

仕様書

公益財団法人東京観光財団

1. 件名

令和2年度ロシアにおける現地プロモーション企画運営業務委託

2. 事業目的

公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）は、ロシアから東京への旅行者誘致促進のため、オンライントラベルマートへの出展及び旅行会社向けeラーニング、一般市民向けオンラインプロモーションを実施する。

各種プロモーションにおいては、東京のブランディング戦略に基づいた、世界に選ばれる観光都市としての東京のイメージ浸透を図るべく、社会的情勢を考慮しつつ、東京の最新情報や話題の観光スポット等の情報を発信することで、旅行会社による東京旅行商品の造成及び販売意欲の向上を図り、東京への旅行者誘致促進を行う。

3. 契約期間

契約締結日の翌日から令和3年3月31日まで

4. 全体運営

(1) 全般について

受託者は、本仕様書「2. 事業目的」に掲げる目的に基づき、主に次の事業を実施すること。

- ア ONLINE TRAVEL MART（以下「OTM」という）WINTER 2020/2021出展に関する業務
- イ 旅行会社向けeラーニングの実施に関する業務
- ウ 一般市民向けオンラインプロモーションに関する業務
- エ 効果測定及び報告

(2) 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、別紙1「東京のブランディング戦略会議及び報告書（概要）」のとおり、ブランドコンセプトを定めた。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。）にこめられたメッセージを深く理解の上、プロモーションの実施にあたること。なお、「東京のブランディング戦略」とアイコン及び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】

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2015/01/20p1j700.htm>

【アイコン及びキャッチフレーズについて】

http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/04/28/07_01.html

【東京ブランド公式 WEB サイト】

<https://tokyotokyo.jp/>

(3) アイコンの活用について

- ア 本仕様書にて規定する制作物については、特に指定のない限り、原則としてアイコンを使用したデザインを提案すること。なお、アイコンデータ等は、指名通知時に、対象事業者へ別途支給する。支給されたアイコンデータは、本件応募書類作成、本仕様書で規定する制作物、並びに TCVB が別途指示する制作物の制作以外の目的には、許可なく使用しないこと。
- イ 東京のブランディング戦略の観点から、アイコンを利用したすべての制作物について、東京都が指定するクリエイティブディレクターが監修・確認を行う可能性がある。確認に要する期間も考慮し、スケジュール作成には十分な余裕を持つこと。

(4) イラストや写真等の素材について

提案の各制作物で使用するイラスト、写真等の素材について購入、作成、使用許可等に係る経費は全て委託料に含めること。なお、TCVB で管理している写真素材（オフィシャルウェブサイト GO TOKYO <https://www.gotokyo.org/photo/ja/index> 参照）については、自由に使用可能だが、それ以外についても積極的に提案し、活用すること。

(5) 留意事項

受託者は本委託実施にあたり、現地の雇用やオンラインイベント、広告等の実施に関する法令等を遵守すること。社会的情勢の変化に常に留意しながら、TCVB と連携し、適切な対応をすること。

5. 委託業務内容

(1) 実施体制

- ア 東京及びロシアでの実施体制を明確化すること。なお、パートナー会社・現地雇用含め、体制管理を徹底すること。
- イ 現地の雇用や、オンラインイベント、オンライン広告等の実施に関する法令等を遵守すること。
- ウ 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、受託後から報告書提出までの具体的な業務スケジュールをたてること。また、履行に当たっては、進捗状況を綿密に報告し、原則各工程で 2 回程度 TCVB へ確認を行い都度修正指示等に従うこと。
- エ 世界的な新型コロナウイルスの感染拡大状況を含めた、日本(東京)及びロシアの最新社会情勢・動向に細心の注意を払い、それらに配慮した企画提案を行うとともに、臨機応変に対応できる実施体制を整えること。

- オ 業務全般において、企画提案を TCVB へ協議・報告し、承認を得てから事業執行すること。なお、世界的な移動制限が敷かれる中で当プロモーションを実施する可能性があるため、その状況を大いにふまえ、将来的な訪都客誘致につながるコンセプトメイキング、情報発信を行うこと。
- カ ロシアにおけるプロモーション事業または類似事業の運営経験があることが望ましい。また、自社ないし、パートナー会社において、ロシア語で業務が可能なスタッフがいることが非常に望ましい。(現地オフィスの有無は問わない。)

(2) 言語・翻訳の品質管理

- ア すべてのコンテンツはロシア語で発信すること。発信内容は、作成、翻訳、校正はネイティブ、またはネイティブレベルの原稿作成能力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、ロシア語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た校正を実施すること。
- イ 機械翻訳は不可とし、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。
- ウ 固有名詞の表現等については、TCVB の指示に従うこと。
- エ 翻訳結果に対して問題があると TCVB が判断した場合は、再翻訳や翻訳者、ネイティブチェッカーの変更を指示することがある。

(3) OTM 出展に関する業務

ア 実施概要

オンラインで開催される OTM に出展を申込み、実施期間中に東京のデジタルブースを設け、東京観光情報の提供を行う。なお、出展者(TCVB)は2社程度の共同出展者を募り、ブース上で PR することが出来る。

旅行博：	ONLINE TRAVEL MART WINTER 2020/2021
開催期間：	令和 2 年 10 月 12 日～10 月 31 日（予定）

イ 目的とターゲット

OTM に参加する、ロシア全土の旅行会社スタッフ及び観光業従事者に対して、東京の最新観光情報を提供し、東京に関する知識向上と販売意欲を高めることで、旅行者誘致促進を行う。なお、OTM に参加するロシア国内の旅行会社は、マストラベル層からラグジュアリー層まで広く網羅されているが、まだ東京に送客していない、もしくは送客しているが今後一層注力したいと考えている意欲的な旅行会社にも分かり易く、基礎情報から、東京の多様な魅力までコンパクトに伝えることに重きを置くこと。

ウ デジタルブースの内容

出展者が与えられるデジタルブースのメインページ(600×200 pixel 想定)上に、

以下のような内容を含めた東京ブースを完成させること。

- ① アイコンの表示
- ② TCVB 及び共同出展者のロゴや関連ウェブサイトを表示
- ③ OTM 開催中に出展者が実施できる合計 4 時間ほどのオンラインプレゼンテーション
(ビューワーからのフィードバック、双方向コミュニケーションを含む)
- ④ ロシアからのインバウンド客を扱う DMC リスト
- ④ TCVB の基本情報、コンタクト先、TCVB が提供するロシア語パンフレットを含む各種デジタルパンフレットの表示、20 枚前後の写真、プロモーション映像の紹介等
- ⑤ TCVB の関連ウェブサイトへのリンク
※観光公式ウェブサイト GOTOKYO、東京ブランドウェブサイト等、最大 5 つ程のリンクを設けること。
- ⑥ その他の掲載内容に加え、OTM サイト内ないし OTM 主催者のウェブサイト内に表示される広報用バナー等の広告制作にも対応すること。

Malaysia Tourism Promotion Board の出展例

https://otm2020.profi.travel/companies/2094/stand/malaysia_otm2020

エ コンテンツの制作

- ① サーバー管理者である OTM 主催者と密に連携を取り、必要な情報について TCVB と協議しながら制作を進めること。
- ② コンテンツの制作にあたっては、主催者に与えられたデジタルブースのスペース・制限字数にて東京ブランドが最大限に伝わるよう、東京ブランド公式サイトからの引用や、ポスタービジュアル等を効果的に使用した内容とすること。
- ③ デジタルブース内で紹介する写真、プロモーション映像は、TCVB との協議の上、市場の特性・東京に関する関心事を考慮した内容を選択すること。
- ④ その他掲載内容については、TCVB と協議の上決定すること。
- ⑤ プレゼンテーションについては、後述するオを確認すること。
- ⑥ TCVB で管理している写真素材、TCVB より提供するアイコン、ポスタービジュアル、その他の写真素材等についても積極的に活用すること。

オ 東京観光セミナーの実施について

OTM 出展期間中にオンラインプレゼンテーションを行い、聴講するロシア全土の旅行会社スタッフ及び観光従事者に効果的に東京を PR すること。

- ① OTM 主催者の指示のもと、与えられた 4 時間程度のプレゼンテーション時間を、TCVB と共同出展者に割り振り、準備に係る業務を取り仕切ること。
- ② TCVB のプレゼンテーションについては、1 時間を目安に具体的なコンテンツを提案

すること。Old meets New をコンセプトに、ロシア市場のニーズを反映し、観光地東京への販売意欲を喚起するような内容・構成とすること。また、新型コロナウイルス感染拡大に起因する渡航制限や、ロシアにおける海外旅行意欲の動向等、国内外の社会情勢を十分に配慮し、情報発信のスタンスに気をつけること。プレゼンテーションの内容は、TCVB との協議及びその時期の東京都の観光情報発信スタンスにも合わせながら確定し、自然なロシア語に翻訳すること。

- ③ プレゼンテーションはすべてロシア語となるため、TCVB の原稿を代読し、聴講者とのリアルタイムの質疑応答に、TCVB 職員の回答を逐次通訳出来るロシア語スピーカーを手配すること。なお、ロシア語スピーカーは、ロシア語を母国語とし、可能な限りロシアからのインバウンド客対応経験が豊富な者が望ましい。
- ④ プレゼンテーション実施日については、主催者より調整されるが、出来る限り会期半ばないし後半に調整できるよう交渉すること。当日の配信については、PC、ウェブカメラ、マイクを準備し（必要に応じて TCVB でも提供可能）、事前に主催者の指示に従った接続テストを実施すること。当日の円滑な配信のため、TCVB 及び共同出展者と連携の下、入念な準備を行うこと。プレゼンテーションについては、事前に複数回のリハーサルの機会を設けること。
- ⑤ 共同出展者の対応については後述「カ」を確認すること。

カ 共同出展者対応業務

① 共同出展者募集窓口

TCVB の賛助会員を中心に日本側共同出展者の募集を行うため、募集窓口を設置し、対応すること。なお、共同参加者数及びその選出については、TCVB と協議の上決定すること。

※日本側出展者の参加料は、事業終了後に TCVB が直接請求を行う。

② 共同出展者管理

決定した共同出展者の情報等を取りまとめ、デジタルブースへの情報掲載（企業ロゴ、掲載文、資料、素材等）とオンラインプレゼンテーションに必要な調整等を行うこと。

③ 共同出展者支援業務

OTM 出展及びオンラインプレゼンテーションの運営について、共同出展者が理解できるよう、運営マニュアルを作成・提供すること。あわせて、共同出展者からオンラインプレゼンテーションのロシア語スピーカー紹介の要望があった場合は、出来る限り手配すること。ただし、プレゼンテーションや、デジタルブース掲載情報のロシア語翻訳の依頼があった際は、本委託の業務には含まれていないため、各共同出展者と協議の上決定し、直接請求のこと。

（４）旅行会社向け e ラーニングの実施に関する業務

ア 実施概要

OTM に先立ち、旅行会社向けに e ラーニングを 6 か月間ほど開設すること。開設日

は、OTM 開始の 1 か月前～遅くとも 1 週間前とし、出来る限り OTM 出展との相乗効果を図ること。

イ 目的とターゲット

OTM を利用するロシア全土の旅行会社セールススタッフ及び観光業従事者に対して、東京の基本情報、複数のテーマ性を設けた観光情報を提供し、東京に関する知識向上と販売意欲を高めることで、商品造成及び新規の旅行者誘致促進を行う。

ウ e ラーニングの内容

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。また、必要に応じて取材を行うこと。なお、下記事項については、必ず掲載すること。コンテンツ数については、TCVB と協議の上、決定すること。

- ① アイコンの表示
- ② 基本情報（フライト情報、ビザ情報等）
- ③ 東京の観光マップ
- ④ テーマ別観光情報
※ロシア市場に合わせた 4～5 テーマを設定すること。
- ⑥ オンラインテスト
※e ラーニングを利用した者が、自身の東京観光情報の理解度を図るもの。

エ コンテンツの制作

- ① e ラーニングを提供するポータルサイトサーバー管理者と密に連携を取り、必要な情報について TCVB と協議しながら制作を進めること。
- ② コンテンツの制作にあたっては、与えられたスペース・制限字数にて東京ブランドが最大限に伝わるよう、東京ブランド公式サイト、各種サイトや SNS への効果的なリンク、ポスタービジュアル等を使用した斬新な内容とすること。
- ③ 写真を多用し、利用者を惹きつけるアイキャッチなデザインを心掛け、TCVB との協議の上、市場の特性・東京に関する関心事を考慮した内容を選択すること。
- ④ 掲載内容については、TCVB と協議の上決定すること。
- ⑤ 各施設等への情報提供依頼（写真を含む）、情報収集、内容確認及びテストページ確認依頼等を行うこと。
- ⑥ TCVB で管理している写真素材、TCVB より提供するアイコン、ポスタービジュアル、その他の写真素材等についても積極的に活用すること。
- ⑦ 写真利用にあたり、著作権元に承認を得ると共に、権利料や使用料等諸費用が発生する場合は、委託料に含むこと。
- ⑧ 東京のスポット情報については、必要な手続きを行った上で、東京の観光公式サイト「GOTOKYO」の多言語テキストを使用しても構わないが、ロシア語での情報提供が

メインとなるよう、多用は控えること。

- ⑨ 固有名詞や単語の修正等、軽微な翻訳修正に対応し、問題が見つかった場合は速やかにTCVBに共有し、対処すること。

オ e ラーニングのキャンペーンについて

同プロジェクトが実施される6か月間において、効果的な広報キャンペーンを行い、多くの旅行会社に向けて、東京のe ラーニング実施を周知すること。

広報キャンペーンには、以下のような内容を含むこと。

- ① e ラーニングを提供するポータルサイト上での各種バナー広告の掲示
- ② ポータルサイト上でのニュース配信/登録者へのE ニュースレター配信
- ③ ロシアの主要 SNS を活用した広報

(5) 一般市民向けオンラインプロモーションに関する業務

一般消費者の東京旅行意欲喚起を図り、東京への旅行者誘致促進を行うために、効果的なオンラインプロモーション案を提案し、TCVB の承認を得た後に実施すること。また、東京ブランドのイメージを十分に活用し、Old meets New をコンセプトとした東京の多様な魅力等をわかりやすく発信することを心掛け、当該地域の旅行者の訪都意欲を高め、実際に東京を訪問することを促す内容とする。

ア プロモーション案の策定に当たっては、事前にTCVBより提供する「東京観光マーケットレポート」も参考に市場分析を行い、明確なターゲット設定によるメディア等の選定やプロモーション内容の検討を行うこと。

イ プロモーションは、令和2年9月以降に実施とする。提案時には、具体的なスケジュール等を含めて提案すること。

ウ 実施後はプロモーションの内容に応じて報告書を提出すること。

エ 使用言語はロシア語とし、本仕様書5.(2)「言語・翻訳の品質管理」を遵守すること。

オ プロモーションの実施にあたっては、事前の告知等、効果的な広報を行うこと。

カ その他

- ① 上述のプロモーション実施に当たり、必要な場合は各施設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。
- ② ウェブサイトを活用する場合、中立性に配慮し構成すること。また、サイト内の全ての企画は、他人の名誉、信用、プライバシー権、肖像権、著作権、その他の権利を侵害しないものであること。また、公序良俗、一般常識に反する内容でないこと。
- ③ 別紙2「電子情報処理委託に係る標準特記仕様書」を参照の上、サイバーセキュリティの確保に取り組むこと。

6. 効果測定及び報告

(1) OTM及びeラーニング

ア ウェブサイトアクセス分析

毎月アクセス解析を行い、TCVBに報告すること。解析項目については、参加者数、事業認知度を計るクリック数、ビュー数、シェア数等について目標となる成果指標を提案し、実施すること。また、SNS発信が含まれる場合、事業認知度を計るエンゲージメント率、フォロワー数等の目標となる成果指標を提案し、実施すること。

イ eラーニングについては、利用者に対しアンケートを実施し、その結果を報告すること。自社の東京への送客実績、顧客層の傾向、顧客から頻繁に受ける東京に関する質問等を聞くものとし、今後の対ロシアプロモーションに役立つ情報収集を目的とすること。

(2) オンラインプロモーション

提案のオンラインプロモーションの内容に応じて、適切な KPI を設定の上、目標となる成果指標を提案し、実施すること。

※KPI 項目例

WEB サイトの作成 ユニークユーザー数、ページビュー数、コンテンツ数

WEB キャンペーン クリック数、ビュー数、シェア数

SNS 発信 エンゲージメント率、フォロワー数

7. 完了報告と契約代金の支払いについて

(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) 委託完了届

別紙3「委託完了届」を提出すること。

(3) 実施報告書

A4版、横書きカラーで作成の上、紙2部、電子データをCD-RまたはDVD-Rで1枚納品すること。掲出されたプロジェクト内容（オンライン、オンラインメディア）全てをクリッピングや写真等に収め報告書に含むこと。（別紙として提出することも可能とする）

※目次、体裁、提出期限等はTCVBと協議のうえ決定する。

エ 電子情報処理委託に係る各種様式

別紙2「電子情報処理委託に係る標準特記仕様書」参照のこと。

8. 作成物・成果物に関する権利の帰属

(1) 本件委託においては、著作権・肖像権等（以下「著作権等」という。）の取扱いに十分注意すること。

(2) 本件委託の履行に伴い発生する成果物に対する著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条の権利を含む。）は、全てTCVBに帰属するものとする。つまり翻案権

および二次的著作物の権利についても委託者のものとなるよう手配すること。ただし、第三者の著作物を利用する場合には、当該第三者から受託者が適切な許諾を得ておくこと。

- (3) 本件委託により得られる著作物の著作権者人格権について、受託者は将来にわたり行使しないこと。また、受託者は本作品の制作に関与した者について著作権を主張させず、著作権者人格権についても行使させないことを約するものとする。なお、TCVB は、成果物を当該事業以外で使用する場合があります。ただし、TCVB が本件制作物を再編集などの改変を加えて利用する場合、TCVB は事前に受託者に通告し、承認を得るものとする。
- (4) 本件に使用する映像、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、全て受託者が負うこと。
- (5) その他、著作権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上、決定するものとする。

9. 賠償責任

本委託の履行にあたり、第三者に損害を及ぼしたときは、受託者がその損害を賠償しなければならない。ただし、その損害の原因が、不可抗力、その他やむを得ない事由のときは、TCVB と受託者が協議の上、その処理方法を決定する。

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。

11. 第三者代行の禁止

本委託業務は、原則として第三者に代行させてはならない。但し、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。

12. サイバーセキュリティポリシーを踏まえた業務の履行及び個人情報の保護等

別紙2「電子情報処理委託に係る標準特記仕様書」記載の内容を遵守すること。

13. その他

- (1) 仕様書にない条件については、両者協議の上、決定する。
- (2) その他手配条件が変更となることがある。その場合、両者協議の上、変更する。
- (3) 本事業の委託者は TCVB であるが、現地における実施に係る責任は受託者にあるものとする。
- (4) TCVB は必要に応じて本契約に係る情報（受託社名・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。
- (5) 天変地異、政治状況の劇的な変化により、本事業を中止する場合があります。その場合の取消料の条件を見積書に明記すること。
- (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) 環境により良い自動車利用

本業務の実施に当たって自動車を使用し、又は利用する場合は、都民の健康と安全を確保する環境に関する条例（平成 12 年東京都条例第 215 号）の規定に基づき、次の事項を遵守すること。

- ・ ディーゼル車規制に適合する自動車であること。
- ・ 自動車から排出される窒素酸化物及び粒子状物質の特定地域における総量の削減等に関する特別措置法（平成 4 年法律第 70 号）の対策地域内で登録可能な自動車利用に努めること。なお、適合の確認のために、当該自動車の自動車検査証（車検証）、粒子状物質減少装置装着証明書等の提示又は写の提出を求められた場合には、速やかに提示し、又は提出すること。