

## 仕様書

公益財団法人東京観光財団

### 第1 件名

平成29年度イギリス、スペイン、ドイツにおける旅行博出展等現地プロモーションに係る企画運営業務委託

### 第2 目的

公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という。）は、平成29年度イギリス、スペイン、ドイツから東京への旅行者誘致促進のため、旅行博出展や現地有力旅行会社及びメディア向けセミナー実施等の現地プロモーションを実施する。各種プロモーションにおいては、東京のブランディング戦略に基づいた、世界に選ばれる観光都市としての東京のイメージ浸透を図るべく最新情報や話題の観光スポット等の情報を積極的に発信するとともに、旅行会社に対しては、東京旅行商品の造成、販売意欲を高め、また一般消費者に対しては東京旅行意欲の喚起を図ることを重視し、それぞれに有効な手法を取り入れ、効果の測定も行う。

### 第3 契約期間

契約締結日の翌日から平成30年3月31日まで

### 第4 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、別紙1「東京のブランディング戦略会議及び報告書（概要）」のとおり、ブランドコンセプトを定めた。本プロモーション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、新たに決定した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。）にこめられたメッセージを深く理解の上、プロモーションの実施にあたること。なお、「東京のブランディング戦略」と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/2015/01/20p1j700.htm>

- ・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\\_01.html](http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/04/28/07_01.html)

#### 2 アイコンの活用について

- (1) 本仕様書にて規定する制作物については、特に指定のない限り、原則としてアイコンを使用したデザインを提案すること。なお、アイコンデータ等は、指名通知時に対象事業者へ別途提供する。

- (2) 東京のブランディング戦略の観点から、ブース装飾デザイン等、アイコンを利用した全ての制作物について、東京都が指定するクリエイティブディレクターが監修・確認を行う。確認に要する期間も考慮し、スケジュール作成には十分な余裕を持つこと。

### 3 イラストや写真等の素材について

提案の各制作物で使用するイラスト、写真等の素材について購入、作成、使用許可等に係る経費は全て見積りに含めること。なお、TCVB で管理している写真素材（オフィシャルウェブサイト GO TOKYO <http://www.gotokyo.org/photo/ja/index> 参照）については、自由に使用可能だが、それ以外についても積極的な提案が望まれる。

### 4 留意事項

受託者は本委託実施にあたって、以下の点に留意すること。

- (1) 現地の雇用やイベント、広告等実施に関する法令等を遵守すること。
- (2) 運営に際しては、現地旅行博主催者、ジャパン・パビリオン運営主体である日本政府観光局（JNTO）及びその指定事業者とも協議・協力の上、事業を実施すること。

## 第5 全体スケジュール及び出展予定旅行博概要

	イギリス	スペイン	ドイツ
名称	World Travel Market 2017 London (以下「WTM」という。)	Feria Internacional de Turismo 2018 (以下「FITUR」という。)	ITB Berlin 2018 (以下「ITB」という。)
日程	平成 29 年 11 月 6 日 (月) から 8 日 (水) まで 3 日間	平成 30 年 1 月 17 日 (水) から 21 日 (日) まで 5 日間	平成 30 年 3 月 7 日 (水) から 11 日 (日) まで 5 日間
会場	ExCeL London	Feria de Madrid	Messe Berlin
出展面積	45 m <sup>2</sup> 程度 (別紙 2「東京ブースレイアウトイメージ」①参照)	45 m <sup>2</sup> 程度 (別紙 2「東京ブースレイアウトイメージ」②参照)	50 m <sup>2</sup> 程度 (別紙 2「東京ブースレイアウトイメージ」③参照)

※各旅行博主催者に対し、TCVB より直接出展の申込みを行い、出展料は TCVB が負担する。

※出展スペース確定後、出展面積が上記と異なる場合には受託者と協議を行う。

※会場はローズペース（床面のみ）を確保しているが、変更になる可能性がある。

## 第6 委託業務内容

### 1 実施体制及びスケジュールについて

- (1) 東京及び各市場での実施体制を明確化すること。なお、パートナー会社・現地雇用含め、体制管理を徹底すること。
- (2) 現地の最新情勢・動向に細心の注意を払い、それらに配慮した企画提案、臨機応変に対応できる実施体制を整えること。

(3) 東京都はロンドン、マドリード、ミュンヘンにおいて、旅行者誘致のセールス拠点として平成29年度、通年で東京観光レップ（以下、「レップ」という。）を設置している。各旅行博において、必要に応じてレップと連携を行うこと。なお、以下の業務内容についてレップはアドバイス、サポートを行う。

- ア レップの現地ネットワークを活用した観光セミナーの集客
- イ 出展当日のアテンド
- ウ その他必要に応じたサポート

※レップの連絡先等については、TCVB より後日受託者へ通知する。

(4) 進捗状況の管理： 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たてること。また、履行に当たっては、進捗状況を綿密に報告し、原則各工程で2回程度TCVBへ確認を行い、都度修正指示等に従うこと。

(5) 業務全般において、企画提案をTCVBと行い協議・報告し、承認を得て事業執行すること。

## 2 旅行博出展について

イギリス、スペイン、ドイツの各旅行博出展に係るブース設営、ブース運営及びアトラクション実施、共同出展者対応、効果測定、記録及び報告書作成等の業務を実施すること。

### (1) ブース設営業務内容

開催国の人々の嗜好を意識し、東京観光のPRに相応しいブースを設計・施工すること。

#### ア 基本事項

- (ア) 上記第4の1の実施コンセプトに基づいたブースデザインとすること。また、アイコン、東京都・東京観光財団名の表記（英語）及びそれぞれのロゴを、ブースデザインに取り入れること。
- (イ) ARやサイネージなど最先端テクノロジーを活かすなど、インパクト、欧州における各市場の特性やトレンド、来場者を意識し、かつアイコンとキャッチフレーズにこめられたメッセージを有効に使うことによって、東京観光PRに相応しいブースを提案すること。展示物はレンタル等、既存のものの使用も可とする。
- (ウ) 各市場、各日程の来場者にあわせて、カウンターの位置や来場者の動線を意識したブースデザインを提案すること。
- (エ) 魅力的な東京をアピールする観光スポット等の写真をブース壁面に取り入れること。その際、会場全体からも東京ブースが目立つような仕掛けを取り入れ、集客を図るための工夫をすること。
- (オ) ブース内に可能な限りストックスペースを設けること。（施錠可能であることが望ましい）なお、インフォメーションカウンター内部をストックスペースとして利用することも可能とする（十分な広さが保てる場合）。
- (カ) 目立つところに大型モニターを1台以上、セミナー用にモニター1台以上、計2台以上（ブーススペースを考慮の上、可能な限り大きなサイズ）含めること。また、提案内容にあわせて、必要な音響設備を整えること。

- (キ) 東京ブーススペース内には、確定後のブーススペースに応じてブース内イベントスペースを設置すること。
- (ク) 各市場、旅行会社、メディア向けに商談ブースを別途設置すること。なお、一般向けの開催日は撤去しスペースを確保する等工夫をすること。
- (ケ) ブースデザインについては、各共同出展者（都内の希望事業者。別途申込み受付にて決定）用カウンター等のスペースも確保の上、設計を行うこと。共同出展者は、各市場3～5社程度を想定。

#### イ 連絡、調整

施工、設営に向けて、必要に応じて開催会場の設営等ができる現地事業者を選定し、トラブルがないよう準備し、進行すること。特に出展共通ルール等の認識合わせに留意し、ブース設置から撤去までの必要な管理を行うこと。施工者用パスについては必要枚数を手配し、その費用は本委託経費内に含むものとする。

#### ウ 備品等手配

ブース設営から会期中の運営において必要な備品等を手配すること。

#### エ 直前確認

各旅行博の会期初日の前日夕刻にTCVBが現場で設営、各種準備状況の確認を行うので、担当者も立ち会うこと。

#### オ 出展者用パスについて

出展者用パスについては、TCVBが負担する出展料に含まれる基本枚数以外については、必要な枚数を手配すること（TCVB分で最大12名分程度（スタッフ2名＋共同出展者最大10名程度。共同出展者決定後、数量を決定）を想定）。手配に要する経費は、本委託経費内に含むものとする。

### (2) ブース運営及びブース内イベント実施業務内容

#### ア 東京観光パンフレット等の配布

ノベルティ及び東京観光パンフレット類を、効率的に来場者へ配布すること。

#### イ 資料管理等

TCVB、共同出展者及び資料参加者が発送した資料荷物を旅行博会場で確実に受け取り、それらをブース内で適切に整理、管理すること。

#### ウ 東京観光への問合せ対応

来場者からの質問、相談に対応すること。なお、その場で情報確認、検索等ができるようパソコンまたはタブレットを用意し、インターネット接続環境を整えること。

#### エ ブース内観光セミナーの実施

東京への旅行意欲を喚起すると同時に「東京ブランド」の浸透、東京の最新観光情報等についてPRを図るため、現地の旅行会社やメディア（BtoB）を対象としたブース内観光セミナー（軽食提供等を含むレセプション1回を含む）と一般消費者（BtoC）を対象としたセミナーをそれぞれ提案すること。（WTMはBtoBのみ）提案に際しては、セミナーのコンセプト、実施概要（回数、1回あたりの時間、想定参加人数等）の詳細説明を

添えること。なお、BtoB と BtoC のセミナー講師は同一講師でも可とするが、集客や各市場の特性に沿った効果的な工夫(著名なブロガー、ライター、セミナー司会者等の起用)を提案し行うこと。

オ プレゼンテーション資料の制作、翻訳

セミナーで使用するプレゼンテーション資料の目次を提案すること。ただし、詳細については受託者決定後、議事進行台本と合わせ、TCVB と協議の上日本語で内容をかため、二回程の校正を経て英語 (WTM)、スペイン語 (FITUR)、ドイツ語 (ITB) へ翻訳すること。

カ アトラクションの実施

各市場特性を反映した良質なブース設計と連動して、独自性があり、来場者を惹きつけ、東京旅行意欲を喚起するようなアトラクションを実施すること。(エンターテイメントの要素を取り入れた、文化体験等が望ましい) 実施内容及びスケジュールは、開催日の来場対象者・嗜好を踏まえること。なお、提案に際してはアトラクションのコンセプト、実施回数、想定参加人数等の詳細説明を加えること(各旅行博で同内容のアトラクションを実施することも可とする)。

キ イベント会場内告知

東京ブースで実施するセミナーやアトラクション等のイベントを会場内で告知するため、全日程のイベントスケジュールを記載した看板設置等、来場者にわかりやすいものを制作しブース内に掲示すること。

ク 来場者アンケートの作成、回収及び回答内容の翻訳

下記第6の2(4)に連動した来場者用アンケートを作成すること(翻訳・印刷含む)。アンケートのサンプル数は100人/日以上とし、これを達成できる企画やタイムスケジュール等を設定し、アンケートの回収数及び回収率が上がる様な効果的な手法で実施すること。なお、アンケートはBtoB と BtoC とを分けて実施し、回収したアンケートの回答内容について日本語に翻訳して結果を集計・分析し、TCVB に提出すること。

ケ 来場者数の計測

東京ブースを訪れた来場者数を計測し、出展日ごとの来場者数を各終了時間に速報値としてTCVB に報告すること。また、東京ブースの総来場者数を出展終了後速やかにTCVB に提出すること。

コ 通訳及び運営スタッフの手配

提案内容に則し、通訳が可能なセミナー司会者、及び着物着用カウンタースタッフを含む運営スタッフを、それぞれの業務における必要人数と担当割りを明確にし、手配すること。なお、日本語と各言語(WTM: 英語、FITUR: スペイン語、ITB: ドイツ語)の両言語に堪能な者(FITUR、ITBについては英語もできれば望ましい)を少なくとも2名含めること。なお、通訳及びブース対応スタッフは、東京について一定程度の知識を保有し、旅行博等類似のイベントでの経験があるものが望ましい。

(3) 共同出展者対応業務

#### ア 共同出展者募集

東京ブース内に TCVB の賛助会員を中心とした共同出展者及び資料配布を行う資料参加者を募集すること。共同出展者数・資料参加者数、及びその選出については、TCVB と協議のうえ決定すること。なお、共同出展者の出展料及び資料参加料については決まり次第連絡する。

※共同出展料及び資料参加料は、旅行博終了後、TCVB から参加事業者へ直接請求を行う。

#### イ 共同出展者管理及び支援

決定した共同出展者の情報等を取りまとめ、共同出展に必要な調整を行うこと。また、旅行博に係る現地情報や、旅行博運営事務局から提供される情報やサービス等、旅行博出展に向けて有益となる情報を集約し、適宜提供すること。

#### ウ 共同出展者資料

東京ブース内に掲出、設置する共同出展者資料（ポスター、パンフレット、施設/事業紹介動画等）に関し、TCVB の指示に基づき、各事業者から受領のうえ、東京ブース内に適切に配置、または来場者への配布等を行うこと。

#### (4) 効果測定業務内容

旅行博出展の効果を把握するため、具体的な効果測定方法で実施すること。

#### (5) 記録及び報告書作成業務内容

会期中、適宜写真撮影等を行い、会場の様子がわかる画像及び効果測定結果を含む報告書を作成すること。

### 3 各旅行博におけるプロモーション

開催国の潜在訪都旅行者層向けに東京のブース出展を契機とした広告を掲出するため、以下の業務を行うこと。

#### (1) 対象となる媒体

ア 出展告知広告：各市場複数とし、出展することを告知しブースへの誘導を図ること。

イ 出展契機広告：各市場複数とし、出展を契機とし、各市場で東京ブランドのイメージ浸透や、東京への旅行意欲喚起を図ること。

#### (2) 媒体の提案

旅行博オフィシャルガイド（プログラム）、現地の有力媒体や会場内のPR広告等から、高い広告効果の見込まれるものを、上記第6の3（1）の対象をそれぞれ複数選定し、その概要を次のポイントで整理し、選定理由を添えて提案すること。

ア 影響力：販売/流通部数/ページビュー等

イ 広告対象：購読者層/閲覧者層等

ウ 広告枠、広告方式：広告掲出面積、ページネーション等

エ 広告掲出期間：掲出日程、日数等

オ BtoB、BtoC 向け等の主なターゲット、訴求内容等

※出展告知広告掲出期間については、オフィシャルガイドの場合は各旅行博当日、その他広告媒体の場合は原則として開催日を含めた最適な日程を提案すること。

※提案する媒体によっては、タイアップ等の記事広告を含めることも可能とする。

### (3) 広告デザイン、制作等

デザイン、原稿、キャッチコピー等を対象市場における広告媒体毎に閲覧者の特性を踏まえ提案すること。なお、内容については、来場促進及び訪都促進につながるよう以下の項目について十分留意すること。

#### ア コンセプト

- ・東京ブランドのブランドイメージを理解し、東京の観光プロモーションにおいて相応しい媒体とすること。
- ・東京ブランドをPRすると同時に、東京の観光デステネーションとしての魅力を発信すること。
- ・閲覧者の特性を踏まえ、訪都意欲の向上に繋がるものとする。

#### イ キャッチコピー等の表現

- ・対象市場の公用語を母国語若しくは同等レベルとする者から監修を受け、閲覧者にとって違和感のない表現とすること。
- ・閲覧者の使用言語の特性を理解し、魅力的かつ印象的な表現とすること。

#### ウ デザイン

- ・東京ブランドのコンセプトを的確に表現したデザインとすること。
- ・対象市場の特性を理解し、閲覧者にとって魅力的かつ印象的なデザイン表現が可能な者の監修を受けること。
- ・東京の魅力が強く対象市場の閲覧者に伝わる写真やグラフィックを用いること。また、使用する写真やグラフィックの手配については受託者が行い、著作権料使用料等については受託者が負担すること。

### (4) 校正

最低2回以上 TCVB の校正を受けること。

### (5) その他

本事業の途中で掲載予定紙の廃刊等により、やむを得ず媒体の変更を行う場合は、TCVB の承認を受けると共に、代替の媒体を提案すること。ただし、掲出形式については変更しないこととし、詳細は TCVB と協議すること。

## 4 印刷物等の輸送・受領確認・管理等について

- (1) 別紙3「欧州旅行博における現地への送付物一覧」のとおり東京都及びTCVBが別途支給する印刷物、ノベルティ等を、各旅行博開催日前日までに遅滞なく現地東京ブースへ輸送し、受領確認のうえ、期間中管理すること。
- (2) 輸送にかかる費用（受託者が担う諸手続きの手数料等を含む）の参考見積りを別途提出すること。ただし、再委託を予定している場合は、再委託先名を明記すること。
- (3) 前述（2）における再委託先について、TCVBが一般的な業界の相場を逸する事業者であると判断した場合、再提案を命じることができるものとする。
- (4) 輸送物の内容、個数について変更することがある。その際、必要に応じて速やかに輸送

費用の再見積を手配し、TCVBに案内すること。

(5) 費用については、旅行博終了後、(4)における変更や関税等の増減を反映した実費により精算する。

(6) 共同出展者の輸送物に関しても、期日や輸送方法等の指示を含め、遅延・不達ないように注意喚起を行い、確実に輸送できるようサポートすること。

## 5 ノベルティの製作について

各旅行博において、旅行博等来場者に今後の東京旅行への関心を喚起し、また現地旅行会社に東京旅行商品販売の動機付け・販売促進を図るべく、両市場の特性を踏まえ、候補を複数案提示した上で、以下の要領でノベルティを4種類以上製作すること。

### (1) 製作物の種類、数量

分類	製作物の種類	数量 (イギリス)	数量 (スペイン)	数量 (ドイツ)
旅行博来場者向けギブアウェイ	① 旅行博中に実施する、来場者アンケート回答者向け記念品	300 以上	300 以上	300 以上
	② イベントでのプライズ品等を想定	300 以上	300 以上	300 以上
現地旅行会社及びメディア向けセミナー用ノベルティ	③ 旅行会社及びメディアへの配布用記念品	300 以上	300 以上	300 以上
	④ USB (東京関連データ入り)	300 個以上	300 個以上	300 個以上

※詳細は受託者決定後に調整する。

※②はブース内イベントの企画などにあわせて、複数の種類に分けることも提案可能。

※④のUSBにはTokyoの名入れ(アイコン等)をすることが望ましい。

### (2) 製作物に関する注意事項

ア まとまった数量の保管や輸送に配慮した物品を製作すること。

イ 食品等期限があるものは不可とする。

ウ オリジナル名入れを含む、東京を想起しやすいデザインを採用すること。

エ 既存の東京ブランドグッズ(ボールペン、メモ帳、クリアファイル、ビニールバッグ、ステッカー及びスタッフ用ユニフォーム等)と重複しない品目とすること。

オ 原則各国ごとの製作とするが、物品が各国共通で喜ばれるものであれば、各国共通として1種類の製作も可とする(ただし、上記のとおり、異なる用途にて2分類は必ず製作のこと)。

カ TCVBからの要望に応じ、サンプルを提示すること。

(3) 製作物の納品、輸送スキーム等

ア 製作物の生産国は問わないが、受託者の責任のもと、TCVB の指定する場所へ納品までの  
確実な輸送方法を採用すること。

イ 製作物の納品地までの輸送にかかる費用は、受託者の負担とし、見積もりに含むものとする。

第7 完了報告と契約代金の支払い

契約代金の支払いは原則以下の業務分類において最大3回までとする。なお、都度報告会を実施し、TCVB の承認をもって請求書を発行すること。一括支払いを希望する場合には、No.3 の I T B 後にまとめることができるが、報告会の実施及び委託（一部）完了届等書類の提出についてはその都度とする。

1 業務分類と請求範囲

No.	内容	報告書提出時期	提出物等	請求範囲
1	WTM 関連業務	WTM終了後、報告会の実施及び提出物がそろい次第	市場ごとに以下を提出すること。 ① 委託（一部）完了届 ② 実施報告書 ③ 制作物等のデザインデータ	WTMに係る仕様書第6の全業務経費
2	F I T U R 関連業務	F I T U R 終了後、報告会の実施及び提出物がそろい次第		F I T U R に係る仕様書第6の全業務経費
3	I T B 関連業務	I T B 終了後、報告会の実施及び提出物がそろい次第		未払いの経費全額

2 提出物の形式等

(1) 委託（一部）完了届

別紙4参照のこと。

(2) 実施報告書（各2部）

A4 版縦、横書きカラー、MS ワード

※目次、体裁等はTCVB と協議のうえ決定する。

※効果測定結果等を含む。エクセル、パワーポイント等を使用する場合には別紙として添付すること。

(3) ブース装飾、広告等の制作物デザインデータ

pdf データ及び編集可能なデータ（拡張子 eps、ai 等）

第8 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・肖像権等（以下、「著作権等」という。）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等は、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。なお、TCVBは、成果物を当該事業以外で使用する場合があります。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、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 その他、著作権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上、決定するものとする。

#### 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。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11 個人情報の保護

別紙5「個人情報に関する特記事項」を遵守すること。

#### 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 その他手配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 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 天変地異、政治状況の劇的な変化により、本事業を中止する場合があります。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。