「KOBE COOL CHOICE推進業務」委託仕様書

１．業務名称

KOBE COOL CHOICE推進業務

２．業務目的

本市では、神戸市環境マスタープラン（平成28年3月策定）における「二酸化炭素の排出が少ないくらしと社会」の実現のため、2030年度の市域における温室効果ガス排出量34％削減（2013年度比）という目標に向けて地球温暖化対策に取り組んでいる。目標達成のためには、行政の取り組みに加え、市民や事業者の地球温暖化に対する理解や意識の向上が不可欠であり、効果的かつ継続的な普及啓発活動に取り組む必要がある。

そのため、国が進める国民運動「COOL CHOICE」と連動した「KOBE COOL CHOICE」を市域内で展開することにより、特にファミリー層や若年層に対して日々の生活の中での賢い選択（COOL CHOICE）を呼びかけ、一人でも多くの市民が現在のライフスタイルを見直すきっかけを作り出すとともに、低炭素社会の実現に向けて市民ひとりひとりが取り組むことの重要性について理解を促し、賛同と実践の輪を広げていくことを目的として本仕様のとおり業務を委託する。

３．業務内容

（１）RWC2019（ラグビーワールドカップ2019）神戸開催を契機としたPR

　（実施時期）

　　令和元年8月～9月頃（うち1日）

（内容）

世界三大スポーツイベントの一つであるRWCの神戸開催を契機と捉え、プレイベント参加者に公共交通機関やシェアサイクルを利用した移動を呼びかけるとともに、COOL CHOICEへの賛同を呼びかける。プレイベントへの出展により、環境にやさしい移動手段について事前に周知し、多くの集客が見込まれる大会本番での利用促進を図る。啓発の対象者は1日500人を目安とする。うち、アンケート回答者及びCOOL CHOICE賛同者数の目標は350人とする。

（業務遂行のポイント）

・神戸市が主催するプレイベントにて、大会の基本方針でもある「環境に配慮した開催」に沿った情報発信を行う。（実施想定：8月（日程未定）「RWC参加国・地域の文化発信イベント（神戸の試合に参加する国・地域の文化を発信しラグビーに対する興味関心を向上させるイベント）」、9月6日「ラグビー日本代表テストマッチパブリックビューイング」のうちいずれか1つ）どちらのイベントに出展するかについては本市と協議の上、決定する。

・公共交通機関やシェアサイクルをより身近に感じられるよう、ブース内でクイズ、イベント、ゲーム等の交流型企画を実施すること。

・来場者に対してKOBE COOL CHOICEの認知度向上が図れるよう、わかりやすいブース装飾

を行うこと。

・実施にあたっては、「公共交通機関の利用促進」「シェアリングエコノミーの普及促進」については必ずPRできるようにすること。

・来場者へのアンケートを実施し、KOBE COOL CHOICEへの理解や公共交通機関の利用等に対する興味・関心度について、効率的な方法を用いて情報収集すること。

※アンケート記入者に粗品を配布する場合、費用は本市が負担するが、効果的な粗品を参考価格とともに提案すること。

（２）宅配便スマートキャッチキャンペーン（宅配ロッカーの利用促進）

（実施時期）

　　令和元年９月～令和２年１月のうち４日間

（内容）

市内の宅配ロッカーが設置されている各駅等において、宅配便の再配達防止及び宅配ロッカーの利用促進を啓発するキャンペーンを実施する。昨年度実績であるヤマト運輸㈱との連携に加え、神戸市が平成31年3月に包括連携協定を締結した日本郵便㈱とも連携し、さらなる展開を図る。

宅配便の再配達防止が「低炭素物流の普及促進」につながることをPRする広報用チラシを配布する。啓発の対象者は累計で23,000人、チラシ配布部数の目標は4,600人とする。

（業務遂行のポイント）

・宅配便の取扱量が多くなる年末年始に向けて実施

・市民が普段使用している駅等（４箇所程度）において、設置されている宅配ロッカーの設置場所及び利用方法等を周知することで、認知度及び利用率の向上を図る。

・市民になじみのある環境局キャラクター「ワケトン」等の活用により、駅利用者の関心

を集める工夫をすること。

・宅配便の再配達防止が「低炭素物流の普及促進」につながることを重点的にPRすること。

・広報用チラシは本市で準備する。

※粗品を配布する場合、費用は本市が負担するが、効果的な粗品を参考価格とともに提案すること。

（３）県市連携による「エコなくらしの相談会」

（実施時期）

　　令和元年11月～令和２年１月のうち４日間

（内容）

市内商業施設やショッピングモール等に啓発ブースを出展し、買い物客等に対してCOOL CHOICEへの賛同を呼びかける。その中で、家庭での省エネの実践に関心を持つ神戸市民に対しては、ひょうご環境創造協会が派遣するうちエコ診断士と連携して家庭でのエネルギー削減に関する相談会を実施し、うちエコ診断の受診や削減行動の実践につなげる。啓発の対象者は累計で300人を目安とする。うち、アンケート回答者及びCOOL CHOICE賛同者数の目標は累計で260人とする。うちエコ診断受診者の目標は1回あたり10人とする。

（業務遂行のポイント）

・ひょうご環境創造協会と連携して省エネ相談会を実施し、診断士派遣にかかる調整等を行うこと。

・参加者が省エネ家電への買い替え検討や購買行動を起こしやすいよう、家電量販店等が

テナントに入っている市内商業施設のイベントスペースを活用する等、一人でも多くの市民が家庭での省エネに興味をもち、うちエコ診断の受診や日常生活における省エネ行動の実践につながるよう、効果的な会場の選定を行うこと。

・来場者へのアンケートを実施し、KOBE COOL CHOICEへの理解や公共交通機関の利用等に対する興味・関心度について、効率的な方法を用いて情報収集すること。

※アンケート記入者に粗品を配布する場合、費用は本市が負担するが、効果的な粗品を参考価格とともに提案すること。

・実施にあたっては、「ウォームビズ実施の推進」「省エネ機器の買い替え促進」「照明の効率的な利用促進」「省エネ住宅の普及促進」については必ずPRできるようにすること。

４．委託契約金額の上限

4,200千円（消費税・地方消費税含む。）

５．委託業務期間

委託契約締結日から令和２年１月31日まで

６．成果物

（１）業務実施報告書１部及び電子データ

（２）普及啓発のために制作したイラスト等及びそれらの電子データ

　※電子データはいずれも二次利用が可能なものとする。

７．留意事項

（１）本業務が国民運動「COOL CHOICE」及びそれに連動した「KOBE COOL CHOICE」の普及

啓発であることが分かるよう、業務の遂行にあたってはそれぞれ指定のロゴマーク

（別途、本市からデータを提供）を使用すること。

（２）本業務により作成された成果物等の著作権は、本市に帰属するものとする。

（３）その他、仕様書に定めのない事項については、必要に応じて双方協議して定める。