

# 仕 様 書

## 1 件名

令和6年度「渡航ルート多様化等を見据えた日本各地との新たな連携（新潟県・和歌山県）」に係る業務委託

## 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

令和5年の訪日外国人旅行者数は年間で2,500万人超（令和6年1月17日日本政府観光局発表）まで回復し、海外航空路線の増便等インバウンドの本格回復が期待される中、海外からの渡航ルートの多様化に伴い、東京と各自治体の連携に関するニーズも多様化している。こうした中で、今後も東京が日本各地との結節点の役割を果たすためには、東京と日本各地が連携して外国人の嗜好等を踏まえた旅行者誘致促進を図る取組をこれまで以上に行うことが求められている。

本事業は、東京都と公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）が、意欲ある自治体との連携関係を構築し、観光コンテンツの発信などを通じてそれぞれの魅力を効果的にPRすることで、日本への誘客と、東京と連携先との相互送客を促進し、共存共栄による観光振興につなげていくものである。

## 4 履行場所

TCVBの指定する場所

## 5 対象市場・ターゲット

欧米豪等の個人旅行者を対象とした事業であり、以下の点を踏まえ、効果的と思われる市場及びターゲットを選定のうえ実施すること。

### (1) 新潟県との連携

- ・アメリカ、イギリス、オーストラリア
- ・その他将来の東京と新潟の観光振興に寄与することが見込まれる市場。

### (2) 和歌山県との連携

- ・アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス
- ・その他、将来の東京と和歌山の観光振興に寄与することが見込まれる市場。
- ・日本の精神文化に関心の高い知識層、探求心に富んだアクティブな富裕層等が見込まれる市場。

## 6 委託内容

### (1) 全般について

受託者は、本仕様書「3 事業目的」達成に向けて、東京都と各地域の魅力を効果的に

発信し、誘客を図るよう、次の事業を実施すること。

ア 新潟県との連携

「5 対象市場・ターゲット（1）」に記載の対象市場に対して、以下の事業を実施すること。

- （ア） 有力旅行サイト、OTA（Online Travel Agency）サイト等との連携業務
- （イ） PR 映像の制作業務
- （ウ） オンライン広告掲出業務

イ 和歌山県との連携

「5 対象市場・ターゲット（2）」に記載の対象市場に対して、以下の事業を実施すること。

- （ア） OTA（Online Travel Agency）や海外航空会社と連携したプロモーション業務
- （イ） オンラインメディアにおける特設ページ設置業務
- （ウ） オンライン広告掲出業務

（2）実施体制

- ア 東京都が TCVB と共同して、新潟県、和歌山県それぞれと連携して事業全体を運営する。
- イ 訪日外国人旅行者の誘致につなげることを見据え、東京都及び各連携先に対する外国人個人旅行者の認知及び来訪割合等、インバウンドの現況、東京と各連携先それぞれの観光の魅力、キラーコンテンツ等を十分に踏まえた上で事業を遂行すること。
- ウ 本事業実施に係る受託者の実施体制を明確化し、パートナー会社含め体制管理を徹底すること。
- エ スケジュールをはじめ、編集や内容確認までの一連の工程を示した「事業計画書」を作成し、TCVB に説明・報告を行うこと。制作したサイト等の内容の確認については余裕を持ってスケジュールを組むこと。
- オ 業務の詳細について、進捗状況を綿密に報告すること。
- カ 事業完了後、速やかに報告書（「7 完了報告と契約代金の支払いについて（2）」参照）を作成し、TCVB に提出すること。
- キ 事業の実施にあたっては、東京の観光産業全体及び日本各地の観光振興に資するよう、可能な限り公平かつ専門的な視点で運営すること。連携先の情報発信に偏ることなく、東京都の観光産業振興にも十分に資するよう留意すること。
- ク 東京都が発信するプレスリリースについて、資料作成や掲載する画像・写真等の提供をその都度行うこと。
- ケ 写真や動画使用にあたっては、著作権元と承認を得るとともに、権利料や使用料等諸費用が発生する場合は、受託者が負担すること。
- コ 本事業で制作する映像、特設ページ等の掲載内容について、東京都、TCVB、新潟県、和歌山県において二次利用を想定している。映像、イラスト、写真、音楽、出演モデル等、第三者が権利を有するものを使用する場合、少なくとも、令和9年3月31日までは使用できるよう必要な経費を当該委託費用に含めること。
- サ 各広告媒体提出先のオンライン版掲載におけるポリシーや規定等を確認し、それぞれに応じた対応を行うこと。

## シ 言語・翻訳の品質管理

- (ア) 翻訳が必要な場合は、表記方法の統一を図ること。適切な表現となるよう、ネイティブ及び日本語と当該言語のバイリンガル能力を有する者が、翻訳文章全体の調和等の観点も含めた検証を行い、適宜修正すること。
- (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、本契約締結後、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含め、適切な対応をとること。
- (オ) 情報更新、追加に伴うテキストは原則日本語で収集すること。
- (カ) 和歌山のスポット情報については、必要な手続きを行った上で、和歌山の観光公式サイト「Visit Wakayama」の多言語テキストを使用しても構わない。
- (キ) 固有名詞や単語の修正等、軽微な翻訳修正に対応すること。

## (3) 新潟県との連携

### ア 有力旅行サイト、OTA (Online Travel Agency) サイト等との連携業務

対象市場において、以下の仕様を満たした特設ページを旅行関連有力サイト、OTA サイトから、それぞれ1 媒体以上に設置し、制作及び運営管理を行うこと。

#### (ア) コンセプト

- a 本事業の趣旨を踏まえ、各スポット及びコンテンツの魅力、アクセス情報等をわかりやすく掲載すること。それにより、当該地域の旅行者の来訪意欲を高め、実際に現地を訪問することを促す。
- b 各対象市場における新潟を訪れる旅行者の特性（訪問時期等）を踏まえた構成とすること。

#### (イ) 言語

各対象市場に合わせた言語とすること。

#### (ウ) テーマ

「アドベンチャーリズム」をテーマとして設定すること。ただし新潟のコンテンツは佐渡金山等のスポットを巡る、佐渡を中心とした新潟県が作成したモデルコースを参考とし、当該コースに紹介されているスポットを主として含めること。当該コースは TCVB より別途提供する。

#### (エ) デザイン・構成

- a 対象市場に対して効果的に PR できるようコンテンツを作成すると共にデザイン及び言語について配慮すること。
  - (a) 上記 (ウ) のテーマに沿った、東京・新潟双方のスポットを取り上げる。東京・新潟双方を偏りなく紹介すること。
  - (b) 過年度の本事業における制作コンテンツを活用し、動画の埋め込みや特設ページへのリンク誘導等を行うことも妨げない（動画の一部切り出し、一部画像及びテキストのみの転載は不可）。

(参考：過年度の制作コンテンツ)

令和2年度：特設ページ	<a href="https://www.tourism-alljapanandtokyo.org/niigataandtokyo/">https://www.tourism-alljapanandtokyo.org/niigataandtokyo/</a>
令和2年度及び令和3年度：動画	<a href="https://youtu.be/_SHolii5jZM">https://youtu.be/_SHolii5jZM</a> <a href="https://youtu.be/3e8tmKfRYSw">https://youtu.be/3e8tmKfRYSw</a> <a href="https://youtu.be/u71PJaHYzEk">https://youtu.be/u71PJaHYzEk</a>
令和4年度：特設ページ	<a href="https://sponsorcontent.cnn.com/int/tokyo-to-niigata/winter-charm/">https://sponsorcontent.cnn.com/int/tokyo-to-niigata/winter-charm/</a>
令和5年度：特設ページ	<a href="https://en.japantravel.com/tokyo-x-niigata">https://en.japantravel.com/tokyo-x-niigata</a>
令和5年度：動画	<a href="https://youtu.be/qiPHANEZZY8">https://youtu.be/qiPHANEZZY8</a> <a href="https://youtu.be/eRPSLDOQXVE">https://youtu.be/eRPSLDOQXVE</a> <a href="https://youtu.be/MkGEu7EQXwo">https://youtu.be/MkGEu7EQXwo</a>

- b デザインは連携先のサイトの規定に従い、東京及び新潟の魅力が対象市場に伝わるよう、効果的な写真を多く盛り込み、ユーザーフレンドリーなデザインにすること。その他、より魅力的な特設ページとするための工夫を提案し、協議の上実施すること。
- c OTA サイトの場合は、宿泊施設や体験プログラム等のコンテンツを掲載し、予約をできる仕様とすること。
- d 1～2階層程度のウェブページとすること。

(オ) その他

- a 特設ページを設置する旅行関連有力サイト、OTA サイト等については、対象市場における旅行検討層の利用が多いサイトとすること。
- b 特設ページの設置時期については、遅くとも令和6年12月とするが、事業効果上最適な時期にて実施すること。
- c 上記(エ)のコンテンツ作成にあたり、新潟県等への情報提供依頼(写真を含む)、情報収集、テストページ確認依頼等をはじめとする調整業務を行うこと。
- d トップページやスポット紹介等のページにおいて、新潟県観光ウェブサイトへのリンクを設定すること。リンク先は、別途TCVBより指定する。
- e 可能な限り、商品購入への誘導を図ること。また、閲覧数、検索数、PR素材とした新潟県内等への商品に関する予約数等、効果測定が図れるような設計にすること。
- f 本特設ページについては複数年間掲載できるよう努めること。その間掲載情報等の変更にも対応できるウェブサイトが望ましい。
- g 本特設ページは、サイト内の閲覧しやすい場所(トップページでの紹介やサイト内バナー等)に掲載するよう工夫すること。

イ PR映像の制作業務

「3 事業目的」及び以下を踏まえた映像を制作すること。

(ア) コンセプト・テーマ

- a 東京と新潟は、「新幹線で1時間程度という短時間で、大都市と自然風景等、全く別のものが楽しめる稀有な観光地の組み合わせである」という点をアピールできるものとする。
- b 主のテーマとして「東京と新潟の食文化」を扱うこと（郷土料理、日本酒、特産品等）。それに加え、新潟については棚田、田園風画、酒蔵など食に絡めた風景等も取り上げること。東京については、大都市ならではの食の楽しみ方等を取り入れること。なお「6（3）ア（エ）a(b) 過年度の制作物」記載の動画も参考に、掲載スポット等に偏りが出すぎないように留意すること。また、「ガストロノミーツーリズム」を意識するなど、切り口やターゲティング等を工夫し、新たな魅力を発信できる内容とすること。

(イ) ターゲット

「5対象市場・ターゲット（1）」に記載の市場に加え、香港及びシンガポールも意識すること。

(ウ) 制作本数・尺

制作本数及び尺は以下の通りとすること。

- a 長尺映像：1本（尺は、その映像に最適な長さを設定すること。）
- b 短尺映像：1本（尺は、以下「6（3）ウ（ア）」の広告配信で使用することを想定し、最適な長さを設定すること。）

(エ) 超高精細撮影機材、遠隔操縦機（ドローン）等、映像を制作するための最新鋭の専用機材や映像技術を十分に活用し、撮影場所、時間、クリエイター、出演者、音響、特殊効果等を工夫すること。

(オ) 映像タイトル等は、原則、英語で対応すること。字幕やナレーション等の使用は妨げない。また地名などの表記ルールについては、TCVB や自治体に確認すること。

(カ) 各言語でキャッチコピー等を作成する際は、原則としてネイティブコピーライターを起用すること。難しい場合でも、複数によるネイティブチェックを行い、ネガティブな表現に受け止められないよう細心の注意を払うこと。

(キ) 撮影や編集に係る一切の経費（機材調達費、交通費、宿泊費、車両費、コーディネート費、飲食費、各種データ費等）は、全て事業費に含むこと。

(ク) TCVB 及び連携先と調整のうえ、撮影する箇所には適宜連絡及び調整を行い、取材先の撮影許可等（取材場所や素材等の取材先への調整、著作権処理その他撮影及び映像配信等に係る一切の許認可、届出、調整等）を取ること。その際、取材先に提出する書類等がある場合は事前に TCVB に提出の上、承認を得ること。

（参考）新潟県で作成したガストロノミーツーリズムに関する動画

【長尺】 <https://vimeo.com/765113797/e5d7973ac7>

【短尺】 <https://vimeo.com/772702599/38b0d712e2>

## ウ オンライン広告掲出業務

### (ア) 業務内容

インターネット上にオンライン広告を掲出し、以下の各コンテンツへ誘導を図ること。

- a 前述（3）アで制作した特設ページ
- b 前述（3）イで制作した動画  
その他、過年度に当事業において制作したコンテンツ（前述6（3）ア（エ）a(b)参照）に追加で誘導を図ることも妨げない。
- c TCVB が他の媒体等で制作した広告デザインを利用する場合、リサイズ等の調整を行い、提供すること。

### (イ) 言語及びターゲット

各対象市場に合わせた言語とすること。また各対象市場におけるターゲット（属性等）を設定すること。

### (ウ) 掲出媒体及び手法

誘導効率がよく、また誘導先の各コンテンツに対し、発信力、影響力、拡散力のある媒体や手法とすること。

### (エ) 掲出期間

各コンテンツの公開後、速やかに開始することを想定しているが、事業目的に照らし効果的と思われる広告掲出の時期や掲出頻度を設定すること。各対象市場における旅行者の特性（訪問時期等）も考慮すること。

### (オ) 広告の最適化

テーマや対象市場の特性等を考慮の上、広告デザインを数パターン制作し、一定期間掲出後、配信効果を適宜検証し、高い効果の見込めるデザインを採用する等、効果を最適化する工夫を行うこと。

### (カ) 効果測定

実施にあたっては、その目標数値及び根拠等についても明示すること。

## (4) 和歌山県との連携

### ア OTA (Online Travel Agency) や海外航空会社と連携したプロモーション業務

#### (ア) OTA との連携

対象市場において有力な OTA サイト等（Expedia、Booking.com、Tripadvisor、eDreams など）に以下の仕様を満たした特設ページを設置し、コンテンツ制作及び運営管理を行うこと。

#### a コンセプト

- (a) 本事業の趣旨を踏まえ、各スポット及びコンテンツの魅力、アクセス情報等をわかりやすく掲載すること。それにより、当該地域の旅行者の来訪意欲を高め、実際に現地を訪問することを促す。
- (b) 各対象市場における和歌山県を訪れる旅行者の特性（訪問時期等）を踏まえた構成とすること。

b 言語

各対象市場に合わせた言語とすること。

c テーマ

テーマは下記例を参考に、新たな観光の視点を盛り込んだテーマを設定し、対象市場の個人旅行者に訴求する内容とすること。

(例：高付加価値旅行、サステイナブルツーリズム、アドベンチャーツーリズム、など)

d デザイン・構成

(a) 対象市場に対して効果的に PR できるようコンテンツを作成すると共にデザイン及び言語について配慮すること。

- ① 東京及び和歌山県双方の対照的な魅力を PR できるスポットを取り上げること。東京・和歌山双方を偏りなく紹介すること。
- ② 令和2年度事業で制作した映像を活用することも妨げない。素材の提供は、TCVB から行う（動画の一部切り出し、一部画像及びテキストのみの転載は不可）。

※（参考：過年度の制作コンテンツ）

令和2年度：長編映像(3分40秒)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=RHUsv76oavw">https://www.youtube.com/watch?v=RHUsv76oavw</a>
令和2年度：短編映像(30秒)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=hik-y_0LT_g&amp;list=PLRdUM2GZi7kNTpJ6a5-inbapuBeq8_XpS&amp;index=3">https://www.youtube.com/watch?v=hik-y_0LT_g&amp;list=PLRdUM2GZi7kNTpJ6a5-inbapuBeq8_XpS&amp;index=3</a>
令和5年度：特設ページ Expedia(US)	<a href="https://www.expedia.com/lp/b/ms-b-dmo-exp-us-tcvb-wakayama?siteid=1&amp;langId=1033&amp;cache=false">https://www.expedia.com/lp/b/ms-b-dmo-exp-us-tcvb-wakayama?siteid=1&amp;langId=1033&amp;cache=false</a>

(b) 連携先のサイトの規定に従い、東京及び和歌山県双方の魅力が対象市場に伝わるよう、効果的な写真を多く盛り込み、ユーザーフレンドリーなデザインにすること。その他、より魅力的な特設ページとするための工夫を提案し実施すること。

(c) 宿泊施設等のコンテンツを掲載し、予約をできる仕様とすること。また、航空券予約とも連動したプロモーションを実施することが望ましい。

(d) 1～2階層程度のウェブページとすること。

e その他

(a) 特設ページを設置する OTA サイト等については、対象市場における旅行検討層の利用が多く、事業目的に照らし効果的なサイトを選定すること。

(b) 特設ページの設置については、対象市場の特性を踏まえ、誘客を行う旅行シーズンを分析したうえで適切な設置時期を提案すること。

(c) コンテンツ作成にあたり、和歌山県等への情報提供依頼（写真を含む）、

情報収集、テストページ確認依頼等をはじめとする調整業務を行うこと。

- (d) トップページやスポット紹介等のページにおいて、和歌山県観光ウェブサイト等へのリンクを設定すること。リンク先は、別途 TCVB より指定する。
- (e) 可能な限り、商品購買への誘導を図ること。また、閲覧数、検索数、PR 素材とした和歌山県内等への商品に関する予約数等、効果測定が図れるような設計にすること。
- (f) 本特設ページについては複数年間掲載できるよう努めること。その間掲載情報等の変更にも対応できるウェブサイトが望ましい。
- (g) 本特設ページは、サイト内の閲覧しやすい場所（トップページでの紹介やサイト内バナー等）に掲載するよう工夫すること。

#### (イ) 海外航空会社との連携

和歌山方面へのアクセスの利便性を考慮し、「5 対象市場・ターゲット」に記載の対象国に本拠地を置く海外主要キャリアであって、かつ羽田空港および関西国際空港に乗り入れしているものと連携し、東京及び和歌山県双方の魅力が対象市場に伝わるプロモーションを複数件展開すること。実施内容の詳細や実施時期については、事業目的に照らし効果的に実施すること。

(実施内容例：キャンペーン価格での誘客キャンペーンプロモーション、各キャリアが所有するウェブサイトでの特設ページの設置、機内誌での記事広告出稿、機内での動画広告の放映、航空券や商品購入を目的とした広告配信など)

#### イ オンラインメディアにおける特設ページ設置業務

対象市場において、知名度のあるオンラインメディアと連携し、以下の仕様を満たした東京及び和歌山県の観光の魅力を発信する特設ページの制作及び運営管理を行うこと。また、外国人ライター等（在日外国人可）を起用し、記事広告を制作のうえ、本特設ページに掲載すること。

##### (ア) 特設ページの制作について

###### a 概要

オンラインメディアに特設ページを設置すること。本事業の趣旨を踏まえ、各スポット及びコンテンツの魅力、アクセス情報等をわかりやすく発信することにより、当該地域の旅行者の来訪意欲を高め、実際に現地を訪問することを促す。

###### b 言語

各オンラインメディアで使用されている言語

###### c テーマ

記事テーマは下記例を参考に、新たな観光の視点を盛り込んだテーマを設定し、対象市場の個人旅行者に訴求する内容とすること。

(例：高付加価値旅行、サステイナブルツーリズム、アドベンチャーツーリズムなど)

d デザイン・構成

- (a) 対象市場に対して効果的に PR できるようコンテンツを作成すると共にデザイン及び言語について配慮すること。神社仏閣等のコンテンツを取扱う場合には、デザインや表現方法等より一層の注意を払い制作を進めること。また、令和 2 年度に制作した映像を積極的に活用すること。素材の提供は、TCVB から行う。より魅力的な特設ページとするための工夫を行うこと。
- (b) 1~2 階層程度のウェブページとすること。
- (c) 東京及び和歌山県の魅力が対象市場に伝わるよう、効果的な写真を多く盛り込み、ユーザーフレンドリーなデザインにすること。

e その他

- (a) 特設ページの設置時期については、遅くとも令和 6 年 12 月とするが、6(4)ア「OTA (Online Travel Agency) や海外航空会社と連携したプロモーション業務」との相乗効果が見込める時期を分析し、時期を決定すること。
- (b) 和歌山県への情報提供依頼（写真を含む）、情報収集、テストページ確認依頼等をはじめとする調整業務を行うこと。
- (c) 本特設ページについては複数年間掲載できるよう努めること。その間掲載情報等の変更にも対応できるウェブサイトが望ましい。

(イ) 記事の制作について

a 概要

外国人ライターを起用し、以下の内容を踏まえたものとする。

- (a) 東京と和歌山県の対照的な魅力を訴求するもの
- (b) 東京と和歌山県を結ぶ交通手段を PR するもの
- (c) 令和 2 年度に制作した映像を使用し、東京と和歌山県双方の魅力を訴求するもの

b ライターの選定及び調整について

本事業の趣旨に照らして適切な外国人ライターを起用すること。

c 記事内容の企画及び調整について

- (a) 制作する記事において紹介する内容は、東京と和歌山県を巡り、各地域の魅力が最大限発信できるスポットやコンテンツを盛り込んだものとする。

なお、2025 年に開催を予定している大阪・関西万博について、東京及び和歌山県を周遊する行程に組み込める距離にあることから、万博に関心のある層へも効果的にリーチするよう記事内容を工夫すること。また、必要に応じて万博の概要や関連ページへのリンクを記載するなど、工夫を行うこと。

- (b) 現地取材は必須ではないが、実施する場合は TCVB 及び連携先と調整のうえ、取材する箇所には適宜連絡及び調整を行い、取材先の撮影許可等（取

材場所や素材等の取材先への調整、著作権処理その他特設ページへの掲載等に係る一切の許認可、届出、調整等)を取る。その際、取材先に提出する書類等(特設ページを設置するオンラインメディアが独自に提出する書類を含む)がある場合は事前にTCVBに提出の上、承認を得ること。なお、和歌山県内の寺社仏閣への連絡調整、撮影申請等は、原則として和歌山県が行うため、取材調整にあたっては調整期間に余裕をもった設定をすること。また、実際の取材は夏の繁忙期やお盆の時期は避けた最長1週間以内程度とし、調整を行うこと。取材に係る交通、宿泊、食事、通訳その他に係る一切の費用は、全て当該委託費に含めること。

d 記事の提出、出稿

- (a) 出稿する記事の掲載期間及び年間スケジュールを事前に提示し、TCVB、連携先に説明・報告すること。
- (b) 制作した記事は、余裕を持ったスケジュールでTCVB及び連携先に提出し、内容のチェックを受けること。その際には、日本語に翻訳した要約も合わせて提出すること。
- (c) 原稿(記事面、地図、イラスト、写真、動画等)の校正は、TCVB及び連携先の確認の上で、受注者の責任において校了とすること。校正時や校了後に誤り、要訂正箇所等が見つかった場合は、受注者の責任において速やかに訂正することとし、訂正等により発生した費用及び損失に対して、TCVB及び連携先は一切責任を負わないものとする。

ウ オンライン広告掲出業務

(ア)業務内容

インターネット上にオンライン広告を掲出し、上記(4)ア及びイで制作した特設ページへ誘導を図ること。

a 言語

各対象市場に合わせた言語とすること。

b 掲出媒体及び手法

誘導効率がよく、また誘導先の各コンテンツに対し、発信力、影響力、拡散力のある媒体や手法とすること。

c 掲出期間

上記(4)ア及びイで制作した特設ページ公開後、速やかに開始すること。また、事業目的に照らし効果的と思われる広告掲出の時期や掲出頻度を設定すること。2025年の大阪・関西万博の開幕を見据えた機運の高まりも意識しながら、効果的に本事業の内容を発信すること。

d 広告の最適化

テーマや対象市場の特性等を考慮の上、広告デザインを数パターン制作し、一定期間掲出後、配信効果を適宜検証し、高い効果の見込めるデザインを採用する等、サイト回遊数の増加や直帰率が低くなる等の効果が見込める工夫を行うこと。

(イ)その他

- a 令和2年度事業で制作した映像を、積極的に使用すること。
- b 広告配信について、最適な配信スケジュール、視聴目標回数等を設定の上、実施すること。
- c 動画広告手法は興味関心層への的確なリーチを考慮し、スキップ対応可能な手法を取り入れる等工夫を行うこと。

(5) 効果測定及び報告

以下のとおり実施すること。新潟県と和歌山県のパートを分け、それぞれ測定及び報告を行うこと。

ア 有力旅行サイト、OTA (Online Travel Agency) サイト等との連携業務 (新潟)

(ア)適切な KPI を設定の上、以下分析数値を定期的に報告すること。

- a 特設ページ閲覧数、ユニークユーザー数、滞在時間等
- b 特設ページ閲覧者による東京及び新潟へのフライトや宿泊施設、ツアーの予約数、検索数等
- c 映像を掲載する場合、映像の視聴回数、視聴者の属性 (年齢、地域、特性等) 等

(イ)その他、数値として把握できるものがあれば報告を行うこと。

イ PR 映像の制作業務 (新潟)

動画の視聴回数、視聴者の属性 (年齢、地域、特性等) 等、分析数値等を定期的に報告すること。

ウ OTA (Online Travel Agency) や海外航空会社と連携したプロモーション業務、オンラインメディアにおける特設ページ設置業務 (和歌山)

(ア)適切な KPI を設定の上、以下分析数値を定期的に報告すること。

- a 特設ページ閲覧数、ユニークユーザー数、滞在時間等
- b (映像を掲載する場合) 掲載した映像の視聴回数、視聴者の属性 (年齢、地域、特性等) 等
- c OTA 等との連携については、特設ページ閲覧者による東京へのフライト (羽田空港、成田国際空港) ・和歌山方面へのフライト (関西国際空港、南紀白浜空港等) 及び宿泊施設、ツアーの予約数、検索数等

(イ)以下を参考に、適切な KPI を設定し、各分析数値を事業終了後に報告すること。

- a OTA 等との連携について、バナー経由予約数と広告費用対効果、予約属性情報

(ウ)その他、対象市場において有用なマーケティングデータを本事業で取得できる場合は提案の上実施し、報告すること。

エ オンライン広告掲出業務 (新潟・和歌山共通)

(ア)事業目的に照らし最も効果的な掲出となるよう、以下の KPI を設定し、実施すること。

- ・誘導するウェブサイトへのアクセス数 (クリック数)

・動画の視聴回数（動画を使用した広告の場合）

※広告の表示回数については参考値として設定すること。

(イ)上記 (ア) で設定した KPI の数値を定期的に報告すること。また、その数値を分析し、結果に応じてターゲティングの変更、絞り込み等改善策を実施すること。

## 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

受託者への支払は、委託完了届等による TCVB 担当者の検査終了後、受託者からの支払請求書に基づいて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

以下に関しては、新潟県と和歌山県のパートを分け、報告書を作成すること。

#### ア 委託完了届

別紙1「委託完了届」を提出すること。

#### イ 実施報告書

A4版、横書きカラーで作成の上、紙3部、電子データをCD-RまたはDVD-Rで納品すること。広告等を掲出する場合は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)

※委託内容各項目について記載を想定し、事業の効果測定も記載すること。

## 8 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、TCVBの承諾を得た事項についてはこの限りでない。

## 9 秘密の保持

受託者は、「8 第三者委託の禁止」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。

上記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。

## 10 委託事項の遵守

本委託契約の履行にあたっては、関係法令、条例及び規則等を十分に遵守すること。

### 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、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「著作権者人格権」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、「8 第三者委託の禁止」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権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。

## 1 2 個人情報保護等

- (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\\_annzenkannrikijunimeji.pdf](https://www.johokokai.metro.tokyo.lg.jp/kojinjoho/gaiyo/documents/20230401_annzenkannrikijunimeji.pdf)  
\*\*\* [https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho\\_tokkishiyu\\_0122.doc](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。  
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。
  - ア 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。
  - イ 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。
  - ウ 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。

- ・本事業の特設ページ等を通じて得たもので、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。
- ・本事業の遂行にあたって入手した関係者の氏名・連絡先・メールアドレス など。
- ・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) が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)本事業実施にあたり、「8 第三者委託の禁止」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) が運営する 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 3 その他

- (1) 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。
- (2) 本委託契約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。
- (3) 本事業の委託者は TCVB であるが、実施にあたって発生した問題は受託者が責任をもって対応するものとする。
- (4) 感染症の感染拡大や、天変地異、政治状況の劇的な変化により、事業の実施期間中においても適宜見直しを図ることや、本事業を中止する場合がある。その場合契約書第 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。
- (5) TCVB は必要に応じて本契約に係る情報 (受託者名・契約種別・契約件名および契約金額等) 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。

連絡先：公益財団法人東京観光財団  
観光事業部  
[TEL:03-5579-2683](tel:03-5579-2683)