

仕 様 書

1 件名

令和元年度 東京観光 PR 映像の制作委託

2 委託期間

契約締結日の翌日から令和2年3月31日まで

3 事業目的

東京都は東京都観光産業振興実行プランで掲げる「PRIME 観光都市・東京」の実現を図り、訪都旅行者数を増大させるため、東京2020大会の開催と、さらにその先を見据え、国内外に向けて「旅行地としての東京」の魅力を印象づけるための取組を実施している。

本事業では、平成26年に定めた「東京のブランディング戦略」に基づき、東京の魅力を海外にPRするための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。）を活用した東京観光に関するテレビCM及びメディア貸出用資料映像(フッター)等を制作し、世界的なテレビネットワーク等での放映や動画サイトでの配信を通じて、「旅行地としての東京」の魅力を海外市民に訴求し、訪都旅行意欲の喚起・促進、及び訪都外国人旅行者の増加を図ることを目的とする。

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、ブランディング戦略を策定した。本事業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、アイコンにこめられたメッセージを深く理解の上、事業の企画・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

【Tokyo Tokyo 公式WEBサイト】

<https://tokyotokyo.jp/>

(2) クリエイティブディレクターによる監修

上記ブランディング戦略の観点から、東京都が指定するクリエイティブディレクターが、PR映像制作全般（想定：絵コンテ段階から映像完成まで）に渡って監修・確認を行う。事業の実施にあたり、受託者はクリエイティブディレクターと密接に連携しながら事業を進めること。

5 委託内容

(1) 全般について

ア 受託者は、東京の魅力が海外で的確に伝わるよう、次項5（2）以降に記載の委

託内容をすべて企画・実施すること。

- イ 受託者は下記委託内容に記載の各事業の進行過程を含む年間スケジュール等を明らかにした事業計画書を作成し、公益財団法人東京観光財団（以下、「TCVB」という。）の承認を得ること。
- ウ 業務の詳細について TCVB と協議の上決定し、進捗状況を綿密に TCVB に報告すること。
- エ 事業完了後、速やかに報告書を作成し、TCVB に提出すること。
- オ 事業の実施にあたっては、東京の観光産業全体の振興に資するよう、可能な限り公平かつ専門的な視点で実施すること。
- カ 東京都が令和元年度に別途実施する事業との有機的な連携を確保し、綿密な協議・調整を行いながら事業を進めること。
- キ 調整業務
関係者との調整等、許諾に要する一切の業務を行うこと。
- ク 経費等
撮影や編集に係る一切の経費（キャストینگ費、機材調達費、交通費、宿泊費、車両費、コーディネート費、飲食費、撮影許可取得に要する経費、各種データ費等）は、全て事業費に含むものとする。
- ケ 撮影上の注意
業務上で撮影が必要な場合は、事前に管理者等に撮影及び放送・動画配信の許可を得ること。
- コ 制作スケジュール管理
遅滞なく行うこと。

（2）東京ブランド PR 映像の制作業務

ア 概要

「3 事業目的」及びアイコンコンセプトを踏まえ、海外市民にとって魅力となりうる東京の観光スポットや、東京でできる観光体験内容等を取りあげ、「旅行地としての東京」の魅力を訴求し、訪都旅行への興味・関心を高めうる魅力的な東京のプロモーション映像を、以下の条件を考慮して制作すること。

イ 訴求ターゲット

東京を旅行地としてまだ意識していない、全世界の海外一般市民を対象とし、特に北米・欧州の在住者におけるマス富裕層及び中間所得者層を意識した内容とすること。

ウ 要件

（ア）制作本数及び納品時期

- a. 以下の表に記載のとおり、海外 CM 用 30 秒映像を 2 本と、60 秒または 90 秒映像を 1 本作成すること。
- b. 以下の表③に記載した 60 秒または 90 秒の映像については①、②で制作する映像を補足説明する役割とし、段積みではなく再編集を行うこと。
- c. 撮影は 2 回に分けて行い、それぞれ納品すること。
- d. その他、自由提案を妨げない。

| No. | 映像種別 | 動画再生時間 | 納品時期 |
|-----|------------------|--------|-------|
| ① | 海外ネットワーク CM 放送用① | 30 秒 | 11 月末 |
| ② | 海外ネットワーク CM 放送用② | 30 秒 | 1 月末 |

| | | | |
|---|----------------|--------------|------|
| ③ | 上記①及び②を統合した長尺版 | 60 秒または 90 秒 | 2 月末 |
|---|----------------|--------------|------|

(イ) テーマ、構成

- a. 上記（ア）に示す①及び②の各映像に関し、「Always Surprising（東京の多様な魅力を体験しよう）」をテーマとし、構成案の絵コンテ、ロケーション案を作成のうえ、提出すること。
- b. 上記（ア）に示す①及び②は、それぞれ季節感が感じられる映像とすること。

(ウ) 映像タイトル

上記（ア）に示す①及び②の各映像について、2本の映像を区別するための映像タイトルを、英語にて付すこと。提案時は日本語訳を付すこと。

(エ) 対応言語

以下（ク）の活用シーンを考慮し、映像にナレーションや字幕を極力用いない方が望ましい。（使用素材の中でクレジット表記が必要な場合は除く。）ただし、以下（オ）の表現において言語使用が有効とされる場合はこの限りではない。言語を使用する場合は英語とする。

(オ) 内容について

- a. アイコンコンセプトを踏まえた上で東京の豊富な観光資源等を通して旅行地としての東京の魅力を表現し、東京に「行ってみたい」と思わせる映像（訪都旅行に興味・関心を抱かせる映像）とすること。映像では躍動感・国際的スポーツ大会の開催等を念頭に置いた祝祭感がある表現を伴うこと。
- b. 本事業初年度の平成 29 年度及び平成 30 年度における以下の PR 映像を踏まえ、引き続き東京のブランド価値「伝統と革新の交差」を印象的に伝えると共に、観光都市・東京に対してさらなる興味・関心を促す新たなサブコピー（以下、サブコピー）も（カ）を考慮の上、提案すること。
- c. 映像・曲調のトーン&マナーについては、東京のブランド戦略の中長期的な視野を踏まえた提案が望ましい。また音楽は、オリジナルのものとし想定する作曲者名と過去作品・代表作等あれば記載すること。

<平成 29 年度の PR 映像>

- ・ティザー：アイコン紹介映像（2017 年 8 月下旬～10 月上旬放送）

https://www.youtube.com/watch?v=sf_rMia_H10

- ・PR 映像：Exciting 編（2017 年 10 月中旬～2018 年 9 月末放送）

<https://www.youtube.com/watch?v=76BRkHZSogE>

- ・PR 映像：Unique 編（2017 年 10 月中旬～2018 年 9 月末放送）

<https://www.youtube.com/watch?v=YofBtV9qg.iU>

<平成 30 年度の PR 映像>

- ・PR 映像：Cute 編（2018 年 10 月～現在放送）

<https://youtu.be/fTdShUXV7Dk>

- ・PR 映像：Cool 編（2018 年 10 月～現在放送）

<https://youtu.be/Pn3bihdUHJM>

(カ) サブコピーについて

- a. 映像で使用するサブコピーは、映像放映を開始する 2020 年 1 月以降より TCVB・東京都が展開する観光プロモーションでの使用も考慮すること。国際的スポーツ大会の前後を通じて使用できるコピーが望ましい。
- b. サブコピーは CM の他、5（3）で記載する写真素材と合わせてポスタービジュアルや旅行博のブースデザイン、レップを主体としたプロモーションとして国内外

で展開の可能性も考慮すること。

- c. サブコピーは本映像制作におけるテーマの一部である「Always Surprising」の使用も可とする。

(キ) 撮影地について

- a. 海外 CM 用 30 秒映像を 2 本は両方ともに、渋谷のスクランブル交差点を含めること。
- b. 東京駅、浅草寺・スカイツリー等、東京の代表的な観光地を撮影地として選定することが望ましい。
- c. 撮影場所は、撮影前に TCVB と協議の上決定すること。

(ク) 映像の活用シーン

- a. 上記（ア）に示す①及び②の各映像について
海外テレビネットワーク等を通じた全世界での CM 放映。
- b. 上記（ア）に示す①～③の各映像について
TCVB・東京都、及び東京都が委託した海外レップ等が各国で出展する海外旅行博や観光プロモーションのためのセミナー、交通広告等 00H での放映。(00H は縦型デジタルサイネージ含む。) Tokyo Tokyo 公式サイト、東京ブランドの YouTube チャンネル及び各種 SNS 等オンラインでの掲出。

(ケ) 映像使用期間

- a. CM 放映に関しては放送開始から 2 年程度、その他（イベント、Web サイト等）の活用に関しては 3 年程度の使用期間を想定とする。使用期間中及び使用期間後に、映像使用にかかわる更新・維持費が発生する場合は、別途明記すること。
- b. 本映像については 2020 年 1 月より放映することを想定している。

(コ) 映像のデータ変換

TCVB より別途指示する上記（ク）の活用シーンごとの規格に合わせて、データ変換をすること。

(サ) 業務体制

制作作業にあたるディレクターを置くとともに、当該業務担当の業務従事者を確保すること。また、ディレクター及び業務従事者は、画像や映像、音声等のマルチメディア制作を行う上で必要な知識、経験及び技能を有し、海外からの観光客誘致の視点に立ち、自国外の海外市民への訴求を行うプロモーション映像の制作、または監修経験をもつものとする。

(3) 写真素材の制作業務

ア 概要

上記（2）で制作する PR 映像の切り出し画像及び、PR 映像のイメージを象徴する解像度の高い写真を撮影し、納品すること。

イ 要件

(ア) 制作本数及び納品時期

以下の表に記載のとおり、それぞれの画像を指定期日までに納品を想定しているが、具体的な納品日は TCVB と協議の上決定すること。

| No. | 映像種別 | 納品点数 | 納品時期 |
|-----|--------------|------------|----------------|
| ① | PR 映像の切り出し画像 | 各撮影地 1 枚程度 | 11 月末・ 1 月末 |

| | | | |
|---|---------------------------|---------------------------|----------------|
| ② | PR 映像撮影同行カメラマンによるスチール写真撮影 | 各撮影地 4 枚程度 (縦・横) | 11 月末・ 1 月末 |
| ③ | PR 映像のイメージを象徴する写真 | 12 枚程度 | 11 月末・ 1 月末 |
| ④ | 上記③を使用した 2 面ビジュアル | 6 種程度 | 11 月末・ 1 月末 |
| ⑤ | ①～③の写真を活用したスライドショー (動画) | 3～5 分程度 1 本 (音楽有が望ましい) | 1 月末 |

(イ) 内容について

a. 上記 (ア) ①～③について

(a) 写真は、次項 (ウ) の活用シーン及び 5 (2) で制作する PR 映像のテーマを踏まえて、東京の各エリアや四季を通じた多面的な魅力が伝わる写真とすること。

(b) 写真の活用時は東京の魅力が伝わるような 2 面の対比表現で使用することを想定し撮影すること。

b. 上記 (ア) ④について

2 面ビジュアルは、上記 (ア) ①～③で撮影・納品する写真素材を用い、6 種程度を別途展開するガイドラインに則って制作すること。映像で使用するサブコピーを適宜含めること。

c. 上記 (ア) ⑤について

スライドショーは CM の世界観を補足するために 30 秒 CM2 本分の撮影地の写真を 3～5 分にまとめた 1 本の動画とする。音楽はオリジナルが望ましいが TCVB と事前に協議の上決定すること。

(ウ) 活用シーン

a. 上記 (ア) ①～④について

(a) 国内外の交通広告、屋外広告、雑誌、オンライン等の広告のキービジュアル

(b) 広報用素材

(c) TCVB 及び東京都が委託した海外レップ等が各国で出展する海外旅行博などでの東京の旅行地紹介

(d) Tokyo Tokyo 公式サイトや SNS にて、撮影地の紹介

b. 上記 (ア) ⑤について

(a) 国内外の交通広告、屋外広告等

(b) TCVB 及び東京都が委託した海外レップ等が各国で出展する海外旅行博やセミナーなどでの東京の旅行地紹介

(エ) 使用期間

3 年程度の使用期間を想定とする。使用期間中及び使用期間後に、更新・維持費が発生する場合は、別途明記すること。

(オ) 業務体制

a. 事前に撮影コンセプト、起用するカメラマン、撮影内容等を提案し、TCVB と協議のうえ進めていくこと。

b. 撮影場所は、撮影前に TCVB と協議の上決定すること。

c. 納品スケジュールは別途 TCVB と調整すること。

(4) メディア貸出用資料映像（フッター）の制作業務

ア 概要

東京 2020 大会に向けて高まる、東京映像素材集に対する各国放送局からのニーズを踏まえ、上記（2）の動画の撮影地を中心としたメディア貸出用資料映像（フッター）を制作すること。

イ 要件

(ア) 制作本数及び納品時期

以下の表に記載のとおり、指定期日までに納品すること。

| No. | 映像種別 | 動画尺 | 納品本数 | 納品時期 |
|-----|-------------------------------------|---------------|---------|------|
| ① | メディア貸出用資料映像（フッター）30 か所～50 か所 | 各スポット 3分以上 | 30～50 本 | 1 月末 |
| ② | ①で撮影したスポット 10～20 か所を まとめたダイジェスト版 | 2～3 分程度 | 1 本 | 1 月末 |

(イ) 内容について

- a. 5（2）で制作する PR 映像の撮影地と東京を代表する観光地やイベントのメディア貸出用資料映像（フッター）として各スポット 30～50 本制作すること。
ロケーション案を作成の上、提出すること。
- b. 映像は東京の魅力を伝えるため、ダイナミックな映像となるような撮影方法を積極的に採用すること。
- c. 新規撮影した映像及び二次使用可能な映像を選定し、編集すること。なお、二次使用可能な映像については撮影年月日、撮影目的等内容に留意すること。
- d. 国際スポーツ大会関連での貸し出しの可能性もあるため、映像内の企業ロゴ等の修正も想定すること。

(ウ) 制作について

- a. 企画に当たっては、事前に TCVB と十分調整すること。
- b. 撮影する箇所、イベントは事前に 5（2）で制作する PR 映像の撮影地と連動させ TCVB と協議の上決定すること。
- c. 当該フッター集の趣旨を踏まえ、事前に構図、撮影時期、時間等を含めた撮影計画を TCVB に提出し、十分調整すること。TCVB より修正等を求められた場合は、速やかに修正を行うこと。

(エ) 活用シーン

- a. 上記（ア）①～②について、TCVB が管理する「東京 映像素材集」へ格納しメディアや旅行会社等へ展開及び、国際スポーツ大会関連での貸し出しを想定。
○東京 映像素材集：<http://tokyo-footage.com/ja/index>
- b. 上記（ア）②について、TCVB・東京都、及び東京都が委託した海外レップ等が各国で出展する海外旅行博や観光プロモーションのためのセミナーでの上映、及び Tokyo Tokyo 公式サイト、東京ブランド YouTube チャンネル他での公開。

(オ) 業務体制

制作作業にあたるディレクターを置くとともに、当該業務担当の業務従事者を確保すること。また、ディレクター及び業務従事者は、画像や映像、音声等のマルチメディア制作を行う上で必要な知識、経験及び技能を有し、海外からの観光客誘致の視点に立ち、自国外の海外市民への訴求を行うプロモーション映像の制作、または監修経験をもつものとする。

ウ 調整業務

関係者との調整等、許諾に要する一切の業務を行うこと。

エ 経費等

撮影や編集に係る一切の経費（機材調達費、交通費、宿泊費、車両費、コーディネート費、飲食費、撮影許可取得に要する経費、各種データ費、利用費等）は、全て事業費に含むものとする。

オ 撮影上の注意

- a. 業務上で撮影が必要な場合は、事前に管理者等に撮影及び放送・動画配信の許可を得ること。
- b. 本件委託においては、著作権の取扱いに十分注意すること。各映像の配布先は海外の旅行会社、報道関係機関等であり、映像がウェブサイトやテレビ等で使用されるため、事前に被写体となる者に対して必要な権利関係の調整（著作権処理）を行うこと。それに関連して掲載許可を得た撮影箇所リストの作成（撮影先施設の担当者名・連絡先を記載したもの）を行い、撮影した映像のリストとともに TCVB に提出すること。

カ 制作スケジュール管理

遅滞なく行うこと。

6 完了報告と契約代金の支払い

(1) 事業実施報告

履行期限までに、以下の仕様にて事業完了報告書を提出すること。

- ・仕様：A4 版縦、横書きカラー、MS ワード又は MS パワーポイント
- ・提出部数：5 部
- ・電子データは、CD-R または DVD-R に納め、提出のこと。

※目次、体裁等は TCVB と協議のうえ決定する。

(2) 成果物

- | | |
|---|-----|
| ア 映像マスターデータ（各映像 2 点ずつ） | |
| イ 電子データ（MP4 形式 及び WMV 形式） | |
| ウ DVD（上記ア及びイを収めたもの） | 5 部 |
| エ 映像シナリオ | 1 部 |
| オ 静止画コンテンツ（TIFF 形式及び JPEG 形式の電子データ及び DVD） | 5 部 |
| カ その他、提案事項による成果物 | 一式 |

(3) 委託完了届

契約代金の支払いについては、委託完了届（別紙 2 参照）の提出、委託完了後に一括で行うものとする。

7 第三者委託の禁止

本委託事業は、原則として第三者に委託させてはならない。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。

8 制作物に関する権利の帰属

- (1) 本件委託においては、著作権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（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）は、全て東京都・TCVB に帰属する。

- (3) 本件委託により得られる著作物の著作権者人格権について、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、著作権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。ただし、東京都・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、東京都・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、あらかじめ東京都及び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) 上記(1)(2)(3)(4)の規定は、「7 第三者委託の禁止」により第三者に委託した場合においても適用する。受託者は、第三者との間で必要な調整を行い、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を負うこと。
- (6) 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。

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。

10 個人情報の保護

別紙3「個人情報に関する特記事項」を遵守すること。

11 その他

本仕様書に定めのない事項及び業務遂行上疑義が生じた場合は、その都度、TCVB と別途協議の上、処理すること。