

若者の広島への定着・回帰に向けた意識醸成業務（第二次審査（最終審査）結果）

■評価基準に基づく評価項目別の総合値（第二次審査（最終審査））

審査項目	審査基準	配点	応募者				
			C	D	E	F	G
1. 遂行能力	【ノウハウ】若者の意識・行動変容を促すためのリブランド施策の実行、効果検証、効果分析のノウハウを有していること。	40	28	24	24	26	26
	【経験】リブランド施策の実行、効果検証、効果分析の実施経験又は類似業務の実施経験を有していること。	20	16	13	12	12	13
	【情報量】人口移動に関する最新の調査研究、他の自治体における取組事例等について、十分な情報量を有していること。	20	15	12	13	11	11
	【実績】行政機関との契約又は連携の実績を十分に有していること。	20	15	12	14	13	14
2. 提案内容	【全体】業務の目的や事業内容を十分理解した提案となっていること。	40	28	30	30	34	28
	【仮説構築等の提案】若者の意識・行動変容を促すための仮説構築、ターゲット設定、ベネフィット整理の内容や考え方が具体的であり、実行性が期待できるものとなっていること。	100	65	80	55	75	65
	【施策案の提案】施策案の考え方や進め方が具体的で、施策案を実行することで、本県が効果として求める「若者の居住地選択時において想起集合に入る」ことが期待できるものとなっていること。	60	42	42	42	36	42
	【施策の効果検証、成果指標（KPI）の提案】施策の効果検証の考え方、手法、成果指標（KPI）の設定が具体的であり、認知の変化及び行動変容の測定に有効であると期待できるものとなっていること。	100	60	70	70	80	65
3. スケジュール・実施体制	【スケジュール・実施体制】スケジュール、責任者、役割分担等が具体的に示され、県の要請に応じて即時の対応ができる体制となっており、本業務を確実に履行すると認められること。	40	26	22	24	24	26
4. 見積価格	次の算定式による。 配点（4点）×（最も安価な見積額÷当該提案者の提示する見積額）※小数点以下を四捨五入	20	20	20	20	20	20
	提案内容の経費内訳が明確に示され、妥当な価格であること。※価格妥当性は、専門家から意見を聴取し、評価の参考資料として活用	40	20	20	24	26	26
合計点		500	335	345	328	357	336
順位			4	2	5	1	3
最優秀提案者						◎	

■議事要旨（第二次審査（最終審査））

日 時	令和7年10月22日（水）10：00～14：20	
開催方法	オンライン	
出席委員	植野 文貴（広島県総務局 経営戦略部長） 山脇 千稔（広島県総務局 経営企画チーム 若者減少対策担当監） 梶島 洋介（広島県総務局 施策形成支援チーム担当課長） 兼田 洋一（広島県地域政策局 地域力創造課長） 倉田 庸子（広島県商工労働局 雇用労働政策課長）	
議 題	若者の広島への定着・回帰に向けた意識醸成業務委託事業者選定にかかる第二次審査	
応募者 （第一次審査通過者）	株式会社大広	C
	株式会社オリコム	D
	博報堂グループ合同チーム （代表企業）株式会社中国四国博報堂 （構成企業）株式会社博報堂	E
	株式会社N T Tアド	F
	株式会社電通西日本 広島支社	G
	提出された企画提案書をもとに応募者がプレゼンテーションを行い、選定委員会において審査の上、最優秀提案者として株式会社N T Tアドを選定した。 各委員の主な評価については、次のとおりである。	

C者	○ 本県の意図を理解した上で、ターゲット、ベネフィットを考慮して仮説構築を行っている。 ○ 関連事業と結びつくことを重視している点を評価する。 ○ 想起集合を狙うという県のスタンスはよく理解できていると思うが、ターゲットが幅広過ぎて、やや広く浅くで終わってしまうのではないかという懸念がある。
D者	○ 幅広く打ち手を検証する業務設計には、深い業務理解が窺われる。 ○ 複合的な条件設定により細分化されたターゲティングを行っている。 ○ 提案されたクリエイティブ案は、話題を創り、広げていくという点が乏しいのではないか。
E者	○ 本提案は、具体性の高い施策が提案されていることなどから、評価できる。 ○ 様々な調査結果を踏まえて提案していること、施策案を詳細に記載していることは、評価できる。 ○ 様々なアイデアからの施策案を提案しており好感は持てるが、実現可能性に不安がある。
F者	○ 通信会社データを活用し、事前調査、広告配信、事後調査までを一気通貫で実施する提案は画期的であり、有効な効果検証が期待できるとともに、その後の施策展開にも有意義に活用できるものと考えられる。 ○ 想起集合を狙うという県のスタンスを一番理解できていると思う。効果検証の方法も良く練り上げられている。 ○ 施策案の解像度が低く、経費配分も少ないことから、その効果への期待に対して懸念がある。
G者	○ 地元メディアとの連携により、県内での盛り上がりは一定程度期待できる。 ○ W e bのみでなく、T V・新聞など様々なメディアを活用する点で効果が期待出来る。 ○ 打ち手は盛りだくさんであるが、ターゲットが県内在住者寄りであり、県外者への効果的施策となるのか、懸念がある。