

## 仕様書

### 1 件名

平成 29 年度観光プロモーション（ロシア）に係るイベント・現地集客部門業務委託

### 2 目的・事業概要

外国人旅行者の東京への誘客を目的に、東京の魅力を海外に向け効果的に PR するため、東京の観光関連事業者等（一部東京近郊からの参加可能性あり）と連携し、経済成長により今後の旅行者増が期待されるロシアにおいて、東京都主催の旅行会社向けプロモーション及びメディア向けプロモーションを実施する。

### 3 履行期間

契約締結日の翌日から平成 30 年 3 月 31 日まで

### 4 日程及び場所（予定）

	月日	曜日	場所	時間	行事内容 【事務局・本体】	行事内容 【出展者】
1 日目	1 月 21 日	日	東京		出発	
1 日目	1 月 21 日	日	モスクワ		午後 15 : 00 モスクワ着	*夜までにモスクワ入り
2 日目	1 月 22 日	月		13 : 30 - 14 : 00	メディア受付	
				14 : 00 - 16 : 00	メディアセミナー（セミナー前後に軽食・ドリンク等を提供） ※日本側事業者も参加可	
				18 : 00 - 20 : 30	結団式	
3 日目	1 月 23 日	火		12 : 30 - 14 : 00	出展者ブリーフィング及びロシア市場についてのミニセミナー	
				14 : 00 - 14 : 30	観光セミナー	
				14 : 30 - 15 : 00	分科会	
				15 : 30 - 17 : 40	商談会（10 分×12 セッション）	
4 日目	1 月 24 日	水		18 : 00 - 20 : 00	レセプション	
				AM	表敬訪問 ※夕方方便にて帰国	
5 日目	1 月 25 日	木	東京		成田朝着	

## 5 主な事業内容

### (1) メディア向けプロモーション

#### ア メディアセミナー（モスクワ）

対象：現地有力メディア

規模：30名程度（日本側参加希望者がいた場合、参加可とする）

目的：現地メディアへの東京の観光情報発信及び旅行地としての東京のイメージ訴求

内容：プレゼンテーション、質疑応答など

※軽食とドリンク等を提供し、パフォーマンス等も実施すること

### (2) 旅行会社向けプロモーション

#### ア 商談会及び観光セミナー（モスクワ）

対象：訪日（訪都）旅行を扱う現地旅行会社

規模：30社程度

目的：外国人旅行者の東京への誘客を目的に、日本側出展者と現地旅行会社との商談及び関係づくりの場を提供、東京の観光情報の発信

内容：日本側出展者約30社と現地旅行会社等30社程度とのフリー商談会、及び現地旅行会社向けプレゼンテーションを実施。

#### イ レセプション（モスクワ）※商談会及び観光セミナーと同ホテルにて

対象：商談会参加者及び日本側出展者

規模：100名程度

目的：商談会参加者同士の関係づくり、東京都からのメッセージ発信

内容：レセプション（立食ビュッフェ、ステージイベント、ドアプライズ等）

## 6 委託内容

### (1) 実施コンセプト

東京都は世界に選ばれる旅行地としての東京を強く印象づける「東京ブランド」の確立に向け、別紙1「東京のブランディング戦略会議及び報告書（概要）」のとおり、ブランドコンセプトを定めた。本プロモーションの実施にあたっては、これに基づき「伝統と革新が交差しながら、常に新しいスタイルを生み出すことで、多様な楽しさを約束する街」をコンセプトとし、新たに決定したアイコン及びキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old Meets New」（以下、「アイコン」という。）にこめられたメッセージを深く理解の上、プロモーションの実施にあたること。なお、「東京のブランディング戦略」とアイコン及びキャッチフレーズについては以下を参照すること。

東京のブランディング戦略

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2015/01/20p1j700.htm>

アイコンとキャッチフレーズについて

[http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/04/28/07\\_01.html](http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/04/28/07_01.html)

### (2) アイコンの活用について

ア 本仕様書にて規定する制作物については、特に指定のない限り、原則としてアイコンを使用したデザインを提案すること。なお、アイコンデータ等は、指名通知時に、対象事

業者へ別途支給する。

- イ 東京のブランディング戦略の観点から、アイコンを利用したすべての制作物について、東京都が指定するクリエイティブディレクターが監修・確認を行う。確認に要する期間も考慮し、スケジュール作成には十分な余裕を持つこと。

### (3) 事業の企画・運営について

- ア 受託者は上記「2 目的・事業概要」に記載されている本事業の目的及び「6 委託内容 (1) 実施コンセプト」に基づき、旅行目的地としての東京の魅力が現地での確に伝わるよう、旅行会社向けプロモーション、メディア向けプロモーションの統括企画・運営を行うこと。
- イ 各業務に関し、ロシアの特性として1件の招待につき2名の来場が一般的である点に充分留意し、手配・集客・制作・作業等を行うこと。
- ウ 円滑に事業を遂行できるように本事業に係る担当者を適切に配置し、責任体制を明確にすること。
- エ 商談会等のイベントについては、東京の観光産業振興に資するように、参加観光事業者の意見等を集約し、公平かつ専門的な視点で行うこと。また、現地の状況や嗜好、現地旅行会社及びメディア等の情報を収集し、効果的かつ遅滞なく実施すること。
- オ 各業務の企画・運営にあたっては、テーマ、スケジュール等を含め、適宜、公益財団法人東京観光財団（以下、「TCVB」という。）と綿密に協議し、その承認を受けること。
- カ TCVB の示す基本的事項（基本計画、日程、記載事項等）を基に運営マニュアル（日本語）、進行表・進行台本（日本語及びロシア語）等を作成すること。

### (4) 事務局業務について

#### ア 事務局

東京の観光関連事業者等及び旅行会社、メディアとの連絡及び資料の配布等を行うため、日本国内及び現地に窓口となる担当者を設置し、下記の通り事務局業務を行うこと。当該担当者は契約確定後速やかに設置し、平成30年3月31日まで事務局業務を行うこと。

- (ア) 都内観光事業者向け事前出展説明会（2回）のために配布資料の作成、印刷、飲料手配（各50名程度分）を行うとともに、各回に必要な人数が出席し、会議が円滑に進行されるようTCVBを補助すること。会議終了後、会議の主たる内容を含む議事録を作成すること。なお、会場は、東京都若しくはTCVBが手配する。
- (イ) モスクワにて結団式（夕食会）を実施するための会場手配及び飲食手配を行うこと。会場は、50名程度の着席での食事が可能で、個室または仕切り等があり、意見交換会の場に適したレストランを提案すること。立地、雰囲気、メニューについてはTCVBと調整を行い、承認を得ること。なお、本結団式の飲食費用は日本側出展者の負担とするので提案の見積額には含める必要はない。
- (ウ) 現地で開催するセミナー・商談会等での配布終了後のパンフレット残部等につ

いて、TCVB と協議のうえ、現地旅行会社及びメディアに郵送・配布すること。  
(エ) 観光プロモーション終了後も TCVB との事務連絡等の機能を継続して実施すること。

#### イ 通信手段の手配

下見期間中及び本番出張期間中、地域内通話と国際通話が可能な携帯電話を東京都、TCVB の必要台数を、また、現地のインターネット環境に対応した Wi-fi ルーター5台をそれぞれ手配すること。携帯電話に関しては、1 日当たりの通話可能時間が少なくとも 30 分程度のものとする。

携帯電話の手配に当たっては、現地間通話及び現地～日本間通話双方の便を考慮するとともに、会場での使用に資するよう ストラップ等を付すほか、使用者間の電話番号を事前に登録し、充電しておくなど、手配日に即使用できるよう準備しておくこと。

また、使用に伴う通話料金を支払うこと。使用に伴う通話料金については、仕様の範囲内については本件見積りに含めること。(見積りに当たっては、携帯電話 5 台分を手配した場合の料金を算出すること)

#### ウ 記録

観光プロモーション期間中、以下の記録・翻訳・報告を行うこと。

##### (ア) 日本出発から帰国までの写真記録

観光プロモーション期間中に実施される表敬訪問も含む全てのイベントの様相を撮影すること。また、帰国後速やかに全ての写真のデータ納品を行うこと。尚、撮影者はプロである必要はない。

##### (イ) 商談会の来場者数

商談会の来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。

##### (ウ) レセプションの来場者数

各レセプションの来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。

##### (エ) セミナーの来場者数

観光セミナー、メディアセミナーの来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。

##### (オ) 東京都ブースの来場者数

東京都及び近隣県ブースの来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。また、同ブース来場者の質問及びスタッフによる回答状況を記録し、報告すること。

##### (カ) 観光セミナー、メディアセミナーでの出席者及び東京都職員による発言の記録及び翻訳を行い、速やかに報告し、議事録を作成すること。

#### エ 出展者向けアンケート

TCVB が支給する出展者向けアンケート (A4・2 枚程度) を印刷、実施すること。現地参加の出展者がいる場合には、必要に応じてロシア語への翻訳を行うこと。商談会終了後速やかに全社から回収し、結果を集計の上、報告すること。

#### オ 現地集客業務に係る事務局運営

後述の通り、現地集客業務に係る事務局業務を行うこと。

#### カ 資料の作成・翻訳

東京都が実施する表敬訪問先への礼状のロシア語翻訳を行う他、観光プロモーション実施に伴う資料の作成及び翻訳を行うこと。

#### キ 報告書

事業全体に関する報告書（製本した印刷物 10 部、電子データ 2 部）を速やかに作成し、提出すること。

#### (5) 会場予約及び会場手配について

ア 上記5に基づき、プロモーションを実施するに適切な会場候補の選定・提案を行い、手配すること。尚、全ての会場はモスクワ市内にある同ホテル内とする。また、提案の際には、以下の点について留意すること。

(ア) 提案にあたっては費用、安全面、現地の生活文化、商習慣などを考慮すること。  
また、上記5（1）メディア向けプロモーションの実施時間は上記4記載の通りとする。

(イ) 上記5（2）旅行会社向けプロモーションの実施時間は上記4記載の通りとする。

(ウ) 集客に影響が出ないよう、集客する現地旅行会社やメディア各社が参集し易い立地や現地での評判等に配慮した会場選定を行うこと。

(エ) 予約手配に際して、宿泊数の確約や飲食費の最低補償額、キャンセル可能期間、キャンセル料等の条件がある場合には、提案の際に明記すること。

(オ) 各イベントを円滑に行うことができるよう、音響に係る影響、配置、転換、準備、招待客及び日本側出展者の動線等について十分に留意した提案を行うこと。

(カ) 飲食の提供にあたっては、現地の食文化、嗜好などを考慮し、提案すること。  
なお、日本食を一部手配できるとなるとよい。

(キ) 各会場の広さ、使用日は以下のとおり。尚、①、②の各種イベントを行うにあたり、必要十分なステージ幅を考慮すること。

① 2日目：メディアセミナー用 1部屋（200㎡程度、またはそれ以上）

② 3日目：観光セミナー用会場（分科会は3テーマ毎×5団体を3会場に分けて展開予定）

※2部屋または3部屋（1部屋はメイン会場200㎡以上。分科会会場1～2部屋は60～100㎡程度を想定。メイン会場が十分な空間で提案できる場合は分科会会場1部屋で、メイン会場を分科会2テーマ会場として会場を分けて使用可）

③ 3日目：旅行会社向けレセプション会場（300㎡程度、またはそれ以上）

④ 3日目：商談会用会場（400㎡程度、またはそれ以上）

上記①、②、④の会場については、コーヒープレーク用のスペースも勘案して手配すること（会場内、ホワイエ、その他）。また、各会場におけるセミナーは全て同時通訳（ロシア語/日本語）にて実施する。また、東京都のプレゼン資料に関しては事前にロシア語に翻訳すること。

#### イ 事務局部屋について

プロモーション期間中、同一施設内に事務局部屋（50㎡程度）を終日用意すること。  
また、以下を用意すること。

(ア) 事務局用パソコン\*2台、プリンター2台（コピー機能付1台、カラー対応1台）  
\*パソコンはMS Office等のビジネスソフトが使用でき、常時インターネット接続させること。

(イ) 事務局運営に必要な文房具及び飲料水等

ウ インターネット環境

プロモーション会場内は全て無線 LAN の使用が可能な環境とすること。プロモーション会場内での使用料が有料な場合は会場費に含むこと。

## (6) メディア向けプロモーション

メディア向けプロモーションを行うにあたり、企画・集客及び運営を行うこと。呼びかけの対象となるメディアに関心の高い情報が何か、当該都市と東京の実態比較、対象都市メディアの特徴など、メディア用プレゼンテーション等に必要な情報収集を事前に行い、提出すること。また、メディア向けプロモーションで制作する全ての制作物について、現地事情等を考慮の上適宜アドバイス等を行うとともに、ロシア語のネイティブチェックを行うこと。

ア メディアセミナーのコンテンツの企画・制作業務

メディアセミナーを行うにあたり、下記メディアセミナー実施案の①についてコンテンツの企画・制作を行うこと。

また、下記の①以外にも、必要に応じてメディアセミナーのための資料の準備及び作成（ロシア語翻訳を含む）を行うとともに、セミナーのテーマやコンテンツ、実施方法の企画、制作等を行うこと。

### 【メディアセミナーの実施案】

予定時間	内容	備考
30分程度	名刺交換等ネットワーキング	※お茶&軽食の提供
5分程度	司会によるオープニング・トーク	
5分程度	団長挨拶	
10分程度	東京都プレゼンテーション	
20-30分程度	企画提案 (①)	メディアの記事化につながるような企画を想定 (ゲスト・トーク、パネル・ディスカッション、ビデオ上映、ライブ中継 その他)
10分程度	質疑応答	
30分程度	ミニ交流会	※軽食及び日本酒テイスティング

イ 集客業務

(ア) 集客方法については、効果的な方法を提案し、有力な一般紙、旅行業界誌、web系メディア等の有力媒体を30名程度招待すること。30名以上の集客が可能な場合は、可能な限り多くのメディアを集客すること。併せて、旅行会社向けプロモーションの取材についても促進をすること。

- (イ) 事前に選定理由・メディア概要等を記した 50 名以上の招待候補者リストをプロモーション実施の3か月前までに日本語で作成し、TCVB に提出し、協議すること。リストには、会社名のほか担当者名、役職、連絡先（住所、電話番号、E メールアドレス、会社ウェブサイト、当該会社の特色）を記載すること。報道等の成果を招待前に可能な限り担保すること。
  - (ウ) 参加登録を促すため、2ヶ月前を目途に各候補者宛にロシア語の案内状を作成、印刷、送付すること。また、案内状送付後は、電話やメール等により参加督促を行い、出席者の確定を行うこと。
  - (エ) 参加登録のあったメディアについてリスト作成を行い、定期的に TCVB に報告すること。リストには、会社名のほかカテゴリー、担当者名、役職、連絡先（住所、電話番号、E メールアドレス、会社ウェブサイト、会社概要、その他必要事項等）を記載すること。
  - (オ) 招待候補者の名簿を集約し、ロシア語の招待状を作成し、適切な時期に発送すること。出欠等返信の回収を行うとともに、電話やメール等により参加督促を行い、出席者の確定を行うこと。また出席者のプロフィールを含めたリストを日本語で作成し、印刷すること（50 部程度）。
  - (カ) メディア向けプロモーション当日、来場メディアの出欠確認等の受付業務を行うとともに、電話やメール等により出席督促を行うこと。併せて来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。帰国後速やかに、来場したメディアの連絡先等の情報を含めて結果の報告を日本語の文書で行うこと。
  - (キ) 当日の受付には、主にメディアの対応を行う受付責任者を配置すること。
  - (ク) メディア向けプロモーション当日、来場メディアに働きかけ、記事の作成、報道等を促すこと。
  - (ケ) TCVB が支給する来場メディア向けアンケート（A4・2 枚程度）を翻訳、印刷、実施すること。回収率は6割以上とし、帰国後1週間以内に集計作業及び日本語への翻訳を行い、提出すること。
  - (コ) プロモーション終了後、速やかに、メディア向けプロモーションの出席者に対する礼状を TCVB と協議の上、ロシア語に翻訳・作成し、送付すること。
  - (サ) 後日の写真提供等、露出に必要なサポートを実施し、露出の促進をすること。
  - (シ) 現地媒体へ掲載、報道された記事、番組等を記録し、記載（放映）内容の概略を和訳して記録と共に提出すること。また、当該記事ページに相当する広告を掲載した場合に要する費用（広告換算費）を報告すること。紙媒体に掲載された場合は掲載誌／紙原本を、番組等の場合はデータ（入手可能な場合）を DVD 等で、各2部 TCVB に提出すること。実施後2週間以内に中間報告を行うこと。以降も引き続き、露出についての調査・報告を行うこと。
- ウ 会場設営及び必要備品・機材、料飲等の手配
- 旅行会社向けプロモーションと同様にイベント実施に必要な会場設営を行い、必要備品・機材、料飲等を手配すること。
- (ア) 会場装飾
  - (イ) 適切な場所への受付設置
  - (ウ) 会場はスクール形式
  - (エ) 司会者（演台またはマイクのみ）
  - (オ) 発表者の机（または演台）

- (カ) スクリーン、プロジェクター及び PC 等映像機器、マイク等音響機器
- (キ) 同時通訳機器（ブース、レシーバー等）
- (ク) 誘導案内表示等
- (ケ) コーヒーブレイクの手配（コーヒー、ペストリー等）
- (コ) レセプションの手配
- (サ) 各ポストの責任者含む、円滑な運営に必要な受付スタッフ、クロークスタッフ、会場警備スタッフ等の手配
- (シ) その他必要なものを手配した上で、滞りなく運営を行うこと。

## (7) 旅行会社向けプロモーション

### ア 集客業務

- (ア) 旅行会社向けプロモーションに参加する現地旅行会社の集客業務を行うこと。インセンティブツアー等の取扱いを含む現地旅行会社等から訪日旅行商品の造成及び販売に対して有望な参加者を選定し、30社程度を招待すること。
- (イ) 集客方法については、効果的な方法を提案し、実施すること。また、参加者は訪日旅行担当者または決定権者かそれに準じる者とする。
- (ウ) 商談会へ招待する特に有力な現地旅行会社等を 60社程度選定し、リストを作成、プロモーション実施の 3か月前を目途に提出すること。リストには、会社名のほか担当者名、役職、連絡先（住所、電話番号、Eメールアドレス、会社ウェブサイト、会社概要）を記載し、出欠回答状況について定期的に報告すること。
- (エ) 招待者の選定等にあたっては、都側から参加する観光関連事業者等の意見や希望を公平な視点で集約したうえで、中立性を保ちつつ偏りのない参加者を豊富に選定すること。なお、東京都から提出する現地旅行会社リスト（100社程度）も上記（ウ）に反映し、集客すること。
- (オ) 商談会への参加登録を促すため、2ヶ月前を目途に各候補者宛にロシア語の案内状を作成、送付すること。また、案内状送付後は、電話やメール等により参加督促を行い、出席者の確定を行うこと。
- (カ) 旅行会社向けプロモーションへの参加登録のあった現地旅行会社についてリスト作成を行い、定期的に TCVB に報告すること。リストには、会社名のほか会社概要、担当者名（プロモーションへの出席者が異なる場合は出席者名、役職も記載すること。）、役職、連絡先（住所、電話番号、Eメールアドレス、会社ウェブサイト、その他必要事項等）、レセプション参加の有無を記載すること。
- (キ) 旅行会社向けプロモーションへの参加登録があった現地旅行会社に対してロシア語の招待状を必要数作成、印刷、適切な時期に送付すること。招待状発送後は、登録数の管理を行うこと。また、出欠等返信の回収を行うと共に、電話やメール等により出席督促を行い、出席者の確定を行うこと。
- (ク) 日本側出展者から、現地旅行会社等に対しての個別商談予約等について要望があった場合には必要に応じて調整・支援を行うこと。
- (ケ) 旅行会社向けプロモーション当日、来場予定者の出欠確認を行うとともに、電話やメール等により出席督促を行うこと。
- (コ) 参加する現地旅行会社のリストを日本語で作成し、印刷すること（50部程度）。



(サ) TCVB が支給する商談会来場者向けアンケート (A4・2 枚程度) の翻訳、印刷を実施すること。回収率は 8 割以上とし、商談会終了後速やかに回収を行い、当日に速報値を報告すること。また、帰国後 1 週間以内に集計作業及び日本語への翻訳を行い、提出すること。

(シ) プロモーション終了後、速やかに、旅行会社向けプロモーションの出席者に対する礼状を TCVB と協議の上、ロシア語に翻訳・作成し、送付すること。

#### イ 会場設営及び必要備品・機材、飲料等の手配

(ア) 会場内において、ポスター、パネル等の展示、演出等の実施などにより東京の魅力を感じられる会場装飾を提案すること。

(イ) 各イベントが円滑に実施されるよう、配置、転換、準備、音響・映像、参加者の動線等について十分に留意した上で会場レイアウト作成及び必要なブース設営・造作等を提案すること。

(ウ) 東京都及び近隣県ブースの設置にあたっては、商談会・観光セミナーの便宜に適する配置及び造作を提案すること。

(エ) 受付の設置にあたっては、参加者が円滑に受付をできるよう配置し、その設営箇所・造作等についても配慮した提案を行うこと。

#### (オ) 商談ブース

##### ① 国内出展者 (セラー) ブース

30 小間、机(1 台)、椅子 (4 脚程度)、ポスター掲示パネル (簡易なものによい)、社名版 (テーブルに設置)、パソコン用電源等用意。

##### ② 東京都ブース

3 小間 (1 小間 9 m<sup>2</sup>程度)、机 (6 台)、椅子 (24 脚)、照明、モニター1 台 (20 インチ程度)、DVD\*、DVD プレイヤー、背面に A1 又は B1 ポスター 10 枚程度掲示できるパネル等 (ポスターのマウント含む)、パソコン用電源、PC3 台。

\*DVD: 別途 TCVB から提供する素材を基に、PR 用 DVD を作成の上、2 部納品し、東京都ブースで上映すること。

(カ) 受付 (業界関係者、メディア、アンケート回収デスク)、クローク等

#### (キ) 各セミナー会場

##### ① 想定収容人員等

メイン会場は 80 名程度、分科会会場は 40~50 名程度の集客を想定した会場設営。スクール形式。

##### ② 司会者 (演台またはマイクのみ)

##### ③ 発表者の机 (または演台)

##### ④ スクリーン、プロジェクター及び PC 等映像機器、マイク等音響機器

\*プレゼンテーション原稿は TCVB が準備する。

##### ⑤ 同時通訳機器 (ブース、レシーバー等)

(ク) 会場内の配置図及びその掲示用看板、誘導案内表示等

(ケ) コーヒーブレイクの手配

(コ) 各ポストの責任者含む、円滑な運営に必要な受付スタッフ、クロークスタッフ、会場警備スタッフ、商談会誘導スタッフ、東京都及び近隣県ブーススタッフ、レセプションスタッフ等の手配。

(サ) (プロモーション期間中を通して利用する) 東京都担当者及び TCVB 担当者用

イヤホンマイク付きトランシーバー

(シ) 其他必要なものを手配した上で、滞りなく運営を行うこと。

ウ 各レセプションの企画及び運営について

(ア) 来場規模は、1日目80名、2日目100名程度とする。

(イ) 会場装飾（光・音などを効果的に使用した東京の魅力が伝わる演出）

(ウ) 飲食の手配（1日目のメディア向け用の軽食はフィンガーフード的なものを想定。2日目は一般的な立食buffetの食事メニューを想定。）現地の食文化、嗜好などを考慮したメニュー提案をすること。また、日本食も含めること。飲料には日本酒他、アルコール飲料も含めること。

(エ) 効果的なドアプライズを企画提案すること。ドアプライズに必要な備品（抽選券、抽選BOX等）及びスタッフの手配。なお、ドアプライズの商品は別途TCVBが手配する。

(オ) 東京の魅力を伝えながら、会場の雰囲気盛り上げるアトラクション等を企画提案すること。また、会場内での日本の文化体験ができることを提案すること。

(カ) 舞台（会場前方）及び必要な映像・音響機器の手配。

(キ) アトラクション等に必要なもの及びスタッフの手配。なお、東京の魅力を伝えながら、会場の雰囲気盛り上げるアトラクションができる専門家を手配する場合には、現地事情等を考慮の上、適任者を提案し、TCVBの承認を得た上で、参加依頼を行うこと。なお、手配にかかる経費、宿泊費、旅費等も全て本件見積りに含めること。

## (8) 司会者及び通訳の手配

ア 司会者の手配

各セミナー及びレセプションにおいて司会者を手配すること（英語及びロシア語、もしくは日本語及びロシア語ができるもの）。また、司会者は下記の条件を満たす者を提案すること。

(ア) 経歴、代表事例等も付した提案を行うこと。

(イ) 事前に十分な情報提供を行うとともに、現地にてTCVBも交えて十分な調整、練習ができるように日程を調整すること。

(ウ) 観光セミナー分科会の司会者の手配は不要。

イ 通訳者の手配

現地滞在中、下記表のとおり会場での集合・解散を条件としたロシア語通訳者を手配し、事前に十分な業務内容の説明・指示を行うこと。A通訳の手配にあたっては、大規模な国際会議での通訳実績など主な実績及び経歴を付して提案すること。

(ア) 各セミナー時の同時通訳者

(イ) その他

都市	日付	クラス	業務	時間	人数
モスクワ	2日目	A	団長付	9	1
		B	事務局付	4	1
	3日目	A	団長付	12	1
		B	事務局付	10	4

	4 日目	A	団長付	6	1
		B	事務局付	6	1

## (9) 制作物

別途 TCVB より提供するデザインデータ、アイコン（ロゴ）、キャッチフレーズ等をもとに、以下について下記部数制作・翻訳・印刷を行い、各都市の会場へ搬入すること。

- (ア) 出展者名簿（1社につき A4 半分程度の紹介を記載する）250 部程度
  - (イ) 名札（スタッフ含む。必要に応じてカテゴリーを分ける）250 枚程度
  - (ウ) スタンドアップバナー（デザインデータは TCVB より支給）10 本
  - (エ) プレゼンテーション資料（Microsoft PowerPoint の出力カラー・コピー等。現地対応可）
  - (オ) 団長あいさつ文（旅行会社用）（ロシア語）150 枚程度
  - (カ) 団長あいさつ文（メディア用）（ロシア語）100 枚程度
- 上記（ア）から（エ）は旅行会社向け及びメディア向けプロモーション共通。

## (10) その他

### ア キット類の準備について

上記 6 委託内容（7）制作物（ア）から（カ）の資料の他に、必要な 20～30 点程度の書類等を入れ、各種キット類のセットアップ作業を事前に行うこと。作業については、より効率的、短時間で行えるよう現地スタッフ等必要な人員手配を行うこと。

### イ USB メモリの手配について

下記の通り USB メモリの購入、手配、プレインストール、納品等を行うこと。

- (ア) 手配数：旅行会社向け 150 個、メディア向け 100 個
- (イ) 容量：概ね 8GB 以上とし、TCVB が別途提供するデータが入るもの。
- (ウ) デザイン：別途 TCVB の指示する、ロゴ、URL 等の名入れを行うこと。
- (エ) 事前インストール：各配布用途（商談会参加者用及びメディア用）にあわせて別途 TCVB の提供するデータを、事前にインストールした上で納品すること。
- (オ) 納品：上記（ア）の個数を各会場に事前に納品し、必要に応じて各種キット類へ入れること。

### ウ 下見のアレンジ及び同行について

事業者決定後、8 月下旬～9 月中旬の間にロシアへ下見の実施を予定している。その際に、受託者として必要な費用（航空券代、ホテル代、現地交通費等）は見積に含めること。また、本番のプロモーションへの同行分の必要な費用も計上すること。なお、TCVB と同行となるが、TCVB に係る費用（航空券代、ホテル代等）については見積不要。

## (11) 物品の搬送

### ア プロモーション開催に必要な備品及び印刷物等

TCVB の指定する場所（都内）から開催都市へ、必要に応じ片道もしくは往復の搬送及び通関手続等を行うこと。

- イ 東京都の指定する印刷物、備品等（ダンボール 20 箱程度）の都庁執務室等都内指定箇所での梱包作業及び通関手続き資料の作成代行を行うこと。
- ウ 現地収集資料等（ダンボール 4 箱程度）  
開催都市から TCVB の指定する場所（都内 2 箇所程度）までの片道搬送及び梱包作業並びに通関手続等を行うこと。
- エ その他備品等の搬送  
上記以外にプロモーションの開催用に手配した備品を、必要に応じ片道もしくは往復搬送及び通関手続等を行うこと。
- オ 通関手続について  
上記通関手続については、現地事情等を考慮して、責任を持って行うこと。

## 7 契約代金の支払い

契約代金の支払いについては、委託完了後に一括で行う。

## 8 物品の所有権

受託者が、TCVB が支払う委託料から業務に必要な物品を調達した場合、残存物品は契約期間の満了に伴い、その所有権は、TCVB に帰属する。

## 9 第三者委託の禁止

- ア 本委託業務は、原則として第三者に委託させてはならない。ただし、事前に文書により TCVB と協議し、承認を得た事項については、第三者に委託して行うことができる。
- イ 前項の規定にかかわらず、海外旅行業務や通訳業務、印刷業務等については、その性格上、専門の業者等に委託することを認めるものとする。ただし、委託内容については、文書により TCVB に報告するものとする。

## 10 作成物に関する権利の帰属

- ア 本件委託においては、著作権の取扱いに十分注意すること。
- イ 本件委託の履行に伴い発生する成果物に対する著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）は、全て TCVB に帰属する。
- ウ 本件委託により得られる著作物の著作者人格権について、受託者は将来にわたり行使しないこと。また、受託者は本作品の制作に関与した者について著作権を主張せず、著作者人格権についても行使させないことを約するものとする。ただし、TCVB が本件制作物を再編集などの改変を加えて利用する場合、TCVB は事前に受託者に通告し、承認を得るものとする。
- エ 本件に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合には、使用の際、あらかじめ TCVB に通知するとともに、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受託者が負うこと。

オ 上記ア、イ、ウ及びエの規定は、「9 第三者委託の禁止」により第三者に委託した場合においても適用する。受託者は、第三者との間で必要な調整を行い、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任を負うこと。

カ その他、著作権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上、決定するものとする。

## 11 委託事項の遵守・守秘義務

ア 受託者は、本契約業務の実施に当たって、関係法令、条例及び規則等を十分に遵守すること。

イ 受託者は、本契約の履行により知り得た業務委託の内容を第三者に漏らしてはならない。

## 12 個人情報の保護

別紙2「個人情報に関する特記事項」を遵守すること。

## 13 その他

本仕様書に定めのない事項及び業務遂行上疑義が生じた場合は、その都度、TCVB と別途協議の上、処理すること。

担当：公益財団法人東京観光財団 観光事業部：田所、岩城、酒井 電話：03-5579-2683
--