

仕 様 書

1 件名

平成 31 年度国際スポーツ大会後を見据えた観光 P R の業務委託（オンライン広告等の掲出）

2 委託期間

契約締結日の翌日から平成 32 年（2020 年）3 月 31 日まで

3 事業目的

東京都は東京都観光産業振興実行プランで掲げる「P R I M E 観光都市・東京」の実現を図り、訪都旅行者数を増大させるため、東京 2020 大会の開催と、さらにその先を見据え、国内外に向けて「旅行地としての東京」の魅力的印象づけるための取組を実施している。

本事業はその一環として、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。）を活用しつつ、東京 2020 大会に向けて世界中から東京に注目が集まる機会を最大限に活かしたオンラインプロモーションを実施し、大会後の訪問にもつながる訪都外国人旅行者の増大を図ることを目的とする。

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、ブランディング戦略を策定した。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、「東京のブランディング戦略」とアイコン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

【Tokyo Tokyo 公式 WEB サイト】

<https://tokyotokyo.jp/>

（2）クリエイティブディレクターによる監修

上記ブランディング戦略の観点から、制作する映像に関し東京都が指定するクリエイティブディレクターがデザイン、掲出内容、広告媒体等全体に渡って監修・確認を行う。事業の実施にあたり、受託者はクリエイティブディレクターと連携しながら事業を進めること。

5 委託内容

（1）全般について

ア 受託者は、本仕様書 3 に掲げる目的に基づき、現地ネイティブの視点を十分に取り

- 入れ、東京の魅力が海外で的確に伝わるように次の委託内容を企画・実施すること。
- (ア) バナーや動画等を活用したオンライン広告掲出業務
 - (イ) タイアップ広告・PR業務
 - (ウ) (ア) (イ) に基づく効果測定および報告
- イ 以下の対象国を含む、今後來訪が多く見込まれる諸国の潜在的な訪都旅行者に対して、効果的・効率的にPRを実施すること。
- (ア) 重点対象国：アメリカ、イギリス、オーストラリア、フランス、ドイツ、カナダ
 - (イ) その他：イタリア、スペイン、中国、インドネシア、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インド、香港、台湾、韓国、シンガポール、タイ、アラブ首長国連邦、スイス、オランダ、スウェーデン、デンマーク、ベルギー、フィンランド、イスラエル、ポーランド、メキシコ
- ウ 次項5(2)及び(3)の業務に関して、実施時期、実施対象地域及び実施内容等を検討するにあたっては、以下a, bの事項を必ず考慮すること。
- a. 2020年の訪都客誘致を見据え、東京2020大会チケット販売時期等、訪都意欲が高まると予想される時期にメダル有望国を中心にPRを上乗せする。
 - b. ラグビーワールドカップ2019日本大会の開催期間中、東京の露出が高まる機を捉えて、ラグビー強豪国を中心にPRを上乗せする。
- エ スケジュール等を明らかにした事業計画書を作成し、公益財団法人東京観光財団(以下、「TCVB」という。)の承認を得ること。
- オ 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。
- カ 事業完了後、速やかに報告書を作成し、TCVBに提出すること。
- キ 事業の実施にあたっては、東京の観光産業全体の振興に資するよう、可能な限り公平かつ専門的な視点で運営すること。
- ク 東京都が平成31年度に別途実施する事業との有機的な連携を確保し、綿密な協議・調整を行いながら事業を進めること。

(2) バナーや動画等を活用したオンライン広告掲出業務

ア 業務内容

- (ア) バナー広告、検索連動型広告等オンライン広告を掲出し、アイコンの公式WEB等へ誘導すること。
- (イ) 上記(ア)で掲出するバナーデザインを提案、制作すること。なお、広告デザインはTCVBと協議のうえ決定すること。
- (ウ) 代表的なソーシャルメディアを活用した広告を掲出し、アイコンの公式WEBサイト等へ誘導すること。なお、アイコン公式ソーシャルメディアアカウント(Facebook、Twitter、Instagram)のフォロワー数増加施策を盛り込んだ企画であることが望ましい。
- (エ) Youtube等の動画サイトにおいて視聴前ユーザーに動画広告を配信すること。動画広告で配信する動画はTCVBより別途提供するのでデータ形式を必要に応じて変換すること。なお、動画については契約期間中に複数回変更するのでその都度対応すること。
- (オ) 上記(ア)(イ)(ウ)(エ)について、最も効果的な露出となるよう広告の内容、広告表示回数、目標とするサイトへの誘導数、視聴回数、フォロワー獲得数等を提案すること。また、上記(ア)(ウ)(エ)以外にも効果的な媒体・手法等

があれば提案すること。直帰率を下げ、WEB サイト滞在時間や平均ページ閲覧数を上げる提案・手法が望ましい。

イ ターゲットと言語

委託内容 5 (1) イの対象国を含む国名、属性等ターゲットを明確にし、適切な露出配分を含め、東京 2020 大会に向けて世界中から東京に注目が集まる機会を最大限に活かしたアプローチを行うこと。なお、広告原稿は必要に応じてターゲットに適した言語を使用すること。

ウ 掲載期間

広告の掲載期間は平成 32 年 (2020 年) 3 月 31 日までとすること。なお、掲載開始は平成 31 年 4 月中旬を目途とし、TCVB の承認を受けて決定すること。

エ 露出の最適化

広告表示回数等については各地域の市場特性や TCVB が実施する他の事業を踏まえ、TCVB の承認を受けて決定すること。

オ 広告の実施状況を確認するため、Web 広告媒体の管理画面を確認可能な媒体においては、カスタマー ID とパスワードを開示すること。

(3) タイアップ広告・PR 業務

ア 業務内容

(ア) 知名度のあるオンラインメディアと連携し、東京における観光の魅力を発信する特設サイトや記事広告を制作すること。

(イ) 特設サイトや記事広告のコンセプトをページデザイン等も含めて提案すること。内容については、4 (1) の実施コンセプトを踏まえたものであることが望ましい。

(ウ) サイトの利用者に対し、(ア) のコンテンツに誘導するネイティブ広告等を、利用者が閲覧しているサイト内に掲載すること。誘導には当サイトが保有するソーシャルメディア等も活用すること。また、掲載期間における広告表示回数を明確にすること。さらに、その他キャンペーン等閲覧数を増加させるための施策を目標数値 (ページビュー、およびユニークユーザー数)、費用対効果等も含めて提案すること。誘導方法は、直帰率を下げ、特設サイトや記事広告の滞在時間や平均ページ閲覧数を上げる提案・手法が望ましい。

(エ) 連携するサイトを利用者数、媒体特性、ターゲット含有率等の選定理由を含めて提案すること。なお、提案する媒体は複数も可とする。

(オ) (ア) ~ (ウ) のコンセプトや誘導方法については、そのオンラインメディアの特性やターゲットに最も適したものであること。その他、インフルエンサー等とのタイアップの提案も妨げないものとする。

(カ) サイトの内容は各国の文化、宗教に配慮したものとすること。

(キ) 上記以外にも効果的な媒体・手法等があれば提案すること。

(ク) 制作物等は、アイコン公式アカウント等で二次使用可能な、プロのカメラマンの撮影による東京の四季を意識した写真素材や、アイコンコンセプトにマッチした素材を含めることが望ましい。二次使用可能な素材がある場合は、用途や権利範囲を可能な限り明記して提案を行うこと。(例：二次使用可能素材：写真 使用範囲：Web 使用および、販促用グッズ制作等に使用可能。使用期間：2 年)

イ ターゲットと言語

委託内容 5 (1) イの対象国を含む国名、属性等ターゲットを明確にし、適切な

露出配分を含め、東京 2020 大会に向けて世界中から東京に注目が集まる機会を最大限に活かしたアプローチを行うこと。またコンテンツは各国に対応した言語を使用すること。

ウ 掲載期間

特設サイトの掲載期間は平成 32 年（2020 年）3 月 31 日までとすること。

(4) 効果測定および報告

ア オンライン広告の掲出業務

(2) ア (ア) (イ) (ウ) の業務について広告の表示回数、クリック数、クリック率等広告からサイトへ流入する際の数値等を毎月報告すること。また、その結果に応じた改善策を実施すること。

イ Youtube 等の動画サイトにおける動画広告の配信業務

(2) ア (エ) の業務について広告の表示回数等の数値を毎月報告すること。また、一部地域において広告の想起調査やブランド力の認知調査を実施し、調査対象国および調査期間について提案すること。その結果に応じた改善策も実施すること。

ウ タイアップ広告・PR 業務

(3) の業務について特設サイトへのアクセス数、バナー広告のサイズ、掲載日、表示回数、クリック数、バナー広告等から特設サイトへの遷移数などを毎月報告すること。また、その結果に応じた改善策を実施すること。

エ 上記ア～ウについて、オンライン広告等の掲出による効果（アイコンの認知度や訪都意欲の向上等）を把握する具体的な効果測定方法を提案すること。また、測定結果を概要版及び全体版として報告書にまとめ提出すること。

5 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

ア. 委託完了届

別紙 2「委託完了届」を提出すること。

イ. 実施報告書

A 4 で作成し紙 4 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。

※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。

6 作成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、「7 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。

7 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。

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 個人情報の保護

- (1) 受託者は、本契約の履行に当たり、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、本契約の履行に当たり、TCVB の保有する個人情報の取扱いについては、別紙3「個人情報に関する特記事項」を遵守すること。
- (3) 受託者は、本契約の履行に関連する受託者独自の個人情報の取扱いについては、前記「個人情報に関する特記事項」の規定に準じて、個人情報の漏えい、滅失及びき損の防止その他の個人情報の適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。

10 その他

- (1) 仕様書に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) 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。
- (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。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。
- (5) 財団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) 本事業は、平成 31 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、平成 31 年度東京観光財団収支予算が平成 31 年 3 月 31 日までに東京観光財団理事会で承認された場合において、平成 31 年 4 月 1 日に確定するものとする。
- (7) 年号が変わった場合、以降に係る現行の表記を新年号に読み替えるものとする。