

# 仕 様 書

公益財団法人東京観光財団

## 第1 件名

令和6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6年4月1日から令和7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 コンテンツの整備等
- 4 プロ人材の育成
- 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、ターゲット層を主に欧米豪・一部アジアを中心とした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て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、一般的に知的な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、一般的に知的な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、各種業務を効率的且つ効果的に、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・活動

###### ア アドバイザーの設置について

欧米豪・一部アジア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3名以上設置すること。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。

###### イ 活動への助言等及び市場レポートの作成について

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・運営への積極的且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6年6月と令和7年3月上旬の2回、市場レポートを作成すること。

#### ウ コンテンツ整備・コンテンツ開発への活用

第7の3(2)の通り、本事業におけるコンテンツ整備において、各コンテンツごとに2回の視察及び必要な知見・ノウハウを提供するとともに、ハンズオン支援等にてアドバイザーを活用すること。また、本事業とは別途TCVBにおいて3件ほどのコンテンツを開発する可能性がある。そのコンテンツ開発においても本事業で起用するアドバイザーにて同様の協業を見込むことを前提にアドバイザーを起用すること。なお、別途実施するコンテンツ開発においてアドバイザーを活用する際の調整はTCVBもしくは別途契約する委託先にて実施する。

## 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5年末時点で45社の会員企業(ホテル14社、DMC9社、その他22社 / 令和4年度末は43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が東京にとって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。

※加盟会員については別途TCVBから支給する資料を参照のこと。

### (1) 事務局の運営

以下(2)～(4)の活動の実施や、各種活動についての情報発信、加盟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。

なお、TLAの担うべき役割、方向性(短期・中期)、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、活動方針や内容を明確化すること。また、

「1 高付加価値旅行・市場の把握」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。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 会員管理及び加盟促進

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。

ウ 東京を高付加価値旅行地として打ち出す上で効果的と思われる事業者等に対し、TLA活動を紹介し加盟を促すこと。特に、最大5社程度の新規加盟を目標とし

「3 コンテンツの整備等」に参画する可能性のある都内観光コンテンツ提供事業者等に対する入会促進を行い、可能な限り当該事業において起用を試みることに。

(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

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 から支給する資料を参照のこと。

なお、サイト運営にあたっては別紙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6年度内に診断結果をサイトに公開すること。また、令和5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 加盟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 が出展予定の ILTM Cannes 2024 の東京ブース内に、TLA 加盟会員 (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い、ブース運営委託事業者と連携すること。

その他、TCVB が加盟するラグジュアリートラベル向けのネットワーク組織「Connections Luxury」等の開催や、TCVB が関与する高付加価値旅行事業者向けイベント・商談会等の共同参加者等募集を行う際には、TLA 会員からの取りまとめを行うこと。

イ TLA 会合等の開催

TLA 加盟会員への情報発信・提供や、TLA 加盟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3回程度とし、各回ごとに主な対象となる会員カテゴリ等 (ホテル・DMC・その他のカテゴリの他、高付加価値旅行に対する取り組み実績・状況等) を明確にした上で内容を確定すること。

また、3回のうちの1回にて、Connections Luxury と合同で、全会員を対象としたウェビナーを実施予定である。実施にあたり発生する Connections Luxury との調整を英語にて現地側と行うこと。

(ア) 加盟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) 加盟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

(エ)加盟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、ラグジュアリートラベル向けのベニューの活用や下記「3 コンテンツの整備等」のコンテンツの紹介に繋げる等工夫すること。

ウ 加盟会員向け情報発信

上記2(3) TLA オフィシャル WEB サイトの補完として、年4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 から支給する資料を参照のこと。

エ 加盟会員情報の整理・管理及び発信

TLA 事務局と加盟会員間や、加盟会員間の連携強化を目的に、加盟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

加盟会員向けの小規模視察を年3回程度実施すること。内容は加盟会員が保有するコンテンツの視察及び、過年度の当事業において TCVB が開発したコンテンツの視察とする。実施にあ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。

カ TLA 加盟会員対象効果測定・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7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5年度の実施内容と同等のものとする。

※ 令和5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 コンテンツの整備等

年度内に高付加価値旅行者向け観光コンテンツとして、TLA 会員と協業し以下の通り2件のコンテンツの整備を行うこと。

#### (1) 分野及びコンテンツ設定

当該旅行者にニーズが高い分野や昨今の高付加価値旅行トレンドから、東京にもあると望ましい分野（食／文化・歴史／伝統工芸／自然・アウトドア／ウェルネス／ナイトライフなど）及び、テーマごとのコンテンツ例をターゲット像も含め整理し、TLA 会員が所有する施設・サービス等を高付加価値旅行者向けに整備を行うこと。対象と

なるコンテンツは、以下のいずれかに当てはまるものとし、既に多数の高付加価値旅行者への提供実績があるものは対象外とする。

- ・既に一般消費者や観光客（国内外問わず）の受け入れやサービス提供を開始しているものの、高付加価値旅行者向けに磨き上げを行いたいもの
- ・既に一部高付加価値旅行者への提供も始めているが、課題等があり、改善を行いたいもの

※令和5年度開発分野例：アート、建築、食、アウトドア・自然、カルチャー（漫画）

## （2） エキスパートの起用及びアドバイザーの活用

3（1）で設定した各分野に精通するエキスパートを起用し、各コンテンツを高付加価値旅行者向けに商品化すること。また、各コンテンツの商品化を進めるにあたり、アドバイザーの活用も念頭に、コンテンツの質の向上に向け協業先等へ既存のコンテンツ・サービス等の高付加価値化にあたって必要な知見・ノウハウを提供するとともに、ハンズオン支援等を実施し、効果的に事業を遂行すること。

### ＜エキスパートについて（役割等）＞

各コンテンツと観光事業者の間を取り持つ役割を担う人材。コンテンツ単体では商品化が難しい場合、その人材のネットワークやノウハウを活用し、高付加価値旅行者向けに磨き上げることがイメージしている。その産業や地場で影響力・信頼があり、外部専門家（アドバイザー）のロジックもある程度理解できる橋渡しの存在。

## （3） 整備のフロー

各分野のエキスパートと検討した1つのコンテンツ案に対し、以下の通り最低2回の視察及び1回のモニターツアーを経ることを想定するが、開始時点のコンテンツの成熟度によっては効果・効率の面で異なるアプローチも可能とする。

- ア 視察においては原則エキスパート及び複数のアドバイザーの参加を前提とし、実施前と実施後に参加者からのフィードバックを得て視察内容の決定や改善を図り、モニターツアーを最適な内容にて実施ができるよう努めること。
- イ モニターツアーの参加者は在日・海外外国人富裕層もしくは各コンテンツに想定されるターゲット像に近い者を参加させ、実施後にフィードバックを得ること。
- ウ 3（5）を念頭に、実際のコンテンツ提供にあたって協業先、アドバイザー及びエキスパートと最適なコンテンツ提供形態を検討し、コンテンツの完成を目指すこと。その際、可能な限りターゲットに対して販売可能な価格帯も考慮した上で整備を行い、完成したコンテンツは予算に応じた提供内容や行程案等を複数案まとめること。

## （4） TLA 会員との連携

整備にあたり、エキスパート、アドバイザーからの助言を得ながら可能な限り2

(2) ウにおいて新規加盟した事業者もしくは既存会員の保有施設・サービス等をコンテンツ内容に組み込むこと。

(5) コンテンツ完成後の商品化促進に向けた取り組み

将来的な商品化促進を狙いとして、今年度を含め当事業で起用したエキスパートや完成したコンテンツを TLA 活動において会員（特に DMC やホテル等）へ紹介する等、コンテンツ関係者、アドバイザー、TLA 会員等のラグジュアリートラベル取扱関係者との間での信頼性を高めネットワーク構築を促進するための取組を行うこと。

（その他取組例： コンテンツ体験や視察、意見交換会、プロセス確認会等）

(6) 完成したコンテンツの PR に向けた記事化及び素材の整理

完成した2件について、令和7年3月上旬を目途にコンテンツの魅力を紹介するための記事（写真を含む）を、以下の通り取材・撮影を含め制作すること。制作する記事に用いる原稿や写真等は、TCVB が運営する高付加価値旅行 PR サイト「[Timeless Tokyo](#)」や、今後制作する可能性のあるパンフレット等での使用を想定し制作すること。

ア 全体

(ア) 高付加価値旅行者やトラベルデザイナーの感性やニーズ・ウォンツを的確に捉え、情動的にも視覚的にも魅力的な記事となるよう制作すること。

(イ) 制作に携わるライターやフォトグラファー、記事で取り上げるコンテンツやそのサプライヤーのクレジット表記は、原則的には行わないものとする。

(ウ) 英語（グローバルに広く使われる英語を基準とし、アメリカ英語を優先とする）で編集・制作すること。原稿は英語ネイティブのライター（英語と日本語のネイティブ・バイリンガルが望ましい）が英語で作成し、アメリカ英語を母国語とする者によるネイティブチェックを別途実施すること。原稿を日本語で作成し、それを英語に翻訳する形はとらないものとする。

(エ) 都・TCVB による原稿の確認は英語と日本語の両方で行うため、言葉の表現を細部に渡って確認が可能な日本語訳を別途用意すること。

(オ) 校正原稿は MS Word で行い、英語原稿での構成（3 回程度）、日本語訳付きでの校正（2 回程度）、取材先との内容確認及び校正（1 回程度）の流れで行うものとする。

(カ) 原稿の校正を綿密に行い、特に名称、所在地、電話番号、地図、URL 等の事実確認を徹底すること。誤りがあった場合は、受託者の責任において訂正すること。

イ 取材・撮影

(ア) 原則、全てのコンテンツで取材・撮影を実施することとし、TCVB から1名程度が同行することを前提に取材先とのスケジュール調整等を行うこと。

(イ) 実績豊富なライターやフォトグラファー等を起用すること。原稿の作成に必

要な取材は、原則原稿を作成するライターが直接行うこと。ライターが取材に必要な日本語の語学力を有さない場合、細かな表現が可能な通訳を同行させる等、取材コンテンツの詳細が把握できる体制を整えること。

- (ウ)使用する写真は、コンテンツの内容にあわせて撮り下ろすことを前提とし、記事ごとに内容の異なる写真を記事内に6枚程度使用するものとして余裕を持った枚数を撮影し、質の高いものに絞ったサムネイルをTCVBに提示すること。サムネイルからTCVBにて最終選定したものを納品すること。
- (エ)撮影では、旅行者を想起させる様なモデルをコンテンツ内容に合わせて2名以上(カップル、夫婦、友人、親子等を想定)提案し、手配すること。なお、過去に本事業での出演歴がないモデルの起用が望ましい。撮影の内容等にあわせ必要に応じてスタイリング等(服装、髪型など)を行うこと。
- (オ)様々な規格の媒体での利用を想定し、媒体の規格にあわせて記事のボリューム(文字量等)や、使用する写真を調整すること。コンテンツの魅力や特徴を端的に紹介するものや、その詳細にまで触れるものなど、複数のバージョンでの使用を前提とすること。
- (カ)記事の構成は以下の通りとし、文字量や、使用する写真は、以下のリンク先の記事を参考にすること。

① 概要文(英語 30~50語程度)

- ・ <https://timelesstokyo.com/ttd/lifestyle/index.html>
- ・ <https://timelesstokyo.com/ttd/history/index.html>

② 記事本体(英語 400~1000語程度)

- ・ <https://timelesstokyo.com/ttd/lifestyle/tateisucanna.html>
- ・ <https://timelesstokyo.com/ttd/outdoor/mitakesan.html>

- (キ)取材・撮影内容の変更が生じる場合は、その都度TCVBに報告し、必要な調整を行うこと。

#### ウ 納品

(ア)原稿データ

原稿をWordファイル形式で保存し、コンテンツ毎にファイルを分けて納品すること。

(イ)写真データ

3(6)イ(ウ)で選定された写真の高解像度データ(tif、JPEG等)と、1MB以下の低容量データ(JPEG)の2種類を納品すること(画像は内容を整理し、1記事あたり20枚程度とする)。記事ごとにフォルダを分けてデータを保存し、オンラインストレージ等での提出に加え、外付けドライブ等に格納して納品すること。

## 4 プロ人材の育成

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、第7の1(1)で選定しているアドバイザーや高付加価値旅行の実績の豊富な通訳ガイド経験者等を活用し、以下の通りプロ人材(通訳案内士、ホテルコンシェルジュ、DMC社員等)の育成等を行うこと。

(1) 都内事業者向け施策(ホテルコンシェルジュ、DMC等)

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、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以下を企画し実施すること。実施にあたっては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。また、実施にあたり、講師の手配、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。

ア 対象

TLA会員を中心とし、主に旅行手配・体験等サービス提供の企画に携わる会員(主にDMCスタッフやホテルコンシェルジュ等を想定)を通年で延べ15名程度を目標とし、選定すること。

イ 実施内容

ツアーアレンジの技術向上に役立つ内容や、東京の魅力として訴求力がある分野(対象者が自身及び所属先の研修等ではリーチしづらい分野が望ましい)を設定し学ぶことにより、参加者が高付加価値旅行者への提案力を高めることを目的とする研修を以下の通り実施する。

- ・プログラムには座学と視察を含めることとし、視察は1日程度を想定すること。座学については対面・事前のオンライン研修等いずれも可とするが、現状の旅行業界の状況を踏まえ、参加者が参加しやすい開催形態とすること。
- ・ツアーアレンジの技術向上に役立つ内容や、高付加価値旅行における具体的な分野(アート、伝統工芸、ナイトライフ等)2つ程度を含めプログラムとして組み立てるとともに、参加することで何を学べるかを明確に表現し、参加したいと思わせるような研修名等を設定すること。
- ・テーマに関連するエキスパートを各分野1名以上手配すること。
- ・令和5年度に実施したアート、伝統工芸の施策内容(TCVBより支給する別紙)も参照し実施内容を策定すること。なお、同事業で制作したエキスパートのオンライン講義の動画の活用も可とするが、必須ではない。
- ・視察先(体験プログラム、アトラクション等)については各エキスパートと調整の上確定すること。

ウ 規模(回数)

年1回を想定する。

エ アンケート

参加者からアンケートを提出させ、アンケートを取りまとめた報告書を作成すること。

#### オ その他

研修後、研修参加者以外の TLA メンバーにも実施内容を共有することを前提に、レポート（アーカイブ等）を実施報告書とは別途用意すること。

#### (2) 通訳案内士等向け施策

高付加価値旅行に対応可能な通訳案内士等を育成するため、令和5年度に TCVB が実施した講座内容（TCVB より支給する別紙を参照）をブラッシュアップし、以下のアからカを含む3日程度の研修を実施すること。参加者の選定にあたっては、都及び TCVB と連携して必要な連絡調整等を行うこと。また、各回の実施にあたり、講師の手配、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、必要に応じ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の改善を図ること。

#### ア 対象

本事業のアドバイザーや TLA 会員から案内を受けた通訳案内士、高付加価値旅行通訳ガイド経験者等（都が別途実施する通訳ガイドスキルアップ研修（<https://tokyoguide.info/apply/> を修了し案内を受けた通訳案内士も可）を対象とする。育成人数は30名程度を想定している。

#### イ 参加者の募集選定及び連絡調整

TLA 会員向けの案内や業界関係者向け媒体等を複数活用し、当育成講座の参加者募集を行うこと。応募多数の場合は抽選とし、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行うこと。連絡調整にあたっては、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。

#### ウ 講師等の手配及び開催に向けた調整

講師は令和5年度と一部同じアドバイザー及び、高付加価値旅行における実績の豊富な通訳案内士の起用も可とするが、外国人専門家等新しい講師も起用し、内容の充実を図ること。後述するオ（ウ）の現地研修の実施にあたり必要な講師がいれば新たに TCVB に提案・協議の上決定し、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、講師については以下の実施内容オ（ア）のみならず必要に応じオ（イ）（ウ）にも参加するものとし、特にオ（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。

#### エ 対応言語

参加者の対応言語については英語に限らないものとする。講義内容や視察先については日本語での実施となるが、必要に応じ可能な限り同じ言語ガイドの参加者をグループにして実施する等し、対応言語の偏りなく学べる場となるよう工夫すること。

#### オ 実施内容

(ア)座学講座

- ・高付加価値旅行や旅行者に対する専門知識を持つ講師を3-4名程度手配し、1日程度での実施とする。
- ・令和5年度に実施した座学内容（TCVBより支給する別紙を参照）をブラッシュアップし、高付加価値旅行市場の定義、事例紹介、当該旅行者が求めるもの等に関する座学講座を実施すること。

(イ) 都内高付加価値旅行コンテンツ等の視察

- ・オ（ア）の座学講座に参加した通訳案内士について、各回10名程度の3グループに分け、2日程度の視察を行うこと。
- ・「アート」「建築」「伝統工芸」等、視察先はテーマ性を持たせ、高付加価値旅行者にニーズがあるテーマを3つ設定することとし、テーマに合わせて通訳ガイドが実際の現場で役立つと思われる視察先を行程に含めること。また、普段アクセスしづらい高付加価値旅行観光コンテンツ提供先や当該旅行者からの需要が高い訪問先やラグジュアリーホテルも視察先に入れること。  
3つのテーマに沿った行程を同内容で繰り返し2日提供することとし、研修参加者は希望する2つのコースに参加することを想定する（各日1テーマを選定×2日）
- ・視察には各テーマの専門知識を持つエキスパート3名程度を同行させ、ガイディングに役立つポイント等をレクチャーする形式にすること。
- ・また、後日別途TCVBが企画・実施する高付加価値旅行関連施策への見学等の機会を提供する場合、参加を募ること。

(ウ) 実地研修

- ・オ（ア）及びオ（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説明するかといった内容等にて、視察最終日に2時間程度のワークショップ等の実地研修を行うこと。同行したエキスパートや講師からの講評等を含め実施すること。
- ・実施にあたっては、必要に応じ言語ごとのグループ分け等も検討し、実施すること。

カ アンケート及び報告書の作成

以下の通り参加者からアンケートを提出させ、結果を取りまとめた報告書を作成すること。

- ・研修終了日（原則）に、研修への評価等をはかるアンケート
- ・研修後3か月後を目途に、研修参加後の効果等をはかるアンケート

5 活動報告

上記1～4に伴う活動とその内容について、各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、以下に定めるところによる。

- (1) 受託者は、納入物のうち本委託業務の実施に伴い新たに作成したものについて、著作権法（昭和45年法律第48号）第2章第3節第2款に規定する権利（以下「著作者人格権」という。）を有する場合においてもこれを行行使しないものとする。ただし、あらかじめ TCVB の承諾を得た場合はこの限りでない。
- (2) (1) の規定は、受託者の従業員、第8の規定により再委託された場合の再委託先又はそれらの従業員に著作者人格権が帰属する場合にも適用する。
- (3) (1) 及び (2) の規定については、TCVB が必要と判断する限りにおいて、本契約終了後も継続する。
- (4) 受託者は、納入物に係る著作権法第2章第3節第3款に規定する権利（以下「著作権」という。）を、TCVB に無償で譲渡するものとする。ただし、納入物に使用又は包括されている著作物で受託者が本契約締結以前から有していたか、又は受託者が本委託業務以外の目的で作成した汎用性のある著作物に関する著作権は、受託者に留保され、その使用权、改変権を TCVB に許諾するものとし、TCVB は、これを本委託業務の納入物の運用その他の利用のために必要な範囲で使用、改変できるものとする。また、納入物に使用又は包括されている著作物で第三者が著作権を有する著作物の著作権は、当該第三者に留保され、かかる著作物に使用許諾条件が定められている場合は、TCVB はその条件の適用につき協議に応ずるものとする。
- (5) (4) は、著作権法第27条及び第28条に規定する権利の譲渡も含む。
- (6) 本委託業務の実施に伴い、特許権等の産業財産権を伴う発明等が行われた場合、取扱いは別途協議の上定める。
- (7) 納入物に関し、第三者から著作権、特許権、その他知的財産権の侵害の申立てを受けた場合、TCVB の帰責事由による場合を除き、受託者の責任と費用を持って処理するものとする。

## 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 個人情報の保護保護等

- (1) 「東京都個人情報取扱事務要綱」\*及び「保有個人情報の安全管理に関する基準イメージ」\*\*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。

\*

[https://www.johokokai.metro.tokyo.lg.jp/kojinjoho/gaiyo/documents/20230401\\_jimutoriyokou.pdf](https://www.johokokai.metro.tokyo.lg.jp/kojinjoho/gaiyo/documents/20230401_jimutoriyokou.pdf)

\*\*

[https://www.johokokai.metro.tokyo.lg.jp/kojinjoho/gaiyo/documents/20230401\\_annzenkannriki\\_junimeji.pdf](https://www.johokokai.metro.tokyo.lg.jp/kojinjoho/gaiyo/documents/20230401_annzenkannriki_junimeji.pdf)

\*\*\*

[https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho\\_tokkishiyo\\_0122.doc](https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho_tokkishiyo_0122.doc)

- (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、サイバーセキュリティの確保に取り組むこと。

また、委託業務に係る情報の保管及び管理に万全を期するため、委託業務の実施に当たって以下の事項を遵守しなければならない。

- ① アクセスを許可する情報に係る事項

受託者は、アクセスを許可する情報の種類と範囲、アクセス方法について、業務着手前に TCVB から承認を得ること。

- ② システム要件に係る事項

受託者は本委託業務に係るシステム及びネットワークの保守に必要な不正プログラム対策、不正アクセス対策等を行うものとし、使用するソフトウェア（OS、ミドルウェア、データベース、ウィルス対策ソフト等）は、委託期間において、常に最新のセキュリティパッチを適用すること。

- ③ 受託者は、TCVB 又は東京都が実施するセキュリティ診断（リスク評価、脆弱性診断、改ざん検知等）に協力すること。ただし、診断の結果の対応については、別途 TCVB と受託者で協議し決定する。

- (3) 本件において取り扱う個人情報について、特に以下の事項に留意すること。

- ① 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・メールアドレスなど。  
② TCVB 職員を含め、本事業の遂行にあたる関係者の氏名・メールアドレスなど。  
③ 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）も同シ

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。

- (4) 本事業の遂行にあたり第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」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。

- 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

### 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

- ア. 委託完了届

別紙3「委託完了届」を提出すること。

- イ. 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。

- ウ. 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。

### 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あたっては TCVB と協議のもと進めること。
- (4) 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。
- (5) 契約満了も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。

- (6) 本委託契約は、令和6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6年度 TCVB 収支予算が令和6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6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  
担当： 小西・村田・秋山  
電話：03-5579-2683