

少子化対策・子育て施策に係る社会的気運醸成業務  
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6年6月3日（月）9時00分から15時15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 広島県総務局広報課長 広島県環境県民局わたらしい生き方応援課長 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	男性の家事・育児参画促進事業戦略的プロモーション企画検討・ 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	<p>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B社（株式会社電通西日本広島支社）を最優秀提案者として決定した。</p> <p>《提案者ごとの主な評価・選定理由》</p> <p><b>【A社：株式会社広島朝日広告社】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メッセージの開発設計が不十分であり、サイトを読むことで、当事者が心を動かされ、行動変容までつながるという理屈だけでは、具体性がない。</li> <li>・プロモーションについて、マス広告に依存し、パブリックリレーションズの観点から見て、高い費用対効果が得られるとは思えない。</li> </ul> <p><b>【B社：株式会社電通西日本広島支社】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当事者の事前インタビューを踏まえて課題分析がしっかりなされており、夫婦や社会の対話を促すことで行動変容を促すというコンセプトは説得力があり、戦略的なプロモーションが期待できる。</li> <li>・また、ターゲットごとに意識啓発から行動変容につなげるプロセスが整理されており、ターゲット利用率なども考慮したメディアプランを始め、目標や効果検証の方法についても具体的な提案となっている。</li> <li>・企画見直しを含めて最適解を検討するという姿勢も評価できる。</li> </ul> <p><b>【C社：アデコ株式会社】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・家庭内での男性の家事・育児参画の促進ではなく、男性の育休取得促進や転出超過対策など、企業をターゲットとした提案が中心になっており、本業務の趣旨・目的の理解が不十分と思われる。</li> <li>・プロモーションの具体的中身（広告内容、発信内容）が見えず、事業目標を達成できるか不明確であった。</li> </ul>

**【D社：株式会社中国四国博報堂】**

- ・本業務実施の契機となった本県の少子化対策・子育て支援に関する調査結果を元に現状把握を行った上で、さらに自社調査でターゲットの特性などを分析し、的確に課題を捉えているため、コンセプトメッセージやコンテンツ案など、提案内容に説得力がある。
- ・業務の目的を理解し論理的に分析を行った提案内容となっており、様々な企画の複合効果が期待できる。

**【E社：TOPPAN株式会社中四国事業部】**

- ・本県の現状や考察など、基本的な業務理解はなされているものの、企画内容が情報発信ばかりで、どうやって行動変容につながるのか、やや具体性に欠ける。
- ・各コンテンツ（発信内容等）の詳細が見えず、提案内容がどう事業目標達成につながるのか不明確であった。

**【F社：株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ】**

- ・当事者への啓発アプローチに不安があり、またその後のどのように行動変容につながるのか不明瞭。
- ・家庭内での男性の家事・育児参画の促進よりも、男性の育休取得促進が中心となっており、今回の企画提案の題目に沿っていない。また、企業へのアプローチは既存の県施策との関連性の整理が必要となってくる。

**【G社：株式会社日本旅行広島支店】**

- ・独創性のある提案で内容もよく詰められているが、実効性と事業効果がやや不透明。
- ・現状分析や本業務の目的の理解は適切になされているが、提案内容は複数年にわたる継続的な事業展開や運営労力を要する取組であり、事業が単年度限りで終了した場合、県の取組姿勢へのマイナス評価につながる懸念がある。

**【H社：広島テレビ放送株式会社】**

- ・メッセージのコンセプトがよく考えられており、効果的な意識啓発が期待できる。
- ・訴求力のあるコンテンツにより話題性を高めようとしていることは評価できるが、一部については事業の趣旨にそぐわないものもあるのではないか。

**【I社：株式会社ポニーキャニオン】**

- ・本業務の背景や課題を的確に押さえた上で、ターゲットの分解などよく分析されているが、既存施策と重複する部分を含め、事業効果へのつながりが見えない点がある。
- ・ターゲットごとに具体的な施策を検討しており、評価できるが、大型イベントに傾注するなど、プロモーション量が足りないのではないか。