

2019 年度札幌国際芸術祭 2020PR 用 コマーシャル映像制作方針

1 コンセプト

3年に1度札幌市内各所を会場に開催する札幌国際芸術祭（以下、「SIAF」という。）の認知度向上及び2020年12月に開幕するSIAF2020の来場に繋げるためにPR映像を制作する。制作に当たっては、SIAF2020のテーマ・コンセプトを踏まえて、業務の企画・実施にあたること。

【SIAF2020のテーマ・コンセプト】

https://siaf.jp/siaf2020/theme_concept/

2 想定する放映媒体

- (1) Twitter・Facebook・Instagram・YouTubeといったSNS上の広告等による発信
- (2) 市内各所の大型ビジョンやデジタルサイネージでの掲載。

3 放映時期

納品後、SIAF2020の会期終了まで。

4 制作にあたり考慮する点

- (1) 「タイトル・テーマ（日・英・アイヌ語）」、「会期」及び2020年2月に発表するSIAF2020の「コミュニケーションマーク（以下、「マーク」という。）」、「イメージカラー」を映像に組み込むこと。
- (2) ターゲット設定は、「SIAFのことを知らない、又は知っているが参加したことのない道内外の人（海外含む）で、SNSを頻繁に使用する人」とする。
- (3) SNSで発信されることを考慮し、無音でも興味を引くような構成とすること。
- (4) 日本語が分からない人でも興味を引くように、日本語のナレーションや字幕に頼らないことが望ましい（上記（1）及び使用素材の中でクレジット表記等が必要な場合は除く）。ただし、言語を使用することが有効とされる場合はこの限りではない。

5 制作する映像本数・内容

SIAF2020のテーマ・コンセプトを深く理解した上で、以下表に記載の15秒映像2本と、30秒以上（15秒映像の素材を統合した）の映像1本を作成すること。

種別	内容	時間
映像①	SIAF2020を広く周知・浸透させるために、マークをクリエイティブかつ視覚的にインパクトのある映像として展開すること。マークを見るとSIAF2020だと認識されるようなことを目指す。	15秒
映像②	冬の札幌で開催される芸術祭へ興味を持ち、SIAF2020に「行ってみたい」と思わせる映像とすること。	15秒
統合版	映像①と②の統合版。SIAF2020のテーマ・コンセプトの持つイメージを的確に伝える映像とすること。マークを効果的に用い、冬の札幌のイメージを魅力的に伝えること。 ※統合版の企画構成に当たっては、映像①と今後制作する別の映像を組み合わせた別バージョンが制作されることも想定すること。	30秒以上