

仕 様 書

公益財団法人東京観光財団

1 件名

平成 30 年度民間企業とのジョイントプロモーション事業

2 事業目的

東京都と公益財団法人東京観光財団は、海外から東京を訪れる旅行者の更なる拡大に向け、海外において、都内民間事業者と連携した外国人旅行者誘致事業を展開している。

また、東京都は、平成 29 年 4 月に東京の魅力を効果的に海外に発信するためのアイコン及びキャッチフレーズ(以下「アイコン」という)を決定し、アイコンを活用した海外向け PR を実施している。

海外において、東京の魅力を効果的に発信すること及び東京の観光資源を訴求することを目的に、都内民間企業と連携して、現地一般市民を対象とするプロモーションを展開することで、旅行地としての東京の認知度向上と訪都意欲を喚起し、外国人旅行者を効果的かつ着実に増加させる。

3 期間

協定締結日～平成 31 年 3 月 31 日まで

4 事業趣旨

- (1) 旅行者の増加が見込める対象地域(以下「5 対象地域」参照)において、民間企業との共同出資によるジョイントプロモーションを実施し、アイコンを効果的に活用しながら、一般市民に対し東京の魅力を PR する。
- (2) 民間企業が保有する広告媒体、人材及び設備等のインフラを活用してプロモーションを実施する。民間企業と連携することにより、東京単独実施と比べ、多様な媒体で、より広範な範囲に東京の観光情報を発信し、多くの一般市民の訪都意欲を喚起する。

【参考】

平成 29 年度実施内容

- ・ Shiseido Tokyo looks

<https://tokyotokyo.jp/topics/shiseido.html>

- ・ JAPANESE RESTAURANT WEEK-TOKYO

<http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/10/23/11.html>

平成 28 年度実施内容

- ・ The Japan Store ISETAN MITSUKOSHI Paris & TOKYO

<http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/02/09/04.html>

・ ISETAN The Japan Store & TOKYO

<http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2016/11/22/21.html>

平成 27 年度実施内容

・ MUJI 10,000 shapes of TOKYO

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2016/02/20q2t500.htm>

5 対象地域

欧米豪市場：アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア、ドイツ、カナダから 1 件

アジア市場：中国、韓国、台湾、マレーシア、タイ、シンガポール、インドネシア、ベトナム、フィリピンから 1 件

6 応募資格

上記事業趣旨に沿って、共同で事業連携が可能な都内に事業所を持つ企業及び企業体（以下「共同事業者」という。）

7 応募条件

（前提条件）

- (1) 東京都及び公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）と連携し、事業展開ができること。
- (2) 原則、欧米豪市場及びアジア市場の両市場による応募とするが、いずれかのみでの事業提案も可能とする。
- (3) 総事業費（事業の実施に伴って発生する費用（人件費等の一般管理費は除く。））の下限は 4,000 万円（税込）（欧米豪市場 2,000 万円、アジア市場 2,000 万円）とする。なお、自社の保有するインフラを活用した場合、それらの価値を費用として換算してよい。（例：自社媒体や店舗での広告掲出、運営する施設の場所提供等。）
- (4) 東京都及び TCVB の負担金は総事業費の 1/2 以下の金額で、上限は 2,000 万円（税込）（欧米豪市場 1,000 万円、アジア市場 1,000 万円）とする。
- (5) 提案には、事業実施にあたって必要な TCVB 等が担うべき具体的事務・役割を記載すること。
- (6) 欧米豪、アジア両市場の提案後、企画審査会の結果により一方の市場のみ採用された場合も実施すること。
- (7) 提案事業は、平成 31 年 3 月 31 日までに終了するものとする。

8 必須要件

- (1) 対象地域において、提案企業が日本または東京を想起させる企業イメージを持たれていること。
- (2) 東京のブランディング戦略（別紙 1「東京のブランディング戦略会議及び報告書（概要）」）を踏まえ、東京ブランドのコンセプト等と企業イメージに大きな乖離がなく、連動した事

業提案であること。また、新たに決定したアイコン「Tokyo Tokyo Old meets New」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

- (3) 海外の現地一般市民に対して、東京への好感度の向上及び訪都旅行意欲の喚起につながる、独自性や話題性のある事業提案であること。
- (4) 新たな東京ファンの創出、訪都旅行行動を起こす動機づくりの仕組みを取り入れること。

9 共同事業者における留意点及び役割分担

(1) 留意点

提案された事業全てについて、ジョイントプロモーション事業として実施することを確約するものではなく、内容及び東京都とTCVBが負担する額については、双方で調整することとする。

(2) 役割分担

■共同事業者

事業の実施に必要な自社が保有する広告媒体、人材及び設備等のインフラの提供を行うとともに、本事業の実施にあたり事業に協力する各事業者との連携に関する調整、支払を行い、また本事業に付随する事務を行う。

■東京都及びTCVB

事業の実施にあたり都内観光情報及び素材の提供、都内企業との連携・コーディネート等、事業者が担当する事務を支援、指導する。

※その他事業実施に係る内容については、別途協議とする。

10 完了報告と必要経費の支払いについて

東京都及びTCVBの負担する額の支払いは実施内容の完了と以下の提出物等の提出後一括で行うこととし、TCVBの承認をもって請求書を発行すること。

(1) 実施完了届

別紙2「実施完了届」参照のこと。

(2) 実施報告書

A4版縦または横版

※目次、体裁等はTCVBと協議のうえ決定する。

※実施した現場写真、広告出稿媒体等を取り入れること。

※最終的な広告効果換算額および総事業費を内訳と共に記載すること。

(3) 成果物の提出

成果物（映像、掲載紙面・画面、写真、パンフレット等）一式は、現物提供とともにDVD

等データに保存し提出すること。

11 事業の遵守・守秘義務

- (1) 共同事業者は、本事業の実施に当たって、関係法令、条例及び規則等を十分に遵守すること。
- (2) 共同事業者は、本事業の履行により知り得た業務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3「個人情報に関する特記事項」を遵守すること。

13 その他

- (1) 業務説明資料に記載のない条件については、両者協議の上、決定する。
- (2) 事業実施にあたっては、定期的な進捗の報告を行うこと。
- (3) その他条件が変更となることがある。その場合、両者協議の上、変更する。
- (4) 天変地異、政治状況の劇的な変化により、本事業を中止する場合がある。