

## 設計図書(金額抜き)

「令和6年度 広報よこはま ほどがや区版  
(6月号～令和7年4月号)」  
デザイン編集委託

1 設計書

2 仕様書

受付 番号	種 目 番 号	連 絡 先	委託担当
			区政推進課 広報相談係 担当者名 <small>な り が な もん ま やまざき</small> 門 眞 ・ 山 崎 電 話 334-6222

## 設 計 書

- 1 委 託 名 「令和6年度 広報よこはま ほどがや区版(6月号～令和7年4月号)」  
デザイン編集委託
- 2 履 行 場 所 保土ヶ谷区総務部区政推進課
- 3 履行期間  期間 令和6年4月5日 から 令和7年3月31日 まで  
又は期限  期限 平成 年 月 日 まで
- 4 契約区分  確定契約  概算契約
- 5 その他特約事項 特になし
- 6 現 場 説 明  不要  
 要 ( 月 日 時 分 場所 )
- 7 委 託 概 要 別添仕様書のとおり

8 部 分 払

す る ( 11 回以内)

しない

部 分 払 の 基 準

業 務 内 容	履 行 予定月	数 量	単 位	単 価	金 額
「令和6年度 広報よこはま ほどがや区版(6月号～令和 7年4月号)」デザイン編集 委託	6～3月	10	月		
	5月	1	月		

※単価及び金額は消費税及び地方消費税相当額を含まない金額

※概算数量の場合は、数量及び金額を( )で囲む。

委 託 代 金 額		_____
内 訳	業 務 価 格	_____
	消費税及び地方消費税相当額	_____

内 訳 書

名 称	形状寸法等	数 量	単 位	単 価 (円)	金 額 (円)	摘 要
「令和6年度 広報よこはま ほどがや区版(6月号～令和7年4月号)」デザイン編集委託						
1	デザイン業務(レイアウト、版下作成含む)	92	頁			
2	編集業務(校正作業、納品作業等含む)	11	月			
合 計						
消費税及び地方消費税相当額						
委託代金額						

※ 概算数量の場合は、数量及び金額を ( ) で囲む

# 広報よこはま ほどがや区版（6月号～令和7年4月号）

## デザイン編集委託 仕様書

### 1 件名

「令和6年度 広報よこはま ほどがや区版（6月号～令和7年4月号）」デザイン編集委託

### 2 本業務の概要

「広報よこはま ほどがや区版」は、区政の重要事項を区民に周知し、区政の円滑な運営に資するため、区の現況や計画、区の行事、区民の活動などを掲載するものである。

受託者は、紙面を制作するため、保土ヶ谷区で企画した計画に基づき、区政推進課広報相談係（以下「広報担当」という）と調整を図りながら編集を行う。

また、版下作成にあたっては、広報担当から提出される電子データや写真、その他の資料（以下、原稿という）を取りまとめ、「広報よこはま ほどがや区版 制作コンセプト」に基づき、分かりやすく親しみの感じられるデザインとレイアウトを目指し、紙面を制作する。

### 3 編集を委託する紙面について

#### (1) 体裁

タブロイド判 8 ページ / 左とじ / カラー 4 色

※ 6月号のみ増ページにより 12 ページ

#### (2) 構成

ア 表紙（5面）

イ 特集（6・7面）

ウ 情報面（ほどトピックス）（8・9面）

エ 情報面（かるがも掲示板）（10～12面）

※ 1～4、13～16面は全市版

#### (3) 発行日 毎月1日（告知の内容は原則として当月11日以降のもの）

#### (4) 発行部数 1か月 90,000部（概数）

#### (5) 広告掲載

毎月2ページ分の各5分の1（サイズは横長 241mm×70mm）を使用して広告を掲載する。  
版下は横浜市が契約する広告取扱業者が印刷業者に納品。

### 4 委託期間

令和6年4月5日～令和7年3月31日（令和6年6月号～令和7年4月号）

## 5 委託内容

### (1) デザイン業務

#### ア デザインの作成

- (ア) 原稿作成に係るデザイン・レイアウトの原形は広報担当が作成し、ワード・エクセル・パワーポイント等のデータと画像素材等(エ〜カ参照)をともに提供する。
- (イ) 受託者は、提供されたデータを記事の内容・目的を十分に理解したうえで、デザイナーならではの視点により加工・修正・装飾し、より見やすく、魅力的なものに作り上げていく。また、全ページのデザイン・レイアウト・イラスト等に統一感を持たせる。
- (ウ) 紙面デザインはPDFデータで広報担当に納品する。
- (エ) 地図を掲載する場合、広報担当が送付する住宅地図や明細地図をもとにして、簡略化等を施し新たに作成する。簡略化する部分は原則として受託者が判断する。
- (オ) 写真を掲載する場合、写真素材は広報担当が選定し送付するが、トリミング作業、解像度・色彩の調整等は受託者の判断により適宜行う。
- (カ) イラストを掲載する場合、広報担当が提供するイメージやラフデザインをもとに、新たに作成する。
- (キ) 文字サイズと基本的なレイアウトは、広報担当と受託者の協議によって決める。また、あらかじめ指定したスペースに広告を掲載する。広告のデザインについては、横浜市が契約する広告取扱業者が別途作成し、原則として完全版下を直接印刷業者へ入稿する。
- (ク) 各ページにおける文字数は、原則として広報担当により精査し、紙面に収まるように整えてから受託者に送付するが、校正段階で文字量が大幅に増減するなどの事情が発生した場合は、受託者に掲載位置の再配置やQ下げによる再構成等の検討及び処理を依頼する場合がある。
- (ケ) デザイン・レイアウトの内容・体裁等について、広報担当から指定がある場合、受託者はその指示に従う。

#### イ 版下の作成

- (ア) 版下は、パソコンのデスクトップパブリッシング機能(DTP)を使って作成し、DTPデータを保存した光磁気ディスクなどの記録媒体か電子メールなどの方法で印刷業者に渡す。
- (イ) フォントは、原則としてモリサワフォントの、「Open Typeフォント」を使用する。万一それ以外のものを使う場合は、必ず文字のアウトライン処理を行う。フォントは印刷業者と綿密な取り決めを行う。
- (ウ) サイズはタブロイド判で作成する。
- (エ) 4色カラーページはCMYKモードで制作する(RGBモードのままでは不可)。
- (オ) DTP編集ソフトは「InDesign」もしくは「Illustrator」のCC2021または2022を使用する。
- (カ) 地図や表などの作成はグラフィック系の代表的なソフトを使用する。そのデータは編集ソフトに入れる。

- (キ) 配色は、人権・男女共同参画・カラーバリアフリー・ユニバーサルデザイン等を遵守する。

## ウ 「区ウェブサイトのプロモーションエリア」の作成

区ウェブサイトのトップページに毎月掲載する「プロモーションエリア」については、原則として、同月に掲載予定の画像素材等を用いて、受託者が作成する。ただし、広報担当が素材やデザイン等を指定・提供する場合は、その指示に従う。

## (2) 編集業務

### ア 校正作業

- (ア) 校正作業は、完全版下を印刷業者に渡すまでに最低3回行う。作業の流れは「6 業務スケジュール」に従う。
- (イ) 初校及び2校の校正原稿は、広報担当が別に定める期日の午前10時までに、データ(PDF)で広報担当に送付する。
- (ウ) 3校は受託者事業所での出張校正となるため、データ送付の必要はない(出張校正当日にカラープリントしたものを1部用意する)。
- (エ) 校正作業の中でレイアウトや画像の変更、差替え等が発生した場合は、広報担当の指示に従い、別途指定する期日までに(出張校正においてはその場で)修正作業を行う。

### イ 印刷業者への入稿

- (ア) 受託者は、色校正の前日までに完成版下及び付随するデータを保存した記録媒体か電子メール等の方法で、印刷業者に納める。
- (イ) 記録媒体の中には必ず出力に必要なものだけを入れて渡す(例えば初校など訂正前のデータは入れない)。
- (ウ) 編集ソフトに貼り込まれているデータもすべて一緒に入れる。この際に編集ソフトと貼り込みデータをリンクさせる(貼り込みデータが足りなかったり、リンクが外れていたりすると出力できないため)。
- (エ) 最終校のカラーコピーを添付する。
- (オ) 使用ソフトのバージョンを印刷業者に伝える。

### ウ 色校正

- (ア) 入稿後、印刷業者が出力した原稿の色校正を、広報担当と受託者がともに行う。
- (イ) 色校正の際に発見された色調の不具合や文字化け、汚れの修正は、原則として受託者に戻さず印刷業者の作業とする。ただし、突発的な事項などにより大幅な変更があった場合は、受託者が再度版下を作成する。

### エ 区役所への納品

- (ア) 受託者は、成果物として、完成版下データのPDFデータ・テキストデータ・表紙(5面)画像データ・プロモーションエリア用画像データを広報担当に納品する。
- (イ) 委託者の必要に応じて、確定原稿のaiデータを納品する。

- (ウ) PDF データは広告欄を空欄にし、容量を圧縮(5 MB 以下)する。表紙画像データとプロモーションエリア用画像はウェブサイトや X(旧 Twitter)用とし、容量は 2 MB 以下とする。ホームページ用データ形式については、広報担当の指示に従う。
- (エ) 納品は色校正日から起算して 4 営業日以内に納品する。

## 6 業務スケジュール

主な業務の流れは下表に従う。

月	翌月号作業	翌々月号作業
月上旬	<p><b>■ 2 校(初校の修正原稿)作成【編集業務】</b>            …作業期間は広報担当が初回校正済原稿を送付してから原則中 2 営業日。作成した原稿データは広報担当が<u>指定する期日の午前 10 時までに</u> PDF データで区に送付する。</p> <p><b>■ 区ウェブサイトのプロモーションエリア作成【デザイン業務】</b>            …翌月号の記事や画像の内容をもとにデザインを作成(広報担当がデザイン案を提供する場合あり)。作成したデータは 2 校と合わせて PDF データで広報担当に送付する。</p>	
月中旬	<p><b>■ 3 校(2 回目の修正原稿)作成【編集業務】</b>            …作業期間は広報担当が 2 回目の校正原稿を送付してから原則中 2 営業日。作成したデータは 1 部カラー印刷をし、出張校正日に広報担当に提出する。</p> <p><b>■ 出張校正【編集業務】</b>            …広報担当が受託者の事業所に出向き 3 校原稿の校正作業を実施(終日)。原稿修正は受託者がその場で行う。</p>	<p><b>■ 紙面案(表紙・特集部分)作成【デザイン業務】</b>            …広報担当が提供する原稿案及び素材(画像やテキストデータなど)をもとに、広報編集部会(下記)までに表紙及び特集(5～7 ページ)部分の紙面案を作成。</p>
月下旬	<p><b>■ 完全版下納入(色校正前日)【編集業務】</b>            …完全版下原稿を印刷業者に持参し納入</p> <p><b>■ 色校正【編集業務】</b>            …印刷会社に出向き、広報担当者とともに校正作業を実施</p> <p><b>■ データ納品【編集業務】</b>            …原稿確定後、次のデータを区に納品する。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 確定原稿の PDF データ</li> <li>② 必要に応じ確定原稿の ai データ</li> <li>③ テキストデータ</li> <li>④ 表紙画像データ</li> <li>⑤ プロモーションエリア用画像データ</li> </ol>	<p><b>■ 紙面案(情報面部分)作成【デザイン業務】</b>            …広報担当が提供する原稿案をもとに、初校出しに間に合うように情報面(8～12 ページ)の紙面案を作成する。</p> <p><b>■ 広報編集部会【編集業務】</b>            …作成した紙面案(表紙・特集のみ)の PDF データを前日の 14 時までに提出する。</p> <p><b>■ 初校(初回の原稿案)作成【編集業務】</b>            …広報編集部会での意見等を紙面案(表紙・特集部分)に盛り込み、情報面と併せて全ページ分の初校原稿を作成。作成した原稿データは広報担当が<u>指定する期日の午前 10 時までに</u> PDF データで区に送付する。</p>



## 7 契約開始時の業務引継ぎ

受託者は、本業務の開始時に本業務を他者から引き継ぐ必要がある場合は、円滑に引継ぎを行う。

## 8 契約終了時の業務引継ぎ

受託者は、本業務の終了日までに本業務を他者に移行する必要がある場合について、必要な措置を講じ、円滑に本業務の引継ぎを行う。

## 9 成果物について

当契約に係る成果物の著作権は、横浜市に帰属するものとする。横浜市は二次利用も含めて、これらを自由に使用できるものとする。

## 10 その他

- (1) 出張校正においては、広報担当がその場で修正指示を行うため、校正作業の時間内受託者は現場で待機する(概ね午前 11 時から午後 5 時まで)。
- (2) 紙面を作成する受託者は、特段の事情がない限り通年で同一の者とする。やむを得ず変更する場合は、広報担当と協議のうえ、紙面に影響のないように配慮する。
- (3) 情報面で使用するアイコンについては、市版・区版で共通のアイコンを使用する。その他については、広報担当が指定するアイコンを使用する。
- (4) この仕様書に定めのない事項については、横浜市委託契約約款の定めるところのほか、疑義が生じた場合は、広報担当と協議のうえ、その指示または承認を受ける。
- (5) 受託者は、この契約の履行に関して知り得た個人情報、その他の秘密を漏らしてはならない。この契約が終了した後も同様とする。

## 広報よこはま ほどがや区版 制作コンセプト

### 1 コンセプト制作の目的

#### (1) 関係者の広報マインドの統一

職員側としては詳しく説明したい、広報相談係の担当者としては文字量が多く読者に伝わらないと考えるなど、所管課と広報よこはまの事務局で考え方が異なることが多い。原因としては、所管課の職員に広報マインドが正しく理解されていないことがあげられる。制作コンセプトを掲げ、広報紙の関係者（所管課、広報相談係、経営責任職、委託業者）で共有することで、広報マインドを統一する。

#### (2) 紙面制作の方向性の統一

紙面を制作してうえで、区版として掲載が必要な項目の考え方、文字や写真の考え方などを具体的に決めておく。

### 2 記事作成の方向性

#### (1) 読者に伝わる記事

- ・記事の「ターゲット」と「伝えたい内容」を明確にする。
- ・区民（読者）のメリットを考える。
- ・「読者の視点」で記事を書く。行政文書をそのまま記事にしない。（発行している資料そのものを引用しないなどの工夫が必要）

#### (2) 市版との差別化

- ・紙面には、区の「状況」や「特性」を打ち出し、区民に身近な内容にする。
- ・「人」に焦点を当て、人物の写真やコメントを掲載する。（区版表紙・特集には原則掲載する）
- ・区の新規・重点事業を積極的に掲載すると同時に、区の魅力発信の機会も多く設け、その中で軽重をつける。
- ・区独自の魅力（歴史・文化・企業など）を伝える。

#### (3) 記事の体裁

##### ア 文章

- ・文章は簡潔で分かりやすく（15歳以上及び65歳以上でも理解できる文章）、ターゲット層に合わせた表現方法にする。
- ・見出しは読者に興味を持ってもらえるようにする。メリットが伝わること、簡潔で分かりやすい表現にする。
- ・記事中の文字を少なくして伝わりやすくするために、詳細の説明は検索ボックス・二次元バーコードを使いホームページへの誘導を促す。

##### イ 写真

- ・視覚に訴えるように写真を活用する。（文字は少なく、写真を掲載）

##### ウ 紙面のトーン

- ・区版の「表紙」「特集」「ほどトピックス」では、写真や図表などの使い方をあらかじめ指定しておく。

【表紙】 写真や図を1/2以上使用して、視覚的に訴える紙面とする。

【特集】 文字だけの説明ではなく、写真や図を合わせて使用する。

【表紙・特集】（再掲）「人」に焦点を当て、人物の写真やコメントを掲載する。

【ほどトピックス】 アイキャッチとして、写真・イラスト・図表を原則1～3つ程度使用する。

#### **(4) 誘導の工夫**

- ・ 情報スペース（1面）、区版表紙の上部に、見出しを掲載して、読者が記事に触れる機会を増やす。
- ・ 詳細の説明は検索ボックス・二次元バーコードを使いホームページへの誘導を促す。（再掲）
- ・ 申込時の読者の負担軽減のため、検索ボックス・二次元バーコードを活用して、ホームページや申込フォームへの誘導を図る。

(平成30年12月策定)