

令和7年度ひろしまの森づくり事業の普及啓発に係る業務委託仕様書

1 業務の名称

令和7年度ひろしまの森づくり事業の普及啓発に係る業務（以下「本業務」という。）

2 業務の目的

広島県では、県土の保全や水源涵養などの森林の有する公益的機能を持続的に発揮させるため、平成19年度より「ひろしまの森づくり県民税」（以下、「森づくり税」という。）を導入し、県民から特別に税を徴収するとともに、これを財源とした「ひろしまの森づくり事業」（以下、「森づくり事業」という。）によって、荒廃した森林の再生や森林資源の利用促進、県民理解の促進などに取り組んでいる。

本業務では、県民が、自身が納税している500円の使い道である森づくり事業の取組を一つでも認知し、森づくり税や森づくり事業に対する理解を深めて、趣旨に賛同していただくことを目的とする。

3 発注者

ひろしまの森林づくりフォーラム（事務局：広島県農林水産局森林保全課）

3 業務の期間

契約締結の日から令和8年3月17日（火）まで

4 業務の概要

(1) 目標値

県民全体における、森づくり事業により実施されている取組の認知度が、令和8年度末に30%に達することを目指しており、令和7年度においては、25%を目標値とする。認知度は5(3)アンケート調査の業務において、「森づくり事業の取組を知っている」と回答した者の割合から測ることとする。

○目標認知度及び過年度の実績数値

		R4	R5	R6	R7
※アンケート調査結果	取組を知っている	24.0%	22.9%	23.2%	25% (目標値)
	名称のみ	9.4%	9.7%	10.3%	—
	知らない	66.6%	67.4%	66.5%	—



※問 広島県では、「ひろしまの森づくり県民税」を財源として、県内各地で「ひろしまの森づくり事業」を実施しています。「ひろしまの森づくり事業」として実施している次の取組を、あなたは知っていますか。に対する回答
(あてはまるものをすべて選択) (N=1,000)

《参考：令和6年度アンケート調査結果の詳細》

アンケート調査においては、問に対し、森づくり事業の取組別に認知度を集計しており、取組のうちいずれか1つ以上を選択した回答者を、「森づくり事業の取組を認知している」とみなすこととしている。※なお、男性より女性の方が認知度が低く、年齢別では40～50代の認知度が低い現状にある。

取組を知っている

名称のみ

	回土 め砂 るの ため 森の 整備 歩道 整備	身近 な登 山道 や自 然公 園等 の周 辺	ギ等 ・の ヒ公 益不 足機 能に より 伐低 下 した ん 養	手入 れ不 足に より 水 源か ん 養	の生 活の 場 にせ り出 して いる 森 林	林の 伐採 ・整 理潜 み出 場所 とな るイ ノ森	住宅 地や 農地 に出 没す るイ ノ森	動等 が行 う、 地域 住民 や森 林ボ ラン ティ ー全 体	活自然 動観 への 支察 援会 等の 支 援	森林 整備 体験 、木 育イ ベン ト、 林業 体験	宅建 設使 用材 利用 促進 のため 、県 産住 材	その他	とが 、上 記の よう な取 組は 見聞 きし たこ ろ	知らない
全体(n=1,000)	7.7	7.6	6.9	6.7	6.6	6.5	6.2	4.4	0.1	10.3	66.5			
【性別】														
男性(n=500)	9.0	8.2	8.4	9.2	6.8	7.6	6.4	5.0	0.2	10.2	62.6			
女性(n=500)	6.4	7.0	5.4	4.2	6.4	5.4	6.0	3.8	0.0	10.4	70.4			
【年齢】														
20代(n=200)	7.5	8.0	6.5	6.0	9.0	7.5	7.0	7.5	0.0	8.5	63.5			
30代(n=200)	9.0	7.0	10.0	7.0	5.0	7.0	7.0	3.5	0.0	9.5	64.5			
40代(n=200)	6.0	7.5	7.0	7.0	5.5	4.5	4.5	4.5	0.5	11.0	69.0			
50代(n=200)	7.5	5.5	4.5	6.0	5.5	6.0	5.0	3.0	0.0	8.5	69.0			
60歳以上(n=200)	8.5	10.0	6.5	7.5	8.0	7.5	7.5	3.5	0.0	14.0	66.5			
【職業】														
会社員・団体職員等(n=467)	8.6	7.5	6.9	7.3	6.2	6.2	6.9	4.7	0.0	11.6	62.5			
学生(n=25)	8.0	8.0	8.0	4.0	4.0	16.0	12.0	4.0	0.0	0.0	64.0			
家事専業(n=84)	8.3	3.6	11.9	7.1	4.8	4.8	4.8	2.4	0.0	16.7	61.9			
家事手伝い(n=4)	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	75.0			
経営者・役員(n=11)	18.2	9.1	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	9.1	72.7			
公務員(n=51)	7.8	15.7	7.8	7.8	11.8	5.9	7.8	11.8	0.0	3.9	62.7			
自営業(n=34)	2.9	2.9	5.9	5.9	8.8	2.9	0.0	0.0	0.0	8.8	79.4			
自由業(n=11)	18.2	9.1	0.0	18.2	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	63.6			
パート・アルバイト(n=180)	4.4	6.7	3.9	3.3	6.7	6.7	4.4	3.3	0.6	11.1	73.9			
その他(n=20)	10.0	5.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	15.0	0.0	5.0	75.0			
無職・定年退職(n=113)	8.0	9.7	8.0	8.0	8.0	7.1	7.1	2.7	0.0	7.1	70.8			
【地域】														
広島市(n=500)	7.8	7.2	6.8	6.6	6.2	6.6	6.2	3.6	0.0	11.6	63.0			
広島地域(広島市以外)(n=261)	6.9	8.8	7.3	7.3	7.7	6.5	7.3	3.8	0.0	11.5	67.4			
備後地域(n=217)	8.8	7.8	6.9	6.9	6.5	6.5	5.1	6.0	0.5	6.5	71.9			
備北地域(n=22)	4.5	0.0	4.5	0.0	4.5	4.5	4.5	13.6	0.0	4.5	81.8			

属性別の認知度

(2) 業務のメインターゲット

県民に対し、森づくり税や森づくり事業の内容を周知することは、税の使途や事業の成果を正しく伝え、その重要性を理解してもらう重要な機会となる。結果として、森林の役割や保全の意義への理解が深まるとともに、事業に共感いただけた県民が実際に森づくり活動に参加するきっかけづくりとなる効果があると考えられる。

特に、親世代から子どもに向けて周知がされることで、次世代に対し早期段階から森林について学び親しむ機会の増加につながり、森づくり事業に対する深い理解促進にもつながると考えられるため、当該業務のメインターゲットは、次のとおり設定する。

○ 乳幼児～小学校低学年の子を持つ親世代

また、メインターゲットのうち、特に環境的なことに興味がある、アウトドアに興味があるといったライト層の関心をひきつけることで、一步踏み込んだ行動に移る人を増やすような広報を目指す。

《参考：想定されるライト層のイメージ》

- ・ 環境問題に関心があり、環境に良いことがしたい
- ・ キャンプや登山に興味があるもしくは趣味で、山が好き
- ・ 木製品を好んで使う
- ・ 子どもをもっと自然と触れさせたいが、方法がわからない

5 提案業務の内容

受託者は、次の項目に基づき**企画、デザイン、原稿、編集、校正、運用、分析等の一切の業務および納品業務**を行うこととする。

(1) 動画配信【経費配分：5,000 千円程度】

- ・ 発注者で所有する 60 秒動画 3 本、15 秒動画 4 本、6 秒動画 3 本を適宜組み合わせて配信する。
- ・ 媒体は、インターネットメディア、YouTube、TVer、Instagram 広告等を想定しているが、特にメインターゲットに視聴してもらえるような媒体を適宜選択すること。なお、その他、交通機関や商業施設に設置されたデジタルサイネージ、テレビ、ラジオ等を活用した広告も可能とする。
- ・ いずれの媒体でも選択した根拠及び目標値を示すこと。なお、目標値については、視聴回数、表示回数、クリック数、クリック率等とすること。
- ・ また、動画の遷移先を、森づくりネット【<https://moridukuri.net/>】とし、前項のターゲットが求める情報を得られるよう、県の指定するページへ誘導させるものとする。

《活用する動画》

- ・ 60 秒動画① タイトル：森のお手入れ！篇
【<https://youtu.be/L46w91J58AI>】
- ・ 60 秒動画② タイトル：里山の課題解決！篇
【https://youtu.be/8gCuA0whW_Q】
- ・ 60 秒動画③ タイトル：森のイベント！篇

【https://youtu.be/_C_g2WDFnBc】

- ・ 15 秒動画① タイトル：森のトリビア篇
【<https://youtu.be/3wLjCxss4is>】
- ・ 15 秒動画② タイトル：ひろしまの森づくりクイズ「レモンチとコラボ」篇
【<https://youtu.be/7quZxYkkPnc>】
- ・ 15 秒動画③ タイトル：ひろしまの森づくりクイズ「メリーちゃんとコラボ」編
【<https://youtu.be/28JS7Vzkzgw>】
- ・ 15 秒動画④ タイトル：ひろしまの森づくりクイズ「サンチェ君とコラボ」篇
【<https://youtu.be/901FpRKgnwY>】
- ・ 6 秒動画① タイトル：ひろしまの森づくり short 動画「サンチェ君とコラボ」篇
【<https://youtube.com/shorts/4yFcQkm5bGs>】
- ・ 6 秒動画② タイトル：ひろしまの森づくり short 動画「レモンチとコラボ」篇
【<https://youtube.com/shorts/ZWsgrk5AKy0>】
- ・ 6 秒動画③ タイトル：ひろしまの森づくりクイズ「メリーちゃんとコラボ」篇
【<https://youtube.com/shorts/nYa4mT20zrs>】

《留意事項》

- ・ 2 週間に 1 回を目途に表示回数やクリック数、クリック率等を分析し、目標数値達成のために必要な調整を行い、任意の方法で報告すること。
- ・ 先述の動画を全て活用する必要はなく、目標達成に応じて適宜動画を組み合わせること。
- ・ 社会通念上不適切であると考えられるサイトへの掲載を排除するよう努め、掲載サイトを定期的に確認すること。
- ・ 目標値を達成するために、最大限の期間で発信を行うこと。

(2) 発注者が主催・運営するイベントの報道

- ・ 発注者が別途主催・運営する「フォーラムの森」森林保全活動について、任意の媒体で報道すること。

《「フォーラムの森」森林保全活動の概要》

○日時：令和 7 年 11 月 15 日（土）（雨天の場合は 11 月 29 日（土）に延期）

○場所：広島県緑化センター（広島市東区福田）

○主催：発注者（ひろしまの森林づくりフォーラム事務局）

○参加者：ひろしまの森林づくりフォーラムの会員企業・団体の社員とその家族約 100 名

○内容：除伐、階段整備、林内清掃、植樹、木工クラフト体験等を予定

○活動の目的：県内企業や団体、行政の連携・協力による森づくり活動の展開。

○報道の狙い：会員企業・団体の社会貢献活動の PR 及び多様な主体（県民にとって身近な企業等）の活動により森林保全活動の普及啓発に寄与すること。

○参考：令和 6 年度の様子【<https://moridukuri.net/activities/archives/813>】

- ・ 上記を参考に最適な媒体を選定し、報道する。なお、選定した根拠及び露出目標数値（視聴率、PV 数、クリック数、発行部数等）も併せて提案すること。
- ・ 発信時期はイベント実施後とし、発信内容には、イベントの様子を紹介を含めること。

(3) アンケート調査（広報効果の検証）【経費配分：500 千円程度】

- ・ひろしまの森づくり事業の取組認知度を把握し、広報業務を実施した効果を判別するため、アンケート調査を実施する。
- ・広報業務の実施後、1 回行うこと。
- ・設問は、回答者情報を除き 10 問程度とし、発注者と受託者で協議を行い決定する。
- ・調査対象は、県内在住の個人 1,000 人以上とする。ただし、標本数は性別および各年齢層において均等とする。
- ・アンケート実施後は、目的に沿った詳細な分析を実施し、報告書にまとめて提出すること。

(4) その他（自由広報）

- ・上記(1)～(3)のほか、TV・新聞・雑誌・ラジオ・交通広告、業界紙・業界の広報誌等、様々な媒体から効果的なものを提案し、組み合わせて実施すること。

5 打合せ等

(1) 打合せ

受託者は、業務の遂行にあたり、原則として、県庁で発注者と月 1 回程度の定期的な打合せを行うものとする。

打合せについては次のような内容を主に想定している。

- ・進捗状況の報告
- ・広報実施による視聴者の反応やメディアの意向を踏まえ、さらなる効果的な広報に向けた改善点を提案するなど、より高い認知に向けた方策の検討
- ・各提案内容の実施の可否や詳細について決定するための協議

(2) 報告

受託者は、打合せ結果を記録にまとめ、発注者に速やかに提出するものとする。

6 成果物

事業者は、事業完了後、速やかに次の成果物を提出する。

- (1) 本業務で制作した成果品等の電子データ一式
- (2) 遂行した業務内容と業務結果の分析及び今後の改善策が記載された実績報告書

7 その他条件等

- (1) 追加料金が発生する提案は認めず、本提案に要する一切の経費は受託者が負担する。
- (2) 業務に係る各種調整は受託者が行う。
- (3) 契約に当たっては、最優秀者の提案を基に県と協議・調整の上、要求仕様の確定後に契約の締結を予定していることから、契約段階において、提案内容の変更を求めることがあり得ることを了承すること。
- (4) 契約締結後、協議等により確定した実施業務の進行スケジュール表を 10 日以内に作成し、発注者に提出及び承認を得ること。
- (5) 再委託等の制限

受託者は業務の一部を委託することができるが、その場合は再委託先ごとの業務の内容、制

作の体系図及び工程表、再委託先の概要及びその体制と責任者を明記したものを事前に書面にて報告し、発注者の了解を得なければならない。

(6) 業務の履行に関する措置

発注者は、本業務（再委託した場合を含む。）の履行につき著しく不相当と認められるときは、受託者に対して、その理由を明示した書面により、必要な措置をとるべきことを要求することができる。

受託者は、上記要求があったときは、当該要求に係る事項について対応措置を決定し、その結果を要求のあった日から 10 日以内に発注者に書面で通知しなければならない。

(3) 成果品の利用(二次利用等)

本業務による成果品の著作権等一切の権利は発注者に帰属するものとし、また発注者は、本業務の成果品を自ら使用するために必要な範囲において、随時利用（加工を含む）できるものとする。

(4) 機密の保持

受託者は、本業務（再委託をした場合を含む。）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、本業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、き損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。

(5) 個人情報の保護

受託者は、本業務（再委託をした場合を含む。）を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、広島県個人情報保護条例（平成 16 年 12 月 17 日広島県条例第 53 号）を遵守しなければならない。

(6) 「モーリー（ひろしまの森づくりキャラクター）」の使用

本業務に「モーリー」を使用する場合は、本提案において無償で活用できるものとする。

「モーリー」の着ぐるみは 2 タイプ（通常・バルーン）あり（参考：
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/hiroshimanomorizukuri/molly.html>）、県に申し出れば使用可とする。

ただし、使用する場合は事前に申し出るとともに、使用に必要な経費（運搬費及び操演代）は本提案に含める。