

仕 様 書

第1 件名

令和5年度東京ブランドの推進業務における Instagram アカウント運営業務委託

第2 履行場所

公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）が指定する場所

第3 契約期間

令和5年4月1日から令和6年3月31日まで

第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※（以下「TTIG」という。）の充実を図り、情報の発信及び Instagram キャンペーンの企画運営を行うことで、東京の多様な魅力への興味・関心を高め、東京ブランドの理解を促進することを目的とする。

※TTIG URL : <https://www.instagram.com/tokyotokyooldmeetsnew/>

第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。

本事業の実施に当たっては、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、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

<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

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

- ・Tokyo Tokyo 公式 Web サイト（以下「東京ブランド公式サイト」という。）

<https://tokyotokyo.jp/>

（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。体制には、日本語と英語それぞれのネイティブライターを含めること。
- イ 英語による情報発信を適切且つ速やかに行うために、英語のネイティブスピーカー等と円滑で迅速なコミュニケーションが図れる体制を敷くこと。

(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べく、公平かつ専門的な視点をもって運営すること。
- 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。
- カ コンテンツの発信にあたり、著作権・肖像権等の所在について十分に留意すること。
- キ 本事業においてインフルエンサー等からの情報発信を行う場合は、対象国の法律・慣習などを確認の上、可能な限り該当する投稿についてプロモーションである旨を明示すること。

(4) デザイン・構成について

- ア Instagram の特性を踏まえて、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を積極的に導入すること。
- ウ Instagram アカウントからの情報発信に際しては、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・構成とすること。
- エ キャンペーンの実施等において Web サイトに情報を掲載する場合は、スマートフォン、タブレット及び PC 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。

(5) 使用言語及びライティングの品質管理について

- 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、校正をネイティブ、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て行うこと。
- イ 機械翻訳は不可とし、表示言語の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 と協議の上で決定すること。原則として、観光地の名称については、施設等の公式な表記に合わせる。また、東京の観光公式サイト (GO TOKYO) の記載も参考にすること。

- エ 英語及び日本語のライティングについて問題があると TCVB が判断した場合は、ライター、ネイティブチェッカーの変更について、TCVB との協議に基づき対応すること。

(6) 目標設定と計測について

TTIG 運営に際してフォロワー数の増加やリーチ、リアクション数等の目標値を設定し、効果測定を実施して、PDCA サイクルを実行すること。目標値の設定については根拠を明らかにして、TCVB と協議の上、決定すること。

なお、フォロワー数の増加については後述の項目 第6の3「フォロワー数増加を目的とした広告の配信」をふまえること。

(7) ターゲットについて

- ア 対象国（国名の前の「○」は、重要市場を表す。）

欧米豪：○アメリカ、○イギリス、○ドイツ、オーストラリア、フランス、スペイン、カナダ、イタリア

アジア：○中国、○韓国、香港、インド、台湾、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン、日本

- イ ターゲット層

訪都旅行関心層（リピーター含む）、海外旅行関心層、日本国民（都民含む）

- ウ 詳細なターゲット設定を行う場合は、TCVB と協議の上、決定することとする。

第6 委託内容

1 Instagram アカウント（TTIG）の運営

(1) 引継について

前年度の受託事業者からの運営引継を円滑に行うとともに、令和5年4月1日より投稿を開始すること。

(2) 投稿頻度について

原則として以下の頻度にて投稿を行う。ただし、Instagram の機能変更があった場合等は、TCVB と協議の上、機能と頻度について決定すること。なお、TCVB が画像素材及び投稿文を用意した投稿については、基本的にはカウントの対象外とする。

内容	頻度
フィードまたはリール投稿	1 日に 1 回程度 ※うち、リール投稿が月に 15 回程度になるようにすること
ストーリーズ投稿	月に 10 回程度

(3) 投稿の方向性について

- ア ユーザーの関心を高め、新規フォロワー獲得及びアカウント活性化のために効果

的な投稿スケジュールを立てて運営すること。

イ 写真や動画などのビジュアル面を重視して、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。

ウ 投稿時のテキストには、英語及び日本語を併記すること。

以下に記載のターゲット設定に適した内容を発信するために、英語と日本語のテキストをそれぞれの内容で作成すること。

・英語テキストのターゲット：「第5（7）ターゲットについて」に記載の国をはじめとする日本国民以外

・日本語テキストのターゲット：日本国民

エ 世界的な発信トレンドや Instagram の動向を常に把握し、機動的な情報発信を行うこと。Instagram のプレスリリースを随時確認する等、最新機能をはじめとする情報収集を継続的に行い、Instagram に新規機能が追加された場合は、それらを活用した発信の提案を積極的に行い、時流に応じた運用を行うこと。

オ フォロワー数、リーチ数・率、エンゲージメント数・率・ハッシュタグ「#TokyoTokyo」投稿数等の向上とともに、TTIG 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と計測を行うこと。

カ 「#TokyoTokyo」の利用をユーザーに呼びかけ、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活用すること。

キ 新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大と入国制限等の状況を踏まえ、情報発信時のスタンスに十分に留意すること。

ク 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』を参照すること。

※JNTO デジタルマーケティング ガイドライン集 URL

<https://www.jnto.go.jp/eng/download/index.html>

ケ 投稿する写真・動画の被写体及び映り込みの内容を慎重に確認し、必要に応じて掲載前に物件等の許諾を取得し、記録として残すこと。許諾申請の基準については、上記の日本政府観光局によるガイドラインを参考にするとともに、TCVB とも協議の上、適切に運用すること。

（４）運営スケジュールと報告について

ア 投稿スケジュール等を明記した運営計画書を月毎に作成し、TCVB の承認を得ること。日常的な投稿については、半月から 1 か月分程度をまとめて作成し、効率よく TCVB の事前確認や、物件許諾申請等を進めること。投稿前に、余裕をもって最終的な TCVB の承認を得られるスケジュール管理を心掛けること。

イ 世界的な発信トレンドや Instagram 機能設定の変化等に速やかに対応するために、運営計画を必要に応じて更新し、情報発信方法の調整を行うこと。

ウ 季節感のある投稿や時節柄タイムリーな投稿についても、上記アに記載の日常的な投稿のスケジュール管理と分けたスケジュール管理や投稿順の変更を行う等

により、柔軟に取り入れること。

エ 毎月の報告を以下の点を踏まえて行うこと。

- ・すべての投稿に関する詳細な数値。具体的な報告項目は TCVB と協議の上、決定すること。

例) リーチ数・率、エンゲージメント数・率、いいね数、コメント数、シェア数、ブックマーク数、インタラクション数、インプレッション数等

- ・フォロワーの推移及び目標値の計測と分析
- ・国内外の観光セクターによる発信状況
- ・現状の課題とその対策方法

オ 10 月頃を目途に、前半の運営状況を振り返り、改善すべき点あれば、提案すること。係る改善費用は、委託費用に含めること。

(5) コンテンツについて

ア 画像・動画データを用いた投稿コンテンツを作成し、テキスト、使用するスタンプや機能等、レイアウトデザインも含めて、投稿内容について事前に TCVB の承認を得ること。特に、ユーザーに訴求力の高いコンテンツである動画を積極的に活用する等、ユーザーの反応に応じて効果的なコンテンツの種類を選定して情報発信を行うこと。

イ 画像・動画には、ユーザー生成コンテンツ（以下「UGC」という。）を活用するとともに、新規撮影や画像素材の手配等により、運用期間全体において効率的且つ効果的に運用すること。

ウ 投稿文にはユーザーがコメントしたくなるような親しみやすい言い回しを用いるとともに、ストーリーズの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。

エ ストーリーズ投稿に当たっては、ユーザーのアクションを促すスタンプやストーリーズスタンプトレイに格納されている 3 種類の「#MY TOKYO IS _____」スタンプを積極的に活用すること。

※Meta 社リリース参照：<https://about.fb.com/ja/news/2019/11/mytokyois/>

オ 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。また、世界的に展開される観光関連のイベントや東京都内で開催される大規模なイベントにあわせて時節柄タイムリーな投稿を行うこと。この際、適宜投稿順の変更等を柔軟に対応すること。

カ 必要に応じてプロフィール欄の更新・改善を行うこと。

キ 投稿コンテンツは、東京ブランド公式サイト等、東京都及び TCVB が運営する他の 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。

(6) 写真素材の制作業務

ア 上記（5）で新規撮影した画像を含め、東京の観光地の写真 **100 枚程度**を高解像

度のデータ形式（jpeg、png、tif 形式）で納品すること。なお、同一の撮影地は 3 枚までとする。

イ 写真は、可能な限り東京都及び TCVB の他事業において二次使用が可能となるよう（半永久的に使用ができる状態が望ましい）、撮影先の許諾取得や写り込んだ人物等の画像処理等を行った上で納品すること。なお、写真の使用先として、以下を想定すること。

- ① 国内外の交通広告、屋外広告、雑誌、オンライン等の広告のビジュアル
- ② 広報用素材
- ③ カレンダーやポスター等の無償配布グッズ用素材
- ④ TCVB 及び東京観光レップ等が各国で出展する海外旅行博などでの東京の旅行地紹介
- ⑤ 東京ブランド公式サイトや SNS にて、撮影地の紹介

（7）UGC 投稿について

- ア 「#TokyoTokyo」を付した UGC を積極的に活用し、効果的に TTIG の認知度及びフォロワー数向上を図ること。上記第 6 の 1（2）「投稿頻度について」で示した投稿回数のうち、概ね半数程度を UGC 投稿とすることを想定しているが、TCVB と協議の上、適切な投稿回数の調整に柔軟に対応すること。
- イ UGC 投稿に当たっては、上記第 6 の 1（3）ケに記載の許諾を得るとともに、事前に DM 等により投稿者の許諾を得ること。許諾申請の際は英語・日本語による UGC 投稿に関する利用規約を提示すること。なお、利用規約は、受託決定後に提供する前年度内容を踏襲するとともに、必要に応じて内容を更新すること。
- ウ ユーザーへの許諾申請に際しては、東京ブランド公式サイト等、東京都及び TCVB が運営する他の Web サイト・SNS 等へ転載することがある点を考慮すること。
- エ UGC 投稿に当たっては、トリミング等の加工をユーザーに無断で行わないこと。

（8）他事業との連携

- ア 東京都及び TCVB が実施する他のプロモーション事業の PR も兼ねて、TCVB から別途、素材を提供することがある。提供素材を活用し、テキスト及びレイアウトデザイン作成等必要な対応をとること。
- イ 上記以外に、東京都及び TCVB の実施する事業について、TCVB との協議に基づき、随時情報発信を行うこと。
- ウ 東京都や TCVB が運営する他の観光振興アカウントの投稿を定期的にシェアするなど、相互のアカウント認知向上に向けた連携を提案すること。その他 TCVB からの連携依頼に適宜対応すること。
- エ 他事業において制作した投稿素材を TTIG アカウントにおいて展開する際は、効果的な運営のためにスケジュールの調整等必要な対応を行うこと。
- オ 現時点で予定している連携内容は以下のとおり。

① 東京ブランド公式サイトとの連携

東京ブランド公式サイトの新しいコンテンツを活用した投稿及び効果的なサイト誘引を図ること。掲載する素材については別途 TCVB より提示する。

② インフルエンサー招聘事業との連携

TCVB が起用したインフルエンサーが制作する映像を必要に応じ TTIG に格納するとともに、素材を活用して効果的なプロモーション連携を図ること。掲載する映像については別途 TCVB より提示する。

③ 「TAMASHIMA」アカウントとの連携

相互のアカウント活性化を図るための連携を図る。

・日本語：<https://www.instagram.com/tamashima.tokyo.jp/>

・英語：<https://www.instagram.com/tamashima.tokyo.en/>

④ 東京ブランド公式 SNS（Facebook、Twitter 等）アカウントとの連携

相互のアカウント活性化を図るための連携を図る。

・Facebook 日本語：<https://www.facebook.com/TokyoTokyoOldmeetsNewJa/>

・Facebook 英語：<https://www.facebook.com/TokyoTokyoOldmeetsNew/>

（9）コメント・DM 等の管理

ユーザーのリアクションに対する方針を定め、必要に応じて、不適切な言葉のフィルターや禁止語句の設定を行うこと。1 日に 1 回程度はコメント及び DM 等の内容を確認して対応すること。ネガティブコメント等迅速な対応が必要な場合は速やかに TCVB に状況を報告し、対応を協議すること。

（10）アカウントポリシーの管理について

法令を順守し適正に運営するためのアカウントポリシーを英語・日本語にて管理すること。本ポリシーは受託決定後に提供する前年度内容を踏襲するとともに、必要に応じて、適宜更新すること。

2 キャンペーン等の実施

「アカウントの活性化」及び「新たなユーザー層へのアプローチ」を目的として、インフルエンサーとの連携投稿企画等のキャンペーンを前述のそれぞれの目的につき各 1 回以上実施すること。オンラインによるユーザー参加型の企画や、双方向性を生かした工夫等があることが望ましい。他都市でのキャンペーン実績等も踏まえ、訴求効果の高い内容とすること。

（1）目的とターゲット設定及び目標設定と計測について

「第 4 事業目的」を踏まえて、本キャンペーン等実施における具体的な目的とターゲットを設定すること。目的を達成するために適切な目標値を設定し、実施効果を計測すること。

(2) 広告出稿について

キャンペーンを効果的に実施するための広告を出稿すること。
コンテンツに誘導するネイティブ広告を、利用者がよく閲覧しているサイトや SNS に掲出する等、適切な媒体及び出稿方法を選定すること。広告表示回数やキャンペーンコンテンツへの誘導数等、目標を設定し計測すること。

(3) 東京ブランド公式サイト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、サイト運営事業者に提供し、必要な対応をとること。特設サイトを別途設置する場合は、サイト管理に係る必要な経費も本委託費に含めること。

(4) 実施内容や時期等、事前に TCVB の承認を得ること。詳細なスケジュールを作成して進行すること。

3 フォロワー数増加を目的とした広告の配信

(1) 方針及び進行

費用対効果も踏まえて適切な出稿方法を選定し、詳細なスケジュールと目標設定及び計測を行うこと。定期的に TCVB に状況を報告し、広告手法・頻度・デザイン等の柔軟な見直しや追加措置等を図り、効果を最適化すること。

(2) 目標

令和5年3月31日時点のフォロワー数に対し、本項の広告配信により **60,000** フォロワー増 (増加数から減少数を引いた純増数として。みなし数値可)。

第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

受託者への支払は、委託完了届等による TCVB 担当者の検査終了後、受託者からの支払請求書に基づいて委託料を一括で支払うものとする。

2 完了報告と成果物の提出について

(1) 実施報告書

A4 で作成し、紙で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。

(2) その他

第6の1(6)写真データ、アカウントの管理に必要なその他データ

第8 作成物に関する権利の帰属

別紙「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」の「14 著作権等の取扱い」に記載の内容を踏まえて、著作権の取扱いに十分注意すること。

第 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。

第 10 第三者委託の禁止

本委託業務は、原則として第三者に委託させてはならない。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。

第 11 個人情報の保護

- 1 「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「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 本件における「個人情報」として、以下の事項を想定している。
 - (1) 本事業の遂行にあたり、許諾申請・問い合わせ対応・キャンペーン実施等を通じて得たユーザーの氏名/連絡先/メールアドレス など
 - (2) TCVB 職員を含め、本事業の遂行にあたる関係者の氏名/メールアドレスなど
 - (3) 他の情報と容易に照会でき、個人を識別可能な情報（IP アドレスなど）も同システムに格納されている場合においては、同様に個人情報とみなす。
- 3 本事業の遂行にあたり第 10 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、「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。
 - (1) 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
 - (2) 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書類

第 12 その他

- 1 本仕様書の解釈について疑義が生じた場合は TCVB と協議して決定する。
- 2 仕様書にない条件については、両者協議の上、決定する。また、その他条件が変更となることがあるが、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。権利関係や特殊費用の発生等が生じないような処置を行うこと。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 新型コロナウイルス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。
- 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 本事業は、令和 5 年度東京都予算が東京都議会において委託契約前に可決・成立し、令和 5 年度東京観光財団収支予算が令和 5 年 3 月 31 日までに東京観光財団評議員会で承認された場合において、令和 5 年 4 月 1 日に確定するものとする。

以 上

連絡先：公益財団法人東京観光財団 観光事業部 電 話：03-5579-2683
--