

【参考資料3】

省エネ機器導入支援業務
公募型プロポーザル選定委員会議事録要旨

項 目		内 容	
1	日 時	令和7年3月18日 14時30分から15時20分まで	
2	場 所	オンライン	
3	出席委員	環境県民局環境担当部長 環境県民局環境政策課長 環境県民局環境保全課長 環境県民局消費生活課長 総務局広報課長（代理）	
4	議 題	省エネ機器導入支援業務の企画提案内容の審査	
5	担当部署	環境県民局環境政策課	
6	開催方法	オンライン	
7	議事内容	1 審査方法 提案された企画提案書を基にプレゼンテーションを行い、選定委員会において審査の上、最優秀提案者を選定した。	
		2 審査対象者 株式会社ギフトパッド	
		3 質疑応答	
		委員質疑	回答
		うちエコ診断について、提案書内でサイトのイメージ画像がないが、どのような内容をイメージしているのか。	うちエコ診断の概要、手順、リンクなどを掲載予定。また、必要に応じて診断手順の動画を掲載し、高齢者にも配慮したい。
仕様書において、うちエコ診断のLPは別途個別に作成すると記載している。うちエコ診断専用のLPは別途設置するという理解でよいか。	よい。		
提案書 P9 のコールセンターについて、土日祝は自動応答を想定と記載しているが、どういう意味合いか？	土日は平日に比べて問い合わせ件数が少なく、他県事例等も踏まえ、自動応答で対応可能と考えている。		

	<p>対象機器が増えることで、問い合わせ件数が増えることが想定されるが、応答率 80%以上の目標達成には支障ないか？</p>	<p>対象機器が増えたとしても、申請項目は変わらないので、問題なく対応できると考えている。また、応答率が芳しくない時は、有人対応に切り替えるなど、柔軟に対応したい。</p>
	<p>広報の目標値やターゲットの記載がないが、R6 年度の実績と、それを踏まえた R7 年度の方角性は？</p>	<p>R6 年度は、若者層から 50 代前後の幅広い層をターゲットとして想定していた。今回、対象機器が増えることで年齢層があがると想定しており、特に 60 代前後を重点的に、オンラインとオフライン広告を実施する。</p>
	<p>60 代前後を重点ターゲットにするのであれば、オフライン広告が有効と考えるが、オンライン広告を採用した理由は？</p>	<p>オンライン広告は若者層をカバーするため。高齢者層に対しては、郵便局等の広報により対応していきたい。</p>
	<p>提案書 P26 の参加店舗の確保について、新規加盟店の募集はどのようにされるのか？</p>	<p>新たに追加される対象機器を取り扱う店舗等に募集をかけたい。具体的には、電気商業組合やパナソニック販売店等への募集を考えている。</p>
	<p>4 審査結果</p> <p>(1) 審査対象者の評価値 別紙のとおり</p> <p>(2) 最優秀提案者及び選定理由</p> <p>ア 最優秀提案者 株式会社ギフトパッド</p> <p>イ 選定理由 優れている点として、以下の内容が評価された。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県を含めた 8 都道府県で実績があり、類似業務や省エネ機器導入での受託実績も豊富。これまでの実績を踏まえ、確実な業務遂行が期待できる。 ・紙申請にも対応でき、ポイント付与まで円滑な運用が見込まれる。 ・繁忙期は人員を増加させるなどの工夫をしている。 ・対象製品に応じた販売店等への働きかけなど、参加店舗の増加が期待できる。 ・セキュリティ認証実績を有し、十分なセキュリティ対策の実施が期待できる。 	