

広島県首都圏広報等サポート業務委託
提案書作成要領

広島県が実施する「広島県首都圏広報等サポート業務委託」に関し、プロポーザル参加者が提案書を作成するために必要な事項は次のとおり。

「広島県首都圏広報等サポート業務委託仕様書」の趣旨に沿って提案すること。

1 提出書類

(1) 企画提案書・・・正本1部、副本6部

① 基本方針【任意様式】

② 目標設定【任意様式】

③ 目標を達成するためのアプローチ計画・企画

ア メディアアプローチ活動計画【様式1】

イ メディア露出につながる企画【任意様式】

④ 目標を達成するための業務実施スタッフ体制【任意様式】

(2) メディアリレーション実績【様式2】・・・正本1部、副本6部

(3) 業務委託見積書【様式3】・・・提案書とは別葉で正本1部、副本6部

※ 提出書類については、デジタルデータ（PDF形式）を併せて提出すること。

2 作成要領

(1) 一般事項

① 用紙は、原則A4版両面使用とすること。ただし、図表等の表現の都合上、用紙を一部変更することは差し支えないものとする。

② 表紙【任意様式】には、右肩に、参加資格確認結果通知の際にあわせて通知する提案要請記号（アルファベット）を記入すること。

③ ページ番号は目次を除き通し番号とし、各ページの下部中央に印字すること。

④ 審査の公正を期すため、企画提案書の副本6部には、会社名、住所、ロゴマークなど、プロポーザル参加者を特定できる表示を付してはならない。なお、業務実施スタッフ体制図などには、プロポーザル参加者名を「当社」と記載すること。

(2) 提案書について

① 企画提案書の作成に当たっては、次の内容と公募型プロポーザル参加資格に適合するとされた者に対して共有する参考資料を踏まえて提案すること。

| | |
|------|--|
| 目指す姿 | 県外の人々から、ひろしまが評価された結果として、県民が「広島に生まれ、育ち、住み、働いて良かった」と心から思い続け、県外からも広島が選ばれ続けている状態 |
| 目的 | 県外からの評価・評判を高め、そのことによって、県民の誇りや愛着につなげる。 |
| 目標 | 来訪意向の上昇 |

| | |
|-----------|---|
| 課題 | 行動や購入を検討する際に、広島が想起されることが重要であり、そのためには広島の継続的なインプットをおこなう必要がある。 |
| 解決策 | ひろしまの見られたい姿 ^{*1} に向けて、ひろしまならではの価値を磨き、ベネフィット転換 ^{*2} につながる資産を組み合わせ、ストーリー化して、最適なターゲットを絞り込み、最適なチャンネルで発信する。 |
| ターゲット | 首都圏の人 ただし、施策やファクトごとに、ターゲットが設定されていることから、訴求する媒体に適応させる。 |
| 令和8年度のテーマ | 令和8年度は、次の項目に重点的に取り組むこととする。 ・『「食と観光」および文化芸術等の掛け合わせ』による体験価値の発信 季節に応じたひろしまならではの食材・観光プロダクト・イベント等の情報を掛け合わせた、タイムリーで独自性の高い露出を獲得するとともに、県外の人々を惹きつける広島ならではの文化芸術や祭り、スポーツなどを掛け合わせることで、「広島は多彩で豊富な観光資源やアクティビティがあり、楽しめる」、「広島は美味しさの宝庫」、「広島は元気をくれる」というイメージを獲得する。 |
| その他 | ・首都圏におけるひろしまブランドの発信拠点「ひろしまブランドショップTAU」で開催されるイベントとの連動や、TAUのイベントスペースを活用することで効果的な露出につなげる。 ・「おいしい！広島」推進事業など、他の事業とも連携し、効果的な露出につなげる。 |

※1 ひろしまの見られたい姿（ブランドステートメント）

平和への想いと行動、穏やかな風土は、ひろしまの元気を育み、
すべての人へ、明日へ向かうエネルギーをもたらします。

ひろしまは、元気あふれるところです。

困難に直面しても、たくましく乗り越えていきます。

ひろしまの復興と活躍には、世界中の人々が注目し、勇気づけられています。

先人たちの開拓者精神は、今なお、県民に脈々と受け継がれ、
多岐に渡ってつながりを創り、産業やスポーツ・文化に活気を生み出しています。

・

ひろしまは、美味しさの宝庫です。

海の幸にも、山の幸にも恵まれたひろしまには、

まだまだ知られていない風土と歴史に育まれた豊かな食文化があります。
大地を味わう山の食。その豊穡な山々の栄養が川を伝い注がれた、海の食。

瀬戸内の穏やかな気候も、活力と至福を届けます。

・

ひろしまは、暮らしやすさをつくります。

ヒスイ色の穏やかな海と四季を魅せる山々。隣接する快適で開放的な都市機能。

この恵まれた環境は、人々の知を結集させ、さまざまな価値を創出します。

職・住・遊を同時に充実させることができる豊かな暮らしと
多様な人々が活躍するひろしまのダイバーシティは、次の日本のかたちです。

※2 ベネフィット転換について

ブランドステートメントの国内外からの共感の獲得に向けて、次の7つのベネフィットの共感度を引き上げていくこととしている。

| |
|-------------------------------------|
| 多彩で豊富な観光資源やアクティビティがあり、楽しめる |
| 豊かな自然・地形・気候によって生み出された、多様でおいしい食資産がある |
| 都市と自然が近接した質の高い暮らしができる |
| スポーツを愛し、応援する情熱にあふれている |
| 平和を追求する情熱と行動力がある |
| 復興を成し遂げた努力とエネルギーに勇気をもらえる |
| 様々な分野でイノベーションが生まれている |

② 企画提案書について

仕様書を参照の上、次の事項について記載した企画提案書を作成すること。

ア 基本方針

- ・提案者の基本的な考え方を記載すること。【任意様式】

イ 目標設定

- ・広告換算額及び露出件数の目標を、四半期単位で設定し、提案すること。
【任意様式】
- ・目標数値は、契約時の仕様書に記載するとともに、未達の場合の減額規定があることに留意すること。
- ・広告換算額目標については、受注者が本業務に基づくメディアアプローチを行った結果、露出につながったもののみを対象とし、25 億円を超える実現可能な目標額を提案すること。
- ・露出件数は、企画ごとに件数を設定した上で、合計 10 件を超える実現可能な目標件数を提案すること。なお、露出件数にカウントするものは、企画ごとの目論見（誰に対して、どの情報と組み合わせ、どのようなストーリーで発信することで、どのような意識・行動の変化をもたらすのか）の実現に向け、アプローチ前に県と協議したターゲット媒体に対して、狙い通り露出につながった件数のみを対象とする。
※WEB媒体の転載による露出分は件数にカウントしない。
- ・県外情報発信のための経費等^{※16}、800 千円（消費税及び地方消費税を含む。以下同様。）の範囲内で、有効活用して目標達成することを計画すること。また、具体的な用途見込みについて、提案に含めること。

※県外情報発信のための経費：

メディア誘致のために必要となる取材旅費・宿泊費、タイアップ記事掲載料、メディア誘致を前提としたイベント開催に係る経費、プレスツアー実施のための実費、その他情報発信や露出の効果を高めるために発生する経費など、県と事前に調整した上で、必要と認めた経費（いずれも、受注者の人件費を除く）。

ウ 目標を達成するためのアプローチ計画・企画

(ア) メディアアプローチ活動計画【様式1】

- ・どの媒体に対して、どのような切り口でアプローチし、どれくらいの露出量を獲得するのか、その実現確度などを、様式1により提案すること。
- ・観光関連の露出においては、周遊を促進し、宿泊や観光消費額の増加につながる発信となるよう計画すること（単にティピカル資産^{※1}の露出ではなく、ポテンシャル資産^{※2}との組み合わせることに留意すること）。

※1 ティピカル資産：宮島・厳島神社、原爆ドーム・広島平和記念資料館、お好み焼、牡蠣等の県外の人々の認知度が高い資産

※2 ポテンシャル資産：県外の人々の認知度は低いものの、ひろしまらしい・ひろしまならではの魅力ある資産

- ・食関連の露出においては、生産者や料理人のこだわりや思いなどをフックに広島ならではの食体験の意欲を高める発信となるように計画すること（県産食材やお店の紹介にとどまらないよう留意すること）。

(イ) メディア露出につながる企画（1企画以上）

- ・各企画について、どのような内容や手段によって、何件のメディア露出につながるのか、メディア露出獲得のための具体的な企画を提案すること。

【任意様式】

- ・(2) ② イにおいて提案する露出件数目標数値との整合を図ること。
- ・メディア露出に繋がらなかった企画は実施件数にカウントしない。（特段の事情がある場合を除く）
- ・提案内容の検討にあたっては、別紙「広報素材例」や広島県ホームページ等を参照すること。

エ 効果検証方法【任意様式】

本業務の活動や結果が本県への来訪意向にどのように貢献しているかを検証し、本業務の効果を高める方法を提案すること。

オ 目標を達成するための業務実施スタッフ体制【任意様式】

- ・業務全体を管理する者及びその他の業務従事者について、業務従事者に対する指揮命令系統、業務従事者の配置、業務内容等を記載すること。
- ・業務従事者については、次の点をもれなく記載すること。
- ・業務経歴（過去に従事した主要な業務の内容及び実績）
- ・専任・兼任の区分。兼任の場合は本業務に従事する割合（%）
- ・業務従事者に、広島県にゆかりがあるなど広島県の情報により良く知る者がいる場合、その内容の明記
- ・通常業務で、県からの主連絡先となる者の明記

(3) メディアリレーション実績について【様式2】

特に強いリレーションを持っているメディアがあれば、様式に沿って記入すること。なお、記入は過去1年間に実績があるもののみとする。

(4) 広島県首都圏広報等サポート業務委託見積書について【様式3】

- ・様式に沿って記入すること。
- ・当業務に係る所要経費を全て見積もること。
- ・見積もりの根拠となった所要経費の明細を明らかにすること。
- ・契約時には、公募型プロポーザル説明書の1業務概要(4) 予算額に記載の県外情報発信経費等 16,800 千円（消費税及び地方消費税を含む）を加えて契約する予定。

別紙 広報素材例（あくまでも例示です）

- 広島県ホームページ
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/>
- みんなで創るひろしまブランドサイト
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/brand/>
- 広島県総合計画「安心▷誇り▷挑戦 ひろしまビジョン」
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/hiroshimavision/index.html>
- 県政運営の基本方針 2026
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/kihonhousin/kihonhousin2026.html>
- 首都圏でのひろしまブランド情報発信拠点「ひろしまブランドショップ TAU」
<https://www.tau-hiroshima.jp/>

【多彩で豊富な観光資源やアクティビティがあり、楽しめる】

- ひろしま観光立県推進基本計画
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/78/rikkenkeikakur5r9.html>
- 観光情報サイト（HIT：広島県観光連盟） <https://dive-hiroshima.com/>

【豊かな自然・地形・気候によって生み出された、多様でおいしい食資産がある】

- 「おいしい！広島」プロジェクト <https://oishii.hiroshimakensan.org/>
- 比婆牛 https://wagyu-ninsho.jp/wagyu_hibagyu.html
- 瀬戸内さかな <https://hiroshima-setouchi-sakana.jp/>
- 広島の日本酒 <https://hirosake.or.jp/>
- チア！広島 広島県産品応援登録制度 <https://www.hiroshima-ouen.com/>

【都市と自然が近接した質の高い暮らしができる】

- DIG:R HIROSHIMA <https://www.digr-hiroshima.com/>
- HIROBIRO ～ひろしま移住メディア～ <https://www.hiroshima-hirobiro.jp/>

【スポーツを愛し、応援する情熱にあふれている】

- スポーツアクティベーションひろしま（SAH） <https://sa-hiroshima.com/>

【平和を追求する情熱と行動力がある】

- へいわ創造機構ひろしま（HOPe）
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/hiroshimaforpeace/>

【様々な分野でイノベーションが生まれている】

- 「AIで未来を切り開く」ひろしま宣言
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/265/hiroshimaai.html>
- イノベーション立県 <https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/innovation/>
- 企業誘致ポータルサイト <https://kurukuru.hiroshima.jp/>