

令和8年度高齢者・障がい者の消費者被害 防止対策推進業務 委託仕様書

1 委託業務名

令和8年度高齢者・障がい者の消費者被害防止対策推進業務

2 事業目的

高齢者・障がい者の見守りを行う関係団体の職員等や高齢者・障がい者本人、その家族等が消費者被害防止に係る知識を習得、復習できるように研修動画を作成するとともに、本研修動画の周知を兼ねた啓発チラシを作成・配布し、これを活用してもらうことで、高齢者・障がい者の消費者被害防止につなげる。

3 委託業務内容

(1) 動画作成

・下記の2テーマについて、それぞれ長編（研修用）と短編（日常での閲覧用）の動画を作成する。※詳細は「仕様書別紙」を参照のこと。

<動画テーマ>

- ①【事例と被害防止方法】インターネット通販に関するトラブル
- ②【事例と被害防止方法】電話勧誘や、不審な電話に関するトラブル

・令和7年度に同事業で制作した動画と本事業で制作する動画を自由に組み合わせることで、関係団体等が独自の消費者被害防止に係る研修を実施できることを目的とするため、令和7年度に同事業で制作した動画と基本的なコンセプトを合わせること。※詳細は「仕様書別紙」を参照のこと。

(2) 消費者被害防止啓発（動画紹介含む）チラシ作成

（1）で作成する動画の活用方法と内容の紹介、動画に誘導するQRコード等を掲載し、消費者被害防止を図るとともに、（1）の動画の活用や閲覧につなげる啓発チラシを作成する。※詳細は「仕様書別紙」を参照のこと。

<作成部数> 38,000部

(3) 啓発チラシの送付

（2）で作成したチラシを送付（納品）する。実際の送付部数については、県からの指示により、①と②の間で融通できるものとする。

①福岡県消費生活センター

【部数】5,350部

【送付先住所】福岡県福岡市博多区吉塚本町13-50吉塚合同庁舎1階

- ・100部単位で結束し、段ボール箱に詰める（1箱：500部まで）こと。
- ・各段ボール箱に資料名と部数を表示すること。

②県内関係団体等

詳細の送付先、仕分け方法、送付先ごとの部数は、県で関係団体等と協議した上で、別途指示する。

【送付予定先】県内 約325事業所（地域包括支援センター、市町村障がい主管課、障がい者就業・生活支援センター、市町村消費者行政担当課 等を予定）

【送付部数】計 32,650部

＜例＞地域包括支援センター：100部×212事業所、市町村障がい主管課（障害者基幹相談支援センター）：50部×40事業所、障がい者就業・生活支援センター：50部×13事業所、市町村消費者行政担当課：「市」200部、「町」100部、「村」50部ずつ（計60事業所、8,800部）

- ・送付先ごとに、県が別途作成する送付鑑文書を添付すること。
- ・送付先ごとに、送付部数が100部を超える場合は、100部単位で結束すること。

（4）納品

＜動画＞

下記の方法で納品すること。

- （ア）各テーマ、長編、短編ごとに YouTube 等で配信できる動画データを納品する。
- （イ）各テーマ、長編、短編を1枚のDVDに纏めたものを5枚納品する。

【DVDについて】

- ・各テーマ、長編、短編ごとにそれぞれチャプターを作成する。
- ・プラスチックケースに入れ、ケースおよび盤面にタイトルおよびイメージ写真等を印刷する（タイトルについては、別途指示する）。
- ・民生機器で容易に再生可能な仕様とする。

＜啓発チラシ＞

下記の方法で納品すること。

- （ア）3（3）①による県への納品を行うとともに、3（3）②の送付結果について、配送業者が発行する配送伝票等の配送結果の分かる書面の写しを提出する。
- （イ）啓発チラシデータ（PDFデータ）をCD-R等で納品する。

4 その他

- ・納品された動画データは、YouTube チャンネル「福岡県庁動画資料館」に置くものとする。
- ・納品された啓発チラシデータは、県ホームページおよび消費者教育ポータルサイトに掲載する。

- 受託事業者は、業務工程表を作成の上、業務の進捗管理について県と十分に協議を行うこと。
- 本契約に基づく業務に関し、第三者との間で権利の紛争等が生じた場合には、当該紛争等の原因が専ら発注者の責に帰す場合を除き、受注者の責任と負担において一切の処理を行うこと。
- その他、委託業務の実施にあたり必要な事項については、県と受託事業者が協議した上で決定するものとする。

動画および啓発チラシの詳細について

1. 動画について

対象者	・高齢者、障がい者の見守りを行う関係団体の職員等 ・高齢者、障がい者本人 ・高齢者、障がい者の家族	
動画テーマ	テーマ	概要 ※盛り込むべきポイントの一例を示したもの。
	①【事例と被害防止方法】 インターネット通販に関するトラブル	○インターネットの普及に伴い、利便性が向上している一方で、SNS や電子公告などを通じたインターネット通販トラブルが増加していることなどを簡単に説明。 (1) 定期購入トラブル ○「定期購入トラブルとは」を以下も交えて簡潔に説明。 ・令和4年度の特典商取引法の改正により、規制が強化されたが、依然として多くの相談が寄せられていること。 ○事例紹介 【事例の例示】 ・SNS で「1 回限り 1, 9 8 0 円」、「定期縛りなし」という広告を見て、単品注文だと思い、商品（化粧品など）を注文した。しかし、2 回目が届き、実は定期購入契約だったと気づいた。2 回目以降は請求金額も 2 万円と高額である。2 回目の料金は支払わず解約したい。 ・SNS でオススメされていた商品（化粧品など）を単品注文しようとした。単品注文であることを確認しつつ、申込を進めていたところ、申込中の画面に「お得なクーポンを利用する」と表示が出た。安くなるようだったので、クリックして注文したところ、2 回目以降に高額となる定期コースを注文したことになっていた。解約したい。

<p>動画テーマ</p>	<p>①【事例と被害防止方法】 インターネット通販に関するトラブル</p>	<p>○トラブル防止に向けたアドバイス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通信販売には「クーリング・オフ」の適用はない。 ・「定期縛りなし」という文言は、造語であり、「購入回数 の縛りがない定期購入契約」を指していることが多い。 ・特商法改正による通信販売事業者の表示義務がある。 ・申込内容を必ず確認すること、最終確認画面などをスクリーンショットすること。 など
		<p>(2) 悪質な電子公告、偽サイト</p> <p>○嘘の電子公告を流したり、偽サイトを掲載するなどの悪質な手口が増えていることの説明。</p>
		<p>○事例紹介</p> <p>【電子公告】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・動画配信サイト利用中に「冷房不要で、一瞬で部屋の温度が〇〇度下がる」と謳うサーキュレーターの広告動画を見た。大手企業との共同制作商品だという宣伝もあり、信用して注文した。届いた商品は、広告と全く異なる安価な扇風機だった。返金して欲しい。 <p>【偽サイト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欲しい商品が、他より安価で販売されているサイトを見つけて、注文。料金先払いで、指定口座に振り込んだ。後日、サイトから「商品欠品のため、返金する。返金は〇〇ペイで手続きをする。」というメールが届き、指示どおりの作業を行ったところ、追加送金をさせられていた。その後、サイトは閉鎖され、連絡も取れなくなっている。返金して欲しい。
		<p>○トラブル防止に向けたアドバイス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNSの広告や写真を鵜呑みにしない。 ・販売業者の所在地や連絡先等の情報やショップの口コミなどをよく確認する。 ・「〇〇ペイで返金する」と言われたら、詐欺を疑う。 など
<p>○消費者ホットライン「188」の紹介、案内</p>		

動画 テーマ	<p>②【事例と被害防止方法】</p> <p>電話勧誘や、不審な電話に関するトラブル</p>	<p>○事業者からの電話をきっかけとしたトラブルが増加していることを簡単に説明。</p>
		<p>(1) 電話勧誘による契約トラブル</p> <p>○電話で契約勧誘をされて、よく分からないまま契約してしまうことによるトラブル。中には、断っているのに強引に勧誘されたり、断ったのに商品を一方的に送り付けられるという悪質な手口もあることなどを簡単に説明。</p> <p>○事例紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> ・突然の電話で、海産物の購入勧誘をされた。何度も断ったが「売れなくて困っている。品質はいいので、損はさせない。」などとしつこく勧誘されて、2万円の商品を買うことを承諾してしまった。後から心配になって、解約の電話をするも、連絡がつかない。 <p>○トラブル防止に向けたアドバイス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・必要ない、少しでもおかしいと思ったら、きっぱり断り、電話を切る。 ・ナンバーディスプレイ機能を活用し、知らない電話には出ない、または常時留守番電話にしておくのも一法。 ・電話勧誘販売による契約の場合、「クーリング・オフ」ができる。 ・断ったのに、一方的に商品が届いた場合は、受取拒否をし、代金は支払わない。 など <p>○その他事例の簡単な紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「電話勧誘によるインターネット回線の契約」 電気通信サービスであっても、条件次第で契約解除できる場合もあることを添えて、消費生活センターへの相談を案内。 <p>(2) 不審な電話</p> <p>○大手企業や行政機関等を名乗って、生年月日等の個人情報聞き出そうとする不審な電話がかかってきたという相談が増加していることを簡単に説明</p> <p>○事例紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「総務省です。これから2時間後に電話が使えなくなります。オペレーターと通話されたい場合は「1」番を押してく

<p>動画テーマ</p>	<p>②【事例と被害防止方法】 電話勧誘や、不審な電話に関するトラブル</p>	<p>ださい。」という自動音声電話がかかってきた。「1」番を押すと、人が出て、氏名、住所、生年月日などを聞かれて答えたところ、間違いだったと言われ、電話が切れた。「+」から始まる電話からの着信だった。</p> <p>○トラブル防止に向けたアドバイス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「電話が使えなくなる」、「口座の不正利用がある」、「未納料金がある」といった突然の電話には注意。 ・「+」から始まる電話番号は海外からの電話で、高額な通話料金がかかることがある。怪しい電話には出ない、かけ直さない。 <p>※固定電話はもちろんのこと、携帯電話も通信会社によっては、国際電話の発着信拒否設定が可能な場合もある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・電話に出てしまった場合も、個人情報には絶対に伝えず、すぐに電話を切る。 など <p>○消費者ホットライン「188」の紹介、案内</p>
<p>作成動画について</p>	<p>・下記リンク先を参照のうえ、令和7年度に同事業で制作した動画と基本的なコンセプトを合わせること。</p> <p>【令和7年度制作動画】 https://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents/shouhishatoraburubousijutu.html</p> <p>・テーマごとに、それぞれ下記の2種類の動画を作成する。</p> <p><長編></p> <p>【動画時間】10～15分程度</p> <p>【動画用途】消費者被害防止に関する研修会等で利用することを想定。 ※上記用途を想定しているため、閲覧者自身に考えさせる時間を設ける（※あくまで一例である）など、研修に利用しやすい工夫を設けること。</p> <p><短編></p> <p>【動画時間】2～3分程度</p> <p>【動画用途】日常の中で閲覧し、消費者被害防止に関する知識習得や復習に利用することを想定。</p> <p>※上記「長編」の内容を、表やイラスト等を用いて、分かりやすくまとめること（「長編」の全内容を網羅する必要はなく、必要事項に絞って良い）。</p>	

高 齢 者・障 がい者 への配 慮	<ul style="list-style-type: none"> ・動画内のセリフについては、すべて日本語字幕を設けること。 ・専門用語などについては、必要に応じてルビを振ること。
動画の 作成着 手、修 正（校 正）に ついて	<ul style="list-style-type: none"> ・動画作成着手前に、動画の主な内容、構成について県と協議すること。 ・動画納品までに、県への動画内容確認を最低3回行うこと。県から修正等の指示があった場合は、原則、これに従うこと。
納品期 限	<p><YouTube 等で配信できる動画データ> 令和8年12月18日（金）</p> <p><DVD> 令和9年1月20日（水）</p>
その他	納品された動画データは、YouTube チャンネル「福岡県庁動画資料館」に置くものとする。

2. 啓発チラシについて

対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者、障がい者の見守りを行う関係団体の職員等 ・高齢者、障がい者本人 ・高齢者、障がい者の家族
作成部数	38,000部
チラシ仕様	<p>(1) サイズ：A3両面カラー</p> <p>(2) 用紙：マットコート90kg</p> <p>(3) 色数：4c+4c</p> <p>(4) 加工：2つ折り加工、音声コード穴あけ2ヶ所</p> <p>※音声コードは県が提供する。</p>
チラシ内容	<p>チラシの構成は主に下記のとおりとする。</p> <p>【1頁目】：・本事業の趣旨、動画（長編、短編）の活用方法の紹介 ※令和7年度作成動画の簡単な紹介も含む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・動画掲載先 QR コードの掲載 ※動画掲載先 QR コードは県が提供する。 ・長編動画を研修等で活用した場合のアンケートへの協力依頼 およびアンケート掲載先の QR コードの掲載 ※アンケート掲載先 QR コードは県が提供する。

	<p>【2～4頁目】：・動画テーマ①および②の事例、解決方法等を簡潔に紹介 ・消費者ホットライン「188」の紹介</p> <p>※高齢者・障がい者本人が手に取ることを踏まえ、文字のみの羅列は極力避け、イラスト、表等を活用した伝わりやすい構成とすること。</p> <p>※高齢者・障がい者に見やすいフォント（UDフォントなど）、カラーとすること。</p>
チラシの作成着手、修正（校正）について	<p>・動画内容の紹介を兼ねることから、動画内容がある程度定まってから作成に着手すること。</p> <p>・チラシ作成着手前に、チラシの主な内容、構成について県と協議すること。</p> <p>・チラシ校了までに、県への内容確認を最低3回行うこと。県から修正等の指示があった場合は、原則、これに従うこと。</p>
送付（納品）期限	令和9年1月20日（水）
その他	納品されたチラシデータは、県ホームページおよび消費者教育ポータルサイトに掲載する。

3. 動画、啓発チラシの作成に向けての参考HPの紹介

動画、啓発チラシの作成にあたり、参考となるHPを下記に紹介する。

①福岡県消費生活センターHP

<https://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents/shouhiseikatsu.html>

②消費者庁HP

<https://www.caa.go.jp/>

③国民生活センターHP

<https://www.kokusen.go.jp/>