

仕 様 書

1 件名

令和4年度 LGBTQ 関連広告出稿等の情報発信業務委託

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。

本事業では、LGBTQ 市場及び LGBTQ 富裕層旅行市場をターゲットとした雑誌媒体等での広告出稿等による情報発信を行う。LGBTQ フレンドリーな旅行先としての東京の認知向上とターゲットに訴求力のある都内コンテンツを魅力的に紹介することで、訪都旅行誘致に繋げるものとする。

3 契約期間

令和4年9月21日から令和5年3月31日まで

4 対象地域・ターゲット層

- ・対象地域について、LGBTQ 向けのプロモーションが最も有効である市場を提案し、TCVB と協議の上、決定すること。
- ・ターゲット層は LGBTQ 旅行者及び LGBTQ 富裕層旅行者とする。

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、平成29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、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 国内外のLGBTQ市場及びLGBTQ富裕層旅行市場に精通しており、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 新型コロナウイルス感染症（以下「感染症」という。）の感染拡大の影響なども踏まえ、Post/Withコロナ時代の傾向／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、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 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出すること。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。

- イ 記事広告及びプレスリリース原稿については、2 回程度 TCVB の校正を受け、制作・掲出、配信を行うこと。
- ウ 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。
- エ 感染症の状況や渡航等に関連する最新情報を収集・分析し、臨機応変に対応すること。また、世界的な感染症の感染拡大と渡航制限等の状況、他国・他都市の観光セクターによる発信の動向等を踏まえ、情報発信の内容やスタンスに十分留意し、感染症収束後を見据えた広告展開・情報発信を想定すること。なお、広告配信開始時期は令和 4 年 1 2 月以降を想定しているが、状況により前後する場合がある。
- オ 事業開始後に感染症拡大の影響で広告・情報発信等中止する可能性があるため TCVB の指示に従い対応すること。また、実施可能な取組を別途提案すること。
- カ 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とし、流入元がわかるようパラメータの付与等を行うこと。
- キ 広告・情報発信等の内容は各国の文化、宗教に配慮したものとすること。

(2) LGBTQ メディア等への広告出稿

- ア 受託者は「2 目的」に基づき、「4 対象地域・ターゲット層」で提案し決定した LGBTQ 市場に最適な雑誌媒体を提案し、2 誌程度で広告掲出を実施すること。
- イ 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。
- ウ 世界の LGBTQ 市場のトレンドやニーズについて分析等を行い、コロナ禍を経た旅行に対する人々のマインドの変化も踏まえながら、TCVB と協議の上、記事広告のテーマを設定すること。
- エ LGBTQ に関するトピックや富裕層事業全般に関わる内容、一般的な東京観光情報等を全体的に網羅する記事内容とすること。また、下記のようなトピックを組み合わせ、海外の LGBTQ 旅行者にとって訪都観光意欲を促進する内容かつ、LGBTQ フレンドリーな都内施設を複数取り上げる内容とすること。

なお、令和 4 年 9 月下旬頃を目途に LGBTQ フレンドリーな都内施設の一覧等を TCVB が提供した際は、紹介施設やトピックなどを TCVB と協議の上、必要に応じて記事に反映させること。

【トピックの一例】

1. LGBTQ 関連	ダイバーシティ (LGBTQ フレンドリー)
	東京都としての取組 (例：パートナーシップ宣誓制度)
2. 一般的な東京観光情報、 富裕層事業全般に関わる内容	最新スポット、トレンド
	伝統と革新
	アート、建築、食 等
	SDGs、サステナブル
	アウトドア
	ウェルネス

オ 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 による記事原稿の確認は記事掲載言語及び日本語の両方で行うため、原稿に対して内容の確認が可能な日本語訳を別途用意すること。

カ 広告の原稿作成にあたっては、TCVB と協議の上、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。

キ 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。

ク 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以下を参考に提案し、TCVB と協議の上、実施すること。

(ア) 媒体内での誘導施策 (サイト内誘導やオウンドソーシャルメディアでの投稿等)。

(イ) その他、効果的なプロモーション手法が可能であれば提案すること。

(3) ワイヤサービスを活用した情報発信

ア 主要なワイヤサービス等を使った東京の LGBTQ ツーリズムに関する情報発信を少なくとも1回実施し、プレスリリースで発信する内容の提案及び原稿作成、配信まで行うこと。

イ プレスリリースの言語は、配信先に対し最適と思われる言語とすること。なお、都・TCVB による記事原稿の確認は記事掲載言語及び日本語の両方で行うため、原稿に対して内容の確認が可能な日本語訳を別途用意すること。

ウ 原稿制作にあたり、写真の撮影を含めた取材費用や制作・配信に係る一切の経費は、本件の委託料に含めること。

エ プレスリリース発信後、可能な範囲で露出記事及びその広告換算額を一覧にまとめて報告するとともに、露出記事はPDF等保存可能な形式で納品すること。

(4) 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、広告出稿及びプレスリリース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

A4で作成し紙3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」『14 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。

11 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。

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) 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) 本委託においては、業務の履行にあたって、感染症の感染拡大防止に努めること。
- (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。
- (7) 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 村田、小西
Email : a.murata@tcvb.or.jp