

**広島県首都圏広報等サポート業務
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8年3月25日（水） 13時20分から16時10分まで
2	場 所	県庁本館2階 会見室
3	出席委員	施策形成・広報担当部長 CBO（チーフ・ブランディング・オフィサー） 広報課長 東京事務所次長 観光課長 農林水産ブランド戦略担当部長 ※代理
4	議 題	「広島県首都圏広報等サポート業務」契約予定者の選定
5	担当部署	総務局広報課
6	開催方法	参集（オンライン併用）
7	議事内容	<p>「広島県首都圏広報等サポート業務」の契約予定者の選定にあたり、選定委員の評価を取りまとめた。</p> <p>【A社：株式会社サニーサイドアップ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 業務の理解はあるが、広島の強みや特徴をどのように活かしてメディアリレーションをするのか、具体性や実現可能性の提案に欠ける。 ● 実績があるため、スタートダッシュは期待できる。一方、従来できなかったことがどうやってできるようになるのか、については確からしさが弱い。 ● 広島の情報への知見や情報作り、露出につながるメディアリレーションには安定感があるが、業務戦略や目標との整合とそれに対する実行策や新規性に欠ける。 ● 事業者自らが、首都圏メディアフックとなるコンテキストを収集しようという意欲を感じ、期待できる。 ● 過去の実績やPDCAによる課題感を踏まえた取組内容になっている。 ● これまでの実績で得たメディアリレーションや知見は評価できる。一方で、企画内容の新規性に欠ける。 <p>【B社：株式会社イニシャル】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● お題をしっかりと理解し、それに応える提案を企画している。企画やプロモーターが広島出身者で構成され、広島を熟知した上での業務遂行が期待できる。 ● 過去露出の分析を徹底して、改善点を明らかにしていることは優れている。ロジカルなアプローチでPDCAにつなげやすい。 ● 業務の趣旨を理解した魅力的な提案。効果検証においても、委託期間内でPDCAを回せるよう工夫されている。体制がしっかりしており、他案件と連携させてメディアを動かすような発展的展開への期待感もある。 ● メディアコミュニケーションについて、社会的な関心を喚起しようとする戦略的な提案となっており、ブランディングの視点から、効果的な取組が期待できる。

	<ul style="list-style-type: none"> ● 実施体制が期待できる。一方で来訪意欲向上につながる、もう一步踏み込んだ具体的な提案が不足している。 ● 過去露出の振返りも踏まえて、媒体に応じた文脈づくりや提案を行う点が評価できる。実施体制も含め本気度が高い。 <p>【C社：株式会社オズマピーアール】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 情報の編集力は評価できる。 ● ターゲット分析が厚く、ねらいがはっきりしている。 ● ターゲット起点での分析やパブリシティ活動の方向性は明快だが、大型番組などメディア意向に左右される場合も多いため、実績につながるか不安要素が残る。 ● 目標達成に向けたターゲット分析、設定がなされていたものの、具体的なアプローチ企画・計画については、独創性や工夫が乏しい。 ● 過去の取組み分析やターゲティングの視点に優位性がある。一方で広島の魅力や訴求コンテンツに関する情報収集に懸念がある。 ● ターゲット分析は評価できるが、分析によりすぎて提案の工夫に欠ける。
--	--