

委託内容詳細

グローバルイベント 2024（以下「本イベント」という。）の開催に当たり、下記に基づき企画・提案すること。

1 組織体制、スケジュール

(1) 業務計画書の作成

業務の開始に当たり、受託事業者の人員体制や作業工程のわかる業務計画書を作成の上、契約確定後 1 週間以内にグローバルイベント 2024 実行委員会（以下「実行委員会」という。）に提出すること。業務計画書を変更する場合は、実行委員会と事前に協議を行うこと。

(2) スケジュールの作成

チケット販売、出展者募集や登壇者決定などのスケジュールを立て、上記の計画書と合わせて提出すること。計画に当たっては、ウェブサイト公開時期、会場設営などの必要なスケジュールを確認し、無理のないスケジュールとすること。

(3) 受託者側の体制・要員管理

業務を適切に履行するための体制構築と要員の確保を行うこと。

ア 従事者の中から適した者を、実行委員会との連絡調整及び委託業務全体の進行管理を一元的に担う統括責任者として選任し配置すること。

イ 作業工程ごと及び作業タスクごとに必要となるスキルに応じて、適切な知識及び経験を有した人員を配置することとし、特に以下の人員に留意すること。

(ア) 本イベント開催に効果的な、国内外のスタートアップ・エコシステム関係者へのネットワークを有する者を配置すること。

(イ) 海外のイベント主催者等と円滑な交渉・調整を行える者を配置すること。

(4) 国内外の連携体制の構築

短期の準備期間に最大限のインパクトを出せるよう、国内外の関係団体、地方公共団体、イベント主催者、大学、企業等と連携すること。

連携手法の例としては、民間等主催の他イベントが同時期の開催となるよう調整を行う、国内外類似イベントとの相互出展を行う、国内外類似イベントの実績やネットワークを効果的に取り入れることなどを想定しているが、これらに限らず、効果的な手法を検討の上、提案・実施すること。

なお、在京大使館及び国外の関係団体等への連絡・調整については、企画内容の進捗度合いを踏まえ、実行委員会の指示を受けて行うこと。

2 企画に係る全体事項

企画・提案に当たっては、以下に記載する事項を含めること。「3 プログラム」及び「4 広報」に係る内容と併せ、令和 5 年 8 月 31 日までに中間提案書を、また内容が確定次第、最終提案書を提出すること。

(1) 集客

オフライン（リアル）延べ 20,000 人及びオンライン 20,000 人を集客するためのプランを計画すること。特にオフラインで海外から延べ 5,000 人の集客方法を明記すること。

(2) チケット販売

チケットの値段、販売時期（早期割引を含める）を提示すること。

(3) ブース出展

スタートアップ、都市、大学、協賛企業等のブース構成及び出展料、募集時期につ

いて提示すること。協賛企業ブースでは、各社でのピッチイベントやスタートアップ企業の展示を実施するなど、オープンイノベーションが体现できる方法を提示すること。

(4) 協賛を含めたパートナー募集計画

協賛の総額、単価を含めたパートナー（協賛、アンバサダー等）募集計画を提示すること。

(5) マッチング・商談会

商談 2,000 件を達成するための方法を提示すること。

3 プログラム

以下を踏まえ、目標達成に最適なプログラム（オンラインコンテンツ含む）・スケジュール・レイアウト（会場設定）を提案すること。

(1) プログラム

以下を含めた構成とすること。なお、必要に応じて要件等の変更を提案し、実行委員会と協議の上、決定すること。

ア オープニング、クロージング

イ 基調講演

<要件>

- ・ 2～3名のキーノートを招聘。（うち、海外から2名。）
- ・ いずれも世界的に著名な者とする。
- ・ 英語で実施すること。
- ・ VC/投資家（事業会社や金融機関等を含む。以下同様の定義）、創業者（スタートアップ等）、経営者（スタートアップ、大企業等）、都市づくりや経営学の専門家などから、持続可能な社会の実現について語る内容とすること。
- ・ 実行委員会からの推薦者へもアプローチすること。

なお、招聘・滞在費の検討に当たっては、下記を要件とすること。

- ・ 往復の交通費（航空券が必要な場合はファーストクラス想定）、宿泊費（5つ星クラス）、謝礼を負担すること。
- ・ 空港、ホテル、会場の間の交通手段を手配、提供すること。

ウ セッション

<要件>

- ・ 45分程度のセッションを10～15本実施。
- ・ 本イベントのテーマと合致した、最新的话题を各セッションのテーマにする。
- ・ その分野において第一線で活躍している人をパネリストとする。
- ・ 基本的に英語で実施すること。
- ・ モデレーターには、メディア等を活用し、セッションを円滑に進めることができる人を選定する。
- ・ セッション登壇者として1セッションあたり3～4名程度を想定。
- ・ 登壇者は女性比率3割以上、海外比率6割以上（うち半数は欧米）を目標とすること。
- ・ 必要に応じてQ&Aを実施。
- ・ セッション終了後には、登壇者と視聴者が交流できる時間とスペースを確保するよう企画すること。
- ・ 登壇者からの希望に応じ、セッションごとにメディアからのぶら下がり取材を設定するよう企画すること。

なお、招聘・滞在費の検討に当たっては、下記を要件とすること。

- ・往復の交通費（航空券が必要な場合はビジネスクラス想定）、宿泊費、必要に応じ謝礼を負担すること。
- ・空港、ホテル、会場の間の交通手段を手配、提供すること。

エ ピッチコンテスト

<要件>

- ・幅広く参加者を募り、選定すること。
- ・全て英語で実施し、同時通訳をつけること。
- ・グローバルレベルで遜色のない審査員を依頼すること。相応の謝礼や旅費、宿泊費等の負担を行うこと。
- ・審査は、1次、2次、セミファイナル、ファイナルを想定すること。
- ・審査員の人数としては、各4～5名程度とする。少なくともセミファイナル、ファイナルは、海外からも審査員を用意すること。審査員の女性比率は3割以上とすること。
- ・適切な選定基準を設定すること。
- ・コンテストの賞金として1,000万円以上を授与する想定とすること。

オ 展示ブース（デモステージやデモスペースを含む）

<要件>

- ・スタートアップブース数として合計400ブース出展を目標とする。
- ・うち、海外比率6割を目標とする。
- ・上記の海外比率を達成するための方策や根拠について明示すること。
- ・都市のブースは全体の3割を目安とする。なお、東京都の他事業での企画、実施と連携し、効果的なプログラム構成とすること。
- ・大学等からもブース出展を募集すること。
- ・国内外から幅広く参加者を募り、選定すること。ビジネスの斬新性・成長性、海外展開の実績や可能性、経営者の意欲等の面で質の高いスタートアップに出展してもらうための工夫を行うこと。（工夫の例としては、海外で開催されるスタートアップ系イベントに参加し、出展者に声掛けするなど。）
- ・基本的に英語での展示とすること。
- ・各ブースの出展内容を事前に把握し、ウェブサイトへの情報掲載や、当日の会場案内に役立てること。
- ・当日は、運営スタッフや来場者向けに、ピックアップした出展者の概要説明を行うスタッフを3名程度手配すること。
- ・出展辞退者が出る可能性も念頭に、ブース枠をうまく活用できるよう予め検討しておくこと。
- ・ブース内にスペースが不足すると考えられる場合は、別途、製品のデモ等が可能なスペースを設けること。設けた場合には、スケジュール等を事前に来場者へ周知するとともに、当日の会場内での運用を適切に行うように計画すること。

カ マッチング・商談会

<要件>

- ・商談・マッチング件数について2,000件以上を目標とすること。（※商談会場での商談の他、出展会場などでの自然発生的な商談・マッチング件数も含む）。
- ・商談会場だけでなく、出展会場内にも簡単な商談や打ち合わせが可能なコーナーを複数設けること。
- ・経済団体等と連携を図り、大企業的意思決定層が多数参加するよう企画すること。
- ・目標件数を踏まえて、商談会場には必要な個数の商談ブースを用意すること。
- ・商談会場には受付を設け、受付・運営業務を行うこと。

- ・商談会場は、周囲の音響・騒音が聞こえないよう配置・設えすること。
- ・事後アンケートなどにより、商談会場以外での商談・マッチング件数も集計できるようにすること。

キ 関連イベント

<要件>

- ・連携（相互の広報・PR 協力）し、本体イベントの集客に繋げるため、同時期に実施するイベントを募集・調整し、関連イベントとして認定すること。認定については実行委員会と協議すること。

<定義>

- 【サイドイベント】主催者側（事務局、スポンサー、アドバイザー等）が主体として深く関与して行う主に本イベント参加者向けのイベント（合同レセプション、アフターパーティ、サイトビジットツアー等。）
- 【関連イベント】本イベントとテーマに親和性があり、連携して集客効果をあげる民間・都主催のイベント（本イベント開催日の前後 2 週間に開催されるイベントが目安。）

ク その他

別途実施する合同レセプション、アフターパーティ、サイトビジットツアーに関し必ず連携し、参加者に対して連絡等の対応をすること。必要に応じて別途指名される各委託事業者と打合せを実施すること。

(2) 考慮事項

- ア 東京都の他事業における都市や大学と連携したプログラムを組み込み、効果的なプログラム構成となるようプログラム全体をコーディネートすること。
- イ 本イベントのビジョンに沿った、国内外類似イベントとの差別化、東京ならではの個性、強みの発信。
- ウ 登壇者候補リストとして、ダイバーシティも考慮した上で、本イベントの趣旨に合う世界的に著名な人等（グローバルプラットフォームの本社幹部、カリスマ創業者など）をリスト化し、具体的な調整方法・提示条件とともに提案する。
- エ 参加者・登壇者等の募集について、適切な方法を検討する。（参加者の属性等に応じ、対応を区分することも可。）
- オ 国内大企業の役割や参画
国内外スタートアップとはオープンイノベーションを創出し協業等の実績となるような企画をすること。その際には、他の国内外のイベントの知見を可能な限り参考にする。
- カ 本イベント終了後、当日中のオンラインによるアーカイブ配信
なお、アーカイブ配信については、少なくとも本イベント終了後 1 年間は視聴可能なものとする。
- キ 学生ボランティアも活用し、学生含む都民の起業家マインド醸成に資するような発信等を心がけること。

4 広報

(1) 体制

- ア 国際イベントやスタートアップイベント等でのマーケティング・広報に経験がある者を責任者とする。なお、再委託も可能とする。
- イ 広報計画を策定し、令和 5 年 8 月 31 日までに中間提案書と併せ提出し、随時進捗報告すること。広報計画の策定に当たっては、出展者募集やチケット販売、登壇者決定時期などを想定し、効果的となる時期を検討・提案すること。なお、計画の

策定・実行に関して、実行委員会及び東京都と連携し、実施すること。

(2) ウェブサイト

- ア イベント専用ウェブサイト（日・英）を運営すること。
- イ デザインや構成は他の国際スタートアップイベント（例：Web Summit）と同等の洗練されたものにすること。
- ウ サーバーやドメイン等にかかる費用は負担すること。
- エ ティザー、本番、アーカイブ化の3回の改修を実施すること。また、City-Tech.Tokyo2023（以下「前回イベント」という。）のページをアーカイブ化すること。効果的な公開時期を検討し、提案すること。なお、ティザーページは契約後、1か月以内に作成し公開すること。
- オ CMSを導入し、スピーカーやセッション情報、ニュースリリース、パートナーは常に更新できる体制とすること。
- カ 20回程度の小規模な改修を実施すること。
- キ スマートフォンやタブレットでも適切に表示されること。
- ク 個人情報の取扱いについて適切に表記すること。
- ケ 問合せはフォーム受付とすること。
- コ 実行委員会でも更新可能とすること。
- サ 次回イベントの実施委託者が変更になる場合は、適切に引継ぎを実施すること。

(3) SNS

- ア LinkedIn（英）、Twitter（日・英）、Facebook（日・英）、YouTubeを運用すること。
- イ 週1回程度投稿し、イベント開催1か月前からは頻度を上げて投稿し、当日も各コンテンツについて発信するよう計画すること。
- ウ 投稿内容を検討・作成すること。（イメージ画像を含む。）
- エ 全アカウントに関してフォロワー数、インプレッション数を毎週報告すること。
- オ 本イベントに関するSNS投稿を随時チェックできるシステムを導入し、ネガティブなコメントについて適切に対応すること。

(4) メルマガ

- ア 事前登録者、チケット登録者に対し、メルマガ配信できるよう計画すること。
- イ 週1回程度の配信とし、本イベント開催の1週間前からは頻度を上げて配信できるよう計画すること。
- ウ 随時実行委員会からの配信要望に対しても対応できるよう計画すること。

(5) 動画

- ア 本イベント当日の2日間の動画を撮影して2分程度に編集し、クロージングで放映するための企画をすること。
- イ 上記とは別に3分程度の次年度用PR動画を企画すること。

(6) スチール

- 次年度のウェブサイト掲載やプレス発表等に使用するため、本イベント当日の2日間のコンテンツの撮影計画を立てること。

(7) メディアパートナー

- ア 国内外のメディアをメディアパートナーとして獲得すること。
- イ メディアパートナーには必要に応じて広告費や渡航費を支出すること。

(8) メディア対応

- ア 当日、国内外メディアを誘致すること。
- イ 動画・スチール・ペンの取材を円滑に実施できるよう対応できるよう計画すること。

- ウ 登壇者や出展者との取材の場をセッティングするよう計画すること。
- エ 必要に応じて事前のメディア向けブリーフィングを実施すること。
- オ メディアセンターを設置し、必要な情報を提供（軽食の用意、日本文化の紹介等を実施）すること。
- カ 取材スペースや個室を用意すること。
- キ 各社と交渉し、効果的なメディア露出を確保すること。メディアへのコンタクト状況を随時報告すること。

(9) その他

- ア 「東京ベイ eSG プロジェクト国際発信イベント」にて参加者登録・キャンセル・資格確認・料金の支払、輸送・モビリティとの連携、ユーザー情報の管理等が可能なワンストップアプリを製作予定である。当該委託事業者等と連携し、アプリに必要な機能の検討や提案をすること。また、本イベントでアプリを活用し、交流等を促進すること。
- イ 海外イベントでPRするためのリーフレットや営業用の資料等を作成すること。

5 運営計画

(1) プログラム等に関すること

プログラム等の実施にあたり、適切に設営等を行うための計画を作成すること。ステージは、登壇者等の意向に配慮した上で、内容を収録・編集し、同時オンライン配信を念頭に置くこと。

また、展示ブースに関しては、出展者の募集及び応募受付、スペースの区分、料金徴収の方法、ブースに必要な基礎的な什器・備品の手配、出展マニュアル作成・提供をすること。

(2) オンライン・オフラインを通じた本イベント全体の運営計画

ア 運営計画の策定

本イベント全体に係る運営計画を作成し提出すること。

(ア) 本イベント当日の実施体制を検討し、計画すること。

(イ) 全体の管理・指揮命令系統等が分かる連絡体制を実行委員会と協議の上構築し、体制図として盛り込むこと。

(ウ) 本イベントに係る当日の詳細スケジュールを作成して盛り込むこと。

(エ) その他、本イベントの準備・設営・運営、緊急対応等に係る内容を掲載すること。

イ 出展者・登壇者・参加者等のサポート

(ア) 本イベントの運営事務局を設置し、問い合わせに対応すること。開始時期は事務局と協議し、終了時期は契約終了までとする。

(イ) 国内外からの出展者・登壇者・参加者等のサポートのため、英語・日本語で対応可能なスタッフを事務局に配置し、事務手続き等のサポートや問合せへの回答を行うこと。回答に当たり、疑義のある事項については、予め実行委員会に報告し、判断を仰ぐこと。また、問合せの内容等は、定期的に実行委員会へ報告すること。

(ウ) 本イベントへの登壇、出展等に関して必要に応じ、ビザ手配及び渡航に関するサポートを行うこと。

ウ スタッフ等の研修

円滑な本イベントの運営のため、スタッフ等に対する必要な研修資料の作成や、訓練・研修等を実施すること。

エ VIP のアテンド計画

- (ア) VIP のアテンド計画を策定すること。
- (イ) VIP 対応として、事前調整、アテンド、控室を手配すること。
- (ウ) VIP は国内外から 90 名程度を想定する。(大臣、大使、自治体首長、キーノート等。)
- (エ) VIP 側と調整の上、30 分から 1 時間程度で会場内の案内を行えるよう計画すること。なお、案内員が、本イベントの概要や出展者の説明、VIP からの質問対応等ができるよう事前に研修を実施すること。
- (オ) VIP が通行するのに適した動線を確認すること。また、必要に応じて、警備員等をたてること。
- (カ) 当日、急遽、VIP が来場することも念頭に計画すること。

オ 通訳の手配

東京都からの参加者向けに、会場内での通訳を 3 名程度、手配すること。

カ 安全体制の確保

- (ア) 安全対策計画について策定すること。
- (イ) 事前に現地で安全調査等を実施のうえ、警備等の必要性を検討し、準備日及び開催期間中は、必要に応じた警備・交通整理業務を行えるよう計画すること。
- (ウ) 事故・損害等のリスクは第一義的に受託者において対応することとし、万一事故等が発生した場合に備え、実行委員会への連絡体制を整備すること。
- (エ) 本イベントの運営に際して VIP の来場も見込み、セキュリティを確保するため、会場内に適切な数の警備員を配置すること。
- (オ) 同時期に開催される他の国際イベントから招聘する首長等 VIP 向けに、会場視察等の際に必要な警護を計画すること。
- (カ) 災害等が発生した場合には、来場者・参加者等が円滑に避難できるよう対策を講じること。
- (キ) 救護等の体制を整えること。

キ 調達計画

必要な人員、資材の調達計画を策定し、計画に基づいて調達すること。

ク 調整・連携

統一感を持った会場運営・装飾等に留意して関係者と調整を図ること。
本イベントと同期間中に開催される他イベント等と連携する際には、他イベント等の開催者等と、広報・PR 活動、当日の運営等について連携して実施すること。

ケ アンケート計画

開催期間中に参加者等に対して、本イベントがもたらした効果や評価等についてアンケート調査を行うための計画を立てること。なお、調査の実施に当たっては、アンケートの回収率を上げるための施策を企画すること。

(3) オフライン（リアル）の会場、設備

ア 会場手配

実行委員会と協議の上、会場の手配を行うこと。予約名義は実行委員会委員長とする。なお、会場借上経費については令和 6 年度委託金額に含める。

イ 会場設営計画

会場の管理事業者等とも連携を図り、会場の設営及び撤去の計画及びスケジュールを検討・作成すること（ゲート、サインほか）。計画の策定に当たっては以下に留意すること。

- (ア) 展示物は英語・日本語の 2 か国語対応を原則とする。
- (イ) 本イベント開催に必要な什器、備品及び消耗品の調達を行うこと。

- (ウ) 必要に応じ、各ブースの電気、電話及び給排水設備の設置検討や、これに付帯するその他の工事についての調整・対応を行うこと。
- (エ) 事務局等利用の事務室及び控室等の設置を計画すること。各部屋の備品等については実行委員会と協議すること。
- (オ) 会場使用に伴う安全確保義務を順守すること。
- (カ) 感染症を予防するため、消毒用アルコールや、手洗い等の慣行サインボードの設置など必要に応じて計画すること。
- (キ) 使用する車両待機場からの動線や、車両待機場の利用可能なタイミング等について、安全・安心を担保し、公道の渋滞緩和等を考慮した内容で計画すること。使用する車両待機場は契約予定の会場管理者及び、必要に応じ警備会社も含めて打ち合わせを行い、円滑な搬入出が行えるよう努めること。
- (ク) 必要に応じ、警察、消防及び保健所への届出等についての調整・対応を行うこと。

ウ 会場レイアウト

- (ア) 本イベントのコンセプトに合致し、かつ国内外の参加者にとってわかりやすく魅力的な会場レイアウトを作成すること。なお会場の設えは以下を念頭に検討の上提案し、実行委員会と協議の上決定すること。
 - ・ステージ数 3 (ピッチステージを含む)
 - ※登壇後の交流スペースを設置すること
 - ※メインステージ約 500 席、サブステージ①約 200 席、サブステージ②約 100 席程度を想定
 - ・商談会場
 - ・ブース展示エリア
 - ・デモスペース
 - ・休憩スペース
 - ※出展会場内に打ち合わせ・休憩が可能なコーナーを複数設けること。
 - ※Wi-Fi の設置やモバイル端末等の充電ができるようにすること。
 - ・メディアセンター (Wi-Fi、テレビで他の会場が映る、一部取材部屋を設定。)
 - ・スタッフ部屋
 - ・控室
 - ※都庁関係での控室として 300 m²程度を含め、開催前日から終了まで終日使用できること。
 - ・ラウンジ (VIP、投資家向け)
 - ※必要に応じてケータリング等を手配すること。
- (イ) 動線を踏まえ、来場者の十分な回遊性が見込めるよう、工夫すること。
- (ウ) 会場におけるユニバーサル対応を図ること。(聴覚障害への対応を含む。)
- (エ) 受付ブースや、必要に応じマッチングボード等を適切な場所に配置・設営すること。来場受付業務やマッチング、アンケート等をスムーズに行えるよう工夫すること。

エ 会場における装飾及び演出

前回イベントと比較して遜色のないレベルで会場の装飾及び演出を計画すること。

装飾に当たっては次の事項に留意すること。

- ・環境に配慮した素材を使用するなど、本イベントのコンセプトを踏まえて制作すること。

- ・会場全体で統一感を持たせること。
- ・フォトスポットとなるエリアを設けること。
- ・参加者の導線を考慮し、東京ビッグサイト内や周辺で広告・デジタルサイネージを活用した広告を実施すること。

＜ブース＞

- ・海外類似イベントも参考とし、魅力的かつ実用的なデザインとすること。
- ・ハイテーブルの使用など、商談に適したデザインとすること。

オ 通信環境の確保

参加者、出展者、運営等に必要な Wi-Fi 環境を確保すること。通信環境は十分な品質を確保すること。

カ その他

- (ア) 車両での来場を念頭に駐車場を確保すること。
- (イ) バリアフリー対応等、障害者等への対応を検討し、実施できるよう想定すること。
- (ウ) 原則禁煙とし、東京都受動喫煙防止条例等に基づき特定屋外喫煙場所の設置を検討すること。

(4) オフライン（リアル）の運営計画

本イベントの運営にあたり、運営計画を策定すること。策定に当たっては以下に留意すること。

ア 通訳

ステージコンテンツ（オープニング、クロージング、キーノート、セッション、ピッチコンテスト）における日英同時通訳及び配信機材を手配すること。通訳は、専門用語にも対応可能なレベルとし、視聴者にとって快適な配信環境を確保すること。原則、通訳は英→日通訳とするが、必要に応じて英→日も可能にすること。

イ 司会

各ステージに 1 名司会を手配すること。司会はバイリンガルであること。ピッチコンテストの司会は、ピッチイベントでの経験があり、本イベントを盛り上げるにふさわしい人とする。

ウ 案内業務

開催期間中は、出展者・参加者等への受付・案内業務を英語、日本語の 2 か国語で行えるよう手配すること。

エ 制作物

- (ア) スタッフジャンパー等を制作し、都の職員を含めたスタッフ全員に配布できるよう計画すること。
- (イ) 必要に応じてノベルティ等を制作すること。内容については実行委員会と協議すること。
- (ウ) 本イベントの事前案内用パンフレット類、当日配布用パンフレット類（電子も可）を必要数制作すること。デザイン費用も負担すること。実行委員会の求めに応じ、適宜必要枚数を提供すること。

オ その他

- (ア) 本イベント開催準備・運営に当たって必要な場合は、実行委員会職員を含めた運営スタッフの宿泊場所を会場近くで確保するとともに、食事を手配すること。
- (イ) 準備日及び開催期間中は、清掃を行うなどして会場内を清潔に保つための清掃を計画すること。
- (ウ) 必要に応じて車両証、関係者識別票（スタッフタグ）を作成するとともに、

スタッフの服装について定義すること。

- (エ) 運営計画について、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大などの社会状況や、利用者のニーズ等を勘案し、より効果的な本イベント開催が可能となる方法を適宜検討し、必要に応じて見直すこと。
- (オ) 展示ブースを設ける際は、来場者のニーズに適した出展者等の案内ができるように計画すること。また、各出展者のメッセージ等を PR するマッチングボード等を準備し、掲載を希望する出展者を事前に募集し、調整を行うこと。
- (カ) 開催期間中の来場者数について、1 日 2 回程度、実行委員会へ報告できるように計画すること

(5) オンライン配信計画

ウェブサイト上でのオンライン配信について計画すること。対象は原則ステージコンテンツ（オープニング、クロージング、キーノート、セッション、ピッチコンテスト）とする。なお、配信にあたっては以下に留意すること。

- ア 英語及び日本語での配信とし、ユニバーサル対応を念頭に字幕配信も検討すること。
- イ なりすましや情報の改ざんなどの外部からの攻撃や、データの漏えいなどのセキュリティリスクにも対応した安全なシステムを活用するとともに、GDPR に準拠すること。
- ウ データ等の定時バックアップ、通信回線の保守・維持等を適切に実施し、システム・ネットワーク障害時やデータ喪失時等に速やかに復旧するための措置を実施すること。
- エ 想定される最大負荷に耐えうるキャパシティプランニングを検討し、これに応じたサーバー構成とすること。
- オ コンテンツはすべて、パソコンに加えてスマートフォン及びタブレットからの閲覧を可能とすること。
- カ 配信コンテンツはアーカイブ化し、少なくとも 1 年は閲覧できるように計画すること。なお、通訳音声も含む。

(6) 関係者の巻き込み

ア アンバサダー

スタートアップ関連団体、VC 等でスタートアップの推薦、本イベントの PR 等に協力するアンバサダーを前回イベントの実績以上獲得すること。

事前に機運醸成イベントを国内外で実施すること。

積極的に本イベントを PR してもらう仕組みを検討・実施すること。

イ スタートアップ

スタートアップやスタートアップ関係者の個人を、広報に積極的に協力する PR アンバサダーとして任命すること。

出展スタートアップ向けに機運醸成のためのイベントを国内外で実施し、ネットワーキング、ピッチ等を実施すること。

6 City-Tech. Tokyo2023（以下、「前回イベント」という。）に係るフォローアップ

(1) 対象者

前回イベントに参加した、VC/投資家、スタートアップ、大企業

(2) 方法

- ア 対象者の属性に応じてアンケートを実施し、前回イベントの開催を契機とした、NDA 締結件数や商談成約の状況、投資金額等を確認すること。

イ 効果を確認できた、もしくは今後確認できる可能性が高い対象者 10～15 者程度

- に対し、ヒアリングを実施すること。
- ウ アンケートの集計結果、ヒアリング内容について、報告書を作成し提出すること。

7 料金の徴収等

- (1) 入場料、出展料
- 実行委員会と協議の上、適切な金額を設定すること。
- ア 入場料収入は委託事業者の収入として取り扱う。ただし、無料招待券を、実行委員会の指定する枚数発行すること。
- イ 出展料収入は本イベントの概ね1か月前までに徴収するものとし、令和6年度に実行委員会の収入として取り扱う。
- (2) 協賛金
- ア 国内外の大企業等を中心に候補をリストアップし、協賛金を含めた協賛の依頼・調整・契約の事務を行うこと。なお、協賛金にかかる収入は令和6年度に実行委員会の収入として取り扱う。
- イ 協賛は、物品も可とする。
- ウ 協賛金収入のうち以下の割合を、協賛金管理料として事業者の収入とし、残りは実行委員会の収入として取り扱う。
- ・割合：基本は2%、目標を超えたら+3%
 - ・目標：200,000,000円

8 税務処理

- (1) 実行委員会として前回イベントも含めた必要な税務処理を行うこと。
- (2) 消費税については、実行委員会としての継続性を確認の上、インボイス制度開始も見据えて課税事業者となるべきか否かも含めて、方針を提案の上、対応する。

9 その他

- (1) 弁護士、弁理士
- 本事業の実施に当たって必要となる法務相談を適宜実施し、報償費等を支出すること。
- ア 時間単価4万円×40時間程度を想定。
- イ 国内外の関係者との契約（イベントへの相互出展等）及び事業に係る知的財産権等（商標登録等）を想定。