

「令和7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」に係る質問・回答表

令和7年4月21日 環境局循環型社会推進部ごみ減量推進課

No.	質問項目	質問内容	回答
1	事業全体	昨年度事業の成果と課題を教えてください。	昨年度事業における成果は、広報啓発活動を通じて協力店舗数を増加させることができました。主な課題としては、その取り組みを広く市民に周知し、認知度を高めることです。そして、認知度向上に加えて、福岡エコ運動協力店であることが、お店選びの決め手の一つとなるような、利用者の行動変容を促す効果的な広報を実現することが重要だと考えています。
2	事業全体	昨年度事業では、どのようなことを実施されたのでしょうか？（使用した媒体、アプリ、内容等）	昨年度は、当課が保有するInstagramアカウント「みんなでフードロスゼロ！おいしい福岡エコ運動」を活用した事業や協力店の紹介。食品ロス削減を意識できる啓発ツールの制作と協力店への配布。「ロスせんバイ！福岡エコ運動協力店」ウェブサイトの閲覧数増加に向けた広報活動に加え、食品ロス削減月間（10月）や食品ロスが増加しやすい年末年始において、街頭ビジョンでの啓発動画放映、ウェブサイトのジャック広告、SNSキャンペーン、啓発イベントなどを実施しました。
3	仕様書5-(1) 協力店の拡大・情報整理等	既存協力店の1,000店舗すべての情報収集を行うという認識でよろしいでしょうか。	ご認識のとおりです。既存の協力店1,000店舗すべての情報収集をお願いいたします。その際、現在も営業されているかどうかの確認は必ず行っていただきますようお願いいたします。
4	仕様書5-(1) 協力店の拡大・情報整理等	これまでに登録した協力店に対しては、どのようなインセンティブがあったのでしょうか？	協力店としてご登録いただいた店舗様には、福岡市のウェブサイトや広報媒体を通じて、食品ロス削減に取り組む店舗として広く紹介させていただきます。これにより、環境意識の高いお客様からの来店促進や、店舗イメージの向上に繋がる可能性があります。また、啓発ツールの配布や、キャンペーンへの参加機会などもご提供いたします。
5	仕様書5-(2) 広報・啓発活動	ターゲットの年齢層はなぜ20代～40代なのでしょうか？	この世代は、日常生活でSNSを頻繁に利用し、外食やイベントへの参加も活発です。物価高などの影響もあり、環境問題への関心は高いと思われませんが、具体的な行動に移せていない層も少なくありません。この世代の行動変容を促すことが事業の目的を達成するうえで有効と考えています。
6	仕様書5-(2)-① SNS等を活用した周知啓発	昨年度にアプリ等を活用した事例はありますか。また、新規のアプリか既存を活用かは提案競技で自由に考えていいですか。	昨年度、本事業でアプリ等の活用事例はございません。アプリの活用につきましては、ご認識のとおりです。新規に開発していただく、あるいは既存のアプリをご活用いただくなど、提案競技の中で自由にアイデアをご検討ください。斬新な発想でのご提案をお待ちしております。
7	仕様書5-(2)-② SNS広報用の動画および、静止画の制作	制作する動画および静止画の使用期限は受託期間内でも問題ございませんか。	制作いただく動画および静止画の使用期限は、受託期間内でも問題ございません。より効果的な広報のため、動画や静止画の目を引く工夫や、使用期限の設定なども含め、貴社ならではの提案をお待ちしております。
8	仕様書5-(3) ウェブサイト「ロスせんバイ！福岡エコ運動協力店」の活用	ウェブサイトは福岡市が運用しているものですか。また、受託したら自由に変更できますか。	ウェブサイト「ロスせんバイ！福岡エコ運動協力店」は福岡市が運用しております。受託後のサイト内の変更につきましては、原則として福岡市とウェブサイトの保守管理会社との間で調整を行い、可能な範囲で実施することになります。ただし、既存の保守契約の範囲を超えるような大幅な変更や、新たな機能の追加などをご提案される場合は、その費用は受託者様のご負担となりますので、あらかじめご了承ください。
9	仕様書5-(3) ウェブサイト「ロスせんバイ！福岡エコ運動協力店」の活用	WEBサイトの改修は、事業内で可能でしょうか？	No.8のとおりです。