

令和8年度県民参加型の食品ロス削減啓発業務委託仕様書

1 業務の目的

県民の食品ロス削減の意識を高めることを目的に、県民参加型によるキャンペーンの実施や啓発ブックの制作等により、県民の食品ロス削減に対するさらなる意識向上を図り、「もったいない」運動の実践・波及を図るもの。

2 業務の名称

令和8年度県民参加型の食品ロス削減啓発業務

3 委託限度額

3,426,000円（消費税及び地方消費税を含む）

4 委託期間

契約締結日から令和9年2月28日まで

5 本仕様書の位置付け

本仕様書は、実施すべき内容等について最低限度の基準を定めたものであり、実際の委託契約締結時には、提案内容に基づき、発注者との協議を経て、より効果的な内容となるよう柔軟に変更・調整を行うこととする。

6 委託概要

- (1) 県民参加型の食品ロス削減SNSキャンペーンの企画・運営
- (2) 食品ロス削減啓発ブック（Web版）の制作
- (3) 食品ロス削減に関する意識調査
- (4) その他有効手段等の提案及び実施

7 委託内容

- (1) 県民参加型の食品ロス削減SNSキャンペーンの企画・運営
県民の食品ロス削減の実践とその事例の波及を促すものとして、以下①から⑥の内容を踏まえたSNSハッシュタグキャンペーンの企画・運営等を行うこと。

① キャンペーン概要

名称	みやざき「食」のもったいないアクションキャンペーン
構成	<p>ア 食品ロスゼロアクション（多様な食品ロス実践促進） リメイク・使い切りレシピ料理のほか、買い物前の在庫確認、冷蔵・冷凍庫の保存術・整理術等ライフスタイルに合わせた幅広い食品ロス削減の実践事例をハッシュタグと写真又は動画付きで投稿するもの。 ※ 消費者庁「食品ロス削減ガイドブック」等を参考に、投稿例を提示したり、食品ロス事前チェックシートの結果をハッシュタグ化したりするなど、投稿しやすく、投稿を通じて食品ロス削減について実践的な啓発が行われるよう工夫すること。</p> <p>イ もったいないレスキュー（てまえどり促進） スーパーマーケット等を主とした対象店舗における食品ロス削減の取組への支持を、SNSを通じて手軽に表明するもの。たとえば以下のような手法を検討し、食品ロス削減の実践・啓発に資する企画とすること。</p> <ul style="list-style-type: none">・ 食品ロス削減の意図で貼付された「レスキュー」推奨シール付き商品を購入し、そのシールを撮影し、ハッシュタグを付して投稿・ おつとめ品コーナーにあるもの又は同じ商品のうち期限の近いものを

	購入した写真（及び食べきりレシピや食べた感想等）をハッシュタグを付して投稿 ※ ア及びイそれぞれに訴求力のあるハッシュタグを提案すること。
実施期間	食品ロス削減月間（10月）を含む3か月間とし、効果的な時期を設定。
賞品	県産品の詰め合わせ（食育・地産地消に資するもの）や高機能保存容器（食品ロスの削減に資するもの）等。 当選者数及び単価は、賞品総額 250 千円の範囲内で提案すること。
参加促進	ア及びイの投稿に基づくポイントの付与や両方に参加したユーザーの当選確率がアップする等、県民の参加意欲を促進する仕組みを導入すること。

② 実施方法

- ・ キャンペーンの実施にあたっては、情報拡散力の高いSNSの活用を提案し、活用するSNSの規約やガイドライン等に抵触しないよう留意すること。
- ・ 応募されたハッシュタグ投稿は、キャンペーンの実施記録としてのみならず、キャンペーン終了後に(2)の「食品ロス削減啓発ブック（Web版）」のコンテンツとして再利用できるよう、データベース化すること。
- ・ 実施期間中は事務局を設置し、応募の受付及び問合せ対応等を行うこと。

③ 事業者連携

- ・ コンビニエンスストアにおいては、県民との接触頻度の高さを活かし、キャンペーン告知及び「てまえどり」啓発の認知拠点として連携すること。
- ・ スーパーマーケット等においては、「レスキュー」推奨シールの活用を中心とした食品ロス削減の実践の拠点として連携すること。
- ・ 事業者との連携にあたっては、各事業者の業態や店舗環境、オペレーション負荷等にも考慮した提案とすること。

<参考：令和7年度の取組企業>

取組1 「てまえどり」啓発POPの掲示

取組2 みやざき「食」のもったいないキャンペーンの実施

業態	企業名	店舗数	取組1	取組2
コンビニエンスストア	株式会社セブンーイレブン・ジャパン	約 210	○	—
	株式会社南九州ファミリーマート	約 140	○	—
	株式会社ローソン	約 120	○	—
スーパーマーケット	株式会社エコープみやざき	30	○	○
	生活協同組合コープみやざき	16	—	○
	株式会社ハツトリ	6	○	○
	株式会社まつの	4	○	○
	株式会社マルイチ	9	○	○

④ 広報関係

ア 広告・宣伝等

テレビCMやSNS広告をはじめ、キャンペーンを効果的に周知する広告・宣伝等を提案すること。

イ キャンペーンページ

- ・ 県民会議のホームページ上にキャンペーンページを制作すること。
＜県民会議ホームページURL＞<https://www.yappamiyazaki.jp/>
- ・ キャンペーンページ内には、API等を活用し、投稿された写真と指定のハッシュタグ投稿をリアルタイムで自動収集し、一覧表示できる機能を実装させること。なお、一覧表示の公開に際し、投稿の掲載可否を事前にチェックできる機能も付与し、安全な公開環境を担保すること。
- ・ キャンペーン終了後には、終了を示す旨を掲示すること。

ウ 資材の制作・配付

- ・ コンビニエンスストア及びスーパーマーケットそれぞれの連携内容に応じた店頭訴求資材（ポスターや棚POP等）を制作すること。
- ・ 店頭訴求資材には、消費者による食品ロス削減の実践を促進できるようイラストや写真を用いて食品ロスゼロアクションの例を掲示すること。
- ・ 制作する資材及び配付数量は、各社提案によるものとする。
- ・ 店舗への配付は、本部連携を通じた一括配付も可能とする。

<各業態において制作が想定される資材>

業態	想定される資材
コンビニエンスストア	キャンペーン告知POP、レジ横・棚前用「てまえどり」啓発資材等
スーパーマーケット	推奨シール、B2ポスター、棚POP等

⑤ 当選者の抽選、準備、賞品の発送

受託者は抽選を行い、当選者へ通知の上、賞品を手配し、発送すること。なお、賞品の購入費及び送料は委託料に含むものとする。

⑥ 応募の集計・分析

ハッシュタグ投稿数、インプレッション数、キャンペーンページへの遷移数等の応募情報を集計・分析し、データを提供すること。

(2) 食品ロス削減啓発ブック（Web版）の制作

食品ロスがもたらす影響に加え、キャンペーンを通じて集まった「推奨シールによるレスキュー体験」や「県民の工夫事例」等をまとめた実践的な啓発ブック（Web版）を作成する。

なお、本啓発ブックは、今回制作するWeb版とは別に、令和8年度から令和10年度までの取組事例等を集積し、令和10年度事業において冊子版を発行し、配布することを想定する。

① 規格

A3三つ折りリーフレット（PDF形式・両面フルカラー）

② 構成

以下の項目を盛り込み、実用的で親しみやすい構成とすること。

ア 現状と食品ロスがもたらす影響

イ 事業者連携における「てまえどり」の取組

ウ 投稿データベースより選出された「県民発！実践事例集」（保存術・使い切り術・買い物術等）

(3) 食品ロス削減に関する意識調査

① アンケート調査の実施

- ・ アンケートは県内全域からの回答を得ること。
- ・ 統計上有効な回答数（1,000人程度を想定）を得ること。
- ・ 調査項目は、発注者と協議して決定すること。
- ・ （1）のキャンペーンを通じた意識や行動の変容を確認する項目を盛り込み、効果を測定すること。

② 調査結果の集計及び分析

①の調査を集計し、本県の食品ロスの県民意識及び食品ロス削減の課題等を分析する。

(4) その他有効手段等の提案及び実施

上記のほか、業務の目的の達成に有効な手段等があれば提案すること。

8 完了報告及び検査

委託業務の完了と同時に業務完了報告書（任意様式）を提出し、検査を受けるものとする。

9 その他

- ・ 提案は可能な限り主観ではなく、客観的なエビデンス等に基づいたものとする。
- ・ 制作物についての権利は、みやざきの食と農を考える県民会議に帰属する。
- ・ 制作物についての電子データは、みやざきの食と農を考える県民会議へ提出すること。
- ・ 委託業務の遂行に当たり疑義が生じた場合又はこの仕様書に定めのない事項については、みやざきの食と農を考える県民会議と十分協議し、決定すること。