

仕 様 書

1. 件名

令和6年度 MICE 情報発信の展開に係るプロモーション広告デザイン制作業務委託

2. 目的

公益財団法人東京観光財団（以下「財団」という。）は、激化するビジネスイベント*誘致競争を勝ち抜くため、ビジネスイベント開催地としての東京のブランドイメージや東京の強み、誘致開催支援プログラムをより多くの主催者・ミーティングプランナー・国際会議運営会社（以下「PCO」という。）等に周知するため、令和6年度に展開する新しい広告デザイン等を制作する。

*ビジネスイベント：M：Meeting（企業系会議）、I：Incentive（企業の報奨旅行）、C：Convention（国際会議）、E：Exhibition/Event（展示会・見本市、イベント等）を総称した造語 MICE と同義として使用。

3. 契約期間

令和6年4月22日から令和7年3月31日まで

4. 履行場所

公益財団法人東京観光財団（以下「財団」という。）の指定する場所

5. 委託内容

(1) デザイン企画・制作

ア 企業系会議・報奨旅行向け及び国際会議向けに、通年使用できる広告デザインを以下の(A)(B)それぞれ1種ずつ制作すること。

対象	(A) 企業系会議・報奨旅行	(B) 国際会議
出稿エリア	海外	国内
広告形態	・ バナー広告 (サイズ展開 5 種)	・ 誌面広告 (サイズ展開 3 種) ・ バナー広告 (サイズ展開 1 種)

イ 5(2)(3)に記載する「(A) 企業系会議・報奨旅行向け」及び「(B) 国際会議向け」仕様詳細を参照し、それぞれのターゲット、目的、訴求メッセージ、掲載内容等に従い、(A)(B)の違いが明確な広告デザインを制作すること。

ウ ビジネスイベント開催都市としての東京の魅力を訴求し、東京でのビジネスイベント開催を促すデザインとすること。

エ デザインを企画・制作するにあたり、以下に留意すること。

・ Business Events Tokyo のブランドカラーを一部に起用する他、以下の PR ツール等

も参考にしてブランドの統一感を意識すること。

<参考>

Business Events Tokyo ウェブサイト :

<https://businesseventstokyo.org/>

ミーティングプランナーズガイド :

https://businesseventstokyo.org/assets/pdf/resources/TCVB_MPG.pdf

- ・過去のデザインにとらわれず、ターゲットに向けて最適かつユニークなデザインとすること。
- ・東京が未来に向かって多様な可能性を広げ、ビジネスイベント実施に最適な都市として常に選ばれ続け続けるために進化していることや、経済・社会のDX（デジタルトランスフォーメーション）とサステナビリティを推進していることなどを想起させるデザインとすること。

<参考> 「未来の東京」戦略 version up 2024（デジタルブック）

<https://www.spt.metro.tokyo.lg.jp/seisakukikaku/versionup2024/#page=50>

- ・デザインに多くの要素を盛り込みすぎて訴求するコンセプトが曖昧にならないようにすること。
- ・海外競合都市及び国内他都市が同様の目的で制作した広告デザインの調査等を行い、他都市との差別化を意識したデザイン、キャッチフレーズ等を提案すること。特に、海外バナー広告については掲載媒体のウェブサイト等にて、各国のコンベンションビュローの広告を参考にすること。

<参考（MICE 海外サイト例）> <https://www.ttg mice.com/>

- ・特定の季節を想定したり、使用月が著しく限定されたりするデザインを避けること（例：桜や紅葉を全面に見せる等）。
- ・諸外国との関係に配慮し、海外の特定の国や文化、宗教等を連想させないデザインとすること。
- ・最終的なデザイン、キャッチフレーズ、コピー及び掲載文字情報については財団の承認の上決定するものとし、修正等にも柔軟に対応すること。入稿後に、テキストの追加や文字情報の修正および再入稿が生じた場合についても対応すること。

(2) (A) 企業系会議・報奨旅行向け仕様詳細

ア 企業系会議・報奨旅行向け広告のターゲット、目的、訴求メッセージ等は以下の通りとする。

	海外
ターゲット	・主にアジアの主催者（企業・団体及び企業内ミーティングプランナー等） ・主にアジアの報奨旅行・会議手配会社（DMC・ミーティングプランナー）等のビジネスイベント関係者
目的	・企業系会議・報奨旅行開催都市としての東京の認知度アップ ・企業系会議・報奨旅行開催都市としての東京の魅力訴求

訴求メッセージ	新旧の魅力に溢れる東京では、伝統と革新が融合したユニークな体験ができます。最先端のテクノロジーや新しいアイデアを取り入れた体験を通じてチームの一体感を高めることができます。 東京ならではの体験はまたとない思い出になることでしょう。
トーン	<ul style="list-style-type: none"> ・高揚感（ワクワク・楽しいと思う気持ち） ・躍動感（生き生きとした前向きな気持ち） ・ユニーク（驚き、発見、感動があること） ・チームとしての一体感を感じられる
広告に含める要素	<ul style="list-style-type: none"> ・キャッチフレーズ ・BUSINESS EVENTS TOKYO ロゴ
掲載媒体と形態	<ul style="list-style-type: none"> ・TTG mice（バナー広告） ・The Straits Times（バナー広告） ・South China Morning Post（バナー広告）

イ 別紙1「企業系会議・報奨旅行 広告媒体及び過去広告」を参考にしつつ、適切なキャッチフレーズを作成すること。

(3) (B) 国際会議向け仕様詳細

ア 国際会議向け広告のターゲット、目的、訴求メッセージ等は以下の通りとする。

	国内
ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> ・国内主催者（学術研究者、大学教授、医師等医療従事者、産業団体等） ・国内国際会議運営会社（PCO）等のビジネスイベント関係者等
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都及び財団による国際会議関連の支援提供への認知度アップ ・国際会議開催都市としての東京の魅力訴求
訴求メッセージ	東京は世界トップレベルの学術拠点であると共に、グローバル企業、スタートアップ企業が集積し、文化・観光の魅力が溢れる都市です。東京での学術系国際会議開催は、イノベーションの創出、学術及び産業の発展へとつながります。東京都及び財団では、主催者様（学会、研究者、産業等）の目的達成のために国際会議誘致・開催をご支援致します。
トーン	<ul style="list-style-type: none"> ・先進性・創造性（新しい何かが創出されることを予感させる尖り感） ・ポジティブ（成功する未来を感じる明るさと透明感） ・信頼性（インフラ・サービス・ホスピタリティの質を想起させる安心・安定感） ・知性（スマートで洗練されたイメージ）
広告に含める要素	<ul style="list-style-type: none"> ・キャッチフレーズ ・Business Events Tokyo ロゴ ＜雑誌・新聞＞ ・キャッチフレーズを補強するコピー

	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都及び財団の国際会議誘致・開催関連支援やサポート概要 ・広告主情報
掲載媒体と形態	<ul style="list-style-type: none"> ・日経メディカル（バナー広告） ・学術の動向（雑誌広告） ・経団連タイムス（新聞広告）

イ 別紙2「国際会議 広告媒体及び過去広告」を参考にしつつ、キャッチフレーズ等を作成すること。作成に際しては、東京開催に向けたニーズ喚起や、東京が国際会議開催都市として最適という点においてターゲットによる共感の醸成を目指すこと。

ウ 東京都及び財団の国際会議誘致・開催関連支援やサポート概要、広告主情報については別紙2を活用し、わかりやすい表現とすること。

(4) 写真やイラストの手配

使用する写真及びイラスト等の素材は、原則として受託者が手配し、必要な権利処理を行うこととし、素材の手配に必要な経費は全て本業務委託費用に含むこと。ただし、財団所有の写真で受託者が必要であると判断したものは財団から提供する。

また、提案に応じ撮影を行う場合はその手配・撮影等も受託者にて行うこととし、本業務委託費用に含むこと。

(5) 校正

デザイン校正3回程度を予定し、修正等にも対応すること。なお、国内向け広告デザインについて、財団が別途作成する制作物等においてデザインの一貫性を確保するため、CMYKの4色で制作すること。

(6) 入稿作業

受託者は財団より各掲載媒体社の連絡先を引継ぎ、掲載媒体社に対し校了したデザインデータの入稿作業を行うこと。入稿にあたっては、掲載媒体社と連携し円滑に入稿が完了するよう対応すること。ただし、海外媒体の場合は、必要に応じてコミュニケーションのフォローを財団にて行うことも可能。

(7) サイズ仕様等

別紙1及び別紙2を参照し、各掲載媒体の仕様に沿ってデザインを制作すること。デザインサイズの調整は、各掲載媒体の入稿に合わせて行うこととし、その費用も本業務に含むこととする。なお、掲載媒体は変更する可能性があり、最終的な仕様・サイズについては納品前に財団と調整の上決定することとする。

6. デザインの使用条件等

(1) 使用期間

制作した広告の使用期間は原則1年間とするが、使用期間を延長する場合がある。そのため、デザインに使用する写真及びイラスト等については、可能な限り使用期限の制約や使用期間延長による追加費用等の発生がないものを使用すること。

(2) プロモーション活動における二次使用

制作デザインは、財団が実施する以下のプロモーション活動においても使用することを前提とし、受託者は別途使用に係る料金を請求しないものとする。

- ・ビジネスイベント専門メディア及び財団が出展する海外のビジネスイベント
トレードショーメディア等
- ・財団がプロモーション活動のため制作するポスター、パンフレット、ウェブサイト、
バナー、イベントブースパネル等

7. 納品・成果物

(1) データ形式

- ・誌面広告については、イラストレーター等の編集可能でかつアウトライン化前のデータ及びアウトライン済のデータ2種並びにPDFデータ
- ・バナー広告については、編集可能な元データ及び最終版 gif または jpg 形式。(アニメーションの有無は問わない。)なお、海外向けバナーに関しては第6項(2)を踏まえ、1140 x 533 ピクセル(横×縦)程度のデータ(文字情報は不要)を納品すること。

(2) 媒体形式

第7項(1)の形式の各媒体用入稿データ及び納品データをまとめたDVD-R または CD-R 1枚

(3) 納期

- ・掲載媒体の入稿締切日は、財団より別途指示する他、媒体社と確認すること。
- ・各媒体用入稿データ及び納品データをまとめたDVD-R または CD-R 1枚については、全媒体の入稿が完了次第速やかに納品すること。
- ・全媒体の入稿完了前であっても、必要に応じて各入稿データを提供すること。

(4) 納入場所

公益財団法人東京観光財団

8. 支払方法

契約代金の支払いについては、全てのデータ納品及び媒体への入稿完了後、別紙3「委託完了届」等による財団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。

9. 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、財団の承諾を得た事項についてはこの限りでない。

10. 秘密の保持

受託者は、第9項により財団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。

第9項により財団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。

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、あらかじめ財団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9項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、財団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、財団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、改変権を財団に許諾するものとし、財団は、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、財団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、財団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。

12. 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順守すること。

13. 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.johokokai.metro.tokyo.lg.jp/kojinjoho/gaiyo/documents/20230401_jimutoriyoukou.pdf

**

https://www.johokokai.metro.tokyo.lg.jp/kojinjoho/gaiyo/documents/20230401_annzenkanrrikijunimeji.pdf

https://www.tcvb.or.jp/jp/denshi_tokkishiyousyo.docx

- (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、業務着手前に財団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、財団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、別途財団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。

ア 財団より提供した各媒体社の連絡先、当財団職員を含め、本事業遂行の関係者の指名/メールアドレスなど

- イ 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9項により財団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

14. その他

- (1) 納品データの不備が原因で、媒体への入稿や財団によるデータ使用に不都合が生じた場合、受託者は契約期間終了後であってもデータの修正対応を行うこと。その際の費用も契約金額に含むこととする。
- (2) 成果物については、財団又は財団の承認を得た者の名において行う広報活動等に、その媒体・事業を問わず利用できるものとする。この場合、受託者は別途料金を請求しないものとする。
- (3) 受託者は業務の円滑な遂行に留意し、遅滞なく進めること。
- (4) 受託者は財団と綿密な連携を取る。また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、財団と協議のもと進めること。
- (5) 本仕様書に定めのない事項については、その都度協議を行うこと。
- (6) 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。
- (7) 財団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コンベンション事業部 電話： 03-5579-2684
--