

「京都マラソン 2027」オフィシャルグッズ制作・販売業務委託仕様書

1 委託業務の名称

「京都マラソン 2027」オフィシャルグッズ制作・販売業務

2 委託期間

契約締結日から令和9年3月31日まで

3 大会概要

- | | |
|--------------|--|
| (1) 名 称 | 京都マラソン 2027 |
| (2) 開 催 日 | 令和9年2月21日（日） |
| (3) メインコンセプト | 「DO YOU KYOTO ? マラソン」「みんなが主役」 |
| (4) 趣 旨 | ①市民スポーツの振興
②京都の魅力の国内外への発信
③京都のまちの活性化 |
| (5) 主 催 | 京都市、一般財団法人京都陸上競技協会 |
| (6) 種目・定員 | マラソン（16,000名）
ペア駅伝（250組 500名）
車いす競技（20名） |
| (7) 競技時間 | マラソン6時間 |
| (8) コー ス | 2027大会（別紙）を基本とする |

4 委託内容

(1) 目的

本業務は、「京都マラソン 2027」のブランド価値向上及び大会収益の拡大を図るため、オフィシャルグッズの企画、制作販売及び販売分析を一体的に実施することを目的とする。

単なる物販業務ではなく、京都らしさの発信、ランナーや市民の満足度向上、地元京都企業との連携強化などを通じ、京都マラソンファンとの接点形成を目指す。

(2) 基本方針

受託者は単に商品を制作・販売する事業者ではなく、「京都マラソンブランドを育成するパートナー」として業務を遂行すること。また、収益の最大化だけではなく、以下の点を常に意識の上、本業務を実施すること。

- ・京都マラソンのブランド価値の向上
- ・京都らしさの発信
- ・ランナー等の満足度の向上
- ・次年度以降に繋がるファンづくり

(3) オフィシャルグッズ（以下「グッズ」という。）の企画・制作

- ・大会ロゴ、キービジュアル、キャッチコピー（京を走る）等を活用し、大会の魅力やブランドイメージを効果的に発信できるグッズを企画・制作すること。
- ・グッズの企画にあたっては、京都マラソン参加者や京都マラソンEXPO会場来場者等のターゲット、ニーズを考慮したうえで商品構成を提案すること。また、商品のデザイン、仕様、素材、販売価格等については、事務局に確認を行い、承認を得たうえで決定すること。
- ・本業務全体において、メーカー名、企業ロゴ及び制作者・製造元が特定できる一切の表示（ブランドロゴや商標等を含む）及び販売についての広報発信を禁止する。ただし、商品タグ等への表記など、制作者・製造元の表記が必要とされる場合は、事務局と協議の上、表示の可否について決定する。

(4) 販売計画の立案および売上予想金額に対する収益配分額等

- ・大会のブランド価値向上、グッズの売上増につながる販売計画を立案すること。
- ・本業務により得られる売上予想金額を算出し、その額に対し、事務局へ支払う収益配分額を示すこと。また、売上実績に関わらず支払うことが確約される「最低保証金額（税抜）」についても明記すること。
- ・売上予想金額および収益配分については、以下の条件のもと、パターンA・Bの2種類算出すること。

ア スペース規模（以下の2パターンについてそれぞれ算出すること）

（ア）パターンA（5小間）：計15m×3m（またはそれに準ずる配置）

（イ）パターンB（10小間）：計30m×3m（またはそれに準ずる配置）

※1小間あたりのサイズは「3m×3m」程度。

イ 販売予定場所

京都市勧業館（みやこめッセ）3階

（〒606-8343 京都府京都市左京区岡崎成勝寺町9-1）

ウ 販売予定日時

（ア）令和9年2月19日（金）13：30～20：00（最終入場）

（イ）令和9年2月20日（土）10：30～19：00（最終入場）

（ウ）令和9年2月21日（日）11：00～16：30（最終入場）

エ 来場人数（参考：2026大会実績）

（ア）令和8年2月13日（金）7,000人※ランナー及び一般客

（イ）令和8年2月14日（土）18,100人※ランナー及び一般客

（ウ）令和8年2月15日（日）7,608人※ランナーのみ

オ ECサイトでの事後販売

- ・大会（令和9年2月21日）後から令和9年3月15日までの間、ECサイトにおいてオフィシャルグッズの販売を行うことができる。
- ・なお、ECサイトのデザイン等については、原則、メーカー名、企業ロゴ及び制作者・製造元が特定できる一切の表示（ブランドロゴや商標等を含む）を禁止する。
- ・ただし、上記ロゴ等の表示につき判断が困難な場合は、事務局へ確認のうえ、事務局の承認を得た場合に限り可とする。

(5) 販売業務

受託者は、必要に応じて以下の販売業務を実施すること。

- ・おこしやす広場における対面販売（最小5小間（3m×3m/1コマ）、最大10小間のスペースを想定。正式な出店小間数については、契約締結時にお伝えします。）
- ・ECサイトを活用したオンライン販売（大会当日以降のみ）。
- ・販売に必要な什器、備品及び決済手段の準備・運営
- ・商品の搬入・搬出、陳列、在庫管理及び補充
- ・購入者への商品引渡し及び接客対応

なお、販売場所、販売方法等の詳細については、事務局と協議の上決定するものとし、受託者は安全かつ円滑な販売運営に努めること。

(6) 在庫管理

- ・商品の在庫管理については、受託者の責任において実施すること。
- ・商品の搬入・搬出、在庫保管、補充、棚卸及び余剰在庫の処分についても受託者が行い、その費用は受託者の負担とする。

5 販売分析及び報告書等の提出

業務をすべて終了したときは、契約期間内に次の成果品を提出すること。

(販売実績報告書)

- ①売上高
- ②売上比率（対面・EC）
- ③粗利益
- ④商品別販売数量および金額
- ⑤客単価
- ⑥人気商品ランキング
- ⑦購入者属性
- ⑧課題分析

(その他報告書等)

- ①商品デザインデータ
- ②商品一覧
- ③その他事務局が必要と認める資料

6 業務を行ううえで留意する点

- (1) 業務遂行に当たっては、事務局と綿密な情報交換を行うとともに、事務局の指示に従うこと。
- (2) 本業務は、本仕様書によるほか、関係法令等を遵守して実施するものとする。
- (3) 受託者は本業務について秘密を守り、業務内容を許可なく第三者に公表、転用及び貸与してはならない。
- (4) 本業務の全部または主たる一部を第三者に委任してはならない。
なお、一括再委託を行うことはできない。

【一括再委託の基準】

- ア オフィシャルグッズ制作等にあたり、調達経費の内訳のうち、7割を超える額に相当する部分を再委託するとき。
- イ 契約履行手段の主な項目である部分を再委託しようとするとき。
- ウ 作業を細分化して複数の業者に再委託し、受注者自らは契約の履行箇所に常駐等せず、実際には直接、指揮又は検査等を実施しているとは認められないとき。
- エ 再委託の相手側が更に実際に作業に当たる業者に再委託するとき。
- (5) 事業の実施に係る物品の調達等に際しては、地域活性化や環境配慮の視点を持ってを行うこと。
- (6) 本仕様書に定めのない事項又は本仕様書に定める事項に疑義が生じた場合は、事務局と協議のうえ、定めることとする。