

特殊詐欺の被害防止に向けた動画制作・情報発信業務委託仕様書

本仕様書は、栃木県(以下、「甲」という。)が発注する特殊詐欺の被害防止に向けた動画制作・情報発信業務を受託する者(以下、「乙」という。)の業務について、必要な事項を定めるものとする。

1 委託業務の目的

栃木県における特殊詐欺の現状は、令和7年12月末現在で、認知件数239件(前年同期比+50件)、被害額約19.9億円(同+4.2億円)と、認知件数、被害額ともに前年同期比で増加している。

また、令和7年県政世論調査では、不安に感じる犯罪として県民の6割以上が特殊詐欺を挙げており、更なる被害の防止を図る必要がある。

特殊詐欺の手口は、複雑化・巧妙化しており、被害を防止するためには、変遷する手口やその対応方法を適時県民に周知する必要がある。

そこで、県民が特殊詐欺に関する情報を効率的に分かりやすく入手できる動画を作成し、周知することで、被害防止に資することを目的とする。

2 業務委託契約期間

令和8(2026)年7月1日(水)から令和9(2027)年3月17日(水)まで

3 事業費

5,977,400円(消費税及び地方消費税を含む。)の範囲内

但し、広告配信費は、最低2,400,000円(消費税及び地方消費税を含む。)とすること。

4 特殊詐欺等の被害防止に向けた動画制作・情報発信業務

動画テーマは3種類(特殊詐欺全般、ニセ警察詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺)

(1) 業務内容

ア 動画コンテンツの制作

(ア) 特殊詐欺全般啓発動画

① 内容

次を基本として、適当な内容とすること。

なお、ターゲット目線で訴求要素は検討することとし、次の事項の全てを含むか否かは提案事項とする。その際、動画で伝えるべき内容等を整理した上で、動画の構成要素を検討すること。

動画は2本以上制作し、うち1本あたりの長さは1分を基本とし、1本以上につ

いては 15 秒を基本とし提案すること。

- ・ 本県では特殊詐欺の被害が急増していること。
- ・ 特殊詐欺の手口が複雑化、巧妙化しており、被害防止のためには手口と対応策を知ることが必要なこと。
- ・ 特殊詐欺の被害者層が高齢者から幅広い年代に拡大していること。
- ・ 15 秒の動画については、詐欺全般の特徴を最初の 6 秒以内に訴求すること。

② ターゲット

県内在住者男女 18 歳以上

③ 活用方法

栃木県警察県民広報相談課公式 YouTube チャンネル『とちぼりチャンネル』にて配信予定。

(イ) 「ニセ警察詐欺」啓発動画

① 内容

次を基本として、適当な内容とすること。

なお、ターゲット目線で訴求要素は検討することとし、次の事項の全てを含むか否かは提案事項とする。その際、動画で伝えるべき内容等を整理した上で、動画の構成要素を検討すること。

動画は 2 本以上制作し、うち 1 本あたりの長さは 1 分を基本とし、1 本以上については 15 秒を基本とし提案すること。

- ・ (ア) 特殊詐欺全般啓発動画の訴求要素をふまえたうえで、「ニセ警察詐欺」「逮捕状」などのキーワードを盛り込み、当事者が実際に直面しうるシチュエーションを提案すること。
- ・ 15 秒の動画については、ニセ警察詐欺の特徴を最初の 6 秒以内に訴求すること。

② ターゲット

県内在住者男女 18～44 歳

③ 活用方法

栃木県警察県民広報相談課公式 YouTube チャンネル『とちぼりチャンネル』にて配信予定。

(ウ) 「SNS 型投資・ロマンス詐欺」啓発動画

① 内容

次を基本として、適当な内容とすること。

なお、ターゲット目線で訴求要素は検討することとし、次の事項の全てを含むか否かは提案事項とする。その際、動画で伝えるべき内容等を整理した上で、動画の構成

要素を検討すること。

動画は2本以上制作し、うち1本あたりの長さは1分を基本とし、1本以上については15秒を基本とし提案すること。

・(ア)特殊詐欺全般啓発動画の訴求要素をふまえたうえで、「マッチングアプリ」「投資 (or 必ず儲かる)」などのキーワードを盛り込み、当事者が実際に直面しうるシチュエーションを提案すること。

・15秒の動画については、SNS型投資・ロマンス詐欺の特徴を最初の6秒以内に訴求すること。

② ターゲット

県内在住者男女18歳以上

③ 活用方法

栃木県警察県民広報相談課公式YouTubeチャンネル『とちぼりチャンネル』にて配信予定。

イ 広告配信業務

(ア) 内容

アで制作した動画が広く視聴されるよう目標広告視聴回数等を設定の上、「True View インストリーム広告」等の視聴成果報酬型広告を実施すること。

目標広告視聴回数は3テーマの動画合計で121万回を下限とし、それぞれの動画の目標視聴回数は広告配信前に甲と別途協議すること。

予算規模に達しないうちに、広告視聴回数が目標回数に達した場合であっても広告の配信を継続し、予算内での広告の効果最大化を図ること。

(イ) ターゲット

アの各動画テーマで提示しているターゲットとするが、詳細は甲と別途協議する。

(ウ) 広告配信時期

令和8(2026)年11月～令和9(2027)年2月を基本とするが、詳細は甲と別途協議とする。

(エ) 動画広告実施におけるサイト誘導及び目標設定について

動画広告実施に当たっては、「Call to Action オーバーレイ」等を活用して新サイトへの誘導を図ること。

広告によって達成可能な「広告からのウェブサイト誘導数」について目標KPI(広告経由以外も含む※)を設定すること。

(オ) 効果測定及び報告

ウェブサイト閲覧回数、広告の表示回数、動画の視聴回数、閲覧者・視聴者の属性(年齢、地域、特性等)等を広告からのサイト誘導状況等を分析しながら、定期的かつ甲の求めに応じて報告するとともに、ターゲティングの変更、絞り込み等改善策を

甲と協議の上、実施すること。

広告配信開始1週間程度を目安にミーティングを実施し、広告結果の報告と運用の見直し等についての提案を行うこと。その後は2週間に1回以上隔週レポートとして広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等を提出すること。

広告配信完了後に、事業の結果分析及び今後の展開について改善提案を盛り込んだ「分析結果報告書」を速やかに提出すること。

(2) 実施計画書及び報告書の提出

ア 乙は、契約締結後遅滞なく、具体的な業務内容について、甲と協議の上、「実施計画書」(任意様式)を作成して甲に提出すること。実施計画書の作成に当たっては、動画内容がイメージできるよう絵コンテ等を挿入すること。

イ 乙は、委託業務完了後、本業務の実施内容を「実績報告書」(任意様式)として取りまとめ、甲に提出し、甲の検査を受けること。

ウ 甲は、必要がある場合は、乙に対して業務の実施状況について調査し、又は報告を求めることができる。

(3) 権利の帰属

委託業務の成果に関する権利は、全て甲に帰属するものとする。

(4) 成果物等

以下に示す成果物等を提出時期までに納入すること。

なお、提出時期の具体的な期日は、実施計画書作成時に甲と協議の上、決定する。

業務	成果物	内容	形式	時期
共通	実施計画書	施工体制、動画の内容、スケジュール等具体的な内容をまとめた資料	電子データ	契約締結後速やかに
	実績報告書	本業務の実績をまとめた資料	電子データ	委託業務完了後
動画コンテンツ制作	動画データ	制作した動画の編集可能なマスターデータ及び同縦型動画(アスペクト比が9:16のもの)	DVD 1枚	動画制作完了後

(5) その他

- ① 仕様書に明示のない事項又は疑義が生じた場合については、甲乙の協議により決定する。
- ② 乙は、この契約による業務を処理するための個人情報の取扱いについては、別紙1「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- ③ この仕様書に記載の成果と同等以上の成果が得られる場合、甲と協議の上、仕様書の内容を一部変更可能とする。
- ④ 別紙2「デジタルプロモーション等実施時における留意事項」を遵守すること。