

仕様書

1 件名

東京の観光公式サイト「GO TOKYO」の分析・改善及びPR業務委託

2 契約期間

令和8年4月1日から令和9年3月31日まで

3 履行場所

公益財団法人東京観光財団（以下「財団」という。）の指定する場所

4 目的

財団は、Webサイト「東京の観光公式サイトGO TOKYO」及び「GO TOKYO チケットサイト」（以下「GTサイト」という。）を通じて、イベント・施設・自然・文化・伝統など、東京の有する様々な観光資源に関する情報を発信している。

東京の観光の魅力向上に資する観点から、利用者にとってさらに効果的な観光情報発信の実現を図るため、GTサイトの分析、KPIの管理（目標値）、先進事例の調査、第三者へのヒアリングなどGTサイトの改善を図るとともにサイトへの誘導広告等の施策を戦略的に実施する。

(1) GTサイトのメインコンセプト

- ・東京全域を網羅する魅力的で正確な観光情報を発信すること。
- ・未訪都者に東京への関心・興味・意欲を喚起すること。
- ・リピーターが東京観光に関する情報をより広く、深く得られること。
- ・東京観光に必要な最新の情報を効率良く入手できること。
- ・東京の観光都市としてのブランドイメージを高めること。

(2) メインターゲットユーザー

外国人訪都旅行者（未・初訪都者、リピーター）。

5 対象サイト

- ・東京の観光公式サイトGO TOKYO：<https://www.gotokyo.org/>

英語版（その他自動翻訳言語含む。）・中国語簡体字版・中国語繁体字版・韓国語版・タイ語版・フランス語版・ドイツ語版・スペイン語版・イタリア語版・日本語版

- ・GO TOKYO チケットサイト：<https://www.tickets.gotokyo.org/jp>

英語版・中国語簡体字版・中国語繁体字版・韓国語版・タイ語版・フランス語版・ドイツ語版・スペイン語版・イタリア語版・日本語版

6 委託内容

(1) 全般について

- ア 4に掲げる目的に基づき、実施対象地域の現地在住者の視点を十分に取り入れ、東京の魅力が海外で的確に伝わるように各施策を実施すること。
- イ 各市場特性や訪都需要等を踏まえた上で、戦略的・効果的に実施すること。また、各市場における興味関心やターゲット層等を綿密に分析し、効果的なコンテンツと手法を用いて、ターゲットに訴求すること。
- ウ 各市場の情勢等を踏まえ、情報発信のスタンスに十分な留意を行うこと。発信に当たっては、他国・他都市の観光セクターによる発信の動向も注視しながら、発信内容を検討すること。
- エ 本事業の実施体制を明確化し、体制管理を徹底すること。
- オ 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、専門的な視点事業を運営すること。
- カ 必要に応じて、財団が別途契約をしている GT サイトの運営・管理業務委託事業者、GT サイトの観光コンテンツの予約等に係るウェブページの運営・管理等業務委託事業者など、サイト関連の各委託事業者（以下「サイト運営事業者等」という。）と連携をはかりながら事業を進行すること。
- キ サイト分析と広告が連動するようにすること。

(2) GT サイトの分析

サイト運営事業者等とも十分に連携しながら、次の分析等を行うこと。また、国内外の主要観光都市の観光ウェブサイトとアクセス数や UI/UX 等多面的な比較も必要に応じて行うこと。なお、分析結果については毎月 10 営業日までに報告をすること。

ア アクセス状況の分析・報告

全言語のページについて、財団及びサイト運営事業者等と協議の上、GT サイトの分析に必要な情報を Google Analytics⁴ 等のツールを活用してアクセス数等の項目ごとに、アクセス解析を行うための設定をすること。また、取得した数値は、言語別に毎月 10 営業日までに財団が指定する様式で報告すること。加えて、サイト運営事業者等側での対応が必要な設定等がある場合は、サイト運営事業者等との調整及び支援も行うこと。なお、(6) で実施するオンライン広告の配信結果の分析も実施すること。

イ UI/UX 観点からの分析

主に英語ページについて、PC、スマートフォン及びタブレットからの閲覧におけるサイトの UI/UX を分析（情報配列、デザイン、情報サイズ等）すること。必要に応じてヒートマップ、Semrush 等のツールを活用するなど、分析根拠を明確にすること。

ウ LLM0（SEO 含む。）観点からの分析

全言語のページについて、GoogleSearch Console 等各種ツールを活用や最新情報を取得した上で検索パフォーマンス（AI 引用率）等の把握やページソースの分析を行い、現状課題の抽出をすること。必要に応じてヒートマップ、Semrush 等

のツールを活用するなど、分析根拠を明確にすること。また、サイト運営事業者等側での対応が必要な設定等がある場合は、サイト運営事業者等との調整及び支援も行うこと。

エ SEO 施策監修・効果検証

財団が指定する既存コンテンツについて、英語版のキーワード調査を 10 記事分程度行い、より効果が見込める記事については 4 記事分程度の構成案を作成すること。施策のサイト適用後に効果測定を行い、報告書として納品すること。

(3) KPI の管理 (目標値)

令和 7 年度に設定した GT サイトの KPI について、毎月進捗状況を確認の上、達成に向けて適宜、アクセス状況等を踏まえた要因分析・改善提案を実施すること。なお、四半期ごとに状況を報告書にまとめ、財団に提出すること。

(4) 先進事例の調査

4 に掲げる目的を基に、GT サイトが参考にすべき国内外のウェブサイトを 5 つ以上調査対象候補として提示すること。

その上で、財団が調査対象候補から選定した 3 つのウェブサイトについて、調査を実施すること。

【調査項目】

調査対象のウェブサイトについて、次の項目に係る情報を収集・分析し、まとめること。

・基礎情報

例. 運営主体、開設時期、対応言語、掲載情報、アクセス状況等

・ウェブサイトの特徴

・GT サイト改善にあたり参考となり得る点

例. UI/UX、SEO 対策、LLMO 対策、コンテンツ、PR 手法、速度改善、サイト構造、情報サイズ、デザイン等

・その他、上記以外に必要と認められる項目

(5) 第三者へのヒアリング

(2) ~ (4) の調査分析等に関して、財団が専門的な知見を有する第三者にヒアリングできるよう相談体制を整えること。

ア 相談体制の設置

(ア) ヒアリングの際に都度 GT サイトの改善に係る相談体制を設置すること。

(イ) 相談体制の設置期間は各回ヒアリング結果の報告書等の納品完了までとする。

(ウ) 相談体制は、UI/UX、SEO 対策、LLMO 対策、PR 手法等の高い専門性を有し、観光都市の魅力や観光情報を海外に向けて包括的に発信するウェブサイトの企画・制作等に関与した実績も有するスタッフを含めた体制とすること。

(エ) 相談会には、スタッフ全員が出席する必要はなく、相談内容に応じて、適切な専門性を有するスタッフを出席させること。

(オ) 相談体制を変更する場合は、事前に財団の承諾を得た上で行うこと。

イ 相談内容

GT サイトの改善に係る事項

例. UI/UX、SEO 対策、LLMO 対策、コンテンツ、PR 手法、速度改善、サイト構造、情報サイズ、デザイン等

ウ 相談会の開催

- (ア) 相談会を計 2 回程度実施すること。頻度は 6 か月に 1 回程度を想定している。なお、詳細な日程は別途決定する。
 - (イ) 実施形式は面談又はオンラインで行うこととする。詳細の形式はその都度財団が指定する。面談の形式で実施する場合は、財団（東京都新宿区）内の会議室等において行う。必要な机及び椅子等については、財団が無償貸与する。オンライン形式で実施する場合等は、ネットワーク環境やミーティングの準備等は受託者が行うこととする。
 - (ウ) 財団が日時又は場所の変更を希望する場合には、実施予定日の 1 営業日前までに受託者に連絡する。財団が希望する日時又は場所での対応ができない場合は速やかに財団に連絡すること。
 - (エ) 受託者が日時又は場所の希望する場合には、実施予定日の 5 営業日前までに申し出て、財団の承諾を得ること。
 - (オ) 相談会では、類似例を示すなど、財団職員が具体的にイメージできるよう説明を工夫すること。
 - (カ) 相談会を円滑に進めるために必要な場合は、事前にスタッフからの回答や資料を財団に共有すること。また、その内容についての質問が財団からあった場合は、速やかに回答すること。
 - (キ) 1 回の相談への助言・提案に関しては、その場で完結させることを原則とするが、困難な場合は、後日書面による回答とすること。
 - (ク) 相談会終了後当日を含めて 10 営業日以内に、当該相談の議事録、相談会報告書及び関係の資料等を提出すること。相談会報告書の様式は任意とするが、サイトの改善すべき点など、相談会で得られた知見を分かりやすく簡潔にまとめること。
 - (ケ) 軽微な確認事項が発生した場合は、相談会ではなくメール等で対応すること。
- (6) サイト改善策の提示

(2)～(5)の結果を踏まえて、GT サイトの改善策を提示すること。特に、GT サイト全体が常に最新の情報が掲載されるように継続的に更新を行う必要があることから、分析結果を踏まえ、優先して更新すべき箇所等を明確にすること。また、各提示事項については、(2)～(5)の調査結果との関連を明示するなど、調査を踏まえたものとする。加えて、その他財団からの協議事項に関しても都度専門的な視点を踏まえた改善策を提示すること。

【提示内容の例】

UI/UX、SEO 対策、LLMO 対策、コンテンツ、PR 手法、速度改善、サイト構造、情報サイズ、デザイン、記事内容・構成、利用者ニーズを踏まえた改善、認知度向上に向けた広告以外の施策等

- (7) 検索サイトやソーシャルメディア等を活用したオンライン広告

ア 広告設計・運用

本委託における調査分析内容も参考にしながら、代表的な検索サイトやソーシャルメディア等を活用して戦略的・効果的にオンライン広告を掲出し、サイトへ誘導すること。

(ア) ターゲットと言語

①海外旅行を検討中又は訪都旅行に関心のある訪都前のユーザー及び訪都旅行中のユーザーに対して、綿密な現状分析・ターゲット分析を行い、それらに基づいて対象とする国/地域、属性等、ターゲットを明確にし、戦略的・効果的にPRを実施すること。なお、以下は配信必須対象とする。

<必須対象>

欧米豪：アメリカ、オーストラリア、イギリス、カナダ

※全体配信量（金額ベース）の6割以上となるよう調整

アジア：フィリピン、マレーシア、タイ、シンガポール、インドネシア、ベトナム

中 東：UAE、カタール、サウジアラビア

②ランディングページは各言語版のTOPページ (/index.html) を含めた上で、効果的な発信となるよう調整すること。

(イ) 配信期間及び配信量

①配信期間・量：開始は令和8年4月下旬とすること。終了は令和9年3月中までを想定しているが適切な配信のタイミング、量及び開始時期にて実施すること。

②配信開始に先立ち、詳細な配信計画及び準備期間を含めたスケジュールを作成すること。

(ウ) 広告媒体及び手法

①上記（ア）で選定したターゲットの居住国/地域において、適切かつ高い広告効果の見込まれる検索サイトやソーシャルメディア等を選定し、広告を実施すること。

②検索エンジンを活用したリスティング広告は必ず含めること。

③Facebook広告を実施する場合は、財団が運営する以下に掲載のアカウントを活用すること。GO TOKYO SNS一覧 <https://www.gotokyo.org/en/sns-links/>

④Google広告を実施する場合は、財団が管理するアカウントを活用すること。

⑤直帰率を下げ、サイト滞在時間や平均ページ閲覧数を上げる手法にて実施すること。財団の保持するGoogleのリマーケティングデータの活用も妨げない。なお、新たに広告アカウントの開設等が必要な場合は、受託者の責任及び本委託費用内において実施すること。

(エ) 広告コンテンツ

バナー等のデザインが必要な広告を掲出する際は、当該市場で訴求力の高いデザインにて制作すること。原稿、キャッチコピー等については、対象言語を母

国語とする者、又は同等レベルの者から監修を受け、ターゲットにとって違和感なく訴求性の高い表現とすること。

(オ) 広告効果の最適化

広告手法・頻度・デザイン等の柔軟な見直しやABテスト等のWEBマーケティングの実施、追加措置等を図り、効果を最適化すること。また、広告効果を高めるに当たり、付加的な施策として具体的な手法があれば提案すること。これらの取組は、本委託費用内において行うこと。

(カ) その他

広告の設定費、制作費、測定費等の一切は本委託費用に含まれるものとする。また、本事業において新たに広告アカウント等を開設した場合、広告の実施状況を確認するため、WEB 広告媒体の管理画面を確認可能な媒体においては、カスタマーIDとパスワードを財団に開示すること。事業終了後は財団が当該アカウント等の保有権を持つものとする。

イ KPI（目標値）について

(ア) 広告の表示回数、クリック数、クリック率、広告からサイトへの流入数、サイト流入後のアクション率（エンゲージメント率）等をKPIとして設定すること。

(イ) 広告の表示回数（インプレッション）の目標値：110,000,000、クリック数の目標値：2,300,000以上とすること。ただし、そのうちクリック数に対して優先的に最適化すること。

ウ 効果測定及び報告

掲出した広告の実施効果を測定し、以下のとおり報告すること。

(ア) 週次・月次・最終報告を基本とすること。

(イ) KPIをはじめとする各数値を報告すること。その結果に応じた改善策を本委託費用内にて実施すること。

(ウ) 最終報告には、数値状況・要因分析・取得された知見・次回実施の場合の改善提案（ランディングページの提案を含む。）を必ず含め、概要版及び全体版としてまとめて提出すること。事業完了後、速やかに最終報告書を作成し、財団に提出すること。

(エ) パラメータや広告計測タグの設定等、測定に際して必要な準備がある場合は受託者の責任及び本委託費用内において実施すること。なお、Google Analytics4については財団から必要な権限を付与する。

(8) 空港パネルの（GOTOKYOページ誘導）広告デザイン制作

以下の条件を満たすGOTOKYOロゴと東京ならではの要素を入れ、GTサイトへ誘導するための共通ルックを作成すること。

ア デザイン制作

広告デザイン・制作については、東京ならではの要素を取り入れた写真を基に訪れる外国人観光客の嗜好や特性に合った、方向性の異なるデザインを2種類制作すること。また、制作に当たっては以下の要件を満たすこと。

- ・GTサイトへ誘導するための二次元コードの配置
 - ・GOTOKYOロゴの効果的な配置
 - ・東京ブランドアイコン「TokyoTokyo」の効果的な配置
- なお、アイコンの使用に当たっては、以下を参照し遵守すること。

【東京のブランディング戦略】

<https://www.sangyo->

[rodo.metro.tokyo.lg.jp/plan/tourism/plan/branding/](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/>

【Tokyo Tokyo 公式WEBサイト】

<https://tokyotokyo.jp/>

【東京ブランドアイコンのデザインマニュアル】

[171031_tokyo_vi-guideline+](https://www.tokyotokyo.jp/branding/171031_tokyo_vi-guideline+)

- ・デザイン納品後、上記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、デザインの監修・確認を行う。受託者は監修・確認の結果を踏まえ、事業を進めること。監修・確認の結果アイコンの配置等に修正が生じた場合は、速やかに応じること。

イ 原稿サイズ

作成する原稿については、＜表1＞を参照し、作成すること。なお、納品後、リサイズの必要が出てきた場合は対応すること。

＜表1＞

空港エリア				
1	羽田空港	IB-02-22	パネル	H2467mm×W2467mm
2	成田空港	S-13	パネル-1	H2325mm×W1960mm
3		S-13	パネル-2	H2325mm×W1925mm
4		N-13	パネル-1	H2325mm×W1880mm
5		N-13	パネル-2	H2325mm×W1850mm

ウ 納期：令和8年5月31日まで

エ 留意点：

- (ア) デザインは、使用月が著しく限定されたりするデザインでないこと（例：正月やハロウィン等季節の行事を全面に見せるなど）。また、方向性の異なるデザインとは、例えば季節性（春夏&秋冬）やコンテンツの系統（アウトドア・自然系&文化・芸術系）などによる違いによるものとする。
- (イ) 諸外国との関係に配慮し、特定の国や文化、宗教等を連想させないデザインであること。

- (ウ) 他の広告等と酷似したデザインにならないよう、留意すること。
- (エ) 使用する写真及びイラスト等の素材は、原則として受託者が手配すること。
ただし、必要に応じて委託者から素材を提供する。
- (オ) 画像データは、必要な権利処理等を行い、編集可能なデータを納品すること。

7 実施体制

(1) 受託者の体制

受託者の体制には以下の条件に合致するメンバーを含めること。なお、メンバーが本契約以外の業務に従事することは妨げない。

- ア GT サイト運営事業者等とのコミュニケーションをスムーズにするため、構築する体制の中にウェブサイト CMS 管理画面の取り扱い業務経験があるもの。
- イ GT サイトと同規模程度又は同特性のサイトの企画や運用に関わった経験を有するもの。
- ウ 各種解析に必要な調整を関係者で行うことができ、かつ web 解析士、GAIQ 等の資格を有するもの。又は、有資格者と同等の知識と技量を持っていると証明できる実績を有するもの。
- エ UI/UX 設計についての深い知識とそれらを踏まえたデザイン経験を有するもの

(2) 全体計画書の作成

本委託の実施に当たって、全体計画書を作成し、進行管理を行うこと。

なお、全体計画書には以下の内容を盛り込み、契約締結後速やかに財団に電子データで提出し、承認を得ること。なお、提出後に変更・更新が生じた場合は、都度、5 営業日以内に納入すること。

- ・スケジュール
- ・実施体制

8 納入物件

(1) 中間報告書

提出時期：令和 8 年 6 月末頃

内容：

- ・先進事例の調査結果
- ・GT サイトの分析結果
- ・第三者へのヒアリング結果
- ・KPI の進捗状況・要因分析結果等
- ・サイト改善策
- ・オンライン広告実施状況・要因分析
- ・効果的な広告以外の PR 手法に関する提案等
- ・その他、財団が指定するもの

(2) 最終報告書

提出時期：令和9年3月末

内容：

- ・ 第三者へのヒアリング結果
- ・ 中間報告書の時点修正
- ・ KPI の進捗状況・要因分析結果等
- ・ オンライン広告掲出に数値状況・要因分析・取得された知見・次回実施の場合の改善提案
- ・ その他、財団が指定するもの

9 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、財団の承諾を得た事項についてはこの限りでない。

10 秘密の保持

受託者は、9により財団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。

9により財団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 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

12 委託事項・関係法令の遵守

本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

13 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」***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9により財団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/kojinjoho_yoryo_20250401.pdf

*** 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 GT サイトを通じて申請又はログインされたユーザーの氏名/連絡先/メールアドレス など

- イ 当財団職員を含め、本事業の遂行にあたる関係者の氏名/メールアドレス など
 - ウ 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）もア、イ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」*を遵守すること。
- * https://www.tcvb.or.jp/jp/denshi_joho_tokkishiyosho_20260130.docx
- また、9により財団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。
- 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
- (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 GT サイトを通じて申請又はログインされたユーザーの氏名/連絡先/メールアドレス など
 - イ 当財団職員を含め、本事業の遂行にあたる関係者の氏名/メールアドレス など
 - ウ 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）もア、イ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。

14 支払方法

受託者への支払は、委託完了後の財団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。

15 提供資料の管理・取扱

- (1) 取得した資料の情報管理は徹底し、内容を第三者に漏らしてはならない。
- (2) 本事業実施においてのみ使用し、委託終了後は速やかに提供された情報及び関連するデータを破棄・消去しなくてはならない。
- (3) 情報の漏えい等により財団に損害を及ぼした場合はその損害を賠償しなくてはならない。

16 その他

- (1) 財団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、財団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財団と協議のもと進める

こと。

- (4) 本契約の実施に当たっては【別紙】「[改訂版] 東京都公式ホームページ作成に係る統一基準」を参照の上、観光サイトにおいても必要な項目については同基準に準じること。準拠しない範囲については、事前に財団の承認を得ること。
- (5) コンテンツに関しては、諸外国との関係に配慮し、公序良俗に反することのない内容とすること。
- (6) 本契約は、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年度財団収支予算が令和8年3月31日までに財団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。

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
--