

## 仕 様 書

### 1 件名

令和4年度東京ブランドの発信業務（国内向け東京観光 PR 映像の制作及び広告配信等）委託

### 2 委託期間

令和4年8月24日から令和5年3月31日まで

### 3 事業目的

東京都（以下「都」という。）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、東京の魅力を国内外に 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。）を活用した国内向け東京観光 PR 映像を制作し、SNS・YouTube 等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国内旅行者に訴求し、訪都旅行意欲の喚起・促進を図ることを目的とする。

### 4 全体運営

#### (1) 実施コンセプト

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、「東京のブランディング戦略」と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、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）にわたって監修・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、東京の魅力が的確に伝わるよう、次項5（2）以降に記載の委託内容を全て企画・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 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。
- キ 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、全て事業費に含むこと。
- ク 撮影にあたっては以下に注意すること。
  - （ア） 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。
  - （イ） 新型コロナウイルス感染症（以下「感染症」という。）対策をとった上で撮影を行うこと。
  - （ウ） モデルの肖像権など撮影を行う上で必要な許可を得ること。また、人選にあたっては、TCVB と協議の上、決定すること。
- ケ 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。

## （2） 東京観光 PR 映像の制作業務

### ア 概要

「3 事業目的」及びアイコンのコンセプトを踏まえ、国内旅行者の訪都旅行への興味・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 コンセプト

伝統と革新が融合する東京の魅力を訴求することで、東京観光への欲求を加速させるとともに、東京の観光地としての多様な側面を PR し、東京の魅力を国内に印象付ける。

### ウ テーマ及びターゲット

東京の多様性を楽しむという観点から、特定の地域に偏ることなく、東京全体の魅力を訴求すること。ターゲットは国内の訪都旅行者とし、詳細設定は提案者の提案によるものとする。

制作にあたっては、「イ コンセプト」を踏まえ、国内旅行者の東京への誘客につながるキャッチフレーズの使用や魅力的な観光スポットや東京でできる観光体験内容の撮影等により映像を制作すること。

### エ 構成

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。

### オ 要件

#### （ア） 制作本数及び納品時期

- a. 15 秒・30 秒映像を横型動画で各 1 本、計 2 本制作すること。納品時期は 12 月中旬とする。

b. その他、自由提案を妨げない。

(イ) 内容について

- a. 訴求するアイコンのコンセプトを踏まえた上で、東京の観光資源や観光スポットの紹介や、出演者による体験シーン等を通して、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。また、(エ) 映像の活用シーンを踏まえ字幕等の適切な手法を提案すること。
- b. 感染症の影響及び現在の社会情勢等を踏まえ、東京が衛生的で安心できる魅力のある旅行地であることを伝える内容を盛り込むこと。
- c. 映像・曲調のトーン&マナーについては、訴求するブランドイメージを踏まえた提案が望ましい。なお、使用する音楽は、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. 訴求するテーマ及びターゲットを踏まえた上で、モデル・タレントを活用し制作すること。制作する内容は、TCVB と協議の上、決定すること。
- e. 方向性・考え方の段階等で、必要に応じて TCVB へ確認を行い、適宜調整対応すること。

(ウ) 撮影地について

- a. 東京の代表的な観光地を撮影地として選定すること。なお、上記(ア)の映像(30秒)については、多摩もしくは島しょ地域を撮影地に含めること。
- b. 撮影地となる施設等は、都が推奨する感染拡大防止対策を実施している施設等を選定すること。
- c. 撮影場所は、撮影前に TCVB と協議の上決定すること。

(エ) 映像の活用シーン

上記(ア)に示す映像について Tokyo Tokyo 公式サイト、東京ブランドの YouTube チャンネル、オンライン広告、動画サイト等での掲出、各種 SNS、交通広告等で幅広く活用できる内容とする。

(オ) 映像使用期間

- a. オンライン広告、動画サイトでの掲出に関しては放送開始から 2 年程度、その他(イベント、TCVB が管理する Web サイト等)の活用に関しては 5 年程度の使用期間を想定する。
- b. 本映像については令和 5 年 1 月より放映することを想定している。

(カ) 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。

(キ) 映像のデータ変換

制作した映像は「MOV」、「MP4」、「WMV」の各動画形式へ対応するように、データを変換すること。

(ク) 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、国内旅行者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、PR映像のコンセプトに基づく解像度の高い写真等を撮影し、納品すること。納品物のイメージについては、TCVBより別途支給する東京の魅力を紹介するプロモーションムービー「Nothing Like Tokyo」関連の素材一覧を参考にする。

#### 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、それぞれの画像を指定期日までに納品することを想定しているが、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	12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)	12月中旬
③	PR映像のコンセプトに基づく写真	各撮影地5~6枚程度	12月中旬

##### (イ) 内容について

###### a. 上記(ア)①~③について

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、東京の各エリアを通じた多面的な魅力が伝わる写真とすること。

###### b. 上記(ア)③について

(a) 5(2)「イ コンセプト」を踏まえ、東京を代表する観光地・観光施設の中から5~10か所程度TCVBと協議の上決定し、撮影すること。なお、②における撮影地とは異なる観光地・観光施設を選定すること。

(b) 撮影後、下記(ウ)活用シーンでの使用を前提に、映り込んだ人物や看板等について必要な確認や画像処理を行った上で40枚程度納品すること。

また、撮影に必要な各種許可申請は受託者にて実施すること。

##### (ウ) 活用シーン

上記(ア)①~③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. 都及びTCVBが委託した東京観光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)②③については、期限を定めない使用を想定する。

b. 上記(ア)①については、5年程度の使用期間を想定する。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) 東京観光 PR 映像の広告配信業務

ア 動画サイト等への投稿及び広告配信

上記(2)で制作した動画を、SNS、YouTube等の発信力、影響力、拡散力のある動画サイトにて広告配信すること。

その他、交通広告等の影響力のある媒体へ掲載することを妨げない。

イ 広告配信ターゲット

訴求するテーマ及びターゲットを踏まえた上で、視聴目標回数等を想定した広告配信ターゲットを設定し、TCVBと協議の上決定すること。

ウ 広告配信時期

令和5年1月以降当該契約期間内において最適な時期に順次配信すること。なお、広告配信にかかる日数などから逆算してスケジュールを作成すること。

エ 広告費用

広告の掲出に必要な一切の費用を本委託に含めること。また、媒体の割引制度(官公庁割引も含む)が適用される場合は適用後の金額で積算すること。

(5) 効果測定・報告

上記(1)から(4)で実施した取組の実施効果を測定し、以下のとおり報告すること。

ア KPI 設定

事業目的に照らし最も効果的な施策となるよう、受託者でKPIを設定すること。KPIはリーチ数、動画視聴数、コンバージョン数等が望ましいが、他に提案があれば妨げない。

イ 効果測定及び報告

広告の表示回数、動画の視聴回数、視聴者の属性等、効果的な数値等を分析の上報告すること。報告は(4)ウで定めた期間内から原則月次で行うこととし、その他必要があれば別途行うこと。

ウ PR 効果の最適化への取組

KPI達成のために必要のある場合は、広告手法・投稿頻度等の柔軟な見直しや追加措置を図り、効果の最適化を図ること。

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

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



(3) 委託完了届

別紙1「委託完了届」の提出後、委託完了を確認した後に一括で契約代金を支払うものとする。

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、著作権等の知的財産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、全て都及び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、都及び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、都及び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、著作権等の知的財産権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) 別紙2「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。
- (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、別紙2「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書類

#### 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、変更する。
- (3) 本委託においては、業務の履行にあたって、感染症の感染拡大防止に努めること。
- (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 総務部観光情報課

担当：川島

東京都新宿区山吹町3-4-6 番地6 日新ビル5階

電話：03-5579-2681

メール：kawashima@tcvb.or.jp