

審 査 表

令和6年度「食材王国みやぎ」魅力発信プロジェクト業務（情報媒体・飲食店等を活用した情報発信・魅力体感業務）

| 項 目   | 審査の視点   |
|---|---|
| <p><b>1 県産食材の利用拡大のための実需者等向け情報発信【30点】</b></p> <p>首都圏を中心とした料理人、食材の仕入れ担当者、小売事業者及び食材・食品の卸売事業者等の実需者や食に関心の高い消費者を対象に、県産食材の魅力を伝えるための情報発信を行い、県産食材の消費拡大を図る。</p> | <p>(1)手段の的確性(15点)<br/>                     イ 情報発信の方法は的確か。<br/>                     ロ 実施時期の設定は適切か。</p> <p>(2)内容の的確性(15点)<br/>                     イ 狙い及び対象者は的確か。<br/>                     ロ 実需者や食に関心の高い消費者に県産食材を訴求するための工夫・提案がなされているか。<br/>                     ハ 流通量及び消費量の拡大や継続取引につなげるための工夫・提案がなされているか。<br/>                     ニ その他、事業の成果を高めるために効果的な工夫及び独自提案がなされているか。<br/>                     ホ アフターフォローの方法と体制は的確か。<br/>                     ヘ 代替案の内容は的確か。</p>   |
| <p><b>2 県産食材を使用した飲食店等フェアの開催【20点】</b></p> <p>県産食材の流通量拡大のため、首都圏を含む大都市圏の飲食店等においてフェアを開催し、県産食材の魅力を効果的に発信するとともに、実際にその魅力を体感できる場を創出する。</p>                    | <p>(1)手段の的確性(10点)<br/>                     イ フェアを開催する飲食店等の選定は的確か。<br/>                     ロ フェア開催時期や期間の設定は的確か。<br/>                     ハ 効果的なフェアの広報・宣伝方法が提案されているか。</p> <p>(2)内容の的確性(10点)<br/>                     イ 提供メニューイメージ、単価、販売予測から、効果の高い内容となっているか。<br/>                     ロ 県産食材を使用したフェア提供メニューを多くの消費者が体験できるための工夫がなされているか。<br/>                     ハ 県産食材の流通経路を確保、提案するなど、継続取引につながる工夫がなされているか。<br/>                     ニ 事業の成果を高めるために効果的な工夫及び独自提案がなされているか。<br/>                     ホ 代替案の内容は的確か。</p>                       |
| <p><b>3 県産食材等販売促進のための小売店フェアの開催【20点】</b></p> <p>県産食材等の販売促進のために、首都圏を含む大都市圏の小売店においてフェアを開催し、県産食材及び県産品(加工品)の魅力・安全性・品質を効果的に発信する。</p>                        | <p>(1)手段の的確性(10点)<br/>                     イ フェアを開催する小売店の選定は的確か。<br/>                     ロ フェア開催時期や期間の設定は的確か。<br/>                     ハ 効果的なフェアの広報・宣伝方法が提案されているか。</p> <p>(2)内容の的確性(10点)<br/>                     イ 販売を予定する県産食材等及びフェアイメージは適切か。<br/>                     ロ 消費者が県産食材等を購入するための工夫は的確か。<br/>                     ハ 県産品の流通経路を確保、提案するなど、継続取引につながる工夫がなされているか。<br/>                     ニ フェアの広報・宣伝方法は効果の高いものとなっているか。<br/>                     ホ 事業の成果を高めるために効果的な工夫及び独自提案がなされているか。<br/>                     ヘ 代替案の内容は的確か。</p> |
| <p><b>4 観光資源と連動した情報発信及び購入・誘客促進【20点】</b></p> <p>観光旅行の主目的の一つとして「食」に関心のある消費者を対象に、観光資源と連動した情報発信を行い、県産食材や県産品(加工品)の購入促進や県内への誘客を図るための独自の提案。</p>              | <p>(1)手段の的確性(10点)<br/>                     イ 情報発信の方法は的確か。<br/>                     ロ 狙い及び対象者の属性、到達見込数等は的確か。<br/>                     ハ 実際の購入につながる独自提案の手段は的確か。</p> <p>(2)内容の的確性(10点)<br/>                     イ 本業務の目的を十分に理解したテーマ、コンセプトとなっているか。<br/>                     ロ 食関連の観光に関心のある消費者に対し、訴求力の高い内容となっているか。<br/>                     ハ 県産食材等と観光資源の連動性は的確か。<br/>                     ニ 代替案の内容は的確か。</p>   |
| <p><b>5 包括的事項【10点】</b></p>  | <p>(1)内容の的確性及び事業実行力(10点)<br/>                     イ 事業間の連動性があるか。<br/>                     ロ 全体を通じたストーリー展開があるか。<br/>                     ハ 全体を進行管理する体制が整っているか。<br/>                     ニ 全体を通じての作業スケジュールは適切か。<br/>                     ホ 効果測定の方法及び成果指標は適切か。<br/>                     ヘ 特に評価できる点があるか。</p>  |

(100点満点)