

令和6年度  
新潟市子ども条例周知・啓発等業務委託  
仕様書

新潟市

こども未来部こども政策課

## 1 業務名

新潟市子ども条例周知・啓発等業務

## 2 契約期間

契約締結の日から令和7年3月31日まで

## 3 業務の目的及び基本的な考え方

### 目的

令和4年4月に施行された新潟市子ども条例（以下「本条例」という。）は、全ての子どもが豊かな子ども期を過ごすことができるまちを実現することを目的に、子どもが有する基本的な権利やこれを保障するためのおとなの責務等を定めたものである。

本条例の内容や新たに設置される子どもの権利に関する相談・救済機関について、権利の主体である子どもや、子どもを取り巻くおとなを含むすべての市民に幅広く周知し、条例の趣旨を理解してもらうとともに、さらなる周知による認知度の向上を図ることを目的とする。条例施行3年目となる令和6年度においては、これまで行ってきた幅広い世代に向けた周知・啓発に加え、子どもの権利相談・救済機関（仮称）の設置（令和6年7月末）にあわせ、当該機関の周知に重点を置きながら実施するものとする。

## 4 委託業務の内容

### (1) 周知・啓発計画の作成

受託者は、委託者の本条例に係る令和6年度全体事業スケジュールを踏まえ、各周知・啓発対象に対する具体的な年間周知・啓発計画を策定し、委託者の承認を得ること。

### (2) パンフレットの制作

令和5年度に作成したパンフレットの時点修正を行い、必要部数を印刷する。委託者より Adobe Illustrator データまたは PDF データを提供し、受託者が修正作業を行う。なお、数量等については、発注段階での予定であり、委託者及び受託者協議のうえで変更となる可能性がある。

#### ア 規格等（各対象共通）

- ・ 寸法：A4
- ・ 頁数：12 頁
- ・ 印刷：オールカラー（4C）
- ・ 用紙：マットコート 90kg 相当
- ・ その他：100 部ずつ梱包すること

#### イ 対象・数量

- ・ 小学生向け 2,000 部

- ・ 中高生向け 2,000 部
- ・ 一般向け 4,000 部

### (3) 相談・救済機関の愛称及びキャラクターのデザイン

#### ア 内容

委託者において、市内小中学生等から相談・救済機関の愛称及びキャラクターを募集し、選ばれた愛称・キャラクター（最優秀作品）は、新潟市の子ども・子育てに関する取組に際し幅広く広報（市ホームページやポスターなど）したり、イベントで活用したりすることを予定している。このことにより、本市の子どもの権利相談・救済機関に興味・関心を持つきっかけ作りとする。

受託者においては、委託者にて募集・決定した愛称及びキャラクターをベースに、デザイナーによる描き起こし及び、当該描き起こしデザインを活用した周知を担う。

#### 参考（委託者にて実施）

愛称及びキャラクターデザインの募集について

##### ○募集内容

- 〈テーマ〉子どもの権利救済機関の愛称・キャラクター
- 〈応募資格〉市内小・中学校
- 〈応募の注意〉自身で創作した未発表の作品に限る。一人一作品。
- 〈応募方法〉インターネットによる応募

##### ○期間

応募期間：令和6年4月15日（月）～5月10日（金）

投票期間：令和6年5月22日（月）～5月31日（金）

#### イ 愛称及びキャラクターの広報用デザイン制作について

- a 委託者より採用作品（原案）を提供し、受託者が広報用デザインとしてブラッシュアップを行った上、デジタルデータ化したデザインを制作する。校正は2回とする。

#### ウ 愛称及びキャラクターデザイン決定時の周知について

SNS 広告、広報紙面、ポスターを活用し、市民全体への周知を図る。子どもを含む市民全体であることを踏まえた上で、受託者にて周知手法の提案を行い、委託者と協議の上で手法を決定する。

- a SNS 広告（Instagram、X（旧 Twitter）を想定）

利用が見込まれる世代（若年層）をターゲットにして実施する。

- ・実施回数 2回（時期は愛称及びキャラクターデザイン決定後に要相談）
  - ・新潟市在住、男女、10歳代以上をターゲット設定
  - ・推定リーチ数 100,000人以上（表示）

- b 広報紙面（雑誌、フリーペーパーなど）への掲載

##### (a)制作

決定した愛称及びキャラクターデザインのほか、本市が全ての

子どもが豊かな子ども期を過ごすことができるまちということを効果的に周知するための記事を制作すること。

また、効果的な周知を図るための媒体について、提案すること。

(b) 記事の掲載

適切な時期に記事を展開する期間を設定し、掲載すること。

(c) 内容

- ・ 決定した愛称及びキャラクターデザインの紹介。
- ・ より多くの市民の関心を惹くことを念頭に広告記事を制作すること。
- ・ 広告記事のサイズは、掲載紙面 1 ページ以上とすること。
- ・ 4 万部以上の発行があり、市内全域で配布または販売されている媒体であること。
- ・ 紙面掲載後、掲載媒体の関連する SNS にも紹介記事を掲載すること。

d 子どもや親子が集うスポットにおける集中的な広報の実施

子どもや親子が利用する施設・店舗が集うエリアにおける一定期間の広報を実施する。

(a) エリアの選定

万代エリアや新潟駅前エリアなどの一定の範囲で、人通りの多いエリアが 5 箇所以上含まれていること。

(b) 期間

11 月中に 2 週間以上実施すること。実施時期については受託後に委託者と協議のうえ決定する。

(c) 内容

- ・ 愛称及びキャラクターデザインを強調するとともに、複数の媒体や手法を組み合わせることで通行人等の興味を引き付ける媒体及びデザインとし、掲載費のほか制作費を含むこと。  
(使用媒体例：屋外看板+デジタルサイネージ+ノベルティ配布など)
- ・ 2 週間連続して掲示すること
- ・ 休日に多くの利用者が見込めるエリアであること

(4) 相談・救済機関紹介チラシ及びカードの制作

主に小学校中学年から中・高生までをメインに子ども向けチラシ及びカードを制作する。なお、数量等については、発注段階での予定であり、委託者及び受託者協議のうえに変更となる可能性がある。

ア チラシの規格等（各対象共通）

- ・ 寸法：A4、両面、4 つ折り
- ・ 印刷：オールカラー（4C）

- ・ 用紙：マットコート 90kg 相当
- ・ その他：委託者が指定する部数で梱包すること

イ カードの規格等

- ・ 寸法：縦 55mm × 横 86mm 両面
- ・ 印刷：オールカラー（4C）
- ・ 用紙：マットコート 180kg 相当
- ・ その他：委託者が指定する部数で梱包すること

ウ 数量

80,000 部

エ 制作工程

| 時期          | 委託者              | 受託者             | 備考               |
|-------------|------------------|-----------------|------------------|
| R 6 . 5 下旬  | 基本コンセプトの協議       |                 | プロポーザルの提案内容を踏まえる |
| R 6 . 6 中旬  | チラシ・カード<br>下原稿制作 | → 下原稿受領<br>初校制作 |                  |
| R 6 . 6 中旬  | ← 初校確認           | チラシ・カード初校制作     |                  |
| R 6 . 6 下旬  | → 初校戻し           | 初校修正反映          |                  |
| R 6 . 6 下旬  | ← 二校確認           | 二校制作            |                  |
| R 6 . 6 下旬  | → 二校戻し           | 二校修正反映          | 印刷製本             |
| R 6 . 7 月上旬 | ← 納品受領           | 完成版納品           |                  |

(5) 広報媒体を活用した周知・啓発

令和 4 年度の本条例施行後の周知・啓発の取組状況を踏まえ、本条例の趣旨を幅広い世代に理解してもらい、自分ごととして捉えてもらうため、マスメディアや SNS 等を活用しながら、受託者の創意工夫により広報コンテンツを制作し、これを発信する。

ア 広報ターゲット

新潟市在住の子ども及び子育てを行っている 20～40 代をメインターゲットとしつつ、その親世代（祖父母世代）にも訴求できるよう考慮する。

イ 使用メディア

- ・ Facebook、Instagram、X（旧 Twitter）などのメジャー SNS におけるターゲット指向性広告。10 月から 11 月にかけて 1～2 か月間程度実施。
- ・ 新潟市内に幅広く配付・流通している新聞、フリーペーパー、雑誌等の記事広告。10 月から 11 月にかけて最低 2 回掲載。掲載ス

ペースは1回目紙面全面、次は紙面半面とする。

- ・ テレビスポットCM用動画制作（15秒）及び放映。  
※テレビスポットCMの活用は現時点での想定であり、予算上限の範囲内でより効果のある媒体に変更する等の提案を行うことを妨げない。  
※内容は受託後に委託者との協議の上、決定する。

#### ウ 留意事項

- ・ 委託者が所管する新潟市公式LINEアカウントなどと適宜連携を図ること。

### (6) 本条例の認知度に係るアンケート調査

本条例の認知度を把握するため、令和6年度末までに（令和6年12月想定）本条例の認知度を図るための簡易アンケート調査を実施する。

#### ア 実施方法等

- ・ アンケート項目は委託者にて設定する。
- ・ アンケートはWEBフォームで実施することを前提とし、当該フォームは受託者にて制作する。
- ・ アンケートの集計は受託者にて行い、集計内容を報告書にとりまとめたうえで委託者に報告する。

#### イ 留意事項

- ・ 広報媒体を活用した周知・啓発業務におけるSNS等との連携を図りながら、より多くのユーザーにリーチし、回答率の向上に努めること。
- ・ 回答率を向上させるため、抽選で一定数の回答者に景品を提供することとし、景品の取得に係る費用及び発送費等は受託者が負担すること。

### (7) ノベルティの製作

11月の「子どもの権利推進月間」前後に実施される各種イベントで配布する、子育て世代のほか幅広い世代の興味を引くノベルティを製作する。手に取ってもらうことで「新潟市子ども条例」及び「子どもの権利相談・救済機関」を知り、興味関心をもつきっかけづくりとする。

#### ア ターゲット

子ども及び現役で子育てを行っている世代（20～40代）をメインターゲットとしつつ、幅広い世代にも訴求できるよう考慮する。

#### イ 内容

- ・ 幼児まで使用できる物品（例：色塗りができるバック、コースター）。安全性が担保され持ち運びしやすいこと。新潟市子育て応援キャラクター「ほのわちゃん」及び相談・救済機関の広報キャラクター、または本条例パンフレットのイラストを用いるなどし

た子ども向けの優しいデザインとすること。「新潟市子ども条例」の文言及び子ども条例HPにリンクする2次元コードを可能な限り含めること。

- ・ 小学生が日常的に学習などで使用できる文房具（例：定規、クリアファイル等）。安全性が担保され持ち運びしやすいこと。新潟市子育て応援キャラクター「ほのわちゃん」又は相談・救済機関の広報キャラクター、本条例パンフレットのイラストを用いるなどした子ども向けの優しいデザインとすること。「新潟市子ども条例」の文言及び子ども条例HPにリンクする2次元コードを可能な限り含めること。
- ・ 中学生からおとなまでが日常的に使用できる物品（例：カラー付箋、メモ帳等）。安全性が担保され持ち運びしやすいこと。「新潟市子ども条例」の文言を含めること。

#### ウ 数量

- ・ 幼児向け 1,000 個
- ・ 小学生向け 1,000 個
- ・ 中・高生からおとな向け 1,000 個

#### エ 留意事項

- ・ ポケットティッシュは除くこと。
- ・ ターゲットの興味を引く物品、デザインを提案すること。
- ・ 9月末までに納品すること。

### (8) 企画提案による周知・啓発

#### ア イベントの企画

##### (ア) 内容

- ・ 11月に実施する本市主催のイベントにおいて「新潟市子ども条例」に関連する体験等を提供する。「子どもの権利」について幼児から小学生までが親しむことができる内容で、効率的かつ効果的に企画、制作及び実施すること。

会場は発注段階で未定であるものの、本事業に係る委託者の出店スペースとして4m×4mを確保予定。そのほか委託者側としてチラシ配布や塗り絵体験などを実施予定。

##### (イ) 留意事項

- ・ 本市で実施されている児童虐待防止キャンペーン（毎年11月実施）など子ども・子育て関連の周知・啓発事業の取組を踏まえ、これらと連携するかたちで、独自性を発揮した効果的な提案を行うこと。
- ・ 本事業の目的を踏まえたうえで、自由提案における目的やター

- ・ ゲット、効果を明確にすること。
- ・ 具体性のある実現可能な提案とすること。
- ・ 委託者が従事者を配置する必要がある場合は、必要な従事者数について委託者と協議を行った上、十分な期間を設けて事前準備を行うこと。
- ・ 日時及び会場については、調整により変更となる可能性がある。

## イ 自由提案

### (ア) 内容

上記項目以外の効率的かつ効果的な周知・啓発等業務を受託者のみ企画・制作及び実施すること。

### (イ) 留意事項

- ・ 本市で実施されている児童虐待防止キャンペーン（毎年11月実施）など子ども・子育て関連の周知・啓発事業の取組を踏まえ、これらと連携するかたちで、独自性を発揮した効果的な提案を行うこと。
- ・ 本事業の目的を踏まえたうえで、自由提案における目的やターゲット、効果を明確にすること。
- ・ 具体性のある実現可能な提案とすること。
- ・ 実施内容は委託者と協議の上、決定すること。
- ・ 委託者が従事者を配置する必要がある場合は、必要な従事者数について委託者と協議を行った上、十分な期間を設けて事前準備を行うこと。

## (9) 成果品及び納品

上記業務について、次のとおり成果品を納品すること。なお、成果品のうち、PDFについては、Adobe Acrobat DC 2017以降、Microsoft Word及びExcelについては、Office2013以降、Adobe Illustratorについては、Illustrator17以降のバージョンとし、CD-R等の記録媒体により納品することとする。

### ア 周知・啓発計画

- ・ 最終校 PDF 及び Excel データ

### イ 愛称のデザイン・キャラクターデザイン、パンフレット、チラシ・カード

- ・ 最終校 PDF 及び Adobe Illustrator データ  
※PDF データは WEB 掲載を想定し複数の圧縮率で提出すること
- ・ 紙媒体（数量については別途調整）

### ウ 広報媒体を活用した周知・啓発

- ・ 広報に係るコンテンツ PDF データ
- ・ SNS 広告及びスポット CM については、掲載期間やリーチ状況等



をまとめた実績報告書（PDF データ）

- ・ 動画については解像度 1080p 以上、アスペクト比縦：横＝9：16  
DVD 及びデータでの納品

エ 本条例の認知度に係るアンケート調査

- ・ WEB フォームスクリーンショット等 PDF データ
- ・ アンケート調査集計結果 Excel データ（表・グラフによりまとめ、  
回答生データを別シートに含むこと）
- ・ アンケート調査結果報告書（PDF 及び Word データ）

オ 企画提案による周知・啓発

- ・ 提案内容により委託者、受託者の協議により決定する。

## 5 共通留意事項

- (1) 委託者は、業務実施過程において本仕様書記載の内容に変更の必要が生じた場合、必要に応じて双方協議の上変更することができるものとする。
- (2) 受託者は、業務実施過程で疑義が生じた場合は、速やかに委託者に報告・協議を行うこと。
- (3) 本業務において、本仕様書に記載のない事項、又は疑義が生じた場合は、その都度委託者と協議すること。
- (4) 業務実施に当たっては、業務に精通し、全体の掌握・監督を行う責任者を配置するとともに、委託者と随時協議を行い、委託業務を進めること。
- (5) 委託業務の全部を一括して再委託することは認めない。また、委託業務の一部を再委託しようとする場合は、再委託先を新潟市内に本店、支店、または営業所等があり、かつ、新潟市入札参加資格者名簿（令和 5 年 4 月）に登録されている者とするに努めるとともに、以下の点を明確にして、あらかじめ本市の承諾を得ること。

ア 再委託する業務の範囲

イ 再委託する合理性及び必要性

ウ 再委託先の業務履行能力

エ 再委託業務の運営管理方法

- (6) 受託者が本仕様書に違反して回復の見込みがないとき、又は業務を完了する見込みがないときは、委託者は契約を解除して損害の賠償を請求することができる。

(7) 著作権等

ア 成果品及び構成素材に含まれる第三者の著作権、商標権、その他の権利についての交渉・処理は、受託者が納品前に調査・処理を行うものとし、当該費用も見積額及び契約額に含むこと。

イ 本業務に関する著作権（作成過程で作られた素材等の著作権も含む。）及びその他の権利は、すべて委託者に帰属するものとし、今後、作成物を利用・複製する際に、団体・個人の同意や同意に伴う金銭の支払いが発生しないようにすること。

ウ 委託者と受託者が協議の上、欠かすことのできないと認めた構成素材のうち、当該著作権を委託者に帰属させることが困難なものについては、上記ア及びイに記載の限りではない。