

令和8年度 海外における伝統的工芸品テストマーケティング業務に係る仕様書

本仕様書は、一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会（以下、当協会）が、欧州、アジア・その他地域にて伝統的工芸品のテストマーケティングを実施するにあたり、その仕様等に関し必要な事項を定めたものである。

1. 業務の名称

海外における伝統的工芸品テストマーケティング業務

2. 前提条件

- (1) 本事業における実施体制を明確化し、パートナー会社を含め体制管理を徹底するとともに、必要に応じてタイムリーにコミュニケーションが図れる体制と仕組みを確保すること。
- (2) 都市の指定は原則求めないが、市場環境、消費者の特性、文化的関心度、購買力、今後の展開可能性等を総合的に判断し、テストマーケティングに適した都市を対象とすること。
- (3) 一社あたりの企画提案数に制限は設けないが、複数の提案を行う場合は、それぞれ企画書・見積書を分けて作成すること。
- (4) 次項における区分1～2においては、いずれも必ず採択されるものではなく、企画内容の妥当性を踏まえて出店の採否を検討する。

3. ターゲット国・地域の組み合わせによる計画

区分1) 欧州（ヨーロッパ）における出店計画

- (1) 本区分では、AグループおよびBグループの双方から少なくとも1地域以上を選定し、**合計2地域でポップアップショップを出店**することを前提とする。いずれか一方のグループのみからの選択は不可とする。ただし、フランスについてはパリを対象外とする。
- (2) 1地域における出店は、1都市（1店舗）を上限とする。
- (3) 本区分における出品商品は、日本から輸出したものを欧州内で転送することとし、2地域でポップアップショップを行った後、在庫を日本へ返送する。
- (4) 実施の順は問わない。

グループ	地域	出店数
A 人口5,000万 人程度以上	フランス（パリ以外）	1
	イギリス	
	ドイツ	
	イタリア	
	スペイン	
B 人口2,000万 人以下	スイス	1
	ベルギー	
	デンマーク	
	オランダ	
	その他 欧州諸国	
	Bグループは、IMF統計 1人当たり名目GDP 40,000US\$以上/2024年以降の国を対象	

提案例

- イギリス + スイス 計2エリア2都市
- × イギリス + ドイツ + スイス 計3エリア3都市/上限の2エリアを超えるため
- × イギリス（ロンドン+マンチェスター）+ スイス（ジュネーブ） 計2エリア3都市/上限の1都市を超えるため
- × イギリス + ドイツ / Aからのみ選定しているため

区分2) アジア・その他地域における出店計画

- (1) 本区分では、C～Hのグループの中からエリアを選定しポップアップショップを出店することを前提とする。
- (2) 1地域における出店は、1都市1店舗を上限とする。同区分内での在庫の転送は行わない。

グループ	地域	出店数
C	香港	1
D	台湾	1
E	シンガポール	1
F	インド	1
G	メキシコ	1
H	ブラジル	1

4. 業務実施に係る準備

- (1) 現地規制や物流条件等を勘案し、ターゲットエリア・都市での販路拡大の実現可能性を調査すること。
- (2) 収集した情報を当協会に適宜共有すること。
- (3) 出品商品の情報及びポップアップショップに掲示する出品商品の情報の翻訳を必要に応じて行うこと。
- (4) 出品商品の特性の把握に努めること。

5. 広報用画像データの作成

受託者は、伝統的工芸品に関する本事業の紹介およびSNS・WEB媒体等での活用を目的として、展示商品の撮影・レタッチを行い、広報用の画像データを作成すること。

なお、本項に基づき作成した画像データ（30アイテム分を下回らないものとし、30アイテムを超えて作成したものを含む。）に関する一切の権利は、当協会に帰属するものとする。受託者は、本事業の実施、本事業に係る広報、関係者との連絡調整、制作、校正、納品その他本事業の遂行に必要な範囲内において当該画像データを使用することができる。ただし、本事業の範囲を超える自己利用、第三者提供、転載、再許諾その他これらに類する利用は、当協会の事前承諾なく行ってはならない。受託者が業務の一部を外部委託する場合も、権利帰属が当協会となるよう必要な手当てを行うこと。

対象	出品商品のうち、業種バランスを考慮した工芸品
作成数	30アイテム以上 × 2カット（計60枚以上を目安）※組合せ構図も可
納品形式	レタッチ後のJPEG形式／印刷用途に耐える解像度
作成目的	本事業実施の広報におけるPR媒体用（次項）
二次使用	宣材用途での使用を想定（クレジット表記は行わない）

6. PR媒体の作成

受託者は、①産業としての経済産業大臣指定伝統的工芸品、②伝統マーク・伝統証紙の紹介、③伝統工芸士の紹介、④伝統工芸青山スクエアの紹介を目的として、PR媒体を作成すること。

作成にあたっては当協会が保有するウェブコンテンツおよび印刷物（別途提供）等を参照し、不足がある場合は当協会職員へのヒアリングを行うことができる。

作成内容	サイズ、ページ数、形状、用紙等を含む自由提案（リーフレット、ポストカード、ポスター、その他）
業務内容	企画、ライティング、翻訳、編集、制作に必要な業務一式
使用素材	工芸品画像は原則として前項で作成した画像データを使用する。商用利用可能なストック画像等の使用は妨げないが、当該画像の購入・ライセンス取得等に要する費用は受託者の負担とし、当協会は費用負担（立替精算を含む）を行わない。なお、当協会は人物画像を保有していない。
インク色	カラー（4色刷り）
言語	日本語版＋応募地域の主要使用言語版（計2種） ※併記は行わず、言語ごとに制作する
デザイン	紙面デザイン・レイアウト・構成は当協会と協議の上、最適な内容となるよう調整する
校正	当協会に提出し、当協会の修正指示に従い対応する（目安：文字校正3回程度、色校正2回程度）
納品	発行時に紙媒体の見本、PDFおよびaiデータを併せて納品する。紙媒体の見本は最低10部。納品先は伝産協会（東京都港区赤坂）とする。
権利等	本制作物に関する著作権その他一切の権利は当協会に帰属する。当協会は、本制作物について、二次利用、修正、編集、他事業での使用等は無償で行うことがで

	きる。ただし、受託者は、自社の実績公表の範囲に限り、当協会の承諾を得た上で本制作物を使用することができる。
その他	消費者が手に取って持ち帰りたくなる構成・デザインとし、伝統工芸品のブランド訴求につながる提案を行うこと。冊子のみでなく、冊子＋ポストカード等、幅広い提案を可とする。 本媒体は、商品カタログ又は作品集を主目的とするものではなく、伝統工芸青山スクエア、経済産業大臣指定伝統的工芸品、伝統工芸士等の魅力を、特定の業種又は作品に偏りすぎることなく広く伝える内容とすることが望ましい。

7. ポップアップショップ出店およびテストマーケティングの実施

ターゲットエリア・地域におけるポップアップショップの場を設定（会場の調整・手配を含む）し、ポップアップショップに対象商品を展示販売すること。

期間	<ul style="list-style-type: none"> ・1地域（1店舗）あたりの会期は、原則として1か月以上3か月以下とする。 ・2地域以上で実施する場合、各会期が重なっても問題ない。
商品数	<p>展示商品は、業種バランス、店舗規模、展示条件等を踏まえ、当協会が決定する。最低展示面積および最低商品数は定めず、個々の店舗事情や商品の特性を考慮した提案を受け付ける。なお、取り扱うアイテムについては、青山スクエアの展示商品から当協会が選定する。</p> <p>【前年度展示実績（参考）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（実績①）210種類／390点（うち追加 190点） ・（実績②）136種類／221点（うち追加 21点） <p>※いずれの実績も、初期在庫は200点から開始し、会期中の販売状況等に応じて追加補充を実施した。どちらの実績も一斉に全商品を展示しておらず、入替を含めた総展示数。</p>
展示	全商品を常時展示することを必須とはしない。展示スペース、販売状況及び在庫状況に応じて、会期中に商品の入替を行うことは差し支えない。ただし、特定の商品に展示期間の偏りが生じないよう配慮すること。
価格帯	日本上代で数百円から10万円ほどまでの幅広い価格帯の商品を展開しており、中心は1,000円台～9,000円台。日常使いしやすい価格帯に加え、1万円以上の高価格帯商品も含める。
場所	十分な集客が見込まれる施設で実施すること。安定した人通りが期待できる場所に立地する路面店や、人気の商業施設かつ集客の見込める店舗位置を条件とする。
店舗	常設店舗であること。百貨店、ショッピングモールその他商業施設内の店舗であっても、常設テナントとして営業している店舗は可とする。ただし、期間限定の催事スペース、ポップアップスペースその他これに類する区画は対象外とする。日本ファンや日本に興味がある現地の人と親和性が高い施設や店舗は、より望ましい。
広報	必要に応じて、プレスリリース、自社（店舗）SNSへの記事投稿など、店舗の通常広報活動の範囲において、現地の方にリーチする取り組みを行うこと。広告出稿は原則として行わないが、商業施設内での広告掲載に関する提案は可。
映像	当協会が制作するTEWAZA動画を、会期を通して上映すること（タブレット可）。

配布	当協会が支給する青山スクエアおよび工芸品に関わるパンフレット、およびPR媒体等を配置し、配布を行うこと。
撮影	実演・ワークショップ等の実施状況（準備を含む）および、顧客が見学・参加・購買等している様子について、広報用および記録用として、写真・動画等の素材を当協会へ十分に共有すること。なお、入替え等により一度に全商品が揃わない場合があるため、展示開始時点で都度撮影を行い、全ての商品を網羅した撮影をおこなった上でデータを共有すること。プロによる撮影である必要はなく、現地スタッフ等がスマートフォン等で撮影したもので可とする。
輸送	以下の業務の実施およびこれに係る経費負担は受託者が行うこと。 <ul style="list-style-type: none"> ・受託者指定の国内倉庫からポップアップショップ出店場所までの展示商品の輸送 ・同区分内ポップアップショップ間の展示商品輸送 ・ポップアップショップ出店場所から受託者指定日本国内倉庫を經由し検品後、当協会事務所（東京）までの展示商品の輸送 ・展示商品輸送に係る保険加入（オールリスク担保） ・通関手続き及び通関後の展示商品保管 ※商品に破損・汚損等が生じた場合は適切に対応すること。 当協会から受託者指定の国内倉庫への発送は、原則として宅配便により行う。各展示商品は、国内輸送に通常耐えうる水準で梱包した上で発送するものとし、輸出又は通関のために追加の梱包、補強又は仕様変更が必要と受託者が判断する場合は、その対応を受託者の業務範囲に含め、必要経費を見積書に計上すること。
輸入関連費用	事業の実施に伴い、商品を輸送し、受け取る際に運送会社等を通じて徴収される関税、輸入消費税その他の税金、立替手数料、通関手数料その他輸入に伴い発生する費用については、当協会が負担できるものとする。 ただし、事業完了後、領収書の原本その他の根拠資料の原本とともに請求書が提出された場合に限り、支払いの対象とする。 なお、外貨建てで支出を行ったものについては、日本円に換算して請求するものとし、支出日における日本の金融機関のレートを示す書類を併せて提出すること。 また、当該輸入関連費用に関する請求書は、事業の委託費の請求書とは別に発行すること。
商品の追加	会期中に販売状況に応じて追加輸送が必要となった場合、当協会が必要と認めたものについては、当該追加輸送に伴う輸入関連費用を当協会が負担することができる。なお、在庫状況その他の事情により、追加輸送を行わず、販売を終了した上で展示及びヒアリングのみ継続する場合がある。
販売・ヒアリング	販売員等を配置し、展示商品の説明及び販売を行うこと。あわせて、顧客に対するヒアリング調査を実施し、件数及び内容の充実を図ること。ヒアリングに当たっては、①商品に対する印象、②価格感、③用途・購入目的、④購入理由又は非購入理由、⑤今後の展開に向けた示唆などが把握できるよう努めること。 なお、消費者に対して工芸品の背景やニュアンス、魅力をより深く伝えるため、実施店舗には日本人又は日本語話者がいることが望ましい。 ヒアリングの形式は、店頭での自然な会話を通じて取得した内容をスタッフが記録・集約する方法とする。項目やイメージは公募内資料を参照すること。なお、最低件数は定めないが、事業の趣旨に鑑み、可能な限り多くのヒアリングを実施すること。

販売条件	展示販売に用いる商品は、当協会が運営する伝統工芸青山スクエアの展示商品から当協会が選定するものとする。現地において販売に至った商品については、受託者からの販売報告に基づき、当協会が処理を行うものとする。販売に至らなかった商品については、日本への返送後、必要な確認を経て、元の展示商品としての取扱いに戻す。受託者による商品の買取りは前提としない。また、受託者は現地での売上金を取りまとめ、当協会に一括して送金するものとし、各出品事業者への精算は当協会が行う。
商談	会期中および会期後に商談が発生した場合のフォローアップ支援を行うこと。

8. 実施報告

以下の内容を実施すること。

- (1) 当協会への定期的な実施状況の報告およびデータの共有（週に1回）
報告に当たっては、少なくとも売上実績、販売点数、来店者傾向、ヒアリング実施件数、その他当協会が必要と認める事項を含めること。
- (2) 対面での最終実績報告およびヒアリング結果の提供（2月末日まで）
- (3) 今後の海外市場調査における展開可能性の報告と提案
- (4) 今後の市場調査における改善策や、有効なツール・販促品等の提案

9. 成果物

- (1) 委託業務完了後は、本事業の具体的な成果等に関する業務完了報告書を、2027年2月末日までに当協会へ提出すること。
- (2) 業務完了報告書には、販売の実績およびヒアリング内容の分析や考察を含み、実施の様子を記録した写真等を含むこと。
- (3) 業務完了報告書には、業種別出品商品の中長期的な販路開拓に係るアドバイスの内容を含むこと。

10. 留意事項

- (1) 本委託業務の実施により作成された文章、画像、イラストその他一切の著作物に関する著作権その他一切の権利は、委託者に帰属するものとする。委託者は、当該著作物を他の用途（広報物、PR施策、他事業での活用等を含む。）においても無償で使用し、修正し、編集し、又は再利用することができるものとする。
- (2) 第三者が持つライセンス著作権関連の権利、知的財産権を侵害しないよう、受託者の責任において調整を行いながら実施すること。利用にあたっては著作権元の承認を得るとともに、権利料や使用料等諸経費が発生する場合は、受託者が負担すること。
- (3) 業務の実施にあたっては、委託者と協議の上詳細を決定し、進捗状況を委託者に報告すること。また、スケジュール等を明らかにした事業計画書を作成し、委託者の承認を得ること。
- (4) 本仕様書に明示なき事項または業務に疑義が生じた場合は、委託者及び受託者双方の協議により業務を進めるものとする。
- (5) 業務の実施にあたって、仕様書の記載内容に限らずより良い施策がある場合には応募時に提案すること。

- (6) 本事業の実施に関連して生じた訴訟その他の紛争については、受託者の責めに帰すべき事由によるものは、受託者の責任において対応するものとする。
- (7) 天災地変、戦争、テロ、暴動、感染症の拡大、政府による渡航制限・入国制限、輸送の途絶、治安の著しい悪化その他の不可抗力、またはこれらに準ずる事由により、本事業の全部又は一部の実施が困難又は不相当となった場合、委託者は受託者と協議の上、本事業の内容の変更、実施の延期又は中止を決定できるものとする。この場合、委託者は中止又は未実施となった業務に係る対価を支払わないものとし、既に実施済みの業務に係る対価については、成果物及び実施実績に基づき、委託者と受託者が協議の上、精算するものとする。

11. 当協会との連携

- (1) 事業の運営に際しては、当協会職員と連携すること。
- (2) 事業サポートとして、本事業の円滑かつ効果的な遂行のために必要な事務サポート、情報提供を当協会に対して行うこと。また、当協会からの各種問い合わせに関しては迅速に対応すること。

12. 契約等

- (1) 委託料の支払いについて
 - ① 委託金額は、業務完了報告書の提出を受け、検査合格後に精算払いとする。
 - ② 通貨は日本円とする。
- (2) 損害のために必要を生じた経費の負担について
 - ① 当該委託業務の処理に関して発生した損害（第三者に及ぼした損害を含む）のために生じた経費は、受託者が負担するものとする。ただし、当協会の責めに帰すべき理由により生じたものについては、当協会が負担するものとする。

13. スケジュール目安（参考）

日程	内容
5月下旬	委託先事業者決定後、打ち合わせ
6月中	商品選定
7月上旬～中旬	商品輸出
8月上旬～2月上旬	ポップアップショップ出店 現地消費者等に対する出品商品のアンケート実施
2月末日	事業完了報告書の提出および報告

上記スケジュールは、最もスムーズに進めた場合のスケジュールであり、この予定に限らない。実際は、出店の会期タイミングに応じて前後する。