

2026 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)受交通部觀光署委託，預定於 2026 年 4 月 11 日至 12 日在東京舉辦「2026 台遊館 in 東京(暫名)」，活動營運事宜徵求承辦廠商。茲就本活動招標重點說明如下：

壹、委辦項目：觀光行銷活動營運、搭建及宣傳行銷規劃

一、目的：

透過實體行銷活動及宣傳，展現台灣對日本旅客最具吸引力的一面，運用台灣美食、科技、友善、山海等豐富元素，達成吸引日本旅客來台旅遊之目標。

二、活動概要：

1. 視覺設計：

運用台灣觀光「Taiwan – Waves of Wonder」LOGO，及「ビビビ！台湾 最愛台灣紀行」之元素，結合強調台灣安心、安全，白天夜晚皆很精彩、服務 24 小時不間斷的「台灣不打烊」主題進行設計，展現出「最能吸引日本旅客的台灣觀光元素或意象」的視覺效果，貫穿活動規劃與輸出設計。

2. 宣傳行銷：

請規劃對本活動及台灣觀光具效益之宣傳行銷方案。提案應包含執行期程、露出時間、預計觸及目標客群、觸及數量及預計來客數等預期效益，在最能實際觸及目標客群的管道投放，確實吸引日本旅客造訪台灣。

3. 活動形式：

於 4 月 11 日及 12 日在東京舉辦兩日「2026 台遊館 in 東京(暫名)」實體活動，將台灣觀光魅力帶到東京，吸引更多日本旅客到場體驗、洽詢，進一步赴台旅遊。

※日期為暫定，需視本會最終決定調整時程。

三、預算：

包含場地租金、活動現場營運及搭建、活動整體主視覺設計等執行費，

以及宣傳行銷費用，共計新台幣 820 萬元(含稅)，最後執行經費須再經本會議價後訂定。

貳、需求說明

- 一、**設計主軸：**運用「Taiwan – Waves of Wonder」Logo，以及觀光署在日本市場推廣主軸「ビビビビ！台湾 最愛台灣紀行」之元素，並搭配以下主題，設計一款**主視覺**貫穿「2026 台遊館 in 東京」活動，並延伸運用於事前宣傳及現場搭建、輸出等。

主題：「台灣不打烊」

台灣是一座「服務不打烊」的島嶼，從笑容滿滿的攤販，到隨時開門的便利商店，台灣用溫度，讓旅人感受到被照顧的安心。台灣的夜不只屬於城市，旅客可以夜晚看燈會、參加祭典、出海夜釣、泡溫泉，看演唱會，四季都有不同的樂趣，無論白天黑夜，總有一種方式讓你愛上台灣。

素材及使用規範請參考：

ビビビビ！台湾 最愛台灣紀行：

https://drive.google.com/drive/folders/1VY_pxOUBopGo_Vz3EPdt0VtwziVnVPBD?usp=drive_link

台灣觀光 3.0 「Taiwan–Waves of Wonder」：

https://drive.google.com/drive/folders/15o_1pTBs04wweYRLzfaZGD7kdNW1D-e-?usp=sharing

※素材未經許可請勿於其他場合使用。

二、實體活動：

廠商應於東京辦理為期兩日之「2026 台遊館 in 東京」實體活動，並選擇合適地點設計搭建活動場地。實體活動現場之輸出設計應依設計主軸延伸，並規劃能令民眾駐足觀賞、體驗，規劃科技互動體驗(如：集章活動換取免費體驗、#特定關鍵字兌換禮贈品、AI 科技呈現台灣特色、觸控互動裝置……等，請廠商自由提案)，吸引民眾走入活動現場各區體驗。

1. 時間：2026 年 4 月 11 日至 12 日，11：00-17：00，共兩日。

※舉辦時間將依本會最終決定時程調整之。

2. 地點：建議面積 800 平方公尺以上，可同時容納 400 人以上之東京人潮聚集處，以鄰近大眾運輸車站之室內場地為佳，廠商應提出至少兩處以上場地提案，並規劃排隊等相關腹地。

※亦可選擇戶外或半戶外場地；惟若為戶外場地，須提供雨天備案。

※若擇定空間有進場時間限制，導致必須夜間施工，廠商提案時應一併納入經費規劃，不另收取費用。

3. 空間規劃、硬體搭建及活動內容執行規劃：

須將主視覺運用於會場以下區域，呈現整體設計一致性，避免僅用制式隔板搭建，主視覺運用區域包含但不限於

- a. 業者展位、舞台區及其他使用制式隔板搭建之區域。
- b. 會場內各類輸出物(如：吊旗、指引告示牌、裝飾物等)

(1) 舞台區

- a. 可供 6 人以上舞蹈團體演出之舞台(表演內容由本會提供)，並應包含大型螢幕或 LED 供影像播放，配合舞蹈演出，達到聚眾效果。
- b. 廠商必須於舞台舉辦至少 1-2 場與網紅或藝人、Vtuber 等不同名人合作之觀光特色講座、互動會或見面會集客；集客活動應與前期宣傳聯動，形式不拘，請廠商配合主題自由提案。

(2) 台灣觀光資訊櫃台

可放置約 5-10 種以上觀光文宣，可供 2-3 人站立之櫃台空間，由工作人員發送台灣觀光資訊，並配合空間提供合適的文宣展示架。

(3) 業者展區

可供約 20-30 家台灣及日本業者使用之攤位(含公司名稱露出)，供業者發送資訊文宣或與日本民眾互動。

(4) 互動體驗區：文化體驗及科技體驗

- a. 文化體驗：內容由本會提供，廠商應規劃每次可容納 12-16 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：沉浸式鐵道旅遊體驗、台灣風景拍貼機、運用 AI 的互動裝置……等虛實整合體驗，讓民眾感受台灣「科技島」特色。

(5) 販售區：物品販售或美食體驗

廠商應於現場邀請 6 家以上符合「台灣不打烊」主題的台灣美食體驗及物品販售攤位，並提出建議邀請之品牌或店家名單，吸引民眾駐足體驗。店家遴選及邀請，決標後由雙方共同規劃決定。

(6) 儲物及休息室

廠商應規畫至少 2 個儲物及休息空間，儲物空間須可放置 20-30 組紙箱，存放觀光宣傳文宣、喔熊人偶及贈品等；休息室應可容納 18 人以上供本會工作人員以及表演團體使用，包含桌椅及茶水。

(7) 互動式集客活動

請提出 2 款可以吸引民眾至業者展區參觀或洽詢的集客活動(如：集章活動、抽獎、連續印章挑戰等)，並設計及製作相關輸出物。

(8) 製作活動工作手冊

應於本會規定之時間內，提供包含現場設計、布置及人力配置等細節之工作手冊。

4. 專業靜、動態攝影

活動期間須安排專業攝影師進行影像紀錄

(1) 靜態攝影

每日至少 100 張，廠商應於當日活動結束後，精選 10-15 張照片供新聞發稿使用，所有照片應於活動結束後一週內完整提供。

(2) 動態攝影(將公開播放，請確保錄影的肖像權益)

側錄台灣業者與民眾互動、民眾進行 DIY 體驗、觀賞表演等畫面，錄影畫面應依本會指定時間，以 mp4 或 mov 等格式提供原檔供新

聞發稿用，另於活動結束後二周內提供剪輯為 30 至 90 秒之短影片。

※短影片範例參考連結：

https://drive.google.com/file/d/138xgBJDnufOrj0JINiKIoG_hMNERFjfD/view?usp=sharing

5. 現場人力

- (1) 活動期間配置現場營運總監至少 1 名，負責調配所有人力確保各活動順利進行，並隨時配合解決軟、硬體及器械操作等問題。
- (2) 舞台活動日文主持人 1 位(如有必要，可搭配中文 1 位)，報價應包含台本撰寫。
- (3) 工作人員至少 22 名，其中 3 位須諳中、日文，外籍工作人員以台灣籍為主。工作人員工作包含但不限於：
 - a. 活動秩序維護
 - b. 發送台灣觀光宣傳文宣等
 - c. 互動體驗區引導協助
 - d. 進、撤場搭建及現場器材搬運所需人力。
 - e. 環境整潔維持及防疫措施執行
 - f. 專業設備操作人員(如音控、螢幕操作等)

6. 其他可增進本活動效益之提案（由廠商自由發揮提案）

三、宣傳行銷：以增加實體活動來場人數及擴大台灣觀光知名度為目標，於活動前、中或後宣傳。

1. 時間：活動前期宣傳應自活動前至少 2 週，配合活動場地開始執行(不同媒體可依預算規劃不同波段宣傳期程)
2. 宣傳管道：
 - a. 電視廣告、社群網路(SNS)、電車或 3D 電視牆、電子看板、活動場地之廣告空間／版位……等，也可用跨界合作等方式，達成吸引旅客來活動現場及來台之目標。
 - b. 新聞報導：於知名平面或電視媒體，如 travel voice、產經 news

露出台灣觀光專題報導，或台灣觀光及參加 Roadshow 心得，達成宣傳台灣觀光之功能。(至少 1 篇報導，包含新聞稿撰寫)

- c. 網紅合作：邀請 1-2 位符合「台灣不打烊」主軸的網紅或藝人(追蹤人數須達 10 萬人以上，或有其他數據可佐證具同等集客力)，於活動期間到場進行講座或互動(請廠商提案，形式不限)。該名網紅應於活動前在社群平台至少發 1 則限時動態或貼文宣傳活動，參加後須於其頻道貼文或上傳影片，並記錄瀏覽人次等數據。

3. 目標客群：以日本年輕(20-49 歲)客群為主、熟齡客群為輔。

4. 宣傳規劃：廠商提案應包含目標客群輪廓、執行期程、廣告露出時段、視覺(如 Banner、輸出)設計與預計觸及人數、效果，後續結案報告應包含實際廣告及網紅觸及率等成效數據。

四、報價規範：

1. 廠商報價應包含上述各項目之單價、複價及佔比。
2. 廠商報價單項可顯示為外幣，惟總金額應換算為台幣(請以 12 月 1 日台灣銀行牌告即期賣出匯率計算)。

參、投標截止日：2026 年 1 月 20 日下午 16 時(台灣時間)止

肆、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) 2026 台遊館 in 東京活動整體規劃內容說明及活動現場視覺設計。
- (2) 宣傳行銷規劃之具體執行方法及期程、合作對象和內容提案。
- (3) 活動地點提案、空間配置及現場設計和平面、3D 立體配置圖。

(4) 活動內容提案。

(5) 活動及宣傳行銷人力編組、工作進度管理規劃。

(6) 活動預計來場人數及預期效益。

3. 報價單：須含「貳、需求說明」之各大項及細項(依廠商提案內容提報，如：人力費用、設計費、搭建費、器材租用、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 2026 年 1 月 20 日下午 16 時(台灣時間)前以掛號寄達或親送至本會。

- 收件人：高韻如
- 郵寄地址：台灣台北市忠孝東路 4 段 285 號 8 樓之 1
- 電話：+886-2-2752-2898 分機 59
- E-mail：judy@tva.org.tw
- 請於信封註記：**投標 2026 年東京地區觀光推廣活動營運宣傳招標案**

二、因本案為海外標案，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，在規定時間內完成簡報，投標廠商不得拒絕（評選日期另訂）。

伍、決標方式：

本案為專業性之勞務採購，將以廠商提案之服務內容、品質及價格依下方第柒項評選標準評定之。

陸、評選會議：確切日期另行通知。

柒、評選標準及辦法：

採序位法，評選項目之評分加總轉換為序位後，以序位合計值最低且平均總分在 80 分以上者為最優廠商，依此排序次優等。最優廠商有 2 家以上時，標價低者為優先議價對象，若報價相同時，擇平均總分較高者優先

議價商。若仍相同者，經機關首長或評選委員會出席委員過半數決定最優者為優先議價對象。評選項目及配分如下（總分 100%）：

- 宣傳規劃(25%)
- 2026 台遊館 in 東京活動規劃(65%)
- 過往實績(5%)
- 經費編列合理性(5%)

捌、決標日期：另訂(不公告)。

玖、其他：

- 一、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，指定格式將由本會提供。
- 二、活動結束後 1 週內應繳交所有活動現場拍攝之照片，2 週內提供剪輯影片電子檔。
- 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、廠商資格證明文件或企劃書逾期送達者，取消參選資格；證明文件及企劃書內容不符本須知所訂投標規則者，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。

壹拾、 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。

壹拾壹、 得標廠商應於議價後起至本會指定時間內與本會簽訂契約，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。

壹拾貳、 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：allen.ch@tva.org.tw

※本案係配合交通部觀光署「115 年國際觀光行銷推廣業務委託案」辦理，若本會最終未執行該相關標案，得終止、解除本招標案部分或全部委託事項。

2026 年東京エリア観光促進イベント運営及びプロモーション業務 に関する入札案

財団法人台湾観光協会（以下、本会）は、交通部観光署からの委託を受け、2026 年 4 月 11 日～12 日に東京で開催予定の「2026 台遊館 in 東京(仮)」の設計、施工及び関連イベントの運営などの受託業者を募集します。入札の詳細は以下の通りです。

壹、委託項目：観光マーケティングイベントの運営、施工、プロモーション、マーケティング企画

一、目的：

リアルマーケティングイベント及びプロモーションを通じて、日本人旅行者に最も魅力的な「台湾」を紹介し、台湾の美食、テクノロジー、親しみやすさ、山や海といった豊富な要素を活かして、**日本の人々に台湾観光を誘致するという具体的な目標を達成します。**

二、イベントの概要：

1. ビジュアルデザイン：

台湾観光用「Taiwan – Waves of Wonder」のロゴと「ビビビビ！台湾最愛台湾紀行」の要素を活用し、台湾の安全や安心感を強調しつつ、同時に昼夜問わず楽しめて 24 時間途切れることのないサービス「台湾はいつも 24 時間営業」を軸にデザインしてください。これによって、「日本人旅行者を最も惹きつける台湾観光の要素あるいはイメージ」を視覚的に表現し、イベント企画からアウトプットまで一貫して展開していきます。

2. プロモーション・マーケティング：

このイベントと台湾観光に効果的なプロモーション・マーケティング企画を提案してください。提案内容には実施のスケジュール、露出の時間、予想されるターゲット層、リーチ数、予想来場者数などを含め、ターゲットに最もリーチし、日本人客の台湾観光誘致に最も効果的なチャネルに配置してください。

3. イベントの形式：

4 月 11 日及び 12 日の 2 日間、東京で「2026 台遊館 in 東京（仮

称) 」のリアルイベントを開催し、台湾観光の魅力を東京から発信します。
多くの日本の皆様にご来場いただき、体験やご相談を通じて、さらなる台湾
旅行へとつなげてまいります。

※日程は暫定とし、本会の最終的な決定に基づき調整します。

三、 予算：

会場利用料、イベント会場の現場運営及び設営費、イベント全体のメインビジュアルデザインなどの実行費用、プロモーション・マーケティング費用を含めた最終的な実行経費は総額 820 万新台湾ドル（税込）とし、費用は最終的に本会の会議で決定されます。

貳、 要件の内容

- 一、 **デザインのメインコンセプト**：「Taiwan - Waves of Wonder」のロゴと観光局が日本市場で展開するプロモーションテーマ「ビビビビ！台湾 最愛台湾紀行」の要素を活用して、以下のテーマと組み合わせ、「2026 年 台湾館 in 東京」イベント全体を貫くメインビジュアルとして展開し、事前プロモーションや会場の設営、各種印刷物などの展開にも活用する。

テーマ：「台湾はいつも 24 時間営業（仮）」

台湾は「いつも 24 時間営業」の島です。笑顔溢れる屋台から、いつでも開いているコンビニまで、台湾の温もりは旅人に「大切にされている」という安心感を与えてくれます。台湾の夜は都会だけのものではありません。夜にランタンフェスティバルを見に行ったり、お祭りに参加したり、夜釣りをしたり、温泉に浸かったり、コンサートを楽しんだり…四季折々の楽しみ方に溢れ、昼夜問わず、必ず台湾を好きになるたくさんの体験が人々を待ち構えています。

素材とその使用規範は以下をご参照ください。

ビビビビ！台湾 最愛台湾紀行：

https://drive.google.com/drive/folders/1VY_pxOUBopGo_Vz3EPdt0VtwziVnVPBD?usp=drive_link

台湾観光 3.0「TAIWAN-Waves of Wonder」：

https://drive.google.com/drive/folders/15o_1pTBs04wweYRLzfaZGD7k

dNW1D-e-?usp=sharing

※素材は許可なく他の場面で使用しないでください。

二、リアルイベント：

事業者は、2 日間の「2026 台遊館 in 東京」のリアルイベントで、会場デザインと設置のために適切な場所を選択する必要があります。リアルイベント会場のデザインは、メインテーマのデザインに基づいて拡張され、人々が足を止めて見たり体験したりできるようにし、インタラクティブなテクノロジー体験（例：スタンプラリーで無料体験と引き換え、特定のハッシュタグ投稿によるノベルティ交換、AI 技術による台湾の魅力表現、タッチパネル式インタラクティブ装置等、自由にご提案下さい）を企画して、来場者をイベント会場の各体験エリアに引き入れてください。

1. 期間：2026 年 4 月 11 日～12 日 11：00-17：00 の 2 日間。

※開催日時は本会の最終決定により調整させていただきます。

2. 会場：東京都内で面積 800 m²以上、同時に 400 人以上収容可能な、人が集まるエリアで、公共交通機関の駅に近い屋内会場を優先しつつ、最低 2 会場以上を提案してください。来場者の待機列や動線確保のための関連スペースについても計画に含めてください。

※屋外または半屋外の選定も可。但し、屋外会場の場合、雨天時の対策案を提示してください。

※選定した会場に入場/搬入時間の制限があり、夜間施工が必要となる場合、その費用を企画提案時の予算計画に含め、追加費用は請求しないものとします。

3. 空間の企画、ハードウェアの構築、イベント内容の実行計画：

主たるビジュアル（メインビジュアル）は、会場内の下記エリアに展開し、会場全体におけるデザインの統一感を表現すること。画一的なシステムパネルのみを用いた設営は避けるものとする。

メインビジュアルの展開範囲は、以下に限定されないが、主に次のとおりとする。

- a. 出展事業者ブース、ステージエリアおよびその他システムパネルを用いて設営する各エリア

- b. 会場内に設置する各種出力物（例：吊りバナー、案内サイン、装飾物等）

(1)ステージエリア

- a. 合計 6 人以上のダンスパフォーマンスグループチーム(パフォーマンス内容は本会が提供)が出演可能なステージを設置すること。また、ダンスパフォーマンスと連動した映像を上映できる大型スクリーンまたは LED を備え、集客効果が高められること。
- b. 事業者は、ステージでインフルエンサーや芸能人、VTuber など有名人とコラボした観光講座や交流会、ファンミーティングなどを少なくとも 1～2 回開催し、集客を図ってください。集客イベントは事前プロモーションと連携し、形式などの規定は特にないため、テーマに沿った企画を事業者が提案してください。

(2)台湾観光情報カウンター

5～10 種類以上の観光パンフレットの設置が可能で、2～3 人が立てるカウンタースペースがあり、スタッフが台湾観光情報を配布でき、空間に合ったパンフレット展示ラックがあること。

(3)出展者ブース

約 20～30 社の台湾企業及び日本企業が出展し（会社名の掲出を含む）、情報発信や日本の人々との交流を行うことができるブース。

(4)インタラクティブ体験エリア：文化＆テクノロジー体験

- a. 文化体験：内容は本会が提供し、1 回あたり 12～16 人が収容可能で、最低 1 日 3 回実施可能なテーブル・椅子付き DIY スペースを計画すること。具体的なスペースの配置は、本会が提供するコンテンツに基づいて調整してください。
- b. テクノロジー体験：没入型・鉄道旅行体験や台湾の風景フォトブース、AI を活用したインタラクティブな装置など、バーチャルとリアルを融合した体験が可能なテクノロジーインタラクティブゲームなどを企画・設置/レンタルし、台湾の「テクノロジーアイランド」としての特色を体感できる環境を整えてください。

(5)販売エリア：物販または美食体験

事業者は、会場に「台湾はいつも 24 時間営業」をテーマとする台湾グルメ体験及び物販ブースを少なくとも 6 店舗以上招待し、提案する招待ブランドまたは店舗のリストを提出して下さい。店舗の選定・招聘は、最終入札後に双方で決定します。

(6)物置及び休憩室

事業者は少なくとも 2 か所の倉庫及び控室スペースを確保し、倉庫スペースは、観光プロモーション用印刷物、オーバア着ぐるみ、ノベルティなどを補完するため、段ボール箱 20～30 箱を収納できる広さを確保すること。控室は、本会スタッフ及び出演団体が使用できるよう、18 名以上収容可能な場所で、机・椅子・飲み物を準備してください。

(7) インタラクティブな集客イベント

来場者を事業者の展示エリアへ誘導し、見学または商談に繋げることを目的とした集客計画を 2 種類(スタンプラリー、抽選会、重ね押しスタンプチャレンジなど)提出し、必要となる各種製作物の企画・デザイン・制作を行ってください。

(8)作業マニュアルの作成

会場のデザイン、レイアウト、人員の配置等の詳細が含まれる作業マニュアルを、本会が指定した期限内に提出してください。

4. 静止画及び動画撮影

イベント中の映像を記録するため、プロのカメラマンを手配してください。

(1)静止画撮影

一日あたり少なくとも 100 枚の写真を撮影し、当日のイベント終了後にプレスリリース用に 10～15 枚を選び出します。イベント終了後 1 週間以内に全ての写真を提出してください。

(2)動画撮影(公開上映予定のため、撮影にあたっては肖像権などの権利を必ず確保してください。)

台湾企業と一般参加者の交流、一般参加者の DIY 体験、パフォーマンス

ス等を記録し、その映像は本会が指定した時間に従い、mp4 または mov 等の形式でプレスリリース原稿用として提出し、イベント終了後 2 週間以内に 30～90 秒のショートビデオを提供してください。

※ショート動画参考例リンク：

https://drive.google.com/file/d/138xgBJDnufOrj0JINiKIoG_hMNERFjfD/view?usp=sharing

5. 現場スタッフ

(1) イベント期間中、少なくとも 1 名の現場運営マネージャーを配置し、イベントの円滑な進行を確保するため、全てのスタッフの配置の責任を持ち、ソフト/ハードウェア及び機器の操作上の問題を解決するために協力してもらいます。

(2) ステージイベントでは、日本語司会者 1 名(必要に応じて中国語司会者 1 名)を準備し、見積書には台本作成も含めてください。

(3) スタッフは少なくとも 22 名以上とし、うち 3 名は中国語と日本語が堪能であること、外国籍スタッフは主に台湾人であることとします。スタッフの業務内容は、以下に限定されないが、主に次のとおりとする。

- a. イベント会場内の秩序維持
- b. 台湾観光プロモーション資料等の配布
- c. 体験型・インタラクティブエリアにおける来場者の誘導およびサポート
- d. 設営・撤去作業ならびに会場内機材搬入・搬出に必要な人員の手配
- e. 会場内の環境美化の維持および防疫対策の実施
- f. 専門設備の操作スタッフ（音響操作、映像・スクリーン操作等）

6. その他、本イベントの効果を高めるための提案。（自由にご提案ください）

三、 プロモーション・マーケティング：リアルイベントへの来場者を増やし、台湾観光の知名度を拡大することを目的とし、イベント前、イベント中、イベント後にプロモーションを行います。

1. 時期：イベント実施前のプロモーションは、最低 2 週間前に開始してくださ

い。(異なるメディア毎に、予算に応じてプロモーション期間を設定可)

2. プロモーションチャネル：

- a. TV 広告、SNS、電車、3D ビデオウォール、デジタルサイネージ、イベント会場の広告スペース/ボードなど。また、イベント会場や台湾への観光客誘致のための分野を越えた協力などを利用し、来場者をイベント会場へ惹きつけ、台湾への誘致を図るという目標を達成します。
- b. 新聞・ニュース：トラベルボイスや産経ニュースなどの知名度のある紙媒体またはテレビメディアなどで、台湾観光に関する特集記事または台湾観光の紹介やロードショーの体験レポートなどを掲載/放映し、台湾観光のプロモーション効果を高めます。(少なくとも 1 本の報道を実施してください。プレスリリースの作成も含まれます。)
- c. インフルエンサーを使ったプロモーション：台湾観光のメインテーマ「台湾はいつも 24 時間営業」に合ったインフルエンサーまたは芸能人 1 ～2 名（フォロワー数 10 万人以上、或いは同等の集客力を証明できるデータ要）を招待し、イベント期間中に公園や交流イベントを実施して下さい。(事業者が提案し、形式は自由。)インフルエンサーはイベント前に SNS で、最低 1 件以上のストーリーまたは投稿でイベントをシェアし、イベント終了後は自身のチャンネルで会場の様子や動画などを投稿して、その閲覧数などのデータを記録してください。

3. ターゲット層：日本の若い層(20～49 歳)を中心に、シニア層までを対象とします。

4. プロモーションプラン：委託業者は、**ターゲット層予想、実施のスケジュール、広告の露出時間帯、ビジュアル(バナー、アウトプットなど)デザインと予測されるリーチ数・効果**等を具体的に提案し、最終報告書に実際の宣伝効果やインフルエンサーのリーチ率等の成果を記載してください。

四、見積価格の規定

1. 見積価格には、上述の項目の単価、複合価格、割合を含めることとしま

す。

2. 事業者の見積金額は個々の外貨表示が可能ですが、合計金額は台湾ドルに換算してください。（12月1日の台湾銀行が発表した為替レートで計算してください。）

参、入札締め切り日：2026年1月20日16時(台湾時間)まで

肆、入札方法：

- 一、国内業者、海外業者を問わず入札に参加できます。但し、提案書は繁体字中国語で作成してください(日本語の提案書には中国語の内容を添付してください)。また、入札の際は以下の書類を添付してください。

1. 資格証明書類（日本企業の場合、以下の証明書は日本語での提出が可能となっています。）

- (1) 会社概要

- (2) 会社登記または設立証明書（写し）

- (3) 直近の営業税（消費税）納付証明書（写し）

2. 企画書6部。尚、以下の内容が含まれること。

- (1) 2026 台遊館 in 東京のイベント企画内容説明及びイベント会場ビジュアルデザインの説明。

- (2) プロモーション・マーケティング企画の具体的な実施方法、スケジュール、協力先、コンテンツの提案等。

- (3) イベント会場の提案、空間構成、会場デザイン、平面図、3D 立体配置図。

- (4) イベント内容の提案

- (5) イベントやプロモーション・マーケティングの人員編成、作業進捗管理プラン。

- (6) イベントの予想来場者数及び期待される効果。

3. 見積書：「式、要求される項目」に記載されている全ての要件や詳細(業者の提案内容に従い、人件費、設計費、設営費、機材レンタル費、インフルエンサー委託費など)を記載し、見積金額を新台幣（税込）で計算（単価部分は日本円で記入可、合計金額は台湾ドルで記入）し、会社責任

者の押印があることとします。

4.過去に請け負った関連業務/施工の実績

以上の書類を 2026 年 1 月 20 日 16 時（台湾時間）までに書留または直接本会までお届け下さい。

- 担当：高韻如
- 送付先住所：台湾台北市忠孝東路 4 段 285 号 8F 之 1
- 電話：+886-2-2752-2898 内線 51。
- E-mail：judy@tva.org.tw
- 封筒に次の内容を明記して下さい：**投標 2026 年東京地區観光推廣活動營運宣傳招標案**（2026 年東京エリア観光促進イベント運営及びプロモーション業務に関する入札案）

二、本案件は海外の入札案件であるため、本会が状況に応じて直接またはビデオによる評価・選定会議への出席要請を通知することがあります。この場合入札業者は、担当者の参加及び中国語での企画内容の説明、もしくは日本語での説明の場合は通訳の手配が必要となります。また、指定された時間内にプレゼンを完了して頂き、入札業者はこれを拒否することはできません。（評価日程は別途指定）。

伍、入札方法：

本案件は専門性の高い労務調達であり、事業者の提案するサービス内容、品質、価格を下記の第 7 項の評価基準に基づき評価するものとします。

陸、評価会議： 正確な日程は別途通知。

柒、評価基準及び方法：

順位法を採用し、評価項目の合計得点を順位に換算して、順位の合計値が最も低く、かつ平均総得点が 80 点以上の事業者を最優先事業者とし、これに従って次点を決定。最優先事業者が 2 社以上の場合は、入札価格が低いほうを優先交渉対象とし、価格が同額の場合は平均総得点が高い方を優先

交渉対象とします。それでも同点が出た場合、主管機関の長または評価委員会出席委員の過半数の決定により、最優者を優先交渉対象とします。評価項目及び配点は以下の通り(合計 100%)

- ・プロモーション企画(25%)
- ・2026 台遊館 in 東京のイベント企画(65%)
- ・過去の実績(5%)
- ・予算編成の合理性(5%)

捌、落札決定日：別途決定(非公表)。

玖、その他：

- 一、全ての関連イベント終了後、2 週間以内に効果の結果を記載した報告書を提出してください。報告書は日本語でも可とし、本会が所定のフォーマットを提供します。
- 二、イベントの現場で撮影した写真は、イベント終了後 1 週間以内に、編集した動画の電子ファイルは 2 週間以内に提出してください。
- 三、落札後、本会に従って企画内容を修正・確定し、業者は現場でこれを調整する能力があることとします。
- 四、業者の資格証明資料または企画書が期限を過ぎて到着した場合、また証明資料及び企画書の内容が本通知に定める入札規則に準じていない場合は失格となります。
- 五、参加業者が送付（届け出）した入札書類は、別段の定めがない限り、資料の差し替えや補充は行わないものとします。また、本会による入札書類の審査で、内容が不明確、一貫性が無い、明かな誤記・誤植が認められた場合、業者に対して説明を求め、その内容の正確性を確認する場合があります。明かな入力・記入ミスで価格に関係がない場合は、業者側の訂正を認めることがあります。落札の有無に関わらず、本会は開票済みの入札書の原本 1 組または写しを保管し、返却しないものとします。
- 六、本会は、企画・提案書の作成及び送付にかかった費用は一切負担しません。

壹拾、 特殊な状況の場合：

- 一、 業者は、本イベントの実施に係る経費について、事前に本会に通知し、本会の同意を得た上でその後の運営を進めてください。逆に本会は、本会の同意なしに発生した費用の支払いを拒否することができ、発生した損失については、業者が単独で責任を負うものとします。
- 二、 天災、事変（パンデミック等）の本会または業者等の責任に拠らない不可抗力によってイベントが予定通りに開催できなかった場合、本会は主催者からの通知によって、契約期間を延長することができ、業者はこれに協力するものとします。しかし、協力が不可能な場合、本会に賠償責任はなく、直接契約を解除することができるものとします。イベント開催が中止となった場合、業者は本会からの通知を受領後に支出経費の内訳（締切、割合等）を提示し、領収書を本会に送付してください。本会の承認後に、当該経費の支払いが行われます。
- 三、 本会が何らかの理由により本案件の委託を受けられなかった場合、本会は直ちにその旨を業者に通知し、如何なる補償責任も負うことなく、契約を解除する権利を留保するものとします。

壹拾壹、 落札業者は、価格交渉後、本会が指定する期限内に本会と契約を締結することとし、期限を過ぎても契約が締結されない場合は資格を放棄したと見做され、むこう 1 年間、本会の委託業務の選考に参加できないものとします。しかし、業者の責に帰しない事由により、本会が適切な期限を定め、その期限内に契約が完了した場合はこの限りではありません。

壹拾貳、 本件の入札業務内容に関するお問い合わせは、担当の張恩維までご連絡下さい。
電話 +886-2752-2898 内線 51。Email : allen@tva.org.tw

※本件は、交通部観光署の「115 年国際観光マーケティング・プロモーション業務委託案」に基づくもので、当該入札が実行されない場合、本会は入札の一部または全部を中止または取り消すことができるものとします。