

# 仕 様 書

## 第 1 件名

令和 8 年度東京ブランドの推進業務における Instagram アカウント運営業務委託

## 第 2 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

## 第 3 契約期間

令和 8 年 4 月 1 日から令和 9 年 3 月 31 日まで

## 第 4 事業目的

東京都及び TCVB 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。

本事業は、平成 26 年に定めた「東京のブランディング戦略」に基づき、東京の魅力を国内外に発信していく公式 Instagram アカウント※（以下「TTIG」という。）の充実を図り、情報の発信及び Instagram キャンペーンの企画運営を行うことで、東京の多様な魅力への興味・関心を高め、東京ブランドの理解・共感・ファンの醸成を促進することを目的とする。

※TTIG URL : <https://www.instagram.com/tokyotokyooldmeetsnew/>

## 第 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、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.koho.metro.tokyo.lg.jp/2017/06/15.html>

- ・Tokyo Tokyo 公式 Web サイト（以下「東京ブランド公式サイト」という。）

<https://tokyotokyo.jp/>

### 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。

- (1) 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。体制には、日本語と英語それぞれのネイティブライター(行政やそれに準ずる団体が実施する事業でのライター経験あり)を含めること。
- (2) 英語による情報発信を適切かつ速やかに行うために、英語のネイティブスピーカー等と円滑で迅速なコミュニケーションが図れる体制を敷くこと。

### 3 アカウントの運営について

- (1) 東京の観光産業全体の振興に資するべく、公平かつ専門的な視点をもって運営すること。
- (2) 更新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。
- (3) 業務の詳細について進捗状況を綿密にTCVBに報告すること。
- (4) 事業完了後、速やかに報告書を作成し、TCVBに提出すること。
- (5) 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。
- (6) コンテンツの発信にあたり、著作権・肖像権等の所在について十分に留意すること。
- (7) 本事業においてインフルエンサー等からの情報発信を行う場合は、対象国の法律・慣習などを確認の上、該当する投稿についてプロモーションである旨を明示すること。

### 4 デザイン・構成について

- (1) Instagramの特性を踏まえて、ユーザビリティが高く、対象ユーザーが瞬時に理解できる発信内容を心掛けること。
- (2) 世界的なトレンドを取り入れた発信内容やデザインを積極的に導入すること。
- (3) Instagramアカウントからの情報発信に際しては、特にスマートフォンからのアクセスを意識したデザイン・構成とすること。
- (4) キャンペーンの実施等においてWebサイトに情報を掲載する場合は、スマートフォン、タブレット及びPC等多様な電子機器からのアクセスに配慮したレスポンシブデザインとすること。

### 5 使用言語及びライティングの品質管理について

- (1) 英語及び日本語で発信すること。なお、英語での発信内容は、作成、翻訳、校正をネイティブ、又はネイティブレベルの原稿作成能力かつ原稿作成経験を有する者が行うこと。特に校正については、文法や語法を中心としたチェックに留まらず、英語が母国語である地域における文化的側面や実生活における言い回しなども考慮して行うこと。
- (2) 機械翻訳・AI作成文書は不可とし、表示言語の文字化けやレイアウト崩れなどの

不具合についてもチェックすること。

(3) 固有名詞の表現等については、TCVBに確認すること。原則として、観光地の名称については、施設等の公式な表記に合わせる。また、東京の観光公式サイト(GO TOKYO)の記載も参考にすること。

(4) 英語及び日本語のライティングについて問題があるとTCVBが判断した場合は、ライター、ネイティブチェッカーの変更について、TCVBの求めに応じ対応すること(場合によってはTCVB側が求める審査が発生する。)

## 6 目標設定と計測について

TTIG運営に際して定められたフォロワー数の増加やリーチ、リアクション数等の目標値に対する効果測定を実施して、PDCAサイクルを実行すること。また、目標数値は以下と定める。なお、目標数値は本事業において最低限の基準として達成すべき水準として設定するものであり、予算の範囲内で事業効果の最大化を目指し、その達成に向けた考え方及び具体的な運営方策を示し、運営すること。

(1) 令和8年3月31日時点のフォロワー数に対し、令和9年3月31日時点で広告配信により60,000フォロワー増(増加数から減少数を引いた純増数として。みなし数値可)。

(2) 令和9年3月31日時点で、以下の目標を達成するように運営すること。

項目	目標値	備考
リーチ数	128,000,000以上	※フォロワー獲得広告の実績は含まず、別計測・報告とすること
エンゲージメント数	512,000以上	以下の内訳を示すこと： いいね、保存、コメント、シェア。 ※フォロワー獲得広告の実績は含まず、別計測・報告とすること
エンゲージメント率	0.4%	エンゲージメント数/リーチ数で算出

※投稿にブースト広告をかける場合は、別途TCVBが提供する令和7年度(4月から12月)の実績を参考の上、別途適切な費用・効果を示し数値目標を設定すること。

※インプレッション数、閲覧数(Views)については目標数値を設定しないものの、他の項目と同様、数値を計測し、TCVBに数値を報告すること。

(3) 原則として、月次の数値報告及び、前月比、累計、年度目標に対する進捗率等を含み、より効率的な運用にむけた示唆等をあわせて報告すること。

(4) 設定指標の計測においては、指標定義の変更(又はその兆候)等についても媒体情報を注視し、必要に応じて報告、代替設定が必要な場合等はTCVBと対応を協議す

ること。

(5) 事業目的及びブランディングにおける TTIG の役割を踏まえ、東京ブランド推進の観点から (2) で定める各指標について分析を行うこと。またエンゲージメント (いいね・コメント・シェア・保存) の定量指標と、コメント内容等を踏まえたユーザーの反応傾向について定性的に整理し、TTIG 運用状況の評価、課題の整理及び今後の運営に関する示唆等 (現行の運用方針を大きく変えない範囲を前提とする。) について、必要な検討を行ったうえ、中間報告書及び期末の事業報告書に整理した内容を報告すること。

## 7 ターゲットについて

### (1) 主な対象国

欧米豪：アメリカ、イギリス、ドイツ、オーストラリア、フランス、スペイン、カナダ、イタリア

アジア：インド、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン、日本

その他：観光消費又は訪都旅行者の面で成長が期待できる市場 (UAE 等、ブラジル、メキシコ、北欧等)

### (2) ターゲット層

訪都旅行関心層 (リピーター含む。)、東京に関心がある層、海外旅行関心層、日本国民 (都民含む。)

(3) 詳細なターゲット設定を行う場合は、TCVB の承認の上、決定することとする。

## 第6 委託内容

### 1 Instagram アカウント (TTIG) の運営

#### (1) 引継について

必要に応じて前年度の受託事業者からの運営引継を円滑に行うとともに、令和8年4月1日より投稿を開始すること。

#### (2) 投稿頻度について

原則として以下の頻度にて投稿を行う。ただし、Instagram の機能変更があった場合等は、TCVB の承認の上、機能と頻度について決定すること。なお、TCVB が画像素材及び投稿文を用意した投稿については、基本的にはカウントの対象外とする。

内容	頻度
フィード又はリール投稿	1日に1回程度 ・オリジナルコンテンツを月間15回以上とすること ※うち、リール投稿 (ユーザー生成コンテンツ (以下「UGC」という。)) を含むことも可) は月間15回程度とすること
ストーリーズ投稿	適切な投稿頻度を鑑みつつ、目安として週3回程度

### (3) 投稿の方向性について

- ア ユーザーの関心を高め、新規フォロワー獲得及びアカウント活性化のために効果的な投稿スケジュールを立てて運営すること。
- イ 写真や動画などのビジュアル面を重視して、ターゲットユーザーの東京への興味関心及び訪都意欲の向上を促す投稿を行うこと。
- ウ 投稿時のテキストには、英語及び日本語を併記すること。  
以下に記載のターゲット設定に適した内容を発信するために、英語と日本語のテキストをそれぞれの内容で作成すること。

- ・英語テキストのターゲット：「第5 7ターゲットについて」に記載の国をはじめとする日本国民以外

- ・日本語テキストのターゲット：日本国民

- エ 世界的な発信トレンドや Instagram の動向を常に把握し、機動的な情報発信を行うこと。Instagram のプレスリリースを随時確認する等、最新機能をはじめとする情報収集を継続的に行い、Instagram に新規機能が追加された場合は、それらを活用した発信を積極的に行い、時流に応じた運用を行うこと。
- オ ターゲットユーザーやフォロワーの継続的な関心及び共感を獲得するため、フォロワー数、リーチ数・率、エンゲージメント数・率・ハッシュタグ「#TokyoTokyo」投稿数等の向上とともに、ユーザーのやり取りや反応を促進する手法を取り入れ、投稿や運用に反映すること。
- カ ハッシュタグ「#TokyoTokyo」の利用をユーザーに呼びかけ、TTIG アカウントのタグ付けや同ハッシュタグを付した UGC を積極的に活用すること。
- キ 運用に当たっては、日本政府観光局による『効果的な情報発信を行うための Instagram 運用ガイドライン』を参照すること。  
※JNTO デジタルマーケティング ガイドライン集 URL  
<https://www.jnto.go.jp/eng/download/index.html>
- ク 投稿する写真・動画の被写体及び映り込みの内容を慎重に確認し、必要に応じて掲載前に物件等の許諾を取得し、記録として残すこと。許諾申請の基準については、上記の日本政府観光局によるガイドラインを参考にするとともに、TCVB とも確認の上、適切に運用すること。
- ケ 真実と異なる内容やネガティブな発信が行われないよう、投稿後も東京の魅力を発信する内容となっているか、常時適切に管理・確認を行うこと。何らかの対応が必要な場合は、速やかに TCVB に報告し、対応を協議すること。

### (4) 運営スケジュールと報告について

- ア 投稿スケジュール等を明記した運営計画書を月ごとに作成し、TCVB の確認を得ること。日常的な投稿については、半月程度をまとめて作成し、効率よく TCVB の事前確認や、物件許諾申請等を進めること。季節投稿やイベント等急な確認が必要な場合は可能な限り前もって TCVB 側に伝えること。投稿前に、余裕をも

って最終的な TCVB の承認を得られるスケジュール管理を心掛けること。また、ユーザーの返事がなかったり許諾を得られなかったりする場合に備えて UGC を含めたクリエイティブ案は少なくとも 20 枚以上は毎回提示すること。

イ 世界的な発信トレンドや Instagram 機能設定の変化等に速やかに対応するために、運営計画を必要に応じて更新し、情報発信方法の調整を行うこと。

ウ 季節感のある投稿や時節柄タイムリーな投稿についても、上記アに記載の日常的な投稿のスケジュール管理と分けたスケジュール管理や投稿順の変更を行う等により、柔軟に取り入れること。

エ 毎月の報告を以下の点を踏まえて行うこと。

- ・全ての投稿に関する詳細な数値。具体的な報告項目は TCVB と合意の上決定すること。

- 例) リーチ数・率、エンゲージメント数・率、いいね数、コメント数、シェア数、保存数、インタラクション数、閲覧数、インプレッション数等

- ・フォロワーの推移及び目標値の計測と分析

- ・世界的なトレンドを踏まえた国内外の観光セクターによる発信状況

オ 現状の課題とその対策方法中間報告書の提出について

10 月頃を目途に、前半の運営状況を振り返り、中間報告書をまとめること。それまでの実施内容・状況、ユーザーに好反応を得られるコンテンツの傾向や、エンゲージメントを高める要因についても分析し、その結果を踏まえて改善すべき点があれば整理・報告すること。必要な対応について TCVB の確認の上、改善に努めること。このことに係る改善費用は、本委託費に含めること。

カ 運営マニュアルについて

委託開始後 2 か月程度以内を目途に、以下の要件を参考の上、本件業務に係る Instagram アカウント運営マニュアルを作成し、業務状況に応じて適切に更新し、整備等を行うこと。また、第 6 の 4 に関連し、受託期間終了時に最終版に更新を行い提出すること。詳細に関しては TCVB と協議し確認を得た上で決定、対応すること。

① 概要

② マニュアル上の用語の定義

③ 運営

- ・日時投稿について

- ・投稿時間、頻度

- ・オリジナル投稿制作

- ・UGC (選定基準・許可取りについて)

- ・ストーリーズ

- ・ユーザーへのコミュニケーションについて

- ・修正対応について

④ 荒らし・炎上対応について

- ・運営側の過失の場合
- ・理不尽なクレームなどの場合
- ⑤ 緊急対応について
  - ・災害などやむをえず投稿をストップする場合
- ⑥ その他留意事項について

#### (5) コンテンツについて

- ア 画像・動画データを用いた投稿コンテンツを作成し、テキスト、使用するスタンプや機能等、レイアウトデザインも含めて、投稿内容について事前に TCVB の承認を得ること。特に、ユーザーに訴求力の高いコンテンツである動画を積極的に活用する等、ユーザーの反応に応じて効果的なコンテンツの種類を選定して情報発信を行うこと。投稿形式については、必ずしも過去の投稿内容を踏襲せず、効果的な内容を提案すること。
- イ 画像・動画に、オリジナルコンテンツを制作し、必要に応じて UGC も活用するとともに、新規撮影や画像素材の手配等により、運用期間全体において効率的かつ効果的に運用すること。
- ウ 投稿文にはユーザーがコメントしたくなるような親しみやすい言い回しを用いるとともに、ストーリーズのスタンプやコメント機能等を活用し、フォロワーとのインタラクティブなコミュニケーションを図ること。
- エ ストーリーズ投稿に当たっては、ユーザーのアクションを促すスタンプやストーリーズスタンプトレイに格納されている 3 種類の「#MY TOKYO IS \_\_\_\_\_」スタンプを積極的に活用すること。  
 ※Meta 社リリース参照：<https://about.fb.com/ja/news/2019/11/mytokyois/>
- オ 投稿コンテンツには、季節感を考慮したものを積極的に取り入れること。また、世界的に展開される観光関連のイベントや東京都内で開催される大規模なイベントにあわせて時節柄タイムリーな投稿を行うこと。この際、適宜投稿順の変更等を柔軟に対応すること。
- カ 必要に応じてプロフィール欄の更新・改善を行うこと。
- キ 投稿コンテンツは、東京ブランド公式サイト等、東京都及び TCVB が運営する他の Web サイト・SNS 等へ転載することがあることを考慮すること。

#### (6) 写真素材の制作業務

- ア 上記第 6 の 1 (5) イで新規撮影した画像を含め、東京の観光地の写真 **200 枚程度 (同一素材を縦・横各 1 枚×100 種)** を高解像度のデータ形式 (jpeg、tif 形式) で納品すること。なお、同一の撮影地は 3 枚までとする。  
 写真は、原則東京都及び TCVB の他事業において二次使用が可能となるよう (半永久的に使用ができる状態が望ましい)、撮影先の許諾取得や写り込んだ人物等の画像処理等を行った上で納品すること。もし不可能な場合は条件・範囲は明確

に記載し、施設側の許諾についても有無を明記すること。

イ なお、写真の使用先として、以下を想定すること。

- ① 国内外の交通広告、屋外広告、雑誌、オンライン等の広告のビジュアル
- ② 広報用素材
- ③ カレンダーやポスター等の無償配布グッズ用素材
- ④ TCVB 及び東京観光レップ等が各国で出展する海外旅行博などでの東京の旅行地紹介
- ⑤ 東京ブランド公式サイトや SNS にて、撮影地の紹介

#### (7) UGC 投稿について

ア ハッシュタグ「#TokyoTokyo」を付した、又は TTIG アカウントへタグ付けした UGC 投稿を効果的に活用し、TTIG の認知度及びフォロワー数向上を図ること。また、上記第 6 の 1 (2)「投稿頻度について」で示した投稿回数のうち、概ね半数を超えない程度を UGC 投稿とすることを想定しているが、適切な投稿回数の調整に柔軟に対応すること。

イ UGC 投稿に当たっては、上記第 6 の 1 (3) クに記載の許諾を得るとともに、事前に DM 等により投稿者の許諾を得ること。許諾申請の際は英語・日本語による UGC 投稿に関する利用規約を提示すること。なお、利用規約は、受託決定後に提供する前年度内容を踏襲するとともに、必要に応じて内容を更新すること。

ウ ユーザーへの許諾申請に際しては、東京ブランド公式サイト等、東京都及び TCVB が運営する他の Web サイト・SNS 等へ転載することがある点を考慮すること。

エ UGC 投稿に当たっては、トリミング等の加工をユーザーに無断で行わないこと。

#### (8) 他事業との連携

ア 東京都及び TCVB が実施する他のプロモーション事業の PR も兼ねて、TCVB から別途、素材を提供することがある。提供素材を活用し、テキスト及びレイアウトデザイン作成等必要な対応をとること。

イ 上記ア以外に、東京都及び TCVB の実施する事業について、TCVB からの依頼に基づき、随時情報発信を行うこと。

ウ 東京都や TCVB が運営する他の観光振興アカウントの投稿を定期的にシェアするなど、相互のアカウント認知向上に向けた連携をすること。その他 TCVB からの連携依頼に適宜対応すること。

エ 他事業において制作した投稿素材を TTIG アカウントにおいて展開する際は、効果的な運営のためにスケジュールの調整等必要な対応を行うこと。

オ 現時点で予定している連携内容は以下のとおり。

##### ① 東京ブランド公式サイトとの連携

東京ブランド公式サイトの新しいコンテンツを活用した投稿及び効果的なサイト誘引を図ること。掲載する素材については別途 TCVB より提示する。

② インフルエンサー招聘事業との連携

インフルエンサーとのタイアップ投稿等について承認を行うこと。なお、対象となるインフルエンサーのリストは、別途 TCVB より提供する。また、TCVB が起用したインフルエンサーが制作する映像を必要に応じ TTIG に格納するとともに、素材を活用して効果的なプロモーション連携を図ること。掲載する映像については別途 TCVB より提示する。

③ 「DESTINATION TOKYO TAMA」、 「DESTINATION TOKYO ISLANDS」 アカウントとの連携

相互のアカウント活性化を図るための連携を図る。

DESTINATION TOKYO TAMA

- ・日本語：<https://www.instagram.com/tokyo.tama.jp/>
- ・英語：<https://www.instagram.com/destination.tokyo.tama/>

DESTINATION TOKYO ISLANDS

- ・日本語：<https://www.instagram.com/tokyo.islands.jp/>
- ・英語：<https://www.instagram.com/destination.tokyo.islands>

④ 東京ブランド公式 SNS (Facebook、X (旧 Twitter) 等) アカウントとの連携  
相互のアカウント活性化を図るための連携を図る。

- ・Facebook 日本語：<https://www.facebook.com/TokyoTokyoOldmeetsNewJa/>
- ・Facebook 英語：<https://www.facebook.com/TokyoTokyoOldmeetsNew/>

(9) コメント・DM 等の管理

ユーザーのリアクションに対する方針を定め、必要に応じて、不適切な言葉のフィルターや禁止語句の設定を行うこと。1日に1回程度はコメント及びDM等の内容を確認して対応すること。ネガティブコメント等迅速な対応が必要な場合は速やかに TCVB に状況を報告し、対応すること。

(10) アカウントポリシーの管理について

法令を順守し適正に運営するためのアカウントポリシーを英語・日本語にて管理すること。本ポリシーは受託決定後に提供する前年度内容を踏襲するとともに、必要に応じて、適宜更新すること。

2 キャンペーン等の実施

(1) 「アカウントの活性化」及び「新たなユーザー層へのアプローチ」を目的として、インフルエンサーとの連携投稿企画等のキャンペーンを前述のそれぞれの目的につき各1回以上実施すること。オンラインによるユーザー参加型の企画や、双方向性を生かした工夫等があることが望ましい。他都市でのキャンペーン実績等も踏まえ、訴求効果の高い内容とすること。また、原則として、発信内容の正確性を担保するため、事前に内容確認が可能な形式とすること。なお、短期間のリアルイベントやライブ配信などの単発・一過性の企画ではなく、一定程度の期間継続して効果が見込めるような内容を前提とすること。

目的とターゲット設定及び目標設定と計測について「第4 事業目的」を踏まえて、本キャンペーン等実施における具体的な目的とターゲットを設定すること。目的を達成するために適切な目標値を設定し、実施効果を計測すること。

#### (2) 広告出稿について

キャンペーンを効果的に実施するための広告を出稿すること。コンテンツに誘導するネイティブ広告を、利用者がよく閲覧しているサイトや SNS に掲出する等、適切な媒体及び出稿方法を選定すること。広告表示回数やキャンペーンコンテンツへの誘導数等、目標を設定し計測すること。

ブースト広告をかける投稿の選定に当たっては、オーガニック投稿で効果が高かったもの等、効果を踏まえて選別し、TCVB の確認の後、広告を配信すること。

(3) 東京ブランド公式サイト内に特設サイトを設置する場合は、当該サイト内に格納する素材を、サイト運営事業者に提供し、必要な対応をとること。特設サイトを別途設置する場合は、サイト管理にかかる必要な経費も本委託費に含めること。

(4) 実施内容や時期等、事前に TCVB の承認を得ること。詳細なスケジュールを作成して進行すること。

### 3 フォロワー数増加を目的とした広告の配信

第5の6(2)にて規定するエンゲージメントにつながるようなフォロワー増加を前提として、費用対効果も踏まえて適切な出稿方法を選定し、詳細なスケジュールと目標設定及び計測を行うこと。定期的に TCVB に状況を報告し、広告手法・頻度・デザイン等の柔軟な見直しや追加措置等を図り、効果を最適化すること。また、クリエイティブには東京都公式観光 PR 映像等の素材（別途 TCVB より提供）も積極的に活用すること。

### 4 その他

契約満了若しくは契約解除に伴って発生する新規受託業者への業務引き継ぎに関しては、契約期間中の業務履行に支障をきたさないことに留意するとともに、新規受託業者の業務履行に問題が発生しないように十分な注意を行うこと。また、新規受託者と十分に打ち合わせを行い、特に権利関係や特殊費用の発生等が生じないような処置を行うこと。また、これらにかかる経費及び新規受託業者への引き継ぎに係る費用は、契約金額に含まれるものとする。

## 第7 完了報告と契約代金の支払について

### 1 契約代金の支払について

受託者への支払は、委託完了届等による TCVB 担当者の検査終了後、受託者からの支払請求書に基づいて委託料を一括で支払うものとする。

### 2 完了報告と成果物の提出について

#### (1) 実施報告書

A4 で作成し、紙で3部、電子データを CD-R 又は DVD-R で納品すること。

目次、体裁、提出期限等はTCVBの承認を得ること。エクセル等を使用する場合には別紙として添付すること。報告書は3月を目途に提出すること。

(2) その他

第6の1(6)の写真データ、アカウントの管理に必要なその他データ

## 第8 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、「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」\*第14に定めるところによる。

\* [https://www.tcvb.or.jp/jp/denshijoho\\_tokkishiyosho\\_20260130.docx](https://www.tcvb.or.jp/jp/denshijoho_tokkishiyosho_20260130.docx)

## 第9 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 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。

## 第10 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させてはならない。ただし、事前に文書によりTCVBの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。

## 第11 個人情報の保護等

- 1 「東京観光財団個人情報取扱要領」\*\*を踏まえ、「個人情報に関する特記仕様書」\*\*\*に定められた事項を遵守すること。  
また、本事業の遂行にあたり「第10 第三者委託の禁止」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、「個人情報に関する特記仕様書」にある事項を遵守させること。  
\*\* [https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho\\_yoryo\\_20250401.pdf](https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho_yoryo_20250401.pdf)  
\*\*\* [https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho\\_tokkishiyosho\\_20260130.docx](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。  
(1) 本事業の遂行に当たって入手した氏名・メールアドレス・電話番号・住所など  
(2) 他の情報と容易に照会でき、個人を識別可能な情報（ユーザーIDやアカウント名など）が(1)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」\*\*\*\*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」\*に定められた事項を遵守すること。

\*\*\*\* [https://www.tcvb.or.jp/jp/security\\_houshin.pdf](https://www.tcvb.or.jp/jp/security_houshin.pdf)

また、本事業の遂行にあたり「第10 第三者委託の禁止」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）であることが望ましい。

- (1) 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
  - (2) 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。
- (1) 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
  - (2) 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(1)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。

## 第 12 その他

- 1 本仕様書の解釈について疑義が生じた場合は TCVB と協議して決定する。
- 2 仕様書にない条件については、両者協議の上、決定する。また、その他条件が変更となることがあるが、その場合、両者協議の上、変更する。
- 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 契約満了若しくは契約解除に伴って発生する新規受託業者への業務引継ぎに関しては、契約期間中の業務履行に支障をきたさないことに留意するとともに、新規受託業者の業務履行に問題が発生しないように十分な対応を行うこと。権利関係や特殊費用の発生等が生じないような処置を行うこと。また、これらにかかる経費は、契約金額に含まれるものとする。
- 5 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。
- 6 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 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。
- 8 本事業は、令和 8 年度東京都予算が東京都議会において委託契約前に可決・成立し、令和 8 年度 TCVB 収支予算が令和 8 年 3 月 31 日までに TCVB 評議員会で承認された場合において、令和 8 年 4 月 1 日に確定するものとする。

以上

連絡先：公益財団法人東京観光財団 観光事業部 電 話：03-5579-2683
--