

令和8年度「東京の魅力発信プロジェクト」質問回答

該当箇所	質問内容	回答
募集要項 1 目的 2 概要 3 募集内容 (1) 企画提案内容及び、別紙6	本事業の対象である「訪都外国人旅行者等」には、日本国内在住の外国人も含まれるのか？また、日本国内居住者が一定参加・閲覧する企画であっても、主たる訴求対象が訪都外国人旅行者等であれば応募可能ということか？貴財団が想定されている外国人旅行者と日本人旅行者の提案のウエイトについて知りたい（例：6対4、7対3など）。	日本国内在住の外国人の参加は妨げない。波及効果として定めている「訴求ターゲット 2,500人以上」は、訪都外国人旅行者等を想定したものである。この要件を満たすことができれば、事業・活動に参加する訪都外国人旅行者とそれ以外の人数の比率は問わない。
募集要項 1 目的 2 概要 3 募集内容 (1) 企画提案内容及び、別紙6	「訪都外国人旅行者」への訴求のため、日本語のみならず多言語での提案が求められているという認識でよいか？日本語・英語の二言語のほか、その他言語での訴求も必要か？	他言語対応については、事業の内容や訴求するターゲット等に応じて、適した言語や言語数の選定を求める。
募集要項 1 目的 2 概要 3 募集内容 (1) 企画提案内容及び、別紙6	旅行や鉄道を意識した提案を検討しているが、特に鉄道に関連した施策提案についてどのように考えているか？	鉄道に限らず、特定のテーマ、ジャンル、コンテンツ等を他よりも評価することなどは行っていない。
募集要項	『別紙1「過去3年間の採択実績について」を参照の上、	「視点が異なる事業内容」か否かについては、企画内容の

<p>3 募集内容 (1) 企画提案内容</p>	<p>当プロジェクトにおいて過去3年間に実施したイベント等と視点が異なる事業内容、訴求ターゲットとしてください。』とあるが、「視点が異なる事業内容」について、イベントの枠組みは同じだが、訴求するコンテンツや企画が異なれば採択可能という理解でよいか？具体的には、過去に採択された事業と枠組みは同一だが、コンテンツとなる飲食店やその企画メニューが異なる場合に採択対象となるか？</p>	<p>詳細を確認したうえでの総合的な判断となるため、現時点では、明確な回答はできない。</p>
<p>募集要項 3 募集内容 (1) 企画提案内容</p>	<p>『別紙1「過去3年間の採択実績について」を参照の上、当プロジェクトにおいて過去3年間に実施したイベント等と視点が異なる事業内容、訴求ターゲットとしてください。』とあるが、「視点が異なる事業内容」の判断にあたり、特に重視される要素があれば知りたい。例えば、主たるターゲット、実施手法、体験内容、周遊性、発信チャネル、参加店舗の選定軸等のうち、どの要素の違いが重視されるかを確認したい。</p>	<p>過去の事業内容と視点が異なるか否かについては、企画内容の詳細を確認したうえでの総合的に判断となるため、現時点では、明確な回答はできない。</p>
<p>募集要項 3 募集内容 (1) 企画提案内容</p>	<p>『アイコンのメッセージ「江戸から続く伝統と最先端の文化が共存している東京の魅力」を訪都外国人旅行者等に対して訴求した提案とすること。』とあるが、「訪都外国人旅行者等」の「等」には東京都民や日本人も含まれるのか？或いは、訪都外国人旅行者向けに限定した企画やプロモーションの提案が必要か？</p>	<p>東京都民を含む日本国内在住の方の参加は妨げない。</p>
<p>募集要項 3 募集内容</p>	<p>他事業者と共同して提案することはできないとのことだが、1社を応募主体として申請し、他の事業者は連携先とし</p>	<p>申請する事業を実施する上で必要となる業務の一部を、複数社の中から選定した第三者からに業務委託するこ</p>

<p>(2) 応募主体及び、よくある質問</p>	<p>て体制図に記載の上、採択後に個別契約等により役務提供を受ける実施体制は可能か？またその場合はスタートアップとの連携も可能か？</p>	<p>とは可能。但し、その業務委託料が拠出金の対象となるか否かについて、その内容や金額等の妥当性に応じて、事業完了後に判断されるものとなる。業務委託先の規模や業態は問わない。</p>
<p>募集要項 6 応募方法 (1) 提出書類及び、よくある質問</p>	<p>「他事業者と共同して提案することは出来ません。」とあり、共同提案が不可である一方で、協力先・連携先（例：予約プラットフォーム、ホテル、観光団体、飲食関連団体等）と連携して事業を実施すること自体は可能か？可能な場合、応募書類上は協力先・委託先・後援先等として記載する理解でよいか？</p>	<p>申請する事業を実施する上で必要となる業務の内の一部を、複数社の中から選定した第三者からに業務委託することは可能。但し、その業務委託料が拠出金の対象となるか否かについて、その内容や金額等の妥当性に応じて、事業完了後に判断されるものとなる。</p>
<p>募集要項 6 応募方法 (3) その他</p>	<p>『応募にあたり、必ず応募書類の提出前に「アイコン」の利用者登録を行ってください。』とあるが、昨年、利用者登録を行っているが、その場合でも新たに登録する必要はあるか？</p>	<p>過年度に登録済みであれば、新たな申請は不要。</p>
<p>募集要項 6 応募方法 (3) その他 10 事業実施における主な留意点 及び、別紙5</p>	<p>応募主体と、実際に制作・配信等を担う連携先が異なる場合、東京ブランドアイコンの利用者登録及び利用許諾申請は、どの主体が行うべきか？</p>	<p>利用者登録については、応募主体及びすべての応募主体の連携先が必要となる。また、利用許諾申請については、採択後ご案内予定である。</p>
<p>募集要項 8 実施に係る拠出金額等の考え方</p>	<p>自社保有媒体を対象経費として計上する場合、販売換算額の根拠資料として、通常の媒体定価表や過去の販売実績資料を提出すれば十分なのか？また、媒体費と制作費は分け</p>	<p>記載されている情報が、通常の媒体定価や過去の販売実績であると客観的に認めることが難しい場合は、追加資料の提出を求める場合がある。今回の応募にあたって作成され</p>

及び、別紙3	て計上する理解でよいか？	たものではなく、これまで公開されている営業ツール等に用いられてきたものが望ましい。媒体費と制作費は、それぞれの内容や金額の妥当性等を判断する上で、分けて計上する必要がある。
募集要項 8 実施に係る拠出金額等の考え方 及び、よくある質問	訪都外国人旅行者向け事業の実施に伴い必要となる以下の費用は、拠出金の対象となるか？ ・翻訳費、多言語サイト制作費 ・外国人対応マニュアルや案内物の制作費 ・受入研修、説明会等の実施費 ・海外向けデジタル広告費 ・外部委託による運営スタッフ費	対象となる可能性があり、申請は可能。但し、実際に対象となるか否かについては、企画提案内容や事業完了後の実施報告等の内容に応じて総合的に判断されるため、現時点で確約はできない。
募集要項 別紙6	「事業規模について、同等又はそれ以上の類似イベント実績を有しているか。」とあるが、過去に採択された事業の実績や運営体制、参加店舗ネットワーク等を、今回企画の実現可能性を示す材料として記載することは問題ないか？問題ない場合、過去の事業との連続性を示しつつも、今回の事業の独自性をどのように示すことが望ましいか？	「東京の魅力発信プロジェクト」における過去の採択事業の実績を、同等又はそれ以上の類似実績として提案書に記載することは可能。今回申請する事業について、過去の採択事業との連動性や独自性を示す方法や表現については、事業の内容によって異なるため、例示できない。
募集要項 別紙6 及び、よくある質問	拠出金額の対象は、都内で実施するものに限られるのか？都内での実施を前提とした場合、訪都外国人旅行者向けのプロモーションとして行う、海外向けデジタル広告、海外メディア向け情報発信、空港やホテル等での案内・告知は、対象となる事業・活動または対象経費に含めて差し支えないか？主たる体験・イベントが都内で行われることを前提に、その送客のための周辺施策の扱いを確認したい。	都内で実施・開催するイベント・セミナー・キャンペーン等への集客を目的とした、日本国内でのプロモーションに掛かる費用は、対象となり得る。但し、実際に対象となるか否かの判断は、企画内容や事業終了後に提出される実施報告等をもとに総合的に判断されるため、現時点で明確に回答することはできない。なお、実施報告として提出が求められている証憑書類（見積書、契約書、納品書、請求書

		等) が必要となる。
募集要項 別紙6	「訴求ターゲットは2,500人以上が想定されているか」について、実来場者数のみを指すのか、Web媒体のPV、SNSリーチ、広告配信面の表示回数等を含めてよいのか？	対象となるのは都内で実施する事業・活動であり、東京都内で開催されるイベント・セミナー・キャンペーン等への参加を通じて、訪都外国人旅行者等への東京ブランドの一層の普及・浸透を目指すものである。そのため、訴求ターゲットとなるのは、東京都内で開催されるイベント等に実際に参加する人々となる。
募集要項 別紙6	「訴求ターゲットは2,500人以上が想定されているか。」とあるが、上記の「訴求ターゲット人数」について、算定方法を知りたい。実来場者・参加者数のみを指すのか、特設サイト閲覧者数、SNSリーチ数、広告到達数、予約者数等を含めて設定してよいのか、確認したい。また、訪都外国人旅行者向け事業であることを踏まえ、この2,500人は外国人旅行者のみで見込む必要があるか、全体の訴求対象人数でよいのか、確認したい。	訴求ターゲットの算出方法は、実施する事業の内容に応じて設定されるべきものであるため、一律に定められているものではない。対象となるのは都内で実施する事業・活動であり、東京都内で開催されるイベント・セミナー・キャンペーン等への参加を通じて、訪都外国人旅行者等への東京ブランドの一層の普及・浸透を目指すものである。そのため、訴求ターゲットとなるのは、東京都内で開催されるイベント等に実際に参加する人々となる。