

## 仕 様 書

### 1 件名

令和 5 年度 東京観光 PR 映像の制作委託

### 2 委託期間

令和 5 年 7 月 14 日から令和 5 年 10 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、国内外に向けて「旅行地としての東京」の魅力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 年度に定めた「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 PR 映像を制作し、世界的なテレビネットワーク等での放映、動画サイトでの配信、及び SNS での露出等を通じて、「旅行地としての東京」の魅力や東京ブランドのコンセプト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、下記「東京のブランディング戦略」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、アイコンとキャッチフレーズ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】

<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/plan/tourism/plan/branding/>

【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](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：仮編集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納品までのスケジュール

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。
- オ 関係者との調整等、許諾に要する一切の調整業務を行うこと。
- カ 撮影や編集に係る一切の経費（キャストニング費、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、全て事業費に含むこと。
- キ 撮影にあたっては、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。
- ク 制作が遅延なく行われるようスケジュール管理をすること。なお、やむを得ない理由で延滞が想定される場合には、事前に TCVB に報告し、調整を図ること。
- ケ 海外への展開にあたっては、展開先地域の文化、習慣等に十分に配慮を行うこと。

(2) 東京観光 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る東京の観光スポットや、東京でできる観光体験等を取りあげ、旅行先として検討しうる「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 テーマ及びターゲット

「知られざる東京」をテーマに、東京に住む人々にとっては当たり前であるが、海外市民にとっては新鮮で魅力的なモノ・コトについて、伝統 (Old) と革新 (New) の 2 つの視点から取り上げること。メインターゲットは訪都旅行経験者や東京を旅行先として認知している層とすること。ただし、訪都旅行未経験者や東京を旅行先として認知していない層にも魅力が伝わるような内容とすること。

ウ 要件

(ア) 制作本数及び納品時期

以下の表に記載のとおり、テーマごとに 30 秒映像を各 1 本制作すること。また、縦型動画を制作すること。

No.	テーマ	再生時間	納品本数	納品時期
①	知られざる東京（伝統） （例：祭り、職人技、伝統工芸・文化など）	30 秒	1 本	10 月中旬
②	知られざる東京（革新） （例：清潔感、利便性、テクノロジーなど）	30 秒	1 本	10 月中旬
③	上記①、②の縦型動画 （デジタルサイネージ及び WEB サイト・SNS 使用）	①制作 30 秒：1 本 ②制作 30 秒：1 本		10 月中旬

(イ) 対応言語

- a. 以下 (カ) 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こと（使用素材の中でクレジット表記が必要な場合は除く。）。万が一言語を使用する場合は、英語とすること。

- b. 取り上げるスポットやコンテンツの名称を各シーンにて明記すること。言語は英語とすること。
- (ウ) 内容について
- a. 本事業受託後、方向性・考え方の段階等で、必要に応じて東京の情報発信とプロモーション活動を行う東京観光レップ（以下「レップ」という。）へ確認を行い、適宜調整対応すること。
- b. 本事業初年度の平成 29 年度から令和 4 年度までに制作した以下の PR 映像のトーン&マナーを踏まえながら、引き続き東京のブランド価値「伝統と革新の交差」を印象的に伝えること。
- c. 音楽は、オリジナルのものとし、複数案を提案し TCVB と協議の上決定すること。
- d. 全世界的なトレンドを意識し、魅力ある演出や技法を用いること。
- <平成 29 年度制作 PR 映像>
- ・ティザー：アイコン紹介映像  
[https://www.youtube.com/watch?v=sf\\_rMia\\_Hl0](https://www.youtube.com/watch?v=sf_rMia_Hl0)
  - ・PR 映像：Old meets New – Exciting 篇  
<https://www.youtube.com/watch?v=76BRkHZSogE>
  - ・PR 映像：Old meets New - Unique 篇  
<https://www.youtube.com/watch?v=YofBtV9qgiU>
- <令和 2 年度制作 PR 映像>
- ・PR 映像：NOTHING LIKE TOKYO – Old 篇  
[https://youtu.be/tEPf\\_bRz01E](https://youtu.be/tEPf_bRz01E)
  - ・PR 映像：NOTHING LIKE TOKYO – New 篇  
<https://youtu.be/a4kixWkkrcA>
- <令和 4 年度制作 PR 映像>
- ・PR 映像：NOTHING LIKE TOKYO – Nature 篇  
[https://www.youtube.com/watch?v=C\\_Y65EeL89s](https://www.youtube.com/watch?v=C_Y65EeL89s)
  - ・PR 映像：NOTHING LIKE TOKYO – Culture 篇  
<https://www.youtube.com/watch?v=TNomzoYXWMc>
- (エ) サブコピーについて
- サブコピーは令和 2 年、4 年度制作 PR 映像と同じ「NOTHING LIKE TOKYO」とすること。
- (オ) 撮影地について
- a. 絵コンテに基づき、「①知られざる東京（伝統）」や「②知られざる東京（革新）」を表現するのに適切なスポットやコンテンツを撮影地として選定すること。
- b. スポットやコンテンツは、撮影前に TCVB と協議の上決定すること。
- (カ) 映像の活用シーン
- TCVB・東京都、及び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、国内外の交通広告等 OOH での放映。（OOH は縦型デジタルサイネージ含む。）検索サイトや動画サイト等での掲出及び、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、海外テレビネットワーク等を通じた全世界での CM 放映等。
- (キ) 映像使用期間
- a. CM 放映に関しては放送開始から 3 年間、その他（イベント、Web サイト等）の

活用に関しては5年間の使用期間を想定する。

b. 本映像については2023年11月より放映することを想定している。

(ク) ロゴの掲出

Tokyo Tokyo のロゴの他、東京都のロゴを素材に掲出すること。

(ケ) 映像のデータ変換

別紙1の「映像変換規格一覧」を参照の上、データ変換をすること。

(コ) 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。なお、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。また、訴求対象となるターゲットへの知見が深い者を体制に含めること。

(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、スチール写真を撮影し、納品すること。納品物のイメージについては、「NOTHING LIKE TOKYO」関連の素材一覧を、TCVBより別途支給する。

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、指定期日までの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	10月中旬
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)	10月中旬

(イ) 内容について

上記(ア)①～②について

- a. 写真は、下記(ウ)の活用シーン及び上記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。

(ウ) 活用シーン

上記(ア)①～②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ビジュアル
- b. 広報用素材
- c. カレンダーやポスター等の無償配布グッズ用素材
- d. TCVB及び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
- e. Tokyo Tokyo公式サイトやSNSにて、撮影地の紹介

(エ) 使用期間

- a. 上記(ア)①については、5年間の使用期間を想定する。
- b. 上記(ア)②については、期限を定めない使用を想定する。

(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。

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電子データにて提出すること。

・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

※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（別紙 1 参照）

ウ DVD（上記ア及びイを収めたもの） 2 部

エ 映像シナリオ 1 部

オ 静止画コンテンツ（JPEG、TIFF、形式の電子データ及び DVD） 2 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、別紙 2「委託完了届」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

- (1) 「公益財団法人東京観光財団 サイバーセキュリティ基本方針」及び「公益財団法人東京観光財団 サイバーセキュリティ対策基準」の趣旨を踏まえ、「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」に定められた事項を遵守すること。

[https://www.tcvb.or.jp/jp/denshi\\_tokkishiyousyo.docx](https://www.tcvb.or.jp/jp/denshi_tokkishiyousyo.docx)

- (2) 本事業において保護すべき「個人情報」とは、本事業を遂行するために TCVB が収集・保管する情報のうち以下の事項をいう。

・本事業の遂行にあたって入手した関係者の氏名・連絡先・メールアドレスなど

- (3) 本事業実施にあたり、TCVB に承諾を得て一部業務を再委託させる事業者においても、当該事業者が当事業における個人情報を扱う場合は、「電子情報処理業務に係る標準特記仕様書」にある事項を遵守させること。また、以下のいずれかを取得している事業者（あるいは今後取得予定である事業者）であることが望ましい。

ア 一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）が運用する ISMS 適合性評価制度における ISO/IEC27001 と同程度の認証

イ 一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）の認定するプライバシーマークと同程度の認証

## 11 その他

- (1) 仕様書にない条件については、両者協議の上、決定する。
- (2) その他条件が変更となることがある。その場合、両者協議の上、契約内容を変更する。
- (3) 感染症の感染拡大や、天変地異、政治状況の劇的な変化等により、本事業を中止する場合がある。その場合は契約書第 17 条に則り履行完了部分に対して代金を支払うものとし、手配事項のうちキャンセルポリシーが定められているものについては別途そのポリシーに従い代金を支払う。
- (4) TCVB は必要に応じて本契約に係る情報（受託者名・契約種別・契約件名及び契約金額等）を公開することがあるが、受託者はこれを了承するものとする。

連絡先：公益財団法人東京観光財団  
観光事業部 03-5579-2683