

## 令和8年度OMO常設コーナー設置業務委託仕様書

### 1 委託業務の名称

令和8年度OMO常設コーナー設置業務

### 2 委託期間

契約締結の日から令和8年12月31日まで

### 3 業務目的

近年、急激な消費のデジタルシフトによって国内食品分野の電子商取引（以下「EC」という。）市場は拡大傾向にあり、大手企業や県外企業のEC参入により競争が激化している状況である。

そこで、本業務では、多くの人流が見込める関西圏のターミナル駅隣接施設において、オンラインとオフラインの双方のメリットを生かした顧客体験を提供するとともに、消費者が県産品を試飲試食後に、その場又は二次元コードの読み取り等によりECサイトで購入できる販売の場（OMO常設コーナー）を設置し、県産品の更なる露出機会の創出により認知度向上及び新規顧客開拓を図るとともに、ECへの誘導により事業者の自立的成長へつなげる。

※ 本仕様書において、「県産品」とは、宮城県内で生産若しくは製造の最終工程が行われた食品、又は宮城県内の業者が企画し、宮城県内生産の食材を主原料として製造されたものを指す。

※ 本仕様書において、「OMO (Online Merges with Offline)」とは、県産品の接点創出及び商品購入の両局面において、オンラインとオフラインの双方のメリットを生かした顧客体験を提供するマーケティング手法を指す。

### 4 業務内容

関西圏において以下のとおりOMO常設コーナーの設置・運営を行うこと。

受注者は、OMO常設コーナーの設置・装飾・イベント企画・商品選定・商品管理・広報・レジデータ分析等の業務を行い、実施に当たっては、事業実施場所となる店舗の管理者（以下「店舗管理者」という。）と店舗利用に係る契約を締結し、店舗使用料及び運営に係る各種諸経費を支払う。

#### (1) OMO常設コーナーの概要

ア ターゲット及びコンセプト

地域特産品や新商品に興味を持つ消費者（外国人観光客含む）へ県産品の魅力を発信するため、消費者への地域PRに加え、物販や試飲・試食、来店者の生の声も取得し、新規顧客獲得及び販路開拓（拡大）を行う。

なお、「イ 設置店舗」と「ウ 設置期間」については、店舗管理者と発注者にて調整済み。

イ 設置店舗

Gift pad space（大阪府大阪市北区梅田3丁目2-2KITTE大阪2階）

ウ 設置期間

令和8年8月1日から令和8年8月31日まで（1か月間）

エ 販売商品数及び事業者数

250商品60事業者程度

## オ イベントの実施

出展者及び店舗管理者と調整の上、OMO常設コーナー内におけるイベントを1回以上実施すること。また、実施するイベントの内容は、本業務の目的に合致し、事業効果を更に高めることに資するものとし、実施に当たっては、その企画内容について、発注者と協議すること。

なお、イベント計画は実施2週間前まで、実施結果は実施後1か月以内に発注者に報告すること。

## カ 打合せの実施

受注者は、店舗管理者と調整の上、事業効果を更に高めることを目的とした打合せ（例：イベント実施計画など）を適宜実施すること。実施結果は、打合せ実施後2週間以内に発注者に報告すること。

なお、打合せ方法は対面又はオンラインいずれかの方法とする。

## (2) 出展者募集及び商品選定

受注者は、販売商品について、広く募集を行った上で、商品リストを作成し、店舗管理者及び発注者と協議の上、商品選定を実施すること。

ア 出展募集チラシを作成の上、出展者を募集し、申込の受付及び取りまとめを行うこと。

イ 募集期間は2週間程度設けること。

ウ 募集対象者は、次の要件を全て満たす者とする。

a 宮城県内に事業所を有する法人又は個人であること。

b 宮城県産品の生産、製造又は販売を行っていること。

c 食品ECサイトを運営していること（出展者が外部委託により運営するECサイトやECモール内の自社店舗ページでも可）。

d 原則、「宮城旬鮮探訪」(※)の掲載事業者であること。

なお、登録申請中及び登録申請予定の事業者でも申込可能とするが、開催期間初日までには、登録済みとすること。

※ 「宮城旬鮮探訪」とは、県産品販売事業者のECサイトへの誘導、消費者ニーズに合わせた県産食材の魅力発信及び県産品の露出機会の創出を目的とした、みやぎ県産品アンテナサイトのことである。

宮城旬鮮探訪URL：<https://shunsentanbou.pref.miyagi.jp/index.html>

エ 募集方法及び出展者の選定方法の詳細は、発注者と協議の上、決定すること。

オ 出展募集による申込商品のほか、発注者が指定した商品についても、出展商品とする場合がある。

カ 出展者及び商品リストを作成し、開催5週間前までに発注者に提出すること。

キ 発注者にて商品選定後、受注者から出展申込者へ出展決定・見送りに係る連絡を実施すること。

## (3) 商品管理

ア 商品陳列・撤去時の立会

店舗への初回の商品陳列及び最終日の撤去時に立会を実施すること。

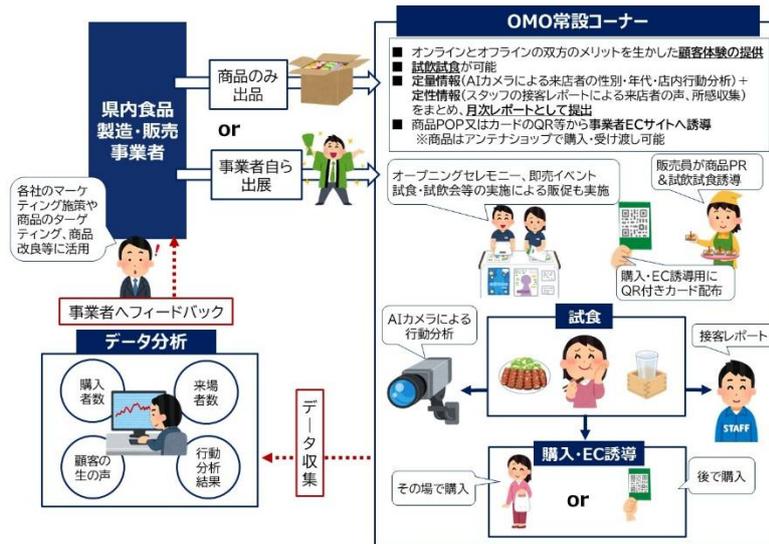
#### イ 商品在庫の追加

店舗管理者から商品の欠品や補充について連絡を受けた際は、速やかに商品を納品すること。

#### ウ トラブルへの対応

販売において、発生したトラブル等（消費者からのクレーム等）については、受注者が店舗管理者や出品者と協力して解決に当たるとともに、発注者に適時報告を行うこと。

### (4) 販売方法及びデータ収集



#### ア 商品PR及び試飲試食誘導

- (ア) 販売スペースへ消費者を呼び込み、多くの試飲試食につながるような工夫を実施すること。
- (イ) 受注者は、店舗管理者と調整し、販売員が各商品の特徴、魅力、ストーリー及びメーカーの想い等をインプットし、来店者に対し商品PR及び試飲試食の誘導を行えるようにすること。
- (ウ) 目標数は以下のとおりとする。

来店者数は延べ4,500人、試飲試食者数は延べ900人

#### イ 聞き取りの実施

- (ア) 受注者は、店舗管理者と調整し、販売員が試飲試食者に対し、商品のパッケージ、外観、食べ方、味及び価格等の改善につながるような意見・感想（以下「VOC (Voice Of Customer)」という。）を聞き取れるようにすること。
- (イ) 聞き取りに当たっては、来店者に対し、商品パッケージや外観等に関する情報を十分に与え、より有益な意見収集になるよう配慮すること。
- (ウ) 目標数は以下のとおりとする。

設置期間中1事業者2件以上

#### ウ 商品の販売

来店者が試飲試食後に、オンライン（ECサイトでの購入）とオフライン（現地購入）の双方の手法により商品を購入できる仕組みを提案すること。

#### エ 情報収集及びデータ分析

- (ア) 受注者は、店舗管理者と調整し、店舗のAIカメラによる来店者情報・行動分析等の定量情報及び販売員による接客レポートの提出を受けること。
- (イ) 商品POP又はカードに記載されている二次元コードの読み取りなどにより、来店者を開催

期間中及び開催期間後にECサイトへ積極的に誘導する手法を提案することとし、その遷移がストレスなく行われるようにすること。

二次元コードからリンクするECサイトは、原則として出展者自身が運営するサイト（出展者が外部委託により運営するECサイトやECモール内の自社店舗ページでも可）とする。

(ウ) ECサイト誘導数について、開催期間中及び開催1か月後までのデータを捕捉できる仕組みを提案すること。

(エ) 収集したデータの分析結果を発注者と協議の上、出展者ニーズに応じた個別シート等を作成の上、フィードバックを実施すること。

## (5) OMO常設コーナーの運営

### ア 装飾

(1) アで設定したターゲット及びコンセプトに合致し、業務目的を遂行するための効果的な陳列レイアウトを提案すること。また、視認性の高い装飾・ポップ等を提案し、発注者と協議の上、制作及び設置すること。制作物の電子データは、開催2週間前までに提出すること。

なお、必要な什器や備品等については、店舗管理者と協議の上、手配及び配置すること。

### イ 広報

OMO常設コーナー設置情報の広報や取扱商品の認知度向上、集客促進につなげるため、店舗開設前及び期間中において、PRチラシの作成及び配布、各種メディアや広告等、最大限の事業効果につながる手法により周知を実施すること。

なお、効果的に周知する媒体を提案し、発注者と協議の上、広報を実施すること。

### ウ レジデータ

OMO常設コーナーに係るレジデータ（商品数、売上額等）の集計及び分析を行い、翌月末日までに発注者へ報告すること。

### エ 各種記録

契約締結後1か月以内に、当該業務に係るスケジュールを提出すること。

OMO常設コーナー設置期間中の店舗内風景等の定期的な記録写真の撮影及び本業務が取り上げられたメディアの記録を行い、その都度、発注者へデータ納品をすること。

納めるデータの形式は、必要に応じ発注者と協議の上で決定すること。

### オ 出展者アンケート

各出展者に対して、出展終了時にアンケートを実施し、出展の翌月の月末までに集計及び分析の上、発注者へ報告すること。

なお、アンケート項目については、発注者と協議の上、決定すること。

## (6) 業務実績報告

業務完了後は速やかに業務完了報告書を指定様式で持参又は郵送により発注者に提出すること。加えて、委託期間を通じた業務実施結果及び業務運営を通じて見出された、今後の事業展開に向けた課題や考察等をまとめた実績報告書を作成し、PDF形式で郵送及び電子メールにより発注者に提出すること。

## 5 成果物

### (1) 提出物

提出物名称	様式・提出数	提出方法	提出期限
スケジュール	任意様式・電子データ	電子メール	契約締結後1か月以内
出展要領、出展募集チラシ	任意様式・電子データ	電子メール	出展募集開始1週間前
出展者及び商品リスト	任意様式・電子データ	電子メール	開催5週間前
Gift pad space 打合せの記録	任意様式・電子データ	電子メール	実施後2週間以内
広報（PRチラシ等）	任意様式・電子データ	電子メール	適時
会場装飾、ポップ等の制作物	任意様式・電子データ	電子メール	開催2週間前
イベントの記録	任意様式・電子データ	電子メール	計画：実施2週間前 結果：実施1か月以内
レジデータ	任意様式・電子データ	電子メール	出展期間のデータを翌 月末日まで
各種記録	任意様式・電子データ	電子メール	適時
フィードバック情報	任意様式・電子データ	電子メール	適時
出展者アンケート結果	任意様式・電子データ	電子メール	翌月の月末まで
業務完了報告書	指定様式・紙媒体1部	持参又は郵送	令和8年12月31日
実績報告書	任意様式A4判・紙媒体 3部及び電子データ	持参又は郵送及 び電子メール	令和8年12月31日

### (2) 提出先

宮城県農政部食産業振興課販路拡大支援班  
〒980-8570 宮城県仙台市青葉区本町三丁目 8-1  
電子メール：[s-hanbai@pref.miyagi.lg.jp](mailto:s-hanbai@pref.miyagi.lg.jp)

## 6 留意事項

- (1) 本業務の作業体系について、再委託の有無を含めて企画提案書に記載すること。再委託する場合は、再委託先の名称、住所、再委託理由、再委託予定金額、業務の役割分担及び業務の履行能力等についても企画提案書に記載すること。
- (2) 本業務の実施に当たっては、関係法令を順守するとともに、本業務による成果物については第三者の知的財産権を侵害することなく、適正に履行すること。第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときは、解決に要する費用を含め、受注者の責任において解決すること。
- (3) 成果物の一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、全て発注者に帰属するものとする。また、成果物に係る著作者人格権について、受注者は、発注者が認めた場合を除き行使できないものとする。
- (4) 受注者は、この業務（再委託をした場合を含む。）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、この業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、毀損の防止及びその他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。

い。契約終了後もまた同様とする。

- (5) 受注者は、この業務（再委託をした場合を含む。）を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号）を遵守しなければならない。
- (6) 受注者は、業務着手前に発注者と十分な打合せを行い、業務内容について確認を行うこと。
- (7) 本仕様書に関し、疑義又は定めのない事項が生じた場合は、発注者と協議の上、適切に対応すること。ただし、本仕様書に明記のない事項であっても、社会通念上当然必要と思われるものについては本業務に含まれるものとする。