

# 千葉開府900年記念事業ロゴマーク・キャッチコピー作成支援及び 啓発物品制作等業務委託 仕様書

## 1 委託名

千葉開府900年記念事業ロゴマーク・キャッチコピー作成支援及び啓発物品制作等業務委託

## 2 委託期間

契約締結の日から令和7年3月31日(月)まで

## 3 業務目的

令和8(2026)年、千葉市(以下、「発注者」という。)は、まちが開かれてから900年という大きな節目を迎える。市民、団体、企業、大学、行政など多様な主体が、この歴史的節目を迎える喜びを分かち合うとともに、千葉一族からの学びを活かしながら記念事業を行い、開府1000年をも見据えつつ、より豊かな未来につなげていく取り組みを記念事業として行う。千葉開府900年の周知・機運醸成及び千葉開府900年記念事業の周知・参画促進を図るとともに、千葉開府900年記念事業の意義や基本理念を体現し、市民をはじめとする多くの皆様と共有するためのシンボルとなるロゴマークとキャッチコピー(以下、「ロゴマーク等」という。)の作成支援及び啓発物品の制作を目的とする。

## 4 業務内容

ロゴマーク等の公募から審査、発注者がロゴ等を使用するためのデータ作成やガイドラインの整備、商標登録のほか、ロゴ等を使用した啓発物品の作成等、千葉開府900年の機運醸成に資する一連の業務が円滑に進むよう必要な業務を行うこと。

なお、公募等の企画については、の取組みが、千葉開府900年記念事業推進計画(案)の基本理念に沿うよう企画検討すること。

なお、すべての業務は諸経費を含めてすべて提案上限額の範囲内で実施すること。

業務の詳細は以下のとおり。

ロゴマーク・キャッチコピー発表までのスケジュールの目安は下表のとおり。

ただし、受注決定後に協議の上、柔軟に変更が可能なものとする。

| 日程         | 内容        |
|------------|-----------|
| 令和6年4月中旬以降 | 公募開始      |
| 7月末        | 応募締切      |
| 8月上旬       | 応募作品取りまとめ |

|            |              |
|------------|--------------|
| 8月中旬       | 1次審査         |
| 8月中旬～10月中旬 | 知的財産権関係調査    |
| 10月下旬      | 2次審査(一般投票)開始 |
| 11月下旬      | 2次審査(一般投票)終了 |
| 12月        | 各賞発表         |

### (1) ロゴマーク・キャッチコピー公募にかかる広報企画の策定・実施

ロゴマーク・キャッチコピー公募の過程を通じて、プレスリリース、紙媒体(ポスター、チラシ等)、ウェブ媒体、及び公募サイト等を活用し、ロゴマーク・キャッチコピーの募集告知はもとより、千葉開府900年の周知並びに機運を醸成する広報企画を実施する。

活用する広報媒体、制作する告知物については企画提案内容を基に発注者と協議の上決定すること。

千葉開府 900 年に向けた機運醸成のため、公募の段階から市民が広く参加できるよう配慮すること。市の広報媒体である市政だより、市ホームページ等についても、公募手段として使用できるものとする。各媒体の編集スケジュールについては発注者と別途協議すること。

また、主に子どもを対象としたロゴ制作のワークショップを開催すること。規模や回数、実施内容は企画提案内容を基に発注者と協議の上決定すること。

### (2) 作品の公募、応募作品の受付・管理・整理

・発注者が別途定める「ロゴマーク・キャッチコピー応募要項」(以下、「応募要項」という。)に従い、作品を公募する。

・応募作品の受付方法は、電子データおよび紙媒体のどちらでも受け付けられるものとし、企画提案内容を基に発注者と協議の上決定すること。

なお、募集するロゴマークの形状は平面作品のみとする。

・ロゴマーク・キャッチコピー公募に関する窓口を設置し、問合せ等に対応する。

・受け付けた作品や個人情報等は、千葉市個人情報保護方針等を踏まえて厳重に管理すること。管理しやすいよう、リスト化等すること。

### (3) 応募作品の形式要件確認

応募作品について、形式要件を確認し、発注者へ報告する。

すべての応募作品について、応募要項に記載した制作条件のうち基本的な項目(ロゴマークを構成する要素等)を満たしているか及び法的な観点(反社会的な要素、誹謗中傷を含むもの、公序良俗その他法令の規定に反するもの等)から確認、選別した上で、発注者へ報告する。

### (4) 審査

ア 1次審査

発注者が公募した作品をとりまとめ、専門家による1次審査を行う。

1次審査では応募された作品の中から、2次審査に進むロゴマーク・キャッチコピーをそれぞれ6点、ユニーク賞のロゴマーク・キャッチコピーをそれぞれ3点、合計18点を選出し、知的財産関連調査を実施する。

#### (ア) 審査員による審査

審査及び最終的な監修を担当する専門家はデザインやコピーライトの分野の学識経験者や専門家で、デザイン公募等で審査員の実績を3件以上有する者を3名以上招聘することとする。人選及び審査方法については企画提案内容を基に発注者と協議の上、決定するものとする。

また、招聘にかかる費用については委託費に含まれるものとする。

#### (イ) 候補作品の知的財産関連調査

2次審査の対象となる作品、及びユニーク賞に選出された作品の合計18点について、弁理士等による先行商標調査を行う。

先行商標調査を実施する商品及び役務の区分は以下の2区分とする。

第16類「紙、紙製品及び事務用品」、第41類「教育、訓練、娯楽、スポーツ及び文化活動」

また、既に公表されている作品と同一または類似ではないこと、および、第三者の著作権、商標権、意匠権その他の知的財産権等の一切の権利を侵害するものではないことを確認し発注者に報告する。

なお、ロゴマーク・キャッチコピーの公募にあたっては、公募要領において、作品の制作過程に関する情報や制作段階におけるデッサン等の関連資料、参考資料の保存並びにコンセプトの説明等を要することとしている。

調査の結果、知的財産権の侵害等2次審査の対象作品又はユニーク賞に選出するのにふさわしくない作品であることが判明した場合は、当該作品については選出外とし、審査員との協議により次点の作品を2次審査の対象作品又はユニーク賞として選出する等の対応をすること。

#### イ 2次審査

2次審査はWEBやSNS及びイベント等を利用して、一般投票により行う。2次審査に進む応募作品が紙媒体で応募されたものの場合は、WEB上での2次審査に支障がないようスクリーンデータを作成する。一般投票の方法及び企画については企画提案内容を基に発注者と協議の上決定し、一般投票に必要な制作物や物品を納品すること。

一般投票には発注者が運用するHP、SNS、ちば電子申請サービスも使用できるものとする。なお、上記の使用は必須ではなく、他の方法の提案も妨げない。

入賞作品として選出する作品は、ロゴマーク・キャッチコピーとして採用する最優秀賞を各1点、次点としての優秀賞を各3点、ユニーク賞を各3点(ユニーク賞は1次審査にて選出)選出するものとする。

## (5)賞金等

受注者は、最優秀賞、優秀賞、ユニーク賞選ばれた応募者に賞金等を委託費の中から提供し、その証を提出すること。賞金額については、下表のとおりとし、ユニーク賞の賞品の内容については企画提案内容を基に発注者と協議の上、決定するものとする。

|       | ロゴマーク       | キャッチコピー     |
|-------|-------------|-------------|
| 最優秀賞  | 10万円        | 5万円         |
| 優秀賞   | 2万円(3点)     | 1万円(3点)     |
| ユニーク賞 | 賞品1万円程度(3点) | 賞品5千円程度(3点) |

## (6) データ作成

ロゴマークおよびキャッチコピーとして採用された作品を記念事業で広く活用できるよう、専門家監修の元、応募者と調整をとりつつデータ作成を行うこと。

ロゴマークはモノクロやネガティブ表示での使用ができるよう、各パターンの作成をすること。キャッチコピーは使用するフォントやスペース等の検討を行ない、ロゴマークとともに使用ルールを定めたデザインガイドラインを作成すること。

## (7)ロゴマーク・キャッチコピー使用ガイドライン作成

ガイドラインの作成にあたっては、下記の基本規定を必ず設けること。

ア コンセプトの解説

イ ネガ・ポジ・モノクロ(濃淡有無)・単色バリエーションの作成について

ウ カラー、モノクロ出力時のカラー指定について

エ 使用可能及び使用不可能なバリエーションについて(組合せ・配置・展開例の提示、使用禁止例の提示等)

オ スケール(グリッド、ドット等)について

カ 最小使用サイズについて

キ アイソレーションエリア(ロゴマークの不可侵領域)について

ク 視認性確保(背景色とロゴマークの視認性、背景の条件による視認性の確保等)について

## (8)商標登録

発注者との協議を経て完成したロゴマークについて、特許庁に出願し商標登録を行うこと。

キャッチコピーについては、商標登録可能なものであれば商標登録を行うこと。

なお、出願及び登録に要する費用については、受注者が負担するものとする。

## (9)ロゴマーク・キャッチコピーを使用した啓発

完成したロゴマーク・キャッチコピーを使用し、千葉開府900年を啓発するための物品を制

作する。

ア のぼり旗 250 枚

防災素材のものとする。

イ バックパネル(記者会見等用。折り畳み式で持ち運べるものとする。) 1 式

(ア) サイズ W3005mm×H2265mm

(イ) 素 材 トロピカル t0.25~0.3mm

(ウ) 加 工 裏面 4 辺に面ファスナーテープ(要縫製)

※イーージーシステムパネル(タペストリー用)3×4(JAN コード:4904625770590)に適合するもの

ウ イベント用ノベルティ(単価 200 円以内のもの) 2,000 個

エ その他、委託限度額の範囲内でロゴ・キャッチコピーを使用した千葉開府900年の啓発の提案を行うこと。(提案内容は啓発物品の制作に限らない。)

制作、実施内容については企画提案内容を基に発注者と協議の上、決定するものとする。

納品日:令和7年 2 月 28 日(金)

## 5 成果品

応募データ 一式

候補作品の知的財産関連調査報告書 一式

商標登録出願、登録に関する書類 一式

ロゴマーク 一式(pdf、jpeg、ai 形式)

キャッチコピー 一式(pdf、jpeg、ai 形式)

デザインガイドライン 一式(pdf、docx または pptx 形式)

上記の電子データ 一式(DVD)

\*電子データは最終的なものをPDF形式及び修正や変更が可能な状態のオリジナルファイルの形式で納品すること。形式や保存媒体などの詳細は発注者と別途協議すること。

4(9)の各種制作物 一式

## 6 著作権等

本業務において制作した成果物に関する著作権は、千葉市に帰属するものとし、千葉市および千葉市が認める団体等が行う他の媒体等での活用を妨げないものとする。また、成果物に関する著作人格権が発生する場合も、これを行使しないものとする。

## 7 個人情報等の保護

受注者は、本業務で知りえた個人情報や、発注者の事務に関する機密事項を、みだりに第三

者に知らせ、又は不当な目的に使用してはならない。また、個人情報の保護に関する法令等を遵守し、個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報を適正に取り扱わなければならない。本業務委託が終了した後も同様とする。

業務遂行にあたり、提供を受けた資料等については、複製・複写を禁ずるとともに、本業務委託終了後に返却するなど、取扱いに十分注意することとする。

## **8 受注者及び業務従事者の責任**

受注者が業務の実施にあたり、発注者又は第三者に及ぼした損害(天変地異及びその他受注者の責に帰することのできない事由によるものを除く)については、受注者がその責を負う。

## **9 留意事項**

本仕様書に定めのない事項又は仕様について生じた疑義は協議して解釈するものとする。

事業計画等に、重要な変更が生じる場合には、事前に発注者と協議を行うこと。

不測の事態が発生した場合においては、速やかに発注者に報告すること。