

不動産関連情報活用促進ツール制作・運用業務  
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6年8月21日（水）10:00～11:20
2	場所	WEB
3	出席委員	委員長 土木建築局建築技術担当部長 委員 総務局広報課デジタル・ディレクター 土木建築局建設DX担当課長 土木建築局都市計画課長 土木建築局住宅課長
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	土木建築局住宅課
6	開催方法	参集（オンライン）
7	議事内容	<p>提出された提案書についてプレゼンテーション及びヒアリングを行い、提案内容を審査した結果、得点の最も上位の提案者B（株式会社〆）を最優秀提案者として選定した。</p> <p>なお、各委員の主な評価理由については、次のとおりである。</p> <p>提案者A（株式会社中国四国博報堂）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実施方針の考え方は発注者の意図を十分理解していると感じたが、サイト構成に真新しさがなかった。外部環境の情報を強みにしようという考えは伝わったが、他のサイトとの差別化が図れているとは言い難い提案であった。</li> <li>・ペルソナごとに入口を設けるという誘導を促しやすい方法であるが、DoboXの活用という視点で考えると、その意欲の喚起や行動に繋がる構成なのか疑問が残った。また、今後の発展性や更新性があまり感じとれなかった。</li> <li>・普及啓発の方法は工夫された提案であった。一方で、普及啓発がコストの半分以上を占めており、本業務の中心であるツール制作をもっと充実させなければ活用促進には繋がらないと感じた。</li> <li>・サイトのアクセス数を観測するという提案であったが、アクセス数自体は投資した費用に比例して稼げるため、それをKPIに置いて効果を測るというのは内容が乏しいと感じた。DoboX活用とリノベーションを選ぶということに繋がっているかというところでの効果測定の考えが欲しかった。</li> </ul> <p>提案者B（株式会社〆）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・住まいやライフスタイル、リノベーションに関するメディアの運用実績が</li> </ul>

	<p>豊富で、受け答えからも専門的な事柄に対する基礎理解や知識の水準が高いと感じた。また、ターゲット層の設定や既存メディアの分析にも合理性があり、不動産に対する知見を基にしたサイト制作や普及が期待できる。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・リノベーションや暮らしの訴求に対する知識・経験を基に、従来とは異なる角度からのアプローチが提案されており、新しい価値の提供ができるのではないかと感じた。</li><li>・検索連動型広告を念頭に置いたワード使用やコンテンツ作成を行い、PDCAを回しながら広告を打っていくという戦略で合理的な広報が期待できる。</li><li>・抽象的な表現があり、イメージしにくい部分があった。</li><li>・DoboXにどう興味を惹き寄せていくのか分かりにくかった。</li><li>・行政のプロポーザルに不慣れな印象は受けたが、ターゲット層が興味を持つ面白いサイトを制作してもらえると感じた。</li></ul>
--	--