

リチウムイオン電池火災対策に係る啓発業務仕様書

1 委託業務名

リチウムイオン電池火災対策に係る啓発業務

2 委託業務の目的

近年、本市のごみの分別にかかる啓発に当たっては、市民しんぶん挟み込みや本市ホームページを通じた啓発のほか、ごみ分別案内アプリ「さんあ〜る」など、様々な形で分別についての周知啓発に取り組んできたところである。しかし、全国的にリチウムイオン電池使用製品の急増する中で、本市においても、リチウムイオン電池由来の火災が増加している。また、ごみ収集処理業務においてもリチウムイオン電池が原因とみられる火災事故が増加しており、令和8年1月14日には南部クリーンセンターで、建物や設備の汚損、焼損などの被害が発生し、選別資源化施設は現在も稼働停止中である。

このような状況を受けて、リチウムイオン電池の正しい購入、使用、保管、適正排出（廃棄）の方法や、出火時の対応に係る啓発を強化する。

3 委託業務期間

契約締結日から令和9年3月31日（水）まで

4 委託業務内容

京都市民等を対象に、デジタル広告や地下鉄ホーム可動柵広告、地下鉄駅のデジタルサイネージを活用した効果的な啓発を実施し、リチウムイオン電池の正しい購入、使用、保管、適正排出（廃棄）や、出火時の対応に係る市民理解の向上と行動変容の促進を図る。

業務の実施に当たっての基本事項

- ① リチウムイオン電池が、燃やすごみなどで誤排出されると、パッカー車やクリーンセンターの火事に繋がり、日常のごみ処理が停止し、市民生活にも大きな影響を及ぼしかねない。
- ② 市民アンケートにおいて、「充電式の電化製品について、正しい排出先への分別にどの程度取り組んでいますか。」において「ほぼ全て分別している」と回答した割合は、20歳代が最も低く37%、最も高いのは70歳代で64%である。その他の世代は50%前後であるが、若い世代の方が低い傾向。
- ③ 京都市域の人口の10人に1人（約150,000人）が大学生であることや、リチウムイオン電池使用製品の利用が若い世代に多いことも踏まえてターゲットを設定し、効果的な啓発を行う必要がある。
- ④ デジタル広告や地下鉄ホーム可動柵広告、地下鉄駅のデジタルサイネージの組み合わせによる啓発は、通勤通学の機会を捉えた相乗効果を期待している。
- ⑤ 啓発業務に係る課題として、リチウムイオン電池使用製品に使用の表示がないことなどによって、見分けがつきにくいことや、リチウムイオン電池の廃棄方法（手段、回収場所）が分からないことが挙げられる。
- ⑥ 広告配信期間（10月から3月まで）には、夏季に使用されたハンディファン等のリチウムイオン電池使用製品の廃棄量増加が見込まれる。また、年末年始と年度末は、大掃除等によりリチウムイオン電池使用製品の廃棄量増加が見込まれる。
- ⑦ 当該委託事業とは別の啓発事業により、学校等の冬の長期休暇に合わせて、市内の映画館4館にてリチウムイオン電池の適正な排出に関する動画広告の上映を予定している。
- ⑧ リチウムイオン電池や使用製品の排出利便性を向上させるため、広告配信開始までに、回収場所の増加を予定している。

- ⑨ 広告配信に合わせて、市民しんぶん10月号にリチウムイオン電池に関する記事の掲載を予定している。

(1) デジタル広告による情報発信

リチウムイオン電池の適正排出（廃棄）に関する内容の静止画広告を制作し、「Google ディスプレイ」、「Yahoo!ディスプレイ」、「Micro Ads」、「Instagram」、「X」及び「LINE」において広告配信を実施する。また、本市が提供する動画コンテンツを活用し、「YouTube」、「Instagram」及び「TikTok」において動画広告配信を実施する。

なお、コンテンツの発信については以下の点に留意すること。

- ① 広告掲載期間は、令和8年10月1日（木）から令和9年3月31日（水）までとする。
- ② 広告媒体は、「Google ディスプレイ」、「Yahoo!ディスプレイ」、「Micro Ads」、「YouTube」、「Instagram」、「X」、「LINE」、「TikTok」の全てを活用し、各広告媒体の特徴を捉えた広告発信を行うこと。
- ③ 各媒体のリンク先は、本市ホームページとする。（デジタル広告のうち動画広告については、「リチウムイオン電池の正しい購入、使用、充電、保管、廃棄の方法 <https://www.city.kyoto.lg.jp/shobo/page/0000253413.html>」をリンク先とし、その他広告については、「正しい捨て方 <https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000353568.html>」とする。）
- ④ 広告から本市ホームページへの遷移数は18万回以上とすること。
- ⑤ 動画コンテンツのデータは、15秒の動画が5種類（購入時・使用時・保管時・廃棄時・出火時の注意点）、60秒の動画が1種類（15秒の動画5種類の総集編）、アスペクト比は16:9（1920×1080px）及び9:16（1080×1920px）のものをそれぞれ本市から提供する。
提供する動画の詳細は、次のとおりとする。（「リチウムイオン電池火災の防火啓発動画」制作業務に係る受託事業者の公募について <https://www.city.kyoto.lg.jp/shobo/page/0000354441.html>）
- ⑥ 制作する静止画広告は、各広報媒体に適合したものとし、本市の公式広告であることを明記すること。なお、動画の素材に用いるイラストデータ等は本市から提供する。
- ⑦ 広告の発信エリアは、原則として京都市内とする。
- ⑧ 地方公共団体の広告物の発信場所として、ふさわしくないサイト等への配信を禁止する。

その他の発信方法等についても、本市担当者と協議、調整のうえ、これを実施することができる。

ア Google ディスプレイ

リチウムイオン電池の適正排出（廃棄）に関する内容の静止画広告を制作し、リンク先（京都市情報館）に誘導する広告配信を行う。

広告種別	アスペクト比	解像度
静止画	1:1	1200×1200 px
静止画	1.91:1	1200×628 px

イ Yahoo!ディスプレイ

リチウムイオン電池の適正排出（廃棄）に関する内容の静止画広告を制作し、リンク先（京都市情報館）に誘導する広告配信を行う。掲載内容は、「ア Google ディスプレイ」と同様とする。

ウ Micro Ads

消費者の購買履歴や行動データ、位置情報（スマホの GPS データ）等を活用し、よりターゲットに届きやすい広告発信を行う。掲載内容は、「ア Google ディスプレイ」と同様とする。

エ YouTube

本市が提供する動画コンテンツを活用して動画広告配信を実施し、京都市情報館へ誘導する。

掲載する動画は、15秒の動画（最大5種類）及び60秒の動画（1種類）とする。

また、15秒の動画については、スキップ不可設定とすること。

広告種別	アスペクト比	解像度	備考
動画（15 秒）	16 : 9	1920×1080 px	スキップ不可、最大5種類
動画（60 秒）	16 : 9	1920×1080 px	1種類

オ Instagram

リチウムイオン電池の適正排出（廃棄）に関する内容の静止画広告を制作し、本市が提供する動画コンテンツと組み合わせて広告発信し、京都市情報館へ誘導する。なお、掲載する動画は、15秒の動画（最大5種類）とする。

広告種別	アスペクト比	解像度	備考
静止画	1 : 1	1200×1200 px	フィードに掲載
動画（15 秒）	9 : 16	1080×1920 px	ストーリーズ、リールに掲載、最大5種類

カ X

リチウムイオン電池の適正排出（廃棄）に関する内容の静止画広告を制作し、リンク先（京都市情報館）に誘導する広告発信を行う。

広告種別	アスペクト比	解像度
静止画	1.91 : 1	1200×628 px

キ LINE

リチウムイオン電池の適正排出（廃棄）に関する内容の静止画広告を制作し、リンク先（京都市情報館）に誘導する広告発信を行う。

広告種別	アスペクト比	解像度
静止画	1 : 1	1200×1200 px
静止画	1.91 : 1	1200×628 px

ク TikTok

本市が提供する動画コンテンツを活用して動画広告配信を実施し、京都市情報館へ誘導する。

掲載する動画は、15秒の動画（最大5種類）とする。

広告種別	アスペクト比	解像度	備考
動画（15 秒）	9 : 16	1080×1920 px	最大5種類

(2) 地下鉄ホーム可動柵（ホームドアシート）広告による情報発信

ア 広告のデザイン制作

京都市営地下鉄ホーム可動柵広告（扉間小型シート（916.5×650mm））に掲載する広告を制作する。

広告内容は、リチウムイオン電池の適正排出（廃棄）に関するものとし、広告閲覧者を本市ホームページへ誘導する構成とすること。デザインテイスト等は協議の上、調整する場合がある。

イ 広告の掲載

京都市営地下鉄4駅（四条駅（竹田方面行き、10枚1組）、京都駅（国際会館方面行き、10枚1組）、烏丸御池駅（竹田方面行き、10枚1組）、北大路駅（竹田方面・国際会館方面行き、20枚1組））のホーム可動柵広告（扉間小型シート）を掲載する。また、ポスターの製作、ポスターの取り付け・取り外しも行うこととする。

広告掲載期間は、令和8年10月2日（金）から令和9年3月31日（水）までとする。

※ 広告枠については、本市において、予約済みである。

（3）鉄道駅のデジタルサイネージによる情報発信

デジタル広告及び地下鉄ホーム可動柵広告の開始時期に合わせ、市内3箇所のデジタルサイネージに本市から提供した動画広告を掲載する。

掲載するデジタルサイネージは、（みやこビジョン四条（四条駅北改札外側、H2,000×W12,000mm）、四条駅デジタルサイネージ（よんからクロス、60インチ×9面（約180インチ））、京都プレミアムビジョン（京都駅中央コンコース柵外、約405インチ×2面））とし、広告期間は令和8年10月5日（月）から令和8年11月29日（日）までとする。

※ みやこビジョン四条及び四条駅デジタルサイネージの広告枠については、本市において、予約済みである。

5 委託業務の進行等

（1）業務スケジュールの調整

受託者は、業務開始に先立ち、今後の業務スケジュール表を作成し、京都市 環境政策局 循環型社会推進部 資源循環推進課に届け出て、承認を得るものとする。

（2）実績報告書の作成

事業終了後に、実績報告書を京都市 環境政策局 循環型社会推進部 資源循環推進課に速やかに提出すること。

なお、デジタル広告に関しては、各媒体での広告表示回数やクリック数について、毎月、月末締めの数値を翌月10日までに書面で報告すること。

（3）業務終了時検査及び委託料の支払

本委託業務の委託料は、業務終了後、京都市の検査を受け支払う。

なお、受託者は、必要な証拠書類を京都市に示し、検査を受検するものとする。京都市は、必要により証拠書類等の写しを受託者から求めることができるものとする。

また、各広報媒体への広告費の支払い方法及び支払時期については、各広報媒体が定める条件に基づき対応するものとする。

（4）協議事項

情報発信の方法や制作物の内容は、本業務仕様書に従って、プロポーザルで提案された内容を基に京都市と受託者で協議し、内容を決定する。この仕様書に定めのない事項又は業務の遂行に当たり疑義が生じ

た場合は、京都市と受託者の協議によりその解決を図るものとし、当該協議が整わないときは、京都市の指示するところによるものとする。

6 その他

(1) 個人情報等の保護

受託者は、この委託業務によって知り得た個人情報及び通常秘密とされる企業情報をこの事業の目的外に使用してはならない。これは委託期間終了後も同様とする。また、業務終了時には、取得した個人情報等を全て京都市に引き渡すものとする。

(2) 損害賠償

委託業務の実施に伴い第三者に与えた損害は、京都市の責に帰すべきものを除き、全て受託者の責任において処理すること。

(3) 著作権の取扱い

受託者は、本業務の実施のために制作した著作物について、委託期間終了後、本市に全ての著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）を無償で譲渡するものとする。

また、受託者は、本業務の実施のために制作した著作物について、委託期間終了後、著作者人格権の行使はしないものとする。

(4) 提供データについて

本市から提供するイラスト等の画像データは令和8年9月2日（水）までに、デジタル広告で使用する動画データについては令和8年9月11日（金）までにDVD等で提供する。

なお、デジタルサイネージによる情報発信については、本市において、データ入稿、広告審査の対応を行う。

(5) 参考情報

- （環境政策局）リチウムイオン電池の正しい購入、使用、保管、廃棄の方法

<https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000280205.html>

- （消防局）リチウムイオン電池の正しい購入、使用、充電、保管、廃棄の方法

<https://www.city.kyoto.lg.jp/shobo/page/0000253413.html>

- きょうと市民しんぶん令和7年8月1日号 リチウムイオン電池の啓発ページ

https://www.city.kyoto.lg.jp/digitalbook/book_cmsfiles/2805/index.html#target/page_no=9

(以 上)