

仕 様 書

1 件名

令和 8 年度 海外市場向けオンライン広告業務等委託

2 委託期間

令和 8 年 4 月 20 日から令和 9 年 3 月 31 日まで

3 事業目的

訪都旅行者のさらなる増加に向け、海外市場において「旅行地としての東京」を強く印象づけ、効果的に東京の魅力を訴求していくため、全世界的なイメージ訴求及び市場の状況に応じた戦略的なプロモーションを実施する。

本事業はその一環として、オンライン広告を中心としたキャンペーンを展開し、訪都外国人旅行者の増大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、以下「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。本事業の実施に当たっては、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。また、令和 7 年度に制作した PR 映像を効果的に活用し、対象市場において訪都意欲を促し相乗効果を生み出すキャンペーン設計に留意すること。なお、アイコンや PR 映像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 公式ウェブサイト】

<https://tokyotokyo.jp/>

【Tokyo Tokyo 公式 SNS】

<https://www.instagram.com/tokyotokyooldmeetsnew/>

<https://www.facebook.com/TokyoTokyoOldmeetsNew/>

<https://x.com/TokyoTokyoBrand>

【PR 映像】

・令和 6 年度制作 PR 映像 2 種（縦・横／30 秒）

※令和 7 年度の本事業において、対象市場で配信済み。令和 8 年度も引き続き利用可。）

EDO CULTURE (DAY)

<https://youtu.be/p7NSSNYTU30?si=ITupQIefQQwnQSn>

EDO CULTURE (NIGHT)

<https://youtu.be/LD1cZTlJnR8?si=J39WocyhjuM4JCzG>

・令和 7 年度制作 PR 映像 2 種（縦・横／30 秒）※制作中

令和6年度に引き続き、他都市にない東京の固有性を強調する「江戸」が息づく東京観光の魅力を発信。

(2) 実施体制

受託者は本委託を効果的かつ効率的に履行するため、以下の点に留意すること。

- ア 本事業における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。
- イ 実施キャンペーンの進捗や効果を適切に分析するために必要な知識・経験及び技能を備えた人材（専門家）を業務体制に含めることし、業務を遅滞なく円滑に実施できるよう必要な人員を確保すること。
- ウ 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。

(3) 対象市場

- ・欧米豪（高い観光消費が見込まれ更なる訪都旅行者の増加を促進すべき市場）：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
- ・東南アジア（自国の経済発展に伴い訪都旅行者の増加が見込まれる市場）：タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン

(4) ターゲット

今後來訪が見込まれる諸国の潜在的な訪都旅行者、特に、①欧米豪マス富裕層、②東南アジア中間層、③20～30代の若年層を中心とした、「訪都旅行未経験ではあるが海外旅行好きな層（訪都旅行に関心がない層も含む）」に対して、AIDAモデル等の態度変容モデルにおける東京観光の魅力との「出会い」から「興味関心」、「興味関心」から「訪都意欲」への意識変容を主な目的として、戦略的・効果的にPRを実施すること。予算配分は各国の潜在的な訪都旅行者数等を加味すること。

5 委託内容

(1) 全般について

- ア 受託者は、本仕様書4に掲げる実施コンセプトとターゲットに基づき、キャンペーン実施対象地域におけるデジタル広告のトレンドや旅行先検討方法のトレンドの変化を踏まえ、東京の魅力が海外で的確に伝わるように次の委託内容を実施すること。

(ア) 動画配信サービスを活用した広告掲出業務及び旅行系媒体での広告掲出

(イ) 動画、ソーシャルメディア、バナー等を活用した広告掲出業務

(ウ) (ア) (イ) に基づく効果測定及び報告

※ (ア) と (イ) は、相乗効果の最大化が見込める実施方法や掲出時期を考慮すること。

- イ 公表されている観光に関する各種調査や独自調査における各市場特性やインバウンド需要の状況を踏まえ、AIDAモデル等の態度変容モデルにおける到達率及び転換率や各市場における興味関心等を分析し、効果的なコンテンツを用いて、ターゲットに訴求すること。

- ウ 実施に当たっては、各施策で用いる媒体特性や訴求ターゲット層をふまえ、「量」（予算配分やリーチ数等）と「質」（掲出面やターゲティング等）のバランスに留意した適切な組み合わせ、メディアプランを立案すること。

- エ 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、公益

- 財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）の承認を得ること。
- オ 業務の詳細について TCVB と協議の上決定し、進捗状況を綿密に TCVB に報告すること。
 - カ 事業完了後、速やかに報告書を作成し、TCVB に提出すること。
 - キ 事業の実施に当たっては、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。
 - ク TCVB が令和 8 年度に別途実施する以下の 4 つの事業との役割の差別化に留意しつつ、有機的な連携を確保し、協議・調整を行いながら事業を進めること。
 - (ア) Tokyo Tokyo 公式ウェブサイト（以下「公式ウェブサイト」という。）におけるコンテンツ制作。特に、都内区市町村の魅力を発信する記事コンテンツ掲出（主な役割：東京ブランド公式サイトとして、「東京のブランディング戦略」に基づき、東京の多様な魅力を紹介するコンテンツの情報発信を担い、また本広告事業の主たる遷移先としての機能も担う）
 - (イ) Tokyo Tokyo 公式 SNS による発信（主な役割：東京ブランドの理解を促し、ファンの醸成を図る機能を担う）
 - (ウ) GOTOKYO 公式ウェブサイト（以下「GOTOKYO サイト」という。<https://www.gotokyo.org>）への遷移を目的としたオンライン広告掲出（主な役割：東京への旅行を検討している諸国の顕在層に向けた観光プロモーション）
 - (エ) 東京観光レップ（全 15 市場：アジア 6 市場／中国、韓国、台湾、マレーシア、シンガポール、タイ 欧米豪 9 市場／ロサンゼルス、ニューヨーク、カナダ、イギリス、スペイン、ドイツ、イタリア、フランス、オーストラリア）による各種ブランド PR（主な役割：現地言語による、現地に特化した観光プロモーション）
 - ケ 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。
 - コ 各業務の遂行に当たっては、目標を立て、それに対応する効果測定を行うこと。目標数値・内容は TCVB と協議の上決定すること。
- (2) 動画配信サービスを活用した広告掲出業務及び旅行系媒体での広告掲出業務
- 以下について、5（1）ウを前提に、円滑かつ効果的に実施すること。
- ア 動画配信サービスを活用した広告掲出業務
 - (ア) 広告設計・運用

動画配信における効果的なコンテンツの訴求方法を設定した上で、仕様書 4（4）のターゲットに効率的にリーチすることが可能な動画配信サービスを提供するプラットフォームや媒体を活用した施策（CTV・動画配信サービスを活用した広告等）を、適切なターゲティング方法を用いて設計し、効果的な広告掲出を実施すること。
 - (イ) 配信する映像

TCVB が別途支給する令和 7 年度 PR 映像（縦・横／30 秒／2 種）を配信すること。なお、その他 TCVB より支給する素材がある場合は、協議の上随時配信素材を決定する。
 - イ 旅行系媒体での広告掲出業務
 - (ア) 広告設計・運用欧米（特にアメリカ）において影響力のある旅行系媒体（コン

デナストトラベラー等)にて、適切な掲載時期を設定した上で、効果的な広告掲出を実施すること。

(イ) 広告素材

本仕様書 4 に掲げる実施コンセプト及びターゲット・対象市場を踏まえたバナーを制作すること。

(3) 動画、ソーシャルメディア、バナー等を活用した広告掲出業務

以下について、5 (1) ウを前提に、円滑かつ効果的に実施すること。

ア 業務内容

(ア) オンラインプロモーションに特化した、東京ならではの多様な魅力・観光体験を効果的に発信するキャンペーンを展開し、各ターゲット及び各市場に適した動画サイト、ソーシャルメディア等を活用した広告掲出を行うこと。

(イ) 各ターゲット及び媒体特性を踏まえ最適な内容となるように精査の上動画を制作し、TCVB が別途支給する令和 7 年度 PR 映像(縦・横/30 秒/2 種)のテーマと相乗効果が見込める内容(「東京の固有性」・「体験」・「四季」等)となるよう留意し、適切かつ効果的に配信すること。

(ウ) 上記(イ)の動画は、モバイルからのアクセスを考慮し、ユーザーフレンドリーな動画を制作すること(言語に依存しないノンバーバルな動画が望ましい)。なお、動画の使用期限については無期限が望ましいが、限りがある場合には事前に提示すること。

(エ) 配信素材は、上記(イ)の他、令和 6 年度及び令和 7 年度の PR 映像の配信も可とする。ターゲット・対象市場・媒体に適した素材を、最も効果的な方法で配信すること。PR 映像の活用については、(2) 施策との配信バランスを踏まえ、相乗効果が見込めるような配信設計とすること。

(オ) 上記(ア)の広告配信による効果の最大化(主に直帰率を下げることを目的として、特設サイトやキャンペーンページ等の適切なランディングページ(既存ページの改修も可)の制作を行うこと。なお、制作するコンテンツは、意欲から情報収集(GOTOKYO サイトへの遷移等)等の態度変容を促すコンテンツ展開が望ましい。基本的には公式ウェブサイトへの格納を想定するが、その他の掲出方法も可とする。また、遷移先は、必要に応じて、公式ウェブサイト TOP への遷移も可とする。

(カ) 上記(ア)のリーチの補足及び費用対効果の最大化等、必要に応じて動画と併せてバナー広告等のオンライン広告を実施することも可とする。

(キ) 上記(ア)で実施するオンライン広告は、適切なターゲティングを行い、事前に TCVB に承諾を得た上で実施すること。

(ク) 上記(イ)で制作する動画及び上記(カ)で制作するバナー等は、ターゲティングや対象市場に合わせて、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、制作すること。

上記(イ)の動画制作は、本仕様書 4 に掲げる実施コンセプトを踏まえた質を担保し、制作を行うこと。

イ 掲載期間

広告の掲載期間は令和 9 年 3 月 31 日までとすること。なお、掲載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 露出の最適化

広告表示回数等については各地域の市場特性や TCVB が実施する他の事業を踏ま

え、TCVB の承認を受けて決定すること。

エ 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。

(4) 効果測定及び報告

事業目的及び東京ブランド推進における本オンライン広告業務の役割を踏まえ、各ターゲット・対象市場・媒体・態度変容段階における広告配信結果について分析を行うこと。

ア 基本的な考え方

5 (1) ウに記載の「量」と「質」のバランスに留意し、配信規模及び広告被接触者の反応状況の双方の観点から実施状況を把握すること。

イ 運用管理指標

最も効果的な露出となるよう、想定広告表示回数、想定リーチ数、想定フリークエンシー、想定クリック数、想定動画視聴回数、想定動画視聴完了数等を含む適切な運用管理指標を設定し、定量指標による評価を行うこと。

ウ 到達確認指標（エンゲージメント率）

広告被接触者に適切な関心が形成されている状態に到達しているかを確認するため、エンゲージメント率（エンゲージメント数÷リーチ数）を到達確認指標として用いる。本事業の過年度実績の推移、媒体特性、市場環境及び一般的な広告水準を踏まえ、オンライン広告に関する専門的知見に基づき合理的な基準・水準を設定すること。

当該水準の設定にあたっては、想定媒体構成との整合性等について明確に説明できるよう、客観的な根拠を示すこと。また、年間を通じた実績及び変動要因を整理し、水準から著しく乖離する場合には、要因分析及び是正提案を行うこと。

エ 分析及び改善

訴求テーマやクリエイティブ表現ごとの反応傾向を整理し、本事業の実施状況の評価、課題の整理及び今後の広告運用やランディング導線に関する改善提案を行うこと。

オ 月次報告

上記イ～エの進捗について、毎月翌 20 日までを目途に報告すること。

カ 中間レビュー

9 月末ごろを目途に中間報告（又はフェーズごとの報告）を行うこと。それまでに実施した内容についてオンライン広告専門家によるパフォーマンス分析を行い、その結果に応じた改善策を提案し、TCVB の承認の上実施すること。

キ 最終報告

年間の最終実績詳細と全体状況の考察、要因分析、取得された知見、次回実施の場合の改善提案（ランディングページの提案を含む。）をまとめて提出すること。また、トレンドの変化に応じたより適切な指標の考え方についての示唆を含めること。

ク 測定環境

分析報告にあたり必要なパラメータ設定及び広告計測タグの設定は受託者の責任において実施すること。公式ウェブサイトの効果測定は Google Analytics4 の数値を用いて行うこと。

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

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。TCVB の承認をもって請求書を発行するこ

と。

(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

A4 で作成し電子データを納品すること。

※目次、体裁、提出期限等は TCVB と協議の上決定する。

※効果測定結果等を含む。

7 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/denshijoho_tokkishiyosho_20260305.docx

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、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、この限りではない。

9 秘密の保持

受託者は、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。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・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。

11 個人情報の保護等

(1) 「東京観光財団個人情報取扱要領」**を踏まえ、「個人情報に関する特記仕様書」***に定められた事項を遵守すること。

また、本委託業務の遂行にあたり 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、当該事業者が本委託業務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書」を遵守させること。

** https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho_yoryo_20250401.pdf

*** https://www.tcvb.or.jp/jp/kojinjoho_tokkishiyosho_20260130.docx

本業務委託で取扱う個人情報は以下を想定している。

ア 本事業の遂行に当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

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）がアと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。

(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/security_houshin.pdf

また、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同様に遵守させること。再委託させる事業者は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

（3）電子情報処理業務を行うに当たり、以下の取扱いに留意すること。

ア TCVB 職員を含め、本委託業務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 アドレスや cookie など）もアと同システムに格納されている場合においては、同様に留意すること。

1 2 その他

（1）本仕様書に定める委託内容の最終的な履行に当たっては TCVB と協議のもと進めること。

（2）本仕様書の解釈について疑義が生じた場合は TCVB と協議して決定する。

（3）仕様書にない条件については、両者協議の上、決定する。

（4）その他条件が変更となることがある。その場合、両者協議の上、契約内容を変更する。

（5）本事業の委託者は TCVB であるが、実施に係る責任は受託者にあるものとする。

（6）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。

（7）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。

連絡先：

公益財団法人東京観光財団

観光事業部 03-5579-2683