

仕 様 書

公益財団法人東京観光財団

1 件名

令和2年度 欧米豪を中心とした富裕層向けプロモーション推進業務の委託

2 事業目的

東京都（以下「都」という。）及び東京観光財団（以下「TCVB」という。）は、更なる訪都旅行者数の増加及び観光消費額の拡大を図るため、滞在中に多くの消費が期待できることに加え、都市のイメージ向上にも寄与する富裕層の誘致に向けて、欧米豪のエリア（米国、カナダ、英国、フランス、イタリア、スペイン、ドイツ、オーストラリア）を中心にプロモーション活動を実施している。

プロモーションの一環として、富裕層向け旅行地としての認知度や満足度、魅力の向上を目指し、欧米豪を中心とした富裕層向け観光コンテンツ（以下「コンテンツ」という。）及び、コンテンツ提供する都内事業者（以下「サプライヤー」という。）の開発推進を行う。

※ 指名通知後、都並びに TCVB がターゲットとする富裕層を定義した「東京都が目指すべきターゲット像」を TCVB より支給する。そのターゲット像に適した企画を提案・実施するものとする。

3 契約期間

契約締結日の翌日から令和3年3月31日まで

4 業務概要

(1) TOKYO LUXURY AUTHORITY (TLA) の企画・運営

- ア 運営事務局の運営
- イ TLA オフィシャル WEB サイトの運営
- ウ TLA 加盟メンバーを対象とした活動
- エ 市場新規参入者を対象とした活動（TLA 非加盟メンバー対象）
- オ アンケート調査

(2) コンテンツ発掘・開発推進

- ア 既存コンテンツの調査・検証
- イ 潜在コンテンツの開発・支援
- ウ アドバイザーの設置

(3) コンテンツの情報発信

- ア コンテンツ紹介記事制作

- イ インフルエンサー招聘
- ウ SNS アカウントの運営管理

(4) 活動報告

5 全体運営

(1) 訴求するブランドイメージ

ア ラグジュアリートラベル向け訴求イメージ

ターゲットとする富裕層は、昨年度の調査結果から、他と一線を画する「パーソナライズ化」「本物志向」「価値ある体験」を好むことが明らかになっている。ニーズに合った特別感の醸成のため、今年度の各種富裕層プロモーションにおいて活用している「Tokyo Timeless Temptations」のマークを活用し、既に制作済みのプランナーズガイドのイメージに沿った訴求をすること。なお、「Tokyo Timeless Temptations」のマークについては、別紙1「富裕層PR事業用マークについて」を参照すること。

イ 東京のブランディング戦略

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。本事業の実施にあたっては、ブランドコンセプトを踏まえて行うこと。「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理解し、本事業におけるプロモーションと齟齬のないようにすること。

【東京のブランディング戦略】

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/KEIKAKU/2015/03/DATA/70p3v201.pdf>

【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.html>

【アイコン公式WEBサイト】

<https://tokyotokyo.jp>

(2) 実施体制

ア 欧米豪を中心とした富裕層旅行者や、欧米豪の富裕層を多く顧客に持つ旅行エージェント等のニーズを的確に捉えるため、当プロジェクトチームに富裕層旅行者向け訪都・訪日旅行関連事業者を配置し、体制を構築すること。また、都・TCVBが実施するプロモーションへのアドバイジングを行うこと。

イ 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。
- ウ スケジュール等を明らかにした事業計画書を作成し、TCVB の承認を得ること。
- エ 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。

6 業務内容

(1) TOKYO LUXURY AUTHORITY (TLA) の企画・運営

都および TCVB では、ラグジュアリートラベル向けの観光コンテンツの提供やアレンジをする都内サプライヤーを対象に、情報交換やビジネスマッチング等の促進を目的としたネットワーク組織「TOKYO LUXURY AUTHORITY」(以下「TLA」という。)を令和元年度に発足した。TLA の活動について、以下のとおり企画・実施すること。

ア 運営事務局の運営

下記の活動に伴う情報提供・発信元としてや、加盟メンバーやその他都内サプライヤーからの問い合わせ先等となる窓口を、管理・運営すること。また、管理・運営等に必要なインフラ整備を行うこと。

イ TLA オフィシャル WEB サイトの運営

TLA に係る各種情報を発信するための TLA オフィシャル WEB サイト (<https://www.tokyoluxuryauthority.jp/>) を、TLA の活動の目的や企画に基づき、サイトの改善、コンテンツの拡充及び最新情報の掲載、管理運営・保守を行うこと。実施にあたっては運営スケジュールを立てて、TCVB と協議の上、進めること。

ウ TLA 加盟メンバーを対象とした活動

(ア) 海外商談イベント等への共同出展・参加

都および TCVB が出展する [ILTM Cannes 2020](#) の東京ブース内に、TLA が加盟メンバー (3 社 3 名程度) と合同で共同出展する際の、管理・調整等のとりまとめを行い、現地イベントに参加すること。

(イ) TLA 会合の開催

TLA 加盟メンバーへの情報発信・提供を目的としたセミナーや、TLA 加盟メンバー同士の交流促進を目的としたネットワーキングイベント等を企画・実施すること。下記(3)イ(イ)含め、開催は年度内に 4 回程度とすること。

(ウ) 加盟メンバー向け情報発信

加盟メンバー間の情報交換やビジネスマッチング等を促進するため、加盟メンバーや、加盟メンバーが保有するラグジュアリートラベル向け商品やサービス、コンテンツ等を組織内で情報発信・共有するためのニュースレターを企画・制作し、配信すること。配信は年度内に 4~6 回程度とする

こと。

(エ) 海外向け情報発信

ラグジュアリートラベラーの訪都意欲の喚起、並びに、東京の観光コンテンツの認知度向上などを目的に、都およびTCVBが様々なメディアを活用した情報発信を行うため、加盟メンバーが保有する商品やサービス、コンテンツ等の情報を整理・管理すること。

(オ) その他

上記(ア)～(エ)を効率的かつ効果的に実施するための活動を、適宜企画・実施すること。

エ 市場新規参入者を対象とした活動 (TLA 非加盟メンバー対象)

(ア) ニュースレターの配信

TLA加盟メンバー含め、全ての配信希望者を対象に、ニュースレターを企画・制作し、配信すること。配信は年度内に2～3回程度とすること。

【主な内容】

- ・ TLA活動レポート (※TLA加盟メンバー向けの活動を除く)
- ・ 都及びTCVBの実施プロモーション・レポート (商談イベントの参加レポートや、現地ヒアリング等)

(イ) TLA ワークショップの開催

参加希望者を対象に、TLAがターゲットとするラグジュアリートラベラーに求められるサプライヤーとなるための支援を目的としたワークショップを企画し、開催すること。開催は年度内に4回程度とすること。

(ウ) その他

上記(ア)(イ)を効率的かつ効果的に実施するための活動を、適宜企画・実施すること。

オ アンケート調査

TLAの活動の参加者に対し、以下のアンケート調査を企画・実施し、データの管理・集計を行うこと。

(ア) TLA加盟メンバー対象調査

ラグジュアリートラベル市場における取引・取扱、国内外でのプロモーションの活動、TLA内での活動等、当該市場における活動状況についての調査。

(イ) 市場新規参入者対象調査

TLAワークショップの参加者等を対象とした、ラグジュアリートラベル市場への新規参入に向けた取組状況についての調査。

(2) コンテンツ発掘・開発推進

ア 既存コンテンツの調査・検証

東京を訪れている富裕層旅行者の需要が高い既存コンテンツに関する情報収集を行った上で、都・TCVBと共に調査・検証すること。なお、調査・検証によって既存コンテンツと判断されるコンテンツは、10件程度を目安とする。

イ 潜在コンテンツの開発・支援

上記アにおいて、今後の情報発信や改善により需要拡大が見込まれる潜在コンテンツについて、上記(1)エ含め、改善に向けた情報提供やビジネスマッチング等を支援するための企画を提案し、当該市場においてより訴求力のあるコンテンツ化を行うこと。

ウ アドバイザーの設置

上記ア、イを実施するにあたり、都内事業者・サプライヤーとの幅広いネットワークや有したアドバイザーを設置すること。アドバイザーは欧米豪を中心としたラグジュアリートラベル市場への深い見識も持ち合わせ、富裕層向けコンテンツや需要拡大に向けた意見・要望等への知見に富んだ者であること。

(3) コンテンツの情報発信

ア コンテンツ紹介記事制作

上記(2)で明らかとなったコンテンツに関する情報を使用し、富裕層個人や、富裕層向け旅行エージェント等に対し、東京のコンテンツの魅力を紹介するための記事（写真を含む）を、以下のとおり制作すること。なお、記事を制作するコンテンツの件数は、上記(2)で開発したコンテンツ数に準ずるものとする。

(ア) 企画・編集等

- ① 欧米豪からの富裕層旅行者の感性やニーズを的確に捉えるため、欧米豪出身のライターやフォトグラファー、デザイナー等の人材を起用する等、工夫すること。
- ② 制作する記事に用いる原稿や写真等は、TCVBが運営するラグジュアリートラベル市場向けWEBサイト「Timeless Tokyo」含め、都及びTCVBが実施する欧米豪を中心とした富裕層向けプロモーション全般で転用が可能なものを前提とする。<https://timelesstokyo.com>
- ③ 英語（グローバルに広く使われる英語を基準とし、アメリカ英語を優先とする）で企画・編集・制作すること。
- ④ PCやタブレットPC等のデジタル端末や、パンフレット等の印刷物、双方で使用し易いものとする。

(イ) 制作

- ① 原稿の作成は英語ネイティブのライターが行い、複数名のネイティブチェックを行うこと。都・TCVBによる原稿の確認は英語と日本語の方法で行うため、言葉の表現を細部に渡って確認が可能な日本語

訳を用意すること。

- ② 様々な規格の媒体での利用を想定し、媒体の規格にあわせて記事のボリューム（文字量等）を調整しやすいようなものとする。コンテンツの魅力や特徴を端的に紹介するものや、その詳細にまで触れるものなど、複数のバージョンで制作すること。
- ③ 変更が生じる場合は、その都度 TCVB と協議、調整すること。

（ウ） 校正

- ① TCVB への構成原稿の提出は MS Word で行い、英語で 2 回、日本語で 2 回の合計 4 回程度とすること。レイアウトは英語原稿で 2 回程度提出すること。
- ② 原稿の構成を綿密に行い、特に名称、所在地、電話番号、地図、URL 等の事実関係には間違った記載をしないこと。誤りがあった場合は、受託者の責任において訂正すること。

（エ） 納品

- ① グラフィックデータ
Adobe Illustrator 等のグラフィックアプリケーションを用い、コンテンツについての文章や写真を使用して、各コンテンツを魅力的且つ効果的に紹介するためのグラフィックを制作し、そのデータを納品すること。
- ② 原稿データ
コンテンツを紹介するための原稿を Word ファイル形式で保存し、コンテンツ毎にファイルを分けて納品すること。
- ③ 写真データ
記事制作に用いた写真を個別にデータ保存し、納品すること。データ形式は高解像度データ（tif 形式など）と、低解像度（JPEG 形式など）の 2 種類をそれぞれ用意すること。

（オ） 納品期限

TCVB と協議の上、決定すること。

イ インフルエンサー招聘

ラグジュアリートラベル市場において強い影響力を持つインフルエンサーを 2 名以上招聘し、以下のとおり実施すること。各インフルエンサーの選定基準の目安は、以下のとおりとする。

- ・ インスタグラムフォロワー数：100,000 人以上
- ・ インスタグラムの各投稿における平均 Like 数：10,000 Like 程度
- ・ 過去の被招聘者：<https://www.instagram.com/melaniemartinsblog/>

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

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

(ア) ソーシャルメディア等を活用した情報発信

上記(2)等で明らかとなったコンテンツについて、以下のとおり情報発信すること。なお、情報発信については、ステルスマーケティング対応に十分留意すること。招聘の期間や行程等の詳細については、TCVB と調整の上決定すること。

ア SNS 等による情報発信 (※1 招聘者につき)

- ① 投稿件数：5 投稿以上
- ② 紹介コンテンツ：5 件以上
- ③ 必須ハッシュタグ：#Tokyo_TimelessTemptations、#sponsored
- ④ 必須タグ：@ Tokyo_TimelessTemptations

イ ブログによる情報発信 (※1 招聘者につき)

- ① 投稿件数：1 投稿以上
- ② 紹介コンテンツ：5～10 件程度
- ③ 必須ハッシュタグ：#Tokyo_TimelessTemptations、#sponsored
- ④ 必須タグ：@ Tokyo_TimelessTemptations

(イ) 都内事業者向けイベントでの登壇

上記(1)で開催する都内サプライヤー向けのイベント等にて、招聘期間中にゲストスピーカーとして登壇すること。海外のラグジュアリー・デステイネーションやコンテンツに精通するラグジュアリートラベラーとして、客観的な立場からラグジュアリートラベル市場における最新トレンドや動向、海外コンテンツのケーススタディや、東京のコンテンツに対するフィードバック等についてのプレゼンテーションを行うこと。

※ 上記 SNS やブログでの投稿については、TCVB が運営するラグジュアリートラベル市場向け WEB サイト「Timeless Tokyo」での二次利用を前提とする。掲出方法については下記の WEB ページ内「- NOW IN TOKYO -」を参照すること。

<https://timelesstokyo.com/experttips/index.html>

※ 上記(ア)、(イ)を連動させ、双方への誘因を促すよう工夫すること。

ウ SNS アカウントの運営管理

東京のコンテンツ情報を発信するためのインスタグラムアカウント「@Tokyo_TimelessTemptations」の運営管理を行うこと。

(ア) 全体運営

- ① 使用言語は英語とする。
- ② 上記(2)等で明らかとなったコンテンツについて投稿する。

- ③ フォロワー数、#Tokyo_TimelessTemptations 投稿数、エンゲージメント率（いいね数、シェア数等）の向上とともに、アカウントのファンの醸成や、アカウントへの訪問リピート率の向上を図る。

(イ) 投稿

- ① 投稿頻度は週 1 回以上とする
- ② コンテンツのジャンル（体験、食、ウェルネス等）のバランスに配慮すること。
- ③ 投稿する写真や文章等に統一感を持たせ、東京のコンテンツのブランディングを推進するために工夫すること。
- ④ 他のユーザーの投稿をリポストする等して投稿する場合は、投稿者に事前に承諾を得ること。

(ウ) 問い合わせ対応

開設したアカウントへの問い合わせに対応すること。問い合わせがあった内容については随時 TCVB に共有し、回答内容について TCVB と協議の上、返信すること。

- (エ) エンゲージメント率、フォロワー数、リポスト数等を成果指標として活用し、アカウントの運営について効果測定を行うこと。

(オ) その他

フォロワーの離脱が著しい場合、原因の追究と対策を行うこと。

(4) 活動報告

上記(1)～(3)に伴う活動とその内容について、適当な報告時期や回数を提案した上で、定期的に報告すること。また、前述の内容をまとめた最終報告書を作成し、TCVB に提出すること。

7 完了報告と契約代金の支払いについて

(1) 契約について

契約方法については、受託者決定後別途相談する。

(2) 契約代金の支払いについて

委託完了後に一括で行うこととする。TCVB の承認をもって請求書を発行すること。

(3) 完了報告と成果物の提出について

ア. 委託完了届

別紙 2「委託完了届」を提出すること。

イ. 実施報告書

A4 版縦、横書きカラー、Microsoft Word で作成の上、紙 3 部、電子データを CD-R または DVD-R で 3 部納品すること。

※目次、体裁、提出期限等は TCVB と協議のうえ決定する。

※Microsoft Excel、Microsoft PowerPoint 等を使用する場合には別紙として添付すること。

ウ. 本ウェブサイトにある全ての情報、機能、言語およびコンテンツ等の電子データを CD-R または DVD-R で 3 部納品すること。

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、第三者に委託して行うことができる。

9 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（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）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。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、あらかじめ 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) 上記(1)(2)(3)(4)の規定は、「8 第三者委託の禁止」により第三者に委託した場合においても適用する。受託者は、第三者との間で必要な調整を行い、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を負うこと。
- (6) 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。

10 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。

11 個人情報の保護

別紙3 「電子情報処理委託に係る標準特記仕様書」を遵守すること。

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。
- (5) 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。