

食品ロス削減に係る普及啓発業務仕様書

1 業務名

食品ロス削減に係る普及啓発業務

2 実施期間

契約締結日から令和9年3月31日（水）

3 目的

本業務は、県民一人ひとりが食品ロス問題を「我が事」として捉え、食品ロス削減のために、自主的な取組を行うような気運を醸成することを目的とする。

4 背景

本県の食品ロス削減の取組は、令和5年度に策定した「広島県食品ロス削減の取組方針」に基づき実施することとしている。

本方針では、取組の方向性として、消費者と事業者の双方に働きかけを行うこととしており、特に事業者は、食品ロスの削減のための課題と自らの取組を消費者に伝え、消費者の理解を促進するための重要な役割を担っていると考えられることから、食品関連事業者等の取組に対する支援を重点的に実施することとしている。

本県のこれまでの取組としては、「もったいない」をいっしょに減らそう食ロス広島アクション」をキャッチフレーズに、「手前どり」「使いきり」「食べきり」の3つのアクションを推進してこことし、県の食品ロス削減イメージキャラクター「ドリス・キリス」、食ロスソング、ダンス動画等の啓発資材を作成し、県民の食品ロス問題に対する認知向上を図った。また、3つのアクションに係るキャンペーンやイベントなどを食品関連事業者等と連携して実施した。

さらに、令和6年度に策定された「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン（消費者庁 厚生労働省）」を踏まえ、食べ残した料理を持ち帰る「mottECO」の実証を実施し、普及に向けた課題整理等を行った。

令和8年度は、県民への啓発として、昨年度に引き続き「使いきり」を実施する。また、事業者の取組支援として、令和7年度広島県消費者意識調査において、取り組んでいる県民の割合が特に低い「食べきれなかった料理の持ち帰り（mottECO）」と「フードシェアリングサービス」の普及に向けた取組を実施する。

【参考】令和7年度広島県消費者意識調査結果

あなたは、「食品ロス」を減らすために取り組んでいることはありますか。以下の選択肢のうち、当てはまるものを全てお選びください。（複数回答可）

(%)

	全体	「賞味期限」を過ぎてもすぐに捨てるのではなく、自分で判断する	日頃から冷蔵庫等野菜等の種類・量・期限表示を確認する	冷凍保存や野菜等の鮮度を長持ちさせる袋の活用など、保存方法を工夫する	残さず食べる	料理を作り過ぎない	残った料理を別の料理に作り替える（リメイクする）など、工夫して食べる	小分け商品、少量パック商品、バラ売り等食べ切れる量を購入する	飲食店等で注文し過ぎない	食べ切れなかった料理は、可能であれば自己責任で持ち帰る	期限間近引き商品・ポイント還元の商品を優先して選ぶ	商品棚の手前並ぶ期限の近い商品を購入する（いわゆる「てまえどり」）	食べる予定のない食品をフードライブラリーなどで寄付する	フードシェアリングサービスの活用	事業者の食品ロス削減の取り組みについて、関心をもち見聞きする	その他	取り組んでいることはない
全体	(1053)	65.9	43.6	28.6	67.5	36.9	19.9	23.5	31.6	16.4	27.8	17.6	4.7	1.7	6.6	0.2	9.7
性別																	
男性	(528)	60.4	35.2	20.1	64.2	30.1	13.6	17.4	27.8	12.7	23.1	14.8	3.4	2.5	6.1	0.2	14.2
女性	(525)	71.4	52.0	37.1	70.9	43.8	26.3	29.5	35.4	20.2	32.6	20.4	5.9	1.0	7.2	0.2	5.1
年代																	
10代	(107)	70.1	33.6	17.8	63.6	27.1	16.8	20.6	42.1	19.6	21.5	22.4	6.5	5.6	8.4	0.0	10.3
20代	(161)	55.9	34.8	19.9	62.1	37.9	15.5	18.6	28.6	9.9	26.7	21.7	3.7	0.6	3.1	0.0	11.8
30代	(182)	61.5	47.3	25.3	73.1	35.7	17.6	21.4	31.3	15.4	27.5	15.9	4.9	2.7	7.7	0.0	10.4
40代	(151)	60.9	37.1	29.8	62.3	33.1	17.9	17.9	31.1	13.2	24.5	17.9	5.3	1.3	3.3	0.7	12.6
50代	(151)	66.9	47.0	27.2	69.5	41.1	18.5	30.5	33.8	17.9	27.8	18.5	5.3	2.0	6.0	0.7	10.6
60代	(151)	71.5	45.7	36.4	68.9	41.1	20.5	25.8	32.5	16.6	31.8	15.2	5.3	0.7	10.6	0.0	7.9
70代	(150)	77.3	56.7	42.0	71.3	40.0	32.7	29.3	25.3	24.0	33.3	12.7	2.0	0.0	8.0	0.0	4.0
性年代																	
男性 10代	(32)	75.0	15.6	15.6	56.3	21.9	15.6	18.8	25.0	21.9	25.0	28.1	9.4	12.5	9.4	0.0	15.6
男性 20代	(86)	53.5	24.4	18.6	55.8	33.7	7.0	16.3	27.9	9.3	22.1	18.6	4.7	1.2	2.3	0.0	15.1
男性 30代	(107)	57.9	43.9	19.6	71.0	28.0	12.1	15.9	25.2	11.2	21.5	12.1	2.8	3.7	7.5	0.0	13.1
男性 40代	(76)	55.3	27.6	22.4	64.5	22.4	10.5	10.5	28.9	9.2	17.1	10.5	2.6	1.3	1.3	1.3	21.1
男性 50代	(76)	60.5	36.8	13.2	67.1	30.3	14.5	22.4	26.3	18.4	22.4	17.1	5.3	2.6	7.9	0.0	17.1
男性 60代	(76)	64.5	39.5	18.4	63.2	34.2	9.2	19.7	32.9	9.2	28.9	14.5	2.6	1.3	7.9	0.0	10.5
男性 70代	(75)	66.7	45.3	30.7	65.3	36.0	29.3	20.0	28.0	16.0	26.7	10.7	0.0	0.0	8.0	0.0	8.0
女性 10代	(75)	68.0	41.3	18.7	66.7	29.3	17.3	21.3	49.3	18.7	20.0	20.0	5.3	2.7	8.0	0.0	8.0
女性 20代	(75)	58.7	46.7	21.3	69.3	42.7	25.3	21.3	29.3	10.7	32.0	25.3	2.7	0.0	4.0	0.0	8.0
女性 30代	(75)	66.7	52.0	33.3	76.0	46.7	25.3	29.3	40.0	21.3	36.0	21.3	8.0	1.3	8.0	0.0	6.7
女性 40代	(75)	66.7	46.7	37.3	60.0	44.0	25.3	25.3	33.3	17.3	32.0	25.3	8.0	1.3	5.3	0.0	4.0
女性 50代	(75)	73.3	57.3	41.3	72.0	52.0	22.7	38.7	41.3	17.3	33.3	20.0	5.3	1.3	4.0	1.3	4.0
女性 60代	(75)	78.7	52.0	54.7	74.7	48.0	32.0	32.0	32.0	24.0	34.7	16.0	8.0	0.0	13.3	0.0	5.3
女性 70代	(75)	88.0	68.0	53.3	77.3	44.0	36.0	38.7	22.7	32.0	40.0	14.7	4.0	0.0	8.0	0.0	0.0

5 定義

- ・mottECO：飲食店で食べきれなかった料理を利用者が自己責任で持ち帰る取組のこと
- ・ドギーバッグ：食べ残しの持ち帰りに使用する容器のこと
- ・フードシェアリングサービス：小売店等でそのままでは廃棄されてしまう食品と購入希望者とのマッチングサービスのこと
- ・モデル地区：mottECO とフードシェアリングサービスに取組む商店街（中央通り商店街、えびす通り商店街、タカノ橋商店街）のこと

6 事業内容

(1) mottECO 推進事業

ア 事業目的

飲食店の主な食品ロス、消費者の食べ残しであるが、食べ残した料理の持ち帰りは、それに伴う飲食店側の法的及び衛生的なリスク等の課題があり、取組が進まない状況であったが、令和6年度、「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン（消費者庁 厚生労働省）」が策定され、これらのリスクを低減するために取るべき行動が示された。

本県では、本ガイドラインを踏まえ、今後、mottECO を普及させていくこととし、令和7年度に、環境に配慮した素材「バガス」を持ち帰り容器に用いたmottECO 実証事業を県内の飲食店9店舗の協力のもと実施し、今後、mottECO を普及させていくための情報収集と課題整理を行った。

実証の結果、協力店からは、「食品ロスが減り、お客様の満足度が向上した。」などの取組を評価する意見がある一方で、「店員に持ち帰りを尋ねることを躊躇する消費者が多くいるので、消費者側から言い出しやすくする工夫があったら良い。」「持ち帰りの説明や可否の判断に時間が取られる。」などの課題に関する意見もあった。

今年度は、これらの課題を解決し、事業者及び消費者がmottECO に取り組みやすくするための手法を検証するとともに、モデル地区の取組を重点的にPRすることで周知を図る。

イ 事業目標

(ア) 定量目標

- ・協力店舗数：モデル地区に属する飲食店を含む 50 店舗（県全域に協力店舗がある状態）
- ・消費者アンケート回答数：400 件

(イ) 定性目標

- ・消費者が持ち帰りを言い出しやすい雰囲気作りの手法の検証
- ・横展開に向けた情報の整理（取り組みやすい業種、地域特性等）

ウ ターゲット

20～50 代（特に子連れ）

エ 協力店舗

- ・モデル地区（中央通り商店街、えびす通り商店街、タカノ橋商店街）に属する飲食店
- ・上記以外で、県内の意欲のある飲食店

オ 取組期間

令和8年10月1日～令和9年1月31日（4カ月間）

カ 事業内容

mottECO を普及させるため、取組の趣旨に賛同し、県と連携して取り組む飲食店（協力店）を募集する。

県は、各協力店に対して、mottECO に取り組みやすくなると思われる実証方法案を複数提示し、各店舗は自らの店舗において効果的と思われる方法を採用し、取組を行う。

モデル地区においては、実証方法の効果をより詳細に検証するため、協力店に随時ヒアリングを行い、協力店の意見を踏まえ実証方法を適宜修正する。

県は、事業に必要な資材（ドギーバッグ、チラシ、ポスター及び食べ残し持ち帰りガイドライン説明動画等）を協力店に送付するとともに、県民に対して事業のPRを行い、mottECO の周知と来店者の増加を図る。特にモデル地区の取組は重点的にPRする。なお、PR効果を高めるため（2）で起用する著名人を活用した広報を実施する。

協力店は、県が提供したポスターを店舗に掲示し、消費者が持ち帰りを希望した場合は、持ち帰りの可否を判断し、可能である場合は、消費者にチラシ等により注意事項を説明したうえで、ドギーバックを提供する。

県は、協力店及び消費者に対して、実証方法の効果及び課題、取り組みやすい業種、地域特性、消費者の食べ残し持ち帰りに対する考え等を把握するためのアンケートを実施し、今後の横展開に向けた情報の整理を行う。

（2）使いきり啓発事業

ア 事業目的

家庭における食品ロスを削減するため、捨ててしまいがちな食品として最も割合の高い野菜類をターゲットとして、令和7年度にスーパー及び市町等と連携し、鮮度保持袋の配布及び県HP等で鮮度保持に関する情報発信等を実施した。

令和8年度は、県民の使い切りに対するさらなる意識向上を図り、行動に繋げるため、野菜の鮮度保持に加えて、おいしく食べる方法や保存方法による栄養素の変化も併せて情報発信を行うこととし、野菜に関する知見を有する著名人の起用や大学研究機関等と連携した広報を実施する。

イ 事業目標

- ・広島県消費者意識調査における「冷凍保存や野菜等の鮮度を長持ちさせる袋の活用など、保存方法を工夫する」県民の割合：40%（令和7年度の割合28.6%）
- ・鮮度保持袋配布数：10,000部

ウ 事業ターゲット

30～60代

エ 取組期間

契約後～令和9年3月31日

オ 業務内容

- ・著名人を起用した「使いきり」に関する情報発信
- ・小売店やイベント等での鮮度保持袋の配布

7 委託業務内容

（1）mottECO 推進事業

ア 企画・提案業務

- ・県内一円からmottECOに意欲のある飲食店（協力店）を募集するための方法を提案すること。協力店は、地域と業種に偏りが出ないように工夫すること。なお、提案時点では、店舗の確約は不要。
- ・店舗及び消費者がmottECOに組みやすくなるための手法を検討するため、消費者から食べ残しの持ち帰りをしたい旨を店舗側に伝えやすくするための手法（例：店内ポスター、持ち帰り宣言カード等）を複数提案し、効果検証をするための手段も併せて提案すること。なお、提案内容は、食べ残し持ち帰り促進ガイドライン及び店舗側

の事務負担に配慮したものとすること。

このほか、mottECO 普及における課題を解決するための手法があれば、併せて提案すること。（例：店舗側の事務負担を軽減する方法など）

- ・本事業の認知度が高まるよう、県民に効果的に発信するための広報戦略を提案すること。
- ・特にモデル地区の取組（mottECO 及びフードシェアリングサービス）は、（２）使いきり啓発事業で起用する著名人及び県のイメージキャラクター（ドリス・キリス）を用いて、来店者増加や商店街・協力店のイメージ向上等、モデル地区のメリットにつながる広報戦略を提案すること。
- ・モデル地区においては、各種メディア媒体の取材誘致が重要になることから、取材を呼び込むためのメディア露出の戦略を立案し、実行すること。
- ・広報戦略について、事前に目標値を設定した上でシミュレーションを提出すること。
- ・今後の横展開に向けた情報（実証効果、取り組みやすい業種、地域特性、消費者の食べ残し持ち帰りに対する考え等）をとりまとめるため、協力店舗及び消費者に対するアンケート方法等を提案すること。
- ・アンケートの実施にあたっては、回答率をあげるための工夫をすること。なお、インセンティブを付与する場合は、次の条件を確認すること。
 - ① ノベルティを配布する場合は、食品ロス削減に資する啓発ができるものとする。
 - ② ギフトカードや金券、食料品など個人の資産形成に資するものについては、本事業ではその費用を負担しない。
 - ③ 当選割合や景品の単価については、景品表示法及びその関係法令を遵守すること。
- ・上記のほか、動画制作や自社が持つ媒体を活用する等、事業目的の達成に寄与すると考えられる発信方法を自由に提案すること。
- ・最終的な業務内容は、契約後、県と協議のうえ決定することとする。

イ 協力店舗の募集・調整

- ・事業に必要な資材（ドギーバッグ、ポスター、消費者から食べ残しの持ち帰りをした旨を店舗側に伝えやすくするために必要な資材等）を作成し、送付すること。
なお、ドギーバッグは、県が指定するバガスモールド（単価 50 円程度、最大 4,000 個程度）を使用すること。
- ・協力店と消費者に対して、アンケートを実施し、取組の効果検証を行うこと。

（ア）モデル地区の店舗

- ・モデル地区に所属する飲食店（県が候補店舗のリストを作成。20 店舗程度。）に個別に事業内容を説明し、協力の得られた店舗（協力店）と実証方法を調整すること。
- ・取組開始前に、各協力店舗に対してドギーバッグと実証に必要な資材を送付すること。取組期間中に資材が不足する場合は協力店と調整し、随時送付すること。
- ・定期的にモデル地区の協力店舗に電話や訪問等によるヒアリングを行い、実証方法の効果検証を行うとともに、より効果が高いと思われる手法を提案できる場合は、店舗と調整し、実証方法を変更すること。

（イ）モデル地区以外の店舗

- ・実証開始前に、県は各協力店舗に対して、取り組みやすい実証方法と事業に必要な資材を確認し、受託者はそれに応じてドギーバッグ及びポスター等の資材を送付すること。取組期間中に資材が不足する場合は協力店と調整し、随時送付すること。
- ・各協力店から、実証方法や取組について、変更や中止したい旨の連絡を受けた場合は、適宜対応すること。

ウ 今後の普及に向けた整理

- ・アンケート及び実証結果等を取りまとめ、報告書を作成すること。

- ・10月末時点で、中間報告をすること。

エ 役割分担

各役割は、原則表1のとおりとするが、関係者間での協議により変更する可能性がある。

表1 mottECO 推進事業における役割分担

立場	関係者との調整	消費者への啓発
県	<ul style="list-style-type: none"> ・全体調整 ・全県的な協力店舗の募集 ・商店街組合との調整 ・市町との連携調整 	<ul style="list-style-type: none"> ・HP等での広報 ・県、市町イベント等での広報
受託者	<ul style="list-style-type: none"> ・全県的な協力店舗の募集方法の提案 ・商店街加盟店（飲食店）に対する事業参加の働きかけ ・協力店への啓発資材等提供（持ち帰り容器、ポスター、注意事項を記載したチラシ等） ・主に商店街における協力店との実証内容調整 ・取組期間中の店舗ヒアリング ・著名人の起用及び調整 ・中間、事後アンケートの集計 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業PR（特に商店街での取組PRはフードシェアリングサービスと併せて重点的なPRを実施） ・広報資材の作成 ・アンケート実施
商店街組合	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街参加店の窓口 ・事業PRへの協力 	<ul style="list-style-type: none"> ・HP等での広報
飲食店	—	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗でのポスター掲示等取組周知 ・食べ残しの持ち帰りが可能である料理及び条件の判断 ・持ち帰りを希望する消費者へのドギーバッグの提供、持ち帰りにあたっての注意事項説明 ・中間、事後アンケートへの協力

(2) 使いきり啓発事業

ア 企画・提案業務

- ・次に示す条件を満たす著名人及び県のイメージキャラクター（ドリス・キリス）を用いて、本事業の認知度が高まり、県民の行動に繋がるよう効果的に情報を発信するための広報戦略（キャッチコピーや啓発方法等）を提案すること。

（起用の条件）

- ・本業務に理解があること。
- ・野菜の保存方法、美味しく食べきる方法について一定の知見があり、事業期間中、継続的に本人からの情報発信が可能であること。また提案書には、これらの知見を有することがわかるように、プロフィールを記載すること。
- ・事業ターゲットに認知されており、ターゲットへの発信力が期待できること。
- ・広島県在住であり、県及び委託事業者との連絡調整が支障なく実施できること。

- ・契約にかかる費用は、本業務に含めること。なお、上限額は120万円（税抜き）とする。
- ・広報戦略について、事前に目標値を設定した上でシミュレーションを提出すること。
- ・最終的な業務内容は、契約後、県と協議のうえ決定することとする。
- ・契約後は、適宜実施状況を評価し、必要に応じて戦略を再提案すること。

イ 啓発資材の作成及び情報発信

- ・事業に必要な啓発資材を作成すること。
- ・啓発資材として、県民へ配布するための鮮度保持袋（単価100円程度）を1万部準備すること。
- ・協力事業者及び市町等に対して、店舗及びイベント等で配布する啓発資材等を送付すること。
- ・提案内容に応じた情報発信を行うこと。

ウ 役割分担

各役割は、原則表2のとおりとするが、関係者間での協議により変更する可能性がある。

表2 使いきり啓発事業における役割分担

立場	関係者との調整	県民への啓発
県	<ul style="list-style-type: none"> ・全体調整 ・協力事業者及び市町との調整 ・大学等研究機関との調整 ・その他関係者との調整 	<ul style="list-style-type: none"> ・県HP等での情報発信 ・県主催イベントでの鮮度保持袋等配布、情報発信 ・市町イベント等での鮮度保持袋等配布、情報発信 ・広報戦略に沿った情報発信
受託者	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果を高めるための提案 ・著名人との契約、調整 ・啓発資材作成及び事務 ・啓発グッズ配布箇所への送付 	<ul style="list-style-type: none"> ・広報戦略に沿った情報発信
事業者・市町	<ul style="list-style-type: none"> ・事業への協力 	<ul style="list-style-type: none"> ・啓発グッズの掲示・配布
起用する著名人	<ul style="list-style-type: none"> ・啓発グッズ等作成への協力 	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS等における情報発信 ・イベント等への出演等

(4) 全体スケジュール ※イメージ

期	第1四半期(4-6)				第2四半期(7-9)				第3四半期(10-12)				第4四半期(1-3)															
	4月		5月		6月		7月		8月		9月		10月		11月		12月		1月		2月		3月					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
mottECO推進事業					商店街個別説明・啓発資材作成				公募等	資材発送●	●動画公開	実証期間	資材発送●									アンケート・課題整理						
mottECO推進事業(消費者PR)					商店街PR資材作成				著名人等による消費者啓発												アンケート・課題整理							
使い切り啓発					●鮮度保持袋購入・随時配布				著名人等による消費者啓発等																			

(5) 企画、提案における留意事項

- ・広報は、「もったいない」をいっしょに「減らそう食ロス広島アクション」をキャッチコピーとし、減らそう食ロス広島アクション応援キャラクターの「ドリス」と「キリス」及び著名人を活用すること。受託後、素材データ(イラストレータ(ai))は県から送付する。
- ・別紙1の県がこれまでに作成したポスター、動画等も適宜活用すること。

- ・別紙2に記載した各事業に対する県の考えに対して、ターゲットの選定等、より良い提案ができる場合は、貴社の意見を記載し、提案書に添付すること。
- ・広報の効果は、Google Analytics やヒートマップを設置して随時検証し、必要に応じて広報業務の範囲内としてUI/UX、デザインなどの見直しを行うこと。
- ・本キャンペーンの実施前に、県においてプレスリリース等を実施するため、これに必要なプレゼン資料（事業概要や宣伝事項などをまとめたもの）を作成すること。
- ・本事業の特設サイトは県HPにある「広島県食品ロス削減ポータルサイト」に当課にて作成予定であるため、こちらで指示する素材（画像など）を提供すること。また、特設サイトの改善が必要となった場合も、こちらが指示する素材（画像など）を提供すること。
- ・ウェブ解析にあたっては、Google タグマネージャーなどを活用して、Google Analytics 上で計測できるようにすること。なお、Google タグマネージャーは県で設定するため、設定手順を記載した作業依頼書を作成し、県に提供すること。また、流入経路ごとのデータが計測できるよう、広告、紙媒体などにパラメータ付き URL を使用すること
- ・県から広告のクリエイティブ改善やターゲティング、広告媒体の変更等の要望があれば、2回までは追加の費用なしで対応すること。

8 報告等

(1) 実行計画

全体スケジュール及び各業務の内容を取りまとめた実行計画を設計の上、令和8年6月末までに県へ提出すること。

(2) 業務の打合せ

- ・(1)の実行計画をもとに、活動報告及び翌月以降の活動方針について、県との定期会議（オンラインミーティング可）を主催し、協議内容を整理して共有すること。開催頻度は、最大で月1回程度を基本とする。
また、必要に応じて、本業務の責任者等、権限のある者も同席することとし、県の求めがある場合には速やかに来訪すること。
- ・上記の定例会議のほか、業務の細かな打ち合わせ等は、適宜、オンラインミーティング等を開催して、意思疎通を密に行うこと。

(3) 成果品

当事業が完了した際は、本仕様書の記載内容や事業効果の結果等を記載した実施報告書を作成し、県に提出すること。様式は任意のものとし、電子媒体で提出すること。

(4) 委託料の額の確定

県は事業実績報告書の提出を受けたときは、速やかに委託業務の成果を審査し、契約内容に適合すると認めたときは、委託料の額を確定し、受託事業者に通知する。

受託事業者は、委託料の確定額の通知を受けたときは、速やかに請求書を県に提出すること。

9 留意事項

- (1) 受託者は、契約期間中の業務経過内容全般を把握している担当者を置き、業務の実施状況を定期的に報告し、県と連絡調整を十分に行うこと。
- (2) 業務の実施に関して、常に県と密接な連携を図り、県の意図を熟知の上、効率的な進行に努めなければならない。県は、業務実施過程で本仕様書記載の内容に変更の必要が生じた場合は、受託者に協議を申し出る場合がある。この場合、受託者は委託料の範囲内において仕様の変更に可能な限り応じること。
- (3) 契約の締結、業務の履行に必要な費用は、特段の定めのない限りすべて受託者負担とする。
- (4) 受託者は、本業務の遂行にあたり、第三者の名誉や信用を毀損する行為（そのおそれがある行為を含む。）やその他不適切な行為が行われないよう十分に注意を払うものとし、かかる事態が生じた場合は一切の責任と費用負担を負うものとする。

- (5) 受託者は、業務の運営上取り扱う個人情報、契約書に定める事項及び関係法令その他の社会的規範に基づき適切に管理しなければならない。また業務の実施に関して知り得た情報を第三者に漏らしてはならない。
- (6) 作成する資料において法令、外部資料及びデータの出典等は、全て明確にしておくこと。
- (7) 著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第21条から第28条に規定する権利をいう。以下、同様。）をはじめ、本業務の成果品における一切の権利（以下、「著作権等」という。）は、県に帰属する。やむを得ない事情により著作権等の譲渡ができないものについては、受託者は、県が本業務の成果物を事業目的の範囲内で契約期間終了後に活用できるよう、必要な使用許諾を県に与えること。
- (8) 本業務の実施に際し、第三者の著作権、肖像権、特許権、その他権利を使用する場合は、受託者がその使用に関する一切の責任と費用負担を負うものとする。
- (9) 本業務に関し、受託者が県から受領又は閲覧した資料等は全て返却することとし、県の了解なく公表又は使用してはならない。
- (10) 本調査の一部を受託者以外の第三者に委託する場合は、書面により県の承諾を得ること。その際、再委託先ごとの業務の内容、実施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物を県に提出すること。
- (11) 上記(1)から(10)までの事項に違反したとき、または業務を完了する見込みのないときは、県は契約を解除し、受託者に損害を補償させる場合がある。
- (12) 本業務の内容に疑義がある場合や仕様書等に定めのない事項及び重要な事項の決定については、予め県と協議の上、その指示または承認を受けること。

10 その他

この仕様書に定めのない事項またはこの仕様書について疑義の生じた事項については、県と受託者とが協議して定めるものとする。