

# 令和6年度「みやぎ結婚応援パスポート・子育て支援パスポート」 SNS等を活用したプロモーション強化業務委託仕様書

## 第1 委託業務の名称

令和6年度「みやぎ結婚応援パスポート・子育て支援パスポート」SNS等を活用したプロモーション強化業務

## 第2 業務の概要

### 1 背景と目的

厚生労働省より発表された令和4年確定数の宮城県の合計特殊出生率は、1.09と過去最低を更新し、県内の婚姻数も前年度からさらに減少しており、今後の出生数と人口減少に大きな影響を与えるものと大変危機感を持っているところである。

こうした中、県では、結婚、妊娠・出産、子育てを切れ目なく応援する環境の整備を進めるため、子育て家庭を対象とした「子育て支援パスポート」と新婚夫婦等を対象とした「みやぎ結婚応援パスポート」とを連携して運用し、民間も含めた社会全体で結婚や子育てを応援する機運の醸成を図ってきた。

「子育て支援パスポート」は、令和6年3月末時点で利用登録者数が57,607人、協賛店舗数が2,878店舗となり、県内の子育て家庭を応援する気運は高まりつつあるが、令和5年度に実施した利用者に対するアンケート調査では、利用率が全体の58%と伸び悩んでいる状況である。「みやぎ結婚応援パスポート」については、令和6年3月末時点で利用登録者数が2,948人、協賛店舗数が668店舗であり、令和5年度事業目標数の協賛店舗250店舗を上回ったものの、利用登録者数3,000人を下回っており、「子育て支援パスポート」、「みやぎ結婚応援パスポート」とともに、利用登録者及び協賛店舗のさらなる拡大が課題となっている。

そのため、令和6年度はSNS等、より訴求効果の高い手段を活用し「みやぎ結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」を広くPRし、認知度向上を図るとともに、新規利用登録者数及び新規協賛店舗の獲得・拡大を図るもの。

### 2 委託期間

契約締結の日から令和7年3月14日（金）まで

### 3 履行場所

宮城県内

### 4 用語の定義

- (1) 「子育て家庭」＝18歳以下の子どもを養育している世帯、妊娠中の者がいる世帯
- (2) 「新婚家庭」＝婚約中のカップル及び結婚（※入籍日若しくは結婚式の日）してから2年以内の夫婦
- (3) 「利用登録者」＝(1)(2)のうち、「みやぎ結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」で利用者登録を行った者
- (4) 「協賛店舗等」＝「みやぎ結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」で協賛店舗として登録した企業や団体等

### 第3 業務内容

「みやぎ結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」を広くPRし、認知度向上を図るとともに、新規利用登録者数及び新規協賛店舗の獲得・拡大を目的として、次のことを実施すること。

なお、それぞれの業務のスケジュールを作成し、提出すること。

また、下記1及び2の業務については、「みやぎ結婚応援パスポート」と「子育て支援パスポート」では対象となるターゲット層が異なる点を踏まえ、それぞれのターゲットに対する効果的な訴求方法の選定に留意すること。

#### 1 「みやぎ結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」の認知度向上及びPRのためのプロモーション業務

「新婚家庭」、「子育て家庭」を対象に、「みやぎ結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」の認知度向上及び事業PRのためのプロモーション業務を行い、両パスポートの新規利用登録者数及び新規協賛店舗等の獲得・拡大を図る。

なお、利用対象者へインセンティブを与える場合は、一部に宮城県産品を取り入れるなど、工夫すること。

##### (1) プロモーション業務の内容及び方法

プロモーション業務の内容及び方法は、下記のとおりとし、「新婚家庭」及び「子育て家庭」に訴求効果があり、かつ関心を持つような魅力あるものとする。

いずれも、実施時期及び内容は、発注者と協議の上決定すること。

イ 「新婚家庭」及び「子育て家庭」に訴求効果の高い手段を活用した新規利用登録者及び新規協賛店舗等獲得のためのプロモーションを実施すること。

開催時期	掲載回数	条件
契約日から 契約満了日まで	契約期間中 少なくとも 各月1回以上	Instagram、LINE、Google 広告など対象者に訴求力の高い媒体を使用し、効果的なセグメント設定等の工夫をすること。

ロ 協賛店舗やイベント等の紹介を、訴求効果の高い手段を活用し実施すること。

なお、事業周知、新規利用登録者及び新規協賛店舗等獲得のための取材を含んだ記事掲載も行うこと。

運営期間	掲載回数	条件
契約日から 契約満了日まで	契約期間中 少なくとも 各週1回以上	基本的に Instagram を運営すること。

ハ イベントの実施

「新婚家庭」及び「子育て家庭」に向けた情報発信を図るための啓発イベントを実施すること。（イベントとは日時場所を定めた催事の事で、紙面キャンペーン等とは異なる。）

開催地域	開催時期	開催回数
宮城県内	契約日から契約満了日まで	・新婚家庭対象 1回以上 ・子育て家庭対象 1回以上

## ニ アンケートの実施

本事業に対する満足度等を把握すること等を目的にアンケートを実施すること。

なお、アンケートは次の表のとおり、対象に対して、それぞれの内容についてアンケートを実施する。アンケートの内容については、別途協議するものとする。

対象	内容
「新婚家庭」及び「子育て家庭」	「結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」に対する満足度等を把握するための調査
協賛店舗及び協賛を検討している店舗	「結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」協賛に対するニーズ調査

アンケートの実施には、WEB 媒体、SNS の活用等により十分な周知を図り、二次元コード等を活用の上、より多くの回答が得られるよう、回答者に対してインセンティブを設けるなど工夫すること。また、それぞれのアンケート結果を取りまとめ、分析を行った「アンケート報告書」を、第4の8「業務完了報告書」に添付して提出すること。

## 2 新規協賛店舗等の開拓業務

「みやぎ結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」の利用促進のため、新規協賛店舗等の拡大を図る事業を実施する。

- (1) 新規協賛店舗等の選定については、「新婚家庭」、「子育て家庭」から要望の高い、「飲食店、小売店、結婚・育児・教育関係」などを中心に行うこと。

なお、選定先の決定については、選定先の情報（企業団体情報等）を提示した上で、発注者と協議の上、決定すること。

- (2) 決定した選定先へ訪問し、新規協賛店舗等として登録するよう勧誘を行うこと。
- (3) 新規登録店舗等の情報（名称・数など）については、毎月月末締めで、翌月5日まで書面及びデータで報告すること。
- (4) 勧誘を行うための資材（リーフレット等）については、下記第3業務内容4のとおりとし、送料は受託者で負担すること。新規店舗へ提供する資材についても、同様とする。

## 3 閉店店舗調査について

契約期間中、「子育て支援パスポート」協賛店舗の閉店店舗調査を行う。調査方法及び調査結果報告等については、受託者の提案によるものとする。

## 4 事業広報資材の作成・印刷・配布等

「プロモーション業務」を円滑に行うための、以下の広報資材等を作成・印刷・配布し、プロモーションを行うこと。

なお、内容・デザイン・部数等については、受注者の提案とし、発注者と協議の上、決定するこ

と。

- (1) 利用者向けリーフレット 10,000部 ※発注者が保管している残部を使用
- (2) 協賛店舗向け事業 PR 物
  - ・店舗向けリーフレット 600部 ※発注者が保管している残部を使用
  - ・ステッカー（結婚応援） 600枚 ※発注者が保管している残部を使用
  - ・ステッカー（子育て支援） 600枚 ※発注者が保管している残部を使用
  - ・ミニのぼり（結婚応援） 300個 ※新規作成
  - ・ミニのぼり（子育て支援） 300個 ※新規作成

## 5 本事業達成に向けた独自提案

受注者は、本事業がより効果的に実施できるような独自提案を、発注者へ提示するものとする。

## 第4 包括的事項

- 1 本仕様書に定めのない事項については、随時発注者と協議すること。
- 2 上記事業間の連動により、効果的な事業実施となるよう時期や場所、手段などを工夫すること。
- 3 本業務実施に当たって、デザイン、場所、日程、協賛依頼店舗等、取材先等の決定は、発注者と事前に協議すること。
- 4 発注者との協議等の打ち合わせ記録を作成し、その都度、発注者に提出すること。
- 5 本業務において撮影した画像データ及び制作した各デザインデータ等について、著作権は発注者に帰属するものとし、二次利用可能な高画質のデータとしてCD-R等に保存し、発注者に納品すること。
- 6 上記業務実施に必要な一切の費用は、委託金に含むものとする。
- 7 本業務の成果物として「業務実施結果報告書」を作成し、業務完了報告書に添付して提出すること。
- 8 各業務の成果指標及び事業実施目標は別表に記載のとおりとする。  
なお、各業務終了後に、効果測定を行い、成果指標の達成状況を上記8の「業務実施結果報告書」に記載すること。
- 9 本県では、利用者及び協賛店舗の登録管理をシステムで行っており、協賛店舗の登録等に当たってログイン及び操作が必要になることから、当該システムへのログイン情報について、契約後、発注者より通知する。  
なお、ログイン情報については適切な管理を行うとともに、第三者に漏洩してはならない。

## 別表

受注者は、(1)の成果指標の実現のため、(2)による事業実施目標を定め、提案書に記載すること。

### (1) 成果指標

項 目	
新規協賛店舗等の開拓業務	<p><b>【結婚応援パスポート】</b></p> <p>①新規協賛企業等 300 企業（団体）</p> <p>②新規利用登録者数 3,000 人</p> <p>※チェーン店は、複数店舗の登録があった場合、まとめて1企業とカウントする。</p> <p><b>【子育て支援パスポート】</b></p> <p>①新規協賛企業等 300 企業（団体）</p> <p>②新規利用登録者数 15,000 人</p> <p>※チェーン店は、複数店舗の登録があった場合、それぞれ1企業とカウントする。</p>

### (2) 事業実施目標

項 目	
1 「みやぎ結婚応援パスポート」及び「子育て支援パスポート」の認知度向上及びPRのためのプロモーション業務	<p><b>【全体】</b></p> <p>①プロモーション業務の対象者数・対象事業者数（事業別に集計）</p> <p>②プロモーション業務後の利用登録及び協賛店舗登録実績（件数）、業務前との比較</p> <p>③SNSによる効果測定（内訳）</p> <p><b>【WEBプロモーションの実施】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インプレッション数（広告が表示された回数）</li> <li>・クリック数</li> </ul> <p>④イベントの参加人数</p>
2 アンケートの実施	<p><b>【結婚応援パスポート】</b> 及び <b>【子育て支援パスポート】</b></p> <p>①協賛店舗等の回答数</p> <p>②一般県民の回答者数</p>

## 第5 共通事項

プロモーション業務の実施に当たっては、次の図を使用することとする。

なお、「子育て支援パスポート」には図1又は図2及び図3を使用すること。また、「結婚応援パスポート」には図4を使用すること。

図1 全国共通ロゴ（縦型）



図2 全国共通ロゴ（横型）



図3 アニメむすび丸 子育てバージョン（6種）



図4 アニメむすび丸 キューピッドバージョン（3種）



【参考】内閣府 子育て支援パスポート事業 全国共通展開参加自治体リンク集

URL : <http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/passport.html>

【参考】みやぎ結婚応援パスポート

URL : <https://mari-pass.jp/>

みやぎ子育て支援パスポート

URL : <https://miya-pass.jp/>

みやぎ結婚応援・子育て支援パスポート総合トップページ

URL : <https://miyagi-marichilpassport.jp/>