令和８年度木造住宅耐震化促進に向けた広報戦略策定及び広報媒体作成委託業務
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 10 月 19 日　13 時 15 分から 16 時 40 分まで
2	場　　所	オンライン会議システム（Zoom）
3	出席委員	広島県土木建築局　建築技術担当部長 広島県総務局　広報課　デジタル・ディレクター 広島県土木建築局　都市計画課長 広島県土木建築局　住宅課長 広島県土木建築局　建築課長
4	議　　題	提案書の審査及び最優秀提案者の決定について
5	担当部署	土木建築局建築課
6	開催方法	①　参集 ２　持ち回り
7	議事内容	１ 審査方法 提案された企画提案書に対し、プレゼンテーションによる審査を行い、最優秀提案者を選定した。 ２ 審査結果 （１）審査対象者（提案書提出順） ・Ａ社　株式会社 アドプレックス ・Ｂ社　株式会社 ザメディアジョン ・Ｃ社　株式会社 中国四国博報堂 ・Ｄ社　株式会社 広島リビング新聞社 （２）最優秀提案者 株式会社 広島リビング新聞社 （３）選定委員の評価 【Ａ社】 ・各業務の理解や提案内容は具体的であり、デプスインタビューや地域情報誌を活用した広報展開、行政機関での広報実績が評価できる。 ・県の取組への理解は一定程度見られるが、課題の把握や既存メディアのネットワーク・企画力の具体的な活用方法に不明確な点がある。 ・ターゲットへの訴求ポイントや心理変化を意識したパンフレット、工務店等を巻き込む提案は評価できる一方、Web ページの情報量や具体性が不足しており、SNS に偏った広報戦略や既存メディアによる効果の根拠に不明確な点がある。

		【Ｂ社】 ・自社メディアや住宅関係団体とのネットワークを活かした提案、視覚的に分かりやすく内容が網羅されたパンフレットは評価できる。 ・住宅メディア等の運営実績を踏まえ、業務への一定の理解は見られるが、県の課題把握やターゲット分析に基づく広報戦略の具体性が不足している。 ・自社サービスの活用に偏り、関心の低い所有者への訴求方法や効果が不明確であるほか、Web ページのレイアウトが Web 用に最適化されておらず、モバイル対応の面で課題がある。 【Ｃ社】 ・県の取組への理解に加え、独自の事業者ヒアリングによる現状把握など、業務への意欲が感じられる。 ・「住まいの未来意思決定支援」をコンセプトに、行動変容を意識したデプスインタビューや、事業者を巻き込むキャンペーンを提案している点は評価できる。 ・広報戦略から耐震診断・改修の実施に至る道筋が不明確であり、パンフレットや Web ページの具体的な提案も不足している。また、高齢者をターゲットにした場合、分かりやすさの観点から興味を引くかどうか未知数である。 【Ｄ社】 ・県の取組や課題への理解があり、独自アンケートや事業者へのヒアリングを通じて現状を把握し、課題と方向性を整理している点が評価できる。 ・行政機関での豊富な広報実績と自社の強みを活かし、ターゲット別の多様な広報手法や、関心から行動につなげるパンフレット構成を具体的な根拠とともに提案しており、KPI 達成に向けた実効性が期待できる。 ・沿岸部中心のフリーペーパーでは山間部への周知が不十分となる懸念があり、テレビ CM の効果についても不明確な点がある。