

仕 様 書

1 件名

令和 5 年度訪都促進に向けた広告キャンペーン業務委託

2 委託期間

令和 5 年 5 月 10 日から令和 6 年 3 月 31 日まで

3 事業目的

東京都及び東京観光財団（以下「TCVB」という。）は、東京の持つ都市としての魅力をより印象的に発信するためのアイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」（以下「アイコン」という。）を活用し、「旅行地としての東京」の魅力を効果的に国内外に発信していく取組を行っている。

本事業では、インバウンド需要の早期回復を図るため、海外都市における広告出稿や事業者との共同プロモーション等を実施し、訪都促進に向けた広告キャンペーンを展開する。

4 実施コンセプト

(1) 東京ブランドについて

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、下記「東京のブランディング戦略」のとおり、ブランディング戦略を策定した。本事業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、アイコンにこめられたメッセージを深く理解の上、事業の企画・実施にあたること。なお、アイコンと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】

<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/plan/tourism/plan/branding/>

【アイコンとキャッチフレーズについて】

https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/04/28/07_01.html

【Tokyo Tokyo 公式 WEB サイト】

<https://tokyotokyo.jp/>

【Tokyo Tokyo 公式 Instagram】

<https://www.instagram.com/tokyotokyooldmeetsnew/>

(2) 訪都促進に向けた広告キャンペーンについて

新型コロナウイルス感染症（以下「感染症」という。）による水際対策措置を越えて、東京の魅力的な観光体験（食・文化・自然・デジタル等）との“出会い”“再開”の楽しさや嬉しさを想起させることで、「東京を訪れたい！東京観光を楽しみたい！」という即効的な訪都観光欲求を喚起する。

5 対象市場・実施時期及びターゲット

(1) 市場特性、インバウンド需要の段階的な回復、航空路線の状況、旅行者のニーズ、各国の旅行検討のタイミング等を総合的に勘案し、戦略的・効果的な広告キャンペーンを実施すること。

(2) 米国・英国・フランスのほか、アジア・オセアニア等から訪都需要が回復の兆しのある国・地域 1 市場程度を選定し、計 4 市場程度においてキャンペーンを実施するこ

と。選定においては、現地の旅行機運、航空便の就航状況、訪日旅行の実現性、統一的なキャンペーンテーマ・ビジュアル展開の実施可否等を踏まえ、需要回復に最も効果的と思われる市場を提案し、TCVB と協議の上決定すること。

- (3) 選定した4市場において、キャンペーンの話題性等の副次的な効果を狙い、可能な限り各施策を同時期に実施するスケジュールを提案することとし、キャンペーン開始時期（11月中旬頃の実施を想定）はTCVB と協議の上決定すること。なお、4市場において極力同時での実施が望ましいが、市場特性に応じ時期をずらすことが効果的と思われる場合はその提案を妨げない。
- (4) 各市場におけるターゲット層は、比較的早期の需要回復が見込まれる旅行者層（アーリーマジョリティ層、訪日経験あり等）とすること。

6 委託内容

(1) 全般について

- ア 訪都促進に向けた広告キャンペーン等の展開のため、次の事業を実施すること。
 - (ア) キャンペーンテーマ及びビジュアルの設定
 - (イ) 海外都市における屋外・交通広告の展開
 - (ウ) 都内事業者（航空会社や旅行代理店等）と連携した広告プロモーション
 - (エ) オンライントラベルエージェントと連携した広告プロモーション
- イ 各市場特性やインバウンド需要の回復状況を踏まえた上で、戦略的・効果的に PR を実施すること。最新の各種調査結果を元に、各市場及びターゲットとする旅行者層に対し、効果的なコンテンツを用いて訴求すること。
- ウ 都内及び対象市場都市における感染症や渡航制限等の状況を踏まえ、情報発信のスタンスに十分留意すること。
- エ 事業全体を通し、対象とする市場によっては必要に応じ現地語で展開することとし、現地語での展開にあたっては、ネイティブライターもしくは同等の言語能力を要するライターを起用し、現地旅行者の視点に立った、自然かつ適切な伝わりやすい文章で掲載すること。
- オ 東京都・TCVB による記事原稿の確認は記事掲載言語及び日本語の両方で行うため、原稿に対して、英語については抄訳を、それ以外の言語については言葉の表現を細部に渡って確認が可能な日本語訳を別途用意すること。
- カ プロモーションにおける各種制作（サイト等）においては、プロのカメラマンの撮影による写真素材や、アイコンコンセプトにマッチした素材を含めることが望ましい。制作したコンテンツにおいて二次使用可能な素材がある場合は、使用の可否等権利範囲を明記して提案を行い（例：二次使用可能素材：サイトに含まれる写真。使用範囲：公式 WEB サイトや公式 SNS アカウントでの使用及び、販促用グッズ制作等に使用可能。使用期間：3年）、TCVB 指定フォーマットに情報を記載の上、納品すること。
- キ 業務全体を通し、各国の文化、宗教、社会情勢等に配慮したものとする。
- ク 受託者は各業務の年間スケジュール等を明らかにした事業計画書を作成し、TCVB の承認を得ること。
- ケ 業務の詳細について TCVB と協議の上決定し、進捗状況を綿密に TCVB に報告すること。
- コ 事業完了後、速やかに報告書を作成し、TCVB に提出すること。
- サ 事業の実施にあたっては、東京の観光産業全体の振興に資するよう、可能な限り公平かつ専門的な視点で運営すること。

- シ 東京都が令和5年度に別途実施する事業との有機的な連携を確保し、綿密な協議・調整を行いながら事業を進めること。
- ス 各業務の遂行にあたっては、目標を立て、それに対応する効果測定を行うこと。目標数値・内容はTCVBと協議の上決定すること。

(2) キャンペーンテーマ及びビジュアルの設定

- ア 「4 実施コンセプト」に基づき、本事業全体のキャンペーンテーマ、テーマに合わせたキャッチコピー及びキービジュアル(以降「キャンペーンテーマ等」という。)を提案し、TCVBと協議の上決定すること。原則、決定したキャンペーンテーマ等を各市場におけるプロモーションにおいて活用し、一貫したイメージ訴求を行うこと。広告展開において映像を使用する場合は、キービジュアルと共に映像を制作することが望ましい。
- イ 本事業で設定したキャンペーンテーマ等は、令和6年度末まで、TCVB及び都内事業者や東京観光レップ(海外15市場に設置)が別途行うPRにおいても活用することを前提に、必要な権利処理等を行うこと。
展開にあたり、入稿前にTokyo Tokyo アイコンのクリエイティブディレクターの監修を原則受けるものとし、デザイン調整を行うこと。(監修にかかる経費は本委託に含まない。)

(3) 海外都市における屋外・交通広告の展開

5で選定した市場において、以下の通り街中での屋外広告や交通広告(駅サイネージ等)を展開すること。各都市における代表的な広告媒体と交通広告などの周辺広告を組み合わせる等、話題性の演出と反復的な広告接触による認知の獲得を図ること。

- ア 屋内または屋外広告の掲出場所、掲出期間、広告面積、露出回数等を詳細に記載し、最も効果的なものを提案し、実施すること。
- イ キャンペーンテーマ等を活用し、媒体に合わせたクリエイティブで展開すること。
- ウ 複数回TCVBの校正及び、クリエイティブディレクターの監修を原則受けた上で、制作・掲出を行うこと。
- エ 事業の実施にあたっては広告媒体及び広告掲出施設等の関係者と連絡・調整を行うこと。
- オ 掲出したすべての広告について、履行確認用の写真を撮影すること。

(4) 都内事業者(航空会社や旅行代理店等)と連携した広告プロモーション

5で選定した市場において、以下の通り都内事業者2社程度と連携した広告プロモーションを展開すること。

- ア 都内事業者のWEBサイトや現地店舗等で広告キャンペーンを展開すること。実施にあたり、本事業に最適な都内事業者2社程度を提案及びTCVBとの協議の上決定し、必要な手配・調整を行うこと。
- イ キャンペーンテーマ等を活用し、連携先の事業者の保有するサイト内にキャンペーンページを設置すること。キャンペーンページからは実際の航空券予約ページ等への導線を設定すること。
- ウ キャンペーンテーマ等を踏まえ、海外市場におけるターゲット層に対して訴求力

の高い現在の東京の旅行地としての魅力や東京の新しい楽しみ方、観光施設等を掲載すること。

- エ 掲載コンテンツ制作において、制作前に内容・切り口の確認ができることが望ましい。
- オ 連携する事業者のサイト内やオウンド SNS 等から、キャンペーンページへの誘導をかける等、より多くの旅行検討層をキャンペーンページに誘導する施策を提案の上実施すること。
- カ キャンペーンページの設置にあたり、連携する事業者等によるキャンペーン商品や割引、ポイント等の還元等があればなお望ましいが、それらの実施にあたっては本事業の予算外での実施とすること。
- キ デジタルでのキャンペーン展開の他、連携する事業者が対象市場で店舗等の展開がある場合において、店舗におけるキャンペーンテーマの展開が可能な場合は提案し、TCVB との協議の上実施すること。

(5) オンライントラベルエージェントと連携した広告プロモーション

5で選定した市場において、以下の通りオンライントラベルエージェント(以下「OTA」という。) 2媒体程度と連携した広告プロモーションを展開すること。

- ア 本事業に最適な OTA 2媒体程度を提案及び TCVB と協議の上決定し、必要な手配・調整を行うこと。
- イ キャンペーンテーマ等を活用し、訪日旅行に向けて利用の多い OTA サイト内にキャンペーンページを設置すること。キャンペーンページからは実際の訪都旅行商品等のページへの導線を設定すること。
- ウ キャンペーンテーマ等を踏まえ、各市場におけるターゲット層に対して訴求力の高い現在の東京の旅行地としての魅力や東京の新しい楽しみ方、観光施設等を掲載すること。
- エ 掲載コンテンツ制作において、制作前に内容・切り口の確認ができることが望ましい。
- オ 連携する OTA サイト内やオウンド SNS 等から、キャンペーンページへの誘導をかける等、より多くの旅行検討層をキャンペーンページに誘導する施策を提案の上実施すること。
- カ キャンペーンページの設置にあたり、連携する OTA によるキャンペーン商品や割引、ポイント等の還元等があればなお望ましいが、それらの実施にあたっては本事業の予算外での実施とすること。

(6) 効果測定及び報告

6(3)の業務について、以下の通り効果測定及び報告を行うこと。

- ア 本事業の効果を把握するため、広告掲出業務における広告効果を提示すること。また具体的な効果測定方法及びアウトプットイメージを提案し、TCVB と協議、確認の上、実施すること。
- イ 掲出した広告等について適宜写真撮影等を行い、後日効果測定結果を含む報告書にまとめ提出すること。報告には、各広告媒体への接触者数(リーチ数)を明記すること(経験値、過去実績に基づく推定値での算出も可)。

6(4)(5)の業務について、以下の通り効果測定及び報告を行うこと。

- ア キャンペーン開始前にページへのアクセス数、滞在時間、予約ページ等への遷移数等、適切な KPI 指標を TCVB と協議の上決定し、目標数値を設定の上月次で報告すること。また、可能であれば予約ページ遷移後の予約数等、実際の行動につながった KPI 等を提示すること。
- イ キャンペーン期間内に数値結果に応じて改善が必要な場合は改善策を提案し、実施すること。
- ウ 測定結果については、月次の報告の他、キャンペーン終了後に概要版及び全体版として報告書にまとめ提出すること。

7 完了報告と契約代金の支払いについて

- (1) 契約代金の支払いについて
委託完了後に一括で行うこととする。TCVB の承認をもって請求書を発行すること。
- (2) 完了報告と成果物の提出について
 - ア 委託完了届
別紙 1「委託完了届」を提出すること。
 - イ 実施報告書
A4 で作成し紙 3 部、電子データを CD-R または DVD-R で納品すること。
※目次、体裁、提出期限等は TCVB と協議のうえ決定する。
※効果測定結果等を含む。

8 第三者委託の禁止

本委託事業は、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、この限りではない。

9 制作物に関する権利の帰属

本件委託により発生する成果物の著作権等の取扱いについては、仕様書別紙 2「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」『14 著作権等の取扱い』に定めるところによる。

10 委託事項・関係法令の遵守

- (1) 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。
- (2) 別紙 2「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」に定められた事項を遵守すること。

11 秘密の保持

受託者は、上記 8 により TCVB が承認した場合を除き、委託業務の内容を第三者に漏らしてはならない。この契約終了後も同様とする。TCVB が承認した再委託先についても、同様の秘密保持に関する責務を課し、受託者が全責任を負って管理するものとする。

12 個人情報の保護

- (1) 「公益財団法人東京観光財団 サイバーセキュリティ基本方針」及び「公益財団法人東京観光財団 サイバーセキュリティ対策基準」の趣旨を踏まえ、別紙 2「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」に定められた事項を遵守すること。
- (2) 本事業において保護すべき「個人情報」とは、本事業を遂行するために TCVB が収集・保管する情報のうち以下の事項をいう。

- ・本事業の遂行にあたって入手した関係者の氏名・連絡先・メールアドレスなど
 - ・他の情報と容易に照会でき、個人を識別可能な情報（IP アドレスなど）がシステムに格納されている場合においては、同様に個人情報とみなす。
- (3) 本事業実施にあたり、上記8により TCVB に承諾を得て一部業務を再委託させる事業者においても、当該事業者が当事業における個人情報を扱う場合は、別紙2「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」にある事項を遵守させること。また、以下のいずれかを取得している事業者（あるいは今後取得予定である事業者）であることが望ましい。
- ア 一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）が運用する ISMS 適合性評価制度における ISO/IEC27001 と同程度の認証
 - イ 一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）の認定するプライバシーマークと同程度の認証

1.3 その他

- (1) 仕様書にない条件については、両者協議の上、決定する。
- (2) 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、条件を変更する。
- (3) 本事業の委託者は TCVB であるが、実施に係る責任は受託者にあるものとする。
- (4) 感染症の感染拡大や、天変地異、政治状況の劇的な変化等により、本事業を中止する場合がある。その場合は契約書第 17 条に則り履行完了部分に対して代金を支払うものとし、手配事項のうちキャンセルポリシーが定められているものについては別途そのポリシーに従い代金を支払う。
- (5) TCVB は必要に応じて本契約に係る情報（受託者名・契約種別・契約件名及び契約金額等）を公開することがあるが、受託者はこれを了承するものとする。

連絡先： 公益財団法人東京観光財団 観光事業部 村田・原・小西 email : a.murata@tcvb.or.jp
--