

## 令和8年度おokayama縁むすびネット会員数アップ事業委託仕様書

### 1 目的

岡山県が運営する結婚支援システム「おokayama縁むすびネット」は、令和5年度に登録無料キャンペーンを開始したことで順調に会員数が増加し、令和6年度末には3,000人を突破した。しかし、令和7年度にキャンペーン開始から2年が経過（会員有効期間は2年）したことで、多くの退会者が発生し、会員数が減少した。ついては本事業を実施することにより、会員数の回復、向上を図り成婚数の増加につなげていくことを目的とする。メインターゲットは県内在住・在勤で結婚を希望する20歳～40歳の独身男女とし、特に婚姻数が多い27歳前後の独身男女に注力する。

また、縁むすびネットの認知度向上や成婚数増加を通じて社会全体の結婚の気運醸成を図っていく。

### 2 業務名

令和8年度おokayama縁むすびネット会員数アップ事業

### 3 委託期間

契約締結日から令和9年3月31日まで

### 4 経費の上限

13,200,000円（消費税及び地方消費税を含む）

### 5 業務内容（企画提案）

以下の業務を行うこと。ただし、（1）から（6）の業務を一体・連動した企画とすること。

また、広告の効果を高めるため、記載されている仕様以上の取組を行うことについては、独自提案として可とする。

#### （1）LP運用業務

おokayama縁むすびネットに係るLPを制作し、会員登録に向けての意欲を喚起する。LP設置場所については、県と協議の上、決定するものとする。

なお、令和7年度に制作したLPを引き続き使用することも可能とする。

URL：<https://www.okayama-musubi.jp/lp/>

#### ①基本的な業務内容

- ・（2）で実施するインターネット広告から誘導するLP（1ページ）を運用する。
- ・制作・運用に当たっては、会員登録に向けての意欲を喚起する工夫を行い、効率的におokayama縁むすびネットHPに誘導する工夫をすること。
- ・令和7年度に制作したLPを使用する場合は、県から依頼する修正（縁むすびネットのシステム改修に伴う修正等）に対応すること。
- ・新たにLPを制作する場合は、以下の点を遵守すること。  
ア PHP Version 7.4.33で作成すること。

- イ 下層ページの表示に影響を与えないよう配慮すること。
- ウ LPはスマートフォン及びPCでの表示に適した形式とすること。
- エ 一般的なブラウザで支障なく閲覧可能なものとする。
- オ ページアクセスの傾向や分析ができる仕組みにすること。
- カ 掲載情報については、厳密に確認及び校正を行い、万一誤りがあった場合は、受託者の責任において訂正すること。
- キ 次年度以降も追加費用なく、継続的に使用できるデザイン又は仕組みとすること。
- ク サーバーは県側で用意する。

## ②LPの運用

- ・LPの運用に当たっては、以下の点を遵守すること。
  - ア 不正アクセス等、不具合が生じた場合を想定し、県と受託者の連絡体制を構築し、すみやかにトラブルの原因を解消すること。
  - イ 本仕様書で制作したLPは、他事業者でも運営保守が行えるようにすること。

## ③LPに関するデータの収集・分析

- ・LPに関する各種データを収集し、分析すること。なお、データ収集に当たっては、LP閲覧者の属性（性別、年代等）やページのアクセス数、滞在時間等の閲覧状況、その他必要と思われるデータなど、可能な限り多くのデータを収集すること。
- ・閲覧者のLP内での行動が分析できるようヒートマップを作成すること。
- ・昨今のCookie規制の強化に対応するため、パラメータ設定などの計測方法の工夫を行うこと。

## (2) インターネット広告の企画・制作・運用業務

おかやま縁むすびネットをターゲット層に対して効果的に周知するため、インターネット広告の配信を行い、(1)で制作したLPに誘導する。

### <広告媒体>

- ・広告媒体は以下の広告の中から検討し、効果的な組み合わせにより配信を行うこと。
  - ① 検索連動型広告 (Google、Yahoo!JAPAN)
  - ② ディスプレイ広告 (Google ディスプレイネットワーク広告 (GDN)、Yahoo!ディスプレイアドネットワーク (YDN)、Facebook 広告、Instagram 広告)
  - ③ 動画広告 (Youtube、LINE、Instagram、Facebook、Twitter)
    - ※カルーセル、レスポンス広告を含む
  - ④ その他有効な広告媒体
- ・広告配信アカウントは、契約後、可能な限り令和7年度受託者から引き継ぐこととする。引き継ぐことができない場合は、受託者が作成するものとする。なお、令和8年度に使用したアカウントは、事業終了後でも、令和9年度の事業者が決まり次第、引き継ぐこと。
- ・広告単価については、県と受託者で別途協議の上、決定する。
- ・広告媒体毎に広告時期・期間、時間帯を提案すること。
- ・透明性確保のために、県が指定するアカウント権限の付与、岡山県アカウントとの

つなぎこみを行うこと。

#### < 広告素材の企画・制作 >

- ・選択した広告媒体に掲載する広告素材（広告文、バナー、画像、動画等）を作成すること。なお、令和7年度に制作した広告素材を引き続き使用することも可能とする。
- ・令和7年度に制作した広告素材を使用する場合は、県から依頼する修正（日付の修正等、軽微な内容を想定）に対応すること。
- ・新たに広告素材を制作する場合は、以下の点を遵守すること。なお、次年度以降も追加費用なく、継続的に使用できるデザインとすること。

ア メインターゲット（県内在住・在勤で結婚を希望する20歳～40歳の独身男女とし、特に婚姻数が多い27歳前後の独身男女に注力）についてのペルソナ、カスタマージャーニーマップをイメージした上で行い、広告媒体毎のデザイン案（画像データやテキストデータ）を2案以上提案すること。

イ 作成した素材は、令和8年度中は、県HP、県SNS、県広報番組、県・市町村広報紙、各種広報紙、チラシ、商業施設デジタルサイネージ、看板等において2次利用することを原則とする。その際には、県が指定したサイズの素材を本委託事業の中で作成すること。

#### < 広告配信期間 >

- ・広告配信期間は令和9年2月28日までとする。  
※契約期間の満了日は、令和9年3月31日とする。
- ・委託期間内に最大限の効果を発揮できるよう、広告配信時期については最適な配信スケジュール等を提案すること。（1）のLP運用業務において、新たに制作する場合は、制作・誘導業務も考慮したスケジュール等を提案すること。
- ・広告配信は遅くとも6月中には開始すること。LPや広告素材を新たに制作する場合で、6月の配信開始までに制作が間に合わない場合は、令和7年度のものを流用することも可能とする。

#### < 配信設定・費用 >

- ・別途提供する参考資料（令和7年度に係る媒体ごとの配信結果、おかやま縁むすびネットHPアクセス数、登録会員数の推移等）を基礎として、当事業のターゲット層を踏まえた、効果的かつ効率的な配信設定を行うこととする。  
※参考資料は、技術提案参加資格確認申請書を提出期限までに提出した者にのみ配付することとする。なお、当該資料の配付に当たっては、あらかじめ、本事業に係る企画提案を行うためにのみ使用し、その他の目的以外には一切使用しないことを確認する。
- ・配信費用は広告媒体費として、少なくとも6,000,000円（税込）以上を設定すること。その際、設定及び運用に係る手数料は別途記載すること。なお、予算に達しないうちに目標を達成した場合は、その旨申告し、別の用途に使うことを検討すること。
- ・岡山県が蓄積した各種リマーケティングリストを活用した配信を行うこと。配信

にあたっては効果を計測し、効率的でない場合は配信停止を検討し、県に相談すること。なお、当該リストのデータについては、可能な限り契約後に共有するものとする。

- ・配信にあたっての年齢設定については、県と協議の上設定すること。

#### <目標>

- ・K P I、K G Iは次のとおりとするが、具体的な数値については、前年度の結果等も踏まえ、県と協議の上設定すること。
  - K P I ① 広告経路による縁むすびネット新規アクセス人数
  - K P I ② 広告経路による仮登録者数
  - K P I ③ 広告経路による初回来所予約数+オンライン登録手続者数
  - K G I 広告経路による登録者数
- ・事業の成果を分析するため、受託者においてK P I ①～③の取得の設定を行うとともに、事業効果の改善を図ること。
- ・その他、有効な指標で、別途提案するものがあれば、その効果検証方法やK P Iを提示すること。
- ・K P Iで示した各種値を達成した場合も、予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

#### <効果測定>

- ・事業効果を把握するために必要な効果検証方法を検討の上、概要や考え方を踏まえて提案すること。
- ・広告配信状況（予算執行状況を含む）や、L P及びおかやま縁むすびネットHPのアクセス分析を行い、月次で集計・報告すること。
- ・本業務について、広告の表示回数、L P誘導数、閲覧者の属性（年齢、地域、特性等）等を分析し、状況に応じて広告媒体の変更や絞り込み等、改善策を月次で県と協議の上、配信中の広告に反映すること。

#### <その他>

- ・広告実施にあたっては、別紙1「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に記載の業務を行うこと。
- ・自治体を実施する事業の広告として、ふさわしくない面（ウェブサイト、ページ）に配信されないよう配慮すること。

### （3）各種媒体原稿の作成

次の媒体に使用する原稿について、統一感をもったデザインにより作成すること。なお、令和7年度に制作した原稿を引き続き使用することも可能とする。その場合、県から依頼する軽微な修正に対応すること。※具体的な修正内容については、契約後、県から依頼するためデザインの提案は不要とする。

- ・新聞広告（全5段カラー）
  - ※掲載については、県側で別途契約する。
- ・県庁玄関用パネル（W2195×H1040）

※パネルの作成は、県側で別途発注する。

- ・広報用チラシ（A4カラー両面）

※10,000部の印刷費を含むこと。

#### （４）Googleアナリティクス計測タグの整理

数値を計測するために、令和2年度から蓄積されているGoogleアナリティクス計測タグについて、設定状況を確認・整理し、不要なタグを削除すること。

また、タグの設置位置やタグの発火条件等を一元管理した資料を作成し、提出すること。

#### （５）結びすと魅力発信キャンペーン業務

結婚支援ボランティア「結びすと」の増員を目的として、「結びすと」制度の魅力を発信するため、次のクリエイティブの制作及び業務を行うこと。なお、次年度以降も追加費用なく、継続的に使用できるクリエイティブとすること。

（制作するクリエイティブ）

- ・「結びすと」の活動内容や魅力を伝える動画 1本以上

- ・広報用チラシ（A4カラー両面）

※企業等への送付を想定。5,000部の印刷費を含むこと。

- ・新聞広告（全5段カラー）

※掲載については、県側で別途発注する。

（業務内容）

- ・縁むすびネット公式HP内の「結びすと」ページの充実化

URL：<https://www.okayama-musubi.jp/enmusubi-supporter/>

- ・「結びすと」が使用する名刺のデザイン 1パターン

- ・縁むすびネット公式HPトップページの軽微な修正

※具体的な修正内容については、契約後、県から依頼するため提案は不要

#### （６）その他会員数増加のための取組

上記以外の取組で、縁むすびネットの会員数増加に資する取組を提案すること。なお、提案にあたっては効果検証方法やKPIを提示すること。

## 6 目標

県と連携し、令和8年度中に新規登録者と更新者をあわせて1,600人以上となることを目標とする。また、性別や年代のバランスも考慮すること。

(参考)

マッチング登録会員状況(R8.2末時点)

年代別登録者

	独身全体			独身女性			応援者	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合
計	2,949人	96.6%	1,605人	54.4%	1,344人	45.6%	105人	3.4%
20代	213人	7.2%	94人	5.9%	119人	8.9%	男性 50人	
30代	1,072人	36.4%	529人	33.0%	543人	40.4%	女性 55人	
40代	1,083人	36.7%	583人	36.3%	500人	37.2%		
50代	581人	19.7%	399人	24.9%	182人	13.5%		

年度別の実績

	新規登録数	更新者数	退会数	会員数	閲覧数	引合申込数	引合成立	カップル数	成婚数
H29年度	1,385人	0人	20人	1,365人	2,206人	1,638人	438組	165組	3組
H30年度	1,073人	0人	164人	909人	6,768人	5,555人	1,192組	494組	37組
R元年度	814人	252人	1,318人	-252人	8,328人	6,846人	1,294組	525組	49組
R02年度	627人	129人	835人	-79人	7,231人	5,860人	1,077組	463組	40組
R03年度	650人	204人	921人	-67人	14,925人	7,146人	1,075組	434組	46組
R04年度	641人	233人	1,026人	-152人	43,878人	13,464人	1,406組	560組	45組
R05年度	1,429人	393人	992人	830人	59,709人	19,101人	1,601組	672組	42組
R06年度	1,332人	287人	1,031人	588人	72,427人	23,186人	1,946組	784組	69組
R07年度(2月末)	800人	314人	1,448人	-334人	70,243人	22,132人	1,687組	318組	52組
計	8,751人	1,812人	7,755人	2,808人	285,715人	104,928人	11,716組	4,415組	383組

7 成果品の納品等

(1) 委託業務が終了したときは、速やかに委託業務完了報告書(別紙様式)を作成し、報告すること。なお、委託業務完了報告書には、次の内容を含むものとする。

- ・事業概要
- ・事業内容及び成果  
効果測定結果(詳細レポート及びレポート概要や改善点等、総評となる内容を記載すること)
- ・その他、必要と認める事項

※書類及び電子データ(編集可能な形式とすること)

(2) 委託事業に係る会計関係帳簿等を整備し、委託業務完了後5年間保存すること。

8 精算

(1) 本業務は、契約時に定めた契約金額を上限としてその範囲内で実施するものとする。

(2) 見積書や請求書の作成に当たっては、「インターネット広告費(LP制作・運用費、広告素材制作費、広告配信費、分析レポート費)」、「原稿作成・印刷費」、「Googleアナリティクス計測タグ整理費」「結びすと魅力発信キャンペーン業務費」「その他独自提案に係る経費」を別立てで計上し、積算すること。

(3) 本業務が終了した時点で、実施経費の精算を行い、岡山県の確認を経た上で額を確定し、経費の請求を行うこと。

9 著作権等

(1) 受託者が本業務で制作した制作物の著作権及び使用权は、原則として、岡山県に帰属するものとする。

(2) 著作権・肖像権等に関して、権利者の許諾が必要な場合は、受託者は必要な権利処理を行うものとする。

(3) 作成したアカウント及びそれらに掲載されているコンテンツは、期間満了後は、

県又は県の委託業者が管理運営する場合を鑑み、岡山県に引き継ぐこととする。アカウント情報などは、県の求めに応じて提供すること。

## 10 秘密保持

- (1) 事業者から県に提出された提案書等は、本業務における契約予定者の選定以外の目的で使用しない。
- (2) 本業務に関して、受託者が県から受領又は閲覧した資料等は、県の了解なく公表又は使用してはならない。
- (3) 受託者は、本業務で知り得た県及び事業者等の業務上の秘密を保持しなければならない。

## 11 その他

- (1) 本業務の成果は岡山県に帰属する。
- (2) 岡山県は、受託者に対し、必要に応じ業務の状況について報告を求めることができるものとする。
- (3) 提案に当たっては、実現可能性のある提案とすること。ただし、必ずしも提案の内容を実施するとは限らない。実施に当たっては、県と協議を行い、決定していくものとする。
- (4) 受託者は業務を実施するに当たり、事業を一括して第三者に委託することはできない。ただし、事業を効率的に行うために必要と認めるときは、あらかじめ岡山県の承諾を得た上で、その一部を再委託することができるものとする。また、受託者が他団体と連携して業務を実施する場合は、あらかじめ役割分担等を記載した資料を作成し、岡山県と協議するものとする。
- (5) 岡山県が今後中期的なデジタルプロモーションを行うことを念頭に、広告閲覧者のアクセス情報を蓄積する（リマーケティングリスト作成等）こと。
- (6) 本仕様書に明記されていない事項又は業務上疑義が生じた場合は、岡山県との協議により進めるものとする。

(別紙1)

## デジタルプロモーション実施時における留意事項

岡山県子ども未来課

岡山県と受託者で協議の上、以下の業務を行うこと。

### 1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務用に導入した Google Analytics 又は各事業担当課で導入している Google Analytics (以下「本業務用 Google Analytics」という。) 上で、本事業における目標設定を行うこと。また、最終レポートにてその結果について、要因・改善策を必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時には、内容について岡山県の承認を得ること。また、本事業において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を岡山県に譲渡すること。

### 2 岡山県 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 本事業に関連するウェブサイトには、各種計測タグ、リターゲティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、岡山県が別途指定する「岡山県 Google タグマネージャー」を活用し、その管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「岡山県 Google タグマネージャー」でのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を岡山県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について岡山県の承認を得ること。また、「岡山県 Google タグマネージャー」での設定については、事業完了後に一切の権利を岡山県に譲渡すること。

### 3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」で事業効果を取得するため、岡山県が別途指定するルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定及びデータの蓄積を行うこと。
- (3) 本事業に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に岡山県が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として「岡山県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。

### 4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、岡山県公式の MCC (マイクライアントセンター) 及び「本業務用 Google Analytics」とリンクすること。
- (2) Google 広告アカウント及び「本業務用 Google Analytics」それぞれで、効果的と考えられるリマーケティングリストを設定し、岡山県公式の MCC と共有すること。
- (3) Google が提供する無料調査(「ブランドリフト効果測定」等)が利用できる場合には、岡山県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

## 5 SNS広告を利用する場合

- (1) 岡山県公式SNSのビジネスマネージャーや岡山県が別途指定するSNSページに広告アカウントをリンクすること。
- (2) SNS広告を展開する場合は、岡山県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3) ウェブサイト訪問者に対するSNSのリマーケティングの設定を行うこと。

## 6 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 岡山県が今後もデジタルプロモーションを行うことを考慮し、動画視聴者のアクセス情報（動画視聴者リマーケティングリスト等）を蓄積すること
- (2) YouTubeを利用する場合は、作成した動画は岡山県が運営するYouTubeチャンネルへ掲載を行うこと。なお、YouTubeチャンネルへの掲載にあたっては、動画タイトル、動画説明文、タグ、カテゴリ、公開範囲及びサムネイル等の必要な設定を行うとともに、効果的なSEO対策を行うこと。
- (3) 動画視聴に関するデータを分析するため、又は効果的な広告手法を検討するため、Google広告を利用する場合はYouTubeチャンネルとGoogle広告アカウントをリンクさせること。

<評価基準>

評 価 項 目		配 点
技 術 提 案 書	1 趣旨や業務内容等について十分理解しているか。 ・趣旨や業務内容等を正しく理解した提案であり、目標達成に向けて具体的な実施計画が作成されているか。 ・これまでに当該事業と類似の業務実績はあるか。	20
	2 提案内容に具体性、妥当性、実現可能性があり、優れているか。 ・LPの運用・分析は適切か。LPや広告素材を新たに制作する場合は、ターゲット層の興味を惹くデザイン、キャッチフレーズ、レイアウトになっているか。 ・設定したターゲット層に対して最適な広告媒体を選択し、提案しているか。 ・広告時期や掲載量は適切か。 ・「結びすと」に係るクリエイティブは、制度の魅力を的確に発信し、対象者の興味を惹くデザイン、キャッチフレーズ、レイアウトになっているか。 ・その他独自提案が優れ、会員数増加に寄与する内容となっているか。 ・幅広い知識や専門的ノウハウ等を活用した提案となっているか。	40
	3 広告効果の効果測定・分析等について適正公平な業務成果を示すことができているか。 ・効果測定の方法が具体的で、かつ分析方法等（改善提案・広告への反映）が具体的に示されているか。	20
	4 委託事業実施体制、手順、人員配置計画等の体制が十分かつ信頼性が高く、効果的な情報発信が期待できるものとなっているか。 ・業務が円滑に遂行できる体制（人員配置、手順、期間等）が取られているか。 ・個人情報に適正に管理できる体制となっているか。	10
見 積 書	5 経費見積書の内容は妥当であるか。	10
合 計		100