

基本仕様書

1 事業名

令和8年度食品ロス削減啓発事業（福岡エコ運動）広報等業務委託

2 目的

福岡市内の飲食店、宿泊施設及び食品小売店等（以下、「飲食店等」という。）における外食や宴会での食べ残し、過剰発注による売れ残り等によって生じる食品ロスの削減を目的とする。

食品ロス削減に関する広報を行うとともに、食品ロス削減に取り組む福岡エコ運動協力店※（以下、「協力店」という。）の認知度向上と市民の利用促進につながる効果的な企画・運営を行う。また、協力店の新規拡大と登録内容の確認等を行う。

※福岡エコ運動協力店

福岡市が推進する事業系食品ロス削減事業（福岡エコ運動）の趣旨に賛同し、食べ残しや売れ残り等の食品ロス削減に取り組む市内の飲食店や宿泊施設、食品小売店等を「福岡エコ運動協力店」として登録する制度

3 履行場所

福岡市環境局循環型社会推進部ごみ減量推進課

福岡市中央区天神一丁目8番1号

4 履行期間

契約締結日から令和9年3月31日まで

5 業務内容

実施する情報発信やキャンペーン等については、それぞれの目的に応じた広報計画（使用媒体、周知期間等）をあらかじめ策定し、発注者と協議のうえ実施すること。

また、SNS、ウェブサイト、ポスター、チラシ等を組み合わせ、閲覧促進や参加者確保につながる効果的な広報を行うこと。

本事業の実施にあたっては、国が作成・提供している食品ロス削減に関する普及啓発資材を使用することも可能とする。

（1）協力店に関する周知・啓発活動

① 協力店の拡大・情報整理等

- ・飲食店等に対して福岡エコ運動への参加協力を呼びかけ、新規登録店を獲得すること。

令和9年3月末の目標店舗数：1,032店舗以上（令和8年3月末時点で1,016店舗）

- ・既存協力店に対して、登録内容等の確認を行うこと。閉店や移転等、登録内容変更・登録中止の情報は発注者へ速やかに報告すること。

② 啓発ツールの制作・配布

- ・食品ロス削減に効果的な啓発ツールを提案・制作し、協力店に配布すること。その際、提案の根拠として、費用対効果等の情報を提示すること。
- ・環境に配慮した素材（再生紙、バイオマス素材等）を選択すること。

③ 協力店と連携した広報啓発

食品ロス削減を進めるためには、行政からの情報発信に加え、飲食店等による発信が重要である。協力店が食品ロス削減に関する情報や取組みを発信しやすくなるよう、協力店と連携した広報手法を具体的に企画・提案すること。

(2) ウェブサイト「フードロスゼロ！福岡エコ運動協力店紹介サイト」の活用

協力店の情報はウェブサイト「フードロスゼロ！福岡エコ運動協力店紹介サイト」（以下、「ウェブサイト」という。において、店舗写真、取組内容等を掲載できる仕様としているが、掲載内容が基本的な店舗情報のみで留まるなど、十分に魅力を伝えきれていない状況である。

そこで、ウェブサイトにおいて公開する写真や取組内容等の掲載内容をより魅力あるものとすることで、協力店の存在と活動をより広く周知し、協力店の利用促進を図る。

① 閲覧数増加のための広報活動

環境意識の高い層に向けたメディアとして、ここでしか知ることができない、見ることができない情報を発信することに重点を置いて広報を実施すること。

② 特集記事の作成（最低5本）

- ・協力店の認知度向上及び利用促進につながる特集記事を作成すること。
- ・協力店の選定・取材・問い合わせ等は受注者が対応すること。

【特記事項】

- ・協力店の情報を SNS 等から収集した場合は、ウェブサイトへの掲載について協力店の承諾を得ること。
- ・収集した情報内容の精査・校正を行うこと。

(3) 広報・啓発活動

当事業は広く市民を対象としているが、事業系食品ロスは場面ごとに発生要因が異なる。そのため、各業務では対象とする場面に応じてターゲット層（年齢層、興味関心、ライフスタイル等）を設定すること。

そのうえで、ターゲット層の特性に応じた効果的な広報内容・媒体・表現方法を提案すること。

特に、食品ロスに関心の低い層をターゲットとする場合は、協力店のユニークなサービスや魅力など、『行ってみたい』と思わせる情報を発信し、行動変容を促すこと。

① SNS 等を活用した周知啓発

ターゲット層の属性、特性や興味関心、利用する SNS 媒体を分析した上で、食品ロス削減行動の実践を促す効果的な広報・啓発の方向性を整理し、具体的な投稿案（テーマ、表現手法、ビジュアル案等）を企画・制作すること。

- ・投稿頻度、実施時期などの投稿スケジュールを明確にした計画を提案すること。
- ・広報効果が期待できるアカウントや媒体がある場合は、その活用方法を含めて提案すること。

※Instagram の投稿には、福岡市環境局の公式アカウント（「福岡市の環境」@eco2022_fukuoka）を使用可能

※投稿案の制作にあたっては、過年度に市が実施した食品ロス削減に関する SNS 投稿の内容を十分に確認した上、表現、切り口、内容等が重複しないよう配慮すること。

< SNS 等とウェブサイトの役割整理 >

SNS 等：食品ロスなどの環境問題に関心が薄い層へのアプローチが目的

ウェブサイト：環境問題に関心が高い層へのアプローチが目的

② キャンペーンの実施

- ・食品ロス削減月間（10月）及び年末年始にキャンペーンを実施すること。
- ・市民が主体的に参加でき、食品ロス削減行動の実践を促す内容であること。
- ・協力店の利用促進、支援につながる内容かつ負担にならない内容であること。
- ・キャンペーンの実施にあたっては、既存のキャンペーンやイベントと連携・コラボレーションすることも可能とする。
- ・様々な媒体を活用して広範な広報活動を実施し、キャンペーン参加者の拡大を図ること。
- ・キャンペーンの企画・広報・運営・問い合わせ等の業務全般について受注者が対応すること。

③ 食べ残しゼロの促進

- ・市民及び飲食店等を対象に、食べ残しゼロを促進するキャンペーンを実施すること。実施にあたっては、「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」（消費者庁・厚生労働省）の内容を踏まえること。
- ・店舗で展開する広報啓発の内容について、具体的に提案し、実施にあたっては、店舗が参加しやすい内容となるよう配慮すること。
- ・併せて、福岡県が実施する「持って帰っていいと(eat)ボックス」配付事業に関する周知を行うこと。

※本項目においては、福岡エコ運動協力店に限らず、福岡市内の飲食店等を広く対象とする。

※福岡エコ運動協力店以外の事業者を対象とした広報については、効果的な広報ルートや働きかけの方法を検討した上で、実効性のある手法を具体的に提案すること。

(4) アンケートの実施

アンケートは、市民と協力店を対象に実施すること。市民には食品ロス削減に対する意識や行動、福岡エコ運動の認知度を調査する。協力店には食品ロス削減に関する意識や行動、福岡エコ運動に対する課題や要望を調査する。

- ・利用者向けには二次元コードを活用したオンラインアンケートを実施し、協力店向けにはメール送付によるオンラインアンケートと電話による聞き取り調査を併用して十分な回答数が得られるよう工夫すること。
- ・経年変化を確認するため、前年度内容を基に調整を行うこと。
- ・アンケートフォームの作成、管理、集計を行うこと。

(5) その他の提案業務

必要に応じて追加の業務や手続きを実施すること。

6 業務遂行体制

企画・準備段階においては、発注者と迅速かつ綿密な協議が可能な体制を整えること。事業実施に向けた具体的なスケジュールを作成し、発注者に提示すること。また、当該スケジュールに基づき適切に進行管理を行うこと。

7 成果物

(1) 広報用コンテンツ及び啓発ツール

「5 業務内容」で作成した広報用コンテンツ及び啓発ツールを印刷物及び電子媒体（電子データは、PDF 及びイラストレーター等加工可能データ）にて随時提出すること。

なお、必要に応じて PDF データは市ホームページにそのまま掲載できる形（5MB 以下）に変換したのも併せて提出すること。

(2) 福岡エコ運動協力店情報

「5 業務内容（1）①協力店の拡大・情報整理等」で確保した新規登録店の情報及び既存店の登録内容変更・登録中止情報を、発注者が指定する様式にて随時提出すること。

(3) その他作成したもの

「5 業務内容（5）その他の提案業務」に係る必要な業務で作成したものを電子媒体（PDF 及びイラストレーター等加工可能データ）にて随時提出すること。

(4) 実施報告書

履行期間内に実施した業務内容をまとめた実施報告書を印刷物及び電子データにて提出すること。

8 軽微な業務の再委託について

(1) コピー、ワープロ、印刷、製本、トレース、資料整理、計算処理、模型製作、翻訳、参考書籍・文献購入、消耗品購入、会場借上等の軽微な業務の再委託に当たっては、契約書に規定する「発注者の承諾」は要しないものとする。ただし、暴力団員又は暴力団若しくは暴力団員と密接な関係を有する者を再委託の相手方とすることはできない。

なお、上記例示業務以外の業務については、発注者の承諾を要しない軽微な業務に該当するか否かを事前に発注者に確認すること。

また、発注者が必要と認める場合には、再委託の相手方の名称その他発注者が必要と認める事項について、報告すること。

(2) 委託業務に係る個人情報及び情報資産については、原則受注者自ら取り扱うものとし、やむを得ず第三者に当該個人情報及び情報資産の取り扱いを委託する場合は、書面による発注者の承認を得ること。なお、承認により第三者に委託する場合は、当該第三者に対して、契約書及び特記事項に規定する個人情報及び情報資産の取り扱いの義務を遵守させるものとする。

9 留意事項

- (1) この委託で制作されたもの（以下「制作物」という。）に係る著作権、複製権、上演権、上映権、公衆送信権、送信可能化権、展示権、頒布権、譲渡権、貸与権は、発注者に帰属する。
- (2) コンテンツ及び印刷物等の制作並びにイベント等の実施にあたっては、ユニバーサルデザインの理念を踏まえ、誰もが理解しやすく利用しやすい内容とすること。また、男女共同参画の視点に十分配慮すること。
- (3) 委託内容等については、提案競技時点におけるものであり、契約締結の際、受注予定者と協議のうえ変更を加えることがある。
- (4) 発注者は、制作物の一部について差し替え、削除及び追加の必要が生じた場合には、受注者または受注者以外の事業者に委託し、その改変を行うことができる。ただし、受注者以外の著作者の許諾が必要な場合には、受注者がその手続きを行うこと。
- (5) 発注者は、制作物を他の広報物に使用でき、また、発注者が認める場合には、受注者は、第三者による映像等の使用を了承するものとし、使用料がかからないこととする。
- (6) 制作にあたって利用する人物等の著作権や肖像権等の権利関係に関することは、受注者において処理する。
- (7) 契約後、速やかに事業スケジュールを発注者に提出する。提出後は、スケジュールおよび発注者の指示に基づき、実施に向けて必要な手配・調整・準備を行い、準備状況等については随時発注者に報告すること。
- (8) この基本仕様書に明示されていない事項又は業務上疑義が生じた場合は、発注者と協議し、業務を進める。