

仕 様 書

1. 件名

令和8年度成長見込市場等におけるPRの推進業務委託（6市場）

2. 目的

東京都及び公益財団法人東京観光財団（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、観光都市・東京としてのプレゼンスを高めるため、より幅広い国・地域からの誘客促進の観点で、今後訪都旅行者の増加が見込まれる地域へのプロモーションを実施する。

3. 契約期間

令和8年7月29日から令和9年3月31日まで

4. 実施コンセプト

【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、以下「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。本事業の実施に当たっては、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/>

【東京ブランドアイコン「Tokyo Tokyo」について】

<https://tokyotokyo.jp/ja/about/>

5. 事業方針及び対象市場、実施時期及びターゲット層

- （1）観光消費又は訪都旅行者の面で成長が期待できる市場や、自国の経済発展に伴い訪都旅行者の増加が見込まれる市場として本事業ではフィリピン・インド・インドネシア・サウジアラビア・アラブ首長国連邦・メキシコの計6市場を設定する。この6市場における訪都ターゲット層を定義し、旅行デスティネーションとしての訴求を図り、訪都旅行需要の喚起に繋がる効果的なキャンペーンを実施すること。なお、市場分析の結果、既にデスティネーションとしての訴求が充分と思われる市場については、実際

の旅行予約や訪都へのアクションに繋がるキャンペーンとすること。

- (2) 本事業「6. 委託内容」(2) から (5) の実施にあたり、市場特性、東京と各ターゲット市場の航空路線の就航状況、旅行者のニーズ、各国の旅行検討のタイミング及び訪日・訪都旅行者数等を含めた旅行地としての東京の認知度等を総合的に勘案し、市場ごとに戦略的・効果的なプロモーション戦略・広告計画を企画し実施すること。なお、戦略・スケジュール策定に当たっては、前項の対象地域のみならず、世界情勢の変化及び本事業への影響可能性等も十分に留意の上、各対象市場における施策ごとに適切な KPI を設定して実施に当たること。
- (3) 6 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、各施策を同時期に実施することが最も効果的だと判断できる場合には実施時期を併せて展開すること。なお、東京都が令和 8 年度に別途実施する予定の事業との有機的な連携を行い、サウジアラビア及びアラブ首長国連邦については、1 月末から 2 月上旬を含む期間での実施として、綿密な連絡・調整を行いながら事業を進めること。

6. 委託内容

(1) 全般について

- ア 委託業務や企画について、円滑な調整、確認が行えるよう、受託後から報告書提出までの業務スケジュールを作成すること。掲出媒体、内容、実施時期については、現地状況を考慮しつつ、事業目的に照らして最も効果的な内容を選定すること。履行に当たっては、進捗状況を綿密に報告し、各工程で適宜 TCVB へ確認を行い、都度修正依頼等に対応すること。
- イ 広告の言語はターゲット層が情報収集をするにあたり最適と思われる言語とすること。現地語での展開に当たっては、ネイティブライター若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。なお、原稿に対して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。
- ウ 広告の原稿作成に当たっては、TCVB との都度確認の上、広告掲載内容について媒体社・関連事業者との調整及び確認を行うこと。広告制作に係る写真の撮影を含めた取材費用や記事制作に係る一切の経費は、本件の委託料に含めること。
- エ 広告のデザイン及びレイアウトは受託者が制作すること。その際に使用するイラスト、写真等の素材についての購入、作成、使用許諾等に係る費用は全て本件の委託料に含めること。
- オ 広告ごとに複数回 TCVB の校正を受け、制作・掲出を行うこと。
- カ 広告掲出期間中はその管理を行い、掲出物に不具合等があった場合等は適切に対応すること。なお屋外広告等の設営、撤去等の作業費及び展示期間中の管理に要する経費は全て本件の委託料に含むものとする。
- キ 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（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。

- ク 業務全体を通し、各対象市場の文化、宗教、社会情勢等に配慮したものとし、各掲出媒体の掲載ポリシー等の遵守はもちろんのこと、各市場における PR としてふさわしい内容となっているか、複数者による現地目線での入念な確認や調整を行い、実施すること。また、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。
- ケ 本事業対象国のみならず世界情勢の状況変化をふまえプロモーション対象地域の情報収集を委託期間を通じて確実かつ適切に行い、TCVB に随時情報提供を行うこと。また、対象国の現地情勢の変化に伴い事業実施が難しい状況が見込まれる場合は、速やかに TCVB に事業停止等の対応を協議すること。
- コ 各業務の遂行に当たっては、市場ごとの目標を立て、それに対応する効果測定を行うこと。目標数値・内容は TCVB に確認の上決定すること。

（2）広告ビジュアルの制作

- ア 原則として、プロモーションにおける各種制作においては、TCVB が提供する既存の東京ブランドキービジュアル・PR 映像等（TCVB より提供可能なビジュアルの一部は別紙 1 を参照。）を活用し、媒体に合わせて複数ビジュアルの組み合わせ、リサイズや秒数の調整等の編集を行うこと。
- イ 入稿先媒体に合わせてリサイズが発生した場合は本件の委託料内で対応すること。
- ウ 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（監修に係る経費は本件の委託料に含まない。）。
- エ 本事業で制作したビジュアルやコピー等は、令和 9 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）等が別途行う 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。

（3）海外都市における動画広告の展開

「5. 事業方針及び対象市場、実施時期及びターゲット層」で選定した市場のうちフィリピン・インドネシアを除く 4 市場において、以下のとおりインターネット、SNS、主要交通導線における駅や街中のデジタルサイネージ等において、東京旅行を具体的にイメージさせ、近い将来の旅行意欲を喚起する動画広告を展開すること。

- ア 東京ブランド PR 映像（TCVB より受託後データ提供。素材は別紙 1 参照）を活用し、観光都市・東京としてのプレゼンスを高める動画広告を実施すること。ブランドコミュニケーションの観点から、対象市場の都市部において話題性を演出する代表的な広告媒体・デジタルサイネージの活用が望ましいが、市場の特性及び媒体コストを考慮し予算内で高い広告効果が期待できる媒体を選定すること。インターネット、SNS

を活用する際はブランドコミュニケーションであることに留意し、PR 映像が効果的に訴求できる掲出媒体・掲出面などを選定すること。

- イ 市場ごとに海外市民の嗜好や特性を反映し、訪都意欲を喚起するビジュアルを選定すること。なお既存のビジュアル活用では訴求力が充分でない場合に限り、必要に応じてコピーの修正や追加を実施すること。
- 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 事業の実施に当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 原則として、掲出した広告について、履行確認用の写真や掲出記録の保存等を行うこと。

(4) 現地有力旅行メディアを活用したプロモーション

- ア 「2. 目的」に基づき、「5. 事業方針及び対象市場、実施時期及びターゲット層」で指定する6市場全てにおいて、最適な現地有力旅行メディア（海外トラベル誌のほか、ターゲット市場において旅行発信に親和性が高く、効果的かつ波及効果の高いビジネス誌、ライフスタイル誌等でも可。紙・ウェブ問わない。）を選定し、各市場1媒体以上で記事広告掲出を実施すること。
- イ 広告出稿する媒体は、旅行地としての東京を効果的に訴求し、広告接触者の能動的な訪都旅行情報の収集につながるような露出や効果が期待できるものがのぞましく、利用者数、発行部数、媒体特性、ターゲット含有率等を踏まえて選定すること。なお、効果的にターゲットにアプローチできる媒体であれば市場ごとでなく、6市場全て、又は複数市場（例 南アジア市場、東南アジア市場、中東市場、中南米市場等）を広くカバーする媒体の選定も可とする。
- ウ 記事広告の出稿に合わせて実施することで相乗効果が見込める以下のようなプロモーション手法を実施すること。
 - ・各市場で代表的なソーシャルメディア等を活用した広告（誘導広告）
 - ・代表的な検索サイトにおけるバナー広告や検索連動型広告等（誘導広告）
 - ・その他、前項（3）施策との連動等、効果的な媒体の活用

(5) OTA 等と連動したプロモーションキャンペーン

- ア 「2. 目的」に基づき、「5. 事業方針及び対象市場、実施時期及びターゲット層」で指定する6市場において、オンライントラベルエージェント（以下「OTA」という。）を活用したプロモーションキャンペーンを実施すること。市場と施策の組み合わせ方については、本事業の効果が最大化されるよう選定すること。旅行地としての東京の認知度が高い市場においては予約導線等を設定することを想定するが、認知度が低い市場においては認知度アップ等を目的とした施策を展開すること。予約導線を設置す

る場合は、キャンペーン期間の予約実績を可能な範囲で報告すること。

- イ 広告展開は原則として現地語とするが、訴求対象や事業効果をふまえ、英語又は英語/現地語の併記等が有効な場合は、効果を最大化する対応を行うこと。
- ウ 市場特性を考慮し、必要と認められる場合は、都内事業者や現地事業者を活用した広告キャンペーンの展開も可とする。
- エ OTA について、訪日旅行に向けて現地で利用の多い OTA サイト内にキャンペーンページを設置する等、広告キャンペーンを展開すること。
- オ 連携する事業者や OTA 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があれば望ましい。

(6) 効果測定及び報告

- ア 6. (3) の業務について、以下のとお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、動画広告掲出業務において、可能な限り市場ごとに広告認知率を含めた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策定し、実施すること。
 - (イ) 掲出した広告等について適宜写真撮影や掲出記録等を行い、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）。
- イ 6. (4) (5) の業務について、以下のとお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、スクロール率、予約ページ等への遷移数等、適切な KPI 指標を TCVB の確認の上決定し、目標数値を設定の上月次で報告すること。また、予約導線を設置する場合においては可能であれば予約ページ遷移後の予約数や過年度の予約数の比較等、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、月次の報告のほか、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

(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
所定の「委託完了届」を提出すること。
- イ 実施報告書

A4 で作成し、電子データを納品すること。

※効果測定結果等を含む。

※目次、体裁等は TCVB の承認を得た形式とすること。

8. 第三者委託の禁止

本委託業務は、原則として第三者に委託してはならない。ただし、あらかじめ書面により申し出、TCVB の承諾を得た事項についてはこの限りでない。

9. 制作物に関する権利の帰属（著作権等の取扱い）

この契約により作成される納入物の著作権等の取扱いは、以下に定めるところによる。

- (1) 受託者は、納入物のうち本委託業務の実施に伴い新たに作成したものについて、著作権法（昭和 45 年法律第 48 号）第 2 章第 3 節第 2 款に規定する権利（以下「著作権人格権」という。）を有する場合においてもこれを行使しないものとする。ただし、あらかじめ TCVB の承諾を得た場合はこの限りでない。
- (2) (1) の規定は、受託者の従業員、8. の規定により再委託された場合の再委託先又はそれらの従業員に著作権人格権が帰属する場合にも適用する。
- (3) (1) 及び (2) の規定については、TCVB が必要と判断する限りにおいて、本契約終了後も継続する。
- (4) 受託者は、納入物に係る著作権法第 2 章第 3 節第 3 款に規定する権利（以下「著作権」という。）を、TCVB に無償で譲渡するものとする。ただし、納入物に使用又は包括されている著作物で受託者が本契約締結以前から有していたか、又は受託者が本委託業務以外の目的で作成した汎用性のある著作物に関する著作権は、受託者に留保され、その使用权、改変権を TCVB に許諾するものとし、TCVB は、これを本委託業務の納入物の運用その他の利用のために必要な範囲で使用、改変できるものとする。また、納入物に使用又は包括されている著作物で第三者が著作権を有する著作物の著作権は、当該第三者に留保され、かかる著作物に使用許諾条件が定められている場合は、TCVB はその条件の適用につき協議に応ずるものとする。
- (5) (4) は、著作権法第 27 条及び第 28 条に規定する権利の譲渡も含む。
- (6) 本委託業務の実施に伴い、特許権等の産業財産権を伴う発明等が行われた場合、取扱いは別途協議の上定める。
- (7) 納入物に関し、第三者から著作権、特許権、その他知的財産権の侵害の申立てを受けた場合、TCVB の帰責事由による場合を除き、受託者の責任と費用を持って処理するものとする。

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) 「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。

https://www.tcvb.or.jp/jp/denshijoho_tokkishiyosho_20260305.docx

1 1. 秘密の保持

受託者は、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。

8. により 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。

1 2. 個人情報の保護等

- (1) 「東京観光財団個人情報取扱要領」(*1)を踏まえ、「個人情報に関する特記仕様書」(*2)に定められた事項を遵守すること。

また、本委託業務の遂行にあたり 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、当該事業者が本委託業務における個人情報を扱う場合は、「個人情報に関する特記仕様書」を遵守させること。

(*1) https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho_yoryo_20250401.pdf

(*2) https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho_tokkishiyosho_20260130.docx

本業務委託で取扱う個人情報は以下を想定している。

ア 6. で受託者が収集する担当者の情報（氏名、性別、メールアドレス）

イ 他の情報と容易に照会でき、個人を識別可能な情報（IP アドレスや cookie など）もアと同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。

- (2) 「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(*3)」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、「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」(*4)に定められた事項を遵守すること。

(*3) https://www.tcvb.or.jp/jp/security_houshin.pdf

(*4) https://www.tcvb.or.jp/jp/denshijoho_tokkishiyosho_20260305.docx

また、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同様に遵守させること。再委託させる事業者は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）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）が運営する 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

- (3) 電子情報処理業務を行うに当たり、以下の取扱いに留意すること。

ア TCVB 職員を含め、本委託業務の遂行にあたる関係者の氏名/メールアドレス など

イ 他の情報と容易に照会でき、個人を識別可能な情報（IP アドレスや cookie など）も

アと同システムに格納されている場合においては、同様に留意すること。

13. その他

- (1) 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。
- (2) 本仕様書に記載のない事項及び疑義がある場合は、TCVB と事前に協議すること。
- (3) 本仕様書に定める委託内容の最終的な履行に当たっては TCVB と協議のもと進めること。
- (4) 感染症の感染拡大や、社会情勢、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。

担当：公益財団法人東京観光財団 観光事業部
