

令和8年度防災啓発業務委託仕様書

1 業務の目的

本業務は、県民の「自助・共助」の意識を醸成し、具体的な防災行動を促進することを目的とし、南海トラフ巨大地震や激甚化する風水害等の脅威に対し、時期に応じた的確な啓発を展開するとともに、避難所環境の改善や災害関連死対策など、命を守る実効的な知識の普及等を行うものである。

また、関係機関との連携により啓発の相乗効果を最大限に引き出し、全県的な防災意識の定着を図ることで、災害に強い宮崎県を目指すものである。

2 委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日まで

3 委託業務の内容

委託業務の時期、啓発事項、内容は次のとおりとし、企画必須項目を企画内容に盛り込み提案すること。

(1) 宮崎県防災の日に関連する防災イベント

宮崎県防災対策推進条例で定められた「宮崎県防災の日」にあわせて、県民に対し、「自助・共助」を推進、啓発する防災イベントの開催。

補足：宮崎県防災対策推進条例「宮崎県防災の日」

第54条 県民、事業者、自主防災組織等の防災に関する理解を深めるとともに、防災活動の一層の充実を図るため、宮崎県防災の日を設ける。

ア 実施時期

令和8年5月第3日曜日

イ 開催場所

県庁防災庁舎北側広場（防災庁舎内の活用は別途要協議）

ウ 開催回数

1日

エ イベントコンセプト

宮崎県防災の日の趣旨に基づき、県民一人ひとりが災害を正しく理解し、「自らの命は自らが守る（自助）」および「地域は皆で守る（共助）」ことの大切さを再認識するとともに、具体的な防災行動（備え）へと繋げるためのイベントとする。

オ 委託内容

宮崎県防災の日フェアの企画、運営、広報

カ 企画必須項目

- ・ 備蓄品（防災リュック含む）の点検や、具体的な備蓄行動をサポートする双方向型の企画。
- ・ 防災関係機関や民間企業と連携した、展示に留まらない「体験・実践」を伴う企画。
- ・ 参加者の属性（未関心層の割合等）や、参加後の行動変容の意向を測定するアンケート等の実施。

【イベントイメージ：楠並木朝市との共同開催による防災啓発】

1. コンセプト

「朝市のついで」という気軽な入り口から、県民一人ひとりが「自らの命は自らが守る」ための具体的な一歩を踏み出すきっかけとなる、実効性の高い啓発イベントを目指すこと。

2. 楠並木朝市との連携

毎月第1・第3日曜日に開催される「楠並木朝市」との共同開催であることを活かし、防災に関心の薄い層を自然に誘引する工夫を盛り込むこと。

例) 朝市で活用できる特典（お買い物割引券等）や、朝市の食材を活用した防災食の提案など、相互の集客に寄与する企画。

3. ターゲット別のアプローチ

幅広い世代に対し効果的な普及啓発を行うため、ターゲットに応じた最適かつ具体的なアプローチを提案すること。

例)

●ファミリー層向け

「朝の時間を有効活用できる学びと遊びの場」として、親子で参加できる体験型コンテンツを充実させ、公式 SNS 等を活用して効果的に集客する等。

●防災士・防災に関心のある層向け

「宮崎県防災士ネットワーク」等の関係機関と連携し、防災士有資格者が知識をアップデートできる場や、地域防災リーダーとしての参画を促す企画等。

●シニア層・その他未関心層向け施策

防災庁舎の見学や身近な備えの紹介など、心理的ハードルを下げ、自分事化させるための独自の工夫を提案すること。

4. 楠並木朝市に関する情報は以下を参照。

○参照：宮崎市公式観光サイト「いっちゃんが宮崎 楠並木朝市」

<https://www.miyazaki-city.tourism.or.jp/event/12434>

(2) 防災週間に関連する防災イベント

8月下旬から9月上旬までの「防災週間」に関連して、県民に対し、自助・共助を推進、啓発する防災イベントの開催。

防災の日及び防災週間に関しては、以下を参照。

○参照：内閣府公式 HP「令和7年度「防災週間」及び「火山防災の日」について」

<https://www.bousai.go.jp/kyoiku/week/r7bousaiweek.html>

ア 実施時期

令和8年8月～9月

イ 開催場所

イオンモール宮崎、宮交シティ等の屋内ショッピング施設

ウ 開催回数

1回以上

エ イベントコンセプト

国が設定する「防災週間」の趣旨に基づき、災害に対する認識を深め、これに対処する心構えを準備するとともに、ショッピング施設という身近な場所において、

県民一人ひとりが「自らの命は自らが守る（自助）」および「地域は皆で守る（共助）」ことへの意識を具体的に高める啓発イベントとする。

オ 委託内容

防災イベントの企画、運営、広報

カ 企画必須項目

家具・家電の固定、住宅用火災警報器の点検、災害時の停電への備え（モバイルバッテリーやライトの準備等）および、通電火災を防ぐための感震ブレーカー等の必要性を理解すると共に早期避難につなげるための普及啓発に関すること。

(3) プロスポーツチームと連携した防災イベント

プロスポーツチームと連携して、県民に対し、自助・共助を推進、啓発する防災イベントの開催。

ア 実施時期

令和8年10月～12月

イ 開催場所

連携するプロスポーツチームを決定次第、県側と協議すること。

ウ 開催回数

1回以上

エ イベントコンセプト

プロスポーツチームが持つ「発信力」「集客力」「親しみやすさ」といった強みを最大限に活用し、普段防災に関心が薄い層に対しても、災害を自分事として理解させ、具体的な自助・共助の行動へ繋げるイベントとする。

オ 委託内容

防災イベントの企画、運営、広報

カ プロスポーツチームの一例

株式会社テゲバジャーロ宮崎

※ 県が締結している企業等との連携協定については、以下を参照。

○参照：宮崎県公式HP「包括連携協定締結企業等との取組」

<https://www.pref.miyazaki.lg.jp/seikatsu-kyodo-danjo/kurashi/npo/20230330120022.html>

(4) 避難所宿泊体験イベント

県民に対し、避難所を模した空間への宿泊など避難所を疑似体験するイベントを実施し、自助・共助意識を醸成するとともに、避難所環境の改善や災害関連死対策等の実効的な知識を普及するイベントの開催

ア 実施時期

令和8年度中

イ 開催場所

宮崎県が市町村等に対し希望を取り決定する。

ウ 開催回数

1回以上

エ イベントコンセプト

被災時における避難所での生活をリアルに想像（疑似体験）することで、避難所特有の課題や環境を深く理解するとともに、平時からの「備蓄（自助）」の重要性

や、避難者同士の「協力体制（共助）」の大切さを学び、自ら行動できる知識の定着を図るイベントとする。

オ 委託内容

避難所宿泊体験イベントの企画、運営、広報

カ 企画必須項目

- ・ 避難所を具体的にイメージできる企画（避難所の開設・運営及び環境整備の体験、防災食の試食、防災講座等）
- ・ 自助の取り組みを推進する企画（備蓄品、防災グッズの展示等）

キ 参考情報

イベントの規模や進行の詳細は、過去の開催結果を参照すること。

○参照：宮崎県公式 HP「避難所宿泊体験イベントについて」

<https://www.pref.miyazaki.lg.jp/kiki-kikikanri/bosai/chishiki/20251022114725.html>

(5) トップセールスによる防災啓発動画（CM）の作成

知事等のトップセールスを活用し、県民に強いインパクトを与え、具体的な防災行動を促すための啓発動画（CM）を作成する。

ア 作成本数

1本以上（用途に応じたバリエーション展開の提案も含む）

イ 動画内容・コンセプト

- ・ 知事等のトップセールスならではの「信頼性」と「訴求力」を最大限に活かし、県民一人ひとりが災害を自分事として捉え、具体的な備えを開始できるような力強いメッセージを発信する内容であること。
- ・ 広報業務（6）と緊密に連携させ、特に SNS 等における拡散を意識した企画とすることで、若年層から高齢層まで世代を問わず幅広く届くものとする。
- ・ テレビ CM としての放映にとどまらず、公式 SNS、街頭ビジョン、各種イベント会場など、多角的な二次利用を想定した構成とすること。

ウ 委託内容

- ・ 企画・構成（絵コンテ作成）、出演者との調整、撮影、編集、著作権処理、および納品。
- ・ 詳細な作成時期や出演者のスケジュール調整については、契約後に県と十分に協議すること。

エ 納品物

- ・ 完成動画データ
- ・ 各媒体（テレビ CM、SNS、街頭ビジョン等）に最適化されたデータ一式

(6) 防災に関する広報業務

作成した啓発動画や既存の素材を活用し、県民の意識変容を促すための効果的な広報を展開する。

ア 実施時期

令和8年4月下旬頃から令和9年3月頃までの間

イ 広報内容

宮崎県が提供する既存動画、および本業務「(5)啓発動画作成」により制作した動画を使用する。

ウ 広報戦略および媒体（提案事項）

- ・ テレビCMなどの媒体と、詳細なターゲティングが可能なデジタル広告(SNS等)を最適に組み合わせた広報プランを提案すること。
- ・ 特に、防災に関心が薄い層（若年層等）に対し、日常の導線の中で自然に情報が届くよう、SNSの特性を活かした「できるだけ対象者を絞った啓発」を行い、費用対効果を最大化させること。
- ・ テレビ・ラジオCM等の従来の媒体に加え、インフルエンサーの活用、街頭ビジョンや交通広告との連動、位置情報を活用したエリア限定の広告配信など、トレンドや地域特性を取り入れた効果的な広報手段を提案すること。

エ 運用・報告

- ・ 広告のインプレッション数（表示回数）、クリック数、動画再生数、客観的に効果を測定するための指標（KPI）を明示すること。
- ・ 業務完了時には、それらの数値をまとめた詳細資料を提出すること。

(7) 県主催の防災講座開催に係るサポート業務

県が主催する防災講座（年2～3回想定）を円滑に実施するため、運営に必要な事務全般のサポートを行う。

ア 業務範囲

会場設営運営：30名規模の会場手配補助、会場設営および撤去。

講師対応：講師（県内在住者2名程度を想定）への連絡調整、謝金および旅費の支払事務。

消耗品管理：講座実施に必要なとなる消耗品の購入。

イ 留意事項

本項目は、県が決定した内容に基づく事務を遂行する業務であるため、企画提案書における提案は不要とするが、見積りにはこれら事務手数料等を含めること。

(8) 上記(1)～(5)の他に、業務目的を達成する有効な手段等があれば提案すること

4 企画提案・業務実施に当たっての留意事項

(1) イベントの企画運営および関係機関との連携について

- ・ イベントコンセプト及び企画必須項目を踏まえた上で、より効果的な啓発へとつながるよう、防災関係機関に加え、防災関連製品を扱う民間企業等との連携も視野に入れ、各機関の知見や機材を活かした体験型・実践型の企画を盛り込むこと。
- ・ 関係機関との連絡調整は、契約締結後に県と協議の上で受託者が主導して行うものとする。また、出展団体等の取りまとめ、当日の進行管理、安全管理等を含めた包括的な運営体制を構築すること。

(2) 事業費見積もり

費用対効果、法令や環境、安全に配慮するように努めること。

(3) 業務の進捗管理

- ・ 業務の進捗状況を共有するため、県と定期的な打ち合わせ（オンライン可）を実施し、常に情報の共有と意思決定の迅速化を図ること。
- ・ 社会情勢の変化や災害発生状況等により、啓発内容の重点を変更する必要がある場合は、県と協議の上、柔軟に対応すること。

5 成果品・納期

受託者は、本業務の完了後、速やかに以下の成果品を提出し、県の検査を受けるものとする。

(1) 成果品の内容

事業実施報告書（電子データおよび製本）

本業務の全容をまとめた報告書とし、以下の内容を含むこと。

〈イベント実績〉

各イベントの実施概要、記録写真、客観的な集客実績（来場者数等）、参加者アンケートの集計等。

〈広報実施実績〉

テレビCMの放映実績、SNS広告等のデジタル広告の運用結果（インプレッション数、クリック数、動画再生数等のKPI指標）等。

(2) 納期

成果品の納品期限は、原則として令和9年3月31日とする。ただし、各イベントや動画制作の完了ごとに、実績の速報報告および成果物の部分納品を行い、県による段階的な確認を受けるものとする。具体的な各段階の納期については、契約締結後に別途協議の上、決定する。

6 その他

(1) 成果物についての権利は県に帰属するものとし、電子データは、県へ納品すること。

(2) 本仕様書について疑義が生じた場合、又は本仕様書に定めのない事項については、双方協議の上決定する。