

仕 様 書

公益財団法人東京観光財団

第1 件名

令和7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7年4月1日から令和8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 既存コンテンツの対応拡充等
- 4 通訳案内士向け育成研修
- 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4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。

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7年6月と令和8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17件について、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、追って財団から一覧を支給する。

ウ 既存コンテンツの対応拡充・コンテンツ開発への活用

第7の3(1)の通り、本事業における既存コンテンツの対応拡充において、各コンテンツにつき1～2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2～3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6年末時点で46社の会員企業(ホテル14社、DMC9社、その他23社 / 令和5年度末は45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、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。

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、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。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) 当該ウェブ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) ウェブ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 の使用について同意を求めるツールの改修等が必要な場合には、TCVB が提示する事項に従い、対応を行うこと。なお、本対応に係る経費は委託費には含まない。

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。

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7年度内に診断結果をサイトに公開すること。また、令和6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 2025

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い、ブース運営委託事業者と連携すること。

(イ) その他商談イベント

年間を通して5件程度の商談イベントへの参加枠の提供にあたり、TLA 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且つ参考となる内容にすること。また、2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) 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

(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 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。

(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。実施にあたっては、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（アート、伝統工芸、建築等）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。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、も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。

(ウ) アドバイザーによる TLA 会員コンテンツの視察

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募集を行う。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 回程度、半日から 1 日程度で実施すること。実施にあたっては、TLA 会員には実施に当たる経費の一部をサポート（体験にかかる費用等の一部）することとし、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。

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 8 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 6 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 6 年度末アンケートは、約 46 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 既存コンテンツの対応拡充等

過年度に TCVB が整備・開発した以下 2 つのコンテンツにつき、対応が可能なガイドの拡充を図るため、以下 (1) ～ (3) のフローを経て既に高付加価値旅行者対応の実績のあるガイド等 (以下「ガイド等」という。) に必要な視察・助言等を提供し、コンテンツ毎に 3 名以上対応可能な体制を構築すること。

令和 5 年度：建築コンテンツ

東京の著名な建築コンテンツを巡る数時間～半日程度の行程を造成。造成にあたっては、TLA 会員でもあり、著名な建築家のデザインも含む都内ラグジュアリーホテルを起点に、建築の専門家 (以下「エキスパート」という。) 及び既に高付加価値旅行者向けの通訳ガイド実績が多数あり建築にも造詣の深い通訳案内士により、ホテル周辺エリアにおいて訪問する建築を選定しながら行程作成を行った。確定した行程でのガイディングにおいては前述の通訳案内士により、高付加価値旅行者の興味関心に合わせたストーリーテリングを加えて徒歩にて案内する形のコンテンツとした。

※当該コンテンツについては Timeless Tokyo サイトに掲載済：

https://timelesstokyo.com/article/cat_ttd/architecture

令和 6 年度：文化・歴史コンテンツ

小学生～高校生程度の子連れ家族層より教育的な要素を含むコンテンツの需要があることを踏まえ、都内でも良く訪問される博物館である東京国立博物館をプライベートガイドと共に巡る数時間～半日程度の案内プランを造成。造成にあたっては、当該博物館の展示物にも詳しいアートのエキスパート及び既に高付加価値旅行者向けの通訳ガイド実績がありアートや歴史にも造詣の深い通訳案内士により、博物館での案内順路や主要な展示物において案内する内容、案内の仕方等を検討しながら作成を行った。確定した順路でのガイディングにおいては前述の通訳案内士により、旅行者や子どもの年齢層に応じ、クイズなど興味関心を引き出すような仕掛けを加えながら案内する形のコンテンツとした。

※当該コンテンツについても今後 Timeless Tokyo サイトに掲載予定

(1) 拡充にあたっての体制構築

過年度に整備・開発に関与したエキスパート3名（建築1名、歴史・文化2名）及び令和5年、令和6年でそれぞれ案内役となった通訳案内士を引き続き起用し、本コンテンツの拡充を図ること。また、新たなガイド等の選定や、視察においてはアドバイザーの活用も念頭に、拡充にあたっての質の管理に努めること。

<エキスパートについて（役割等）>

過去の開発において、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として起用。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、高付加価値旅行向けに磨き上げを行った。その産業や地域で影響力・信頼があり、旅行業界におけるロジックもある程度理解できる橋渡しの存在として活躍。

(2) 協業するガイドの選定

高付加価値旅行者向けに一定のガイド経験があり、かつ当該分野に対して興味関心のあるガイド等を5名（計10名）以上候補として挙げる。候補とするガイドについては、過去の実績や当該分野とのこれまでの関わりやガイド本人の興味関心等の情報を含め提示し、アドバイザーや当該コンテンツ開発に関与した通訳案内士及びエキスパートからの評価や財団との協議も経て、各コンテンツで3名ずつ選定すること。

また、候補とするガイド等は、全国通訳案内士の資格のある者、当該分野におけるガイドとして活躍している者、及び都内での活動実績も十分に有する者とし、いずれにおいても国内DMC及び海外エージェントからの直接の予約にも対応できることに加え、不測の事態がない限りは複数年にわたり本コンテンツの提供への関与を希望する意向の強い人物が望ましい。

(3) 拡充のフロー

拡充にあたっては、以下のフローを経ることを想定するが、より効率的かつ効果的なフローがある場合は、TCVBとの協議のもと、異なるアプローチも可能とする。

ア 視察

「建築」「文化・歴史」の各造成済みのコンテンツにつき、(1)で起用した通訳案内士による案内をベースに、(2)で選定したガイド等向けに意見交換等も含めた視察を実施すること。また、その際、「文化・歴史」については過年度制作したガイド向けの資料も活用することとし、TCVBから提供するデータを元に参加者分の印刷・製本したものを配布すること。

イ モニーツアーに向けた調整

3(3)アで視察した内容をベースとし、選定したガイドごとに、モニーツアーに向けて3(1)のエキスパートや通訳案内士からの助言も含めながら準備を行い、同じテーマでのモニーツアー案を造成すること。訪問場所・展示物等は選定したガイドによるアレンジも可とするが、建築においては建築を通じた東京の魅力、文化・

歴史においては子連れの家族を含めた旅行者のニーズに合った内容になるよう工夫すること。また、必要に応じエキスパートや通訳案内士の立ち会いのもとハンズオントレーニングを提供すること。

ウ モニターツアー

以下いずれかの者を参加者として各ガイドにつき1回ずつモニターツアーを実施し、フィードバックを得ること。参加者に対しては一部撮影が入ることも念頭に案内をするとともに、書面等にて肖像権の権利処理を行うこと。

- ・在日・海外在住外国人高付加価値旅行者層
- ・各コンテンツに想定されるターゲット像に近い者

※上記の場合、文化・歴史においては子どもも含む参加者が望ましい。

※上記での設定が難しい場合、第7の1（1）で起用するアドバイザーにおける実施も可とする。

エ TLA 活動等における紹介

本事業に参画したガイドを年度内に TLA 会員に向けて紹介し、送客を促進すること。TLA 会員に向けた紹介として、TLA サイトでの紹介、可能であれば TLA 会合への参加等を前提とする。

また、Timeless Tokyo への掲載が可能な予約用のコンタクト先を調整し提示すること。

オ 紹介に向けた記事化

TLA 活動内での紹介に向けて、令和8年2月中旬を目途に各ガイド等の紹介用の写真の撮影（ガイド等所有の素材も可）や、モニターツアーの様子を撮影し納品するとともに、TLA サイトに掲載するための記事（写真を含む）を制作し、Word ファイル形式で納品すること。

4 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、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豊富な通訳ガイド経験者等を活用し、高付加価値旅行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。令和6年度にTCVBが実施した講座内容（TCVBより別途支給する資料を参照）をブラッシュアップし、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、それぞれ異なる参加者を想定すること。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、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。

（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、も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。

(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、も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。

(3) 講師等の選定及び開催に向けた調整

令和 6 年度と一部同じアドバイザー及び、通訳案内士の起用も可とするが、新しい講師も起用し、内容の充実を図ること。うち通訳案内士講師については、高付加価値市場に精通したトップガイド（通訳案内士）を、実績を示した上で複数名選定すること。後述する（5）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選定し、TCVB の確認を経て決定すること。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、対応言語の偏りなく学べる場となるよう工夫すること。

(5) 実施内容

ア 座学講座

(ア) 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 4 名程度手配し、1 日程度での実施とする。

(イ) 令和 6 年度に実施した座学内容（TCVB より別途支給する資料を参照）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

(ア) 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 2 グループに分け、2 日程度の視察を行うこと。

(イ) 「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 2 つ設定することとし、テーマに合わせ通訳ガ

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。

(ウ) 2つのテーマに沿った行程を同内容で繰り返し2日提供するため、研修参加者は両コースに参加できることを想定する（各日1テーマ×2日）

(エ) 視察には各テーマの専門知識を持つエキスパート各1名程度を通訳案内士の講師とともに同行させ、ガイド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。

(オ) 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

(ア) 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通訳案内士講師からの講評等を含め実施すること。

(イ) 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。

(6) アンケート及び報告書の作成

ア 各研修終了日（原則）及び約3か月後に、研修への評価等をはかるアンケート

イ 各研修終了日（原則）及び約3か月後に、研修への評価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、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「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_tokkishiyousyo.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 個人情報の保護等

- 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.tcvb.or.jp/jp/20240401_jimutoriyokou.pdf
** https://www.tcvb.or.jp/jp/20240401_annzenkannriki_junimeji.pdf
*** https://www.tcvb.or.jp/jp/kojin_joho_tokkishiyoy_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、「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/denshi_tokkishiyousyo.docx
- 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。
 - ②TCVB 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

(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。

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7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7年度TCVB収支予算が令和7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7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・秋山
電話：03-5579-2683