

**令和6年度瀬戸内さかなブランド化推進業務
公募型プロポーザル選定委員会議事要旨**

項 目	内 容
1	日 時
2	場 所
3	出席委員
4	議 題
5	担当部署
6	開催方法
7	議事内容

令和6年4月23日（火）10時から12時まで

広島県庁本館4階広島県海区漁業調整委員会室 ※提案者はZoomにより出席

- ・農林水産局水産課長
- ・総務局施策形成支援チーム担当課長
- ・農林水産局農林水産ブランド戦略部長
- ・商工労働局観光課観光魅力創造担当監
- ・農林水産局販売・連携推進課長

令和6年度瀬戸内さかなブランド化推進業務の企画提案内容の審査

農林水産局水産課

参集（オンライン併用）

1 審査方法
提案された企画提案書をもとにプレゼンテーションを行い、選定委員会において審査の上、最も得点が上位の提案者を最優秀提案者として選定した。

2 審査結果

(1) 審査対象者（提案書提出順）

- ①株式会社中国新聞社
- ②株式会社デイリー・インフォメーション関西 中国支社
- ③合同会社MHDF

(2) 審査対象者の評価値
審査対象者の評価値については、別紙「公募型プロポーザル結果一覧」及び「評価基準に基づく評価項目別の総合値」のとおり。

(3) 最優秀提案者
最優秀提案者：合同会社MHDF

(4) 各選定委員の主な評価

【A社】

- ・提案内容は具体的で、実現可能性が高いものが多いと思われるが、質的なところでやや物足りなく感じる。
- ・実施内容が明確かつ緻密であり、実現可能性が高いと考えられる。また、地元メディアを活用した情報発信は県内への訴求力も期待でき、総合的

		<p>に評価できる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県民向けのプロモーションは充実していた。 ・ 課題に対する効果的なアプローチの提案が少なかった。 ・ 振り返りを踏まえた視点に改善の余地が見受けられる。 ・ ステークホルダーが抱えている課題の分析やその対応策が示されていない。 <p>【B社】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 細部まで示された提案内容が少なく、仕様書（案）に記載してあるすべての事項が読み取れない。 ・ 旅行雑誌を活用した情報発信は期待でき、評価できる。 ・ 取組内容が、やや「情報発信」に偏り過ぎている。 ・ 「観光プロダクトに関する提案」など、記載漏れの事項があった。 ・ もう少しターゲットの明確化と効果的な手法を提案いただきたかった。 ・ 目標に到達するための取組に工夫の余地が見受けられる。 ・ キーマンとなる漁業者や市場関係者など、仲間づくりに関する提案が不足している。 ・ 提案者が実施可能な項目が並べられているだけで、本県のステークホルダーの現状に即した提案となっていない。 <p>【C社】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現状の課題に対して、質的・量的に十分な提案となっていると思うが、体制・スケジュールのところでは実施の可能性についてやや不安を感じる。 ・ 「情報価値づくり」起点での「体験価値づくり」が具体化されており、目標設定や課題抽出整理の手法も明確であるため、効果的な PDCA により成果獲得の確度が高いと考えられ、総合的に評価できる。 ・ 契約に当たっては、必要な人的リソースの確保と本事業へのコミットを確保するとともに、食に関わる他の県事業との相乗効果を図るための柔軟な対応について、十分に協議すること。また、事業計画の実現可能性（ステークホルダーとの共創）についても、十分に検討を行うこと。 ・ 課題を整理した上で取組方針が示されていた。 ・ ステークホルダー全体での取組となっていて、持続的な効果が期待できる内容であった。 ・ 取組の意義や目指す姿から逆算した取組の提案がなされており、効果が期待できる。 ・ キーマンとなる漁業者や市場関係者などへのヒアリングに基づき、課題が適切に設定されており、その解決に向けた提案が具体的かつ効果的であることが認められる。
--	--	---