

# 仕様書

公益財団法人東京観光財団

## 第1 件名

平成30年度台湾における旅行博出展等現地プロモーションに係る企画運營業務委託

## 第2 目的

公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）は、台湾での旅行博出展や現地有力旅行会社及びメディア向けセミナー実施等の現地プロモーションを実施する。各種プロモーションを通じて、世界に選ばれる観光都市としての東京のイメージ浸透や、最新の情報を発信することで、旅行会社の東京旅行商品の造成及び販売意欲の向上、また一般消費者の東京旅行意欲喚起を図り、東京への旅行者誘致促進を行う。

## 第3 契約期間

契約締結日翌日から平成31年1月31日まで

## 第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、別紙1「東京のブランディング戦略会議及び報告書（概要）」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」をコンセプトとした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、「東京のブランディング戦略」と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】

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2015/01/20p1j700.htm>

#### 【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](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

- (1) 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、原則としてアイコンを使用したデザインを提案すること。なお、アイコンデータ等を指名通知時に、対象事業者へ別途支給する。支給されたアイコンデータは、本件応募書類作成、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。
- (2) 東京のブランディング戦略の観点から、ブース装飾デザイン等、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. イラストや写真等の素材について

提案の各制作物で使用するイラスト、写真等の素材について購入、作成、使用許可等に係る経費は全て見積りに含めること。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 <http://www.gotokyo.org/photo/ja/index> 参照）については、自由に使用可能だが、それ以外についても積極的に提案して活用し、東京の最新情報の発信に努めること。

### 4. 留意事項

受託者は本委託実施にあたって、以下の点に留意すること。

- (1) 現地の雇用やイベント、広告等実施に関する法令等を遵守すること。
- (2) 運営に際しては、現地旅行博主催者、日本ブースが出展する場合はその主催者等とも協議・協力の上、事業を実施すること。

## 第5 全体スケジュール及び出展予定旅行博概要

1. 名称：Taipei International Travel Fair（以下「ITF」という。）
  2. 日程：平成30年11月23日（金）～11月26日（月）
  3. 会場：台北市・南港展覽館1階・4階（日本ゾーンは1階）
  4. 出典面積：36㎡ ロースペース予定 ※別紙2参照
  5. セミナー：旅行博会期前後いずれか1日、台北市内での開催を想定（台北市内での集客が見込めない場合、別都市での開催提案も妨げない）
- ※旅行博出展に際してはTCVBより主催者等への出展申込みを行い、出展料はTCVBが負担する。  
※出展スペース確定後、出展面積が上記と異なる場合には受託者と協議を行う。

## 第6 委託業務内容

1. 実施体制及びスケジュールについて
  - ア. 東京及び台湾市場での実施体制を明確にすること。なお、パートナー会社・現地雇用含め、体制管理を徹底すること。
  - イ. 現地の最新情勢・動向に細心の注意を払い、それらに配慮した企画提案、臨機応変に対応できる実施体制を整えること。
  - ウ. 進捗状況の管理：委託業務や提案事項について、円滑な調整、確認が行えるよう、受託後から報告書提出までの業務スケジュールをたてること。また、履行に当たっては、進捗状況を綿密に報告し、原則各工程で二回程度TCVBへ確認を行い、都度修正指示等に従うこと。
  - エ. 業務全般において、企画提案をTCVBと行い協議・報告し、承認を得て事業執行すること。

## 2. 旅行博出展について

ITF 出展に係るブース設営、ブース運営及びアトラクション実施、共同出展者対応、効果測定、記録及び報告書作成等の業務を実施すること。

### (1) ブース設營業務内容

別紙2「東京ブースフロアイメージ」等を参照の上、東京観光のPRに相応しいブースを設計・施工すること。

#### ア. 基本事項

- ITF の特性に合わせたブースを企画・設計すること。ブースデザインは受託決定後、企画提案内容を基に、TCVB と協議を行った上で最終決定とする。
- ブースのテーマ/コンセプトを明確化し、アイコン及び、東京都・東京観光財団名の表記（英語）及びそれぞれのロゴを、ブースデザインに取り入れること。
- 魅力的な東京をアピールする観光スポット等の写真をブース壁面に取り入れること。その際、会場全体からも東京ブースが目立つような仕掛けを取り入れ、集客を図ると共に、来場者の訪都意欲を喚起するための企画・設計をすること。
- 来場者への情報発信や資料配布を目的とした、東京ブースのインフォメーションカウンターを設けること。
- ブース内に可能な限りストックスペースを設けること。（施錠可能であることが望ましい）なお、インフォメーションカウンター内部をストックスペースとして利用することも可能とする（十分な広さが保てる場合）。
- カウンター及びステージ用にモニターを1台以上（ブーススペースを考慮の上、可能な限り大きなサイズ）含めること。
- 東京ブーススペース内には、確定後のブーススペースに応じてアトラクションスペースを設置すること。
- 共同出展者（都内の希望事業者/団体。別途申込み受付にて決定）用カウンター等のスペースも確保の上、設計を行うこと。共同出展者は、最大5社程度、1社あたり1～2名程度を想定し、各社独立したスペースを設けること。また、来場者が混雑時でも各社を識別できるよう装飾など工夫すること。

#### イ. 連絡、調整

施工、設営に向けて、必要に応じて開催会場の設営等ができる現地事業者を選定し、トラブルがないよう準備し、進行すること。特に出展共通ルール等の認識合わせに留意し、ブース設置から撤去までの必要な管理を行うこと。施工者用パスについては必要枚数を手配し、その費用は本委託経費内に含むものとする。

#### ウ. 備品等手配

ブース設営から会期中の運営において必要な備品等を手配すること。

#### エ. 直前確認

ITF の会期初日の前日夕刻に、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。

#### オ. 出展者用パスについて

出展者用パスについては、TCVB が負担する出展料に含まれる基本枚数以外について

は、必要な枚数を手配すること。{12名分程度想定（TCVBスタッフ2名＋共同出展者10名程度。共同出展者決定後、数量を決定する。)}手配に要する経費は、本委託経費内に含むものとする。

## (2) ブース運営及びアトラクション実施業務内容

### ア. 東京観光パンフレット等の配布

東京観光パンフレット等及びノベルティを、効果的かつ効率的に来場者へ配布すること。

### イ. 資料管理等

TCVB、共同出展者、及び資料参加者が発送した資料荷物を旅行博会場で確実に受け取り、それらをブース内で適切に整理、管理すること。

### ウ. 東京観光への問合せ対応

来場者からの質問、相談に対応すること。なお、その場で情報確認、検索等ができるようパソコンまたはタブレットを用意し、インターネット接続環境を整えること。

### エ. アトラクションの実施

良質なブース設計と連動して、独自性があり、来場者を惹きつけ、且つ東京旅行意欲を喚起することを目的としたアトラクションを実施すること。下記7. で製作するノベルティを、アトラクションの企画と連動させることも可能とする。

### オ. イベント会場内告知

東京ブースで実施するアトラクション等のイベントを会場内で告知するため、全日程のイベントスケジュールを記載した看板設置等、来場者にわかりやすいものを制作しブース内に掲示すること。

### カ. 来場者アンケートの翻訳、回収、及び回答内容の翻訳

下記(4)に連動した来場者用アンケートを実施すること。アンケート用設問はTCVBが提供したものを用いて行うこと(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を設定し、アンケート回収方法は紙面回答だけでなくWEBアンケートを想定するなど回収数及び回収率が上がる効果的な手法で提案すること。下記7. で製作するノベルティを、回収手法と連動させることも可能とする。なお、回収したアンケートの回答内容については日本語に翻訳して結果を集計・分析し、TCVBに提出すること。

### キ. 来場者数の計測

東京ブースを訪れた来場者数を計測し、出展日ごとの来場者数を各終了時間に速報値としてTCVBに報告すること。また、東京ブースの総来場者数を出展終了後速やかにTCVBに提出すること。計測方法については、TCVBと事前に協議し決定すること。

### ク. 通訳及び運営スタッフの手配

前述ア～キに則し、通訳、運営スタッフを必要数手配すること。なお、日本語と中国語(英語もできれば望ましい)に堪能な者を少なくとも2名含めること。なお、通訳及び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ものが望ましい。

## (3) 共同出展者対応業務

### ア. 共同出展者募集

東京ブース内に TCVB の賛助会員を中心とした共同出展者、及び資料配布を行う資料参加者を募集すること。共同出展者数・資料参加者数、及びその選出については、TCVB と協議の上決定すること。

※共同出展料及び資料参加料は、旅行博終了後 TCVB から参加事業者に直接請求を行う。

イ. 共同出展者管理及び支援

決定した共同出展者の情報等を取りまとめ、共同出展に必要な調整を行うこと。また、旅行博に係る現地情報や、旅行博運営事務局から提供される情報やサービス等、旅行博出展に向けて有益となる情報を集約し、適宜情報を提供するほか、当日の運営について共同出展者が理解できるよう、旅行博・セミナーの共同出展者向け運営マニュアルを作成・提供すること。なお、共同出展者からの要望に応じて専任の通訳を手配すること。（共同出展者の専任通訳の手配料については、各共同出展者と協議の上決定し、直接請求すること。）

ウ. 共同出展者資料

東京ブース内に掲出、設置する共同出展者資料（ポスター、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上、東京ブース内に適切に配置、または来場者への配布等を行うこと。

エ. 共同出展者 PR

旅行博中に、1日1回、1社あたり15分程度の共同出展者 PR タイムを実施予定である。共同出展者の本件への参加希望を確認の上、実施決定事業者と調整し、実施に必要な関連資料・データ等を準備し、円滑に実施すること。また、司会・進行を務めるスタッフを手配すること。

オ. その他

TCVB は、ITF 開催期間中、共同出展者と相互情報共有を目的とした意見交換会（夕食会）を実施予定である。受託事業者決定後、TCVB に提案の上、承認を得て会場手配および参加者への案内等を行なうこと。見積りには、自社の参加費用のみ見込むこと。

(4) 効果測定業務内容

旅行博出展の効果を把握するため、ブース来場者数やセミナー参加者数、広告及びサブプロモーションのリーチ数といった具体的な数値、またはそれに類するデータを取り、TCVB に報告すること。

(5) 記録及び報告書作成業務内容

会期中、適宜写真撮影等を行い、会場の様子がわかる画像及び効果測定結果を含む報告書を作成すること。

3. 出展告知広告

潜在訪都旅行者層向けに、ブース出展告知のための広告を掲出するため、以下の業務を行うこと。

#### (1) 媒体の提案

Web 広告、其他媒体から、高い広告効果の見込まれるものを選定し、その概要を下記のポイントで整理し、選定理由を添えて提案すること。

- A) 影響力：リーチ数、ページビュー/販売/流通部数等
- B) 広告対象：購読者層/閲覧者層等
- C) 広告方式、広告枠：広告掲出面積、ページネーション等
- D) 広告掲出期間：掲出日程、日数等

※広告掲出期間について、オフィシャルガイドの場合は旅行博当日、その他一般媒体の場合は会期直前とし、東京ブース出展告知に最適な日程を提案すること。

#### (2) 広告デザイン、制作等

デザイン、原稿、キャッチコピー等を広告媒体ごとの訴求対象者の特性を踏まえ、提案すること。なお内容については、来場促進につながるよう東京の出展概要等を魅力的に組み入れること。

#### (3) 校正

最低 2 回以上 TCVB の校正を受けること。

#### (4) その他

本事業の途中で掲載予定紙の廃刊等により、やむを得ず媒体の変更を行う場合は、TCVB の承認を受けると共に、代替の媒体を提案し、詳細を TCVB と協議すること。

### 4. 東京観光セミナー実施について

以下の実施概要を前提に、東京観光セミナーの企画運営を行うこと。

#### (1) セミナー実施概要

##### ア. 実施会場

台北市内ホテルや宴会場、その他会場として効果的な場所

(台北市内での集客が見込めない場合、別都市での開催提案も妨げない)

##### イ. 実施日時

ITF 会期前後の日時で、より効果的だと思われる日時を提案し、実施すること（開催期間 1 日）。JNTO 主催のセミナー・商談会が開催される場合は、その日程も勘案すること。また、開催時間に関しては現地事情並びにセミナー内容を考慮の上決定し、実施すること。

##### ウ. 基本プログラム（予定）

時間	内容	備考
受付開始時間の 2 時間程度 前からの開始を想定	リハーサル	
セミナー開始 30 分～ 1 時間程度前を想定	受付	
1 時間半程度	セミナー	TCVB によるプレゼン。 45 分程度想定。 共同出展者 PR タイム、ゲストを 交えてのトークセッション等セミ

		ナー全体が盛り上がる企画を提案すること。
1 時間程度	交流会	別室（隣接が望ましい）に食事、ドリンクコーナーを設置すると共に、共同出展者が商談を行えるよう PR デスクを設置。
	解散	

エ. セミナー参加対象者

現地有力旅行会社 30 社程度、メディア 20 社程度、合計 50 名/社（予定）

なお、メディアには購買者数の規模等の観点から有力である一般紙、オンラインメディアを含むこと。

(2) 業務内容

ア. 会場手配

・前述(1)、イの候補日において、東京観光セミナー実施に相応しい会場を手配すること。

※受託者決定後できるだけ早い段階で TCVB と調整の上、実施会場と日時を正式に決定する。

・会場については、どの席からもプレゼンが見られるなど十分な広さを持った場所を手配すること。

イ. 設備、備品等手配及び会場担当者との連絡、調整

・セミナー実施に向け、会場担当者と綿密に連絡をとり、会場レイアウト、設備の確認や必要な備品手配、調整等を行うこと。設備（パソコンやマイク、音響など）を使用する場合、急な故障など不測の事態に備えバックアップを用意すること。

・受託者が作成したロールアップバナーを 2 台を会場に設置し、東京の魅力を PR すること。バナーのデザインはセミナー終了後希望する参加者へ譲渡することを想定した汎用性のあるものとする。デザイン決定にあたっては最低 2 回以上 TCVB の校正を受けること。

ウ. 受付

円滑に受付業務を実施できるよう、必要なスタッフを手配すること。

エ. 食事

セミナー実施時間に合わせた食事、ドリンクを用意すること。その際可能な限り日本食を含めること。

オ. セミナー準備、運営

以下の内容で、効果的なセミナー運営を行うこと。

(ア) プログラム、議事進行台本、司会者（通訳）等

現地旅行会社、メディア向けに東京観光セミナーを実施するための具体的なプログラム、議事進行台本の作成、司会者等の選択をすること。

プログラム及び議事進行台本は TCVB と協議の上、内容を決定し事前に共有すること。

司会者は日本語または英語が堪能で東京について一定の知識を有している者が望ま

しい。集客力の向上や、新しい情報発信の観点から、インフルエンサー等をゲストスピーカーとして迎えるなど工夫すること。

(イ) プレゼンテーション資料の制作、翻訳

セミナーで TCVB が発表するプレゼンテーション資料の目次を作成すること。但し、詳細については受託者決定後、TCVB と協議の上日本語で内容をかため、2 回程度の校正を経て中国語（繁体字）へ翻訳すること。

(ウ) 資料データ配布用 USB メモリの準備

TCVB が支給する USB に、TCVB が支給する東京観光促進に資する写真やパンフレットなど情報データを保存し、セミナーに参加する現地旅行会社及びメディア向けに配布すること。（事業者による USB メモリ製作は不要。）

(エ) 現地有力旅行会社及びメディアの集客及び管理

前述(1)、エの通り、旅行会社 30 社程度、メディア 20 社程度、合計 50 社/名以上の集客を目標とし、案内状の作成・発信から参加者の管理、及び当日の出席確認まで行うこと。案内状の作成にあたっては 2 回程度 TCVB の校正を行うこと。

(オ) リハーサル

セミナー当日、原則司会者等関係者全員の立ち会いのもとリハーサルを行い、本番での円滑なプログラム進行の準備を万全に整えること。

(カ) セミナー参加者への配布用資料キットの準備（物品内容変更の可能性あり）。

参加者に東京観光セミナーへの理解を深めてもらえるよう、必要に応じてプレゼンテーション資料を必要部数フルカラーで印刷すること。また、以下の物品を TCVB が提供するペーパーバッグにまとめた配布用資料キットとして準備すること。

No	物品	備考
1	東京ブランドペーパーバッグ	
2	東京ブランドクリアファイル	
3	東京トラベルガイド	中国語（繁体字）
4	東京観光ガイド	中国語（繁体字）
5	広域連携パンフレット 「Explore Japan」	英語
6	広域連携パンフレット 「One More Step from Tokyo」	中国語（繁体字）
7	TAMASHIMA パンフレット	中国語（繁体字）
8	TCVB ニュースレター	中国語（繁体字）
9	オリジナルノベルティ	TCVB が支給する文房具など含む
10	USB	TCVB が支給する USB

※詳細は受託者決定後に調整する。

(キ) 共同出展者対応

セミナーでPRを行う共同出展者と連携し、プレゼン資料・配布物を入手し、内容確認の上、必要に応じた部数を印刷しセミナーで配付すること。また、交流会では飲食を提供する傍ら、TCVB及び各共同出展者用の商談デスクを設ける等、交流が深まるための企画やサポートを実施すること。

(ク) 効果測定

セミナー実施による効果を把握するため、アンケート等具体的な効果測定を実施すること。アンケート用設問はTCVBが提供したものを用いてレイアウト、翻訳、印刷を行うこと。

(ケ) 記録及び報告書作成

セミナー実施中、適宜写真撮影、録音等を行い、セミナーの内容が確認できる報告書をまとめること。

5. 印刷物等の輸送・受領確認・管理等について

- (1) 別紙3「現地への送付物一覧」のとおり東京都及びTCVBが別途支給する印刷物、ノベルティ、ロールアップバナー等を、旅行博開催日前日またはセミナー開催日前日までに遅滞なく現地東京ブースまたはセミナー会場へ輸送し、受領確認の上、期間中管理すること。また、セミナー終了後はTCVBが支給するロールアップバナー2本及びノベルティ等配付残物の返送手配を行い、その輸送費用を見込むこと。
- (2) 別紙3を参照し、資料の海外輸送にかかる費用（受託者が担う諸手続きの手数料等を含む）の参考見積りを別途提出すること。但し、再委託を予定している場合は、再委託先名を明記すること。
- (3) 前述（2）における再委託先について、TCVBが一般的な業界の相場を逸する事業者であると判断した場合、再提案を命じることができるものとする。
- (4) 輸送物の内容、個数について変更することがある。その際、必要に応じて速やかに輸送費用の再見積を手配し、TCVBに案内すること。
- (5) 当該資料等の輸送に要する費用は、本委託事業費に含まないものとし、旅行博終了後、前述（4）における変更や関税等の増減を反映した実費により別途精算する。
- (6) 共同出展者の輸送物に関しても、期日や輸送方法等の指示を含め、遅延・不達ないように注意喚起を行い、確実に輸送できるようサポートすること。

6. 旅行博出展を契機としたサブプロモーションについて

台湾市場の特性を踏まえ、以下のいずれか（または両方）のサブプロモーションを企画・実施すること。

なお、サブプロモーションに係る費用については、3,500,000円（税込）程度とし、必要な経費は全て本委託事業費に含めること。

(1) 現地旅行会社向け（BtoB）企画

旅行博出展、観光セミナーと連動し、現地旅行会社の東京への継続的な関心を高め、訪都旅行商品の造成や販売意欲の向上につながるような、現地旅行会社対象のサブプロモーションを企画・実施をすること。

## (2) BtoC向け企画

台湾市場の潜在訪都旅行者層に対して東京への旅行意欲の喚起を図れるよう、また旅行博出展との相乗効果を得られるようなBtoC向けサブプロモーションを企画・実施すること。

## 7. ノベルティの製作について

ITF 来場者に今後の東京旅行への関心を喚起し、また現地旅行会社に東京旅行商品販売の動機付け・販売促進を図るべく、台湾市場の特性をふ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種類以上製作すること。

### (1) 製作物の種類、数量

分類	製作物の種類	数量
旅行博来場者向け	① アトラクション参加者用	企画に合わせた必要数
	② 来場者アンケート回答者用	100 個×旅行博日数
現地旅行会社及びメディア向け	③ 旅行会社及びメディアへの記念品	各 100

※詳細は受託者決定後に調整する。

※ノベルティは余りが出た場合、日本への返送費用も見込むこと。

### (2) 製作物に関する注意事項

- ア. 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。
- イ. 食品等期限があるものは不可とする。
- ウ. アイコンなど、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。
- エ. 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、ピンバッジ、ステッカー及びスタッフ用ユニフォーム (Tシャツ、ジャンパー) 等} と重複しない品目とすること。
- オ. TCVB からの要望に応じ、受託決定後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

- ア. 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。
- イ. 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、見積もりに含むものとする。

## 第7 完了報告と契約代金の支払い

### 1. 支払方法

契約代金の支払は原則、以下の業務内容実施終了後一括支払いとする。なお、TCVB の承認をもって請求書を発行すること。

## 2. 提出物の形式等

### ア. 委託完了届

別紙4を参照のこと。

### イ. 実施報告書

A4版縦、横書きカラー、MSワード

※目次、体裁等はTCVBと協議の上決定する。

※効果測定結果等を含む。エクセル、パワーポイント等を使用する場合には別紙として添付すること。

### ウ. ブース装飾、広告等のデザインデータ

pdfデータ及び編集可能なデータ（拡張子eps、ai等）

## 第8 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。但し、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。

## 第9 委託事項の遵守・守秘義務

1. 受託者は、本契約業務の実施に当たって、関係法令、条例及び規則等を十分に遵守すること。
2. 受託者は、本契約の履行により知り得た業務委託の内容を第三者に漏らしてはならない。

## 第10 第三者代行の禁止

本委託業務は、原則として第三者に代行させてはならない。但し、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。

## 第11 個人情報保護

別紙5「個人情報に関する特記事項」を遵守すること。

## 第12 その他

1. 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。
2. 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。

3. 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。
4. 天変地異、政治状況の劇的な変化により、本事業を中止する場合がある。その場合のキャンセルチャージ等の条件を見積書に明記すること。