

「おいしい！広島」魅力ある広島の食への誘導支援及び
地域に根差した食のブランド化検討業務
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11日（水）13時30分から14時40分まで
2	場 所	広島県庁本館4階広島県海区漁業調整委員会室
3	出席委員	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産局農林水産ブランド戦略担当部長 ・農林水産局販売・連携推進課長 ・総務局広報課長（代理） ・総務局施策形成支援チーム担当課長 ・商工労働局観光課担当課長（観光魅力創造担当）（代理） ・農林水産局畜産課長 ・農林水産局水産課長（代理） ・東京事務所次長
4	議 題	企画提案内容の審査及び最優秀提案者の決定について
5	担当部署	農林水産局 販売・連携推進課
6	開催方法	参集
7	議事内容	<p>提案された企画提案を基に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、最も得点が上位かつ評価基準に基づく各評価項目の配点の合計が100分の60以上の提案者を最優秀提案者として選定した。</p> <p>1 提案者（最優秀提案者：◎） A者：wolfram・ひろぎんエリアデザイン共同チーム（◎） 代表企業 株式会社 wolfram 構成企業 ひろぎんエリアデザイン株式会社</p> <p>2 各委員の主な評価・選定理由</p> <p>【A者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全体的には、過去の実績、経験を踏まえつつ、本業務の趣旨に沿った提案であり、他の県施策等との連動性も考慮されるなど、評価できる。 ・旅行者の動線を捉えた切れ目ない情報発信の実施の提案は、情報発信が実施の誘客にどうつながっているか、PDCAが回せるしくみを取り入れる必要がある。 ・瀬戸内さかなと広島の酒のペアリング推進の提案は、個別の飲食店に寄り添うペアリングは評価できる一方で、モデル的な店舗の確保やペアリングを推進している店舗が分かるような情報発信が必要。 ・地域に根差した食のブランド化検討の提案は、マーケットインの視点から仮説を構築し、生産者や料理人との相互研鑽を通じて検証する方法は妥当である。一方で、検討委員会のメンバーについては、広島の食のことをよく理解している方

	<p>を加えるなど、県内のステークホルダーの合意が得られる体制やプロセスとなるよう配慮いただきたい。</p> <ul style="list-style-type: none">・業務が多岐にわたり、かつピークが偏る可能性が高いことから、実施に当たっては、県と緊密に連携を取りながら、業務のウエイト付けや適宜適切な PDCA により、事業の実行性を担保できる柔軟な体制を確保する必要がある。
--	---