

食品ロス削減推進業務公募型プロポーザル選定委員会議事録（議事要旨）

項 目		内 容
1	日 時	令和 7 年 3 月 24 日 13 時 30 分から 15 時 30 分まで
2	場 所	Web（Zoom）
3	出席委員	環境県民局環境県民総務課長（代理） 環境県民局消費生活課長 環境県民局環境政策課長 環境県民局循環型社会課長 総務局広報課デジタルディレクター（代理）
4	議 題	食品ロス削減推進業務委託予定者の選定
5	担当部署	環境県民局循環型社会課
6	開催方法	1 参集（オンライン開催） 2 持ち回り
7	議事内容	提出された提案書を基にプレゼンテーションによる審査を行い、最も高い評価値を得た C 社（株式会社中国四国博報堂）を最優秀提案者として決定した。 1 審査対象者 A 社 株式会社 広島朝日広告社 B 社 株式会社 ニューズ・アンド・コミュニケーションズ C 社 株式会社 中国四国博報堂（最優秀提案者） 2 審査結果 （1）審査対象者の評価値 別紙のとおり （2）提案者ごとの主な評価・選定理由 【A 社 株式会社 広島朝日広告社】 ・タレントを起用しており情報発信力が期待できる。 ・地元タレント起用や規格外野菜を景品とする点を評価。 ・飲食店に寄り添った提案を行うとともに、来年度に向けた分析等の手法も明確である。 ・啓発物にインパクトがあり良い。 ・集客やキャンペーンの内容は魅力的で県民に意識を向けてもらうという点では優れているが、実際に県民自身がアクションを起こすというの事業目標達成には少し遠いと感じた。

		【B 社 株式会社 ニュース・アンド・コミュニケーションズ】 ・過去の素材やマップ等を活用し、効果的な広報が期待できる。 ・レスキューキャンペーンはユニークであり評価。 ・事業成果の数値化・検証手法について評価。 ・小売店の食品ロス削減につながる内容を提案している。 ・提案の工夫に乏しい。 ・WEB マップなどオンラインでの集客や事業効果の計測が明確で評価できるが、デジタル中心の広報となっており、オフラインでの集客力に少し弱さを感じた。 【C 社 株式会社 中国四国博報堂】 ・県民の記憶に残り、参加意欲を高める広報手法や独自の提案など意欲的で魅力があった。一方でドギーバッグの導入について、普及促進に向けた店舗側の課題やメリットなどの検証方法が少し不明瞭であった。 ・イメージソングで耳に残りやすくしている。 ・行動変容を意識したキャッチフレーズや音楽・リズムを核に活用し、効果的な広報が期待できる。 ・応援ソング、クイズで参加者増が見込めることを評価。 ・大学寮のリレーによる若者の取り込み手法を評価。 ・ドギーバッグデザインコンペによる情報発信を評価。 ・多様な手法により削減の取組を促進する工夫がされている。
--	--	---