

仕様書

1 件名

令和5年度東京シティプロモーション（パリ）に係るイベント企画運営業務委託

2 委託期間

令和5年4月26日から令和6年3月31日まで

3 目的・事業概要

新型コロナウイルス感染症で落ち込んだインバウンド需要の回復に向けて、既にプロモーションを実施しているフランス・パリへの取組強化、及び富裕層を含めた外国人旅行者を東京へ誘致することを目的に、東京の魅力を効果的にPRするため、都内観光関連事業者等（一部東京近郊からの参加可能性あり）と連携し、パリにおいて、東京都主催のメディア・旅行会社向けプロモーションおよび現地市民向けのプロモーションを実施する。

4 日程及び場所（予定）

#	日程	場所	お時間	行事内容 【東京都本体・事務局】	行事内容 【出展者】
1日目	11月中旬	東京		東京発（事務局は前日到着）	
2日目		パリ	夕刻～夜	パリ着	
			終日	表敬訪問等（事務局は準備等）	（昼までに）パリ着
			18:00 -	結団式	
3日目 4日目			<B 向けプロモーション> ※1日～2日間 ・旅行会社向けプロモーション ・メディア向けプロモーション		<C 向けプロモーション> ※1日～2日間 ・現地市民向けプロモーション
5日目			夕刻	パリ発	パリ発
6日目				東京着	東京着

※東京シティプロモーションは合計2日間とすること。（B・C向け同日開催も可）

5 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、ブランドコンセプトを定めた。本プロモーション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。）にこめられたメッセージを深く理解の上、プロモーションの実施にあたること。なお、アイコン及びキャッチフレーズ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/>

【アイコンとキャッチフレーズについて】

http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/04/28/07_01.html

【アイコン公式 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を提案すること。
- 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すべ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。

(3) 事業の企画・運営について

- ア 受託者は上記「3 目的・事業概要」に記載されている本事業の目的及び「5 全体運営（1）実施コンセプト」に基づき、旅行目的地としての東京の魅力が現地で的確に伝わるよう、現地メディア向け・旅行会社向けプロモーション・現地市民向けプロモーションの統括企画・運営を行うこと。
- イ 円滑に事業を遂行できるように本事業に係る担当者を適切に配置し、責任体制を明確にすること。
- ウ 商談会等のイベントについては、東京の観光産業振興に資するように、参加観光事業者の意見等を集約し、公平かつ専門的な視点で行うこと。また、現地の状況や嗜好、現地旅行会社及びメディア等の情報を収集し、効果的かつ遅滞なく実施すること。
- エ 現地市民向けのイベントについては、旅行目的地としての東京の魅力が的確に伝わるよう、現地の最新情勢・動向に細心の注意を払い、効果的かつ遅滞なく実施すること。
- オ 各業務の企画・運営にあたっては、テーマ、スケジュール等を含め、適宜、公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）と綿密に協議し、その承認を受けること。
- カ TCVB の示す基本的事項（基本計画、日程、記載事項等）を基に運営マニュアル（日本語）、進行表・進行台本（日本語及びフランス語）等を作成すること。
- キ 事業の企画・運営に当たっては、必要に応じてパリに設置している東京観光レップ（以下「パリレップ」という。）と連携を図ること。
- ク イベント実施初日の前日夕刻に TCVB が現場で設営、各種準備状況の確認を行うので、担当者も立ち会うこと。

6 主な事業内容

事業内容は現地の新型コロナウイルス感染症（以下「感染症」という。）の状況により、柔軟に変更できるようにしておくこと。

(1) メディア向けプロモーション

- ア メディアセミナー（プレスコンファレンス）

対象：現地有力メディア

規模：30 名程度（日本側参加希望者がいた場合、参加可とする）

目的：現地メディアへの東京の観光情報発信及び旅行地としての東京のイメージ訴求

内容：プレゼンテーション、質疑応答など

※軽食とドリンク等を提供すること。

(2) 旅行会社向けプロモーション

ア 商談会及び観光セミナー

対象：訪日（訪都）旅行を扱う現地旅行会社

規模：30 社程度

目的：旅行者（ファーストカマー、リピーター、富裕層等）の東京への誘客を目的に、日本側出展者と現地旅行会社との商談及び関係づくりの場を提供、東京の観光情報の発信

内容：日本側出展者約 30 社と現地旅行会社等 30 社程度との商談会（1 日又は 2 日間での実施を想定）、及び現地旅行会社向けプレゼンテーション（セミナー）を実施。

※軽食とドリンク等を提供すること。

※商談会では、現地参加者と都内事業者が一緒に参加することでカジュアルに交流することを目的に、参加旅行会社及び出展者が一緒に参加できる複数の文化体験の機会も半日程度盛り込むこと。

(3) レセプション

対象：メディア、商談会参加者、日本側出展者

規模：100 名程度

目的：商談会参加者同士の関係づくり、東京都からのメッセージ発信

内容：レセプション（立食ビュッフェ、ステージイベント、ドアプライズ、文化体験等）

(4) 現地市民向けプロモーション

ア 現地市民向けイベント

対象：パリ市の一般市民

目的：東京の魅力を効果的に P R し、訪都観光客の増加を図る。

7 委託内容

東京シティプロモーションは合計 2 日間とし（B・C 向け同日開催も可）、以下を実施すること。

(1) テーマの設定

ア 「5 全体運営（1）実施コンセプト」に基づき、現地の市場特性を踏まえた本事業全体のセントラルテーマを設定し、セントラルテーマに関連して「6 主な事業内容」の各事業を効果的に実施すること。

イ セントラルテーマに関連した「6 主な事業内容」の各事業の具体的な展開方法を提案し、TCVB と協議の上決定すること。

ウ セントラルテーマに関連してキービジュアルを制作する場合は、Tokyo Tokyo アイコンのクリエイティブディレクターの監修を受けるものとし、デザイン調整を行うこと。（監修にかかる経費は本委託に含まないものとする。）

エ 他事業（訪都促進に向けた広告キャンペーン）との連携

本事業内で実施告知を行う（予定）「訪都促進に向けた広告キャンペーン」との連携を視野に入れること。

（ア）訪都促進に向けた広告キャンペーンについて

① 概要

感染症による水際対策措置を越えて、東京の魅力的な観光体験（食・文化・自然・

デジタル等) との“出会い”“再開”の楽しさや嬉しさを想起させることで、「東京を訪れたい！東京観光を楽しみたい！」という即効的な訪都観光欲求を喚起するキャンペーンを実施。海外都市における屋外・交通広告・OTA等の展開。

② 実施時期：11月中旬頃の実施を想定

③ 実施市場：フランス・パリを含む4市場程度を想定

(イ) 訪都促進に向けた広告キャンペーンのビジュアルについて

TCVBより別途提供する新キャンペーンビジュアル(夏頃完成予定)を、東京ブース等のTCVBの指示する場所に掲出すること。(掲出にかかる経費は本委託に含まないものとする。)

(2) 事務局業務について

ア 事務局

TCVBが別途指定する本事業の旅行手配会社、都内観光関連事業者、現地メディア・現地旅行会社との連絡調整を行うため、日本国内及び現地に窓口となる担当者を設置し、下記業務を行うこと。当該担当者は契約確定後速やかに設置し、令和6年2月29日まで事務局業務を行うこと。

(ア) 都内観光事業者対応業務

① 出展者(都内観光事業者)の募集

TCVBが別途指定する本事業の旅行手配会社と連携し、出展者の募集担当事務局として、募集告知に関する資料作成を行うこと。なお、募集告知はTCVBが行う。

② 説明会の実施

TCVBが別途指定する本事業の旅行手配会社と連携し、都内観光事業者向け事前出展説明会を、参加検討者に対して1回(Zoom等のオンラインを想定)、参加者に対して1回(東京都若しくはTCVBが手配する会場での実施を想定)実施すること。説明会に必要な配布資料の作成、事前配布、出席者の事前確認等を管理し、会議が円滑に進行されるようTCVBを補助すること。会議は出席者の了承のもと、録画を行い、会議の主たる内容の議事録を作成すること。

③ 出展者(都内観光事業者)の管理及び支援

TCVBが別途指定する本事業の旅行手配会社と連携し、出展に必要な連絡調整を行うこと。また、出展に係る現地情報や、出展に向けて有益となる情報を集約し、適宜提供するほか、当日の運営について出展者が理解できるよう、運営マニュアルを作成・提供すること。

④ 出展者(都内観光事業者)資料

出展者資料(パンフレット、施設/事業紹介動画等)に関し、TCVBの指示に基づき、各事業者から受領のうえ、来場者への配布等を行うこと(資料は、デジタルデータのみを受領するものとする。)

⑤ 出展者(都内観光事業者)結団式

パリにて日本側出展者を対象とした結団式(夕食会)を実施するための会場手配及び飲食手配を行うこと。会場は、50名程度の着席での食事が可能で、個室または仕切り等があり、結団式の場に適したレストランを提案すること。立地、雰囲気、メニューについてはTCVBと調整を行い、承認を得ること。なお、本結団式の飲食費用は日本側出展者の負担とするので委託費には含めない。

(イ) 現地で開催するセミナー・商談会等での配布する東京都およびTCVB提供のパンフ

レット等の残部については、TCVB と協議のうえ、TCVB が指示する現地住所に郵送すること。

- (ウ) 各プロモーションの集客業務は、パリに設置しているパリレップとも緊密な連携を図ること。

イ 通信手段の手配

下見期間中及び本番出張期間中、地域内通話と国際通話が可能な携帯電話及び、現地のインターネット環境に対応した Wi-fi ルーターをそれぞれ手配すること（下見期間中は 3 台ずつ、本番出張中は 8 台ずつ手配する）。なお、携帯電話に関しては、1 日当たりの想定通話時間を 30 分程度見込むこと。

携帯電話の手配に当たっては、会場での使用に資するよう ストラップ等を付すほか、指定する連絡先電話番号等を事前に登録し、充電しておくなど、手配日に即使用できるよう準備しておくこと。

また、使用に伴う通話料金を支払うこと。使用に伴う通話料金については、仕様の範囲内で委託費に含めること。

ウ 記録

観光プロモーション期間中、以下の記録・翻訳・報告を行うこと。

(ア) 写真記録

観光プロモーション期間中に実施される全イベントの様態を撮影すること。また、帰国後速やかに全ての写真のデータ納品を行うこと。結団式を除く全イベントでプロの撮影者とする。

(イ) 商談会の来場者数

商談会の来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。

(ウ) レセプションの来場者数

レセプションの来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。

(エ) セミナーの来場者数

観光セミナーの来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。

(オ) 東京都ブースの来場者数

東京都及び近隣県ブースの来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。また、同ブース来場者の質問及びスタッフによる回答状況を記録し、報告すること。

(カ) メディアセミナー、旅行会社向けセミナーでの出席者及び東京都職員による発言の記録及び翻訳を行い、速やかに報告し、議事録を作成すること。

(キ) 現地市民向けイベントの来場者数

イベントの来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。

エ 出展者向けアンケート

TCVB が支給する出展者向けアンケート（A4・2 枚程度）を印刷、実施すること。

現地参加の出展者がいる場合には、必要に応じてフランス語への翻訳を行うこと。商談会終了後速やかに全社から回収し、結果を集計の上、報告すること。

オ 現地集客業務に係る事務局運営

後述の通り、現地集客業務に係る事務局業務を行うこと。

カ 資料の作成・翻訳

東京都が実施する表敬訪問先への礼状のフランス語翻訳を行う他、観光プロモーション実施に伴う資料の作成及び翻訳を行うこと。

キ 報告書

- (ア) 事業全体に関する報告書を作成し（電子データ各 1 部）、事業終了後、速やかに提出すること。
- (イ) 「6 主な事業内容」（4）については、別途報告書を作成し（電子データ 1 部）、事業終了後、速やかに提出すること。
- (ウ) 出展者向けの簡易報告書を作成し、提出すること。

（3） 会場予約及び会場手配について

- ア 「6 主な事業内容」に基づき、適切な会場候補の選定・提案を行い、手配すること。
尚、全ての会場はパリ市内にある会場・施設内（ホテル、ユニークベニュー等）とする。
また、提案の際には、以下の点について留意すること。
 - (ア) 提案にあたっては費用、安全面、現地の生活文化、商習慣などを考慮すること。また、各事業の実施日・実施時間帯は上記 4 に例示を記載しているが、現地事情を考慮し、より効果的な実施日、開催時間、実施順序、実施時間等を提案すること。
 - (イ) 集客に影響が出ないよう、集客する現地旅行会社やメディア各社、一般市民が参集し易い立地や現地での評判等に配慮した会場選定を行うこと。
 - (ウ) 予約手配に際して、飲食費の最低補償額、キャンセル可能期間、キャンセル料等の条件がある場合には、提案の際に明記すること。
 - (エ) 各イベントを円滑に行うことができるよう、音響に係る影響、配置、転換、準備、招待客及び日本側出展者の動線等について十分に留意した提案を行うこと。
 - (オ) 飲食の提供にあたっては、現地の食文化、嗜好などを考慮し、提案すること。なお、日本食も含めた手配は必須とする。
 - (カ) 各会場におけるセミナーは全て同時通訳（日本語／フランス語）にて実施する。
 - (キ) 各会場の広さは感染症対策も加味し、十分な広さを確保すること。尚、①、②の各種イベントを行うにあたり、必要十分なステージ幅を考慮すること。
 - ①メディアセミナー用 1 部屋（200 m²程度、またはそれ以上が望ましい）
 - ②観光セミナー用会場（200 m²程度、またはそれ以上が望ましい）
 - ※テーマごとに分科会を行う場合は、各 60～100 m²程度が望ましい。なお、各分科会会場は隣合っていることが望ましい。
 - ③レセプション会場（300 m²程度、またはそれ以上が望ましい）
 - ※商談会用会場をレイアウト変更して使用することも可とする。
 - ④商談会用会場（400 m²程度、またはそれ以上が望ましい）
 - ⑤現地市民向け会場（400 m²程度、またはそれ以上が望ましい）
 - 上記①、②、④の会場については、コーヒースタンド用のスペースも勘案して手配すること（会場内、ホワイエ、その他）。

イ 事務局部屋について

プロモーション期間中、同一施設内に事務局部屋（50 m²程度）を 2 部屋分、終日用意すること。また、以下を用意すること。

- (ア) パソコン*、プリンター等、事務局運営に必要な機器の手配
（パソコン 2 台、コピー機能付プリンター 1 台、カラー対応プリンター 1 台等）
*パソコンは日本語環境で MS Office 等のビジネスソフトが使用でき、常時インターネット接続させること。
- (イ) 事務局運営に必要な文房具及び飲料水等

ウ インターネット環境

プロモーション会場内は全て無線 LAN の使用が可能な環境とすること。プロモーション会場内での使用料が有料な場合は会場費に含むこと。

(4) メディア向けプロモーション

メディア向けプロモーションを行うにあたり、企画・集客及び運営を行うこと。呼びかけの対象となるメディアに関心の高い情報が何か、当該都市と東京の実態比較、対象都市メディアの特徴など、メディア用プレゼンテーション等に必要な情報収集を事前に行い、提出すること。また、メディア向けプロモーションで制作する全ての制作物について、現地事情等を考慮の上適宜アドバイス等を行うとともに、フランス語のネイティブチェックを行うこと。

ア メディアセミナーのコンテンツの企画・制作および運営業務

メディアセミナーを行うにあたり、下記メディアセミナー実施案の①において盛り込むべき内容の情報提供および東京都の指示する内容に則したプレゼンテーション作成と、②についてコンテンツの企画・制作を行うこと。また、下記の①②以外にも、必要に応じてメディアセミナーのための資料の準備及び作成（フランス語翻訳を含む）を行うとともに、セミナーのテーマやコンテンツ、実施方法の企画、制作等を行い、メディアの記事化につながる効果的なセミナー運営を行うこと。

【メディアセミナーの実施案】

予定時間	内容	備考
30 分程度	名刺交換等ネットワーキング	※お茶&軽食の提供
5 分程度	司会によるオープニング・トーク	
5 分程度	団長挨拶	
20 分程度	東京都プレゼンテーション (①)	メディアの記事化につながるような内容を想定
20 分程度	企画提案 (②)	メディアの記事化につながるような内容を想定（ゲスト・トーク、パネル・ディスカッション、ビデオ上映、ライブ中継 その他）
10 分程度	質疑応答	
30 分程度	個別対応（インタビュー等）	※事前申し込み制

イ 集客業務

(ア) 集客方法については、効果的な方法を提案し、有力な一般紙、旅行業界誌、web 系メディア等の有力媒体を30名程度招待すること。30名以上の集客が可能な場合は、可能な限り多くのメディアを集客すること。併せて、旅行会社向けプロモーションの取材についても促進をすること。

- (イ) 事前に選定理由・メディア概要等を記した 50 名以上の招待候補者リストをプロモーション実施の3 か月前までに日本語で作成し、TCVB に提出し、協議すること。リストには、会社名／媒体名、媒体ウェブサイト、当該媒体の特色)を記載すること。報道等の成果を招待前に可能な限り担保すること。
 - (ウ) 参加登録を促すため、2 か月前を目途に各候補者宛にフランス語の案内状を作成、印刷、送付すること。また、案内状送付後は、電話やメール等により参加督促を行い、出席者の確定を行うこと。
 - (エ) 参加登録のあったメディアについてリスト作成を行い、定期的に TCVB に報告すること。リストには、会社名／媒体名のほかカテゴリー、担当者名、役職、連絡先(住所、電話番号、E メールアドレス、媒体ウェブサイト、媒体概要、その他必要事項等)を記載すること。
 - (オ) 招待候補者の名簿を集約し、フランス語の招待状を作成し、適切な時期に発送すること。出欠等返信の回収を行うとともに、電話やメール等により参加督促を行い、出席者の確定を行うこと。また出席者のプロフィールを含めたリストを日本語で作成し、印刷すること(50 部程度)。
 - (カ) メディア向けプロモーション当日、来場メディアの出欠確認等の受付業務を行うとともに、電話やメール等により出席督促を行うこと。併せて来場者数を記録し、速報値を当日中に報告すること。帰国後速やかに、来場したメディアの連絡先等の情報を含めて結果の報告を日本語の文書で行うこと。
 - (キ) 当日の受付には、主にメディアの対応を行う受付責任者を配置すること。
 - (ク) メディア向けプロモーション当日、来場メディアに働きかけ、記事の作成、報道等を促すこと。
 - (ケ) TCVB が支給する来場メディア向けアンケート(A4・2 枚程度)を翻訳、印刷、実施すること。回収率は 6 割以上とし、帰国後 1 週間以内に集計作業及び日本語への翻訳を行い、提出すること。
 - (コ) プロモーション終了後、速やかに、メディア向けプロモーションの出席者に対する礼状を TCVB と協議の上、フランス語に翻訳・作成し、送付すること。
 - (サ) 後日の写真提供等、露出に必要なサポートを実施し、露出の促進をすること。
 - (シ) 現地媒体へ掲載、報道された記事、番組等を記録し、記載(放映)内容の概略を和訳して記録と共に提出すること。紙媒体に掲載された場合は掲載誌／紙原本を、番組等の場合はデータ(入手可能な場合)を DVD 等で、各 2 部 TCVB に提出すること。実施後 2 週間以内に中間報告を行うこと。中間報告以降も引き続き、露出についての調査・報告を行うこと。
- ウ 会場設営及び必要備品・機材、料飲等の手配
- イベント実施に必要な会場設営を行い、必要備品・機材、料飲等を手配すること。
- (ア) 会場装飾
 - (イ) 適切な場所への受付設置
 - (ウ) 会場はスクール形式
 - (エ) 司会者(演台またはマイクのみ)
 - (オ) 発表者の机(または演台)
 - (カ) スクリーン、プロジェクター及び PC 等映像機器、マイク等音響機器
 - (キ) 同時通訳機器(ブース、レシーバー等)
 - (ク) 誘導案内表示等

- (ケ) コーヒーブレイクの手配（コーヒー、ペストリー等）
- (コ) レセプションの手配
- (サ) 各ポストの責任者含む、円滑な運営に必要な受付スタッフ、クロークスタッフ、会場警備スタッフ等の手配
- (シ) その他必要なものを手配した上で、滞りなく運営を行うこと。

(5) 旅行会社向けプロモーション

旅行会社向けプロモーションを行うにあたり、企画・集客及び運営を行うこと。現地旅行会社のニーズを把握し、関心の高い情報が何か、観光セミナーに必要な情報収集を事前に行い、提出すること。また、現地旅行会社向けプロモーションで制作する全ての制作物について、現地事情等を考慮の上適宜アドバイス等を行うとともに、フランス語のネイティブチェックを行うこと。

ア 観光セミナーのコンテンツの企画・制作および運営業務

旅行会社向けセミナーを行うにあたり、出展者によるセミナーの効果的な運営方法の企画とともに、集客力を高める施策（キースピーカーによるテーマトーク等）の企画・制作を行うこと。また、必要に応じてセミナーのための資料の準備及び作成（フランス語翻訳を含む）を行うこと。

イ 集客業務

- (ア) 旅行会社向けプロモーションに参加する現地旅行会社の集客業務を行うこと。富裕層等の取扱いを含む現地旅行会社等から訪日旅行商品の造成及び販売に対して有望な参加者を選定し、30社程度を招待すること。
- (イ) 集客方法については、効果的な方法を提案し、実施すること。また、参加者は訪日旅行担当者または決定権者かそれに準じる者とする。
- (ウ) 商談会へ招待する特に有力な現地旅行会社等を60社程度選定し、リストを作成、プロモーション実施の3か月前を目途に提出すること。リストには、会社名、会社ウェブサイト、会社概要を記載し、出欠回答状況について定期的に報告すること。
- (エ) 招待者の選定等にあたっては、東京都側から参加する観光関連事業者等の意見や希望を公平な視点で集約したうえで、中立性を保ちつつ偏りのない参加者を豊富に選定すること。
- (オ) 商談会への参加登録を促すため、2か月前を目途に各候補者宛にフランス語の案内状を作成、送付すること。また、案内状送付後は、電話やメール等により参加督促を行い、出席者の確定を行うこと。
- (カ) 旅行会社向けプロモーションへの参加登録のあった現地旅行会社についてリスト作成を行い、定期的にTCVBに報告すること。リストには、会社名のほか会社概要、担当者名（プロモーションへの出席者が異なる場合は出席者名、役職も記載すること）、役職、連絡先（住所、電話番号、Eメールアドレス、会社ウェブサイト、その他必要事項等）、レセプション参加の有無を記載すること。
- (キ) 旅行会社向けプロモーションへの参加登録があった現地旅行会社に対してフランス語の招待状を必要数作成、印刷、適切な時期に送付すること。招待状発送後は、登録数の管理を行うこと。また、書面により出席者の確定を行うと共に、出席が確定した参加者に対しては直前リマインドを電話やメール等により行い、当日の参加状況についてイベント実施の3日前までにTCVBに報告すること。

- (ク) 日本側出展者から、現地旅行会社等に対しての個別商談予約等について要望があった場合には必要に応じて調整・支援を行うこと。
- (ケ) 旅行会社向けプロモーション当日、来場予定者の出欠確認を行うとともに、電話やメール等により出席督促を行うこと。
- (コ) 参加する現地旅行会社のリストを日本語で作成し、印刷すること（50 部程度）。
- (サ) TCVB が支給する商談会来場者向けアンケート（A4・2 枚程度）の翻訳、印刷を実施すること。回収率は 8 割以上とし、商談会終了後速やかに回収を行い、当日に速報値を報告すること。また、帰国後 1 週間以内に集計作業及び日本語への翻訳を行い、提出すること。
- (シ) プロモーション終了後、速やかに、旅行会社向けプロモーションの出席者に対する礼状を TCVB と協議の上、フランス語に翻訳・作成し、送付すること。

ウ 会場設営及び必要備品・機材、飲料等の手配

- (ア) 会場内において、ポスター、パネル等の展示、演出等の実施などにより東京の魅力を体感できる会場装飾を富裕層旅行者等誘致の視点から提案すること。
- (イ) 各イベントが円滑に実施されるよう、配置、転換、準備、音響・映像、参加者の動線等について十分に留意した上で会場レイアウト作成及び必要なブース設営・造作等を提案すること。
- (ウ) 東京都及び近隣県ブースの設置にあたっては、商談会・観光セミナーの便宜に適する配置及び造作を提案すること。
- (エ) 受付の設置にあたっては、参加者が円滑に受付をできるよう配置し、その設営箇所・造作等についても配慮した提案を行うこと。

(オ) 商談ブース

① 国内出展者（セラー）ブース

30 小間、机(各 1 台)、椅子（各 4 脚程度）、ポスター掲示パネル（簡易なものでもよい）、社名版（テーブルに設置）、パソコン用電源等用意。

② 東京都ブース

3 小間（1 小間 9 m²程度）、机（6 台）、椅子（12 脚）、照明、モニター1 台（20 インチ程度）、DVD*、DVD プレイヤー、背面に A1 又は B1 ポスターを 10 枚程度掲示できるパネル等（ポスターのマウント含む）、パソコン用電源、PC3 台。

*DVD：別途 TCVB から提供する素材を基に、PR 用 DVD を作成の上、2 部納品し、東京都ブースで上映すること。

(カ) 受付（業界関係者・メディア対応、アンケート回収デスク）、クロック等

(キ) 各セミナー会場

① 想定収容人員等

メイン会場は 80 名程度、テーマごとに分科会会場を設置する場合は、40～50 名程度の集客を想定した会場設営。スクール形式。

② 司会者（演台またはマイクのみ）

③ 発表者の机（または演台）

④ スクリーン、プロジェクター及び PC 等映像機器、マイク等音響機器

*TCVB 及び各国内出展者から提出されたプレゼンテーション原稿を投影できるよう、手配すること。

⑤ 同時通訳機器（ブース、レシーバー等）

- (ク) 会場内の配置図及びその掲示用看板、誘導案内表示等
- (ケ) コーヒーブレイクの手配（コーヒー、紅茶、ミネラルウォーター等）
- (コ) 各ポストの責任者含む、円滑な運営に必要な受付スタッフ、クロークスタッフ、会場警備スタッフ、商談会誘導スタッフ、東京都及び近隣県ブーススタッフ、レセプションスタッフ等の手配。
- (サ) （プロモーション期間中を通して利用する）東京都担当者及び TCVB 担当者用イヤホンマイク付きトランシーバー 計 8 台
- (シ) その他必要なものを手配した上で、滞りなく運営を行うこと。
- (ス) 文化体験の手配にかかる経費、宿泊費、旅費等も全て委託費に含めること。

(6) レセプションの企画及び運営について

- (ア) 来場規模は、100 名程度とする。
- (イ) 会場装飾（光・音などを効果的に使用した東京の魅力が伝わる高級感のある演出）
- (ウ) 飲食の手配（一般的な立食buffetの食事メニューを想定）
現地の食文化、嗜好などを考慮したメニュー提案をすること。また、日本食も含めること。飲料には日本酒他、アルコール飲料も含めること。
- (エ) 効果的なドアプライズを企画提案すること。ドアプライズに必要な備品（抽選券、抽選 BOX 等）及びスタッフの手配。なお、ドアプライズの商品は別途 TCVB が手配する。
- (オ) 東京の魅力を伝えながら、会場の雰囲気盛り上げるアトラクション等を企画提案すること。また、会場内で日本または東京を想起させる文化体験ができることを提案すること。
- (カ) 舞台（会場前方）及び必要な映像・音響機器の手配。
- (キ) レセプション等に必要なもの及びスタッフの手配。なお、東京の魅力を伝えながら、会場の雰囲気盛り上げるエンターテインメントや文化体験ができる専門家を手配する場合には、現地事情等を考慮の上、適任者を提案し、TCVB の承認を得た上で、参加依頼を行うこと。なお、手配にかかる経費、宿泊費、旅費等も全て委託費に含めること。

(7) 司会者及び通訳の手配

ア 司会者の手配

観光セミナー及びレセプションにおいて司会者を手配すること（フランス語もしくは日本語及びフランス語ができるもの）。また、司会者は下記の条件を満たす者を提案すること。

- (ア) 経歴、代表事例等も付した提案を行うこと。
- (イ) 事前に十分な情報提供を行うとともに、現地にて TCVB も交えて十分な調整、リハーサルができるように日程を調整すること。

イ 通訳者の手配

現地滞在中、下記表のとおり会場での集合・解散を条件としたフランス語通訳者を手配し、事前に十分な業務内容の説明・指示を行うこと。通訳の手配にあたっては、大規模な国際会議での通訳実績など主な実績及び経歴を付して提案すること。

- (ア) 各セミナー時の同時通訳者
- (イ) その他

都市	日付	クラス	業務	時間	人数
パリ	2 日目	A	表敬訪問時団長付	9	1
		B	事務局付	4	1
	3 日目	A	団長付	9	1
		B	事務局付	4	1
	4 日目	A	団長付	12	1
		B	事務局付	10	1

(8) 現地市民向けプロモーション

現地での一般市民向けイベントの実施に係る企画・運営及び集客を行うこと。

ア イベントの企画・制作および運營業務

イベントを行うにあたり、効果的な運営方法の企画とともに、集客力を高める施策の企画・制作を行うこと。また、必要に応じて資料の準備及び作成（フランス語翻訳を含む）を行うこと。

イ 集客業務

(ア) イベントへの集客業務を行うこと。

(イ) イベント告知、集客方法については、効果的な方法を提案し、実施すること。事前参加登録を促すことが望ましい。

(ウ) 2 か月前を目途に告知を行うこと。告知時に使用するイベントロゴ、クリエイティブは制作すること。

(エ) インフルエンサーをアサインする場合は事前に、フォロワー数、活用する SNS、どの分野での影響力があるかを明示し、TCVB の承認を得ること。現地市民プロモーションに参加できることを条件とすること。

ウ 来場者アンケートの作成、回収及び回答内容の翻訳

来場者用アンケートを作成すること（翻訳・印刷含む）。アンケートのサンプル数は 100 人/日以上とし、これを達成できる企画やタイムスケジュール等を設定し、アンケートの回収数及び回収率が上がる様な効果的な手法で実施すること。また、回収したアンケートの回答内容について日本語に翻訳して結果を集計・分析し、TCVB に提出すること。

エ 会場設営及び必要備品・機材等の手配

(ア) 会場内において、ポスター、パネル等の展示、演出等の実施などにより東京の魅力を体感できる会場装飾を提案すること。

(イ) イベントが円滑に実施されるよう、配置、転換、準備、音響・映像、参加者の動線等について十分に留意した上で会場レイアウト作成及び必要なブース設営・造作等を提案すること。

(ウ) 東京ブースの設置にあたっては、配置及び造作を提案すること。

(エ) 受付（事前登録者対応、アンケート回収等）、クロック等

オ 運営スタッフ

運営スタッフを、それぞれの業務における必要人数と担当割りを明確にし、手配すること。なお、東京ブース対応スタッフは、東京について一定程度の知識を保有し、旅行博等類似のイベントでの経験がある者が望ましい。日本語とフランス語の両言

語に堪能な者を少なくとも1名含めること。

カ 効果測定

プロモーションの効果を把握する手法を検討の上、目標とする KPI を設定して効果測定を実施すること。

(9) 制作物

別途 TCVB より提供するアイコン (ロゴ)、キャッチフレーズ等をもとに、以下について制作・翻訳 (必要に応じて印刷) を行い、会場へ搬入すること。

ア 出展者名簿 (1 社につき A4 半分程度の紹介を記載する) (フランス語)

イ 名札 (スタッフ含む。必要に応じてカテゴリーを分ける) (フランス語)

ウ プレゼンテーション資料 (フランス語)

エ 団長あいさつ文 (旅行会社用) (フランス語)

オ 団長あいさつ文 (メディア用) (フランス語)

カ スタンドアップバナー (デザインを提案の上、制作する) 4 本

キ ノベルティは市場の特性を踏まえ、候補を複数案提示した上で、以下の要領でノベルティを3種類以上用意すること。尚、輸送に負担のないノベルティを提案すること。

(現地手配も可)

① 製作物の種類、数量

分類	製作物の種類	数量
商談会およびセミナー来場者向けギブアウェイ	現地旅行会社およびメディア向け	100 程度
レセプション用ギブアウェイ	現地旅行会社及びメディアへの配布用記念品	100 程度
現地市民向けイベント来場者向けギブアウェイ	アンケート回答者向け記念品	100 個以上/1 日

② 製作物に関する注意事項

- ・まとまった数量の保管や輸送に配慮した物品を製作すること。
- ・食品等期限があるものは不可とする。
- ・オリジナル名入れを含む、東京を想起しやすいデザインを採用すること。
- ・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、ステッカー及びスタッフ用ユニフォーム等) と重複しない品目とすること。
- ・TCVB からの要望に応じ、サンプルを提示すること。

③ 製作物の納品、輸送スキーム等

- ・製作物の生産国は問わないが、受託者の責任のもと、TCVB の指定する場所へ納品までの確実な輸送方法を採用すること。
- ・製作物の納品地までの輸送にかかる費用は、受託者の負担とし、委託費に含むものとする。

(10) その他

ア キット類の準備について

上記「7 委託内容」(9) 制作物アからオおよびキの資料等の他に、東京都及び TCVB から提供する資料・データ類および都内事業者からの提供資料（デジタルパンフレット等 各社 1 部を想定）等、必要な書類等を入れ、各種キット類のセットアップ作業を事前に行うこと。作業については、より効率的、短時間で行えるよう現地スタッフ等必要な人員手配を行うこと。

イ 資料の配布について

配布する資料は、基本的には dropbox 等によってデータ提供することとし、データ提供 URL については、QR コード等に変換し、配布すること。

ウ 下見のアレンジ及び同行について

事業者決定後、パリへ下見の実施を予定している（3 泊 5 日程度）。その際に、受託者として必要な費用（航空券代、ホテル代、現地交通費等）は委託費に含めること。TCVB と同行となるが、東京都、TCVB に係る費用（航空券代、ホテル代等）については委託費には含めない。

また、本番のプロモーションへの同行分の必要な費用も委託費に含めること。

(11) 物品の搬送

ア プロモーション開催に必要な備品及び印刷物等

TCVB の指定する場所（都内）から開催都市へ、必要に応じ片道もしくは往復の搬送及び通関手続等を行うこと。

イ 東京都の指定する印刷物、備品等（段ボール 5 箱程度）の都庁執務室等都内指定箇所での梱包作業、片道搬送及び通関手続等（手続き資料作成代行含む）を行うこと。

ウ 各区市町村等が提供する印刷物等（段ボール 15 箱程度）を取りまとめ、片道搬送及び通関手続き等（手続き資料作成代行含む）を行うこと。

エ 現地収集資料等（ダンボール 4 箱程度）

開催都市から TCVB の指定する場所（都内 2 箇所程度）までの片道搬送及び梱包作業並びに通関手続等を行うこと。

オ その他備品等の搬送

上記以外にプロモーションの開催用に手配した備品を、必要に応じ片道もしくは往復搬送及び通関手続等を行うこと。

カ 通関手続について

上記通関手続については、現地事情等を考慮して、責任を持って行うこと。

8 契約代金の支払い

契約代金の支払いについては、委託完了後に一括で行う。TCVB の承認をもって請求書を発行すること。提出物の形式等については、下記（1）～（2）に従うこと。

(1) 業務完了届

別紙 1「委託完了届」を提出すること。

(2) 実施報告書

上記 7（2）キの通り報告書を作成し、納品すること。

9 物品の所有権

受託者が、TCVB が支払う委託料から業務に必要な物品を調達した場合、残存物品は契約期間の満了に伴い、その所有権は、TCVB に帰属する。

10 第三者委託の禁止

- (1) 本委託業務は、原則として第三者に委託させてはならない。ただし、事前に文書により TCVB と協議し、承認を得た事項については、第三者に委託して行うことができる。
- (2) 前項の規定にかかわらず、海外旅行業務や通訳業務、印刷業務等については、その性格上、専門の業者等に委託することを認めるものとする。ただし、委託内容については、文書により TCVB に報告するものとする。

11 作成物・成果物に関する権利の帰属

- (1) 本件委託においては、著作権・肖像権等（以下「著作権等」という。）の取扱いに十分注意すること。
- (2) 本件委託の履行に伴い発生する成果物に対する著作権等は、全て TCVB に帰属する。
- (3) 本件委託により得られる著作物の著作者人格権について、受託者は将来にわたり行使しないこと。また、受託者は本作品の制作に関与した者について著作権を主張させず、著作者人格権についても行使させないことを約するものとする。なお、TCVB は、成果物を当該事業以外で使用する場合があります。ただし、TCVB が本件制作物を再編集などの改変を加えて利用する場合、TCVB は事前に受託者に通告し、承認を得るものとする。
- (4) 本件に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合には、使用の際、TCVB に通知するとともに、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受託者が負うこと。
- (5) その他、著作権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上、決定するものとする。

12 秘密の保持

受託者は、第 10 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。

第 10 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。

13 第三者委託代行の禁止

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。

14 個人情報の保護

- (1) 「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、別紙 2「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。
- (2) 本事業において保護すべき「個人情報」とは、本事業を遂行するために TCVB が収集・保管する情報のうち以下の事項をいう。
 - ア 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
 - 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。

- (3) 本事業の遂行にあたり第10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、別紙2「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」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書類

15 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。
- (2) 仕様書に記載のない条件については、両者協議の上、決定する。
- (3) その他手配条件が変更となることがある。その場合、両者協議の上、変更する。
- (4) 本事業の委託者はTCVBであるが、現地における実施に係る責任は受託者にあるものとする。
- (5) 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。

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