結婚に関するポジティブなイメージの浸透に向けた広報等実施業務
公募型プロポーザル選定委員会議事録（議事要旨）

■第１回選定委員会

項　　目		内　　容
1	日　　時	令和８年４月 27 日（月）
2	場　　所	書面開催
3	出席委員	広島県健康福祉局子供未来応援担当部長 広島県健康福祉局子供未来応援課長 広島県総務局施策形成支援チーム担当課長 広島県総務局広報課長 広島県商工労働局人的資本経営促進課担当課長（女性活躍担当）
4	議　　題	結婚に関するポジティブなイメージの浸透に向けた広報等実施業務にかかる評価基準及び仕様書について
5	担当部署	健康福祉局子供未来応援課
6	開催方法	書面
7	議事内容	評価基準及び仕様書について委員の同意を得た。

■第２回選定委員会

項　　目		内　　容
1	日　　時	令和８年５月 25 日（月）13 時 10 分から 15 時 30 分まで
2	場　　所	ＷＥＢ（Ｚｏｏｍ）
3	出席委員	広島県健康福祉局子供未来応援担当部長 広島県健康福祉局子供未来応援課長 広島県総務局施策形成支援チーム担当課長 広島県総務局広報課長 広島県商工労働局人的資本経営促進課担当課長（女性活躍担当）
4	議　　題	結婚に関するポジティブなイメージの浸透に向けた広報等実施業務予定者の選定
5	担当部署	健康福祉局子供未来応援課
6	開催方法	１　参集（オンライン開催） ２　持ち回り
7	議事内容	提出された提案書を基にプレゼンテーションによる審査を行い、最も高い評価値を得たＤ社（株式会社中国四国博報堂）を最優秀提案者として決定した。 ≪提案者ごとの主な評価・選定理由≫ 【Ａ社：株式会社読売アルスＲ広島支社】 ・ワークショップの参加者がリラックスできる会場の提案や、独自のＬＰ最適化ツールの提案など、各所にきめ細かく配慮した提案内容となっていた。 ・ワークショップに関する企画は独自性に乏しく、またターゲットの共感を生みにくいと考え、実効性に欠けると感じた。 ・メインターゲットである「結婚の希望はあるが行動していない者」を実際の行動に移させるための仕掛けや手法に関して、もう少し具体的な提案がほしかった。

		【Ｂ社：株式会社中国放送】 ・ワークショップの結果を広報へつなぐ設計は、ターゲットを意識した分かりやすい内容だったが、ラジオについては、部分的な役割とは言え、メインターゲットである 20 代、30 代を捉えることができるか、疑問が残った。 ・ワークショップの企画や広報戦略は独自性があり評価できる。一方で、提案されているワークショップの内容で参加者の共感を得て、狙い通りの本音を聞き出せるかについては、説得性に欠けると感じる。 ・独自の人選や広報媒体が、ターゲット層に対しどれだけの影響力を持つのか、より詳しい提案があれば効果がわかりやすかった。 【Ｃ社：株式会社アドプレックス】 ・広報の手法について、ワークショップとの連動性が高く、効果が期待できる内容となっていた。 ・本事業の目的を理解し、それに沿った現状分析や目論見が明確かつ具体であり評価できる。一方で、独自提案の広報媒体がターゲットに効果的であるかは疑問が残る。 ・目的や方策が的確な印象であり、限られた予算内で成果を出すための工夫が見られたが、提案内容の具体性はやや乏しい印象を受けた。 【Ｄ社：株式会社中国四国博報堂】 ・本事業の目的を理解し、それに沿った目論見が明確であり、その為の実行計画や独自提案、また広告配信戦略も具体的であり評価できる。また、実施体制も十分であることから、事業の効果が期待できる。 ・実施体制では、ターゲット層に属する事業担当者を配置するといった工夫も見られ、十分な実績ともあいまって、効果的な事業実施が期待できる。 ・ワークショップでの本音を引き出す仕掛けに工夫があり、広報までの一連の流れも具体的で効果が期待できる印象だが、進行に当たっては、スケジュールを順守できるのか疑問が残る。