

長崎県アンテナショップ整備・運営事業者公募説明会質疑応答

	質問内容	回答
1	店舗設計・施工・施工管理業務について	
	ハイラック什器の見直し等で常時陳列できる商品数は現在よりも少なくなることは十分あり得ることだが、問題ないか。	全体のアイテム数は少なくなる想定であるが、1商品あたりの陳列数を少し落とすなど、過度な商品数の減とならないよう工夫していただきたい。
	商品数が減ることはある程度止む無しかと思っているが、今回、具体的な品揃えの詳細まで提案に含めることは現実的に難しいと思われるが問題ないか。	具体的な品揃えまでは不要である。事業者決定後、県と相談しながら進めていただきたい。
	リニューアルにB工事を含む場合、指定業者に見積依頼を行うが見積期限は設けているか。	設けていない。
	見積依頼の全貌が確定してから、おつなぎをお願いすると、スケジュール的に厳しいので、先に指定業者をご紹介していただけないか。	貸方基準書上、B工事の契約及び見積作成はNTTアーバンバリューサポート(株)となるため、各設備の指定業者へ直接連絡することはできない。 なお、貸方基準書に係る質問については、迅速な回答を行うため、県宛てに加え、ccで以下を設定願います。 ●NTTアーバンバリューサポート株式会社 首都圏第一事業部 ・原氏 junya.hara.dr@ntt-us.com ・岩田氏 sayaka.iwata.wf@ntt-us.com
	設備・備品については予算の範囲内でリクエストすることは可能か。	県において更新・導入すべき備品等は提示しているとおりであり、これ以外においては予算の範囲内でご提案いただいて構わない。
	図面等は提供いただけるのか。	DXFファイルでのデータ提供は可能である。必要な場合は個別に県物産ブランド推進課へご連絡いただきたい。
2	店舗運営等業務について	
	委託条件書P5の出張販売とP7の県及び県内市町が実施する物産・観光イベントは年何回等のノルマはあるのか。	出張販売の具体的な回数は設けていないが、県産品の認知度向上と日本橋長崎館へ呼び込みたいとの面があるので、可能な限り多く実施していただきたい。県・市町のイベント回数のノルマも設定していない。
	現在の運営事業者が実施したイベントを教えてください。	・波佐見焼PR ・福袋販売、特設軍艦島コーナー（タイアップイベント） ・イートインコーナーを使用したイベント（510の日、壱岐焼酎の日、そのめんの日など）
	テイクアウトは、ここ滋賀のように店舗に入らなくてもよいスタイルをイメージしているのか。	店内に入ってくださいスタイルをイメージしている。
	事業者が運営事業費に上乗せすべき負担額とは、具体的にどのくらいを指すのか。	具体的な金額は示していないので、ご提案いただきたい。
	販路拡大業務の現状を教えてください。	設置したときはバイヤーが出入りして商談会等を実施する想定でありバイヤーの個別訪問はあるようだが、あまり進んでいない状況。首都圏における県産品の認知度向上のため、今後取り組んでいきたい項目である。
	生鮮を販路拡大の取組みで扱ってよいのか。運営事業者が日本橋長崎館を使用して卸売をやってもよいのか。	県産品の認知度向上、売上増に繋がるものであり、本来の機能である物販機能や軽飲食機能の延長線上に収まるレベルであれば可能と思われる。また、実店舗営業がベースであるので、体制に影響が出ないことが前提である。
	食と暮らしの案内人が観光コーナーの相談員となることは可能か。	観光コーナーの相談員は県が雇用した専門スタッフであり、運営事業者のスタッフが対応することはない。

	運営体制を教えていただきたい。	平日の基本配置 ・フロアサービス1～2名（食と暮らしの案内人含） ・レジ1～2名 ・イートイン1名 ・厨房1名 日祝日は平日に2,3名を追加して対応 このほか委託条件書に記載する総括責任者等を配置
	物販において、全体に占める生鮮や工芸品の割合など考えはあるか。	明確な割合はないが、生鮮や工芸品も県産品であることから、店舗のバランス等を考慮しながらご提案いただきたい。
	コト消費を通じた販売で、期間限定も可とあるが、年何回以上等のルールはあるか。	基準は設けないが、これまでにない新しい購入スタイルがあるので、可能な限り実施していただきたい。
3	商品について	
	売上上位商品リストの金額と販売数を教えていただきたい。	別途提供する。
	年間取扱商品数が2,600商品ということだが、どのくらいの事業者数と契約しているのか。	商品の個別契約については県は関与していないため、具体的な事業者数は把握しかねるが、通年取引がある事業者に対するフィードバック件数は約200者である。
	長崎館で販売できる商品かどうかの判断基準はあるのか。	長崎館で取り扱える商品の基準は定めており、それに基づいてご判断いただいている。
	最終決定は運営事業者が行うのか。	基準に基づき運営事業者にご判断いただきたいが、判断に迷うもの等は県にご相談いただきたい。なお、新しい商品の取り扱いを開始した際は、定期的な報告会において報告を求める。
	東京の事業者が長崎館のロゴ入りのグッズを制作したら長崎館で販売できるのか。	長崎館及び県のPRに繋がるものであることから、県において個別に判断する。
4	ホームページ・SNSについて	
	現運営事業者が運営しているHPやSNSは、そのアカウントが潰れてしまうのか。	基本的には引き継げるものと考えているが、細かい部分等については事業者間の協議となる。引き継ぐことになった場合は改めて調整の場を設けたい。
5	その他	
	今回のプレゼンにあたり、外部ブレーンに協力してもらっている。第三者に本資料を共有する場合、何らかの申請が必要か。	今回の資料はHPに公開するので特段支障ないが、用途は長崎県アンテナショップ整備・運営事業者公募に係るものであることを留意いただきたい。
	運営オフィスは在庫保管スペースも兼ねているのか。	詳細については現事業者に確認となるが、店舗内の部分で管理することが望ましいと思われる。今後、ハイラック什器の見直し等で陳列できる商品数が少なくなることも予想されるので、その商品数に見合った管理スペースをご検討いただきたい。なお、商品が収まりきれない場合、別途、外部倉庫を借りて管理保管することも可能であるが、今回のリニューアルの中には含めていない。
	業務引継ぎについては、新事業者の都合というよりも現事業者の都合に添うようなものになると思われるがいかがか。	選考委員会終了後、大勢が判明するので、県としては円滑な引継ぎができるよう協力していきたい。
	条件書の中には引継ぎについてスケジュールや体制について記載することとあるが、プレゼンでは言及する必要はないか。	プレゼン時間は25分間であるため、アピールポイントと思われる部分は言及されてよいと思われる。提案書には記載が必要であるが言及するかどうかはご判断いただきたい。
	運営事業者が変更となった場合、事業者の情報等は引き継いでもらえるのか。	事業者が変わる場合はしっかり引き継いでいただきたいと考えており、常識の範囲内の情報は引き継げるものと思われる。
	来館者数の目標値において、県の最終目標はR12の42.5万人なのか、それとも各年度達成していくものなのか。	R12の最終年度を達成すればよいわけではなく、各年度の目標が必要である。
	企画提案書がA4判縦と指定されているが、図面等横向きの方が見やすいものもあるため、横向きも対応可能とできないか。	縦向きに拘らず、横向きも可とする。