

令和8年度「みやぎ結婚応援パスポート」及び「みやぎ子育て支援パスポート」プロモーション強化業務 質問回答書

番号	該当箇所	質問事項	回答
1	仕様書 第2 1 背景と目的	令和7年度までの事業実施において、成果指標が未達となった要因について、県として分析されている課題や改善ポイントがあれば、可能な範囲で御教示ください。 また、令和8年度事業において、特に改善を期待する点があれば併せて御教示ください。	本県が分析している主な課題は、事業や特典内容の認知不足、ライフイベント（婚約・引越し等）の具体的なタイミングに合わせたターゲティング不足や「登録・利用・店舗拡充」の各を連動させる循環的な戦略設計の不足です。 「みやぎ子育て支援パスポート」のアプリ化により、子育て支援パスポートの利用登録者数は大幅に増加している一方、協賛店舗数に関しては、令和6年度から開始した実態調査による「閉店（閉業）店舗」の精査が数値に影響しています。これはデータの精度と事業の信頼性を高める必要な取組であり、令和8年度の成果指標はこの調査結果（閉店分）を加味して設計しています。 これらを踏まえ、令和8年度事業では、潜在層への効果的なアプローチによる即時登録の促進、協賛店舗の着実な確保と魅力向上及び各施策を相互に連動・循環させる戦略の提案を期待します。 また、昨年度の成果指標及び実績は以下のとおりです。 【みやぎ結婚応援パスポート】 ・新規利用登録者数：成果指標 1,000 人に対し、着実に伸長 ・協賛店舗数：成果指標 +250 店舗に対し、実態調査による閉店分の減（精査）を反映した結果、純増数は未達（減少傾向） 【みやぎ子育て支援パスポート】 ・新規利用登録者数：成果指標 10,000 人に対し、アプリ化等の効果により大幅に達成 ・協賛店舗数：成果指標 +250 店舗に対し、実態調査による閉店分の減（精査）を反映した結果、純増数は未達（減少傾向）
2	仕様書 第2 1 背景と目的	現在、事業目標を下回っている状況にあるとのことですが、要因をご教示ください。 また、昨年度の成果指標と事業実施目標に対するの結果をご提示いただけますでしょうか。	現在、事業目標を下回っている状況にあるとのことですが、要因をご教示ください。 また、昨年度の成果指標と事業実施目標に対するの結果をご提示いただけますでしょうか。

番号	該当箇所	質問事項	回答
3	仕様書 第3 2 新規協賛店舗等の開拓業務	協賛店舗等の開拓業務について、営業先の重複や過度な接触を避け、円滑な事業推進を図る観点から、過年度受託事業者との引継ぎ、既存営業履歴、協賛検討状況等に関する情報共有は可能でしょうか。	<p>過年度の受託事業者が独自に蓄積したアプローチ履歴（架電詳細や個別の交渉経緯等）は、受託事業者のノウハウや機密情報に該当するため、原則としてそのままの形で共有することはできません。</p> <p>しかしながら、営業先の重複や過度な接触を防止し、円滑かつ効果的な開拓業務を推進することは県としても重要であると考えております。そのため、契約締結後、以下の範囲において必要な情報提供や調整を行う予定です。</p> <p>① 県で管理・把握している情報の共有</p> <p>過年度の業務実績報告書等に基づき、県が保有している「開拓ターゲットリスト」や、全体的な進捗・課題に関する引継ぎ情報は、業務遂行に必要な範囲で共有します。</p> <p>② 過年度受託事業者との引継ぎの調整</p> <p>必要に応じて、円滑な業務移行のための最低限の引継ぎ体制について、県が仲介・調整を図り、同事業者の協力する範囲内において実施します。</p>
4	仕様書 第3 2 新規協賛店舗等の開拓業務	過年度に協賛依頼を行ったものの未登録となった事業者リスト、または過去に協賛登録後、登録終了となった事業者情報について、契約後に共有いただくことは可能でしょうか。	同上
5	仕様書 第3 2 新規協賛店舗等の開拓業務	協賛店舗等との打合せ・説明・フォローアップ等について、事業者側の利便性や効率的な事業推進の観点から、必要に応じてオンライン会議ツール等を活用した対応を行うことは可能でしょうか。	<p>効率的な業務遂行及び店舗側の利便性向上の観点から、必要に応じてオンライン会議ツール等を活用していただくことは可能です。地域の特性や店舗側の希望（対面希望など）に配慮しつつ、効果的な手法を組み合わせることで事業を推進してください。</p>

番号	該当箇所	質問事項	回答
6	仕様書 第3 2 新規協賛店舗等 の開拓業務	現在の協賛店舗の一覧表を開示していただけますでしょうか。 また、パスポートを提示した際に店舗ごとに受けられるサービスも併せてご教示いただけますでしょうか。	現在の協賛店舗及び店舗ごとのサービス内容（特典内容）につきましては、一般公開されている以下の公式ウェブサイトの「協賛店検索機能」より随時御確認いただけます。 【みやぎ子育て支援パスポート 協賛店検索】 https://www.miya-pass.jp/ また、仕様書「第4 包括的事項 10」に記載のとおり、契約締結後には業務遂行に必要な管理システムへのログイン情報（アカウント等）を通知いたします。なお、ログイン情報の取り扱いに当たっては、第三者への漏洩防止など適正な管理を徹底してください。 これら現行の登録データをベースに、営業実態の精査や効率的な新規開拓・フォローアップに向けた具体的なアプローチ方法の提案を期待します。
7	仕様書 第3 2 新規協賛店舗等 の開拓業務	本業務は協賛企業のCSR活動の一環として捉えられると考えますが。 企業のイメージ向上以外でメリットがございましたら、ご教示ください。	本事業は企業のCSR活動に留まらず、旺盛な消費機会を持つ子育て・新婚世帯を狙い絞った強力な「集客・マーケティングツール」としての実利が存在します。 特に「みやぎ子育て支援パスポート」は令和7年11月からのアプリ化等により利用登録者数が大幅に増加しています。さらに令和7年4月1日以降に誕生したお子様の情報を期限内にアプリ登録した世帯へ「みやぎポイント」10,000ポイントをプレゼントする強力なインセンティブ施策も実施しており、今後もアクティブユーザーのさらなる拡大が見込まれます。 【パパママ応援ポイント】 https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/kosodate/papamamapoint.html こうした仕組みやアプリ・Web等のデジタル媒体を通じ、ユーザーが求める「割引」や「ポイント」等の特典を設定した協賛店舗様へ、親子の

番号	該当箇所	質問事項	回答
			<p>生活動線に合わせたダイレクトなアプローチ（認知・来店促進）が可能となります。</p> <p>事業の枠組みや詳細、各種特典等については、以下の県公式ウェブサイトも併せて御確認ください。</p> <p>【宮城県公式 HP：みやぎ子育て・結婚応援パスポート】 https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/kosodate/miyapass.html</p>
8	<p>仕様書 第31 (1) プロモーション 業務の内容及び方法</p>	<p>①既存の Instagram のアカウントを運用し、当該アカウントの情報を開示していただき、権限を付与していただけるという認識でよろしいでしょうか。</p> <p>②Instagram の広告配信を行う際に、連動した FB のアカウントはございますか？</p> <p>③タグの埋め込みや GA4 の権限を頂くことは、実施時可能でしょうか？</p>	<p>①について 御認識の通り、契約締結後、業務遂行に必要な範囲内で、県が保有する既存の公式 Instagram アカウントの運用権限を付与する予定です。なお、運用の詳細やアカウントの管理方法については、契約締結後に改めて協議の上、決定いたします。</p> <p>②について Instagram の広告配信等に連動した、県公式のアカウント等は存在しません。具体的な運用方法や設定の詳細につきましては、契約締結後に受託事業者様と調整・対応いたします。</p> <p>③について 仕様書に記載している「プロモーションの効果分析・報告」を行っていただくため、各種タグの設定やアクセスデータの共有等については、本県のセキュリティ規定やシステム環境の範囲内において、実施時に必要な対応や調整を行う予定です。</p> <p>これら既存のデジタル資産を活用し、効果的な広告配信と精緻な効果分析を実現するための具体的なアプローチの提案を期待します。</p>
9	<p>仕様書 第3 1(1)</p>	<p>イベントに関しましては、「子育て応援団すこやか2026」以外のイベントのブース出展でも「1回」と見なされますか。</p>	<p>「子育て応援団すこやか2026」以外のイベントであっても、本事業の趣旨（利用登録の促進、認知度向上等）に合致するブース出展であれば、「1回」とカウントします。</p>

番号	該当箇所	質問事項	回答
	ウ イベントの実施	また、イベントの提案内容を考案するにあたり、昨年開催されたイベントの報告書等をご共有いただけますでしょうか。	<p>なお、「子育て応援団すこやか2026」へのブース出展は必須です。過年度の業務実績報告書等の詳細な資料につきましては、契約締結後に受託事業者様へ共有・調整いたします。</p> <p>昨年度のイベント概要は、下記 HP を参考にしてください。</p> <p>https://www.mmt-tv.co.jp/event/articles/6e2f5117542my81o.html</p> <p>これら過去の規模感や事業課題を踏まえ、多くの来場者を引き込み、効果的かつ効率的にアプリ登録等へ繋げるための魅力的なブース展開やイベント企画の提案を期待します。</p>
10	仕様書 第3 1(1) ウ イベントの実施	「子育て応援団すこやか2026」へのブース出展料は別途県で負担するとありますが、ブースの広さ（小間数）や、基本設備（長机やパネル等）としてあらかじめ用意されているものがあればご教示ください。	<p>今年度の詳細な仕様については現時点で未定ですが、提案内容や経費算出（積算）の参考として、昨年度（令和7年度）の実績仕様を以下にお示しします。</p> <p>【昨年度（令和7年度）実績仕様】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブースの広さ：間口 4.5m 又は 5.4m、奥行 2.7m、高さ 2.1m ・ブース構造：加工紙で表装した木製パネルを設置（パネルの色はエリアによって異なる。） ・無料提供備品（希望に応じて設置可能） <ul style="list-style-type: none"> テーブル W1,800×D450×H700 2台 白布 W2,400×D1,200 2枚 パイプ椅子 6脚 コンセント（500W） 1基 <p>※上記以外の設備・備品等は別料金となるため、委託料の範囲内で事業者様にて企画・計上してください。</p>
11	仕様書 第3 1(1)	想定しているアンケート内容をご教示ください。また、昨年度のアンケート報告書を開示いただけますでしょうか。	<p>本事業におけるアンケートは、利用登録者や協賛店舗を対象に、満足度や利用要望等を把握することを目的としています。特に、次年度以降の事業改善や新規施策の立案、予算要求の根拠となるデータの収集を重</p>

番号	該当箇所	質問事項	回答
	エ アンケートの実施		<p>視しています。具体的な設問内容や実施手法は、契約締結後に受託事業者様の専門的な知見による提案を踏まえ、協議の上で決定します。</p> <p>なお、過年度のアンケート結果を含む業務実績報告書は、公表していない情報であるため公募段階での開示はいたしかねます。事業者様におかれましては、開示中の事業目的等を踏まえ、次年度の施策展開に直結する効果的な効果測定（調査・分析）手法の提案を期待します。</p>
12	仕様書 第4 包括的事項 8、 9 別表	<p>「受託者は、定期的な進捗報告において成果指標が目標を下回る懸念がある場合、速やかにその要因を分析し、目標達成に向けた追加または代替の施策を具に提案し、承認を得た上で実施すること。」について</p> <p>①「成果指標」はどのくらいの期間で計画を目指しておりますでしょうか。</p> <p>②成果指標と事業実施目標が別で記載されていますが、上記の「成果指標が目標を下回る場合～」の目標は事業実施目標を指すという認識でよろしいでしょうか。</p> <p>③事業実施目標内に、「2. 新規協賛店舗などの開拓業務」の数値が記載されていませんが、具体的な数値目標がございましたらご提示いただけますでしょうか。</p>	<p>① 一般的な会計年度（4月1日～3月31日）をベースにした計画として目標を設定・管理いただいで構いません。</p> <p>ただし、本委託契約上の履行期限（委託期間）は令和9年3月12日（金）までとなっておりますので、実績の集計や最終報告書の取りまとめは、この履行期限に間に合うスケジュール（3月上旬時点での見込み値の算出など）で計画・実施いただくようお願いいたします。</p> <p>② 仕様書に掲げる「事業実施目標」の各数値は、最終的な「成果指標」を達成するための目安として設定しているものです。そのため、進捗報告においてこれらを下回る懸念が生じた場合でも、直ちに施策追加等を求めるものではありません。優先すべきは最終的な成果（利用登録者数や協賛店舗数の拡大）であるため、状況に応じて柔軟に要因を分析し、より効果的なアプローチを御検討願います。</p> <p>③ 本業務における新規開拓については、仕様書「第4別表(1)」に掲げる年間の最終目標値（結婚応援：+150企業以上、子育て支援：+80企業以上）の達成を目指していただくこととなります。</p> <p>これらは一律の機械的なノルマではなく、本事業の基盤を強固にするための極めて重要な指標です。事業者様には、達成に向けてこれまでの実績や地域特性を踏まえた実効性の高いアプローチ手法や戦略的な開拓計画の提案を期待します。</p>

番号	該当箇所	質問事項	回答
13	仕様書 第4 包括的事項 別表	仕様書別表の「③ WEB プロモーションの実施」において、「インプレッション数 1,200,000 回、クリック数 18,000 回程度を一つの目安としつつ」との記載があります。例えば、より質の高い流入を狙う提案によって、結果的に目安のインプレッション数等を下回る計画となった場合でも、利用登録者獲得への論理的な道筋が示されていれば、提案として認められますでしょうか。	御認識の通り、提案として認められます。 仕様書に掲げる目安数値は、本県のターゲット層（20～40 代の Web 利用層約 48 万人）に対し「年間 3～4 回程度の広告接触（120 万回）」及び「深く狭い確実な流入（CTR1.5%=18,000 回）」を想定し、試算した一例です。 単なる数値ではなく、ターゲットを絞り込んだより投資対効果が高く、登録者獲得に繋がる論理的な道筋が示されているのであれば優れた提案として評価します。 事業者様の専門的な知見に基づいた、本質的かつ最適な提案を期待します。
14	仕様書 第4 包括的事項 6	「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」とあります。新規に開拓した協賛店舗等のシステムへのデータ入力・登録作業自体も、本委託業務の範囲として受託者が行う想定でよろしいでしょうか。	御認識と異なります。新規開拓した協賛店舗等のデータ入力・登録作業は、本委託業務の範囲外です。 本事業における協賛店の登録手続きは、各店舗・企業が公式 WEB サイト【みやぎ子育て支援パスポート 協賛店検索】（ https://www.miya-pass.jp/ ）の申請フォームから、直接入力を行う登録申請を行う仕組みとなっています。
15	仕様書 第5 共通事項	ロゴやむすび丸の画像については、企画書の作成時にご提供いただきたいと考えております。 その場合は、当該データをメール等でご支給していただけますでしょうか。	「アニメむすび丸子育てバージョン」の使用にあたっては、必要に応じて、当課宛て許可申請の手続きを行ってください。上記以外の宮城県観光 PR キャラクター「むすび丸」の画像データ等に関しましては、担当する本県部署に個別にお問い合わせ願います。