

仕 様 書

1 件名

令和2年度東京ブランドの推進業務における Instagram アカウント及びウェブキャンペーン等運營業務委託

2 履行場所

東京観光財団（以下「TCVB」という。）が指定する場所

3 委託期間

契約締結日翌日から令和3年3月31日まで

4 事業目的

東京都及びTCVBは、東京の持つ都市としての魅力をより印象的に発信するためのアイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」（以下「アイコン」という。）を活用し、「旅行地としての東京」の魅力を効果的に国内外に発信していく取組を行っている。

本事業では、平成26年に定めた「東京のブランディング戦略」に基づき、東京の魅力を国内外に発信していく公式Instagramアカウントの充実を図り、情報の発信及びInstagram等を活用したウェブキャンペーンの企画運営を行う。

5 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、「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」をコンセプトとして決定したアイコンにこめられたメッセージを深く理解の上、事業の企画・実施にあたること。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

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2015/01/DATA/20p1j701.pdf>

- ・ アイコンとキャッチフレーズについて

<https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/04/28/07.html>

（2）実施体制

受託者は本委託を効果的且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 更新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。

ウ 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。

エ 事業完了後、速やかに報告書を作成し、TCVB に提出すること。

オ 各広告媒体掲出先のポリシーや規定等を確認し、それぞれに応じた対応を行うこと。

(3) アカウントの運営について

ア 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。

イ 別紙1「電子情報処理委託に係る標準特記仕様書」を参照の上、サイバーセキュリティの確保に取り組むこと。

ウ 発信内容は、一般的なブラウザや、PC、スマートフォン、タブレット等の機器で支障なく閲覧可能なものとする。

エ コンテンツの発信にあたり、著作権・肖像権等の所在に十分な留意をすること。

(4) デザイン・構成について

ア ユーザビリティが高く、対象ユーザーが瞬時に理解できる発信内容を心掛けること。

イ 世界的なトレンドを取り入れた発信内容やデザインの導入を心がけること。

ウ スマートフォン及びタブレット等多様な電子機器からのアクセスに配慮したレスポンシブデザインとすること。特にスマートフォンからのアクセスを意識したデザイン・サイト構成とすること。

(5) 言語・翻訳の品質管理

ア 英語および日本語で発信すること。なお、英語での発信内容は、作成、翻訳、校正はネイティブ、またはネイティブレベルの原稿作成能力を有する者が行うこと。特に校正については、文法や語法を中心としたチェックに留まらず、英語が母国語である地域における文化的側面や実生活における言い回しなども考慮した校正を実施すること。

イ 機械翻訳は不可とし、文字化けやレイアウト崩れなどの不具合についてもチェックすること。

ウ 固有名詞の表現等については、TCVB の指示に従うこと。

エ 翻訳結果に対して問題があると TCVB が判断した場合は、再翻訳や翻訳者、ネイティブチェッカーの変更を指示することがある。

6 委託内容

6-1 Instagram アカウントの運営業務

(1) 目的とターゲット

Instagram アカウント (<https://www.instagram.com/tokyotokyooldmeetsnew/>) による情報発信を通じ、主に欧米豪を中心とした訪都外国人観光客・海外旅行検討層・訪日観光未検討層（まだ東京を旅行地として意識していない潜在顧客層）及び日本国民をターゲットとし、東京の多様な魅力や東京ブランドを理解してもらい興味関心を促すことを目的とする。

なお、令和2年度におけるオンライン広告配信エリア（予定）は以下のとおりである。

重点対象国：アメリカ、イギリス、オーストラリア、スペイン、ドイツ、カナダ

その他対象国：イタリア、フランス、中国、インドネシア、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インド、香港、台湾、韓国、シンガポール、タイ

新規対象国：アラブ首長国連邦、スイス、オランダ

(2) 引継について

直近の受託事業者からの運営引継を円滑に行うこと。

(3) 方向性と計画について

ア 写真や動画などのビジュアル面から、ターゲットユーザーの東京への興味関心を刺激する投稿を行うこと。

イ 投稿テキストは英語及び日本語とし、それらの併記を行うこと。英語テキストのターゲットは上記6の(1)に記載の日本国民以外、日本語テキストのターゲットは日本国民とし、それぞれをターゲットとする内容を発信すること。

ウ 更新スケジュール等を明らかにした計画書を月ごとに作成し、TCVBの承認を得ること。

エ 世界的な発信トレンドを常に捉え、機動的な情報発信を行うこと。月ごとの計画書に関わらず、随時、機動的な情報発信の提案を行うこと。発信に当たっては、他国・他都市の観光セクターによる発信の動向も注視し、踏まえること。

オ フォロワー数・ハッシュタグ「#TokyoTokyo」投稿数・閲覧数・リーチ数・インプレッション数・インタラクション数・エンゲージメント率（いいね数）の向上とともに、ファンの醸成を図ること。TCVBと協議の上、これらに関する目標値等の設定を行うこと。

カ フォロワー層の分析や上述の数値の解析を行い、他国・他都市の観光セクターによる発信状況と併せて、毎月報告を行うこと。現状の課題とその対策について適時提案をTCVBに対して行うこと。

キ 「#TokyoTokyo」について、ユーザーに対して利用の呼びかけを行うとともに、同ハッシュタグを付したユーザー生成コンテンツを積極的に投稿すること。

ク 世界的な新型コロナウイルスの感染拡大と渡航制限等の状況を踏まえ、情報発信のスタンスに十分な留意を行うこと。発信に当たっては、他国・他都市の観光セクターによる発信動向や最新トレンドを注視しながら、発信内容を検討すること。

ケ 運用にあたっては、日本政府観光局による『効果的な情報発信を行うための Instagram 運用ガイドライン』を参考とすること。

(https://www.jnto.go.jp/eng/download/index.html?utm_source=action&utm_medium=website&utm_campaign=InstagramGuideline_2019)

(4) コンテンツ

ア 更新頻度は、原則として1日1.5回以上とする。

イ フィード投稿、ストーリーズ投稿それぞれについて、適当な画像・動画データを作成し、テキストやスタンプの内容と併せて事前に TCVB の承認を得ること。

ウ フィード投稿はもとより、ストーリーズ投稿を積極的に活用し、リアルタイムでインタラクティブな情報発信を図ること。ハイライト欄についても整理を行い、効果的に活用すること。

エ 画像はもとより、動画を積極的に投稿し、訴求力の高い情報発信を行うこと。

オ 親しみやすい文体を用いるとともに、ストーリーズスタンプやコメント機能等を活用し、フォロワーとのインタラクティブなコミュニケーションを図ること。コメント等（ネガティブなものを含む）に対する対応方針を定めること。

カ ストーリーズ投稿にあたっては、現在ストーリーズスタンプトレイに格納されている「#MYTOKYOIS」スタンプ（3種）を積極的に活用すること。

(Facebook Japan 株式会社 リリース：

<https://about.fb.com/ja/news/2019/11/mytokyois/>)

キ 上述のとおり、「#TokyoTokyo」を付したユーザー生成コンテンツ（UGC）を積極的に投稿することで、効果的な認知度アップを図ること。なお、投稿にあたっては、事前に東京都及び TCVB による承認と、投稿者への確認を必ず行うこと。

ク TCVB より別途提供する素材、インスタグラマーの写真等を使用すること。投稿時のテキストは別途提案すること。その他、運用期間を通して投稿を行うための施策を提案し、TCVB の承認を得ることとする。

ケ ユーザー生成コンテンツ（UGC）・TCVB 提供素材以外の投稿コンテンツを複数企画し、提案を行うこと。企画内容は、ファンの獲得・醸成及び設定した目標値の達成に寄与し、世界的な新型コロナウイルス感染症拡大の状況を踏まえた内容を検討すること。フォロワーとのコミュニケーションを含むものが望ましい。

コ 上記のほか、TCVB の実施する事業について、TCVB より指示があり次第、随時情報発信を行うこと。

サ 投稿コンテンツには、季節感を考慮したものを積極的に取り入れること。

シ 投稿コンテンツは東京ブランド公式サイト (<https://tokyotokyo.jp/>) 等、都が有する他の WEB サイト・SNS 等へ転載することがあることを考慮すること。

ス 都が有する他のアカウントの投稿をシェアするなどの連携を想定しているため、適宜対応すること。

セ 必要に応じてプロフィール欄の更新・改善を行うこと。

(5) 目標設定及び効果測定

- ・ 前述の目標値等に関して効果測定を実施し、PDCA サイクルを実行すること。
- ・ 6 月から 10 月の中間報告をまとめ、11 月以降の運営指針を示す報告書を作成し、TCVB に提出すること。中間報告の結果を踏まえて想定される改善費用は、委託費用に含めること。

6-2 オンラインキャンペーンの実施業務

(1) 目的とターゲット

キャンペーンの実施を通じ、主に欧米豪を中心とした訪都外国人観光客・海外旅行検討層・訪日観光未検討層（まだ東京を旅行地として意識していない潜在顧客層）及び日本国民をターゲットとし、東京の多様な魅力や東京のブランドコンセプトを理解してもらうことを目的とする。

なお、令和 2 年度におけるオンライン広告配信エリア（予定）は 6-1（1）に記載のとおりである。

(2) 実施時期

可能な限り長期間のオンラインキャンペーンを提案し、実施すること。

(2) 内容

ア 写真・動画を活用したキャンペーン等、オンラインでの参加型キャンペーンを提案し、実施すること。キャンペーン内容の詳細は事前に提出し、TCVB の承認を得ることとする。なお、提案時には取組の概要、ターゲット、スケジュール、目標等を明示すること。

イ キャンペーン内容は、6-1 で運営する Instagram に関連し、フォロワー数・ハッシュタグ「#TokyoTokyo」投稿数の拡大等、設定した目標値の達成に資するものであることが望ましい。

ウ キャンペーン内容は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や国内外の移動規制等の状況を踏まえ、実施時期に照らして適切な内容とすること。東京への渡航が難しい状況においては、その状況を大いに考慮したコンセプトメイキングを行うこと。

エ 令和元年度に都が Instagram と共同で実施したキャンペーン「#MY TOKYO IS _____」のコンセプト及びクリエイティブを流用することも可とする。Instagram ストーリーズで使用可能な「#MYTOKYOIS」スタンプを活用することも可能である。

オ 東京ブランド公式サイト (<https://tokyotokyo.jp/>) 内に特設サイトを設置する場合は、当該サイト内に格納する素材を提供すること。東京ブランド公式サイト外に特設サイトを設置する場合は、サイト管理費等も経費に含めること。

カ コンテンツに誘導するネイティブ広告等を、利用者が閲覧しているサイト内に掲

載すること。誘導には Instagram 等のソーシャルメディア等も活用すること。また、掲載期間における広告表示回数を明確にすること。さらに、その他キャンペーン等閲覧数を増加させるための施策を目標数値（ページビュー、およびユニークユーザー数）、費用対効果等も含めて提案すること。誘導方法は、直帰率を下げ、特設サイトや記事広告の滞在時間や平均ページ閲覧数を上げる提案・手法が望ましい。

7 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。

(2) 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

A 4 で作成し紙 4 部、電子データを 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 と協議のうえ決定する。

※エクセル等を使用する場合には別紙として添付すること。

8 作成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。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、「1.1 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。

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。

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。

11 個人情報の保護

- (1) 受託者は、本契約の履行に当たり、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、本契約の履行に当たり、TCVBの保有する個人情報の取扱いについては、別紙1「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。
- (3) 受託者は、本契約の履行に関連する受託者独自の個人情報の取扱いについては、前記「電子情報処理委託に係る標準特記仕様書」の規定に準じて、個人情報の漏えい、滅失及びき損の防止その他の個人情報の適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。

12 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) 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) 契約満了もしくは契約解除に伴って発生する新規受託業者への業務引継ぎに関しては、契約期間中の業務履行に支障をきたさないことに留意するとともに、新規受託業者の業務履行に問題が発生しないように十分な対応を行うこと。また、汎用性のあるサイトを制作するとともに、権利関係や特殊費用の発生等が生じないように処置を行うこと。また、これらにかかる経費は、契約金額に含まれるものとする。
- (4) 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。
- (5) 天変地異、政治状況等の劇的な変化により、本事業又はその一部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。
- (6) 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。