

# 仕 様 書

公益財団法人東京観光財団

## 第1 件名

令和8年度 高付加価値旅行プロモーション推進業務委託

## 第2 事業目的

東京都（以下「都」という。）及び公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）は、更なる訪都旅行者数の増加及び観光消費額の拡大を図るため、滞在中に多くの消費が期待できることに加え、都市のイメージ向上にも寄与する高付加価値旅行者（特に富裕層）の誘致に向けて、プロモーション活動を実施してきた。

高付加価値旅行地としての受け入れ基盤の強化のため、都内ラグジュアリートラベル関連事業者（以下「都内サプライヤー」という。）にて構成されるネットワーク組織 Tokyo Luxury Authority（以下「TLA」という。）を運営するとともに、TLAを基軸として高付加価値旅行商品・サービス（以下「コンテンツ」という。）の整備及び、高付加価値旅行者受け入れ体制強化のための人材育成等を行う。

## 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 履行場所

TCVBの指定する場所

## 第5 業務概要

- 1 高付加価値旅行・市場の把握
- 2 TOKYO LUXURY AUTHORITY（TLA）の企画・運営等
- 3 通訳案内士向け育成研修
- 4 プロモーション資料の作成
- 5 活動報告

## 第6 全体運営

- 1 高付加価値旅行プロモーションにおけるターゲット

都・及びTCVBでは、観光庁による高付加価値旅行者の傾向（以下参照）も念頭に、重点市場として欧米豪、継続市場として一部アジア、新規市場として一部中東・中南米をターゲットに、高付加価値旅行者のうち、特に1回の現地における旅行消費額が100万円以上（宿泊費を除く）の層と設定している。それらターゲット層におい

では自らが旅行手配を行わず、主にそれら顧客を扱う旅行事業者等（以下「トラベルデザイナー」という。）が旅行手配を行っていることから、都・TCVBにおいてはそれらトラベルデザイナーに向けたBtoB及びBtoBtoCのプロモーション展開を行っている。

<観光庁による高付加価値旅行者の傾向（抜粋）>

高付加価値旅行者は、単に一旅行当たりの消費額が大きいのみならず、一般的に知的的好奇心や探究心が強く、旅行による様々な体験を通じて地域の伝統・文化、自然等に触れることで、自身の知識を深め、インスピレーションを得られることを重視する傾向にある。

観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりに向けたアクションプラン」（2022年5月）より

## 2 ラグジュアリートラベル向け訴求ブランドイメージ

ターゲットとする旅行者層は、これまでの調査結果から、他と一線を画する「パーソナライズ化」「本物志向」「価値ある体験」を好むことが明らかになっている。また、観光庁の定義では、消費額の大きさのみならず、一般的に知的的好奇心や探究心が強く、旅行による様々な体験を通じて地域の伝統・文化、自然等に触れることで、自身の知識を深め、インスピレーションを得られることを重視する傾向がある旅行者となっている。これらのニーズに合った特別感の醸成のため、過年度の各種富裕層プロモーションにおいて活用している「Tokyo Timeless Temptations」のマークを活用し、既にTCVBにて制作済みの冊子やTCVBが運営する高付加価値旅行PRサイト

「[Timeless Tokyo](#)」のイメージに沿った訴求をすること。なお、「Tokyo Timeless Temptations」のマークについては、別紙1「高付加価値旅行者向けPR事業用ロゴについて」を参照すること。

## 3 東京のブランディング戦略

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、ブランドコンセプトを定めた。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」をコンセプトとしたアイコン及びキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」（以下「アイコン」という。）に込められたメッセージを理解し、本事業におけるプロモーションと齟齬のないようにすること。

【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/>

### 4 実施体制

- (1) 第6の1に記載の旅行者層及びそれら層を多く顧客に持つトラベルデザイナーや都内サプライヤー等のニーズ、傾向、トレンドなども踏まえて市場動向等を的確に捉え、各種業務を効率的かつ効果的に、着実に実施するための体制を整えること。
- (2) 本事業における実施体制を明確化し、パートナー会社や各種アドバイザー含め体制管理を徹底すること。
- (3) 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。
- (4) 業務の詳細についてTCVBと協議の上決定し、進捗状況や確認事項を綿密にTCVBに連絡・報告すること。

## 第7 実施内容

### 1 高付加価値旅行・市場の把握

#### (1) アドバイザーの設置について

欧米豪・その他地域（一部アジア・中東・中南米）を中心とした高付加価値旅行者、それら層を多く顧客に持つトラベルデザイナー、都内サプライヤー等のニーズ、傾向、トレンドなども踏まえて市場動向等を的確に捉えるため、以下の条件を満たすアドバイザーを5名以上偏りなく設置すること。可能であれば、海外の有識者を含むのが望ましい。なお、アドバイザー、エキスパートの経費については事業への関与度合いにより適切な設定をすること。

- ア 高付加価値旅行者の旅行先や旅程の選定に係る傾向やトレンド、及び、旅行先として東京に求めるものや、期待するものについて精通する者（トラベルデザイナー等）。
- イ 当該旅行者層の日本国内の旅行手配や、その傾向、トレンド等に精通する者（DMC等）。
- ウ 当該旅行者層が東京／日本に到着した後の旅行手配や、その傾向、トレンド等に精通する者（ラグジュアリーホテルのコンシェルジュ等）。
- エ ラグジュアリートラベル向けのコンテンツや、それを保有する都内サプライヤーとの幅広いネットワークを有する者。
- オ ラグジュアリートラベル向けコンテンツの開発・運営に精通する者（商品・サービス開発コンサルタント等）。
- カ その他、業務を遂行する上で必要と思われる者。

#### (2) アドバイザーの活動について

##### ア 活動への助言等及び市場レポートの作成

本事業におけるアドバイザーの活動は、単なる情報や助言の提供に留まらず、企

画・運営への積極的かつ綿密な関与があるものとする。また、アドバイザーからのヒアリングや、既存公表資料から「高付加価値旅行者」の定義やトレンド等情報をまとめ、令和8年6月と令和9年2月中旬の2回、市場レポートを作成すること。また、過年度に本事業で開発したコンテンツ25件程度について、その後の旅行者受け入れ状況について年1回ヒアリングし、一覧にまとめること。主なヒアリング対象はコンテンツの開発に携わった民間事業者及びエキスパートを想定し、追ってTCVBから一覧を支給する。

#### イ コンテンツ視察等への活用

(ア) TCVBが指定するコンテンツへの視察【1～2回/年間】：TCVBが指定するコンテンツについて、第7の1(1)で設置したアドバイザー1名以上による視察を実施すること。視察は半日(視察先によっては1日)で実施し、視察先やスケジュールにより2回に分けることも可とする。視察の実施にあたり、TCVBから提示された視察先及びアドバイザーとの調整、行程作成、必要に応じ車両等の手配を行うこと。なお、視察にあたり視察先でコンテンツ実施費用等が発生する場合、その経費はTCVBにて別途支払うものとする。

(イ) TLA会員が保有するコンテンツへの視察【1～2回/年間】：TLA会員が保有するコンテンツの磨き上げの一環として、TLA会員向けに視察実施の募集を行うこと。会員より希望があった際は最大5カ所程度の視察先を加え、第7の1(1)で設置したアドバイザー1名以上による視察を年1～2回程度、半日から1日程度で実施すること。実施に当たっては、TLA会員には実施に当たる経費の一部をサポート(体験に係る費用等の一部)するが、負担額はコンテンツの内容を踏まえTCVBと相談の上、決定すること。移動に必要な車両等含め手配すること。ただし会員からの希望がない場合は、必ずしも必須ではない。

## 2 TOKYO LUXURY AUTHORITY (TLA) の企画・運営等

都及びTCVBでは、ラグジュアリートラベル向けのコンテンツの提供やアレンジをする都内サプライヤーを対象に、情報交換やビジネスマッチング等の促進を目的としたネットワーク組織「TOKYO LUXURY AUTHORITY」(以下「TLA」という。)を令和元年度に発足し、令和7年末時点で45社の会員企業(ホテル13社、DMC9社、その他23社)が加盟している。特に会員カテゴリー(ホテル、DMC、その他)により提供するサービスが異なることから生じるTLAに対するニーズの違いがあることや、同一カテゴリー内における各会員の高付加価値旅行の取り扱い状況も異なることを念頭に、TLAの活動について、以下のとおり企画し、TCVBの了承を得た上で実施すること。なお、TLAが東京の高付加価値旅行市場プロモーションをけん引する組織として機能するよう、年間を通し求心力の強化を念頭に置いた活動内容とすること。

※TLA 会員については別途 TCVB から支給する資料「会員リスト」を参照のこと。

(1) 事務局の運営

- ア 以下(2)～(4)の活動の実施や、各種活動についての情報発信、TLA 会員やその他都内サプライヤーからの問い合わせ先となる窓口等、必要なインフラを整備した上で、事務局機能を設置・運営すること。
- イ TLA の担うべき役割、方向性(短期・中期)、会員管理(カテゴリーごとのバランスや上限のあり方、審査方法等)、活動内容等について年度当初に TCVB 及び事務局にて議論・検証を行い、今後の活動方針や具体的な取り組み内容を明確化すること。なお、これらの方針作成において、本事業で設置したアドバイザー等の意見を入れることも可とする。
- ウ 第7の1(1)で設置したアドバイザー等、市場及び組織運営の知見を有する者等から TLA 運営について適宜助言・支援を受けること。
- エ その他、TLA の会則や加盟審査方法、基準等の更新・改定を必要に応じて実施すること。

(2) TLA 会員管理

- ア 新規会員の応募に応じ、年に最大4回程度 TLA 加盟審査委員会を実施すること。
- イ 既存会員について、会員会則に基づき管理を行うこととし、年度末に向けて継続意向の確認等を行うこと。

(3) TLA オフィシャル WEB サイトの運営

TLA に係る各種情報を発信するための TLA オフィシャル WEB サイト

(<https://www.tokyoluxuryauthority.jp/>) について、以下を実施すること。

ア サイトの管理運営・保守

- (ア) サイトは、受託者が用意するサーバーにて運営・管理すること。
- (イ) 既に取得・使用しているドメインの継続と管理を行うこと。
- (ウ) 当該サイトの運営が正常に行われるために全てのサーバー保守、データバックアップ、モニタリング等の管理を行うこと。
- (エ) サイトの運営システムの運用管理体制のイメージを示すこと。通常時及び障害時の緊急連絡体制を記載すること。障害発生時はサイト閲覧者及びサイトへの影響を最小限に抑える対応を速やかに実施すること。また、サイトの特性、規模を前提に、適した Web 改ざん検知サービス等の監視システムを提示し、TCVB との協議の上、必要に応じ導入すること。
- (オ) サイトが適切に運用されているか、年間を通して確認すること。またアクセス解析からサイトに問題が見つかった場合は、速やかに状況を TCVB に共有し、判断を仰ぐこと。
- (カ) サイト運営に使用するシステム等(サーバーなどのインフラ、使用ツール類、CMS 等)は、必要に応じて最新版へのアップデートを実施すること。脆弱性や不具合など、緊急性の高いものについては、速やかに TCVB に共有し、判断

を仰ぐこと。なお、アップデートを実施した際は TCVB へ報告すること。

(キ) Cookie 同意ツールの導入及び管理等を実施すること。改正個人情報保護法、GDPR (EU 一般データ保護規則) その他関連する地域の個人情報取扱規約及びプラットフォーム利用規約に則り、Cookie 同意ツールを導入 (選定、設定、実装を含む。) し、管理 (同意ログの保存、バナー表示設定、法改正対応、バージョン更新等を含む。) すること。作業に当たっては、受託者自ら最新の情報収集に努めること。当該ツールのライセンス費用及び運用に係る費用は受託者の負担とし、本委託費に含めるものとする。なお、ツールの利用及び他サービスとの連携に際しては、必要に応じて TCVB と協議の上、当該連携先との調整を含め、適切に対応すること。また、現行の同意管理ツールの契約満期が 2026 年 6 月末であることから、当該契約終了時点において利用に空白期間が生じないように、本委託に基づく同意ツールの実装及び運用開始を期限内に完了させること。

イ 掲載情報の更新 (サイトの改善・コンテンツの拡充含む。)

※サイトイメージ、更新頻度等は別途 TCVB から支給する資料「TLA サイト構成及び情報発信」を参照のこと。

TLA 会員の管理や TLA 活動の実施に伴い、必要な情報をサイトに掲載し、TLA 会員に情報提供・共有を行うこと。

なお、サイト運営に当たっては別紙 2 「東京都公式ホームページ作成に関する統一基準 (改訂版)」を参照の上、必要と思われる項目については同ルールに準じること。

ウ アクセシビリティ診断を実施し、令和 8 年度内に診断結果をサイトに公開すること。また、令和 7 年度に実施したアクセシビリティ診断で対応が必要な箇所については、優先順位や対応策を検討し、対応すること。

(4) TLA 会員を対象とした活動

ア 海外商談イベント等への共同出展・参加調整

都及び TCVB が出展・参加予定の以下の商談イベントに対し、TLA 会員への機会提供を行うにあたり、募集から参加調整までを行うこと。

(ア) ILTM Cannes 2026

東京ブース内に、TLA 会員 (3 社 3 名程度) が共同出展する際の管理・調整等のとりまとめを行うこと。

(イ) その他商談イベント

年間を通して 6 件程度の商談イベントへの参加枠の提供にあたり、サイトやメールマガジンでの募集告知から応募のとりまとめを行い、TCVB に都度報告すること。

イ TLA 会合等の開催

TLA 会員への情報発信・提供や、TLA 会員同士の情報交換及び交流促進等を目的と

したイベントを、以下の点を踏まえて企画・実施すること。開催は2回程度とし、可能な限り全会員の取り組みや事業にとって有益かつ参考となる内容にすること。

(ア) TLA 会員間のネットワーキングやビジネスマッチングの促進

(イ) TLA 会員が保有するコンテンツの情報共有

(ウ) 国内外からゲストスピーカーを招聘したセミナーやパネルディスカッション等、ラグジュアリートラベル市場の最新市場動向の把握（2回会合のうち少なくとも1回実施すること）

ゲストスピーカーが海外在住の場合はオンラインでの登壇も可とするが、リアルタイムでの実施を前提とし、言語面で不安のある会員に向けては日本語の補足資料を提供する、日本語訳をつける等サポートを提供すること。なお、ゲストスピーカーの費用は本委託費に含むこと。

(エ) TLA 会員からのリクエストに応じた各種活動

(オ) 各種イベント等を実施するための会場や備品等の手配

会場の選定は、TLA 会員の参加意向を高めるようなラグジュアリートラベル向けの新規施設などのベニューや TLA 会員が持つコンテンツ・サービスの紹介に繋げる等工夫すること。

ウ TLA 会員向け情報発信

第7の2（3）TLA オフィシャル WEB サイトの補完として、年3回程度、加盟会員向けのニュースレターを制作し、配信すること。また、各種 TLA 会員向けの活動実施にあたり、参加募集やより多数の会員の参加促進のため、適宜一斉の案内メールや個別での案内を行うこと。

※掲載イメージ、発信頻度等は別途 TCVB から支給する資料「TLA サイト構成及び情報発信」を参照のこと。

エ TLA 会員情報の整理・管理及び発信

TLA 事務局と加盟会員間や、TLA 会員間の連携強化を目的に、TLA 会員の基本情報やコンテンツ等の情報を整理・保管すること。また、定期的に更新した情報を、TLA オフィシャル WEB サイトや加盟会員向けニュースレター等を活用して組織内で共有すること。

オ 視察の実施

TLA 会員向けに以下の視察を実施し、実施後に参加者、コンテンツ提供元にアンケートを取り、実施後1か月以内に報告書を提出すること。なお、(ア)、(イ)については、合計で20～30名の参加を目標とすること。

(ア) 高付加価値旅行コンテンツ視察

過年度の当事業、又は TCVB の他事業において開発・整備した高付加価値旅行向けコンテンツの視察を年2～3回実施すること。会員間での送客を視野に入れ、主にホテル・DMC 会員を対象とすること。ただし、視察を通し将来的な協業の可能性がある場合はその他会員の参加も可とする。実施に当たっては

会員及び開発コンテンツの関係者と綿密な調整を行い、安全な運営を徹底し、視察内容が魅力的に伝わるよう工夫すること。

(イ) テーマ型都内高付加価値旅行コンテンツ視察ツアー

都内事業者による東京の高付加価値旅行コンテンツの知識及び手配やツアーアレンジに係る技術の向上を目標に、主に旅行事業者のスタッフ及び、ホテルコンシェルジュ等を対象にし、年1回、半日～1日程度の行程にて都内を視察するツアーを実施すること。実施に当たっては、参加者のニーズも考慮に入れながら、高付加価値旅行における具体的な分野（ファッション、アート、伝統工芸、建築、ウェルネス等）2つ以上のテーマを含めた上でプログラムとして組み立て、各分野に造詣の深いエキスパートを1名以上手配すること。目的が明確であれば、分野での切り口以外に、ファミリー、多世代、カップル等ターゲット別によるテーマ設定も妨げない。テーマへの理解を深めることを目的にエキスパートによる概要説明も含めることとするが、内容のボリュームに応じ事前の対面・オンラインでの提供、若しくは視察ツアー当日の冒頭に実施する等対象者が参加しやすい手法を取る。また、業界の状況を考慮し、対象者が参加しやすい開催時期や実施形式を十分に検討すること。その他、実施にあたり、視察先等との連絡調整及び、必要な会場、移動手段、機材等の手配を行うこと。

カ TLA 会員対象効果測定・アンケート調査

ラグジュアリートラベル市場における取引・取扱、国内外でのプロモーションの活動、TLA 内での活動等、当該市場における活動状況等の効果測定を行うこと。また、その他、TLA 活動において有用なアンケート調査やヒアリングを必要に応じて実施すること。なお、年度末においては、令和9年3月上旬頃にアンケート調査を実施すること。内容は令和7年度の実施内容と同等のものとするが、設問内容については必要に応じてTCVBと協議の上、決定すること。

※ 令和7年度末アンケートは、約45社に対して取扱実績、問い合わせ状況、取組状況等についてヒアリングする30設問程度で構成。

3 通訳案内士向け育成研修

都内における高付加価値旅行者の受入体制の充実を図るため、高付加価値旅行者に対応可能な通訳案内士等を育成する研修を実施すること。以下の(1)から(6)を含む3日程度の研修を2回実施すること。2回の研修は相応の期間を空けて実施し、過年度に本研修に参加者した方と、初めて本研修に参加する方の双方にとって学びが深く、また研修全体を通じて参加者同士交流を深められるプログラムとすること。また、各回の実施にあたり、講師・エキスパートの手配、視察コンテンツ提供事業者等との連絡調整及び、必要な会場、機材等の手配を行うこと。また、専門的知識を持つ業界団体等からアドバイスを受け講座内容を検討し、TCVBとの協議をもって決定する

こと。

(1) 対象

東京都登録の全国通訳案内士で、高付加価値旅行者のガイド業務に従事している者、若しくはこれから従事するにあたり素養と意欲のある者。育成人数は1回20名、計40名程度を想定している。過年度までの同研修への参加実績は不問とする。

(2) 参加者の募集、審査、連絡調整

業界関係者向け媒体や TLA 会員向けの案内、業界団体への告知等を複数活用し、当育成講座の参加者募集を複数回行うこと。参加者選定の際は、現在通訳案内士として稼働しているかどうか、また高付加価値旅行者へのガイド業務に従事している、若しくはこれから従事するに相応しい人物であるかどうかを、書類審査にて確認すること。具体的な審査方法を示し、TCVB の確認を経た上で実施すること。対象者が募集人数を超える場合は抽選とし、参加が確定した応募者への通知及び開催までの連絡調整を綿密に行うこと。連絡調整に当たっては、事務局として連絡先電話番号、メールアドレス等を設置し、参加者からの問い合わせに対し適切なタイミングで対応できる体制を構築すること。

(3) 講師等の選定及び開催に向けた調整

原則として、実績を示した上で令和7年度とは異なる講師を起用すること。ただし令和7年度のプログラムにおいて同じ講師を起用したほうがより良い内容になると考えられる場合には、一部重複する講師の起用を可とする。講師のうち複数名を高付加価値市場に精通した現役のトップガイド（通訳案内士）とすること。決定した講師と開催に向けて講義資料の準備や必要な連絡調整を行うこと。また、通訳案内士の講師については、以下の実施内容（5）アのみならず（5）イ、ウにも参加するものとし、特に（5）ウにおいては講評等を行うことを前提に参加調整を行うこと。

(4) 対応言語

参加者の対応言語については英語に限らない。講義内容や視察については日本語での実施を想定すること。

(5) 実施内容

ア 座学講座

1日程度での実施を想定し、高付加価値旅行者に対応可能な通訳案内士を育成するにあたり適切な講義のテーマを設定すること。都内高付加価値観光コンテンツ等の視察

(ア) 上記（5）アの座学講座に参加する通訳案内士を各回10名程度の2グループに分け、2日程度の視察を行うこと。

(イ) 視察先は特に高付加価値旅行者の関心が高いテーマを2つ設定し、通訳ガイドが実際の現場で役立てることのできる内容とすること。普段アクセスしづ

らく高付加価値旅行者からの需要が高い観光コンテンツやラグジュアリーホテルも視察先に含めること。

(ウ) 2つのテーマに沿った視察行程を、同じ内容で繰り返し2日間実施するため、研修参加者は両コースに参加できるものとする。(各日1テーマ×2日)

(エ) 視察先の選定にあたり、各テーマの専門知識を持ち、視察中の説明を行うエキスパート各1名程度を、実績を示した上で起用すること。

(オ) 上記(5)アで講義を行った通訳案内士講師が視察に同行し、ガイディングに役立つポイント等をレクチャーすること。

#### イ ワークショップ

(ア) 上記(5)ア及びイの受講者を対象とし、視察した訪問先を参加者がどのように実際のガイディングに活かせるかについて、視察最終日の最後に2時間程度、ワークショップや意見交換等を行うこと。

(イ) 同行したエキスパート及び通訳案内士講師からの講評等を含め実施すること。

#### (6) アンケート及び報告書の作成

ア 各回(計2回)、実施内容をまとめた報告書を作成し提出すること。

イ 各研修の最終日及び約3か月後に、研修への評価等をはかるアンケートを実施し、アの報告書に含めること。3か月後のアンケート集計が年度を跨いでしまう場合、別途回答結果のデータのみを納品し、報告書内に含めることは不要とする。

#### 4 プロモーション資料の作成

TLA会員を中心とした東京のラグジュアリーコンテンツ、一般情報をまとめた英語のトラベルアドバイザー向けのBtoBのプロモーション資料を作成すること。

(1) 東京のブランドイメージ及びターゲットのニーズに合った特別感のあるデザインとすること。ただし、スライドの文字量は極力減らし、その他の補足情報は別途メモ等にまとめること。

(2) TCVBヘデザインを複数案提案すること。校正を3回程度行った後、11月末を目途として、PPT形式・25ページ程度及びテンプレート3種類を納品すること。英語のネイティブチェックは不要とするが、誤植等がないか念入りに確認を行うこと。

(3) 構成は原則として以下のとおりとする。

ア 東京の一般情報(5ページ程度): 東京の主要スポットを紹介する簡易なマップ、写真等を含めること。

イ TLA会員(その他会員のうちトラベルデザイナーから直接問い合わせを受けられるその他会員15社程度、1社1ページ): 情報収集、掲載確認を行い、レイアウトすること。

ウ ウェブサイト、コンタクト先の情報(5ページ程度): TCVBが提供する情報をレイアウトすること。

エ テンプレート(3種類): コンテンツや観光情報の紹介に利用する想定で、文字量

や写真のレイアウト等が異なるテンプレートを3種類作成し、納品すること。

- (4) 情報収集、掲載許可に当たっては、掲載概要などをまとめた資料を作成して説明とともに承諾を得て書面で履歴を残すこと。(3) イの TLA 会員に向けては一斉配信等によるアンケート形式による説明・許可取りも可能とする。当該資料において、ご提供いただいた情報や素材は以下の用途で使用されることを念頭に情報収集及び素材提供を頂くこととし、展開が難しい場合はその旨がわかるよう、別途一覧にまとめて納品すること。

ア 海外エージェント向け商談会の商談

イ 商談後の商談相手へのフォローアップ等におけるスライド提供（電子データ）

ウ ラグジュアリートラベル向けウェブサイトの DMC ページへの掲載（必要な場合のみ）

URL: <https://timelesstokyo.com/localcontact#destination-management-companies>

エ その他 TCVB が個別に求める掲載先

## 5 活動報告

上記1～4に伴う活動とその内容について、施策ごとに報告書を作成することとし、年度末にはそれらを取りまとめた最終報告書を提出し、TCVB の承認を受けること。

## 第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、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。

## 第9 秘密の保持

受託者は、第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。

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。

## 第10 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/denshi\\_joho\\_tokkishiyosho\\_20260130.docx](https://www.tcvb.or.jp/jp/denshi_joho_tokkishiyosho_20260130.docx)

## 第11 委託事項・関係法令の遵守

本委託契約の履行に当たっては、関係法令、条例及び規則等を十分に遵守すること。

## 第12 個人情報保護等

- 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、本委託業務の遂行にあたり第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。

\*\* [https://www.tcvb.or.jp/jp/ko.jinjoho\\_yoryo\\_20250401.pdf](https://www.tcvb.or.jp/jp/ko.jinjoho_yoryo_20250401.pdf)

\*\*\* [https://www.tcvb.or.jp/jp/ko.jinjoho\\_tokkishiyosho\\_20260130.docx](https://www.tcvb.or.jp/jp/ko.jinjoho_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) 受託者が収集する視察及び研修等における講師／アドバイザー及び参加者の一覧（氏名、所属、連絡先等）
  - (2) TCVBが提供する都内事業者等の情報（氏名、所属、連絡先等）
  - (3) 本事業のサイトを通じて得たもので、問い合わせを行ったユーザーの氏名・連絡先・メールアドレス等
  - (4) TCVB職員を含め、本事業の遂行にあたる関係者の氏名・メールアドレス等
  - (5) 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等）も  
(1)～(4)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)  
\* [https://www.tcvb.or.jp/jp/denshi\\_joho\\_tokkishiyosho\\_20260130.docx](https://www.tcvb.or.jp/jp/denshi_joho_tokkishiyosho_20260130.docx)  
また、第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）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13 支払方法

### 1 契約代金の支払いについて

受託者への支払は、委託完了後のTCVB担当者による検査終了後、受託者からの支払請求書に基づき30日以内に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) 委託完了届

別紙3「委託完了届」を提出すること。

#### (2) 実施報告書

A4版カラー、Microsoft Word等で作成の上、紙1部、電子データをハードディスク等の記録媒体で2部納品すること。

※目次、体裁、提出期限等は別途TCVBが指定する。

#### (3) TLA オフィシャル Web サイトデータ

当該サイトにある全ての情報、機能、言語及びコンテンツ等の電子データをハードディスク等の記録媒体に保存し、2部納品すること。

#### (4) プロモーション資料や講演資料等における素材

本事業にて収集した写真・画像素材、完成データ等の電子データをハードディスク等の記録媒体に保存し、2部納品すること。委託者が素材を購入する際は、原則として、二次利用が可能で、かつ無期限利用ができる素材を選定すること。購入及び収集したデータについて、権利用範囲の制限及び利用期限等がある場合には期限を明示の上、一覧にまとめること。

## 第14 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 本事業に関わる講師、アドバイザー、エキスパート、TLA会員、参加者等全ての関係者に対して、本事業の主旨、著作権等の取扱い、関係法令の遵守等の説明を適切に行い、理解を得た上で事業への参画を依頼すること。
- 5 視察等における期間中の参加者を含む関係者に対し、十分な補償を備えた保険に加入すること。補償内容、補償の期間、加入手続き等については、TCVBと協議の上決定すること。
- 6 廃プラスチックの発生を抑制するため、各プロモーションで使用する素材は可能な限りプラスチックを使用せず、やむを得ない場合は、再生プラスチックを利用する等、プラスチックの持続可能な利用に配慮した物品とすること。
- 7 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。

- 8 本委託契約は、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。

<p>&lt;連絡先&gt; 公益財団法人東京観光財団 観光事業部 電話：03-5579-2683</p>
---