

2023 年東京地區觀光推廣活動營運宣傳招標案

財團法人台灣觀光協會(以下簡稱本會)受交通部觀光局委託，於 2023 年 5 月 12 日至 5 月 16 日至日本東京及名古屋進行觀光推廣活動，針對該推廣活動之事前宣傳、活動地點選址等相關活動營運等事宜徵求承辦廠商。茲就本活動招標重點說明如下：

壹、活動項目：觀光行銷活動規劃及營運搭建

一、形式：

- (1) 5 月 13-14 日於東京及名古屋舉辦實體「創意觀光行銷活動」之宣傳及活動本身之規劃與執行(請廠商提案，形式不限，規格詳見陸、招標規格)。
- (2) 配合前述之實體推廣活動前後，規劃並辦理台灣觀光局及日本旅行業協會合作選出之「台灣 30 選」景點宣傳活動(執行內容請廠商提案，「台灣 30 選」內容詳見陸、招標規格)。

二、預算：包含東京及名古屋兩地實體活動場地租金、現場營運及搭建、活動整體主視覺設計等執行費用，以及「台灣 30 選」活動之宣傳及執行，共計新台幣 400 萬元，約美金 132,187 元(匯率 30.26)(最後執行經費須再經本會議價後訂定)。

三、活動內容：

- (1) 宣傳規劃：包含東京及名古屋兩場實體活動及「台灣 30 選」活動之前期宣傳，形式不拘(例如網路人氣票選活動等)，可採用 SNS 或其他形式進行宣傳，惟提案須可衡量觸及效益，並觸及台灣觀光局之日文觀光資訊網站「いくたび、ふたたび台湾」。
- (2) 「台灣 30 選」宣傳活動：形式不拘，請廠商提案(如：網路人氣票選……等)。
- (3) 創意觀光行銷實體活動：共兩案，一案於東京都內合適之場地辦理(室內戶外地點不限，戶外場地須提兩備方案)，一案於名古屋合適之場地辦理，須可最大限度觸及對旅遊或台灣旅遊有興趣之民眾，及考量如何吸引現場來客之宣傳操作。

貳、 投標截止日：2023 年 2 月 14 日 18 時止

參、 投標方式：

一、 本國廠商與外國廠商皆可參加投標，投標廠商均應以中文或日文撰寫企劃書(以日文提案者須一同附上中文內容)。投標時請檢附下列文件：

1. 資格證明文件（若為日本廠商，以下證明得以日文提供）

(1) 公司簡介

(2) 公司登記或設立證明(影本)。

(3) 最近一期營業稅完稅證明文件(影本)。

2. 企劃書 6 份，內容應包含：

(1) 創意觀光行銷活動整體規劃理念說明(約 200 字以內)及主視覺。

(2) 包含 2 場實體活動及「台灣 30 選」宣傳活動之具體執行方法及場地、合作對象和活動內容提案。「台灣 30 選」之具體執行方法應包括建議之活動時間、引導民眾至觀光局網站之方法等內容。

(3) 兩場(東京、名古屋)實體行銷活動地點提案、空間配置與設計，及平面、3D 立體配置圖。

(4) 人力編組、工作進度管理規劃。

3. 報價單：須含「陸、招標規格」之各大項需求及細項(如：人力費用、場地租金、設計費、搭建費、器材租用、網頁製作、與網紅合作費用……等)，並請以新台幣含稅價格報價(單價可以日幣；總價須為新台幣)，並於報價單上加蓋公司負責人印鑑章。

4. 以往承辦相關工作／施工之實績。

以上文件請於 2023 年 2 月 14 日台灣時間下午 6 時前以掛號寄達或親送至本會。

- 收件人：葉筑鈞資深專員收
- 郵寄地址：台灣臺北市忠孝東路 4 段 285 號 8 樓之 1
- 電話：+886-2-2752-2898
- E-mail：naomi@tva.org.tw

- 請於信封註記：**投標 2023 年東京地區觀光推廣活動營運宣傳招標案**

二、因受 COVID-19 疫情影響，本會得視狀況通知廠商親至本會或以視訊方式參加評選會議，符合資格之投標廠商均應派員參加，並以中文說明企劃內容，以日文說明者應請翻譯協助，投標廠商不得拒絕（評選日期另訂）。

肆、決標方式：本案為專業性之勞務採購，宣傳規劃(15%)、創意觀光行銷實體活動及「台灣 30 選」活動規劃(70%)、過往實績(5%)及價格(10%)為評選標準。

伍、決標日期：另訂(不公告)。

陸、招標規格：

以交通部觀光局「いくたび、ふたたび」Slogan 為主軸，呈現台灣具科技感、新潮兼具復古文化魅力的觀光面貌，以貫穿整體活動規劃及現場輸出設計之主視覺。

一、系列宣傳規劃

1. 活動前期宣傳

活動前期宣傳應自 5 月實體活動前 1 個月開始執行，鎖定日本年輕(20-49 歲)客群為主、銀髮客群為輔，主打宣傳台灣歡迎國際旅客之形象，結合台灣科技、新潮與浪漫之觀光特色。廠商應具體提案相關規劃與預期效果，並搭配適當之露出及 banner 製作(如：網路、電車或 3D 電視牆、電子看板等)擴散前期宣傳效益。

2. 「台灣 30 選」宣傳活動

(1) 在 5 月實體活動前約一個月，以台灣觀光局及日本旅行業協會(JATA)選出的「台灣 30 選」景點為基礎，進行宣傳活動，喚起日本民眾對台灣旅遊的興趣，並於實體活動前創造話題，達成同步宣傳 5 月於東京及名古屋舉辦之實體活動的效益。「台灣 30 選」景點清單請參考以下連結。

jata-net.or.jp/wp/wp-content/uploads/administrator/171221_taiwaninfo.pdf

- (2) 活動內容請廠商提案，可用實體、網頁、或其他合適之方式進行，並須可連結台灣觀光局的觀光資訊日文網站「いくたび、ふたたび台湾」，將日本民眾引導至該網站，增加其對台灣觀光最新消息的觸及率。廠商報價應包含網頁製作費用。

網站連結：<https://go-taiwan.net/ikutabi/>

二、觀光行銷實體活動

1. 於東京及名古屋兩地各辦理 1 場、共計 2 場實體活動。選擇合適地點設計搭建活動場地，會場空間應可彈性運用，避免閒置。實體活動現場之輸出設計應依**主視覺**進行延伸，營造令民眾願意駐足觀賞、體驗，並於社群媒體擴大宣傳的環境，並規劃**互動式體驗活動**(如：集章活動換取免費體驗，請廠商自由提案)，吸引民眾走入活動現場各區體驗。

兩場實體活動之時間及需求如下：

東京

時間：2023 年 5 月 13 日至 5 月 14 日，11:00-17:00，共兩日。

地點：建議於半開放室外人潮聚集處(須提供兩天備案)

硬體搭建及空間規劃：

(1) 舞台區

- a. 可供 6 人**舞蹈表演團體**演出之舞台(舞蹈表演由本會提供)，並須規劃大型螢幕或 LED 供影像播放，配合舞蹈演出，達到聚眾效果，舞台空間可為活動式，和互動體驗區於不同時段相互運用。
- b. 可與前期宣傳聯動，於活動期間規劃網紅或藝人、專家到場舉行觀光特色講座、互動會等，請廠商自由提案。

(2) 台灣觀光資訊櫃台

可放置約 10-15 種以上觀光文宣，可供 3-4 人站立之櫃台空間，由工作人員發送台灣觀光資訊。

(3) 「台灣業者展區」

可供約 20-30 人站立、可放置至少 10 種以上文宣之櫃台及儲物空間，供台灣業者發送資訊文宣或與日本民眾互動，每人應保留至少 30 公分櫃位面積，並規劃簡單座椅供業者休息。

(4) 「日本旅遊產品諮詢區」

須搭配如大型觸控螢幕、IPAD 等多媒體工具供民眾查詢旅遊產品資訊。該區預計保留至少可供 10 人站立之櫃台及儲物空間，將視實際報名狀況與「台灣業者展區」合併規劃。

(5) 互動體驗區

- a. 本區包含「文化體驗」及「科技體驗」，文化體驗內容由本會提供，惟廠商應規劃每次可容納 10-15 人、每日至少 3 場次之含桌椅體驗空間，具體空間規劃應視本會提供體驗內容調整。
- b. 「科技體驗」請廠商規劃並搭建／租借科技互動遊戲如：鐵路或自行車騎乘/搭乘(請參考觀光局與 Rouvy 合作體驗：<https://rouvy.com/challenges/taiwan-cycling-paradise-a>).....等虛實整合體驗機台道具，讓民眾感受台灣「科技島」特色。

(6) 物品販售及美食體驗區

廠商可與在東京經營之台灣店家合作，於現場提供台灣輕食體驗及物品販售，吸引民眾駐足體驗，並搭配拍照打卡等規劃提升網路宣傳。

(7) 儲物及其他服務空間

儲物空間須可供 8 人以上表演團體休息之桌椅，並可存放相關表演道具及觀光宣傳文宣、贈品等。

名古屋

時間：2023 年 5 月 14 日，12：00-20：00，共 1 日。

地點：半開放式(戶外)人潮聚集處(須提供雨天備案)

※本會建議地點：名古屋 Oasis21 商場

硬體搭建及空間規劃：

(1) 舞台區

- a. 可供 6 人舞蹈表演團體演出之舞台(表演由本會提供)，並規劃大型螢幕或 LED 供影像播放，達到聚眾效果，舞台空間可為活動式，和互動體驗區於不同時段相互運用。
- b. 請廠商依場地特性(如：Oasis21 樓頂水池觀景區)規劃呈現浪漫氛圍之裝飾(如：水上小天燈)，並朝向可延長此造景呈現時間之方向規劃(如：活動雖僅一日，但某部分造景可放置一週，供民眾拍照打卡上傳)，延伸活動網路話題效益。

(2) 台灣觀光資訊櫃台

可供約 10-15 人站立之櫃台空間，須搭配多媒體工具供民眾查詢旅遊資訊。每單位須有櫃面及儲物空間儲放、發送文宣。該區須規劃簡單座位供業者休息。至少可放置 10 種以上文宣及儲物空間供民眾索取。

(3) 互動體驗區

本區包含「文化體驗」空間，體驗內容由本會提供，廠商應規劃每次至少 10 人、一天至少 3 場次之含桌椅體驗空間，具體空間規劃應視本會提供體驗內容調整。

名古屋活動將延續至晚間，請以 LED 螢幕搭配現場造景，於白天與夜晚時段呈現母親節親子旅遊主題，及台灣「浪漫、科技」氛圍，吸引民眾拍照打卡互動。

(4) 物品販售及美食體驗區

廠商可與在名古屋經營之台灣店家合作，於現場提供台灣輕食體驗及物品販售，吸引民眾駐足體驗，並搭配拍照打卡等規劃提升網路宣傳。

(5) 儲物及其他服務空間

儲物空間須可供 6 人以上表演團體休息之桌椅，並可存放相關表演道具及觀光宣傳文宣、贈品等。

2. 專業靜、動態攝影

活動期間須安排專業攝影師拍攝照片，每日至少 100 張，並請動態錄影到場側錄台灣業者與民眾互動和民眾進行 DIY 體驗、觀賞表演等畫面。動態錄影請於活動結束後剪輯為 40 至 90 秒之短影片，並於活動結束一週內提供照片，兩週內提供影片電子檔。

3. 現場人力

- (1) 現場營運總監 1 名，負責調配所有人力並解決軟硬體問題。
- (2) 舞台活動日文主持人 1 位(如不諳中文，建議搭配中文 1 位)，含台本撰寫。
- (3) 工作人員 4-5 名，其中至少須 2 位諳中、日文，外籍工作人員請以台灣籍為主。工作人員工作包含：活動秩序維護、環境整潔維持及防疫措施執行、協助台灣業者、互動體驗區引導協助、現場器材搬運、發送台灣觀光宣傳文宣等。
- (4) 專業設備操作人員如音控、螢幕操作等。

4. 防疫措施規劃

應配合日本政府當下最新防疫規範，規劃相關防疫措施，例如：準備酒精、定期消毒、設置防飛沫隔板……等。

柒、其他：

- 一、得標廠商應於推廣活動期間於活動現場配置至少 1 名現場人員，即時配合處理活動期間軟、硬體及器械操作等問題之排除。
- 二、全系列活動結束後 2 週內須繳交含效益結果之結案報告書乙份，結案報告書以日文撰寫亦可。
- 三、得標後規劃內容須配合本會進行修改至定稿，廠商須具備活動現場調整輸出之能力。

四、廠商資格證明文件，企劃書逾期送達者，取消參選資格，不符本須知所訂參選資格或所得不合須知規定者，取消參選資格。

五、參選廠商所寄（送）達之投標文件，除另有規定外，不得要求更換或補充任何資料，本會審查廠商投標文件時，發現其內容不明確、不一致或明顯打字或書寫錯誤情形者，得通知廠商提出說明，以確認其正確之內容。如係明顯打字或書寫錯誤且與標價無關者，得允許廠商更正。入選與不入選之企劃書等，本會均得就已開標部分，保留一份或僅保留影本，並不予退還。

六、本會不負擔企劃書撰寫及提送等一切費用。

捌、特殊情況：

一、廠商執行本活動相關經費，應於事前告知本會，取得本會同意後，始得進行後續作業；反之，未經本會同意之相關作業支出，本會得拒絕支付，衍生之損失概由廠商自行負責。

二、如因天災、事變(如 COVID-19 疫情)等不可抗力或不可歸責於本會與廠商等事由，致活動無法如期舉辦時，本會得依舉辦單位之通知展延履約期程，廠商應予配合，如無法配合，本會得逕行解除契約，不負任何賠償責任。活動如取消舉辦，廠商於接獲本會通知後，應儘速提供各項支出之明細(含截點、比例)並檢據送本會，經本會認可後支付相關費用。

三、本會如因故未能取得本案之委託時，本會應立即通知廠商，並保有解除契約之權利，不負任何賠償責任。

玖、得標廠商應於議價後起 15 日內與本會簽訂契約，逾期未簽訂者，視同放棄資格，1 年內不得參與本會委託業務之甄選。但因其它非可歸責於該廠商之事由，經本會另訂適當期限，而於期限內完成簽約者，不在此限。

壹拾、本案招標業務內容之查詢，請洽張思維先生，電話 +886-2752-2898 分機 51。Email：allench@tva.org.tw

2023 年東京地区観光プロモーションイベント運営 PR 仕様書

財団法人台湾観光協会(以下略称本会)は交通部観光局の委託を受け、2023 年 5 月 12 日から 16 日、日本の東京および名古屋で観光プロモーションを行う。プロモーションイベントにおける事前 PR、イベント会場等、プロモーション運用関連を行う業者を募る。本プロモーションにおけるポイントは下記の通り：

1. イベント項目：観光マーケティング企画と運営設営

一、形式：

- (1) 5 月 13-14 日、東京と名古屋で「クリエイティブ観光 PR リアルイベント」の宣伝とイベント企画と執行（執行内容は業者が提案すること、形式は問わない。詳しくは 6. を参照）。
- (2) プロモーションイベント前後、台湾観光局と日本旅行業協会が提携して選出した「台湾 30 選」観光スポットに基づいて PR イベントを行う（執行内容は業者が提案すること。「台湾 30 選」内容は 6. を参照）。

二、 予算：東京および名古屋のイベント会場費、現場運用、施工費、イベントキービジュアルデザイン費及び執行費用、台湾 30 選キャンペーン PR と執行で計 400 万台湾ドル、約 132,187 米ドル（為替率 30.26、最終金額は本会との「議価」（値引き交渉）を通して決定する）。

三、 イベント内容：

- (1) PR 企画：東京、名古屋 2 会場におけるリアルイベントおよび「台湾 30 選」イベントの事前宣伝、形式は問わない（例：インターネット人気投票キャンペーン等）SNS や他の形式での宣伝も可能。宣伝効果の見える化が必要。台湾観光局の日本語観光情報 HP「いくたび、ふたたび台湾」にも触れること。
- (2) 「台湾 30 選」PR イベント：業者が提案すること、形式は問わない（インターネットによる人気投票など）。
- (3) クリエイティブ観光 PR 活動：計 2 案、1 案は東京都内で適した場所で行う（室内屋外は問わない、屋外の場合は雨の代案も用意す

ること)もう1案は名古屋での適した会場で、旅行や台湾旅行に興味のある人々へ最大限に接触できる場所、またどのように誘客できるかプロモーションも考慮に入れること。

2. 締切：2023年2月14日18時まで

3. 入札方法：

一、本国外国の業者にかかわらず入札に参加できるものとする。入札業者は中国語または日本語で企画書を提出すること(日本語での提案者は中国語訳も付けること)。入札時には下記資料をつけることとする：

- (1) 資格証明資料(日本の業者の場合は、以下証明を日本語できる)
 - a. 会社紹介
 - b. 会社登記と設立証明(副本)
 - c. 直近1期の営業税支払い証明文件(副本)
- (2) 企画書6冊、内容は下記を含むこと：
 - a. クリエイティブ観光PRリアルイベントの全体的計画理念説明(200文字以内)およびキービジュアル。
 - b. 2つのリアルイベントと「台湾30選」プロモーションイベントの具体的執行方法および場所、提携対象と活動内容の提案。「台湾30選」の具体的執行方法はおすすめの開催時間、観光局HPと結びつける方法を含むこと。
 - c. 二つの(東京、名古屋)リアルマーケティングイベントの場所提案、空間配置とデザインと平面、3D配置図。
 - d. 人力配置、スケジュール
- (3) 見積もり書：「6、入札規格」の各項目(例：人件費、場所代、デザイン費、施工費、機材貸出費、ホームページ制作、インフルエンサー提携費用)等を税込台湾ドルで見積もり表に記載すべきである(各項目は日本円でも可、総計は台湾ドルで記載)。また見積もりには会社印と担当者の捺印を必要とする。
- (4) 関連業務執行と施工の実績

以上の文献を2023年2月14日台湾時間18時までに書留または本会まで持参すること。

- 受け取り人：葉筑鈞 資深專員 收
- 郵送先住所：台湾台北市忠孝東路4段285號8樓之1
- 電話：+886-2-2752-2898
- E-mail：naomi@tva.org.tw
- 封筒：「投標 2023 年東京地區觀光推廣活動營運宣傳招標案」と記載すること

二、 コロナウイルスの影響のため、本会は状況によってプレゼンを本会であるいはオンラインで行うのかを通知する。資格のある業者は、中国語もしくは日本語で企画内容を説明すること。日本語で説明の場合は中国語通訳をつけること。業者はこれを拒否できない(プレゼン日時は追って通知する)。

4. 決定方法：本案は専門的な労務入札案として、プロモーション企画 15%、観光プロモーションイベントおよび「台湾 30 選」のイベント規格 70%、過去実績 5%、価格 10%により評定する。

5. 決定時期：別途通知する

6. 入札規格：

交通部観光局の「いくたび、ふたたび」とのスローガンを軸とし、台湾の持つテクノロジー的なイメージ及び新潮とレトロが兼ね備えた文化と観光の魅力を表現する。以上に基づいて本イベントのキービジュアル及び現場の設計や露出をデザインする。

一、 PR 宣伝計画

(1) イベント前期 PR

5月のイベント1ヶ月前に宣伝を開始し、日本の若者(20-49歳)客層をメインで、シルバー層を準サブとし、台湾が海外のお客様のお越しを歓迎しているイメージを打ち出すこと。台湾のテクノロジー的、新潮かつロマンのある観光特色を表現すること。関連計画と予測効果をも提案に含むこと。また、適切な広告露出やバナナ制作(インターネット、電車、3DTV、電子看板等)を通してイベント前の宣伝効果を拡散させること。

(2) 「台湾 30 選」PR イベント

- a. 5月のイベント約1ヶ月前に、台湾観光局と日本旅行業協会

(JATA)が選出した「台湾30選」の観光地をベースに、観光プロモーションをし、日本の消費者に向けて台湾旅行への興味を喚起し、イベント前に話題作りし、東京名古屋で開催のイベント効果を達成させる。「台湾30選」観光地リストは下記URLを参考すること。

jata-net.or.jp/wp/wp-content/uploads/administrator/171221_taiwaninfo.pdf

- b. イベント実施内容を提案すること。開催形式はリアルもオンラインも可能。また、台湾観光の最新情報に触れるよう、台湾観光局の観光情報日本語サイト「いくたびふたたび台湾」のページに飛ぶようにすること。ホームページを作る場合、その制作費用も見積もり書に記載すること。

台湾観光局「いくたび、ふたたび台湾」URL：

<https://go-taiwan.net/ikutabi/>

二、クリエイティブ観光PRリアルイベント

- (1) 東京都及び名古屋で、計2つリアルイベントを開催する。適切な場所、フレキシブルな運用が可能な場所を選ぶこと。キービジュアルの延長で会場デザインを作成し、人々が足を止めて鑑賞や体験し、SNSでPRするようなコンテンツであること。また、消費者と十分な交流がき、イベント会場に入ってもらえるような体験イベントを企画すること(例：スタンプラリー参加で無料体験できる等、業者が自由に提案)2つの会場の日程と必須項目は下記の通り。

東京

時間：2023年5月13日から5月14日、11:00-17:00、計2日間

場所：半開放的な場所で人が多く集まる場所(雨の場合の代案も提供すること)

ハードウェア運用構築と空間企画：

- a. 「舞台」
 - i. 6人の舞踊団体がパフォーマンスできる広さ持つ舞台(舞踊パフォーマンスは本会が提供)かつ映像を流せる大型スクリーンまたはLEDスクリーンを必要とする。映

像とパフォーマンス演出を組み合わせることで、集客効果を図る。移動式の舞台を使い、交流体験との時間をずらして利用することも可能。

- ii. 事前プロモーションと合わせてイベント期間中にインフルエンサーや芸能人、専門家を会場に呼び寄せ、観光特色講座や交流会の開催なども可能です、ご自由に提案。
- b. 「台湾観光情報カウンター」
10-15 種類以上の観光パンフレットが置ける、3-4 人が立てるカウンター空間で、スタッフはここで台湾観光情報を配布。
- c. 「台湾業者展示エリア」
20-30 名の業者が立つことができる、かつ 10 種類以上のパンフレットを置けるカウンター及び倉庫エリアを確保する。台湾業者はカウンターでパンフレットを配布し、日本人と交流する。1 名の業者につき 30cm (横幅) のカウンター面積が必要、業者が休憩できるよう簡単な椅子を設置する必要がある。
- d. 「日本旅行商品お問い合わせエリア」
来場客が旅行商品情報を検索できるよう、大型タッチパネルモニター、もしくは iPad などのメディアツールを設置する。少なくとも 10 名の業者が立てるカウンターと倉庫空間が必要、実際の申し込み情報により「台湾業者展示エリア」と合併することもある。
- e. 「交流体験エリア」
 - i. 本エリアは「文化体験」、「テクノロジー体験」を含む。文化体験の内容は本会から提供する。毎回のイベントに 10-15 人収容可能な空間 (テーブルと椅子を含め)、1 日少なくとも 3 回開催する。具体的なイベント内容は本会が確認した後提供する。
 - ii. 「テクノロジー体験」: テクノロジー交流ゲームを提案する。例えば鉄道やサイクリング体験など (観光局 Rouvy 提携体験 <https://rouvy.com/challenges/taiwan-cycling->

paradise-a をご参照)。バーチャル統合体験のツールを通じて、台湾の「テクノロジー島」との一面を感じさせること。

f. 「物品販売とグルメ体験」

東京で経営する台湾物販関連店と提携し、台湾の軽食体験と物品販売を行い、消費者をイベント会場内に引き込む。また、SNS で拡散してもらえるような撮影スポットなども企画し、インターネット PR 効果を図ること。

g. 「倉庫と休憩スペース」

倉庫には 8 名以上のパフォーマンス者の休憩空間と椅子、テーブル、関連道具や観光パンフレットの貯蔵スペースが必要。

名古屋

時間：2023 年 5 月 14 日，12：00-20：00，計 1 日

場所：半開放的な場所で人が多く集まるところ（雨の場合の代案も提供すること）

※本会おすすめの場所：名古屋オアシス 21

ハードウェア運用構築と空間規格：

a. 「舞台エリア」

iii. 6 人の舞踊団体がパフォーマンスできる広さ持つ舞台（舞踊パフォーマンスは本会が提供）かつ映像を流せる大型スクリーンまたは LED スクリーンを必要とする。映像とパフォーマンス演出を組み合わせることで、集客効果を図る。移動式の舞台を使い、交流体験との時間をずらして利用することも可能です。

iv. 場所の特徴（例：オアシス 21 屋上には水池のエリア）に沿った企画をし、装飾などをご提案ください（水上ミニランタン等）、また、可能であれば、会場の装飾が続いて置けるという方向で企画お願いします。（例：イベントは 1 日のみですが、一部の装飾は一週間継続し、消費者に

SNS スポットとして利用してもらえる等) イベントのインターネット宣伝効果の延長を目指す。

b. 「台湾観光情報カウンター」

10-15名の業者が立てる、かつ10種類以上のパンフレットが置けるカウンター及び倉庫エリアを確保する。台湾業者はカウンターでパンフレットを配布する。1名の業者につき30cmのカウンター面積が必要、業者が休憩できるように簡単な座椅子を設置する必要がある。また、カウンターには旅行情報を検索できるようなデジタルツールが必要です(IPADなど)。

c. 「交流体験エリア」

本エリアには「文化体験」が含まれる。文化体験の内容は本会から提供する。毎回のイベントに10-15名収容可能な空間(テーブルと椅子を含め)、1日少なくとも3回開催する。具体的なイベント内容は本会が確認した後提供する。

名古屋イベントは夜まで続くため、LEDスクリーンと現場の設計を組み合わせ、昼から夜にかけて母の日や親子旅行をテーマとして台湾の「ロマンティックかつテクノロジー的」な雰囲気を出し出すことで旅情客を惹きつけます。

d. 「物品販売とグルメ体験」

名古屋で経営する台湾物販関連店と提携し、台湾の軽食体験と物品販売を行い、消費者をイベント会場内に引き込む。また、SNSで拡散してもらえるような撮影スポットなども企画し、インターネットPR効果を図ること。

e. 「倉庫と休憩スペース」

倉庫には6名以上のパフォーマンサーの休憩空間と椅子、机、関連道具や観光パンフレットの貯蔵スペースが必要。

(2) 撮影(写真、動画)

イベント期間中にプロのカメラマンにより毎日100枚以上の写真と録画(台湾業者と消費者との交流、DIY体験、パフォーマンスを鑑賞などの様子)を撮影すること。写真はイベント終了後の一

週間以内に、録画は 40 秒から 90 秒の動画に編集し二週間後以内に電子ファイルで本会まで提供すること。

(3) 人材配置

- a. 現場ディレクター1 名、人材やソフトハードウェアなどを担当。
- b. 舞台イベントでの日本語司会者 1 名（中国語できない場合はもう一人中国語のできる司会を配置する）。台本マニュアルの作成も必要。
- c. スタッフ 4-5 名、そのうち 2 名は中国語と日本語両方できる者で、海外スタッフを雇う場合は台湾人を優先に雇うこと。スタッフ業務内容はそれぞれ、イベント運営業務、感染対策、台湾業者との連絡、交流体験エリアへの誘導、器材運搬、台湾観光宣伝パンフレットの発送等。
- d. 音響、スクリーン操作等の設備操作スタッフ

(4) 感染対策企画

日本政府の政策に合わせた最新の感染対策計画、防疫措置関連計画（例えばアルコールの準備、定期消毒、飛沫対策のアクリル板設置など）。

7. その他：

- 一、落札業者はプロモーションイベント期間中現場に 1 名以上の現場ディレクターを配置し、イベント期間中のソフト/ハードウェア面での問題に対応すること。
- 二、全イベント終了後、2 週間以内に宣伝効果の含む報告書 1 部を提出すること。報告書は日本語でも可とする。
- 三、落札後、企画書内容は本会の意見に基づいて修正し、業者はイベントを現場の装飾などを調整する能力を持ち合わせること。
- 四、業者資格証明文献や企画書の郵送が期限超えで届いた場合は参加資格を失うとする。また、本件の必須項目に満たさない場合も参加資格を取り消されます。
- 五、参加業者が郵送した入札資料に関して、本会が追加で求めない限り、内容の変換や交換をしてはならない。本会が資料を審査する際、資料

の内容が不明確、内容の不一致、またや記載間違いがあることが発覚した場合、当業者に説明を求め、正確な内容を確認する。金額と関係のない打ち間違いや記載違いの場合は、入札業者の修正を認める。入選有無を問わず、本会は料開封後の資を返還せず、原本1部または副本を残すこととする。

六、本会は企画書にある一切の送料費用を請け負わない。

8. 特殊状況：

一、本活動における関連費用は業者が事前に本会に告知し、本会の同意を得た後に作業を進めること。万が一本会の同意を得ずに関連作業で出費が発生した場合、本会は支払いを拒み、損失は業者が負うものとする。

二、天災やコロナの感染等、不可抗な事情が発生した場合、もしくは本会や業者の責任でないの出来事でイベントが期日通りに実施できないと判断した場合、主催者の告知に従い延期の処置をとる。協力できない場合、本会は契約を解除でき、一切の賠償責任を負わないとする。イベントの取り消しについて、本会の告知を得た後に各支出の詳細（割合を含む）を本会まで提出する必要がある。本会は確認した後に関連費用を支払う。

三、本会は本案の委託案を得られなかった場合、直ちに契約解除を業者に通知する。その場合、一切の賠償責任を負わないものとする。

9. 落札業者は、値引交渉後の15日以内に本会与契約締結する。15日以内に契約しない場合は資格放棄とみなし、1年間以内の本会委託業務に参加できないものとするが、その他に不可抗力によって放棄せざるを得ない場合、本会は別途期限を決め、期限以内に契約締結すればこの限りではない。

10. 本仕様書内容についての質問がある場合は、張恩維 MR まで

電話：+886-2752-2898 #51

Email: allench@tva.org.tw