

広島県商工労働局産業振興施策公募型プロポーザル選定委員会
(カーボンニュートラルへ向けたものづくり産業支援事業)
議事要旨

広島県商工労働局産業振興施策公募型プロポーザル選定委員会

カーボンニュートラルへ向けたものづくり産業支援事業公募型プロポーザルについて、次のとおり審査した。

1 会議の概要

開催日時	令和5年3月30日(木) 9:50~15:30
開催場所	広島県庁東館7階商工相談室及びWEB(ZOOM)
開催方法	WEB(ZOOM)
出席委員名	委員長 空田 賢治(広島県商工労働局総括官(新産業創出)) 委員 大内 貞夫(公益財団法人ひろしま産業振興機構 経営支援統括センター 常務理事) 出射 太(広島県商工労働局イノベーション推進チーム担当課長(ものづくり・新産業支援)) 増廣 浩二(広島県商工労働局イノベーション推進チーム担当課長(環境エネルギー産業集積促進)) 渡邊 哲也(広島県環境県民局環境政策課長)
応募事業者 (順不同)	・株式会社電通西日本広島支社, 株式会社電通国際情報サービス, 株式会社アイティアイディ, 株式会社中国新聞社 ・PwC あらた有限責任監査法人 ・有限責任監査法人トーマツ広島事務所, 株式会社 YMFGZONE プラニング ・ひろぎんエリアデザイン株式会社, 株式会社広島銀行 ・EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社 ・株式会社日本能率協会コンサルティング
議題	カーボンニュートラルへ向けたものづくり産業支援事業公募型プロポーザルの審査
担当部署	広島県商工労働局イノベーション推進チームものづくり支援グループ

2 議事要旨

○ 審査基準及び結果等

本県は、カーボンニュートラルへ向けたものづくり産業に係る支援に取り組んでおり、令和5年度は、「企業の取組状況に応じた支援」、「意識醸成」、「価値創出に向けたコミュニティ形成業務」を一体的に行う企業支援を実施するという観点から、応募事業者から提出された事業提案書やプレゼンテーションなどの提

案内容について、以下の基準（提案者の優位性、業務の実施体制、企業の取組状況に応じた支援、意識醸成、価値創出に向けたコミュニティ形成業務、成果レポート、全体設計）を評価項目とし、審査を行った。その審査結果は、次表のとおりであり、最優秀提案者として、株式会社電通西日本広島支社、株式会社電通国際情報サービス、株式会社アイティアイディ、株式会社中国新聞社を選定した。

審査基準	評価の視点	配点	応募事業者					評価及び選定理由	
			最優秀提案者(S)	A	B	C	D		E
提案者の優位性									
類似業務に関する実績等	同種又は類似業務に関する実績やノウハウが豊富であるか。	40	30	30	26	34	26	28	Aについて、OEMとのつながりがある点で企業に寄り添った支援ができる優位性があり、また、ものづくり企業へのコンサル経験は豊富な印象であるが、コミュニティ形成業務にやや不安がある。 Bについて、実績はあるが、他社に比べ、特段の優位性が認められない。ものづくり企業に対するCNコンサルティングの実績について、提案書に記載の内容はCNと関わりが弱い。 Cについて、CN関係の実績を含め実績、ノウハウとも豊富であり、優位性が認められる。 Dについて、ややCNコンサル業務の実績が弱い印象。 Eについて、県内ものづくり企業のCN状況を熟知し、企業経営に多数関与していることを評価する一方で、他社に比べて実績等が劣る印象との評価もあり。 Sについて、類似業務に対する十分な実績とノウハウを有する。
本業務に携わる者に関する実績等	氏名、専門分野、実績、業務に関連する資格等が明確に示されており、その内容は、本業務の実施に関して、適切であるか。	40	28	24	26	32	26	26	Aについて、コンサルの実績は十分であるが、コミュニティ形成業務にやや不安あり。 Bについて、実績はあるが、他社に比べ、特段の優位性が認められない。 Cについて、実績、ノウハウとも豊富であり、優位性が認められる。 Eについて、他社に比べて実績が劣る印象。 Sについて、十分な実績とノウハウを有する。
その他の優位性	本業務を実施するに当たり、独自性があり、高い優位性を有しているか。	40	30	22	26	28	28	28	Aについて、特筆すべき独自性等なし。 Bについて、特段の優位性が認められない。 Cについて、能力は高いが、独自性は認められない。 Dについて、独自の手法の観点からの意識醸成のアプローチを重視した取組は独自性があり、大いに期待できる。 Eについて、県内中小企業情報を把握している点、地域企業を熟知している（特に自動車産業に強みを有する）点で優位性がある。

									Sについて、新事業創出のコンソーシアム運営の実績は魅力的であり、また、県内企業との一定の関係性構築ができています。加えて、自動車完成車メーカーから長期にわたり継続した事業を受注している。
業務の実施体制									
業務の実施体制	人員配置や役割分担等、本業務に関する運営方法は、適切かつ現実的なものであるか。	80	52	60	60	56	56	56	Aについて、問題のない人員配置である。 Bについて、信用調査会社との連携により、企業情報やノウハウ活用ができる強みがあり、連携先を含め、適切な人員配置・役割分担となっている。 Cについて、適切な人員配置と役割分担となっている。 Dについて、再委託先を含め、適切な役割分担等ができています。 Eについて、委託先も含め、手厚い人員配置となっている。 Sについて、他業務との重複とならないか若干の不安がある、地場マスメディアも巻き込み、適切な役割分担であるが、コンサル支援の人員にやや不安がある。地元メディアを含めて、コンサルティング、CN技術指導、経営改善、周知・啓発など4社の強みを活かした連携を期待。
	カーボンニュートラルに関して企業が抱える課題や取り巻く環境が異なる中で、多様なノウハウ・経験を持つ専門家を十分配置するなど、実情に応じて柔軟に対応できる実施体制がとられているか。	40	26	26	28	26	26	24	Bについて、バックアップ体制も想定しており、柔軟な対応が期待できる。 Eについて、専門的な部分が外部頼りであり、専門技術的に頼りない。
企業の取組状況に応じた支援									
支援企業の選定手法	本業務の目標である20社の専門家支援による企業のカーボンニュートラル対応着手を実現するうえで、提案する内容は、カーボンニュートラル対応へ積極的に取り組む企業の確保が期待できる提案になっているか。	100	70	65	80	80	70	65	Aについて、評議会方式での企業選定は、書類作成など企業負担が増えることが懸念材料。また、選定委員会方式は独自性があるが、どうやって意欲の高い企業を掘り起こすかの提案が欲しかった。 Bについて、選定要件を良く整理している。また、抽出手順も明確であり、期待できる。対象企業のCNのレベル層を想定して、レベルごとにCNの取組を引き上げていく考え方は、分かりやすく良い。自動車、造船に偏らない工夫もされている。 Cについて、様々なスキルを有する優位性がある。対象企業に影響力を有する企業との連携は集客に効果的である。伴走のケース毎にアプローチ手法を変えるのはユニークで、わかりやすく効果が期待できる。 Dについて、選定プロセスが的確であり、事前のロングリストを作成済みであることや、地元

									<p>経済誌との連携など、期待が持てる内容であるとの評価がある一方で、具経済への影響が大きく CN 取組が急がれる業種の優先度を下げることについては賛成できない。</p> <p>E について、自動車サプライヤーの内情等も把握しており、適切な企業選定が期待できるが、他産業への波及は期待できないとの評価あり。</p> <p>S について、独自の発想法なども活用した手法により、中小企業にとっても、高度かつわかりやすい内容でのアプローチが期待できる。また、新聞掲載、WEB サイトでの告知など、提案が具体的である。さらに、選定の着眼点も適切。一方で、事業効果が見込める参加者が選定できるか不安があるとの評価あり。</p>
専門家支援の内容	<p>専門家による支援プロセスについて、独創性・有効性があるか。また、支援の手法は実現性が高いものであるか。</p>	100	80	80	80	85	65	65	<p>A は、生産技術革新への支援の実績が十分あり、現場の課題へのアプローチが期待できる。また、オーソドックスであるが、期待できる内容で、社内研修の実施など、独自性もある。</p> <p>B については、支援メニュー例を類型化しており、実現性は高いと思われる。</p> <p>C について、業界別の戦略や取組状況に応じた支援ステップが的確に整理されており、優位性がある。</p> <p>E について、CN の専門的視点からの支援体制について、自社において対応できる人員の専門性や規模の面で不安がある。2つの Gr に分けた支援は独自性がある。</p> <p>S について、取組状況に応じて3つのプログラムを用意し、その内容も具体的であることから、実現性が高い。また、FA 発想法など、独自性もある。支援メニューは企業の取組促進が期待できる。</p>
	<p>専門家による伴走支援の実施回数は十分なものであるか。また実施方法は、十分に成果を得られるものであるか。</p>	40	30	26	32	26	22	28	<p>B については、実施回数、期間とも十分であり、方法も適切と認める。また、実施回数の設定が多く、参加企業との密なコミュニケーションや支援が期待できる。</p> <p>D について、各社 1 時間×5 回には不安が大きい。</p> <p>E について、十分な実施回数であると認められ、方法も問題ない。</p> <p>S について、適切な回数設定であり、実施方法も具体的である。</p>
	<p>支援企業の本事業に対するモチベーション維持向上及び良好な関係構築に関して、十分に工夫が図られているか。</p>	40	30	24	28	26	26	28	<p>B については、Small Win の設計など、工夫している。</p> <p>C について、関係構築に関しては連携先次第といった印象を受ける。</p> <p>D について、様々な工夫が提案されており、一定の効果が期待できる。</p> <p>E について、CN の自分事化の具体的な方策が不明確。</p> <p>S について、様々な工夫を提案しており、期待できる。</p>

	業務終了後も、支援企業が継続的に課題解決に取り組むための工夫は、十分に図られているか。	80	64	60	56	52	56	56	Bについて、コミュニティへの巻き込みなど、継続性を考えた提案となっている。 Cについて、連携先の支援メニューが効果的かどうか疑問。 Dについて、ナレッジのデータベース化は有用な提案だと感じる。 Eについて、具体性に欠ける。 Sについて、推進体制の構築支援について実績もあり、期待できる。
意識醸成									
参加企業の募集手法	本業務の目標値である30社のワークショップ等への企業参加を達成するうえで、提案する内容は、県内ものづくり企業が参加しようと思える提案・アプローチ方法となっているか。	100	65	60	70	65	75	70	Cについて、エリアを分けてのWS開催は集客の点では良い提案である。また、WSの内容は薄いと感じる。 Dについて、アプローチ手法など、独自性の高い提案であり、期待できる。 Eについて、e-learningからインプットセミナー、ワークショップの流れは分かりやすく、効果が期待できる。 Sについて、適切な実施プロセスであり、期待できる内容であるが、キックオフイベントの集客が鍵。
プログラム等の内容	意識醸成プログラムに参加した企業や、初動支援コンテンツを活用した企業が、カーボンニュートラル対応への意識を高め、積極的に取組を開始していくよう期待できる提案になっているか。	100	75	60	70	60	70	75	Aについて、意識醸成としてはレベルの高い内容であり、特長にも欠ける印象。 Cについて、エリアを分けてのWS開催は集客の点では、良い提案であるが、WSの内容は薄いと感じる。 Eについて、自動車メーカーの参加は効果が高い、また、同一業種間で進めることで、他企業の取組も刺激になりやすく、参加者の取組意識の高揚が期待できる。 Sについて、動画コンテンツ（Youtube）やガイドラインなど、工夫ある魅力的な提案となっている。
価値創出に向けたコミュニティ形成業務									
検討手法	カーボンニュートラルを起点とした事業変革に向けて、カーボンニュートラル対応のために必要な企業・団体等を巻き込んだ検討手法となっているか。	100	65	60	60	60	65	65	Aについて、評議会方式のコミュニティ形成の手法では活性化について不安がある。オーソドックスな手法であり、一定の成果は期待できるが、斬新なプラン等の立案は難しい印象。第三者委員会の設置等、やや欲張りすぎて、運営に懸念がある。 Bについて、コミュニティの運営をマネージャーの力量に頼っている感があり不安がある。具体的なテーマや価値創出の方策の提案がなされていない。 Cについて、大企業や市町をメンバーとするコミュニティでは、運営への負担大であり、中小企業の自発的参加に支障がある。アプローチの方策など、的確なプランニングになっているが、実効性に不安がある。自動車関係企業は具

									<p>体のテーマでの運営が可能だが、それ以外の分野の企業の参加が不透明。</p> <p>Dについて、具体的な提案が乏しい。</p> <p>Eについて、コミュニティグループの6つのカテゴリーについて、しっかりとした考察に基づくテーマ設定ができているとの意見がある一方で、具体的なテーマ提案であるが、自動車に傾注しすぎている感がある。業界の達成目標が明確であり、目的意思が揃った企業が集まりやすいが、拡張性は低い。意欲的な提案であるが、数、テーマとも少し欲張りすぎの印象。消化不良の懸念があるとの評価あり。</p> <p>Sについて、地元マスメディアとの連携とキャッチーなロゴの提案など、意識醸成への大きな効果が期待できる。一方で、特設サイトの開設などの提案は魅力的だが、多様なメンバーを巻き込む手法に具体性がないとの評価あり。</p>
継続可能性	提案の内容は、業務終了後も継続して発展させることができ、県内企業の積極的参画が期待できる内容か。	120	90	72	78	72	78	90	<p>Aについて、継続に向けては、行政の強いリードが必要な印象。コミュニティへの参加魅力となるテーマの具体性等が不透明で不安がある。企業による取組の継続性を確保するため、企業の人材育成を重視する点は評価できる。</p> <p>Bについて、コミュニティマネージャーによる個別支援の実効性に不安がある。コミュニティ運営の軸が不透明で具体性を感じられない。</p> <p>Cについて、民間主導でのコミュニティ形成の提案は魅力的であるが、実現性に不安がある。スモールスタートはよい視点と思うが、やや自動車に偏った印象を受けた。</p> <p>Dについて、具体性に欠け、コミュニティの特長が分かりづらく、継続性や発展性に疑問を感じる。</p> <p>Eについて、自動車産業以外への波及という観点からは、継続的に発展するか疑問という意見がある一方で、テーマや参加者が絞られ、参加者の方向性もほぼ合っていることから、継続可能性は高い。コミュニティの中で代替燃料をテーマにすることで、新たな資源循環の芽を作ろうとする着想が期待できるなどの評価があった。</p> <p>Sについて、地元メディアのコンソーシアムメンバーが事務局を担うという提案は期待できる。またメディアによる効果的な周知や目を引くロゴの活用などで、企業や取組の盛り上げ・継続性が期待できる。</p>
成果レポート									
成果レポート	成果レポートの構成内容は、取組のプロセスや結果について十分に網羅されているか。また、今後の施策展開やカーボンニュートラルを起点とした付加価値	40	26	24	28	28	22	22	<p>Bについて、昨年度支援企業のフォローアップなどの追加調査など、工夫された内容となっている。</p> <p>Cについて、今後の施策展開を見据えた課題、提言等については期待が持てる。</p>

	創出へ繋げるための工夫は、十分に図られているか。								
全体設計									
事業の連動性・スケジュール	「企業の取組状況に応じた支援」、「意識醸成」、「価値創出に向けたコミュニティ形成業務」が連動する設計となっており、本業務の目標達成に向け、最も効果的なスケジュール・スキーム設定となっているか。また、県内ものづくり企業が自発的に参画する枠組みづくりが期待できるか。	100	70	60	75	70	65	70	Aについては、連携方策が見えにくく、企業が自発的に参画するかどうかは疑問。支援対象企業の選定で少し手間取りそうな印象を受ける。Bについては、意識醸成とコミュニティ形成を連携してやっていく手法となっており相乗効果が期待できる。Cについては、連動した設計であり、効果も期待できる。Dについて、連動した設計であるが、コミュニティ形成業務の開始がやや遅い印象。Sについて、伴走支援、意識醸成、コミュニティの一体となった取組となるための工夫がうかがえる。明確に連動していく設定となっており、イベント等の提案も魅力的。
予算及び経費内訳	予算額及び経費の内訳に妥当性があるか。	40	24	28	28	30	26	28	Cについて、工数に対するコストパフォーマンスが優れている。Sについて、人件費割合、工数等が不明であるが、予算配分は問題ないと思われる。
合 計 点 数		1200	855	781	851	830	802	824	

※本結果は、5名の委員の合計点によるものである。

なお、2の表の「応募事業者」のA～Eについては、1の表の「応募事業者」の企業の順番とは、一致しておらず、順不同である。