

仕 様 書

1 件名

令和5年度 アジア富裕層向け広告出稿にかかる業務委託

2 目的

東京都（以下「都」という。）及び公益財団法人東京観光財団（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、プロモーション活動を実施している。

これまで注力してきた欧米豪市場に向けたプロモーションに加え、本事業では昨年度に続きアジアの富裕層をターゲットとして雑誌媒体等で広告出稿を行う。アジアにおける富裕層は既に東京に対する旅行先としての認知が高く、訪都経験もある場合が多いことを踏まえ、ターゲット層の特徴に合わせた広告展開を実施することで、アジアからの更なる富裕層旅行者誘致に繋げるものとする。

3 契約期間

令和5年8月17日から令和6年3月31日まで

4 対象地域・ターゲット層

アジア富裕層市場で特に注力すべきと考える4市場（中国、台湾、香港、シンガポール）で広告出稿を実施する。TCVBより別途支給するターゲット像を参考にすること。

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、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」を好むことが各種調査において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、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」のマークを使用し、既に制作済みのプランナーズガイドや、都とTCVBが運用する富裕層向けウェブサイトTokyo Timeless Temptations（以下「Timeless Tokyo」という。）のイメージに沿った訴求をすること。

【「Tokyo Timeless Temptations」マークについて】

別紙1「富裕層PR用マークについて」を参照すること。

【富裕層向けウェブサイト「Tokyo Timeless Temptations」について】

<https://timelesstokyo.com/>

海外富裕層旅行者を取り扱うトラベルデザイナー等に対して、「旅行先としての東京」の認知度を向上させるとともに、富裕層旅行者が実際に東京で体験できることに関する情報を英語で発信している。

イ 東京のブランディング戦略

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、「東京のブランディング戦略」を策定した。本事業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。なお、「東京のブランディング戦略」及びアイコンと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について】

<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.html>

【アイコン公式WEBサイト】

<https://tokyotokyo.jp>

(2) 実施体制等

- ア アジア富裕層旅行者に東京のコンテンツを魅力的に伝えられるよう、必要な知見や技術等を有する者を含めた実施体制を構築すること。
- イ 最新の傾向／トレンドや取組等、市場動向等を捉えて制作すること。
- ウ 本事業における実施体制を明確化し、スケジュール通り事業を円滑に実施できるよう、パートナー会社含め体制管理を徹底すること。
- エ 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。
- オ 業務の詳細についてTCVBと協議の上決定し、進捗状況や確認事項を綿密にTCVBに連絡・報告すること。

6 業務委託内容

(1) 全般について

- ア 受託者は「2 目的」に基づき、「4 対象地域・ターゲット層」で指定するアジア市場の富裕層マーケットに最適な雑誌媒体を提案し、2～4誌程度で広告掲出を実施すること。
- イ 最新の傾向を踏まえながら、アジア富裕層旅行者の多様な志向・関心やニーズなどについて分析等を行い、TCVBと協議の上、記事広告のテーマを設定すること。

- ウ 記事広告の言語はターゲット層が情報収集をするにあたり最適と思われる言語とすること。なお、都・TCVB による原稿の確認は掲載言語及び日本語の両方で行うため、原稿に対して言葉の表現を細部に渡って確認が可能な日本語訳を別途用意すること。
- エ 記事広告の原稿作成にあたっては、TCVB と協議の上、広告掲載内容について媒体社・関連事業者との調整及び確認を行うこと。広告制作に係る写真の撮影を含めた取材費用や記事制作に係る一切の経費は、本件の委託料に含めること。
- オ 記事広告のデザイン及びレイアウトは受託者が提案し、TCVB と協議の上、制作すること。その際に使用するイラスト、写真等の素材についての購入、作成、使用許諾等に係る費用は全て本件の委託料に含めること。
- カ 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提案すること。掲出媒体、内容、時期については、最も効果的な内容を提案し、TCVB と協議の上で決定すること。履行にあたっては、進捗状況を綿密に報告し、各工程で適宜 TCVB へ確認を行い、都度修正指示等に従うこと。
- キ 広告ごとに複数回 TCVB の校正を受け、制作・掲出を行うこと。
- ク 事業の実施にあたっては、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。
- ケ 記事広告内には誘導先として、可能な限り Timeless Tokyo のサイトを設定すること。
- コ 制作した記事広告等は、内容に応じ広告掲載期間が終了後、Timeless Tokyo のウェブサイト内で2次利用する可能性がある（基本的には無期限を想定）。その場合は別途条件を設定するものとする。
- サ 記事広告等の内容は各国の文化、宗教等に配慮したものとする。

(2) 広告媒体、手法

- ア 広告出稿する媒体を、利用者数、発行部数、媒体特性、ターゲット含有率等の選定理由を含めて提案し、TCVB と協議の上、決定すること。海外雑誌媒体（クレジットカード上級会員向け雑誌、海外トラベル誌、ビジネス誌、ライフスタイル誌等。紙・ウェブの媒体は問わない）について、各市場に効果的な媒体を選定することとし、最低1誌は著名な媒体を含むこと。媒体により、4市場（中国、台湾、香港、シンガポール）全てに出稿するものや、中国本土向けに絞った媒体と組み合わせる等、事業内で効率的にターゲットにアプローチできるよう提案し、TCVB と協議の上決定すること。
- イ TCVB より提供する「アジア富裕層向け広告出稿におけるターゲット像」を参考に、以下のテーマ・切り口いずれかから訴求力が高いと思われるものに絞り（1つあるいは複数組み合わせることも可）、その理由も含め記事広告の内容を提案し、

TCVB と協議の上実施すること。

- (ア) まだ知られていない東京
- (イ) 新しい東京
- (ウ) 東京ならではの希少な体験
- (エ) 東京で楽しめるアート

ウ 記事広告の出稿に合わせて実施することで効果が見込めるプロモーション手法をTCVB と協議の上、実施すること。なお、(ア) ソーシャルメディアを活用した広告
は必ず実施すること。

- (ア) 各市場で代表的なソーシャルメディア等を活用した広告（誘導広告）
- (イ) 代表的な検索サイトにおけるバナー広告や検索連動型広告等（誘導広告）
- (ウ) その他、効果的な媒体の活用

(3) 効果測定及び実施報告

実施効果を把握するための効果測定の指標、手法、目標値等を提示の上、効果測定を行い、広告出稿の実施内容とともに結果をTCVB に報告すること。事業完了後、速やかに報告書を作成し、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

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。提出物の様式等については、下記(1)～(2)とすること。

(1) 委託完了届

別紙2「委託完了届」を提出すること。

(2) 実施報告書

A 4 で作成し紙1部、電子データ1部をCD-RまたはDVD-Rで納品すること。

※目次、体裁、提出期限等はTCVBと協議の上、決定する。

8 作成物に関する権利の帰属

本件委託により発生する成果物の著作権等の取扱いについては、別紙3「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」『1.4 著作権等の取扱い』に定めるところによる。

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あたって、関係法令、条例及び規則等を十分に遵守すること。
- (2) 別紙3「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。

10 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、この限りでない。

1.1 個人情報の保護

- (1) 受託者は、「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3「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) 本契約における個人情報とは、TCVB 職員を含め、本事業の遂行の関係者の氏名及びメールアドレス等を指すものとする。
- (3) 本事業実施にあたり、「10 第三者委託の禁止」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3「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

1.2 その他

- (1) 仕様書にない条件については、両者協議の上、決定する。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (4) 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。
- (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。
- (6) 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。

連絡先：公益財団法人東京観光財団 観光事業部 松本、村田、小西 Email : k.matsumoto@tcvb.or.jp
--