

仕 様 書

公益財団法人東京観光財団

第 1 件名

令和 5 年度 富裕層向けプロモーション推進業務委託

第 2 事業目的

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。

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・一部アジアを中心とした富裕層向け旅行商品・サービス（以下「コンテンツ」という。）及び、コンテンツを提供する都内事業者（以下「都内サプライヤー」という。）の発掘・開発推進、その他 Tokyo Luxury Authority 運営や人材育成等を行う。

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 業務概要

- 1 富裕層旅行・市場の把握
- 2 TOKYO LUXURY AUTHORITY (TLA) の企画・運営等
- 3 コンテンツ開発等
- 4 プロ人材の育成
- 5 活動報告

第 5 全体運営

- 1 ラグジュアリートラベル向け訴求ブランドイメージ

ターゲットとする富裕層は、これまでの調査結果から、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、令和 4 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。

2 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、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、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。）に込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。

【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>

【東京のブランディング戦略】

<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/plan/tourism/plan/branding/>

【アイコン公式 WEB サイト】

<https://tokyotokyo.jp>

3 実施体制

- (1) 欧米豪・一部アジアを中心とした富裕層旅行者、富裕層を多く顧客に持つ旅行エージェント（以下「トラベルデザイナー」という。）、都内サプライヤー等のニーズ、傾向、トレンド、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響なども踏まえて市場動向等を的確に捉え、各種業務を効率的且つ効果的に、着実に実施するための体制を整えること。なお、コロナ禍を経た富裕層旅行者のニーズについては、別途 TCVB が支給する富裕層像に関する資料も参考に事業を進行すること。
- (2) 本事業における実施体制を明確化し、パートナー会社や各種アドバイザー含め体制管理を徹底すること。
- (3) 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。
- (4) 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。

第6 実施内容

1 富裕層旅行・市場の把握

- (1) アドバイザーの設置・活動

ア アドバイザーの設置について

欧米豪・一部アジアを中心とした富裕層旅行者、それら富裕層を多く顧客に持つトラベルデザイナー、都内サプライヤー等のニーズ、傾向、トレンド、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響なども踏まえて市場動向等を的確に捉えるため、以下の条件を満たすアドバイザーを3名以上設置すること。

(ア) 富裕層の旅行先や旅程の選定に係る傾向やトレンド、及び、旅行先として東京に求めるものや、期待するものについて精通する者（トラベルデザイナー等）。

- (イ) 富裕層の日本国内の旅行手配や、その傾向、トレンド等に精通する者。(DMC 等)
- (ウ) 富裕層が東京／日本に到着した後の旅行手配や、その傾向、トレンド等に精通する者（ラグジュアリーホテルのコンシェルジュ等）。
- (エ) ラグジュアリートラベル向けのコンテンツや、それを保有する都内サプライヤーとの幅広いネットワークを有する者。
- (オ) ラグジュアリートラベル向けコンテンツの開発・運営に精通する者（商品・サービス開発コンサルタント等）。
- (カ) その他、業務を遂行する上で必要と思われるもの。

イ 活動への助言等及び市場レポートの作成について

本事業におけるアドバイザーの活動は、単なる情報や助言の提供に留まらず、企画・運営への積極的且つ綿密な関与があるものとする。また、アドバイザーからのヒアリングや、既存公表資料からの情報をまとめ、令和5年6月と令和6年3月上旬の2回、富裕層旅行に関する市場状況のレポートを作成すること。

2 TOKYO LUXURY AUTHORITY (TLA) の企画・運営等

都及びTCVBでは、ラグジュアリートラベル向けの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、令和4年末時点で43社の会員企業（ホテル13社、DMC9社、その他21社）が加盟している。TLAの活動について、以下のとおり企画し、TCVBの了承を得た上で実施すること。なお、TLAが東京にとって富裕層旅行市場プロモーションをけん引する組織として機能するよう、年間を通し求心力の強化を念頭に置いた活動内容とすること。

(1) 事務局の運営

下記(2)～(4)の活動の実施や、各種活動についての情報発信、加盟会員やその他都内サプライヤーからの問い合わせ先となる窓口等、必要なインフラを整備した上で、事務局機能を設置・運営すること。

なお、TLAの担うべき役割、方向性（短期・中期）、活動内容等について議論・検証を行い、活動方針や内容を明確化すること。また、「1 富裕層旅行・市場の把握」で設置したアドバイザー等、市場及び組織運営の知見を有する者等からTLA運営について適宜助言・支援を受けること。その他、TLAの会則や加盟審査方法、基準等の更新・改定を必要に応じて実施すること。

(2) TLA 会員管理及び加盟促進

- ア 新規会員の応募に応じ、年に最大4回程度TLA加盟審査委員会を実施すること。
- イ 既存会員について、会員会則に基づき管理を行うこと。
- ウ 東京を富裕層市場として打ち出す上で効果的と思われる事業者等に対し、TLA活動を紹介し加盟を促すこと。特に、最大5社程度の新規加盟を目標とし「3 コンテンツ開発等」に参画する可能性のある都内観光コンテンツ提供事業者等に対

する入会促進を行い、可能な限り当該事業において起用を試みることに。

(3) 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/>) について、以下を実施すること。

ア サイトの管理運営・保守

イ 掲載情報の更新（サイトの改善・コンテンツの拡充含む。）

(4) TLA 加盟会員を対象とした活動

ア 海外商談イベント等への共同出展・参加

都及び TCVB が出展予定の ILTM Cannes 2023 の東京ブース内に、TLA が加盟会員（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。

また、TLA は富裕層の個人旅行を手配するトラベルデザイナーのための総合窓口として、東京のラグジュアリートラベル全般についての情報提供や、ラグジュアリートラベル向けの都内サプライヤーの紹介、特別手配のサポートなど、加盟会員と共に様々な支援を行うことを念頭に、商談に必要な資料の制作や備品等の手配を行うこと。

その他、Connections Luxury 等 TCVB が関与する富裕層向けイベント・商談会等の共同参加者等募集を行う際には、TLA 会員からの取りまとめを行うこと。

イ TLA 会合等の開催

TLA 加盟会員への情報発信・提供や、TLA 加盟会員同士の情報交換及び交流促進等を目的としたイベントを、以下の点を踏まえて企画・実施すること。開催は 4 回程度とすること。

なお、原則リアル開催とするが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響等を考慮し、必要に応じてバーチャル（リアルと併用のハイブリッドも可）での開催も想定し実施すること。

また、TCVB が加盟するラグジュアリートラベル向けのネットワーク組織「Connections Luxury」と合同で、TLA 加盟会員への教育を目的としたウェビナーを年度内 1 回実施予定である。実施にあたり発生する Connections Luxury との調整を行うこと。

(ア)加盟会員間のネットワーキングやビジネスマッチングの促進

(イ)加盟会員が保有するコンテンツの情報共有

(ウ)国内外からゲストスピーカーを招聘したセミナーやパネルディスカッション等、ラグジュアリートラベル市場の最新市場動向の把握

(エ)加盟会員からのリクエストに応じた各種活動

(オ)各種イベント等を実施するための会場や備品等の手配

会場の選定は、ラグジュアリートラベル向けのベニューの活用や下記「3 コンテンツ開発・発信」のコンテンツの紹介に繋げる等工夫すること。

ウ 加盟会員向け情報発信

上記2（3）TLA オフィシャル WEB サイトの補完として、年4回程度、加盟会員向けのニュースレターを企画・制作し、配信すること。また、各種 TLA 会員向けの活動実施にあたり、参加募集やより多数の会員の参加促進のため、適宜一斉の案内メールや個別での案内を行うこと。

エ 加盟会員情報の整理・管理及び発信

TLA 事務局と加盟会員間や、加盟会員間の連携強化を目的に、加盟会員の基本情報やコンテンツ等の情報を整理・保管すること。また、定期的に更新した情報を、TLA オフィシャル WEB サイトや加盟会員向けニュースレター等を活用して組織内で共有すること。

オ 視察の実施

加盟会員が保有するコンテンツを中心とした、加盟会員間の小規模視察を企画・実施すること。

カ TLA 加盟会員対象効果測定・アンケート調査

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等の効果測定を行うこと。また、その他、TLA 活動において有用なアンケート調査やヒアリングを必要に応じて実施すること。なお、年度末においては、令和6年3月上旬頃にアンケート調査を実施すること。内容は令和3・4年度の実施内容と同等のものとする。

※ 令和3年度年度末アンケートは、約40社に対して取扱実績、問い合わせ状況、取組状況等、25設問程度

3 コンテンツ開発等

年度内に富裕層向け観光コンテンツとして以下の通り開発及び磨き上げを行うこと。

(1) 分野及びコンテンツ設定

建築、アートの他に富裕層旅行者にニーズが高い分野や昨今の富裕層向け観光トレンドから、東京にもあると望ましい分野（食／文化・歴史／伝統工芸／自然・アウトドア／ウェルネスなど）及び、テーマごとの富裕層向け観光コンテンツ例をターゲット像も含め提案し、TCVBと協議の上決定すること。最終的なコンテンツ案には最低1つ以上、家族で体験可能なコンテンツ案を含むこと。

※R4開発分野例：アート、伝統工芸、食、アウトドア・自然、ウェルネス、サステナブル

(2) エキスパートの起用及びアドバイザーの活用

3（1）で設定した各分野に精通するエキスパートを起用し、各コンテンツを富裕層旅行者向けに商品化すること。また、各コンテンツの富裕層旅行の商品化へ進めるにあたり、富裕層向けコンテンツの質の向上に向けたハンズオン支援や、海外トラベルデザイナーと日々商取引を行うアドバイザー等とも有機的にタッグを組むなど、効果

的に事業を遂行すること。

＜エキスパートについて（役割等）＞

各コンテンツと観光事業者の間を取り持つ役割を担う人材。コンテンツ単体では商品化が難しい場合、その人材のネットワークやノウハウを活用し、富裕層旅行向けに磨き上げることをイメージしている。その産業や地場で影響力・信頼があり、外部専門家（アドバイザー）のロジックもある程度理解できる橋渡しの存在。

（３） 開発・磨き上げのフロー

各分野のエキスパートと検討した１つのコンテンツ案に対し、以下の通り最低２回の視察及び１回のモニターツアーを経ることとするが、コンテンツによっては効果・効率の面で異なるアプローチが適する場合はその提案を妨げないものとする。

ア 視察においては原則エキスパート及び複数のアドバイザーの参加を前提とし、実施前と実施後に参加者からのフィードバックを得て視察内容の決定や改善を図り、モニターツアーを最適な内容にて実施ができるよう努めること。

イ モニターツアーの参加者は在日・海外外国人富裕層もしくは各コンテンツに想定されるターゲット像に近い者を参加させ、実施後にフィードバックを得ること。

ウ ３（５）を念頭に、実際のコンテンツ提供にあたってアドバイザー及びエキスパートと最適なコンテンツ提供形態を検討し、コンテンツの完成を目指すこと。その際、可能な限りターゲットに対して販売可能な価格帯も考慮した上で開発を行い、開発したコンテンツは予算に応じた提供内容や行程案等を複数案まとめること。

（４） TLA 会員との連携

開発にあたり、エキスパート、アドバイザーからの助言を得ながら可能な限り２

（２）ウにおいて新規加盟した事業者もしくは既存会員の保有施設・サービス等を試験的に視察等に組み込むこと。

（５） 開発後の商品化促進に向けた取り組み

将来的な商品化促進を狙いとして、今年度を含め当事業で起用したエキスパートや開発・磨き上げたコンテンツを TLA 活動において会員（特に DMC やホテル等）へ紹介する等、コンテンツ関係者、アドバイザー、TLA 会員等の富裕旅行取扱関係者との間での信頼性を高めネットワーク構築を促進するための取組を行うこと。

（その他取組例： コンテンツ体験や視察、意見交換会、プロセス確認会等）

（６） 開発コンテンツの PR に向けた記事化及び素材の整理

令和 6 年 3 月上旬を目途に開発コンテンツの魅力を紹介するための記事（写真を含む）を、TCVB と協議の上 3 件に絞り、以下の通り取材・撮影を含め制作すること。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](#)」や、今後制作する可能性のあるパンフレット等での使用を想定し制作すること。

ア 全体

- (ア) 富裕層やトラベルデザイナーの感性やニーズ・ウォンツを的確に捉え、情報的にも視覚的にも魅力的な記事となるよう制作すること。
- (イ) 制作に携わるライターやフォトグラファー、記事で取り上げるコンテンツやそのサプライヤーのクレジット表記は、原則的には行わないものとする。
- (ウ) 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）で編集・制作すること。原稿は英語ネイティブのライター（英語と日本語のネイティブ・バイリンガルが望ましい）が英語で作成し、アメリカ英語を母国語とする者によるネイティブチェックを別途実施すること。原稿を日本語で作成し、それを英語に翻訳する形はとらないものとする。
- (エ) 都・TCVBによる原稿の確認は英語と日本語の両方で行うため、言葉の表現を細部に渡って確認が可能な日本語訳を別途用意すること。
- (オ) 校正原稿はMS Wordで行い、英語原稿での構成（3回程度）、日本語訳付きでの校正（2回程度）、取材先との内容確認及び校正（1回程度）の流れで行うものとする。
- (カ) 原稿の校正を綿密に行い、特に名称、所在地、電話番号、地図、URL等の事実確認を徹底すること。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。

イ 取材・撮影

- (ア) 原則、全てのコンテンツで取材・撮影を実施することとし、TCVBから1名程度が同行することを前提に取材先とのスケジュール調整等を行うこと。
- (イ) 実績豊富なライターやフォトグラファー等を提案し、TCVBと協議の上選定すること。原稿の作成に必要な取材は、原則原稿を作成するライターが直接行うこと。ライターが取材に必要な日本語の語学力を有さない場合、細かな表現が可能な通訳を同行させる等、取材コンテンツの詳細が把握できる体制を整えること。
- (ウ) 使用する写真は、コンテンツの内容にあわせて撮り下ろすことを前提とし、記事ごとに内容の異なる写真を6枚以上使用するものとして余裕を持った枚数を撮影し、TCVBと協議した上で選定すること。
- (エ) 撮影では、旅行者を想起させる様なモデルをコンテンツ内容に合わせて2名以上（カップル、夫婦、友人、親子等を想定）提案し、手配すること。なお、過去に本事業での出演歴がないモデルの起用が望ましい。撮影の内容等にあわせ必要に応じてスタイリング等（服装、髪型など）を行うこと。新型コロナウイルス感染症の予防対策を徹底し、密な状態を避け適切なソーシャルディスタンスを確保した上で、基本的にマスクなしで撮影すること。ただ

し、一般客などの映り込みにおける密状態の写真や映像は使用しない、またはトリミング等を行うこと。

(オ)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）や、使用する写真を調整すること。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の使用を前提とすること。

(カ)記事の構成は以下の通りとし、文字量や、使用する写真は、以下のリンク先の記事を参考にする。

① 概要文（英語 30～50 語程度）

- ・ <https://timelesstokyo.com/ttd/lifestyle/index.html>
- ・ <https://timelesstokyo.com/ttd/history/index.html>

② 記事本体（英語 400～1000 語程度）

- ・ <https://timelesstokyo.com/ttd/lifestyle/tateisucanna.html>
- ・ <https://timelesstokyo.com/ttd/outdoor/mitakesan.html>

(キ)取材・撮影内容の変更が生じる場合は、その都度 TCVB と協議、調整すること。

ウ 納品

(ア)原稿データ

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。

(イ)写真データ

3（6）イ（ウ）で選定された写真の高解像度データ（tif、JPEG 等）と、1MB 以下の低容量データ（JPEG）の 2 種類を納品すること（画像は内容を整理し、1 記事あたり 20 枚程度とする）。記事ごとにフォルダを分けてデータを保存し、オンラインストレージ等での提出に加え、外付けドライブ等に格納して納品すること。

4 プロ人材の育成

都内における富裕層旅行者の受入体制の充実を図るため、第 6 の 1（1）で選定しているアドバイザーや富裕層旅行通訳ガイド経験者を活用し、以下の通りプロ人材（通訳案内士、ホテルコンシェルジュ、DMC 職員等）の育成等を行うこと。

(1) 都内事業者向け施策（DMC、ホテルコンシェルジュ）

都内事業者による東京の富裕層向けコンテンツの知識及び手配やツアーアレンジに係る技術の向上を目標に、旅行事業者のスタッフ及び、ホテルコンシェルジュ等を対象に以下を企画し実施すること。実施にあたっては業界の状況を考慮し、対象者が参加しやすい開催時期や実施形式を十分に検討すること。

ア 対象

TLA 会員を中心とした DMC スタッフやホテルコンシェルジュ（若手・中堅が望ましい）を通年で延べ 30 名程度を目標とし、選定すること。

イ 実施内容

令和 4 年度に実施したアート、伝統工芸の施策内容（TCVB より支給する別紙参照）を継続し提供するものとし、既に録画済みのアート、伝統工芸のエキスパートによる動画（各 1 時間程度）の閲覧と、分野ごとに半日程度の視察を実施すること。視察先（体験プログラム、アトラクション等）については各エキスパートと調整の上 TCVB に提案をし、TCVB の確認を得て確定すること。

また、アート、伝統工芸のエキスパートによる動画については、一部テロップの追加等編集が発生する可能性があるため、その費用も委託費用内に含めること。

ウ 規模（回数）

各分野（アート、伝統工芸）について、2～3 か所を訪問する形式（最大 2 時間程度）にて、日程を分けて実施すること。

エ アンケート

参加者からアンケートを提出させ、アンケートを取りまとめた報告書を作成すること。

（２） 通訳案内士等向け施策

富裕層旅行に対応可能な通訳案内士等を育成するため、令和 4 年度に TCVB が実施した講座内容（TCVB より支給する別紙を参照）をブラッシュアップし、以下のアからカを実施すること。参加者の選定にあたっては、都及び TCVB とともに連携して必要な連絡調整等を行うこと。また、各回の実施にあたり、講師の手配、視察コンテンツ提供事業者等との連絡調整及び、必要な会場、機材等の手配を行うこと。また、必要に応じ専門的知識を持つ業界団体等からアドバイスを受け講座内容の改善を図ること。

ア 対象

本事業のアドバイザーや TLA 会員から案内を受けた通訳案内士、富裕層旅行通訳ガイド経験者等（都が別途実施する通訳ガイドスキルアップ研修（<https://tokyoguide.info/apply/>）を修了し案内を受けた通訳案内士も可）を対象とする。育成人数は 20 名程度を想定している。

イ 参加者の募集選定及び連絡調整

TLA 会員向けの案内や業界関係者向け媒体等において、当育成講座の参加者募集を行うこと。応募多数の場合は抽選とし、参加が確定した応募者への通知及び開催までの連絡調整を行うこと。連絡調整にあたっては、事務局として連絡先電話番号、メールアドレス等を設置し、参加者からの問い合わせに対し適切なタイミングで対応できる体制を構築すること。

ウ 講師等の手配及び開催に向けた調整

講師は原則令和 4 年度と一部同じアドバイザー及び、富裕層旅行における実績の豊富な通訳案内士を起用しながら、後述するオ（ウ）の現地研修の実施にあたり必

要な講師がいれば新たに TCVB に提案・協議の上決定し、決定した講師と開催に向けて講義資料の準備や必要な連絡調整を行うこと。また、講師については以下の実施内容オ（ア）のみならず必要に応じオ（イ）（ウ）にも参加するものとし、特にオ（ウ）においては講評等を行うことを前提に参加調整を行うこと。

エ 対応言語

参加者の対応言語については英語に限らないものとする。講義内容や視察先については日本語での実施となるが、オ（ウ）の現地研修については可能な限り同じ言語ガイドの参加者をグループにして実施する等し、対応言語の偏りなく学べる場となるよう工夫すること。

オ 実施内容

（ア）座学講座

- ・半日程度の実施を想定しており、3 講座程度（1 講座 1 時間程度、計 3 ～ 4 時間程度）の構成とする。
- ・令和 4 年度に実施した座学内容（TCVB より支給する別紙を参照）をブラッシュアップし、富裕層市場の定義、事例紹介、富裕層旅行者が求めるもの等に関する座学講座を実施すること。

（イ）都内富裕層向けコンテンツ等の視察

- ・オ（ア）の座学講座に参加した通訳案内士について、各回 10 名程度のグループに分け、5 から 6 カ所程度（半日から一日程度を想定）の視察を実施すること。
- ・視察先はテーマ性を持たせ、普段アクセスしづらい富裕層向け観光コンテンツ提供先や富裕層旅行者からの需要が高い訪問先やラグジュアリーホテルを入れること。TLA 会員のコンテンツや、富裕層旅行者に需要の高い観光地、文化体験、ホテル等を基本とした視察ツアーを実施すること。
- ・また、別途 TCVB が企画・実施する富裕層向け施策への見学等の機会を提供する場合、参加を募ること。

（ウ）現地研修

- ・オ（ア）及びオ（イ）の受講者を対象とし、視察した訪問先を参加者がどのように説明するかといったワークショップ等の現地研修を行うこと。講師からの講評等を含め実施することとし、TCVB に提案し協議の上実施形式を決定すること。
- ・実施にあたっては、可能な限り同じ言語ごとにグループ分けを行い当該言語にて行うことを想定しているが、参加者の少ない言語や講師による講評が難しい言語については日本語での実施も可とする。

カ アンケート及び報告書の作成

参加者からアンケートを提出させ、アンケート結果を取りまとめた報告書を作成すること。

5 活動報告

上記 1～4 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、適宜報告すること。年度末には最終報告書を提出し、TCVB の承認を受けること。

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

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

(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 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。

(3) TLA オフィシャル Web サイト

ウェブサイトにある全ての情報、機能、言語及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。

第 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。

第 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、「第 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。

第 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 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 11 個人情報の保護

- 1 別紙 3 「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」を遵守すること。
- 2 本件における「個人情報」とは、本事業を遂行するために TCVB が収集・保管する情報のうち、TCVB 職員を含め、本事業の遂行の関係者の氏名／メールアドレスなどを指す。また、他の情報と容易に照会でき、個人を識別可能な情報（ユーザーID やアカウント名など）も同様に個人情報とみなす。
- 3 本事業の遂行にあたり第 8 「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、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、または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のいずれかを取得していること（あるいは今後取得予定であること）であることが望ましい。

第 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、業務委託内容を変更する。
- 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 本委託においては、業務の履行にあたって、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止に努めること。
- 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。

- 7 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。
- 8 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。

＜連絡先＞ 公益財団法人東京観光財団 観光事業部

担当： 中田・小西

電話：03-5579-2683