

ご質問事項

No	質問事項	回答
1	対象国に現地法人がないため、協力会社に運営等を委託することを検討しているが、協力会社との共同提案は必須か？	現地の協力会社に運営を委託することは差し支えありません。その場合であっても、共同提案を必須とはしません。なお、共同提案をいただいた場合であっても、契約締結の相手方は代表会社のみとし、当協会は当該代表会社と委託契約を締結します。
2	仕様書に予算の目安となる金額の記載が見受けられないが、本件は各社にて見積もりを作成しその内容を含めて審査されるという理解で正しいか？	ご指摘のとおり、仕様書には予定価格を記載しておりません。また、必ずしも最も安価な提案を採択する趣旨ではありません。ご提案いただく企画内容や立地、見積金額の妥当性等を踏まえ、総合的に判断いたします。なお、採択後に両方で協議の上、内容を変更する可能性があり、その場合には見積価格に修正が生じることがあります。
3	また、出店エリアに関してですが、区分1) A・Bグループからそれぞれ1店舗ずつの申請だけでも問題ないか。つまり、区分2(アジア)を含めずに申請することも可能か。	区分1と区分2は、それぞれ別の企画として想定しています。そのため、欧州とアジア等を組み合わせた形でのご提案はできません。 なお、区分1)は、A・Bグループからそれぞれ1店舗ずつ、合計2店舗での応募が可能です。ただし、区分1)において1店舗のみで応募いただくことはできません。
4	企画提案および委託費の妥当な水準を検討するため、想定している予算規模感、または参考となる委託費水準はあるか。上限額等の開示が難しい場合には、提案内容の具体化にあたり参考とすべき情報を知ることは可能か。	仕様書には予定価格を記載しておらず、予算規模についても個別に開示はしておりませんが、当協会のHPより、2025年度事業計画書・収支予算書がダウンロードいただけます。 2025年度は香港・欧州・重慶にて事業を実施しておりますので、それを一つの目安にして頂くことが可能かと思えます。 また今年度は昨年度より公募内容を拡充しているほか、実演・ワークショップの実施も予定しているため、全体予算については増額を見込んでおります。

5	<p>広報用画像データの作成について、対象 30 アイテム以上は一度に準備がされる理解で正しいか。撮影日数により見積の算出に変動があるため、確認したい。</p>	<p>はい、テストマーケティングの対象商品は、原則として同日に全てを受託者指定倉庫へ発送しますので、一齐に撮影を開始頂くことが可能です。</p>
6	<p>広報用画像データの撮影時に、貴協会の担当者は同席予定か。撮影した写真の可否をその場で判断可能か。</p>	<p>同席は必須ではありませんが、都内およびその近郊で実施される場合は、当協会職員が同席することも可能です。広報用画像については、カメラマンによる撮影画像であれば、基本的には広報用画像データとして使用可能な水準であると考えております。そのため、当協会として特定の撮影方法や構図等、強い条件を設けるものではありません。ただし、掲載する工芸品や業種のバランス等については、必要に応じてご相談いただけますと幸いです。</p>
7	<p>広報用画像の撮影場所は、提案者の提案次第という理解で正しいか。指定又は希望の撮影場所はあるか。</p>	<p>はい、撮影場所の指定はなく、撮影に適した場所であれば、受託者任意の場所で問題ありません。</p>
8	<p>仕様書に「青山スクエアの展示商品から当協会が選定する」とあるが、応募者側から展示商品の希望を出すことは可能か。</p>	<p>展示商品については、原則として当協会にて選定いたします。ただし、展示スペースや会場条件等の都合により、商品のサイズ・数量等に制約が生じる可能性がある場合は、企画書内にその旨をご記載ください。なお、商品の選定にあたっては、業種のバランスや、本事業がテストマーケティングを目的とするものであることを踏まえて判断いたします。ご希望をお伺いすること自体は可能ですが、多くの場合、その内容を反映できるものではない点につきまして、あらかじめご理解くださいますようお願いいたします。</p>
9	<p>展示スペースの最小サイズについて、決まりはあるか。例えば、レジ横の 30cm×30cm 程度のスペースに、日替わりでテストマーケティング品を置く形でもよいか。あるいは、最低でも期間中は棚一段分程度のスペースを確保する必要があるか。</p>	<p>展示スペースの大きさや形状について、当協会として一律の決まりや指定はありません。会場の特性に応じたご提案であれば、レジ横の小スペースでの日替わり展示なども可能です。展示商品は、ご提案いただいた展示スペースや運営方法の範囲内で、当協会にて選定いたします。サイズや数量に制約がある場合は、企画書内にご記載ください。なお、本事業は単なる展示ではなく、テストマーケティングおよび PR を目的とするものです。そのため、実施効果が見込めるか、また</p>

		費用対効果が適切であるかについても、判断の観点といたします。
10	商品の破損については「適切に対応」と記載があるが、日本から欧州のポップアップショップへの輸送中、または欧州内の2店舗目のポップアップショップへの輸送中に破損が発生した場合、買取りではなく、代替商品を日本から送付してもらえという理解でよいか。	日本国内で受託者に商品をお渡しした後は、輸送中を含め、商品の管理責任は受託者にあるものと考えております。そのため、引渡し後に破損が発生した場合は、原則として受託者の責任においてご対応いただき、必要に応じて買取りをお願いすることとなります。 また、ポップアップショップの実施にあたっては、一定数の商品を展示いただく前提であるため、少数の破損については、原則として当協会から代替商品の追加発送は行いません。ただし、事業実施上、追加発送が必要となる場合は、破損等の原因を踏まえ、受託者側の費用負担にてご対応いただく想定です。
11	仕様書に、ヒアリングの最低達成数は定めないと記載があるが、当協会が理想とする目標値はあるか。また、紙ベース、Google フォーム等、記録方法の指定はあるか。	ヒアリングの最低達成数や、当協会としての具体的な目標値は定めておりません。ヒアリングの形式については、仕様書記載のとおり、店頭での自然な会話を通じて得られた内容を、スタッフが記録・集約する方法を想定しています。紙やGoogle フォーム等、記録方法の指定はありませんが、当協会への報告時には、内容をデータ化して取りまとめのうえご提出ください。なお、参考までに、前年度のヒアリング実績はそれぞれ194件、319件でした。
12	区分2において、「1地域における出店は、1都市1店舗を上限とする」との記載があるが、複数のグループ、例えばG：メキシコとH：ブラジル等をそれぞれ選定し、合計2都市以上で提案を行うことは可能か。	区分2において、複数のグループを対象に、それぞれ個別の企画としてご提案いただくことは可能です。 例えば、G：メキシコ、H：ブラジルについて、それぞれ独立した企画として2件ご提案いただく形は差し支えありません。一方で、同一区分内で商品を転送しながら複数都市で実施することは想定しておりません。 そのため、1つの企画内で2都市以上を組み合わせた提案ではなく、都市・地域ごとに独立した企画としてご提案ください。
13	「SNS・WEB媒体等での活用を目的として」と記載があるが、作成した画像データを用いたプレスリリース	プレスリリースの配信、特設WEBサイトの構築、独自のSNSアカウント運用等の積極的な広報活動までは、受託者の業務として求めておりません。

	<p>スの配信、特設 WEB サイトの構築、独自の SNS アカウント運用等、積極的な広報活動の実施まで受託者に求められているのか。それとも、本項目の主目的は、PR 媒体作成素材の撮影および当協会への宣材データ納品であり、当協会側での WEB・SNS 発信等に活用するという理解でよいか。</p>	<p>本項目は、主に次項目「6. PR 媒体の作成」に使用する素材の撮影・作成および、当協会への宣材データ納品を主目的とするものです。あわせて、店舗の通常営業の範囲内で、店舗または会社の HP・SNS 等を活用した PR にご使用いただくことも想定しています。</p> <p>なお、上記を超える広報施策を自主企画として実施いただくことは可能ですが、その対価はお支払いの対象外となりますので、見積書には含めないようお願いいたします。</p>
<p>14</p>	<p>撮影対象として「実演・ワークショップ等の実施状況」とあるが、本業務において実演やワークショップの実施は必須要件か。同時に公募されている「実演・ワークショップに係る公募」と組み合わせず、単独で応募する場合はどのような取り扱いとなるか。</p>	<p>本公募において、実演またはワークショップの実施は必須要件ではありません。そのため、同時に公募している「実演・ワークショップに係る公募」と組み合わせず、単独でご応募いただく場合は、実演・ワークショップの実施状況に関する写真・動画等の撮影は不要です。</p> <p>一方で、ポップアップショップおよびテストマーケティングの実施状況を把握するため、来店者が商品を見ている様子や、購入・接客の様子などについては、可能な範囲で写真等をご共有ください。</p>
<p>15</p>	<p>「同区分内ポップアップショップ間の展示商品輸送」とあるが、これは区分 1（欧州）の複数都市間を想定したものか。仕様書には、区分 2 では「同区分内での在庫の転送は行わない」とあるが、区分 2 において複数都市、例えばメキシコとブラジルでの提案が可能である場合、区分 2 内での商品転送も可能なのか。</p>	<p>「同区分内ポップアップショップ間の展示商品輸送」は、区分 1（欧州）における複数都市間での輸送を想定したものです。区分 2 については、仕様書記載のとおり、同区分内での在庫転送は想定しておりません。</p> <p>そのため、区分 2 において複数都市・複数地域でのご提案をいただく場合は、1 つの企画内で商品を転送して実施する形ではなく、都市・地域ごとに独立した企画としてご提案ください。</p>
<p>16</p>	<p>区分 1 については、在庫を日本へ返送する旨の記載があるが、区分 2 の項目には記載がない。一方、「販売条件」の項目には「日本への返送後」との記載がある。区分 2 の場合も、販売に至らなかった商品は日本へ返送するという理解でよいか。</p>	<p>はい、ご認識のとおりです。区分 2 においても、販売に至らなかった商品については、事業終了後に日本へ返送いただく想定です。</p>

17	<p>「現地において販売に至った商品については、当協会が処理を行うものとする」とあるが、ここでいう「処理」とは、具体的にどのような対応を指すのか。会計処理や事務手続き等の内容を確認したい。</p>	<p>ここでいう「処理」とは、販売に至った商品の売上に関する当協会側での会計処理・事務処理を指します。</p> <p>具体的には、受託者からご報告いただいた販売実績に基づき、当協会（伝統工芸 青山スクエア）において、該当商品の売上を売掛金として処理いたします。受託者側では、いわゆる消化仕入れに近い形でお取り扱いいただく想定です。</p> <p>なお、販売実績の確定後、売上金については当協会へご送金いただきます。</p>
18	<p>「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」とあるが、現地通貨で販売した売上金を、送金時の為替レートで日本円に換算して送金するという理解でよいか。</p>	<p>現地販売価格は、日本国内における下代または上代を基準とし、現地販売に係る手数料等を踏まえたうえで決定する想定です。売上金については、現地店舗側で発生する販売手数料等がある場合には、当該手数料等を差し引いた残額を、日本円に換算のうえ、当協会へ一括してご送金いただくことを想定しています。</p> <p>なお、現地店舗側で差し引かれる手数料、為替換算に係る費用等がある場合は、企画書内にご記載ください。販売に係る手数料を委託費に含める場合も、同様にその旨をご記載ください。</p>
19	<p>「対面での最終実績報告およびヒアリング結果の提供」とあるが、これは「受託者が当協会に対して対面で報告を行う」という意味か。それとも、「現地でお客様と対面して実施したヒアリングの結果を報告する」という意味か。</p>	<p>ご認識のとおり、ここでいう「対面での最終実績報告」とは、受託者から当協会に対して、対面形式により最終実績報告を行っていただくことを想定しています。</p> <p>また、「ヒアリング結果の提供」については、現地で来場者等から収集した意見・反応等を整理し、報告資料等に含めてご提出いただく趣旨です。</p>
20	<p>現地での販売価格の最終的な決定権は、当協会と受託者のどちらにあるのか。また、企画提案書には「価格設定の考え方」だけでなく、具体的な販売予定価格まで記載・提案する必要があるか。</p>	<p>本事業はテスト販売であるため、現地における日本製品・工芸品の価格相場、実施店舗の価格水準、現地側のご意見等を踏まえたうえで、最終的な現地販売価格は当協会にて決定する想定です。企画書には、具体的な販売予定価格まで記載いただく必要はありません。出品商品は採択後に当協会が選定するため、提案時点では具体的な価格を算出することが難しいものと考えています。</p> <p>そのため、企画書には、現地での価格設定にあたって参考となる考え方や、価格水準に関する情報があればご記載くださ</p>

		い。なお、当協会としては、産地事業者に不利とならない価格設定を行うことを前提としています。
21	<p>店舗の選定基準について確認したい。仕様書には「十分な集客が見込まれる施設」と「1万円以上の高価格帯商品も含める」との記載があるが、当協会として今回のテストマーケティングにおいて、より重視する方針はどちらか。</p> <p>A：より多くの現地消費者にリーチし、認知拡大と多角的なヒアリングデータを獲得すること。</p> <p>B：富裕層やカルチャー層へアプローチし、伝統的工芸品のブランド訴求と高単価商品の販売可能性を探ること。</p> <p>提案の方向性を定めるため、優先順位があれば確認したい。</p>	<p>当協会としては、どちらか一方のみを重視するものではありませんが、優先順位としては、Bを重視したうえで、Aにもつなげていく方針です。</p> <p>海外での販売においては、関税・輸送費・各種手数料等により、日本国内よりも現地販売価格が高くなる傾向があります。そのため、一定以上の価格帯の商品については、現地の中流層よりも、富裕層や日本文化・工芸品への関心が高い層を主なターゲットとして想定することになります。</p> <p>そのうえで、当該ターゲット層に対してできるだけ多くリーチし、PR効果やヒアリング結果の収集につなげていくことを期待しています。</p> <p>ただし、国・地域によっては、関税や輸送費等の負担が比較的抑えられ、より幅広い層に購入いただける可能性もあります。そのような地域特性や店舗の顧客層に応じたご提案であれば、必ずしも富裕層向けに限定するものではありません。</p>

補足事項

No	項目	
1	仕様書3. 区分2)	<p>区分2)のうち、最終的に複数地域での実施を行う可能性はありますが、採択する場合もそれぞれを個別の企画として扱うことを想定しており、1企画内で複数地域を組み合わせた内容は想定しておりません。</p> <p>また、総事業費の関係から、区分2)において4か国 or 3か国での実施は現実的ではありませんので、地域ごとに独立した内容にてご提案くださいますようお願いいたします。</p>
2	仕様書7. 輸送	<p>いわゆる送料に相当する費用については、受託者においてご負担いただくこととし、見積り金額に含んでください。</p> <p>なお、輸送に伴う税や手数料、荷物の受領時にUPS等の物流会社から徴収される費用については、原本の提出を受けた場合のみ、見積り金額とは別に、当協会に追加でご請求いただけます。</p>