

「ひろしま県民だより」企画・コンテンツ制作等業務
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 令和8年4月3日～令和8年4月6日
2	場 所 書類審査のため、各委員に持ち回り
3	出席委員 施策形成・広報担当部長 広報課長 広報課参事 広報課デジタル・ディレクター 教育委員会秘書広報室長
4	議 題 「ひろしま県民だより」企画・コンテンツ制作等業務
5	担当部署 広島県総務局広報課
6	開催方法 ① 参集 ② 持ち回り
7	議事内容 <p>広島県広報紙等制作（企画・編集）業務の業務予定者の選定にあたり、以下のとおり委員から評価・選定理由を確認した。</p> <p>A社：有限会社エクサピーコ B社：株式会社リビング新聞社 C社：株式会社アスコン</p> <p>●A社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全体的に可もなく不可もなくの印象であった。紙版の紙面設計も見てみたかった。 ・紙面構成について、提案内容から評価できず、不安がある。 ・ウェブへの誘導対策が物足りない。 ・「行動」につながるための発信であるという趣旨はよく理解され、閲覧者増加へ向けた特長的な提案がされているが、目標値は県が設定した最低基準のままでウェブ広告の具体的戦略が不明確。コンテンツ見本については、文字が多く単調な印象を受ける。 ・「3企画・内容」の企画等について、7月の内容に関して、既存資料を読み込み、「「瀬戸内海だから大丈夫」と思っていないか」など県が伝えたい内容を盛り込んでいる。 ・「3企画・内容」のウェブ版閲覧数について、閲覧数増加に向けた方策の提案で「LINE スタンプ」とあるが、スタンプを計画したとしてどのようにウェブ版へ導くのか分からなかった。 ・「4業務執行体制」について、特に企画・編集・取材が1名のみであり、対応に不安がある。その他の業務スタッフ体制も急な対応変更などに対応していただけないのではないかと不安がある。自社の執行体制やフリーランスや協力会社との役割分担が明確にされていない。 <p>●B社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・編集社としての知見をもとに提案されており、伝わりやすさの点で評価できる自社の強みを活かした多様な閲覧数増加方策の提案と高い目標値が設定され、幅広い層への認知拡大に期待

感が持てる。また、県民参加型の企画については、新鮮であり、読者の関心を引く発信が実現できそう。

・現在の県民だよりをより県民目線に落とし込んだ内容で、しっかりと考えられた提案だった。広告だけに頼らない閲覧数増加に関する方策も期待できる。

・ターゲットを明確にし、ターゲットの特性に応じたウェブ版閲覧数増加に向けた方策が組み立てられており、説得力がある。

・紙面を県民目線で構成しており、非常に分かりやすい。

・「1基本方針」「3企画内容」の企画について、自分事として県政情報をとらえられるよう、「県民とつくる」を方針とされたことはすばらしい。ただ、状況によっては、県民が参加できない状況（4月の予算号など）となった場合にどのように対応できるのか、疑問が残る。

・「3企画内容」について、ミスが発生させないための校正の提案がよい。また、「クイズ検定」「女性コミュニティでの口コミ誘導」などもこれまでにない提案であり、新鮮である。

・ただ、表紙案が「母親と子供」となっていたり、女性を中心とした内容すぎる気がして、全体的に偏った内容にならないか心配である。

●C社

・ウェブ版、紙面版ともに、提案内容が具体的で、安心感がある。

・ウェブ版への流入対策費用が、相対的に多く配分されており、評価できる。

・ウェブ版の閲覧者増加に向け、サブ指標として「読了数増加」を掲げ、施策の効果測定を行いPDCAを回すところまで提案されており、効果測定→改善を繰り返すことで閲覧者数の増加が期待できる。

・読了数の目標値も設定し、内容の質の改善に期待ができる。ウェブ構成について、遷移が分かりやすいなど、読者の離脱を防ぐ工夫がある。閲覧者増加に向けた方策については、どのような工夫で目標値を達成するのかが具体的にしておらず、達成への道筋が分かりにくい。

・現在の県民だよりをブラッシュアップしより閲覧しやすくされている印象。ウェブ版と紙媒体の連動や導線を丁寧に作りこんでいるため回遊率を期待できると思う。

・全体として、県の業務主旨をしっかりと理解されている提案である。

・「3企画内容」について、ウェブ版のみに平和の内容を計画されており、紙版読者への配慮が足りないと感じた。

【総合評価】

「ひろしま県民だより」企画・コンテンツ制作等業務について最も期待できるのは、B社の提案と考えた。