

仕 様 書

公益財団法人東京観光財団

1 件名

平成30年度 欧米豪を中心とした富裕層向けウェブサイト制作業務委託

2 事業目的

東京都（以下、「都」という。）及び東京観光財団（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、欧米豪のエリア（米国、カナダ、英国、フランス、イタリア、スペイン、ドイツ、オーストラリア）を中心に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向上を目指し、対象市場の富裕層向け旅行事業者及び富裕層向けのウェブサイトを作成する。

※ターゲットとする富裕層の定義は指名通知後 TCVB より支給する「東京都が目指すべきターゲット像」参照。

3 契約期間

契約締結日の翌日から平成31年3月31日まで

4 対象市場・ターゲット

・主に欧米豪（米国、カナダ、英国、フランス、イタリア、スペイン、ドイツ、オーストラリア）の富裕層向け旅行事業者。但し、富裕層旅行者への直接イメージ訴求や情報提供も意識すること。

・ターゲットについての詳細は、指名通知後に TCVB が別途提供する資料を十分に参照し、東京の富裕層旅行者市場におけるプロモーションのターゲット像を十分に理解し事業にあたること。

5 全体運営

(1) 全般について

受託者は、本仕様書に掲げる目的に基づき、ウェブサイトを設置し、管理運営すること。

本サイトの公開日は平成31年2月頃を目途とし、スケジュールについては、その都度 TCVB と協議の上、進捗すること。

(2) 訴求するブランドイメージ

受託者は、基本となる旅行地としての東京ブランドについて理解しながら、ターゲットに合わせた特別感のあるイメージ訴求に努めること。

ア. 旅行地としての東京ブランド

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、「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」というブランドコンセプトを定め、コンセプトを基に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。）を活用した各種PR展開を実施している。本事業実施においても、アイコンにこめられたメッセージを理解の上、推進すること。なお、アイコン及びキャッチフレーズについては以下を参照すること。

【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_01.html

イ. 富裕層向け訴求イメージ

ターゲットとする富裕層は、昨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、今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（簡易版）及び、11月下旬を目途に完成するプランナーズガイド（完成版）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。

※各種データ支給について

アイコンデータ及びTimeless Temptationsマークのデータ等は、指名通知時に対象事業者へ別途支給する。支給されたアイコンデータは、本件応募書類、本仕様書で規定する制作物、並びにTCVBが別途指示する制作物以外の目的には、許可なく使用しないこと。

尚、事業者決定後のアイコンの活用にあたっては、都が指定するクリエイティブディレクターが確認を行う。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) その他参照情報

受託者は、事業者決定後支給する各種富裕層PRに関する調査結果も参照し、必要に応じTCVBとの協議の上、調査結果に合わせコンテンツ内容等を調整すること。

(4) 実施体制

- ア. 欧米豪を中心とした富裕層旅行者のニーズを的確に捉え、コンテンツ等に反映するため、当プロジェクトチームに欧米豪の富裕層旅行者向け訪都・訪日旅行商品を取り扱うスタッフの配置を行うか、富裕層旅行者向け訪都・訪日旅行事業者との協力体制を構築すること。
- イ. 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。
- ウ. 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。
- エ. 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。

(5) サイトの設置について

- ア. ドメインの取得と管理を行うこと。なお、ドメイン名については、TCVB と相談の上、決定することとする。また DNS（プライマリ・セカンダリ）サーバーを用意し、管理運用を行うこと。
- イ. サイト内の全ての企画は、他人の名誉、信用、プライバシー権、肖像権、著作権、その他の権利を侵害しないものであること。また、公序良俗、一般常識に反する内容でないこと。

(6) 英文コピーの品質管理

- ア. サイト制作における英文コピーは、原則として原稿の作成は英語ネイティブライターによって行い、複数名のネイティブチェックを行うこと。都・TCVB による原稿確認は英語と日本双方で行うため、原稿に対し言葉の表現を細部に渡って確認が可能な日本語訳を用意すること。但し、日本語で作成し英語に翻訳のほうが適するような事情がある場合は、財団と協議の上、体制等決定すること。
- イ. 既に TCVB にて制作済みの PR ツール等との表記の統一を図るとともに、適切な表現となるよう、ネイティブ及び日本語と当該言語（英語）のバイリンガル能力を有する者が、英文ライティング（もしくは翻訳）文章全体の調和等の観点も含めた検証を行い、適宜修正すること。
- ウ. 機械翻訳は不可とし、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。
- エ. 固有名詞の表現等については、本契約締結後、TCVB の指示に従うこと。

6 委託内容

受託者は、本事業の趣旨を十分理解した上で、以下の仕様を満たしたウェブサイトを経営的かつ魅力的に企画・制作し、円滑に運営実施すること。

(1) コンセプト

富裕層向け旅行地としての東京のイメージ訴求・情報提供サイト。

(2) 言語・翻訳

- ア. 英語（アメリカ英語）対応とすること。
- イ. 翻訳に当たっては、プランナーズガイドを始めとした既に TCVB にて制作済みの PR ツール等との表記方法の統一を図ること。
- ウ. 情報更新、追加に伴うテキストは原則日本語で収集すること。
- エ. 東京のスポット情報については、必要な手続きを行った上で、東京の観光公式サイト「GOTOKYO」(<http://www.gotokyo.org/en/index.html>) の多言語テキストを使用しても構わない。
- オ. 固有名詞や単語の修正等、軽微な翻訳修正に対応すること。

(3) デザイン・構成

- ア. 基本的なデザイン及び構成は、より魅力的なサイトとするための工夫・提案を行い、ターゲットに効果的に PR できるよう考慮すること。
- イ. 構成についてはサンプル（別紙 2「富裕層 WEB 構成イメージ」）を参照しながら、ターゲットに効果的に PR できるよう、必要に応じ改善すること。
- ウ. 2, 3 階層程度のウェブページとすること。
- エ. スマートフォン及びタブレット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。
- オ. 利用する写真素材については、主に TCVB で保有する、プランナーズガイドで使用している素材や、PR 用に平成 31 年 1 月末までを目途に撮影完了する素材を利用すること。利用にあたっては、プランナーズガイドを制作した委託事業者や写真素材の撮影を行う委託事業者と連携し、撮影先からの承認を得ると共に、クレジット表記等の対応をすること。尚、権利料や使用料等諸費用が発生する場合は、TCVB との協議の上、利用について決定するものとする。
- カ. 富裕層向け旅行地としての東京の魅力が対象市場及びターゲットに伝わるよう、6(3)オの他、必要に応じレンタルポジ等も活用すること。
- キ. ユーザビリティが高く、必要な情報を容易に閲覧でき、直感的に理解できるようなサイト構成にすること。

(4) コンテンツ

- ア. 対象市場のターゲットに効果的にPRできるようにコンテンツを作成すること。
- イ. 具体的な体験等の紹介については、既に制作済みのプランナーズガイドのコンテンツを2次利用及び新たに追加しながら、提案の上、再構成すること。提案にあたっては、サンプル（別紙2）を参考にすること。

(ア) 富裕層向け旅行地としての東京の説明

ターゲットに対し富裕層向け旅行地としての東京のイメージが伝わり、数ある競合都市と差別化した東京の概要紹介をすること。その際、都及びTCVBが富裕層旅行者市場におけるプロモーションのテーマとして掲げる「Tokyo Timeless Temptations」に込められた意図に沿った内容とすること。

(イ) 東京でできること

ターゲットのニーズに合わせ、東京でどのような体験ができるかを紹介すること。各コンテンツにおいては、単純な観光スポット・店舗等紹介ではなく、その背後にあるストーリーに重きを置き、富裕層の興味・関心に合った内容となるよう工夫すること。

プランナーズガイドに掲載の情報は概ね全て2次利用するものとし、その他必要に応じ新規に取材先を提案、協議の上、コンテンツ作成すること。

以下は想定されるコンテンツ例だが、その他目的に対し有効なコンテンツがあれば最大10件程度を上限に提案すること。

<歴史・伝統>

- ・伝統文化体験（ショッピング要素含む）

例) 老舗包丁店で日本及び東京の刃物の歴史・伝統に触れ、実際に伝統ある商品に名入れを施した商品を購入する。

- ・寺社仏閣等観光地

例) 都内の寺訪問後、座禅など体験を通し歴史・文化を学ぶ。

<アート>

- ・美術館・ギャラリー（ショッピング要素含む）

例) 都内アートギャラリーに訪問し、スタッフとの対話を楽しみ、アートへの知識を深めながら作品を購入する。

- ・街中のアート／建築めぐり 等

<食>

- ・和食

例) ミシュラン3つ星店で食事を楽しみながら、店主との対話から和食の神髄に触れる。

- ・インターナショナル
- ・ショッピング（食品、食材の購入など）

<四季を感じる>

- ・四季ごとのスペシャルな体験

例) 1日数組のみ貸し切り利用できる施設での桜鑑賞

<モデルコース>

11月を目途に完成するプランナーズガイド完成版に含まれるモデルコース3パターン程度。

尚、2次利用するもの含め、必要に応じプランナーズガイドを制作した委託事業者と連携し、取材先への掲載確認及び承認を取ること。

(ウ) テスティモニアル

11月を目途に完成するプランナーズガイド完成版に含まれる、富裕層旅行業界関係者等2名のテストモニアルを掲載すること。

(エ) 宿泊

- ・ホテル紹介（ホテルイメージ写真と簡単な紹介、コンタクト情報）
- ・今後オープンするラグジュアリーホテル情報

尚、掲載にあたり各ホテルへの掲載確認及び承認を取ること。

(オ) 参考情報

その他、ターゲットに対して有益な情報を掲載すること。以下は想定される情報例だが、他にも有効と思われるコンテンツがあれば提案すること。

<都内事業者紹介>

ターゲット向けに事業展開している国内事業者を以下の通り掲載すること。掲載にあたっては、許可取りの他掲載内容の作成、確認を実施すること。

- ・DMC

Virtuoso、Traveler Made等の富裕層旅行業界のコンソーシアムに加盟している等一定の条件を満たすDMCについて、社名、連絡先、得意分野等を掲載。

- ・トラベルコンサルタント

一定の条件を満たす事業者について、社名、連絡先、得意分野等を掲載。

- ・文化・伝統体験提供事業者

一定の条件を満たす事業者について、社名、連絡先、簡単な提供内容等を掲載。

- ・その他（必要に応じ）

必要に応じその他事業者を掲載。

<プランナーズガイド PDF>

11月に完成予定のプランナーズガイド完成版（30MB程度）のダウンロード

<TCVBのコンタクト先>

<関連サイトへのリンク>

- ・東京へのアクセスなどの基本情報として、Go Tokyo

(<https://www.gotokyo.org/en/index.html>)へリンクさせること。

- ・その他関連サイトへのリンク

(カ) ニュース

以下のようなニュース性のある情報を掲載すること。

- ・都内業界情報（新規開業ホテルやスポット、新サービス情報等）
- ・TCVBのトレードショー等参加情報
- ・ターゲットに合ったイベントの情報等
- ・サイト更新情報

(キ) 制作済みの富裕層向けVTR

TCVBの他事業にて制作済みのVTR（3分程度）をWEBページに埋め込むこと。

(5) その他

- ア. Go Tokyo 及び Tokyo Tokyo サイト等へ掲出する誘導用バナーを作成しデータ納品すること。
- イ. サーバーは受託者で用意し、受託者は当該プロモーション用ウェブサイトの運営が正常に行われるために全てのサーバー保守、データバックアップ、モニタリング等の管理を行うこと。
- ウ. サイトオープン以降毎月アクセス解析を行い、TCVBに報告すること。解析項目については、事前にTCVBと協議すること。
- エ. SEO対策など、アクセス件数の向上に関する提案を適宜行い実施すること。実施については、事前にTCVBと協議すること。
- オ. アクセス状況を確認するため、サイトのアクセス管理画面のIDとパスワードをTCVBに報告すること。
- カ. 次年度以降も順次コンテンツが増えていくことを前提にウェブサイトの構築及び設計をすること。
- キ. 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き継ぎに関しては、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

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注意を行うこと。また、汎用性のあるサイトを制作し、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。

- ク. 別紙3「東京都公式ホームページ作成に関する統一基準（改訂版）」を参照の上、事業者向けサイトとして必要と思われる項目については同ルールに準じること。
- ケ. 別紙4「電子情報処理委託に係る特記仕様書」を参照の上、サイバーセキュリティの確保に取り組むこと。
- コ. 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

(1) 契約について

契約方法については、受託者決定後別途相談する。

(2) 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。

(3) 完了報告と成果物の提出について

ア. 委託完了届

別紙5「委託完了届」を提出すること。

イ. 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。

ウ. 本ウェブサイトにある全ての情報、機能、言語およ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。

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。

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権者人格権について、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、著作権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、「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。

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。

11 個人情報の保護

別紙6「個人情報に関する特記事項」を遵守すること。

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、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。
- (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る。
- (5) 受託者が良好な履行を行ったと TCVB が判断する場合、履行期間については1年間を単位として、TCVB は最大2回の契約更改ができるものとする。但し、平成31年度以降の本事業の実施や規模については、契約期間内に別途提示することとする。