**令和６年度広島県困難な状況にある女性の相談窓口周知に向けた**

**WEB広告実施・分析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10月21日（金）　　８時35分から13時25分まで |
| ２ | 場　　所 | オンライン会議（ZOOM）にて実施 |
| ３ | 出席委員 | 総務局広報課デジタルディレクター環境県民局わたしらしい生き方応援課長健康福祉局こども家庭課長西部こども家庭センター次長東部こども家庭センター所長北部こども家庭センター所長 |
| 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 | 健康福祉局こども家庭課 |
| ６ | 開催方法 | 参集（オンライン） |
| 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、最も得点が上位の提案者を最優秀提案者として選定した。１ 提案者（最優秀提案者：◎） A社：東光印刷株式会社B社：株式会社中国新聞アドC社：株式会社トマトコーポレーションD社：株式会社ニューズ・アンド・コミュニケーションズ（◎）E社：株式会社中国四国博報堂F社：株式会社明宣社G社：株式会社讀賣連合広告社広島支社H社：株式会社クレオ中四国支店Ｉ社：セーラー広告株式会社広島支社２ 各委員の主な評価・選定理由 【Ａ社：東光印刷株式会社】・複数の広告デザインを制作し、レスポンシブ機能を活用するなど工夫した　提案がなされている。・クッションページ画面は優しいイメージで心理的ハードルを下げるにマッチしている。・ターゲットが明確でないと感じた。・独自提案のポスター掲示の効果測定が、やや不明確な印象。【Ｂ社：株式会社中国新聞アド】 * 現状分析がしっかりできており、CV数が多く、獲得単価も低いため、期待できる。
* ペルソナ案に妥当性があり、検索キーワードもよく検討されている。
* 効果が見込まれる広告手法が提案されている。
* CV数が高く設定されているが、根拠が薄いと感じた。

【Ｃ社：株式会社トマトコーポレーション】・要件に沿った分かり易い提案になっている。・広報の時期にメリハリをつけられている。・ペルソナ設定、広告、効果測定や分析等、全体として詳細の詰めが不足していると感じた。・広告案や方法に具体的な提案がほしかった。【Ｄ社：株式会社ニューズ・アンド・コミュニケーションズ】　・潜在層へのアプローチも検討されている点が良い。・潜在層向けのDS広告はインパクトあり、次へつなげる効果があると感じた。・広告のデザインにインパクトがあり、若年層に対するアプローチに期待できる。・LPとのコンセプトに温度差があるのが気になる。【Ｅ社：株式会社中国四国博報堂】　・全体的にまとまっていると感じた。　・Web配信に関するターゲティングや設計が充実している。・キーワードが練られており、分析業務が期待できそうと感じた。　・広告から直接獲得できるCV数が少なく、相談１件あたりの単価も高い。【F社：株式会社明宣社】 　・説明がわかりやすかった。・細やかに広告設定されてはいるが、ターゲットユーザーの把握やニーズ分析が不十分と感じた。・ｐ－ｍａｘのユーザー分析が出来ないので、今後の分析に必要なデータが　とれないのではないか。【G社：株式会社讀賣連合広告社広島支社】　・LPOも重視した提案であり、県ホームページで実施するのであれば、効果的であると感じる。除外キーワードについても運用についてよく考えられている。　・ＬＰの分析に特化している。・ターゲットがはっきりせず、相談につながりにくいと感じた。【H社：株式会社クレオ中四国支店】　・広告の配信時期（強化月間・テーマ）の設定については、工夫があり今後の分析に有効と思われる一方、相談につながりやすくなるのかがわからないと感じた。・広告文が定型的な印象。　・広告のクリック単価、相談１件あたりにかかる獲得単価が高すぎる。【Ｉ社：セーラー広告株式会社広島支社】　・インスタグラム、LINEなどの、ＳＮＳの活用は効果があると感じた。　・ターゲットが明確で、効果が期待出来る。若年層への効果的なアプローチが提案されている。・ペルソナ像の設定にあたってのニーズ分析が不十分と感じた。・広告文にやや固さが感じられる。 |