

**令和８年度広島県児童虐待防止(オレンジリボン)キャンペーン事業業務
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７月１７日（金）～２４日（金）
2	場 所	書類審査のため、各委員に持ち回り
3	出席委員	広島市こども未来局こども青少年支援部こども・家庭支援担当課長 公益財団法人ひろしまこども夢財団事業課長 総務局広報課長 健康福祉局こども家庭課長 西部こども家庭センター所長 東部こども家庭センター所長 北部こども家庭センター所長
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	健康福祉局こども家庭課
6	開催方法	持ち回り
7	議事内容	提案のあった２社の中から、最優秀提案者を決定することとし、各選定委員が審査表に基づき採点した。 各委員の評点の合計が６割以上かつ、最も高い提案者である株式会社を最優秀提案者として選定した。 １ 提案者（最優秀提案者：◎） A社：株式会社読売アルス R 広島支社 B社：株式会社中国四国博報堂（◎） ２ 各委員の主な評価・選定理由 【A社：株式会社読売アルス R 広島支社】 ○ 新聞、ポスター、フリーペーパーなどネット以外の媒体の使用が明確だったので、幅広い層へのアピールができる期待感があった。 ○ 事業の成果目標に繋がる目論見や根拠に欠ける印象である。 ○ 事前アンケートにより、現状分析されている点は評価できるが、アンケート結果が十分には活かされていない印象である。 ○ WEB サイト改善案について、ケース１～３毎の遷移先の改善イメージもあると良い。 ○ これまでのサイトの分析はよくできていると思った。ターゲットの絞り方がステレオタイプで実態を把握できていないと感じる。

	○ フリーペーパーや新聞、LINE など様々な媒体で広報するのは良いと思う。 ○ 多様な広告媒体を活用し、県民に幅広く広報を行う点は評価できる。一方、重点ターゲットへの訴求はやや弱いように思える。 ○ 企画提案全般的に、子育ての当事者以外へのアクセスが中心に考えられており、重点ターゲットである子育てに疲れていたり頼る人がいなくて困っている子育て中の保護者に対するアプローチが乏しい。 【B社：株式会社中国四国博報堂】 ○ 現在の事業を改善し、継続させる方針のようだが、現在のキャンペーンをサイトや街で見かけたこともないし、効果があったとは思えない。その事業を継続展開させていくことに期待が抱けない。ネット以外の媒体（新聞、ポスターなど）使用について言及も少なく、幅広い層をカバーできるのか疑問。 ○ 事業の成果目標に繋がる目論見や根拠に欠ける印象。 ○ 特設サイト改善案について、「3つのどしたん」毎の遷移先の改善イメージもあると良い。 ○ 資料の作りに専門性が高そうに見える。 ○ 重点ターゲットに届き、行動変容を起こせる可能性を感じさせるメッセージとなっている。11月だけでなく年間通じて利用しやすいと思われるのもよい。 ○ ターゲットを明確にし、ターゲットの行動変容に向けた特設サイトの改善等の工夫がなされているが、見た目では現在のサイトからの変化が乏しく、県民に対するインパクトが弱いように思われる。 ○ 重点ターゲットに対するアプローチ方法を明確にするとともに、相談への心理的ハードルを下げ相談への後押しを行う工夫について提案されており、事業効果が期待できる。
--	---