

表紙

「Tokyo Tokyo Old meets New」を反映したデザイン写真

P 1

P 2

・東京の観光魅力
・ブランド5つの価値について
・スクランブル交差点PHはイキ
※東京ブランドのアイコンとキャッチフレーズの訴求ページ

P 3

P 4

・既存テーマ①Water
※「アイコン」を効果的に使用し、レイアウトデザインを提案（以下頁同）

説明文

P 5

P 6

・既存テーマ②Food

説明文

P 7

P 8

・既存テーマ③Culture

説明文

P 9

P 10

・既存テーマ④Nature

説明文

P 11

P 12

・既存テーマ⑤Architecture

説明文

P 13

P 14

・既存テーマ⑥Smile

説明文

P 15

P 16

・既存テーマ⑦Style

説明文

P 17

P 18

・新規提案テーマ①

P 19

P 20

・新規提案テーマ②

P 21

P 22

・新規提案テーマ③

P 23

P 24

・新規提案テーマ④

P 25

P 26

・MAP
・※全体のテイストに合わせて変更提案も可

裏表紙

※表紙と合わせて提案

新規追加テーマ

ブランドについて

既存テーマ

基本情報

◆企画提案にあたって◆

・既存テーマに追加し、4テーマ(4見開き分を新たに追加し、全28P(11テーマ)で構成。

追加テーマは当財団が指定する8つのテーマより4つ選択し、それぞれのテーマに沿った写真およびレイアウト案を提案。テーマ選択及びレイアウトに関しては、東京ブランドのアイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」のメッセージが伝わるページデザイン、台割構成を検討し、提案すること。(既存のテーマの写真差し替え・レイアウト変更等も可)

東京ブランドのアイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」

については下記参照

http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2017/04/28/07_01.html



・基本は、1テーマあたり見開き(2ページ)での展開。テーマ毎に魅力を伝える写真で、Bto C向けに東京のイメージ(ビジュアル重視)訴求を図る

・印刷サイズがB5サイズに変更になることを踏まえ、必要に応じて、見え方(レイアウトデザイン・フォントサイズなど)を提案

※写真は見開きにつき3-4点程度を想定

※レンタルフォト・撮影などの場合、写真の著作権等についても明記すること

※キャッチコピーの文字数は3~5行程度、PHキャプションは既存のパンフレット程度とする

※企画提案後にテーマの順番入れ替え調整の可能性あり

なお、アイコンの利用に係るガイドライン等は現在制作中のため、特定通知後に該当する事業者宛に追って

JPEG仮データをメールにて送付予定