

令和7年11月9日執行予定の広島県知事選挙等臨時啓発業務
 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7年9月12日（金）13時～17時
2	場 所	県庁南館2階 選挙管理委員会室
3	出席委員	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広島県選挙管理委員会事務局長（委員長） ・ 広島県明るい選挙推進協議会において推薦する者 ・ 広島県地域女性団体連絡協議会において推薦する者 ・ 学識経験者 ・ 選挙権を有する大学生 ・ 広島県地域政策局市町行財政課主事 ・ 広島県総務局広報課長
4	議 題	令和7年11月9日執行予定の広島県知事選挙等臨時啓発業務に係る最優秀提案者の選定
5	担当部署	選挙管理委員会事務局
6	開催方法	① 参集 2 持ち回り
7	議事内容	<p>選定委員会において、提出された企画提案書を審査し、選定委員会において審査の上、得点が最上位となったE社（株式会社 電通西日本 広島支社）を最優秀提案者として選定した。</p> <p>A：株式会社 讀賣連合広告社 広島支社 A：株式会社 読売連合広告社 広島支社 B：株式会社 三晃社西日本 C：株式会社 みづま工房 D：株式会社 中国新聞アド E：株式会社 電通西日本 広島支社</p> <p>各選定委員の主な評価・選定理由については次のとおり。</p> <p>【A社】 啓発動画などで使用する音楽について、一度聞くと耳に残る明るい音楽で、覚えやすく印象的であり、拡散の効果が見込まれる点が評価できる。 メインキャラクターは子どもに人気が高く、若年層や子育て世代における認知度は高いとのことだが、固定的な投票層である50代以上の認知度がかなり低く、啓発における効果の偏りが懸念される。</p> <p>【B社】 模擬投票のテーマについて、食べ物の人気投票という点ではありふれているため、県知事選挙の模擬投票として認知されるか疑問であり、投票を促進する効果が期待できるとはいいがたい。</p> <p>【C社】 キャッチフレーズがシンプルで分かりやすいが、キャラクターについては知名度の高さゆえに様々な場面で目にするため、印象に残りにくい。 インターネット上の啓発に限らず、実地でのイベントについても非常に工夫されている点は評価できる。</p>

【D社】

コンセプトが分かりやすく、メインキャラクターの熱意も相まって共感できた。

メインキャラクター自ら様々な啓発活動に参加されるのは統一性がありよいが、メインキャラクターありきの啓発内容になっており、メインキャラクターのための広報活動という印象を持たれる懸念がある。

【E社】

キャラクターを、ターゲットとなる年代ごとに3者起用することで、それぞれの年代に効果的に働きかけることができる。一方で、3者のイメージに統一性がなく、コンセプトのぶれが懸念される。

キャッチコピーについて、他の国政選挙等とは違った、「県のリーダーを決める」という県知事選独自の目的が伝わりやすい。