

**料理人コンクールの応募者数増加に向けた情報発信業務
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5年8月3日（木）から4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	広島県商工労働局 観光課観光魅力創造担当監 広島県総務局 施策形成支援チーム政策監 広島県商工労働局 地域経済支援担当部長 広島県総務局 広報課長 広島県商工労働局 総務課経営企画監
4	議 題	料理人コンクールの応募者数増加に向けた情報発信業務 公募型プロポーザル選定について
5	担当部署	広島県商工労働局 観光課
6	開催方法	持ち回り
7	議事内容	<p>審査は提案書の内容により、各選定委員が審査表に基づき採点した結果、業務予定者を株式会社電通西日本広島支社に決定した。なお当該事業者は合計点数が6割を超えており、事業者を選定することに選定委員からの異論はなかった。</p> <p>なお、次のとおり委員から評価・選定理由を確認した。</p> <p>【株式会社柴田書店】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・応募者数を増やすためのロジックが明確でない。 ・コンクールの概要や優勝者への支援内容等、どう伝えるのか具体性がない。 ・自社業界紙を活用した特集記事による周知は良いと思ったが、それ以外の工夫が見受けられず残念だった。 ・令和5年度参加者募集期間中の発信が薄い。 ・多くの料理人が読む媒体への掲載は効果的と思うが、コンクール応募者を増加させるためのロジックが示されていない。 <p>【株式会社電通西日本広島支社】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・応募者数を増やすための考え方やターゲットに届けるための効果的な媒体・手法を提案しており、評価できる。 ・各媒体どれも親和性が高く、総フォロワー等含め幅広い周知に期待できるのではないかと。 ・専門誌での特集掲載は事後掲載でなく、事前の告知記事の方がよいのでは？ ・戦略が明確であり、成果が期待できる内容である。 ・県公式サイト、SNSの活用が提案されているが、若手料理人に届く手法の工夫など、他の情報拡散手法を再考していただきたい。

		<p>【日本アート株式会社】</p> <ul style="list-style-type: none">・ターゲットに効果的な媒体としては不十分と考える。・提案のアイデアは面白いと思うが、そこから応募に繋がるのかは少し疑問を感じる。・関係各所へのチラシ配布は良いと思う。・提案内容では、料理人自身への情報発信としては弱いと考えられる。・応募者増加に向けたロジックについて細かく分析されていたが、実施事業の大部分が特定の媒体への掲載となっており、ターゲットである料理人への訴求がコストに比して弱いように感じた。 <p>【株式会社 iD】</p> <ul style="list-style-type: none">・料理人への情報伝達手段は独自アイデアとして評価できるが、実現可能性が低いと考える。・提案内容が本当に実現可能であれば周知も含め、色々と期待できるのではないかと。・提案は良い企画であるが、それを活用した事業内容となっていなかった。・応募者増に向けたロジック説明が十分になされていなかった。・一部事業目的に沿うものか疑問を感じる企画があった。
--	--	---