

令和7年度晴れ恋♡晴れ婚プロジェクト業務委託仕様書

1 目的

恋活や婚活に係る取組を実施している民間事業者等と連携しながら、若者の恋愛や結婚に対する前向きな意識等を醸成する「晴れ恋♡晴れ婚プロジェクト」を創設することとしている。プロジェクトの一環として、行政からの情報が届きにくい、独身の20代をターゲットとした、恋愛や結婚を前向きに考えるきっかけづくりにつながるための情報発信を実施することで、恋愛や結婚に関心がある若者の行動を後押しするとともに、恋愛や結婚への関心が薄い若者への意識喚起を行い、恋愛や結婚の気運醸成を図る。

2 業務名

令和7年度晴れ恋♡晴れ婚プロジェクト業務

3 委託期間

契約締結日から令和8年3月31日まで

4 経費の上限

29,585,000円（消費税及び地方消費税を含む）

5 事業ターゲット

本事業におけるメインターゲットは次のとおりとする。

- (1) 20代の独身男女
- (2) (1)のうち、恋愛や結婚に興味はあるが、具体的な行動ができていない者
- (3) (1)のうち、恋愛や結婚に関心が薄い者（将来的に興味を持つ可能性がある者）

6 業務内容（企画提案）

以下の業務を行うこと。ただし、(1)から(7)の業務を一体・連動した企画とすること。

また、事業の効果を高めるため、記載されている仕様以上の取組については、独自提案すること。

(1) 実施計画の策定

受託者は、契約締結後、速やかに本業務の実施計画（基本方針、コンセプト、事業計画及びスケジュール、実施体制等）を作成し、県に提出すること。

(2) Instagramを活用したコンテンツマーケティング

- ①専用アカウントの立ち上げを行うこと。アカウント立ち上げや運用については、SNS広報の専門業者を活用するなど、より効果的に事業を実施できる体制とすること。
- ②事業ターゲットにとって有益な情報を配信し、興味・関心を惹きつけつつ、恋愛や結婚への関心や行動につながる情報を織り交ぜることで、恋愛や結婚を前向きに捉える意識醸成や行動のきっかけにつなげること。

- ③縁むすびネット、結婚応援パスポート、カップルや結婚希望者向けの県主催イベントなどについても、フォロワーが離脱しないよう工夫しながら情報発信を行う。また、当プロジェクトで県と協定締結を行う民間事業者（以下「協定事業者」という）が実施する連携事業（県内限定のサービス提供やイベント等）についても同様に発信を行うこと。
- ④初年度はターゲットとする年齢層を中心に県内フォロワーを 5,000 人以上確保すること。
- ⑤運用方針や配信する情報は独自提案とするが、ターゲットが興味を持ち、フォローしたいと思える内容にすること。

（配信内容例）

グルメ、旅行、美容、お金のこと、漫画、100 日後に〇〇する誰々企画など

- ⑥インフルエンサーの活用やアンバサダーの任命など、拡散性や話題性の喚起も意識した啓発を検討すること。
 - ⑦Instagram のアルゴリズム等を踏まえ、インサイトを利用するなど適切に分析しながら、効果検証すること。
- （３）インターネット広告の企画・制作・運用業務**

（２）の Instagram アカウントをターゲットへ効果的に周知するため、インターネット広告の配信を行うこと。なお、アカウントのフォロワー 5,000 人以上を確保できる配信とする。

< 広告媒体 >

- ① 広告媒体は以下の中から検討し、Instagram の特性等を踏まえた、効果的な組み合わせにより配信を行うこと。
 - （ア） 検索連動型広告（Google、Yahoo! JAPAN）
 - （イ） 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
 - （ウ） 動画広告（TikTok、TVer、Youtube、LINE、Instagram、X 等）
- ※ カルーセル、レスポンス広告を含む
- （エ） その他メインターゲットへのアプローチに有効な広告媒体

- ② 配信に当たって管理アカウント等が必要な場合には、受託者が作成すること。
- ③ 広告媒体毎に広告費用、時期・期間、時間帯等を提案すること。
- ④ 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、岡山県が管理している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 >

- ① 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。
- ② 広告素材の作成にあたっては、ターゲット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を行い、広告媒体毎のデザイン案（画像データやテキストデータ）を提案すること。
- ③ 作成した素材は、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 >

- ① 広告配信期間は令和 8 年 2 月 2 8 日までとする。
- ② 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。

< 広告配信設定・費用 >

- ① 当事業のターゲットを踏まえた、効果的かつ効率的な配信設定を行うこと。
- ② 広告配信費用は、少なくとも 5,000,000 円（税込）以上とすること。
なお、広告配信費用は情報発信媒体原価とし、配信管理費は含めないこと。情報発信媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。

< 効果測定 >

- ① 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。
- ② 広告配信状況や、広告経由でのフォロワー数分析、おかも縁むすびネットと結婚応援パスポートHPのアクセス分析等を行い、月次で集計すること。
- ③ 本業務について、広告の表示回数、フォロワー数、HP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 >

- ① 広告実施に当たっては、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。
- ② 自治体が発する事業の広告として、ふさわしくない媒体等（ウェブサイト、ページなど）に配信されないよう配慮すること。
- ③ (2) (3) 共通事項として、Instagram の分析結果とそれを踏まえた投稿内容の方針や、広告実施状況、閲覧等の分析結果を、県、協定事業者や県において指名する専門家（政策アドバイザー、SNS 運用アドバイザー）に月に 1 回程度報告すること。 なお、報告はオンラインを想定している。

(4) 気運醸成等に係るイベント（独自提案）

- ① 20 代の独身男女が恋愛や結婚を意識するきっかけとなるようなイベント等を実施すること。なお、恋愛や結婚にテーマを限定したイベントでは、集客が難しい場合があるため、若年層に人気があるイベントとの併催や、開催テーマを工夫するなど、若年層が参加しやすい仕組みとすること。

（イベント例）

- ・ スポーツ観戦、音楽（ライブ）、オープンシネマ、学園祭、デイキャンプ等との併催
- ・ スカベンジャーハント、脱出ゲーム、e-スポーツ大会、インフルエンサーによるドレスやタキシードのファッションショー など

- ② 実施にあたっては、協定事業者の啓発ブースを設けるなど、プロジェクトの啓発につながる要素を加えること。具体的には、県と協議の上、決定すること。
- ③ 開催内容、回数や時期などは、独自提案とする。

(5) 協定事業者等との連携

- ① 県、市町村及び協定事業者との意見交換の場に参加すること。協定事業者との意見交換は、オンラインを前提とするが、市町村が参加する会議など対面で実施す

る場合もある。なお、2～3か月に1回程度を想定しており、分析結果等の報告と同時に可とする。

- ②意見交換等の場で、改善や新たなアイデア等があれば、県と協議の上、必要に応じて事業に組み入れるなど、適宜対応すること。

(6) プロジェクトの目標管理と次年度改善に向けた取組

Instagram運用とインターネット広告におけるKPI、KGIを提案し、その効果を計測するための数値等を取得できるようにすること。その他にも、事業の効果を検証するために有効なKPI、KGIがあれば、提案すること。

なお、KPIについては1週間ごとに報告（メールを想定）し、事業終了時、取得した数値を根拠として、来年度に向けた改善策を提出すること。改善案に関しては、県と協議の上、必要に応じて再提出を依頼することもある。

具体的なKPIについては、受託事業者が決定後、県と協議の上、決定するものとする。

KPIで示した各種値を達成した場合も、事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

(7) その他

- ①広報等に活用するため、プロジェクトのロゴ案を2案以上提案すること。
- ②協定事業者との協定締結式を8月中旬ごろに想定しており、プロジェクトのロゴを配したバックパネルを制作すること。具体的な構成については、県と協議の上、決定すること。
- ③その他、若者の恋愛や結婚に対する前向きな気運の醸成につながる企画等があれば、提案すること。実施にあたっては、県と具体的な内容を協議の上、進めること。
- ④ホームページ等を作成する場合は、県の所有するWEBサーバーにデータを格納して公開すること。

(格納先)

<https://8092-okayama.jp/>

- ⑤協定事業者は、県において、調整中であるため、候補先等について把握する必要がある場合には、県に個別に問い合わせること。なお、協定事業者へ個別の接触は行わないこと。

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。

①事業概要

②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）

③次年度に向けた改善案

④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、「Instagram 運営費（投稿コンテンツ作成費、アカウント運営管理費）」「インターネット広告費（広告媒体制作費、広告配信費、分析レポート費）」、「イベント実施費」、「プロジェクト運営管理費（啓発資材等作成費、プロジェクト管理費）」、「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) 6（3）のインターネット広告関連業務について、予算に達しないうちに、目標を達成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。

- (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。

デジタルプロモーション実施時における留意事項

岡山県縁むすび応援室

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。	2 0
	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。 ・Instagramのテーマや、投稿内容、投稿頻度等、晴れ恋♡晴れ婚プロジェクトのPRにふさわしい内容となっているか。 ・ターゲット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。 ・広告素材やプロジェクトロゴのデザインは、ターゲットの興味を惹くデザイン、キャッチフレーズとなっているか。 ・当事業の趣旨を踏まえたイベントの内容を具体的に提案しているか。 ・その他独自提案が優れ、恋愛や結婚気運の醸成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。 ・効果的かつ適切なプロジェクト管理を提案しているか。	4 5
	3 Instagram運用及び広告効果の効果測定・分析等について適正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・Instagram及び広告への反映）が具体的に示されているか。	1 5
	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。 ・個人情報適正に管理できる体制となっているか。	1 0
見 積 書	5 経費見積書の内容は妥当であるか。	1 0
合 計		1 0 0

「おかやま 晴れ恋♡晴れ婚プロジェクト」

恋活・婚活・結婚相談・ブライダル・専門誌などの結婚等に係る関係事業者等と協働しながら、官民連携でそれぞれの強みや得意分野を生かした取組を実施

連携体制の構築

国交付金
補助率3/4

県・市町村

連携

民間事業者

相互啓発等の実施

- (結婚関連事業)
- ・縁むすびネット 
 - ・結婚応援パスポート 
 - ・婚活イベント
 - ・結婚新生活支援事業 など
 - ・同窓会支援

会員等への支援情報や婚活イベント等の情報提供

- (事業内容/想定される連携)
- ・結婚相談事業者/仲人/ウハウウの提供
 - ・婚活事業者/接遇マナーセミナー等の実施
 - ・婚活イベント事業者/市町村イベントとのコラボ、集客 など
 - ・ブライダル事業者/PR写真撮影会、無料挙式プレゼント など



県予算事業

国交付金
補助率3/4

連動

事務局運営、企画、進捗管理、
広報分析、民間連携コーディネート
ター等を含む

・Instagramを活用した若年世代に特化した情報発信

※行政からの情報が届きにくい、独身の20～30歳に絞ったコンテンツマーケティングによるアプローチ
(行政の不得意分野への試行的アプローチ)

デートスポット、二人で使える飲食店、お揃いファッションコーデなど、広告ではない、若年世代が興味のあるテーマに特化した投稿を行いながら、さりげなく「交際・結婚」を意識させる情報を織り交ぜた発信を行う。

- ・各恋活・婚活事業者が一堂に会し、PRする見本市イベント
- ・賛同企業PRブースを設け、来場者用の婚活等登録用写真撮影会やメイクアップセミナー等により登録促進

- ・各種イベント等で活用する恋活・婚活冊子の作成
- ・縁むすびびネットや各事業者のアプリ、プロフィールや結婚までのエピソードなどを紹介

- ・恋活・婚活専用HPの制作
- ・県内出会いイベント、結婚支援情報等を随時更新・発信
(恋活・婚活冊子の内容も登載)

市町村連携事業 (地域ニーズに即した企画等を賛同事業者と連携して実施)

国交付金
補助率3/4

- (例) ・観光資源を活用した婚活イベント ・アプリ、結婚相談所等優待クーポン ・恋愛、結婚相談会 ・プロポーズ支援
- ・アプリ使い方セミナー ・異性との接し方コーチング ・連携事業者のサービス基盤を活用したイベント啓発 など

(参考資料)

連動