

「しまね消費者啓発プロジェクト」広報等業務
企画提案競技仕様書

1. 委託業務名

「しまね消費者啓発プロジェクト」広報等業務

2. 業務の目的

(1) 若年層への広報啓発の必要性

若年層は Instagram や YouTube などの SNS を主要な情報源とし、動画や画像など視覚的に訴求力のあるコンテンツを好むため、消費者啓発情報の効果的な伝達が喫緊の課題である。消費とくらしの安全室でも一定の SNS 広報を行っているが、性別・年代・地域・関心別に絞った配信は難しく、さらなる充実が求められている。

また、エシカル消費は環境や社会に配慮した持続可能な未来づくりに不可欠であり、未来を背負う若者への理解促進が特に重要である。エシカル消費の概念はやや専門的で理解しづらいため、動画コンテンツを制作し、わかりやすく効果的な情報提供を行う必要がある。

(2) 勤労世代への広報啓発の必要性

勤労世代を標的とした消費者被害は、投資詐欺等の巨額の被害を伴う深刻な事例が増加している。忙しく学習時間が限られる勤労世代に対しては、簡潔で効果的な広報コンテンツの提供が必要であるが、現状ではその整備が不十分な状況にある。

(3) 全体的な取り組み

こうした課題に対応するため、若年層に向けてはショート動画を制作し、利用者の属性を絞った配信が可能な SNS 媒体を活用して効果的な広報を実施するとともに、出前講座等で配布する啓発グッズを複数制作し、日常生活において継続的に有用な情報に触れられる機会を拡充する。

併せて、エシカル消費の概要をわかりやすく伝える動画の制作を実施し、未来を背負う若者の理解促進を図る。

さらに、勤労世代に対しては、職域での研修等に利用可能な啓発動画を制作し、出前講座や研修で活用できるようコンテンツの充実を図る。

これら一連の取り組みを「しまね消費者啓発プロジェクト」と称し、効果的な消費者啓発の推進を図る。

本業務の委託にあたっては、企画提案競技により企画提案を募集し、その実施はこの仕様書に定めるところによる。

3. 委託期間

契約締結の日から令和9年2月26日（金）まで

4. 委託料上限

3, 614千円（消費税及び地方消費税を含む）

5. 委託業務の内容

「しまね消費者啓発プロジェクト」を円滑に実施するため、本事業においては、（１）コンテンツの制作、（２）ランディングページの制作、実装に係る調整、（３）SNS等デジタル広報、啓発グッズの制作の順に重視するものとし、下記のとおり業務を委託する。

（１）コンテンツの制作

ア 若年層向けショート動画の制作

若年層に多い消費者トラブルや、エシカル消費等の概要を分かりやすく伝えるため（ア）～（エ）のとおり動画を制作するものとする。

（ア）動画の長さ及び本数

15～30秒程度の長さの動画を下記①～⑫のテーマのとおり、12本制作すること。

（イ）動画のテーマ

下記①～⑫のテーマのとおり、事例を用いて制作すること。

テーマ	内容
<u>①副業に関する消費者トラブル</u> <u>※企画提案書のテーマとするこ</u> <u>と</u>	副業サポートや投資の名目で借金をさせられる。 （重要なポイント） ・簡単に稼げる。儲かる。という SNS 広告等を信じないこと。 ・個人情報 は安易に伝えない。相手に言われるままにアプリなどをインストールしないこと。 ・お金を稼ぐための副業が目的のはずなのに、相手からお金の振り込みや借金をするよう言われたら、詐欺の可能性が高いので、冷静になって周りの人に相談をすること。
②理容・美容に関する消費者トラブル	緊急性がないのに、不安を煽ったり、特典を持ち出してその場で高額な契約をさせられる。施術などの手軽さだけを強調し、リスクや副作用の十分な説明がなかった。 （重要なポイント） ・理美容目的の施術の多くは緊急性がない。＝勧められても、すぐには契約しないで必要性を冷静に考える。 ・リスクや副作用をしっかりと調べる。 ・金額を確認して、借金までして契約が必要かよく考える。 ・不安を感じたら消費者センターに相談をすること。
③不動産賃借に関する消費者トラブル	賃貸住宅の退去時に高額な原状回復費用を請求される。 （重要なポイント） ・契約時には契約内容を、入居時には傷や汚れを確認し記録を残す。

	・入居後も、不具合や故障が発生したら、直ちに貸主側に連絡する。 ・退去時にも傷や汚れを確認して記録を残す。 ・精算時には貸主側からの請求内容を確認して、納得がいかない場合には根拠や説明を求める。
④設備の点検商法に関する消費者トラブル	電話や訪問販売により設備（分電盤、太陽光発電、屋根など）の点検をして、交換や修理の契約をさせる。 （重要なポイント） ・点検を持ち掛ける業者には安易に点検をさせない。 ・点検した業者とその場で契約をせず、複数の業者から見積もりを取って検討する。
⑤定期購入に関する消費者トラブル	「初回特別価格」「初回実質0円」などのお試しだけのつもりが「定期購入」になってしまった。 （重要なポイント） ・注文する前に販売サイトや「最終確認画面」の表示をよく確認し、「最終確認画面」をスクリーンショット等で保存する。 【確認する内容】 定期購入が条件になっていないか（定期購入の場合、継続期間や購入回数が決められていないか） 支払総額がいくらか 解約・返品できるか（利用規約など詳細を確認する）
⑥光回線の契約に関する消費者トラブル	大手通信事業者や契約している事業者を名乗り（実際の契約相手は別の事業者）、光回線を無料で工事すると言って申し込ませ、工事費を求められる。 （重要なポイント） ・事業者名やサービス名を確認し、連絡先を聞く。 ・事業者に料金や提供条件の書面の提出を求め、説明を受けて判断する。（毎月の支払額や解約条件なども確認する。） ・必要がなかったり、説明を聞いても内容が分からなかったら、きっぱりと断る。
⑦貴金属等の買取に関する消費者トラブル	不用品等の買い取りのはずが、大切にしていた貴金属等も強引に買い取られる。 （重要なポイント） ・突然訪問してきた購入事業者は家に入れない。 ・安易に訪問を承諾しない。 ・一人で対応せず、事業者や物品から絶対に目を離さない。
⑧特殊詐欺（SNS 型 ロ マ ン ス 詐 欺）に関するト	SNS アプリでやり取りをしていた異性から、海外の資産運用で儲けが出たので一緒にやろうと言われて応じた。 （重要なポイント）

ラブル	・ダイレクトメールを使った儲け話は詐欺を疑う。 ・実際に会ったことのない人からお金の話をされたら詐欺を疑う。
⑨特殊詐欺（偽警官詐欺）に関するトラブル	警察官をかたる人物から、自分名義のキャッシュカードが犯罪に利用されたと電話がかかる。身の潔白を証明するためお金を要求される。 （重要なポイント） ・警察は SNS やビデオ通話で連絡を取ることはない。 ・ビデオ通話で警察手帳や逮捕状を見せることはない。 ・捜査名目でお金を要求することはない。
⑩食品ロスに関する啓発 ※企画提案書のテーマとすること	まだ食べられる食品が食べられずに廃棄される「食品ロス」は、生産・製造に使った資源やエネルギーが無駄になるだけでなく、廃棄にもエネルギーを消費し、CO₂ の排出につながる。そのため、食品ロスの削減は、地球温暖化対策としても重要性が高まっている。 「食品を食品として消費し、ごみとしない」ことを啓発するため、誰でも今すぐ簡単に取り組める行動として、小売店での「適量購入（そのための、買い物前の冷蔵庫の在庫チェック）」や「てまえどり」、外食での「適量注文」や「食べきり」を啓発する。 てまえどりの例示として消費者庁、農林水産省、環境省の啓発資材の POP を表示するなど考えられる。
⑪エシカル消費（リデュース）に関する啓発	ごみの削減は、地球温暖化対策の観点（エネルギー使用量の削減や、焼却による CO₂ 発生量の抑制）からも重要であり、消費者の果たす役割が大きい。 消費段階においては、3Rのうち「リデュース（廃棄物の発生抑制）」がまずは大事である。 ①マイバッグの利用や、簡易な包装の選択により、ごみとなるものを入手しないこと、②なるべく長く使えるものや、詰め替えができるものを選ぶこと、③適量購入すること、④プラ容器などリサイクルできるものは、リサイクルボックスなどへ持っていく、ごみとせずに資源を循環させることの意識啓発を行う。 〔参考〕消費者庁 「みんなの未来にエシカル消費」 https://www.caa.go.jp/notice/entry/045977/
⑫エシカル消費（環境への配慮）に関する啓発	日常的な消費行動が地球温暖化の抑制につながることを啓発する。 ①地産地消（近くで作られたものは、売り場に並ぶまでの輸送に係る CO₂ の排出量が相対的に少ない）

	②旬の食材の選択（時季の異なるものは生産に多くのエネルギーを使用） ③環境に配慮した商品、リサイクル商品などを示すマークのついた商品の選択 〔参考〕消費者庁 「みんなの未来にエシカル消費」 https://www.caa.go.jp/notice/entry/045977/
--	--

（ウ）広報・宣伝

制作したショート動画は、下記（３）SNS 等デジタル広報に示す方法により広報すること。

（エ）動画制作の留意点

- ・本事業の核となるコンテンツであるため、ターゲットへの訴求力を高める工夫をすること。
- ・重要なナレーションには字幕を表示するなど、音声聞き取れない場合でも重要なポイントを把握できるよう工夫すること。
- ・島根県消費者センターのマスコットキャラクター「だまされないゾウくん」のイラストは必ず使用すること。
なお、イラスト集は別途提供するので、問い合わせ先へメールにより連絡すること。メール送信後は、必ず到着確認の電話をすること。なお、提供したイラストは本企画提案競技に限って利用を許可する。
- ・だまされないゾウくん 4 コマ漫画
「だまされないゾウくん」の 4 コマ漫画を利用する場合には下記より入手すること。
なお、提供した 4 コマ漫画は本企画提案競技に限って利用を許可する。
https://www.pref.shimane.lg.jp/bousai_info/syoku/shohi/kurasi_info/keihatsusushi/4komamanga.html
なお、「だまされないゾウくん」のイラストは加工して動きを付けても差し支えない。
- ・上記（イ）①～⑨をテーマとした動画では、若年者も消費者トラブルに巻き込まれる可能性があることを、身近に感じられるように工夫して表現すること。
- ・上記（イ）①～⑦をテーマとした動画の締めくくり部分には必ず「おかしいと思ったら、消費者ホットライン 188 へすぐ電話」の文言を入れること。
- ・上記（イ）⑧～⑨をテーマとした動画の締めくくり部分には必ず「これって詐欺？と思ったら、警察相談専用電話#9110 へ

すぐ電話」という文言を入れること。

- ・上記（イ）⑩～⑫をテーマとした動画では、食品ロスやエシカル消費を自分事として考え、日常生活において負担なく実践を促すことができるような内容とすること。
- ・コンテンツは若年層をメインターゲットとするものの、若年層にのみにしか使用することができないような表現は行わないこと。
（例「若者のみなさん」のようなナレーションは使用不可）。
- ・コンテンツの制作に関しては、県と協議の上進めること。
- ・完成したコンテンツから県消費とくらしの安全室公式 YouTube「Z0-chan【島根県消費者センター公式】」へアップロードを行うため、完成したものから県へ納品するとともに、後述の SNS 広報を適宜開始できるよう県と調整すること。
- ・成果品として制作したコンテンツを全て収めた DVD 1 枚を県まで納品すること。

イ 企業向け解説動画の制作

職場内研修などで活用できる動画を（ア）～（ウ）のとおり制作する。

（ア）動画の長さ及び本数

- ・5～7分程度の動画を（イ）により、3本制作すること。
- ・7分以上の動画の制作を妨げるものではないが、最長でも10分以内とし、視聴時に集中力が途切れないよう工夫すること。

（イ）動画のテーマ

下記①～③のテーマにより制作すること。

テーマ	内容
<u>①消費者トラブルへの対応について</u> <u>※企画提案書のテーマとすること</u>	下記のサイトを参考にし、それぞれのテーマに沿った要約動画を制作する。 参考サイト：消費者庁 若手従業員向け研修プログラム「消費者と企業人の視点で考えよう 消費生活のキホン」
②生活を支えるお金について	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/business_education/program_01
③インターネット取引について	

（ウ）動画制作の留意点

- ・本事業の核となるコンテンツであるため、ターゲットへの訴求力を高める工夫をすること。
- ・新入社員研修、中堅社員研修など、幅広く社内研修等において

活用可能なものとする。

- ・本コンテンツの視聴によって、普段、消費者教育に触れる機会が少ない勤労世代に、消費者トラブルを知るきっかけを与え、より深く消費者問題を学びたいと感じさせる構成にすること。
- ・主要なナレーションは字幕を表示するなど、音声聞き取れない場合でも主な内容を把握できるよう工夫すること。
- ・重要なナレーションには字幕を表示するなど、音声聞き取れない場合でも重要なポイントを把握できるよう工夫すること。
- ・島根県消費者センターのマスコットキャラクター「だまされないゾウくん」のイラストは必ず使用すること。

なお、イラスト集は別途提供するので、問い合わせ先へメールにより連絡すること。メール送信後は、必ず到着確認の電話をすること。

なお、提供したイラストは本企画提案競技に限って利用を許可する。

- ・だまされないゾウくん 4 コマ漫画

「だまされないゾウくん」の 4 コマ漫画を利用する場合には下記より入手すること。

なお、提供した 4 コマ漫画は本企画提案競技に限って利用を許可する。

https://www.pref.shimane.lg.jp/bousai_info/syoku/shohi/kurasi_info/keihatsushi/4komamanga.html

なお、「だまされないゾウくん」のイラストは加工して動きを付けても差し支えない。

- ・内容については県と協議の上進めること。
- ・完成したコンテンツは県消費とくらしの安全室公式 YouTube 「ZO-chan【島根県消費者センター公式】」へアップロードする。
- ・成果品として制作したコンテンツを全て収めた DVD 1 枚を県まで納品すること。

(2) ランディングページの制作、実装に係る調整

ア 内容

県消費とくらしの安全室公式 YouTube チャンネル「Zo-chan【島根県消費者センター公式】」に掲載されている、「ひとりで悩まないで！消費者ホットライン「188」【島根県消費者センター】」及び「サステナブルファッション～ファッションから始める「エシカル消費」」の 2 本の既存動画及び本事業で制作したコンテンツを盛り込んだランディングページを制作する。

ランディングページは、県ホームページの「消費とくらしの安全室」トップページを編集して制作すること。ランディングページは併せて、「消費とくらしの安全室」トップページとしての機能も果たすものとする。

ランディングページかつ「消費とくらしの安全室」トップページのレイアウトイメージ図は別添1のとおり。

ランディングページには、次を掲載すること。

- ①本プロジェクトのイメージデザイン
- ②配信する既存コンテンツ及び新規制作のショート動画及び解説動画等のサムネイルを制作して掲載すること。
- ③県消費とくらしの安全室 HP 内の各種ページに遷移するためのアイコンの作成
- ④新着情報等

〔参考〕 島根県健康福祉部健康推進課「しまねのがん対策」 URL
<https://www.pref.shimane.lg.jp/medical/kenko/kenko/gan/>

ランディングページに掲載する本プロジェクトイメージ図等をはじめとしたコンテンツの島根県ホームページへの実装作業は島根県ホームページ管理システムの運用保守業者（以下、「県CMS業者」という。）が行うため、実装については、県CMS業者と調整を行うこと。当該実装作業に要する経費も委託料に含む。

なお、実装経費の見積もり書が必要な場合には、県CMS業者に直接問い合わせること。県CMS業者の連絡先は県の問い合わせ先にメールで連絡することとし、メール送信後は、必ず到着確認の電話をすること。

実装にかかる県CMS業者との調整には最低2週間を要することから、この期間を確保したスケジュールを組むこと。

ランディングページの公開は令和9年1月20日までにを行うこと。

なお、本プロジェクトで制作した動画コンテンツは、完成したものから順次、県に納品すること。県において消費とくらしの安全室公式YouTube「ZO-chan【島根県消費者センター公式】」へアップロードし、ランディングページに動画へのリンクを掲載する。

イ ページ作成の留意点

島根県ホームページ等作成ガイドラインを遵守するものとし、ホームページの全体構成、掲載項目の整理、閲覧者のアクセシビリティ、ユーザビリティ等を考慮し、直感的な感覚での操作ができるよう配慮すること。

また、アクセシビリティの確保については、島根県ホームページ等制作ガイドラインにも示すとおり、

「World Wide Web Consortium(W3C)」の「Web Content Accessibility Guidelines 2.0(WCAG2.0) 草案」及び日本工業規格「JIS X 8341-3 高齢者・障害者等配慮設計指針-情報通信における機器、ソフトウェア及びサービス-第 3 部：ウェブコンテンツ」などに基づき、島根県ホームページ作成ガイドライン事例書によること。

島根県ホームページのヘッダー、フッター、パンくずリストなどの本サイト共通のフレームワークを維持することとし、その内側のメインコンテンツ部分でデザインを調整すること。

ランディングページには、島根県消費者センターのマスコットキャラクター「だまされないゾウくん」のイラストを必ず活用すること。

なお、イラスト集は別途提供するので、問い合わせ先へメールにより連絡すること。メール送信後は、必ず到着確認の電話をすること。なお、提供したイラストは本企画提案競技に限って利用を許可する。

なお、「だまされないゾウくん」のイラストは加工して差し支えない。

(3) SNS 等デジタル広報、啓発グッズの制作

ア SNS 等デジタル広報

県消費とくらしの安全室公式 YouTube チャンネル「Zo-chan 【島根県消費者センター公式】」に掲載されている、「ひとりで悩まないで！消費者ホットライン「1 8 8」【島根県消費者センター】」及び「サステナブルファッション～ファッションから始める「エシカル消費」」の 2 本の既存動画及び本事業で制作した 1 2 本の若年層向けショート動画を活用して、下記のとおり SNS 等の広告を実施するものとする。

(ア) 広告手法

YouTube、Instagram、TikTok 等の SNS 広告や、Google 検索連動広告等、事業効果の最大化を図るうえで最適と考えられる手法で実施すること

(イ) 配信期間

契約締結後、所要の調整が整い次第、県消費とくらしの安全室において制作済みの動画（上記ア本文）を配信すること。若年層向けショート動画については本プロジェクトでのコンテンツ制作が完了したもののから順次配信するものとする。

(ウ) 配信対象

若年層向けショート動画のターゲットは島根県内在住の 10～30 代の男女とする等、配信するコンテンツに応じて最適なターゲットを定め、属性等を設定すること。

(エ) 効果測定

SNS 等による広告実施期間中、県の求めに応じて、インプレッショ

ン数やクリック数、リーチ数、閲覧者の年齢、性別等の情報を集計・分析したレポートを、媒体ごとに報告すること。また、広告の運用方法等に課題があると判断した場合は、改善策を提案し、県と協議の上、実施すること。

広告実施後、インプレッション数やクリック数、リーチ数、閲覧者の年齢、性別等の情報を集計・分析したレポートを、媒体ごとに県に報告すること。

イ 広報啓発のための啓発グッズの制作

若年層に多い消費者トラブルについて、注意喚起を行うため、出前講座等での配布を想定した啓発グッズを2種類制作すること。

個数は1種類当たり1,000個とし、合計2,000個とする。

啓発グッズのうち1種類は、例えば、エコバッグのように日常的に使用することによって、使用者以外にも島根県消費者センターの認知度が高まるような啓発グッズを提案すること。

もう一種類は、学校や職域等で日常的に使用できる文房具類とし、継続的に使用することによって島根県消費者センターの連絡先等が自然と記憶に定着するような物品とすること。

啓発グッズには、島根県消費者センターの名称等を記載するほか、島根県消費者センターのマスコットキャラクター「だまされないゾウくん」のイラストを必ず活用すること。

併せて、啓発グッズには島根県消費とくらしの安全室のトップページ（ランディングページ）の二次元コードを添付すること。

なお、「だまされないゾウくん」のイラスト集は別途提供するので、県の問い合わせ先へメールにより連絡すること。メール送信後は、必ず到着確認の電話をすること。

なお、提供したイラストは本企画提案競技に限って利用を許可する。
啓発グッズの納期限は令和9年1月18日（月）とする。

6. その他留意事項

- (1) 本事業により制作される一切の成果物（動画、ランディングページ、報告書、その他関連する一切の制作物を含む）に関する著作権（著作権法第27条及び第28条に定める権利を含む）、著作者人格権、所有権その他一切の権利は、成果物の引渡し完了時をもって全て県に帰属するものとする。

なお、受託者は、成果物に関する著作者人格権を行使しないものとする。

- (2) 受託者は、本業務の遂行にあたり、第三者の著作権、肖像権、プライバシー権、商標権、その他いかなる権利も侵害しないことを保証す

るものとする。万一、第三者との間で権利侵害に関する紛争が生じた場合は、受託者の責任と負担においてこれを解決するものとする。

- (3) 県は、本業務の成果物を、広報啓発活動、情報提供、その他本業務の目的達成のために、契約期間満了後も、自由に複製、公衆送信、改変、編集、頒布等、二次的に利用することができるものとする。
- (4) 上記(1)から(3)の権利処理に係る費用は委託料に含む。
- (5) 事業計画及び進捗状況等について適宜県と協議を行うこと。
- (6) この仕様書に定めのない事項及びこの仕様書に関し疑義が生じたときは県と速やかに協議を行い、円滑かつ効果的に解決するよう努めること。

(別添 1)

ランディングページ兼県 HP 消費とくらしの安全室トップページのレイアウトイメージ図

※編集不可の部分を除いて、ランディングページ兼県 HP 消費とくらしの安全室トップページの機能が果たされるよう県 HP 消費とくらしの安全室トップページの**全体を編集・構成**してください。

なお、県 HP への実装は県 CMS 業者への再委託が必要です。



①しまね消費者啓発プロジェクトイメージデザイン ※県 CMS 業者埋め込みイメージ

参考 県健康推進課 HP <https://www.pref.shimane.lg.jp/medical/kenko/kenko/gan/>



②本プロジェクトの成果物や既存のコンテンツのサムネイルを作成して掲載すること
消費とくらしの安全室 HP トップページを参照すること

https://www.pref.shimane.lg.jp/shohi_kurashi/ ※県職員が編集可能な部分



成果物のサムネイル
(動画コンテンツ)



③県消費とくらしの安全室 HP 内の各種ページに遷移するためのアイコンの作成

※県 CMS 業者埋め込みイメージ

参考 県健康推進課 HP

<https://www.pref.shimane.lg.jp/medical/kenko/kenko/gan/>



新着情報

- ・ 10月のトラブル事例を掲載しました! (10月13日)
- ・ 【消費とくらしの安全室】令和8年度犯罪のない安全で安心なまちづくり啓発ポスター入賞作品について掲載しました (10月2日)



④県消費とくらしの安全室 HP トップページを参照すること

https://www.pref.shimane.lg.jp/shohi_kurashi/ ※県職員が編集可能な部分

