

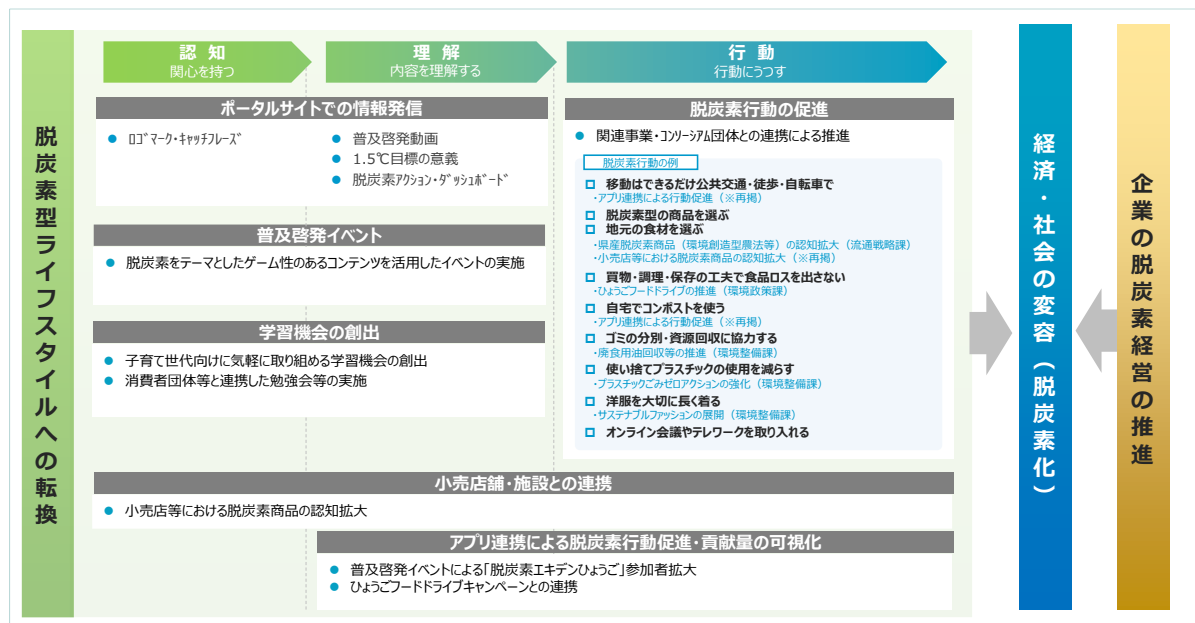
「ひょうご1.5℃ライフスタイル」普及啓発業務 委託仕様書

1 目的・方針

- ・兵庫県地球温暖化対策推進計画における家庭部門におけるGHG排出量削減目標（2013年度比▲60.9%）に対して、消費者の意識・行動の変容は十分に進んでいないことから、快適な暮らしとの調和を図りながら、脱炭素の視点を取り入れた暮らし方をめざす「ひょうご1.5℃ライフスタイル」普及啓発を推進する。
- ・ひょうご1.5℃ライフスタイルコンソーシアム参画事業者（現在23団体、14市町）と連携して、①県民の脱炭素型消費の普及啓発、②身近な脱炭素型商品を通じた普及啓発の2つのテーマで事業を加速化することとし、令和7年度は、環境問題への意識が高く、脱炭素とも親和性の高い将来世代や、消費の核となる子育て世代などを起点とした普及啓発を強化する。

【参 考】令和7年度事業の全体像

ライフスタイルの転換を推進するため、消費者の意識・行動の段階的変化に応じた普及啓発を効果的に展開するため、ひょうご 1.5℃ライフスタイルコンソーシアム参画事業者の強みを活かした連携事業を実施



【事業 KPI】

家庭の脱炭素型ライフスタイルによる脱炭素量：1,300 トン
脱炭素アクション参加者数：4,000 人
コンソーシアム参画事業者：50 社

2 委託業務

ひょうご1.5℃ライフスタイルコンソーシアム参画事業者が展開する事業と連携して、以下の普及啓発を実施する。

(1) 県民の脱炭素型消費の普及啓発

① ひょうご1.5℃ライフスタイル普及啓発イベント

ア 目的

若者・子育て世代のうち、環境意識及び環境行動特性の差異により分類される中間層と消極層を対象とした普及啓発

イ 業務内容

- ・ゲーム要素を取り入れる等、興味喚起に重点をおいたイベント等の企画運営
- ・対象者の集客にかかる広報

ウ 企画提案内容

- ・訴求対象のインサイトや行動特性を踏まえたイベント等の提案
- ・イベント後の意識・行動変容につなげるアイデアの提案

② 脱炭素型ライフスタイルに関する学習機会の提供

ア 目的

若者・子育て世代のうち、環境意識及び環境行動特性の差異により分類される様子見層を対象とした学習機会の提供

イ 業務内容

- ・脱炭素行動への意識・行動の変容につながるワークショップ等の企画運営
- ・対象者の集客にかかる広報

ウ 企画提案内容

- ・訴求対象のインサイトや行動特性を踏まえたワークショップ及び学習コンテンツの提案
- ・学習後の意識変容・行動変容につなげるアイデアの提案

③ ひょうごフードドライブキャンペーン

ア 目的

フードドライブによる食品ロス削減を通じた脱炭素型ライフスタイルの普及啓発

イ 業務内容

- ・フードドライブ普及啓発イベントの企画運営

(ア) スーパー店舗でのイベント

フードドライブ推進月間（7月及び10月）にあわせて3店舗以上で実施

※実施店舗及び食品寄付先については、県が調整を行う

(イ) 県本庁舎でのイベント

ひょうごSDGs Weekの期間中（10月下旬）に1回実施

- ・上記の集客にかかる広報

ウ 企画提案内容

- ・脱炭素及び食品ロス削減の普及啓発につながる効果的なイベント企画の提案

(2) 身近な脱炭素型商品を普及啓発

① 県産脱炭素商品の認知拡大・購入意識の醸成

ア 目的

脱炭素型商品の認知拡大・購入意識の醸成するため、生産過程等での脱炭素量（カーボンフットプリントによるCO₂削減量等）を表示した商品の普及啓発

イ 業務内容

- ・脱炭素価値を有する県産農作物の認知拡大を図る下記の農産物販売イベントにおける出展ブースの企画運営

(ア)兵庫県民農林漁業祭（10月頃、県立明石公園）

※参考：R6出展費…5万円／半ブース

(イ)おおさかもん祭（11月頃、大阪市内） ※出展料不要

- ・小売店舗・施設と連携した県産脱炭素型商品の認知拡大を図るイベント等の仕掛けの企画運営
- ・上記の集客にかかる広報

ウ 企画提案内容

- ・農産物販売イベントの出展ブースでの展示内容、集客の仕掛け、企画の提案
- ・連携する小売店舗・施設の提案とイベント等のコンテンツの提案

② 脱炭素貢献量の可視化

ア 目的

県民の気づきを起こし、脱炭素型ライフスタイルの意識醸成と行動変容につなげるため、ひょうご1.5℃ライフスタイルコンソーシアム参画事業者が実施するアプリやデジタルツールを用いた県民の脱炭素行動量の可視化

イ 業務内容

- ・本事業において実施するイベント等において、脱炭素行動量の可視化アプリやデジタルツールを広報周知し、その登録・利用を促進
- ・脱炭素貢献量の可視化に賛同するフードドライブ及び廃食用油回収拠点に対して、「ひょうご1.5℃ライフスタイル」の認知向上を図る共通ステッカー等の啓発ツールを制作する（数量：1500部程度）

ウ 企画提案内容

- ・アプリやデジタルツールの利用者へのインセンティブなど登録・利用を促進する手法の提案

3 業務実施上の留意点

(1) 業務計画書

- ① 本業務の受託者は、業務の委託契約の締結後遅滞なく、受託者が提案した企画提案書をもとに、実施する業務の詳細について県と協議の上、業務計画書を作成し、業務開始時までには県に提出すること。
- ② 受託者は、やむを得ない事情により、業務を実施することが困難となったときには、遅滞なくその旨を県に連絡し、その指示に従うこと。

(2) 実績報告書

受託者は、委託業務の終了後、実績報告書を作成し、県に提出すること。

(3) 再委託

受託者は、本業務の全部又は主体的部分（総合的な企画及び判断並びに業務遂行管理部分）を一括して第三者に委託し、又は請け負わせること（以下「再委託」という。）はできない。

また、本業務の一部を再委託してはならないが、あらかじめ再委託の相手方の住所、氏名及び再委託を行う業務の範囲等を記載した再委託の必要性がわかる書面を県に提出し、県の書面による承認を得た場合は、県が承認した範囲の業務を第三者（以下「承認を得た第三者」という。）に再委託することができる。なお、再委託をする場合は、再委託した業務に伴う承認を得た第三者の行為について、受託者は県に対し全ての責任を負うものとする。

(4) 著作権

- ① 本業務の成果物等にかかる著作権、所有権は、全て県に帰属するものとする。また、成果物は、第三者の著作権、肖像権その他の権利を侵害しないこと。
- ② 業務に必要な資料、素材、写真・イラスト、音源等は受託者が用意する。取材、写真撮影、イラスト制作等にかかる費用は、事業費に含まれるものとする。
- ③ BGM等の音楽や画像等の素材の使用に関しては、この契約期間の終了後も、著作権等の問題が発生しないようにすること。
- ④ 納入される成果物等に第三者が権利を有する著作物が含まれる場合、受託者は、当該著作物の使用に必要な費用の負担及び使用許諾等に関わる一切の手続きを行う。

(5) 県への損害賠償

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

(6) 疑義・協議

受託者は、業務の実施に関してこの仕様書に記載のない事項又は業務の実施に関して疑義が生じた場合は、県と協議し、その指示に従うこと。