

防災啓発事業包括プロモーション業務委託
仕様書(案)

1 件名

防災啓発事業包括プロモーション業務委託

2 委託期間

契約締結日の日から令和9年3月31日まで

3 目的

近年、地震・風水害・土砂災害など多様な災害リスクが高まる中、市民一人ひとりが平常時から防災意識を高め、適切な備えや避難行動につなげていくことが極めて重要となっている。災害に備えた自助・共助の取り組みを日常的に実践してもらうためには、必要な情報が分かりやすく、タイムリーに、そして継続的に市民へ届く広報体制の強化が不可欠である。本業務は、自助啓発ショート動画の制作・発信、備蓄促進ウィーク、防災アプリ「ツナガル+」の普及促進、防災フェア、市民防災の日講演会を中心とした年間を通した防災に係る広報を統合的に実施することにより、自助力の向上を図ることを目的とする。

4 業務内容

(1) 防災啓発プロモーション年間計画の策定

- ・年間を通じた広報方針、媒体設計を示す年間啓発プロモーション計画を策定すること。
- ・自助啓発ショート動画の制作・発信、備蓄促進ウィーク、防災アプリ「ツナガル+」の普及促進、防災フェア、市民防災の日講演会施策を連動させた年間ロードマップを作成すること。

(2) 自助啓発ショート動画の制作・発信

- ・災害時における「自助」について理解を促し、具体的な行動につなげることを目的とした短尺動画(15秒もしくは30秒)コンテンツを制作・活用すること。
- ・動画は合計で7~10本程度制作すること。
- ・動画は、SNS等のデジタル媒体での広告配信及び別紙1に掲載しているデジタルサイネージでの放映を想定し、防災に対する関心が必ずしも高くない層にも直感的に届く表現とすること
- ・各動画は、以下の点を満たす内容とすること。
 - 自助の取組を促進させる内容とすること。
 - 自助における「家庭内備蓄」の重要性が伝わること
 - 市民が「自分にもできそう」「すぐできる」と感じられる具体性があること

- 恐怖訴求や不安を過度に煽る表現とならないこと
- 無音視聴でも内容が理解できるよう、テロップを効果的に活用すること
- 日本語で作成し、誰にでも分かりやすい表現を用いること

※動画の構成、演出、表現方法(実写、アニメーション、テロップ中心など)は、目的を達成できる限りにおいて提案者の創意工夫を認める。

(3) 備蓄促進ウィーク(9月1日~7日)企画・運営

福岡市では、災害に備え、市民自らが必要な食料等を備蓄することが重要との認識から、9月1日の「防災の日」から9月7日までの1週間を「福岡市備蓄促進ウィーク」と定めている。市民及び市内企業の防災意識の向上に資するよう、①~④を軸とした自助の啓発に資するプロモーションを企画、実施すること。なお、プロモーションについては、備蓄促進ウィーク期間の前後も可能とする。

・キャンペーンの実施において必要なサイト・応募フォーム、バナー等の広報物等は受注者にて作成し、参加者からの問い合わせに対応すること。

①市内小売店における備蓄促進キャンペーンの実施

・福岡市内の小売店等で備蓄品や防災用品を集めた特設コーナーの設置もしくはポスターの掲出の協力依頼、募集を市と協力して行うこと。

※特設コーナーの設置は、参加店舗が企画実施する。

・啓発物(ポスター、のぼり旗等)を作成し、参加店舗への発送を行うこと。

・啓発物は別紙2「備蓄促進キャンペーン広報物デザイン」のとおりとし、前年度に制作した余剰在庫(B2ポスター40枚、B3ポスター120枚、のぼり旗70枚)の活用も可とする。

活用する場合は、防災・危機管理部にて引渡しを行う。

※従前のデザインの活用は必須ではないため、よりよいデザインがあれば提案し、作成すること。

・令和7年度の参加店舗数(特設コーナー設置11企業50店舗、ポスター掲出7企業)を上回るよう募集を行うこと。

※参加店舗拡大に向けた取組みがあれば自由に提案すること。

②市民参加型の企画の実施

・若年層を含む幅広い年齢層の市民をターゲットとして、家庭内備蓄の促進及び防災意識が向上するようなキャンペーンを企画、実施すること。

③企業備蓄の促進企画

・市内企業における企業備蓄の啓発に資する企画を実施すること。

④市内の共同住宅における備蓄促進企画

- ・市内居住者の約 8 割を占める共同住宅居住者の自助力向上を図ることを目的に、マンション管理組合を中心とした備蓄促進策に繋がるような啓発を企画、実施すること。

(4) 防災アプリ「ツナガル+」景品付き DL キャンペーン

市の防災アプリ「ツナガル+」は、災害時に避難所の開設状況や混雑状況、在宅避難者・車中泊避難者による支援要請機能等を提供し、被災者の状況把握と行政支援を円滑にする重要なツールである。平常時においても、浸水・土砂災害の危険度情報や避難所情報を地図上で確認できることから、市民が避難行動を事前に考えることができる機能を有している。本アプリの普及を促進するための企画を実施すること。

【対象者】「ツナガル+」をダウンロードしていない市民や福岡市への通勤・通学者

【目標】令和 7 年度に実施したキャンペーンの実績（新規ダウンロード数約 2 万件）以上・効果的な実施時期及び期間を設定すること。

- ・以下の条件を踏まえ、キャンペーン応募への導線を設計すること。
- ✓ アプリ側からキャンペーン期間中のダウンロード者に対して付与するキャンペーンコード（半角英数字）により、応募者の資格の有無を判別し、有資格者の中から公平な方法により抽選を実施し、キャンペーン当選者を決定すること。
- ・当選者の抽選方法及びその結果については、市の確認を得ること。

※キャンペーンコードの付与及びアプリ上へのコード表示機能の実装については、発注者にて実施するため、業務内容に含まない。なお、キャンペーンコードはユーザー固有の番号である。

※キャンペーン開始前までに既にダウンロードしている者には、応募コードが付与されない仕様で改修を行う。

(5) 防災フェアの企画・運営（詳細仕様書は資料2のとおり）

・10月31日（土）10:00～16:00に市役所西側ふれあい広場で実施する市民参加型のイベントである「福岡市防災フェア」について、イベントが円滑に行われるよう会場設営及び撤去、運営（企画を含む）その他付随する業務を行う。

・若年層も含む幅広い年齢層にも防災に対する興味・関心を持ってもらえるように、参加ハードルが低く、“レジャー”として楽しんで学べるようなイベントとなるよう企画すること。

(6) 市民防災の日講演会の企画・運営（令和9年3月20日実施）

・講演テーマは自助力の向上に資するものとし、家庭における備蓄や災害時のトイレ問題等についての内容を取り入れ、質疑応答を含め90～120分の会となるよう企画すること。

- ・若年層も含む幅広い年齢層の市民の参加を動機つけるような講師、講演タイトル候補を選定し、謝礼、交通費等の支払いをすること。
 - ・500名程度が入場可能な福岡市内の会場を選定し会場使用料を支払うこと。なお、市有施設を利用する場合の会場使用料は免除できるものとする。
 - ・音響、照明、吊看板等の付帯設備費については、会場へ発注、調整を行い、実費を支払うこと。
- ※若年層の参加につながる取組みがあれば自由に提案すること。
- ※講演テーマについては、社会情勢等を踏まえ契約後に変更する可能性がある。

(7) 年間広報素材の制作・運用

- ・SNS投稿素材、バナー類、サイネージ用データ、チラシ等を適宜制作すること。
- ・市の広報媒体を使用する場合は、市公式 LINE アカウント(防災セグメント)、市公式 SNS、別紙 1 に示すデジタルサイネージ等が活用可能。

(8) 独自提案について

- (2)～(6)以外に自助力向上に効果的な取組みがあれば自由に提案すること。

(9) 効果測定・報告

- ・年間 KPI(行動変容、アクセス数、DL 数、参加者数等)を設定し、分析・報告を行うこと。
- ・(2)～(6)について、それぞれの業務終了後、報告書を作成し提出すること。

5 成果物

- ・年間プロモーション計画書
- ・ショート動画データ(MP4、CD-ROM)
- ・画像素材(PNG/JPEG)
- ・チラシ等広報物データ
- ・防災フェア・講演会記録写真データ
- ・実施報告書(PDF)

6 著作権

- ・本業務を通じて制作された物(以下「制作物」という。)に係る著作権等は本市に帰属するものとし、本市における二次利用を可能とする。
- ・制作物のうち、第三者が有する著作物等(以下、「既存著作物」)の著作権等は、個々の著作者に帰属する。

・制作物に既存著作物が含まれる場合は、受託者が当該著作物の使用に必要な費用の負担及び使用許諾契約等に係る一切の手続を行う。受託者は成果物等について、第三者の商標権、肖像権、著作権その他の諸権利を侵害するものではないことを保証し、万一第三者の権利を侵害していた場合に生じる問題の一切の責任は受託者が負うものとする。

7 個人情報

個人情報及び情報資産の取扱いについては、別紙3「個人情報・情報資産取扱特記事項」を順守すること。

8 再委託

業務の一部を再委託する場合は以下のことに留意すること。

- ・受託者は、受託業務の全部若しくはその主たる部分を第三者に委任し、又は請け負わせてはならない。
- ・受託業務の一部を再委託する場合は、事前に再委託先及びその範囲、期間等を書面で本市に提出し、承認を得ること。

9 その他

(1) 景品について

・各業務において景品を配布する場合には、市民の防災の備えを促進するもの(例:備蓄物資や防災用品、防災カタログギフトなど)を選定・調達すること。※現金や金券、電子マネーなどのデジタル通貨は不可

・備蓄食を配布する場合は、公的備蓄の有効活用分の利用も可能とする。活用する場合は、以下の備蓄品から選定し、埋蔵文化財センター月隈収蔵庫(福岡市博多区月隈一丁目13-17)において備蓄品の引渡しを受けること。

※備蓄品は市から提供するが、引渡し時の運搬、保管等に関する費用は委託金額の中に含む。

品目	味	数量(1箱あたりの数量)	賞味期限
水	-	11,952本(24本/箱)	2027年10月
		34,656本(24本/箱)	2028年8月
味飯	五目	8,725袋(25袋/箱)	2029年1月
	海の幸	9,450袋(25袋/箱)	2029年1月
	野菜	9,175袋(25袋/箱)	2029年1月

パン	チョコ	650 袋 (50 袋/箱)	2029 年 2 月
	ブルーベリー	1,000 袋 (50 袋/箱)	2029 年 2 月
	ミルク	1,150 袋 (50 袋/箱)	2029 年 2 月
白粥	－	1,650 袋 (50 袋/箱)	2030 年 2 月
野菜ジュース	－	22,500 本 (30 本/箱)	2027 年 4 月
ゼリー	グレープ	6,720 袋 (80 袋/箱)	2027 年 5 月

(2) SNS 等の運用について

- ・本業務に必要な外部サイト及び SNS アカウントは、受注者にて作成・運用をするものとし、投稿内容については発注者による事前の確認、了承を得ること。
- ・投稿やフォロワーの反応について適宜確認を行い、不適切なコメント等がなされた場合など管理上で至急対応すべき事案が発生した場合は、速やかに発注者へ連絡し、対応方法について提案すること。
- ・不正ログインの防止のためのセキュリティ対策を講じること。

10 留意事項

- ・本仕様書に定めのない事項または疑義が生じた場合は、その都度、本市と協議のうえ決定する。
- ・業務履行にあたっては、本市との連絡調整を密に行い円滑な業務遂行に努めること。
- ・各業務の履行に関して必要な費用は、特段の定めのない限りすべて受注者の負担とする。
- ・各業務の実施にあたり関係官公署等への手続が必要な場合は、必要書類を作成し、原則として受注者が一切の手続きを行うこと。