

業務説明資料

1 委託件名

令和6年度広報よこはま緑区版デザイン編集業務委託

2 履行期間

令和6年4月1日～令和7年3月31日

3 「広報よこはま緑区版」の概要

毎月1回・1日発行、1年間で12回発行

令和6年5月～令和7年4月号の作成を行う。

(1) 規格

ア タブロイド判2ページ見開き、綴じなし

イ 全ページ4色カラー

ウ 8ページ（特集面3ページ、お知らせ面5ページ）

(2) 発行

ア 媒体

(ア) タブロイド判情報紙

(イ) (ア)のPDF形式出力データ（ウェブサイト掲載）

(ウ) オープンデータ用テキスト（ウェブサイト掲載）

イ 印刷部数

毎月71,000部（概数）

4 委託内容

(1) 広報よこはま緑区版ページ^{※1}のデザイン、レイアウトと版下作成、題字の作成、オープンデータ用テキスト版の作成、ブランディング用バナー画像の作成^{※2}

※1：区版ページの8面下部（1枠）、12面下部（2枠）は広告が入るため、編集を行わずスペースを取る。サイズは1枠あたり、幅241mm高さ70mmとする。

※2：縦横比は1：1。サイズ（ピクセル数）は別途区と協議して決定する。

(2) 出稿及び版下作成について

ア 出稿

区は、作成した紙媒体の原稿を受託者に渡す（出稿）。出稿は、受託者が直接、緑区役所広報相談係に出向き、区の説明を受けながら行う。区は、出稿後速やかに原稿及び写真等のデータを受託者に光ディスク（CDまたはDVD等）またはEメールで渡す。

イ 版下作成

受託者は、それをもとに写真のトリミング、見出し・ロゴ・イラスト等の作成、紙面全体のレイアウトの構成及び色指定を行い、パソコンのデスクトップパブリッシング機能（DTP）を使って版下を作成する。紙面は横組を原則とする。写真は月平均40点加工し、イラスト及びロゴについても月平均40点作成する。

特に、特集面に関しては、各号のテーマを十分に鑑み、見出し・ロゴ・写真やイラスト

の構成などを中心に、より魅力的な紙面構成の提案を行う。

なお、人物を描く場合は人権や男女共同参画の視点を持って作成すること。例えば、性別・年齢等による役割・服装の区別や人数の差等がないようにするなど、別紙「平成23年8月発行 男女共同参画の視点からの公的広報ガイドライン」（市民局男女共同参画推進課〈現・政策局〉）を参考に作成する。

受託者は、完全版下の DTP データを光ディスクに保存したものか、Eメールなどの方法で印刷業者に渡す。

(3) デザインについて

文字の大きさや基本レイアウトなどデザインは、事前に区と打ち合わせをした上で作成する。成果物が区の意向に沿わない場合は、適宜変更を依頼する場合がある。

(4) 校正について

校正は完全版下を印刷業者に渡すまでに、最低4回行う。1校及び2校は、カラーでプリントアウトした校正用の原稿を区に直接提出、又は PDF ファイルなどの一般的なファイル形式で保存した原稿データを Eメールで提出する。直接提出するか Eメールで提出するかどうかは、その都度、区と協議して決定する。

3校については、PDF ファイルなどの一般的なファイル形式で保存した原稿データを Eメールで提出する。

区が校正した原稿は、PDF ファイル等で返送する。受託者は、区からの要求があった場合は、適宜修正した部分の原稿を PDF ファイル等で提出する。修正部分について、受託者は必ず2名以上で修正の漏れがないか確認した上で、次の校正原稿を提出する。別会社・子会社等への再委託はできないものとする。

区は、校正中または校了直前に、急なレイアウトの変更やイラストの描き直しを受託者に依頼することができるものとする。

最終校正は、受託者が横浜市内に設けた自社施設（賃貸可）の作業所で行う。

なお、最終校正の段階で発生した訂正・修正等は、訂正・修正を行ったものを区の職員に提示し、確認を受けることで校了とする。

最終校正の後、受託者は、区が指定する場所で区とともに色校正を行う。

(5) オープンデータ用テキストについて

受託者は、色校正で確定した版下を原稿として、紙面を文章で表したテキストデータを作成する。作成はオープンデータとしての公開及び PC・スマートフォン等での読み上げ（アクセシビリティ対応）を想定し、ページの整理及び外字・機種依存文字・半角カタカナの修正など必要な加工を、機械判読性、紙面構成及び利便性等に配慮し、事前に区と打ち合わせをした上で行う。成果物が区の意向に沿わない場合は、変更を依頼する場合がある。

(6) ブランディング用バナー画像について

受託者は色校正後、緑区役所ウェブページのトップページ内ブランディングエリア及び各種 SNS 等に掲載するバナー画像データを作成する。

作成は、その号の特集のタイトルや内容を盛り込み、閲覧した区民を広報紙掲載ページへ誘導できるよう、PC・スマートフォン等における視認性、誘目性及び訴求力を重視して行う。成果物が区の意向に沿わない場合は、変更を依頼する場合がある。

(7) 標準作業工程について

各月の具体的な作業スケジュールについては、契約決定後、区及び印刷業者と協議して決定する。

区は、発行日2か月前の10日前後に受託者に原稿を送付する。

受託者は、出稿から5営業日後に区に1校を提出する。

区は、1校の6営業日後に受託者に1校戻しを送付する。

受託者は、1校戻しの3営業日後に区に2校を提出する。

区は、2校の3営業日後に受託者に2校戻しを送付する。

受託者は、2校戻しの2営業日後に区に3校を提出する。

区は、3校の翌営業日に受託者に3校戻しを送付する。

3校戻しの翌営業日に最終校正を行う。

最終校正の2営業日後に色校正を行う。

受託者は、色校正の翌営業日までに区にPDF形式出力データを提出する。

受託者は、色校正の5営業日後までに区にオープンデータ用テキスト、ブランディング用バナー画像及び「委託部分完了届出書」（別紙様式）を提出する。

(8) その他

受託者は、年間を通じて担当するデザイナーを1人固定し、原則、変更しないものとする。また、デザイナーならではのデザインの専門的な助言や提案を区に対してできる豊富な知識と技術を持つ者をあて、編集の打合せや校正のやり取りを行うこととする。

5 DTP 作業における注意

- (1) フォントは、原則として正規版モリサワOpenTypeフォントを使用することとする。万一、それ以外の書体を使用する場合は、印刷業者と受託者との間で調整を行うこと。
- (2) 版サイズはタブロイド判(2ページ見開き、綴じなし)で作成する。また、面付けは5ページから始まり、5ページ—12ページ、6ページ—11ページ、7ページ—10ページ、8ページ—9ページと見開きで作成する。
- (3) 4色カラーは、CMYKモードを使用して作成する。印刷時には、それぞれの指定の刷色で印刷を行う。カラーの使用にあたっては、最新版の「わかりやすい印刷物の作り方～ユニバーサルデザインの視点から～」(健康福祉局福祉保健課)等を参考にし、高齢者や視覚障害者に配慮した配色とすること。また配色に問題がないかをチェックソフト等を使って確認すること。
- (4) DTP編集ソフトは、広報紙を作成するのに適した代表的なソフトを使用すること。
- (5) 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こと。

6 納品(データ等を入稿する際の注意事項)

- (1) 光ディスクや版下、写真等は、校了後、区が指定する日時までに受託者が印刷業者に提出する。入稿データのバージョンはAdobe Illustrator CC 2021以上またはAdobe InDesign CC 2021以上形式とする。初回のデータ入稿時に、使用しているDTPソフトを印刷会社に伝えること。
- (2) 光ディスクでなく、版下で渡す場合は、必ず色指定した用紙も添付して渡す。
- (3) 光ディスクの中には必ず、出力に必要なデータだけを入れて渡す(訂正前のデータは入れ

ないこと)。

- (4) 編集ソフトには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はり込みデータをリンクさせること(はり込みデータが足りなかったり、リンクが外れたりすると出力ができないため)。
- (5) 最終校をカラーでプリントアウトしたものを添付する。

7 色校正等

入稿後の色校正は、区とともに行う(校正場所については、区が指定する)。その際の色や文字の直しは、原則、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。

8 成果物について

本契約にかかる成果物は、横浜市に帰属する。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。

また、表紙の題字ロゴについては、次年度以降にデザイン業者を変更した場合も使用することがある。

PDF形式出力データについては本市が契約・連携する法人等のウェブサイト及びPC・スマートフォン向けアプリケーション等並びに横浜市ウェブサイトで公開する。

9 業務引継ぎ

受託者は、契約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こと。また、契約終了時に本業務を区の指定する他者へ引き継ぐ場合は、必要な措置を講じ、円滑に業務の引継ぎを行うこと。

10 情報の取扱い

(1) 秘密の保持について

受託者は、本業務を通じて知り得た情報を秘密情報として扱い、目的外への利用、公表前の発表をしてはならない。契約終了後も同様である。

(2) 個人情報の保護について

受託者は、本業務を履行するうえで個人情報を取り扱う場合は、「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

11 その他

- (1) 本業務履行中に、突発的な事由により記事の変更等が生じた場合は、区の指示に従い、迅速に対応すること。
- (2) その他、この業務に関し疑義が生じた場合は、区と協議しながら決定する。

男女共同参画の視点 からの 公的広報ガイドライン

女性も男性も、
いきいきと
暮らすために



横浜市では、市民一人ひとりが、性別にかかわらず、職場、地域、家庭など社会のあらゆる分野で、お互いの人権を尊重し、個性を認めあい、いきいきと活躍できる「男女共同参画社会」を目指しています。

CONTENTS

1 公的広報ガイドラインの趣旨 ……………02	4 よくある質問 ……………11
2 ガイドラインの対象物及びキーワード ……………03	5 広報チェックリスト ……………12
3 表現上の留意点 ……………04	
(1) 性別により役割を固定した表現になっていませんか？ (2) 性別によってイメージを固定化していませんか？ (3) 男女を対等な関係で描いていますか？ (4) 女性をむやみに“アイキャッチャー”に使っていませんか？ (5) 男女で異なった言葉を使っていませんか？	

1. 公的広報ガイドラインの趣旨

このガイドラインは、横浜市職員の皆さんが、ポスターやパンフレット、チラシ、ウェブサイトなど様々な公的広報を発信する際に、男女共同参画の視点に立って、より望ましい表現を用いていただくための参考資料として作成しました。

私たちは広報物を作成する際に、無意識のうちに、「男性は仕事、女性は家庭」などといった固定的な性別役割分担意識に基づいた表現をしていないでしょうか。

このような表現が繰り返されることによって、知らず知らずのうちに、人々の意識の中に、男女の固定的なイメージが蓄積されるおそれがあります。

そこで、性別にとらわれない、より豊かな男女のイメージを社会に浸透させるために、職員一人ひとりが、重要な情報発信者であるという認識を持ち、適切な表現を行うよう配慮することが必要です。

男女が互いにその人権を尊重し、喜びも責任も分かち合い、その個性と能力を十分に発揮できる男女共同参画社会の実現に向け、男女共同参画の視点からより良い表現を発信するためのヒントとして、また、男女共同参画社会への理解を深めるための資料として、このガイドラインを活用いただきたいと思います。

平成23年8月

市民局男女共同参画推進課



※このガイドラインの作成にあたっては、既に作成されている国や自治体のガイドライン等を参考にしています。

2. ガイドラインの対象及びキーワード

対象広報物

- ① 広報紙 ② ポスター ③ パンフレット ④ ウェブサイト ⑤ その他刊行物
- ⑥ 報道発表資料 ⑦ 各種マスメディアを通じて行う全ての広報

※特にイラスト・写真などは、本ガイドラインのチェックリストを参考にし、男女共同参画の視点から再確認を行ってください。

キーワード

「男女共同参画社会」とは…

平成11年(1999年)に施行された「男女共同参画社会基本法」では、男女共同参画社会を「男女が社会の対等な構成員として、自らの意思によって社会のあらゆる分野における活動に参画する機会が確保され、もって男女が均等に政治的、経済的、社会的及び文化的利益を享受することができ、かつ、共に責任を担うべき社会」と定義しています。

「固定的性別役割分担意識」とは…

例えば「男は仕事、女は家庭」「男性は主要業務、女性は補助的業務」というように、性別を理由として、役割を固定的に分ける考え方のことをいいます。

このような意識を解消し、性別にかかわらず、一人ひとりが個性と能力を発揮できる社会の形成が、男女共同参画社会実現への重要な課題となっています。

「社会的性別(ジェンダー)」とは…

人間には生まれつきの生物学的性別(セックス/sex)があります。一方、社会通念や慣習の中には、社会によって作り上げられた「男性像」、「女性像」があり、このような男性、女性の別を社会的性別(ジェンダー/gender)といいます。

社会的性別は、それ自体に良い、悪いの価値を含むものではなく、国際的にも使われている概念です。

「メディアリテラシー」とは…

情報の内容を主体的に読み解き、活用する能力をメディアリテラシーといいます。

メディアから発信される情報のなかには、性別により固定的にとらえた役割分担や職業のイメージ、人の目を引くための女性の安易な起用などが見られることもあります。

そこで、メディアからの情報を無批判に受け入れることなく、積極的に解釈したり批判したりする能力を身に付けることはとても重要です。

また、「情報を発信する能力」をメディアリテラシーと呼ぶこともあり、メディアから発信された情報を正しく読み解くだけでなく、自ら情報発信する能力を養うことも必要です。

3.表現上の留意点

(1) 性別により**役割を固定**した表現になっていませんか？

「男は仕事、女は家庭」というような、性別による役割分担意識をもったまま、文章やデザインを表現していませんか。

家庭



- 家事・育児・介護は女性だけの役割ではありません。
- 家族が協力して行う様子表現しましょう。
- エプロンをつける場合は、男性もつけるなど、表現を工夫しましょう。

地域



- 地域活動は老若男女問わず、様々な男女が参加するものです。
- 男女が対等な立場で、地域活動に参加するよう表現しましょう。

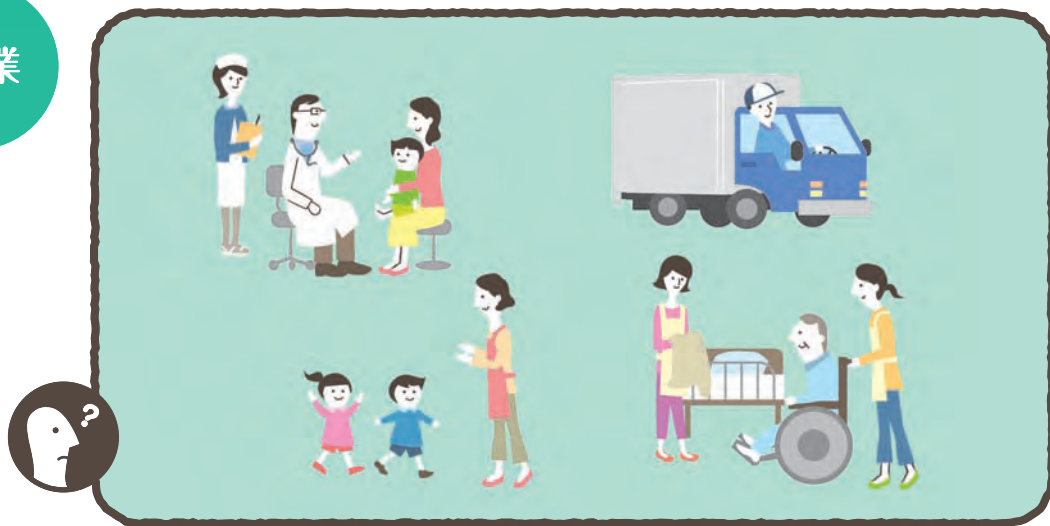
女性の社会進出が進み、様々な分野で女性が活躍しています。社会変化を十分認識し、性別による役割を固定化せず、個人の特性や能力を尊重した多様な表現を工夫しましょう。また、男女が様々な場面で協力しあう表現を心がけましょう。

3.表現上の留意点

(2) 性別によってイメージを固定化していませんか？

特定の職業を描くときに、「技能や知識、体力を要する職業は男性」、「気配りや美しさが求められる職業は女性」というように、性別による役割分担意識をもったまま文章やデザインを表現していませんか。

職業



例えば



● 男女が様々な職業に就いている表現をこころがけましょう。



遊び

子どもの遊びの内容や服の色を性別によって、表現していませんか。



例えば



- 男の子も女の子も様々な遊びをし、様々な色やデザインの服を着て、様々な髪型をしています。多様な現実を反映させましょう。

仕事や行動、好み、服の色などは人それぞれです。性別で固定化せず、幅広いイメージで表現しましょう。

公的広報を発信する立場として、固定的性別役割分担意識をなくすように、あえて配慮した表現が必要です。

コラム

◆「第3次横浜市男女共同参画行動計画」の策定

男性も女性も、性別に関わりなく、一人ひとりがその個性と能力を十分に発揮できる社会の実現に向けて、平成 23 年度～平成 27 年度を計画期間とする「第3次横浜市男女共同参画行動計画」を策定しました。

この計画では、近年の社会経済情勢や男女共同参画に関連する横浜市の現状を踏まえ、新たに「生活困難の防止と自立に向けた支援」や「横浜市DV施策に関する基本方針及び行動計画」を盛り込み、男女共同参画のより一層の推進を図る内容としています。

計画の推進にあたっては、市政全般に渡って男女共同参画の視点を生かした取組はもちろん、市民や事業者の皆様と行政の連携が不可欠です。誰もが、職場や家庭生活、地域など、あらゆる場でいきいきと活躍できる「男女共同参画社会」を一緒につくっていきましょう。

〔市民局男女共同参画推進課〕 URL <http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/danjo/>

3.表現上の留意点

(3) 男女を**対等な関係**で描いていますか？

女性と男性は対等な存在です。男女に上下をつける意図はなくても、男性優位の固定観念が根底にあるかのような表現をしていませんか。

職場
組織



例えば



例えば



- 常に男性を指導的な立場、女性を補助的な立場で表現していませんか。
- 男女は対等で、地位や立場も様々であることを示す表現をこころがけましょう。



家庭



例えば



- 男女間に主従・優劣等の関係があるような表現をしていませんか。
- 女性と男性が対等な関係であることを示す表現をこころがけましょう。

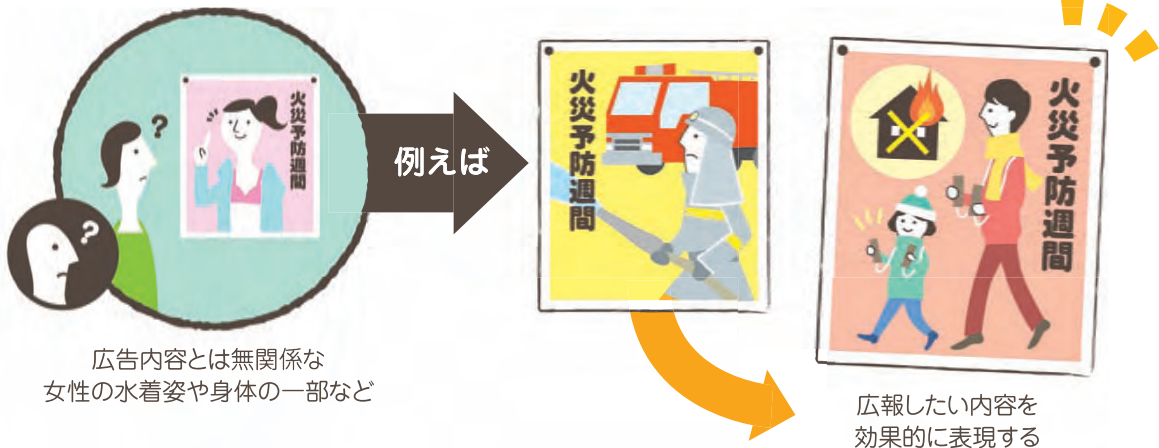


女性も男性も家庭生活、職業生活、地域生活等の担い手です。性別と上下関係を結び付けることなく、男女を対等にバランスよく描き、お互いに協力しあう、多様な個性を表現しましょう。

3.表現上の留意点

(4) 女性をむやみに“アイキャッチャー”に使っていませんか？

目を引くためや親しみやすさを持たせるために、女性の姿や身体の一部を使うなど、内容に関係なく女性を描いていませんか。



- 伝えたいことが不明確になると同時に、女性を飾り物として扱っている場合があります。
- 無難な表現で済ませると、印象には残らず広報効果が軽減することがあります。
- 自然に相手に伝わるような表現をこころがけましょう。

以下のような表現も人に不愉快な気持ちを抱かせるなど適切な広報とはいえません。



広報の受け手には女性も男性もいます。相手に不快な気持ちを抱かせないように、伝えたい内容を明確にし、より効果的な表現方法をこころがけましょう。

3.表現上の留意点

(5) 男女で異なった言葉を使っていませんか？



普段、何気なく使っている言葉や表現にも、男性を中心とした社会構造や男女の固定的な役割分担意識が反映されたものがあります。男女対等な表現をこころがけましょう。

【職業】



避けたい言葉 	望ましい言葉 		
保母	保育士	時代とともに変化し、法律上の表現も改められました。	
看護婦	看護師		
保健婦	保健師		
助産婦	助産師		
女医	医師	本来、男女で区別する必要はありません。女性の場合に限り、性別、容姿などが強調されたり、特別視することにつながります。 ※やむを得ず使用する場合は「女性の〇〇」といった表現にしましょう	
女教師	教師		
女流作家	作家		
女子アナ	アナウンサー		
女子大生	大学生		
婦人警官	警察官		
OL	会社員		
美人秘書	秘書		
美人司会者	司会者		
ママさん〇〇 (例:ママさん宇宙飛行士)	宇宙飛行士		
サラリーマン	会社員、ビジネスパーソン		「人=男性」をイメージし、職業等を表現する言葉としては不適切です。 ※外国では、職業等を表す言葉に男性名詞が入っているもの見直しが行われています。
キーマン	キーパーソン		
営業マン、セールスマン	販売員、営業社員、セールス		
カメラマン	写真家、フォトグラファー、撮影者		
行政マン	公務員、職員		
オンブズマン	オンブズパーソン		
フレッシュマン	新人		

男女いずれかにしか使用しない表現や、どちらかの性別を連想させる表現等、必要以上に女性と男性の呼び方を区別することがないようにこころがけましょう。対になる表現があるかということも判断の目安になります。



【学校】

避けたい言葉 	望ましい言葉 	
父兄	保護者	男女いずれかに偏った表現や一方の性別を連想させる表現を避け、特に区別する必要がない場合は、男女統一した呼称をこころがけましょう。
OB(old boy)	卒業生・出身者	
帰国子女	帰国児童 (生徒・学生)	
女子を〇〇ちゃん 男子を〇〇くん	〇〇さん 男女で表記を統一する	

【家庭】

避けたい言葉 	望ましい言葉 	
主人、亭主、家内、嫁、ご主人、奥さん	夫、妻、配偶者、パートナー、おつれあい	男性は主、女性は従という印象を与えます。かつての家制度の名残からの表現もありますが、上下関係が想像できたり、年齢・性別が強調されるような表現は避けましょう。
嫁・婿	息子の妻・娘の夫	
嫁ぐ、入籍する	結婚する	
婦人・婦女 老女・老婦人・老婆 婦女子	女性 (女性の高齢者)	

【その他】

避けたい言葉 	望ましい言葉 	
男らしい 女のくせに	使用しない	個性は性別で表現出来ません。

主人、奥さん、パートナー…何と呼びますか？
ご主人、奥様、家内など日常会話で普通に使っている言葉ですが、語源をたどれば「家制度」の中の主従関係を連想させる言葉でもあります。
他には、「嫁にやる」「嫁にもらう」など…
現在、このような言葉は、なるべく使わないよう見直されています。
ただし、「配偶者、パートナー」等の言葉は、使いづらい場合等もあるので、場面に応じた使い分けが必要です。

4.よくある質問

Q 1 ガイドラインの基本的な考え方は何ですか？

情報を発信する場合は、固定的な性別役割分担のイメージをなくすためにも、

- ▶ 多様な表現を用いること
- ▶ 女性と男性を対等な関係として表現すること
- ▶ 人権、人格を尊重して表現すること

が必要です。

男女共同参画の視点から、より良い表現を工夫しましょう。

Q 2 どんな言葉で表現するかはささいな問題ではないですか？

言葉や表現を正すことが目的ではありません。言葉や表現を変えることによって、これまでとは違う見え方に気付くことや、問題意識を持ち、多様な表現を身に付けることが必要です。

Q 3 間違った表現でもないのに、表現の統制をするのですか？

特定の表現を禁止するものではありません。どのような表現が適切かといった目安として使用してください。
(※ただし、発行する広報物が男女共同参画を阻害するような内容であってはならないことを認識する必要があります。)

Q 4 女性と男性は、必ず両方表現しなければなりませんか？

広報物の発行目的に沿った表現が必要です。男女共同参画の視点に立ち、提供する相手方の人格等に配慮した表現になるよう工夫する必要があります。

Q 5 男性の青い服装や女性の赤やピンクの服装は避けるべきですか？

絶対に避けるべきということではありませんが、広報物の表現は受け手の意識に少なからず影響を与えます。広報物の目的や内容に沿い、男女の固定的な色使いを見直す必要があります。

Q 6 ガイドラインの趣旨に基づき、男女共同参画の視点を取り入れたことにより、広報効果が薄れることになりませんか？

ガイドラインのねらいは、広報物に男女共同参画の視点を取り入れ、かつ人権に配慮した上で、効果的な表現を目指しています。多様な表現で、より効果的な広報を目指す工夫が必要です。

5. 広報チェックリスト

【イラスト・写真】

項目	チェック欄
男性は仕事、女性は家庭といったように、性別により役割を固定した表現になっていませんか？（P4）	
男性は強く・たくましく、女性は優しく・しとやかにといったように、性別によりイメージが固定化されていませんか？（P5～6）	
家事・育児・介護をしているのは女性、外で働くのは男性といったように性別により固定化した描写になっていませんか？（P5～6）	
男性は青い服、女性は赤やピンクの服といったように、性別により固定化した描写になっていませんか？（P5～6）	
職場や地域活動などで、男性が主、女性は補助的な役割といったように、男女が対等でない描写になっていませんか？（P7）	
指導する人（上司）はいつも男性、指導を受ける人（部下）はいつも女性になっていませんか？（P7）	

【表記】

項目	チェック欄
女性と男性で不必要に表現を変えていませんか？ （例：女医、女流作家、女子アナなど）	
男性を主、女性を従ととらえていませんか？ （例：主人、奥さん、亭主、家内など）	
性別を強調したり、特別視することにつながる言葉を使っていませんか？ （例：女流作家、美人秘書など）	
一方の性別をイメージする言葉を使っていませんか？ （例：サラリーマン、帰国子女）	



発行年月 平成 23 年 8 月