

## レップによる富裕層向け PR

## 1 目的

都市プレゼンスの向上に資する地域を管轄する市場において、一般的に旅行消費額が高いといわれる富裕層を対象としたプロモーションを行うことで、訪都旅行者数及び観光消費額の増加を図る。

## 2 業務内容

目的に照らして効果的で、当該地域における訴求力の高い広報媒体等を通じて、富裕層の嗜好に応じたプロモーション案を提案し、TCVB の承認を得た後、実施すること。プロモーション案の策定に当たっては、具体的なスケジュール等を含めて提案し、実施後はプロモーションの内容に応じて広告掲載誌原本などの成果物及び報告書を提出すること。また、【別紙4】「東京ブランドに基づく「旅行地としての東京」の PR」（以下、「ブランド PR」という）及び下記「3ブランド PR との差別化」を踏まえて、効果的な案を提案すること。

その他、富裕層向けに効果的なプロモーション手法があれば提案を妨げない。また、予算を分割して複数回実施してもよいこととする。

## 3 ブランド PR との差別化

中間層以上を対象とした【別紙4】「ブランドPR」とは異なり、ラグジュアリートラベルの対象となる富裕層にターゲットを絞った効果的なプロモーション案を提案すること。

## 4 プロモーション効果の測定について

提案するプロモーションの訴求力が高かつ効果的であること、また実施する事業全体が効果的であることを検証するために、プロモーション提案時に複数の定量的指標によって示すこと。また、実施後の定量数値についても報告書に含めること。

## 5 その他

- (1) 提案していたプロモーションの各プロジェクトの計画が一部、または全部が実施不可能になった場合は、代替案を提案し、実施すること。代替案についても上記条件を満たすこと。
- (2) 実施される各プロジェクトについては、TCVB が指定する富裕層向け PR アドバイザーの助言を受けること。
- (3) 各プロジェクトの実施費用の根拠となる資料を TCVB に提出すること。
- (4) 本委託業務による成果物のうち都及び TCVB が必要であると認めたものは、都及び TCVB が運営する富裕層向け Web サイト（平成31年2月中に公開予定。公開後、TCVB から別途詳細を通知する。）等で展開する。