施する。なお、企画内容や講演者・ゲストとの調整は区と協議のうえ行う。

### (1) ビジネス向けステージイベント

ア) メインステージで【ビジネスデー】内に「ネットワーク形成」「新たな事業創出」「既存事業の拡大・多角化」「円滑な事業承継」に関連したステージイベント(セミナー、パネルディスカッション、クロストーク、ピッチ等)を企画提案し、区と協議のうえ、実施する。1つはイノベーション創出支援プログラム採択企業を対象としたピッチイベントとし、それ以外に3～4本を実施する。

イ) 「求める出展者」の来場者数増にも繋がる仕掛けも併せて行う。(例: 著名人の登壇等)

ウ) 原則座席は事前予約制とする。予約者に対しては受付で聴講券を配布し、ステージ後方で入場と引き換えに回収する。予約数に応じて、当日の客の誘導を調整するため、区と密に連携しつつ運営する。

エ) 聴講者に対し、アンケートを実施し、回収した後、集計・分析を行い、速やかに報告書に取りまとめる。

オ) 講師への謝礼は受託者が負担する。

### (2) 出展者・関係者向け交流会

出展者間でのビジネスマッチングや異業種間交流を促進するため、1日目終了後に出展者を対象とした交流会を企画提案し、区と協議のうえ、実施する。

ア) 交流会の内容はステージイベント登壇者などのゲストも交えた飲食を伴う懇親会(1時間程度)を想定。

イ) 出展者に対し事前に交流会の開催を周知し、参加者を取りまとめる。

ウ) 交流会を行う場を会場アリーナ内に設営し、交流会が円滑かつ効果的に実施できるように音響、照明、備品、クローク等を揃える。また、アリーナ内での実施が難しい場合やより適した場所があれば区と協議のうえ、別の会場で実施する。

エ) 交流会参加者用に軽食や飲み物を 60 名分程度用意する。

オ) 交流会の円滑な実施のために司会進行等の人員を配置する。

カ) ゲストへの謝礼は受託者が負担する。

### (3) 産学連携コンテンツ

ア) インターンシップ・実習プログラムの構築など、教育機関と企業の継続的な協力関係構築

を目的に、近隣工業高校や区内大学等と出展企業との交流機会を創出するためのコンテンツ（ブースツアー等）を企画提案し、区と協議のうえ、実施する。

イ)実施に係る費用は全て受託者が負担する。

(4)表彰事業受賞者を対象とした取引拡大支援・連携促進に繋がるコンテンツ

板橋製品技術大賞、人と未来を創る会社賞の受賞企業の取引拡大支援、連携促進につながる直接的なビジネス対話の場を区と協議のうえ、実施する。なお、実施に係る費用はすべて受託者が負担する。

(5) その他コンテンツ

## 9 パブリックデーコンテンツの実施

(1)パブリック向けステージイベント

多くの人に見本市を体験してもらう機会を創出するため、求める来場者層の来場促進に繋がる学校高学年～中学生に人気の著名人やキャラクター等によるステージイベントを企画提案し、区と協議のうえ、実施する。なお、登壇者への謝礼は受託者が負担する。

(2) 事前予約制体験型ワークショップ

多くの人に見本市を体験してもらう機会を創出するため、求める来場者層の来場促進に繋がる地域産業への理解、関心や将来の地域産業を担う人材育成にも寄与する事前予約制の体験型ワークショップを区と協議のうえ、実施する。

ア)事前予約制体験型ワークショップに伴う謝礼等については受託者の負担とする。

イ)事前予約制体験型ワークショップに使用する物品について、特殊な実験器具等以外は受託者が用意する。

(3) 出展ブースや展示等を巡るスタンプラリー

【パブリックデー】において、企業ブースや特別展示等の回遊が図られるようなスタンプラリー企画を提案し、区と協議のうえ、実施する。なお、実施に係る費用は全て受託者が負担する。

(4) 産業ミュージアム(仮称)に関するツアー

区が企画する産業ミュージアム(仮称)に関する理解を深めるためのツアーを実施する。

(5) その他コンテンツ

## 10 板橋産業ブランド関連の実施

企画内容や協力企業・団体との調整は区と協議の上で行うこと。また、謝礼や必要な物品等については受託者の負担とする。

(1)「ブランド創造都市」をテーマにした第30回記念コンテンツ

イノベーション創出に関心のあるターゲット層の効果的な集客と、区内企業に対して新たな可能性と連携機会を提示することで参画意欲を高めることを目的に、「ブランド創造都市」をテーマにした第30回記念コンテンツ(ステージイベント・展示等)を実施する。

(2)「ブランド創造都市」をテーマにした映像の企画制作・活用

見本市のコンセプトや板橋区産業振興構想 2035<sup>注1</sup>に示される将来のビジョンを視覚的に伝えることで、イノベーション創出に関心のあるターゲット層の効果的な集客を実現すると同時に、区内企業に対しては、イノベーション創出への参画意欲を高めることを目的とした映像を制作し、活用する。(例：SNS 等での発信や当日の場内での上映。)なお、板橋産業ブランド戦略会議注2と連携した内容とする。

(3) 区内リーディング企業を活用した来場者誘致コンテンツ

魅力ある産業都市板橋としてのブランド発信を行うと同時に、来場者や出展者等との連携機会の創出を図るため、区内リーディング企業を招致したコンテンツ(ステージイベント・展示等)(4)【特別展示】記念展示～板橋の産業の歴史とこれから～

長年にわたり区内で堅実に事業を展開してきた企業・団体の歴史と実績を紹介するためのパネル展示と映像を上映する。パネルの原稿は区が提供し、映像は区から提供または上記「ブランド創造都市」をテーマにした映像を使用する。

(5)【特別展示】産業ミュージアム(仮称)に関する展示

産業ミュージアム(仮称)整備に関する展示を行う。パネルの原稿は区が提供する。

(6)区の事業 PR コーナー

(7)その他コンテンツ

## 11 広告宣伝

【ビジネスデー】【パブリックデー】それぞれにおいて、求める来場者層の来場促進を図るための方法を提案し、実施する。

メディア用のコンテンツ制作を行い、各種マスメディア、公共交通機関への広告掲示や SNS 等を利用して来場者募集を行う。主に想定される媒体は以下。

なお、広告の種類、掲示場所、掲示期間等については区と協議のうえ、実施する。協議にあたっては広告媒体費を明示し、見積もりと齟齬のない内容とする。

(1)板橋区役所前駅 駅貼りポスター

(2)都営三田線 ドア横ポスター

(3)JR 山手線巣鴨駅改札出口デジタルサイネージ

(4)Google 等の検索サイトでのリスティング広告やリマーケティング広告

(5)日刊工業新聞社関連紙への掲載(紙面)

(6)国際興行バス(川口・戸田営業所)まど上ポスター

(7)Youtube での動画広告やストリーム広告

(8)SNS(X,TikTok, Instagram 等)での広告メディアを活用したプロモーション

## 12 成果物の作成提出

事業完了後、下記の成果物を提出する。(データはDVD-R等の記録媒体)

ア)開催実績報告書

モノクロ 24 ページ程度で、開催結果やアンケート内容などを分かりやすくまとめた

もの。

イ)作成した印刷物・各種データ

ウ)各種広報広告掲載物

広告先が分かるようにファイル名や一覧表等で紐づけること。

エ)出展者・来場者集計表等

①出展者から提供されたデータ類(ウェブページに掲載する画像等)も取りまとめる。

②出展者募集、来場者募集に使用したリストのうち区から提供されたものについて、連絡先修正や連絡中止の申出、宛所無し返送等を反映させる。

③手書きの来場者登録カードについて、全てデータ化する。

オ)当日会場記録写真・動画データ

報告書提出前の段階でも、区からの求めに応じて適宜写真などのデータを提供する。

その際は区が提供するファイルストレージを利用する。

カ)各種アンケート集計結果

キ)その他提出が必要と思われる書類・データ

### 13 その他

ア)キービジュアルなどの展示会に使用するデザインは、今年度のテーマに即していることを意識して制作する。

イ)開催場所である板橋区の特性を活かした企画・運営を行う。

ウ)保険(動産総合、賠償責任)に加入する。

エ)各種許認可申請、届出(電気工事、消防関係等)を行う。

オ)見本市の設営・運営及び各種印刷物等制作に携わる業者は区内業者を優先して使用する。

カ)区オリジナルロゴ等について、区と協議のうえ、適宜印刷物やウェブページ等に掲載する。

キ)本業務委託仕様書に記載のない事項や記載事項の解釈に疑義が生じた場合、区と受託者で協議し、解決する。

## 第6 全体スケジュール

令和8年度の事業全体スケジュールは下記を目途とする。

時期	内容
6月上旬	出展者募集(～7月下旬)
8月上旬予定	第1回実行委員会
8月下旬	出展者説明会
10月1日～予定	来場者募集開始(～開催まで)
11月5日～7日	見本市会場開催

## 第7 報告・支払方法について

### 1 報告

事業終了後、業務完了報告書を提出する。

### 2 支払方法

受託者は、事業終了後、本事業の実績を報告する。区は報告された実績及び請求書に基づき、一括で支払う。

## 第8 徴収事務

見本市出展料は区の収入とし、徴収については、地方自治法施行令(昭和 22 年5月3日政令第 16 号。以下「施行令」という。)第 158 条第1項の規定に基づき、下記業務を行う。

- 1 受託業務の適正な会計事務を行うため出納責任者を配置し、その氏名を区に通知する。
- 2 出納簿を整備し、出展料徴収については複数名で確認をする。
- 3 徴収方法については、振込先銀行口座を設定し振込期日を設けた上で出展事業者へ周知する。
- 4 振込期日までに振込完了が確認できない事業者に対しては、改めて期日を設けて振込する旨の督促をする。
- 5 出展事業者からの出展料の徴収完了後、出展事業者名・収納金名目・振込日・振込料をまとめた収納報告書を区へ提出する。
- 6 収納報告書受領後、区は受託事業者に対して納入通知書を発行し、期日までに指定の口座へ納付する旨を通知するので、期日までに納付する。

## 第9 その他

- 1 電算処理等で個人情報を取り扱う業務については、別紙「電算処理の個人情報を取り扱う業務委託の特記事項」を遵守すること。
- 2 実行委員会の意見等により、本仕様書に定めたことに変更が生じる場合や、異なる業務が発生する場合は、そのことにつき区と受託者が協議のうえ決定し、実施することとする。
- 3 本業務に係る成果物の著作権(著作権法第 27 条、第 28 条の権利を含む。)は、区に帰属する。

- 4 受託者の責めに帰する事由で全ての委託業務を完了することができない場合は、その損害において生じた経費について受託者が負担するものとする。
- 5 不可抗力的原因によって見本市が開催不能または継続困難、企画内容の変更等が生じる場合は区と受託者で協議し、対応するものとする。

なお、不可抗力的原因とは、天災、戦争、暴動、反乱、内乱、テロ、火災、爆発、洪水、盗難、害意による損害、ストライキ、立入制限、天候、第三者による差止行為、国防、公衆衛生に関わる緊急事態、国または地方公共団体の行為または規制、インターネット上のトラブル等、主催者のコントロールの及ばないあらゆる原因をいう。

## 第 10 問い合わせ先

板橋区産業経済部産業振興課工業振興係 担当：本間

〒173-0004 東京都板橋区板橋 2-65-6 情報処理センター5階

Tel:03-3579-2193 Fax:03-3579-9756

Eメール：[sg-senryaku@city.itabashi.tokyo.jp](mailto:sg-senryaku@city.itabashi.tokyo.jp)