

## 令和5年度スマートハウス普及促進事業実施業務仕様書

### 1 委託業務の目的

- 広島県では、2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、令和3年3月、「みんなで挑戦 未来につながる 2050 ひろしまネット・ゼロカーボン」を宣言し、省エネルギー対策の推進や再生可能エネルギーの導入促進について、取組を強化することとしている。
- 住宅については、スマートハウスやZEH（ネット・ゼロエネルギーハウス）などのように、断熱化などの省エネや太陽光発電などの再生可能エネルギーの導入を進めることで、温室効果ガス排出量の削減が期待されている。
- そこで、スマートハウス等を導入するメリットや国の補助事業などについて、整理した上で分かりやすく情報発信するとともに、イベントやセミナーを活用することで普及啓発を図る。

### 2 委託業務の概要

- (1) スマートハウス等に係る基本情報整理業務
- (2) スマートハウス等に係る補助金情報の整理
- (3) ZEHビルダー・プランナー情報の収集・取材等
- (4) 県ホームページ（案）の作成
- (5) スマートハウス等に係る対面PR業務
- (6) スマートハウス等に係るセミナー講師派遣
- (7) スマートハウス等普及促進に係る情報発信業務
- (8) その他これに付随する業務

### 3 委託業務の内容

#### (1) スマートハウス等に係る基本情報整理業務

- スマートハウス等のメリット・デメリットを整理する。例えば次のとおり考えられるが、文献や専門家の意見等を引用し、精査して、スマートハウス等のメリットが県民にPRできるように取りまとめる。
- また、実例やモデルケースの試算などにより、できるだけ定量化して、特に、コスト（初期コストとランニングコストの比較。蓄電池の有無も含む。）、工期（補助金活用の有無で設計から建築、入居までかかる時間の差）は詳しく調査する。
- 整理した情報は（4）～（7）の業務において適宜活用することとする。

図表 スマートハウス等に係るメリット・デメリット（例）

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"><li>・断熱性能が高いため空調が効きやすく、快適で健康な暮らしができる</li><li>・太陽光発電、蓄電池等により災害時も安心</li><li>・光熱費のランニングコストが抑えられる</li><li>・補助金が活用できる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・初期コストが高くなる</li><li>・建築会社等に制約がある場合がある</li><li>・工期が長くなる可能性がある</li><li>・補助金活用する場合、建築時期等の制約がある可能性有</li></ul>

## (2) スマートハウス等に係る補助金情報の整理

- スマートハウス等の住宅関係について、国等の補助金情報を整理するとともに、インターネット情報などから、広島県内市町等の情報も一緒に整理する。
- 長期的にスマートハウス建築を検討する県民等の参考となるよう、募集時期、採択時期や補助事業実施時期などについても整理しておく（継続事業の場合は過年度分も含む。）。
- 整理した情報は（4）～（7）の業務において適宜活用することとする。

図表 スマートハウス等の住宅関係に係る国の補助金※

事業名	実施省庁
戸建住宅ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス（ZEH）化等支援事業	環境省
次世代 ZEH+実証事業	経済産業省
地域型住宅グリーン化事業	国土交通省
LCCM 住宅整備推進事業	国土交通省
こどもエコすまい支援事業	国土交通省
先進的窓リノベ事業	環境省／経済産業省
給湯省エネ事業	経済産業省

※ 一部令和4年度情報により作成しており、実態と異なる場合があるため、最新情報を確認すること。

## (3) ZEH ビルダー・プランナー情報の収集・取材等

- スマートハウスや ZEH 等の建設に取り組んでいる業者を県民に紹介し、興味をもってアプローチしてもらうための情報を収集し、整理する。
- ZEHに係る補助金については、ZEH ビルダー／プランナー登録制度がある。  
([https://sii.or.jp/zeh/builder/search?select=partial&library\\_name=&result\\_report=1&mark\\_type=&house\\_type=&area=%E5%BA%83%E5%B3%B6%E7%9C%8C&x=128&y=29#search](https://sii.or.jp/zeh/builder/search?select=partial&library_name=&result_report=1&mark_type=&house_type=&area=%E5%BA%83%E5%B3%B6%E7%9C%8C&x=128&y=29#search)) この中で広島県を対応可能エリアとし、広島県内に本店、支店がある事業者を対象に 20 社以上、スマートハウス、ZEH、太陽光発電設備、蓄電池、断熱改修等に係る取組を収集、取材し、整理する。取材対象や取材内容については、事前に広島県に案を提出し、確認した上で実施する。
- 整理した情報は（4）～（7）の業務において適宜活用することとする。
- また、本業務全体を通じ、県民が上記業者へどれだけアプローチし、さらにスマートハウスや ZEH 等の導入に繋がったかを把握できるように、業者に協力を求めた上で県民向けアンケートを県に提案の上実施する。 県民の注目を集め、アンケートの回収率を高めるため、委託料の範囲内で、県民に対して抽選により景品を進呈するなどのキャンペーンなどを実施するのが好ましい。

## (4) 県ホームページ（案）の作成

- (1)～(3)の情報を活用し、スマートハウス等のメリットを分かりやすく県民に伝えるため、県ホームページ（案）を作成する。 ソフトはワードを使用する
- まとめページや目次、図表やイラストを使用し、分かりやすいように工夫したものをとする。 また、PDF ファイルで電子チラシや電子パンフレットも作成し、プリントアウトしやすいようにしておくこと。電子チラシ等の分量目安は、補助金に係る電子チラシ：A4 サイズ2ページ分×2（新築分、改築分）、電子パンフレット：A4 サイズ8ページ分程度を想定しているが、県と協議の上進めていくこととする。
- 例えばスマートハウス等を「知らない人」「関心、興味がない人」「自ら調べる

人」など、それぞれが見やすいようなホームページの構成とすることが好ましい。

- また、以下の(5)～(7)のイベント告知や実施状況等についても、随時ホームページ(案)を作成する。
- なお、ホームページ自体は、案をもとに県において作成する。

#### (5) スマートハウス等に係る対面 PR 業務

- スマートハウス等の建設に興味がある県民にアプローチするため、対面型の展示場やイベントに出展し、県民を対象に ZEH や省エネ住宅のメリット (CO<sub>2</sub>削減、快適性向上、健康維持、経済性など) を訴求するための展示を行う。
- 出展の場は、住宅展示場や県や市町の環境イベント、住宅イベントなどが考えられるが、効率的に普及啓発効果が期待できる場と展示方法等をあらかじめ複数検討し、3回以上を提案の上実施する。
- 展示は、掲示物だけでなく、体験型のものを取り入れることとし、例えば ZEH を類似体験するための模擬品を県にあらかじめ提案した上で作製し、活用すること。なお、作製に係る費用は委託費に含まれるものとする。
  - 作製したものについて、データがある場合は、県に提供し、本業務終了後も県が活用することができるようにする。

#### (6) スマートハウス等に係るセミナー講師派遣

- 県民へのスマートハウスや省エネ住宅の普及啓発に資するよう、県民や建築業者を対象に、会合や既存のセミナーの場へ、省エネ住宅提案の説明力向上のためのセミナー講師を派遣する。
- セミナーは、住民団体や業界団体の会合などを活用させてもらうこととし、あらかじめ候補をリストアップし、3回以上派遣できるように団体等に提案すること。
- セミナーの内容等を企画し、業界団体や講師との調整、事前準備から当日の対応を含めた一切の業務を行う。ただし、内容については、本事業の目的に基づいたものとすることとし、県と協議しながら進めることとする。
- 時間は調整の上決定するが、目安は 30 分～1 時間程度とする。
- 開催方法は参集型でもオンラインでも可とする。
- 今後の事業の参考や広報に活用するため、受講者に対してアンケートを実施する。

#### (7) スマートハウス等普及促進に係る情報発信業務

- 県民に向けて、これまで整理した情報を伝え、スマートハウス等の建設業者にアプローチしてもらい、アンケートに回答してもらうため、所定予算の範囲内で Web 広告を行う。
- Web 広告予算額は、委託費に含めることとし、合計 40 万円とする。(広告媒体経費のみ。運用経費は別に計上する。)
- 上記の条件の中で、より効果的な情報発信方法を比較検討の上、県に提案した上で実施する。Web 広告媒体には、Twitter, Facebook, Instagram などの広告や、Web バナー広告などが考えられるが、より事業効果を高めることが期待できる媒体、ターゲット、時期、方法、デザインなどを検討、提案すること。
- 合わせて、イベント出展等やセミナー講師派遣についても PR できるような方法を検討実施することが好ましい。
- 広告の運用状況は、実施時期の 2 週間に 1 回程度、県へ報告する。
- なお、不適切なサイトへの情報拡散を防止するため、Web 広告を実施するに際し、次の点に留意すること。

- ・Web 広告にあたっては、ブラックリストの活用や、掲載先サイトの定期的な確認などを通じて、社会通念上不適切と考えられるサイトへの掲載を排除するよう努めること。
- ・不適切サイトへの掲載が認められた場合には、直ちに県に報告するとともに、県の対応指示に従うこと。

(8) その他これに付随する業務

- これらの業務に係る県からの専門的な質問等について、文献や専門家意見聴取などにより、随時調査し、回答する。質問後、回答はなるべく早い方が好ましいが、少なくとも、おおむね1週間以内に状況を報告する。

4 業務の進め方

- 業務開始時には、具体的な計画とスケジュールを県に提示する。その際、公募型プロポーザルにおいて提案した内容を漏れなく盛り込み、実行することとする。
- 業務の詳細に係る広島県との打合せ協議を、毎月1回以上実施する。
- 県と必要な調整をしながら、令和6年3月15日（金）までにすべての業務を終了し、全体の事業完了報告書及び広報物（A4版印刷物2部及び電子データ（ワード又はエクセルデータ））並びに本業務における作製物を提出すること。また、県の求めに応じて、随時進捗状況に応じた報告を行うこと。

5 スケジュール（案）

内容	令和5年			令和6年
	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月
(1) スマートハウス等に係る基本情報整理業務	←→			
(2) スマートハウス等に係る補助金情報の整理	←→	(追加情報等があれば随時)		→
(3) ZEHビルダー・プランナー情報の収集・取材等	←→	情報収集、取材等	(アンケート対応等)	→
(4) 県ホームページ（案）の作成		(追加情報等があれば随時)		→
(5) スマートハウス等に係る対面PR業務	(準備等) ←→	● 県環境イベント予定（参考）	● 県住宅イベント予定（参考）	→
(6) スマートハウス等に係るセミナー講師派遣		(準備等)	←→	
(7) スマートハウス等普及促進に係る情報発信業務		(準備等)	←→	
(8) その他これに付随する業務		(随時)		→