

仕様書

公益財団法人東京観光財団

1 件名

令和5年度東京ブランドの発信業務（都民向けインナーブランディング強化イベント・キャンペーン等）委託

2 目的

東京都は、国内外に向けて旅行地としての東京を強く印象づける「東京ブランド」の確立を図るため、「東京のブランディング戦略」を策定し、東京ブランドの浸透を目的としたブランディング事業を実施している。平成29年4月には、東京の魅力を効果的に発信するためのアイコンとキャッチフレーズを「Tokyo Tokyo Old meets New」（以下「アイコン」という。）に決定した。アイコンを活用した東京ブランドの更なる推進に向けては、都民や民間事業者等が東京ブランドを認知・共感し、東京に対し誇りを持ち、より良い都市を作り上げていこうとする機運を醸成する必要がある。

また、近年では、持続可能な観光を推進する気運の高まりにより、都民等の観光客受入気運の醸成や地域に根差した観光コンテンツの育成等が益々求められている。

そこで、本委託業務では、都内各地域や事業者等と連携し、各地域の社会課題の解決や持続可能な観光に寄与する都民参加型のイベント・キャンペーンを実施する。都民や都内事業者等の地域への理解・愛着を高めることで、旅行者を歓迎する気運、すなわちインナーブランディングを醸成・強化することを目的とする。

3 契約期間

令和5年5月29日から令和6年3月31日まで

4 履行場所

公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）が指定する場所

5 全体運営

(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、「東京の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」をコンセプトとして決定した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、「東京のブランディング戦略」及び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について

<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

また、イベント・キャンペーンは、都民参加型で地域等と連携を意識した企画とすること。

(2) 実施体制

受託者は本委託を効果的かつ効率的に履行するため、以下の点に留意すること。

ア 本事業における実施体制を明確化し、パートナー会社含め、体制管理を徹底すること。

イ 進捗状況の管理

委託業務や提案事項について、円滑な調整、確認が行えるよう、契約締結後、速やかに委託業務スケジュールや運営体制を明記した実施計画書を作成し、TCVB の承認を得ること。また履行にあたっては、進捗状況を綿密に TCVB へ確認・報告し、都度修正指示等に従うこと。事業完了後、速やかに報告書を作成し、TCVB に提出すること。

ウ 東京のブランディング戦略の観点から、東京都が指定するクリエイティブディレクターが必要に応じて監修・確認を行う。受託者は当該クリエイティブディレクターと適宜連携し進めること。また、その他関連する事業者等と円滑に調整を行いながら、事業を実施すること。

エ 東京都が制作した東京ブランドのアイコン及び PR ツール（ポスター、PR 映像、画像、グッズ等）を有効に活用し、費用対効果を考慮しながら効果的に事業を実施すること。

オ 東京都及び TCVB が発信するプレスリリースや各種資料について、必要なデータや掲載する画像・写真等の提供をその都度行うこと。

6 委託内容

都民や都内民間事業者等が東京の強みや東京ブランドへの理解・共感を深め、旅行者を歓迎する気持ちを高めていくため、東京ブランド公式サイト、SNS、各種広告、イベント等様々な媒体を活用し、都民向けイベント・キャンペーンの企画、運営を実施すること。

(1) 都民向けイベント・キャンペーンの企画

東京ブランド、アイコン等の普及と理解を促進する手段として、地域等との連携を意識した、多くの都民の興味・関心を喚起する都民参加型のイベント・キャンペーン（以下、「イベント・キャンペーン」という）等を企画し、実施すること。

(2) イベント・キャンペーンの実施概要

ア 実施回数

年間を通し2回以上、異なるテーマで実施すること。

イ 実施内容

実施にあたっては、以下のとおり企画運営すること。

- (ア) イベント・キャンペーンを2回以上開催すること。併せて各テーマの実施に適した開催時期も提案すること。なお、区部又は多摩での開催は令和5年12月を想定すること。
- (イ) イベント・キャンペーンのうち1回は、令和4年度の東京ランタンセレモニーの取組み (<https://tokyotokyo.jp/tokyo-tomorrow-project/23wards-event.html>) を参考に、ランタンを取り入れた内容とすること。
- (ウ) イベント・キャンペーンには、「あしたの東京プロジェクト」という名称を使用すること。
- (エ) テーマの選定にあたっては、SDGs や直近の流行を踏まえ、都民の関心度が高い事柄を取入れる等、多くの都民やメディアの興味・関心を喚起する斬新な仕掛けや演出・告知を行い、波及効果の高い内容とすること。
- (オ) 企画にあたっては、地域の団体や民間事業者等との連携を意識すること。
- (カ) アイコンの認知と理解促進を捉えながら、都民のインナーブランディングを醸成し、訪都旅行者の受入気運の醸成に資する内容とすること。各イベント・キャンペーンにおいては、現地の課題等を踏まえてテーマを設定し、内容を企画すること。
- (キ) 開催場所について、イベント・キャンペーンを2回実施する場合は、①区部又は多摩地域と②島しょ地域で実施することとし、島しょ地域は現地開催とすること。
(区部又は多摩についても、区部と多摩両方を巻き込んだ展開が望ましい。) イベント・キャンペーンを3回以上実施する場合は、区部、多摩および島しょ地域のそれぞれで1回以上開催し、うち1回は必ず島しょ地域で現地開催すること。また、島しょ地域の実施に際し、テーマは、本島からの誘客を含めたものとし、1つのテーマで2島以上を取り上げることが望ましい。なお、各島において感染症等への対策を踏まえた要請がある際は、その内容等にも留意すること。
- (ク) 屋外で開催の場合は、雨天時の代替案も提案すること。
- (ケ) 感染症等の感染状況を踏まえた提案をすること。
- (コ) ブランド PR ツール等を活用して、東京ブランドのコンセプトを体現しながら、その普及・浸透に繋がるイベント・キャンペーン企画とすること。
- (ク) 必要に応じてイベント・キャンペーンで使用するグッズを新規制作すること。また、令和4年度に制作したグッズも活用すること。
- (シ) イベント・キャンペーンの実施にあたっては、東京都グリーン購入ガイドに記載の水準を満たすこと。適用水準について疑義が生じた場合は、別途協議の上決定する。

【東京都グリーン購入ガイド (2023 年度版)】

https://www.kankyo.metro.tokyo.lg.jp/policy_others/tokyo_green/tokyo_green.files/2023_honbun.pdf

- (ス) 必要に応じて、「東京おみやげ」製作プロジェクト開発商品を購入し、イベント・キャンペーンのプライズや設えに活用すること。商品購入等は、別途 TCVB が委託している「東京おみやげプロジェクト管理運営事務局」と連携をとり、進めること。

【東京おみやげ概要】 <https://tokyotokyo.jp/ja/special/omiyage/>

- (セ) 必要に応じて、東京ブランドイメージ映像を活用すること。(映像データは TCVB より支給する)。また、TCVB が手配する、ブランド PR に資するパンフレット類及びギブアウェイ等を適宜配布すること。
- (ソ) 協力事業者や参加者を対象とするアンケートを実施すること。アンケートの回収率を高めるような工夫を講じること。併せてその他、効果的な効果測定等を実施すること。
- (タ) TCVB で確保している空港広告媒体へ掲出するため、上記(ア)のイベントや6(4)エに記載する「特設サイト」等を活用し、訪都外国人旅行者を歓迎するメッセージを集め、掲出デザインを構成・制作すること。
- 都民(都内の子ども達などを含む)がメッセージ内容を検討する過程で、インナーブランディングを醸成することが目的であるため、掲出内容は、都民や子供たちから訪都外国人旅行者に向けた歓迎の気持ちを表現し、都民や子ども達がメッセージを作成している過程も本イベント・キャンペーンの取り組み内容として遡及できることが望ましい(空港広告は令和5年10月以降掲出想定)。
- (チ) 上記の他、イベント・キャンペーンに付随してより効果的で機運醸成を図る企画(SNSを活用した企画など)があれば積極的に提案すること。

(3) イベント・キャンペーン全体の調整業務

ア 会場手配及び演出・装飾

イベント・キャンペーン等の実施に際して機材やスペース借用等の手続きが必要となる場合は、その申請手続きを受託者にて責任をもって行い、借用に必要な費用の支払い等も本委託業務内で受託者が行うこと。イベント・キャンペーン実施に必要な演出・装飾等に係る機材や備品等を手配する場合についても同様とする。

イ 著名人・タレント及び出演者の手配

イベント・キャンペーンに著名人・タレント及び出演者を起用する場合は、事務所等との調整や起用に係る支払い等も本委託業務内で受託者が行うこと。「東京観光大使」の活用も可とする。

【東京観光大使】

https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2023/02/08/documents/08_01.pdf

ウ 関係者との連携・調整

実施に際し、関連する地域の団体及び民間事業者等との連携を意識し、運営にあたり全ての関係者と円滑に調整を行うこと。

交通手配などを伴うツアー形式で実施する際は、必要に応じて、有資格者と連携して

実施すること。

エ 事務局設置及び運営スタッフ等人員手配

上記記載の内容を円滑に履行するにあたり、イベント・キャンペーンの実施に必要な事務局設置及び運営スタッフ等を手配し、イベント・キャンペーン実施に必要な期間、適切に運営・配置すること。また、参加者及び参加事業者、都民等からの質問、相談に対応すること。

オ 物品等の手配及び管理

必要な物品を手配し、適切に管理すること。

また、東京都・TCVB 職員（各数名程度）が現地調査および現地立ち合い等へ同行する場合は、その分も含めて手配等を行うこと。なお、東京都及び TCVB 分の交通費、宿泊費は東京都及び TCVB が別途負担するため、本委託費に含めないこととする。

カ イベント保険

必要に応じて、イベント保険等への加入を適切に行うこと。

キ その他

前述以外で、運営に必要なものがあれば適宜追加すること。

(4) プロモーション

イベント・キャンペーンを、都民へ周知することを目的に、以下のとおり広報効果を高める PR 手法を企画し、TCVB の承認を得たうえで、適切な時期に実施すること。

ア 企画運営について

東京ブランド公式サイト、各種 SNS 等と有機的な連携を図り、上記対象者への訴求・広報効果を高めるとともに、メディアの興味・関心を喚起する効果的な PR を行うこと。実施にあたり、手法ごとに、企画概要、実施期間、訴求対象及びリーチ数等をまとめること。

イ 運営全般について

イベント・キャンペーンの特性をふまえたプロモーション内容にするとともに、東京ブランドやアイコンとキャッチフレーズ「TokyoTokyo Old meets New」の浸透を図り、SNS やオンラインを通じて拡散につなげること。

ウ 関係者との連携・調整

実施にあたり、全ての関係者と適宜適切な連絡、調整を行うこと。

各イベントの実施に当たっては、開催自治体や関係者と連携して広報活動を展開すること。

各広告媒体掲出先のポリシーや規定等を確認しそれぞれに応じた対応を行うこと。

エ イベント・キャンペーン特設サイトの制作、運営

以下の仕様を満たした特設サイトの制作及び運営管理を行うこと。

ウェブサイト開設にあたっては、別紙 1 『東京都公式ホームページ作成に関する統一基準』準拠に係る標準特記仕様書」に準拠すること。また、別紙 2 「東京都公式ホームページ作成に関する統一基準（平成 29 年 7 月 1 日）」を参考にすること。

(7) 掲載内容

特設ウェブサイトの充実に必要なコンテンツ内容等を提案し、TCVB と協議の上、掲載すること。

(イ) デザイン・構成

- ・より魅力的な特設ページとするための工夫・提案を行うこと。
- ・効果的に写真を盛り込み、ユーザーフレンドリーなデザインにすること。
- ・特設サイトのバナーを、東京ブランド公式サイトや他の事業でも使用できるよう、各事業に合わせて制作すること。
- ・スマートフォン及びタブレット等多様な電子機器からのアクセスに配慮したレスポンスデザインとすること。

(ウ) その他

- ・コンテンツ作成にあたり、関係者、各管理者等への情報提供依頼（写真を含む）、情報収集、内容確認、テストページ確認依頼等を行うこと。
- ・特設ウェブサイトは、イベント・キャンペーン告知期間前までに開設すること。キャンペーン終了後も実施内容の事後発信の場として、令和5年度末頃まで運用すること。詳細については、別途 TCVB と協議の上で決定するものとする。
- ・特設ウェブサイト公開後のコンテンツの追加、既存コンテンツの情報更新にも柔軟に対応すること。

(5) 効果測定

本委託業務の実施効果を把握するため、効果的な効果測定の指標（イベント・キャンペーン参加者数、メディア露出件数、SNS シェア数、参加者へのアンケート等）、方法、目標値等を検討の上、効果測定を行い、各プロモーションの実施内容とともに結果を TCVB に報告すること。

7 完了報告と契約代金の支払いについて

契約代金の支払いについては、委託完了後に一括で行う。TCVB の承認をもって請求書を発行すること。提出物の形式等については、下記 (1) ～(3) に従うこと。

(1) 業務完了届

別紙3「委託完了届」を提出すること。

(2) 実施報告書

A4 版縦、横書きカラーで作成し、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 と協議の上決定する。

※効果測定結果等を含む。

(3) 制作物デザインデータ

pdf データ及び編集可能なデータ（拡張子 eps、ai 等）で納品すること。

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、第三者に委託して行うことができる。

9 作成物・成果物に関する権利の帰属

(1) 本委託業務においては、受託者は著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む）・肖像権等の取扱いに十分注意すること。本業務における著作権の扱いは以下に定めるほか、「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」「1 4 著作権等の取扱い」に定めるところによる。

【電子情報処理業務に係る標準特記仕様書】

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

(2) 本委託業務に使用する映像、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、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。

(3) その他、著作権・肖像権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上、決定する。

10 委託事項の遵守・守秘義務

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

(2) 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。

(3) 第 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。

11 個人情報の保護

(1) 受託者は、本契約の履行にあたり、TCVB の保有する個人情報の取扱いについては、「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」を十分に遵守すること。

(2) 受託者は、本契約の履行に関連する受託者独自の個人情報の取扱いについては、「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」の規定に準じて、個人情報の漏えい、滅失及びき損の防止その他の個人情報の適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。

(3) 本契約における個人情報とは、TCVB 職員を含め、本事業の遂行の関係者の氏名及びメールアドレス等の他、本事業の参加者の氏名及びメールアドレス等、連絡先情報の全般を指すものとする。また、他の情報と容易に照会でき、個人を識別可能な情報（IP アドレス等）も個人情報とみなす。

(4) 受託者は、事業の遂行にあたり、第 8 により TCVB が承認した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、「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

12 その他

- (1) 仕様書に記載のない条件については、両者協議の上、決定する。
- (2) その他やむを得ない事情により仕様内容に変更が必要となる場合は、両者協議のうえ、委託上限額の範囲内において、契約後に業務仕様書一部変更・修正等を行うことができるものとする。
- (3) 本事業の委託者は TCVB であるが、実施等に係る一切の責任は受託者にあるものとする。
- (4) 事故等が発生した場合は速やかにこれを処理し、直ちに TCVB に連絡・報告することとする。
- (5) 緊急時の連絡体制を確保し、TCVB へ報告することとする。
- (6) 感染症等の感染拡大や、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。
- (7) 業務の履行にあたって、感染症等の感染拡大防止に努めること。
- (8) 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 総務部観光情報課

電話：03-5579-2681