

## 仕様書

公益財団法人東京観光財団

### 第1 件名

令和元年度イギリス、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、令和元年度イギリス、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令和2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)

#### 【アイコン公式WEBサイト】

<https://tokyotokyo.jp/>

## 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、アイコンデータ等を指名通知時に、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、本件応募書類作成、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の制作以外の目的には、許可なく使用しないこと。
- (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 <https://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に提案して活用し、東京の最新情報の発信に努めること。

## 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 2019 London（以下「WT M」という。）	Feria Internacional de Turismo 2020（以下「F ITUR」という。）	ITB Berlin 2020（以下 「ITB」という。）
日程	令和元年11月4日（月） から6日（水）まで3日 間	令和2年1月22日（水） から26日（日）まで5日 間	令和2年3月4日（水） から8日（日）まで5日 間
会場	ExCeL London	Feria de Madrid	Messe Berlin
出展 面積	44 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。

※会場はロースペース（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令和元年度、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。その際、WTMは本東京ブース内に設けられる東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会及び開催都市東京の情報を発信するコーナー（3㎡程度）（以下、「オリパラコーナー」という。）を運営する事業者（以下、「東京2020大会PR事業者」という。）と連携すること。

※ブースレイアウトは今後決定するため、広さ、レイアウトが変更となる可能性があるが、提案時は【別紙2】の想定で提案すること。

#### 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。特にWTMの場合は受託決定後企画提案内容を基にTCVB及び東京2020大会PR事業者と協議を行った上で最終決定とする。

- (イ) 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、インパクトのある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社程度を想定し、来場者が混雑時でも各社を識別できるよう装飾など工夫すること。

#### 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。

## カ 東京 2020 大会 PR 事業者との連携

本東京ブース内に設けられるオリパラコーナーについては、以下の留意事項があるため、これらの点を踏まえ、オリパラコーナーを除いた東京ブースの提案を行うこと。

- (ア) オリパラコーナーとして使用する範囲は、【別紙 2】のとおりとすること。
- (イ) 大会ブランド保護の観点から、オリパラコーナーに隣接するスペースに共同出展者用のコーナーを設置しないこと。
- (ウ) 東京 2020 大会の関連スポンサーが所有する排他的な商業利用権を害することがないよう、オリパラコーナーのスペースは床下から天井部分にかけてパーテーション等を用いて、明白に区別できるものとし、適宜委託者の指示に応じて、東京観光 PR と大会 PR が効果的に実施できるよう、柔軟に対応すること。また、パーテーション等の設置に係る費用は本委託経費内に含むものとする。
- (エ) 受託決定後、TCVB の指示により、東京ブースとオリパラコーナーを統合したブースデザイン（案）を作成し、東京 2020 大会 PR 事業者等との調整が円滑に進むよう協力すること。

## (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 BtoC セミナー又はイベントの実施（FITUR 及び ITB）

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、一般消費者（BtoC）を対象としたセミナー又はイベントをそれぞれ提案すること。セミナーの場合は、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、セミナー講師は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 資料データ配布用 USB メモリの準備

TCVB が支給する USB に、TCVB が支給する東京観光促進に資する写真やパンフレットなど情報データを保存し、セミナーに参加する現地旅行会社及びメディア向けに配布すること。（事業者による USB メモリ製作は不要。）

### 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。（エンターテイン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。

エ 円滑なブース運営のため、東京2020大会PR事業者と適宜連携すること

（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、適宜提供するほか、当日の運営について共同出展者が理解できるよう、旅行博・セミナーの共同出展者向け運営マニュアルを作成・提供すること。なお、共同出展者からの要望に応じて専任の通訳を手配すること。（共同出展者の専任通訳の手配料については、各共同出展者と協議の上決定し、直接請求すること。）

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을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 BtoB向け東京観光セミナー実施について

以下の実施概要を前提に、BtoB向けに東京観光セミナーの企画運営を行うこと。

(1) セミナー実施概要

ア 実施会場

各都市市内中心部のホテルや宴会場、会場として効果的な場所、又は旅行博会場内のBtoBプレゼンテーション会場等を提案する事。尚、FITURはブース内でも良い。

イ 実施日時

実施会場が旅行博会場外の場合は、旅行博会期前後の日時でより効果的だと思われる日時を提案し、実施すること（開催期間1日）。JNTO主催のセミナー・商談会が開催される場合は、その日程も勘案すること。また、開催時間に関しては現地事情並びにセミナー内容を考慮の上決定し、実施すること。会場内のプレゼンテーション会場の場合は30分から1時間のスロットを確保すること。

ウ 会場外実施の場合 基本プログラム（予定）

時間	内容	備考
受付開始時間の2時間程度前からの開始を想定	リハーサル	
セミナー開始30分～1時間程度前を想定	受付	
1時間半程度	セミナー	TCVBによるプレゼン。 45分程度想定。
		共同出展者PRタイム、ゲストを交え

		でのトークセッション等セミナー全体が盛り上がる企画を提案すること。
1 時間程度	交流会	ホワイエもしくは隣接の別室に食事、ドリンクコーナーを設置すると共に共同出展者が商談を行えるよう PR デスクを設置。
	解散	

エ セミナー参加対象者

現地有力旅行会社 30 社程度、メディア 20 社程度、合計 50 名/社（予定）

なお、メディアには購買者数の規模等の観点から有力である一般紙、オンラインメディアを含むこと。

(2) 業務内容

ア 会場手配

(ア) 前述 3 (1) イの候補日において、東京観光セミナー実施に相応しい会場を手配すること。

※受託者決定後できるだけ早い段階で TCVB と調整の上、実施会場と日時を正式に決定する。

(イ) 会場については、どの席からもプレゼンが見られるなど十分な広さを持った場所を手配すること。

イ 設備、備品等手配及び会場担当者との連絡、調整

セミナー実施に向け、会場担当者と綿密に連絡をとり、会場レイアウト、設備の確認や必要な備品手配、調整等を行うこと。設備（パソコンやマイク、音響など）を使用する場合、急な故障など不測の事態に備えバックアップを用意すること。

ウ 受付

円滑に受付業務を実施できるよう、必要なスタッフを手配すること。

エ 食事

セミナー実施時間に合わせた食事、ドリンクを用意すること。その際可能な限り日本食を含めること。会場内プレゼンテーション会場の場合は施設内で用意できる限りで良い。

オ セミナー準備、運営

以下に記載の内容に基づき、効果的なセミナー運営を行うこと。

(ア) プログラム、議事進行台本、司会者（通訳）等

現地旅行会社、メディア向けに東京観光セミナーを実施するための具体的なプログラム、議事進行台本の作成、司会者等の選択をすること。

(イ) プログラム及び議事進行台本は TCVB と協議の上、内容を決定し事前に共有すること。

司会者は、WTM は英語、FITUR はスペイン語、ITB は英語またはドイツ語が堪能で東京について一定の知識を有している者が望ましい。各市場のレップに依頼することもその限りではない。集客力の向上や、新しい情報発信の観点から、インフルエンサー等

をゲストスピーカーとして迎えるなど工夫すること。

(ウ) 資料データ配布用 USB メモリの準備

TCVB から提供する USB に、TCVB が支給する東京観光促進に資する写真やパンフレットなど情報データを保存し、セミナーに参加する現地旅行会社及びメディア向けに配布すること。(事業者による USB メモリ製作は不要。)

(エ) 現地有力旅行会社及びメディアの集客及び管理

前述 3 の (1) エのとおり、旅行会社 30 社程度、メディア 20 社程度、合計 50 社/名以上の集客を目標とし、案内状の作成・発信から参加者の管理、及び当日の出席確認まで行うこと。案内状の作成にあたっては 2 回程度 TCVB の校正を行うこと。

なお、集客において、効果的な広告展開を含める提案をすること。

(オ) リハーサル

セミナー当日、原則司会者等関係者全員の立ち会いのもとリハーサルを行い、本番での円滑なプログラム進行の準備を万全に整えること。

(カ) セミナー参加者への配布用資料キットの準備 (物品内容変更の可能性あり)。

参加者に東京観光セミナーへの理解を深めてもらえるよう、必要に応じてプレゼンテーション資料を必要部数フルカラーで印刷すること。また、以下の物品を TCVB が提供するペーパーバッグにまとめた配布用資料キットとして準備すること。

No	物品例	備考
1	東京ブランドペーパーバッグ	
2	東京ブランドクリアファイル	
3	東京トラベルガイド	英語・スペイン語・ドイツ語
4	東京観光ガイド	英語
5	東京マップ (仮)	英語
6	TokyoTokyo リーフレット	英語
7	オリジナルノベルティ	TCVB が支給する文房具など
8	USB	

※詳細は受託者決定後に調整する。

(キ) 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 (FITUR の BtoC 向けセミナーも含む)。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固め、二回程度の校正を経て英語 (WTM)、スペイン語 (FITUR)、ドイツ語 (ITB) へ翻訳すること。なお、レセプションを含むセミナーのプレゼン資料には、共同出展社 PR を含めること。(原稿は各共同出展社より、提供される日本語・または英語原稿を翻訳/編集を行うこと)

(ク) 共同出展者対応

セミナーで PR を行う共同出展者と連携し、プレゼン資料・配布物を入手し、内容確認の上、必要に応じた部数を印刷しセミナーで配付すること。また、交流会では飲食

を提供する傍ら、TCVB 及び各共同出展者用の商談デスクを設ける等、交流が深まるための企画やサポートを提案すること。

(ケ) 効果測定

セミナー実施による効果を把握するため、アンケート等具体的な効果測定を実施すること。アンケート用設問は TCVB が提供したものを用いてレイアウト、翻訳、印刷を行うこと。

(コ) 記録及び報告書作成

セミナー実施中、適宜写真撮影、録音等を行い、セミナーの内容が確認できる報告書をまとめること。

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) 【別紙3】を参照し、資料の海外輸送にかかる費用（受託者が担う諸手続きの手数料等を含む）及び返送物の輸送費用は本委託事業費に含めること。また、輸送業務を第三者に再委託する場合は、あらかじめTCVBに再委託先名を通知すること。
- (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。
- (7) WTMで東京2020大会PR事業者が別途東京ブースに送付する資料等についても、適宜連携すること。

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3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

※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。

※USB は、別途 TCVB より 900 個（各市場 300 個ずつ）支給する。

(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	FITUR 関連業務	FITUR終了後、報告会の実施及び提出物がそろい次第		FITURに係る仕様書第6の全業務経費
3	ITB 関連業務	ITB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、pdfデータ及び編集可能なデータ（Word、Power Point等）

※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、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 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。
- 6 環境により良い自動車利用

本業務の実施に当たって自動車を使用し、又は利用する場合は、都民の健康と安全を確保する環境に関する条例（平成12年東京都条例第215号）の規定に基づき、次の事項を遵守すること。

- 1 ディーゼル車規制に適合する自動車であること。
- 2 自動車から排出される窒素酸化物及び粒子状物質の特定地域における総量の削減等に関する特別措置法（平成4年法律第70号）の対策地域内で登録可能な自動車利用に努めること。なお、適合の確認のために、当該自動車の自動車検査証（車検証）、粒子状物質減少装置装着証明書等の提示又は写の提出を求められた場合には、速やかに提示し、又は提出すること。