

東京都北区ブランディングロゴ・ロゴガイドライン等制作業務委託仕様書

1 委託業務名

東京都北区ブランディングロゴ・ロゴガイドライン等制作業務委託

2 委託業務の背景と目的

北区は平成 8 年に北区イメージ戦略ビジョン KISS (Kita-ku Image Strategy & Scheme) を策定し、首都圏（通勤・通学圏内）のファミリー層や若年層をターゲットに区の個性と魅力を対外的に発信していく活動を推進してきた。

平成 28 年 3 月には北区シティプロモーション方針を策定し、区民ならびに通勤通学圏内の 20 代～40 代の子育てファミリー層や若年層をターゲットとし、定住化促進や定住人口の増加を目的としたプロモーション活動や情報発信を継続的に行ってきた。その際、プロモーション活動を一貫して展開していくために、「住めば、北区東京。」というブランドメッセージを策定した。このメッセージには「(北区は) 住めば都」であり、「北区に住めば？」という意味が包含されており、主に北区に住むことの利便性や住環境を中心に区の魅力を紹介してきたが、調査を実施すると依然として「北区はどのような地域なのかよくわからない」、「北区のイメージがわからない」といった声が多く聞かれ、残念ながら北区に対する一般認知や理解も低いままにとどまっている。

北区は今後 10 年で主要駅周辺を中心に大規模な地域開発が本格化し、まちの外観は様変わりしていく。そのような中で、単に情報発信を行なうのではなく、北区ならではの個性や魅力を知っていただき、多様な人々の目的、ライフスタイルに応じて選んでいただけるまちになる必要があるとの考えから、令和 6 年 4 月にシティブランディング戦略課を新設した。現在、北区が内包する本質的な魅力やユニークな価値をいま一度検証するとともに、この先どのような地域としてありたいのかという将来像を示し、この実現に向けた取り組みの方針を示す、「北区シティブランディング戦略ビジョン」(以下、「ビジョン」という。)の策定に向け本格始動した。今後は令和 7 年 8 月頃に完成予定であるこの「ビジョン」をもとに北区ブランドを構築し、北区のさらなる認知度向上と北区に対する理解や愛着の醸成を推進し、関係人口や北区ファンの獲得を目指していく。

本件委託では、上記のビジョンに沿って今後北区をブランディングしていく際に打ち出す「きたいを超える 東京北区」という新たなブランディングメッセージを表現し、活動全体の傘となるブランディングロゴのデザイン制作を行う。

併せて、各部署が活動を行う際にブランドアイデンティティを順守し、統一されたイメージを築くことができるようにするためのアイディア、またロゴの使用に関するガイドラインをはじめ、ブランディング活動において利用するテンプレートなどを同時に制作する。



3 契約期間

契約確定日から令和7年9月30日まで

4 履行場所

シティブランディング戦略課指定場所

5 適用範囲

- (1) この仕様書は、「東京都北区ブランディングロゴ・ロゴガイドライン等制作業務委託」に適用する。
- (2) 本委託は、この仕様書に定める仕様に従い実施すること。
- (3) 本委託の作業方法などにおいて、この仕様書に定めのない事項については、委託者と協議し実施すること。

6 委託内容

(1) 共通項目

- ・本業務の目的を十分理解した上で進捗管理を行い、業務全般を管理すること。
- ・受託者は、委託者と綿密に連絡調整を行いながら業務を実施するとともに、業務に支障が出ないように必要な人材を配置し、担当するチームを編成して作業を進めること。
- ・受託者は、契約締結後速やかに業務計画書を提出し、委託者の承諾を得た上で、業務に着手すること。また、業務計画書には以下の事項を記載すること。

- 1 業務概要
- 2 業務方針
- 3 業務工程表
- 4 業務組織計画
- 5 打合せ計画

6 業務遂行上知り得た情報の保持及び個人情報等の保護に対する対策

- ・受託者は、委託業務契約期間を終え業務が完了したときは、速やかに委託完了届を提出し、区の検査に合格したことをもって完了とする。なお、受託者は、履行期限以前においても、委託者の指示があった場合には、委託業務契約期間で得たデザインデータ等を共有すること。
- ・委託料の支払いについては、委託業務の完了を確認した後、請求書の提出をうけ、一括して支払いをする。
- ・委託業務契約期間を終えた後、受託者の責に帰すべき理由により、内容に誤りや不備が発見された場合は、受託者の責任及び費用負担のもと、直ちに訂正すること。

(2) ブランディングロゴの制作

1 ロゴのデザイン

次のとおり、ロゴのデザインを制作すること。

- ・ビジョンで示す北区として目指す姿や構築したいブランドイメージを表現し、「きたいを超える 東京北区」というブランディングメッセージの認知、またブランディング活動を展開する際に、区の魅力を発信・訴求できるブランディング全体を包括できるデザインであること。

(別添参考) 北区シティブランディング戦略ビジョン (案)

- ・職員だけではなく、区民など多くの人が使用することを念頭において制作すること。
- ・既存の北区コミュニケーションマークは継続して活用、または併記することを考慮したロゴであること。

(別添参考) コミュニケーションマーク (区政要覧)

- ・制作するロゴは、ブランディングメッセージの文字自体をデザイン化したもの、または、シンボルマークとブランディングメッセージを併記したデザインとすること。
- ・ロゴは、印刷物、ホームページ等への掲載、のぼり旗、ノベルティグッズ等、幅広い用途での利用を予定しているため、活用しやすいデザインであること。
- ・ロゴのデザイン提案は3つとする。
- ・ロゴは未発表かつ自作のもの、第三者の著作権や商標など、その他権利を一切侵害しないものであること。
- ・提案したロゴのデザインについて、必要な修正がある場合は協議の上、北区の指示に従うこと。

2 ロゴガイドライン等

次のとおり、ロゴガイドライン等を制作すること。

- ・北区として統一されたブランドイメージを一貫して発信するために、制作したロゴの使用にかかるガイドラインおよび、庁内でチラシやポスター等を作製する際に使用するテンプレートを制作すること。

ロゴガイドラインに記載する項目

- ・デザインコンセプト
- ・ブランディングロゴの規格
- ・ブランディングロゴ組の一覧（たて組、よこ組、文字あり、なしなど）
- ・ブランディングロゴ色の指定
- ・清刷データ
- ・ネガティブ（反転）表示パターン
- ・余白（アイソレーションエリアの設定）
- ・表示色と背景色の関係
- ・最小使用サイズの設定
- ・デザインサンプル（展開例）
- ・禁止事項の設定

テンプレート

様々な媒体で使用するブランドイメージに沿うテンプレートを5パターン以上とする。

（３）成果品の納品及び納期

1 納品

制作したロゴの成果物を AI、PDF 及び JPEG の電子データで USB 等電子媒体にて納品すること。ロゴガイドラインについては、製本したもの1部及びPDF及びJPEGの電子データでUSB等電子媒体にて納品すること。チラシやポスター等を作製する際に使用するテンプレートについては、パワーポイント形式でUSB等電子媒体にて納品すること。

2 納期限

ロゴ：令和7年6月13日まで

ロゴガイドライン、チラシやポスター等を作製する際に使用するテンプレート：
令和7年8月末日まで

7 提案されたロゴの最終決定

提案されたロゴの最終決定については、事業者決定後に区民アンケート等区民参加型の取り組みを行った上で決定するものとする。

8 成果品等の権利決定

委託業務により作成された成果品等の著作権（著作権法第27条及び第28条に規定する権利を含む。）は北区に帰属する。

9 留意事項

詳細は、委託契約時に定めるものとする。

（1）再委託の禁止

委託業務の全部又は一部を第三者へ委託し、または請け負わせてはならない。ただし、あらかじめ委託者の書面による承諾を得た場合は、この限りではない。

（2）委託業務に関して知り得た情報

委託業務に関して知り得た情報を他に漏らし、又は委託業務以外の目的に使用してはならない。委託期間が終了し、又は委託契約が解除された後においても同様とする。

（3）個人情報の取扱い

委託業務を通じて取得した個人情報の適切な管理のために、必要な措置を講じるものとする。受託者が取り扱う個人情報については、区の保有する個人情報として東京都北区個人情報の保護に関する法律施行条例の適用を受けたものとする。

（4）委託者への損害賠償

受託者は、委託業務の履行に当たり、自己の責めに帰すべき事由により委託者に損害賠償を与えたときは、その賠償の責めを負うものとする。

（5）第三者への損害賠償

受託者は、委託業務の履行に当たり、受託者の故意が原因で利用者その他の第三者に損害が生じた場合には、その賠償の責めを負うものとする。

10 その他

本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に関し疑義が生じたときは、遅滞なく委託者と協議して定めるものとする。

11 問い合わせ

東京都北区政策経営部シティブランディング戦略課 増渕・原

電話 03-3908-1364

FAX 03-3905-3422