

仕 様 書

1 件名

令和 6 年度 国際的なイベントを活用した観光 PR に係る広告掲出等業務委託

2 委託期間

令和 6 年 4 月 19 日から令和 7 年 3 月 31 日まで

3 事業目的

公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）は、インバウンドの誘客を一層促進するため、世界各国から注目が集まる国際的なイベントの機会を捉え、観光都市としての東京の魅力を効果的に発信する観光プロモーションを実施する。

本事業はその一環として、東京 2025 世界陸上競技選手権大会【開催期間：2025 年 9 月 13 日から 21 日】及び第 25 回夏季デフリンピック競技大会 東京 2025【開催期間：2025 年 11 月 15 日から 26 日】（以下「本大会」という。）の開催 1 年前の機会を捉え、広告媒体を活用したプロモーション等を実施し、本大会開催時の訪都観光の促進を図ることを目的とする。

4 全体運営

(1) 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、下記「東京のブランディング戦略」のとおり、ブランディング戦略を策定した。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、アイコンにこめられたメッセージを深く理解の上、事業の実施にあたること。なお、アイコン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】

<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/>

(2) 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（ギフト等）については、特に指定のない限り、原則として支給されたアイコンを使用したデザインとすること。支給されたアイコンデータは、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全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。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。また、受託者はクリエイティブディレクターと密接に連携し進めること。

(3) スポーツを活用した東京観光 PR 映像及び静止画の活用について

「令和 4 年度スポーツを活用した東京観光 PR 映像の制作委託」にて制作した映像及び静止画素材も可能な限り活用し、事業を実施すること。

(4) イラストや写真等の素材について

制作物でイラストや写真等を使用する場合、素材についての購入、使用許可等に係る経費は全て委託費に含めること。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）は自由に使用可能だが、それ以外についても積極的に活用すること。

5 委託内容

(1) 全般について

- ア 受託者は、東京の魅力が海外で的確に伝わるよう、次項以降に記載の委託内容を全て実施すること。
- イ 受託者は各業務の年間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。
- ウ 業務の詳細について、進捗状況を綿密に TCVB に報告すること。
- エ 事業完了後、速やかに報告書を作成し、TCVB に提出すること。
- オ 事業の実施にあたっては、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で運営すること。
- カ 東京都及び TCVB が令和 6 年度に別途実施する観光プロモーション事業との有機的な連携を確保し、事業を進めること。
- キ 必要に応じて、一般財団法人東京 2025 世界陸上財団（大会運営組織）や東京都庁各局等とも綿密に連絡・連携を図り、事業を遂行すること。
- ク 事業に際してインフルエンサー等からの情報発信を行う場合は、対象国の法律・慣習などを確認の上、可能な限り該当する投稿についてプロモーションである旨を明示すること。
- ケ TCVB におけるプロモーションの重点市場の考え方は以下のとおりとする。
<参考>
欧米豪：アメリカ、イギリス、ドイツ、オーストラリア、フランス、スペイン、カナダ、イタリア
アジア：タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン
その他：観光消費または訪都旅行者の面で成長が期待できる市場（インド、UAE 等、ブラジル、メキシコ、北欧等）

(2) 動画、ソーシャルメディア、バナー等を活用した広告掲出

- ア 業務内容
 - (ア) 事業目的に照らして最適な媒体を選定し、より効果的な手法にて、広告を掲出すること。
 - (イ) 各広告の誘導先は Tokyo Tokyo 公式 WEB サイト（以下「公式 WEB サイト」という。）、もしくは今後制作予定の大会関連サイトとする。
 - (ウ) 対象市場は欧米豪市場とする。また、適切なターゲティングを行い、事前に TCVB の承諾を得た上で実施すること。
 - (エ) 制作するバナー等は、対象市場やターゲティングに合わせて、訴求テーマ、訴求方法、訴求コンテンツ案／デザイン案、制作本数を設定し、事前に TCVB の承諾を得た上で制作すること。また、広告コピーは、本施策に適したコピーライターを起用すること。
 - (オ) コンテンツ制作において、制作前に内容・切り口や露出の仕方の確認機会を設けること。また、露出前に掲載内容の確認やネガティブチェック以上の修正対応が可能であるとなお良い。

- (カ) 最も効果的な露出となるよう、視聴回数、広告表示回数、サイトへの誘導数、アクション率（エンゲージメント率）等を設定し実施すること。
- (キ) ABテスト等のWEBマーケティング手法を活用し、広告の改善を行うこと。
リーチの最大化を後押しする施策、または誘導先において直帰率を下げ、滞在時間や平均ページ閲覧数等のアクション率（エンゲージメント率）を上げる手法が望ましい。

イ 掲出時期

本大会の開催1年前のタイミングにて実施すること。掲出期間は各回とも1カ月間程度とする。なお、掲出開始の具体的なスケジュールについては、TCVBに事前に確認の上決定すること。

ウ その他

- (ア) 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とパスワードを開示すること。
- (イ) 掲出にあたり、大会運営組織等関連団体の考査の必要性を考慮し、適宜対応すること。

(3) タイアップ広告

ア 業務内容

- (ア) 欧米豪市場に適したオンラインメディアとOTAを各1媒体選定し、観光都市としての東京の魅力を発信するための特設サイト制作等のタイアップ広告を実施すること。
- (イ) テーマや内容については、4(1)の実施コンセプトを踏まえたうえで、1年後に本大会が東京で開催されることにも触れること。
- (ウ) コンテンツ制作において、制作前に内容・切り口や露出の仕方の確認機会を設けること。また、露出前に掲載内容の確認やネガティブチェック以上の修正対応が可能であるとなお良い。
- (エ) 連携するメディア等の利用者に対し、(ア)のコンテンツへの誘導広告を、利用者が閲覧しているサイト内に掲載すること。誘導には連携するメディアが保有するソーシャルメディア等も活用すること。また、掲載期間における広告表示回数、クリック数等を明確にすること。誘導方法は、直帰率を下げ、特設サイト等への滞在時間を延ばす手法が望ましい。
- (オ) 特設サイトには、公式WEBサイトや今後制作予定の大会関連サイトへ遷移するバナーやリンクを設けること。

イ 掲出時期

本大会の開催1年前のタイミングにて実施すること。なお、掲出開始の具体的なスケジュールについては、TCVBに事前に確認の上決定すること。

ウ その他

公式WEBサイトやSNSでの紹介等で二次利用が可能であることが望ましい。二次利用が可能な場合は、TCVB指定フォーマットに情報を記載の上、納品すること。

(4) 航空便機内誌での広告掲出

ア 業務内容

- (ア) 航空便機内誌5誌にて、1年後に本大会が東京で開催されること、及び東京の魅力を訴求する記事を掲出すること。
- (イ) テーマや内容については、上記4(1)の実施コンセプトを踏まえたものが望ましい。

(ウ) コンテンツ制作において、制作前に内容・切り口や露出の仕方の確認機会を設けること。また、露出前に掲載内容の確認やネガティブチェック以上の修正対応が可能であるとなお良い。

イ 選定基準

(ア) 東京国際空港（羽田空港）や成田国際空港に発着する主要航空会社の国際路線便で、当該路線の搭乗者数や、機内誌発行部数等の観点から、広告効果が高いと思われるもの。

(イ) 本大会出場国の中でファンが多く来訪すると予想される国際大会強豪国の航空会社。

(ウ) 今後訪都が見込まれる外国人旅行者の利用が多い航空会社。

(エ) 上記(ア)～(ウ)を満たす航空会社を3社選定すること。なお、残り2社は日系航空会社とすること。

ウ 掲出量及び種類

5誌にて各1回の計5回とし、掲出1回あたりそれぞれ最低1ページ以上の掲出とする。広告の種類は記事広告とし、英語及び現地語での制作を基本とすること。東京都・TCVBによる原稿確認を行うため、各原稿に対し日本語で抄訳等を用意すること。

エ 掲出時期

可能な限り、本大会の開催1年前のタイミングにて実施すること。掲出期間は各誌とも最低1カ月以上とする。なお、掲出開始の具体的なスケジュールについては、TCVBに事前に確認の上決定すること。

(5) 効果測定

ア 上記5(2)～(4)の各広告掲出による効果を把握する具体的な効果測定を実施すること。

イ (2)及び(3)の業務について、広告の表示回数、視聴回数、クリック数、クリック率、広告から遷移先への流入数、アクション率（エンゲージメント率）等をKPIとして設定し、報告すること。また、その結果に応じた改善策を可能な範囲で実施すること。

(6) ギフト等の製作

ア 第25回夏季デフリンピック競技大会東京2025開催の1年前に開催が予定されているイベントにおいて、各国選手団や大会関係者等へ提供するギフト等を製作すること。

イ 個数は150セット程度とし、1セットに2種類以上の品目があると望ましい。

ウ 既存の東京ブランドグッズ（ボールペン、メモ帳、クリアファイル、ビニールバッグ、ステッカー等）と重複しない品目とすること。

エ TCVBが別途提供予定の東京ブランドグッズと合わせて梱包（ボールペン、メモ帳【縦9cm×横9cm】、マグネットバッジの3種、各1つずつを予定）をし、指定する都内の送付先に発送すること。

オ 品目及び梱包ともに、東京観光を想起しやすいデザインを採用すること。

カ TCVBからの要望に応じ、サンプルを提示すること。

キ 廃プラスチックの発生を抑制するため、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すること。

ク 製作にあたっては、「東京都グリーン購入ガイド（2023年度版本文）」を遵守すること。遵守事項は製作するノベルティに該当する項目の水準1とする。

【東京都グリーン購入ガイド（2023年度版本文）】

https://www.kankyo.metro.tokyo.lg.jp/policy_others/tokyo_green/tokyo_green.html

6 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

受託者への支払は、TCVB 担当者の検査終了後、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

イ 実施報告書

電子データにて納品すること。

※効果測定結果等を含む。

7 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 の承認を得た事項については、この限りではない。

8 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 7 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。

9 委託事項・関係法令の遵守

受託者は、本委託業務の実施にあたって、関係法令、条例及び規則等を十分に遵守すること。

1 0 秘密の保持

受託者は、上記第7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。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。

1 1 個人情報の保護

- (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_jimutoriyoukou.pdf
**https://www.johokokai.metro.tokyo.lg.jp/kojinjoho/gaiyo/documents/20230401_annzenkannrikijunimeji.pdf
***https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho_tokkishiyu_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。
- (3) 本件における「個人情報」として、本事業を遂行するためにTCVBが収集・保管する情報のうち、TCVB職員を含めた関係者の氏名／メールアドレス等に特に留意すること。また、他の情報と容易に照会でき、個人を識別可能な情報（ユーザーIDやアカウント名等）も同様に個人情報とみなす。
- (4) 本事業の遂行にあたり第7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。
 - 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

1 2 環境により良い自動車利用

本契約の履行にあたり自動車を使用、または利用する場合は次の事項を遵守すること。

- (1) 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）第37条のディーゼル車規制に適合する自動車であること。
- (2) 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であること。なお、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し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。

1.3 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) TCVB が必要と認めるときは、受託者と協議の上、本契約の内容を変更することができる。
- (4) 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。
- (5) 感染症の感染拡大や、天変地異、政治状況の劇的な変化等により、本事業を中止する場合がある。その場合は契約書第 17 条に則り履行完了部分に対して代金を支払うものとし、手配事項のうちキャンセルポリシーが定められているものについては別途そのポリシーに従い代金を支払う。

連絡先： 公益財団法人東京観光財団 観光事業部 03-5579-2683
--