

## 令和7年度「食材王国みやぎ」魅力発信・体感促進業務

項目	審査の視点
<p>1-1 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信(県外実需者・流通関係者向け産地見学会の実施) 【15点】</p> <p>首都圏を含む大都市圏のホテル・飲食店の料理人、食材仕入れ担当者や小売事業のバイヤーなどの県外実需者及び流通関係者等を対象に、県産食材等の魅力を伝えるための産地見学会を行い、県産食材・県産品に直接触れる機会の創出をより図り、県外における県産食材等の利用拡大につなげる。</p>	<p>(1)手段的的確性(5点) イ 産地見学会の方法は的確か。 ロ 実施時期の設定は適切か。</p> <p>(2)内容の的確性(10点) イ 狙い及び対象者は的確か。 ロ 実需者や流通関係者に県産食材等の特長や魅力等を訴求するための工夫・提案がなされているか。 ハ 県産食材等の利用拡大や新規・継続取引につなげるための工夫・提案がなされているか。 ニ その他、事業の成果を高めるために効果的な工夫等がなされているか。 ホ アフターフォローの方法と体制は的確か。</p>
<p>1-2 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信(県内飲食店・流通関係者向け産地見学会の実施) 【15点】</p> <p>県内飲食店(「食材王国みやぎ」地産地消推進店等)や流通関係者を対象に、県産食材等の魅力を伝えるための産地見学会を行い、県産食材・県産品に直接触れる機会の創出をより図り、県内における県産食材等の利用拡大につなげる。</p>	<p>(1)手段的的確性(5点) イ 産地見学会の方法は的確か。 ロ 実施時期の設定は適切か。</p> <p>(2)内容の的確性(10点) イ 狙い及び対象者は的確か。 ロ 実需者等に県産食材等の特長や魅力等を訴求するための工夫・提案がなされているか。 ハ 県産食材等の利用拡大や新規・継続取引につなげるための工夫・提案がなされているか。 ニ その他、事業の成果を高めるために効果的な工夫等がなされているか。 ホ アフターフォローの方法と体制は的確か。</p>
<p>1-3 県産食材等の利用拡大のための実需者等向け魅力発信(発注者提案による県外実需者(ホテル・飲食店等)向け産地見学会の実施) 【15点】</p> <p>首都圏を中心としたホテル・飲食店の料理人、食材仕入れ担当者などの実需者等を対象に、県産食材等の魅力を伝えるための産地見学会を行い、県産食材等に直接触れる機会の創出をより図り、県外における県産食材等の利用拡大につなげる。</p>	<p>(1)手段的的確性(5点) イ 産地見学会の方法は的確か。 ロ 実施時期の設定は適切か。</p> <p>(2)内容の的確性(10点) イ 狙いは的確か。 ロ 実需者等に県産食材等の特長や魅力等を訴求するための工夫・提案がなされているか。 ハ 県産食材等の利用拡大や新規・継続取引につなげるための工夫・提案がなされているか。 ニ その他、事業の成果を高めるために効果的な工夫等がなされているか。 ホ アフターフォローの方法と体制は的確か。</p>
<p>2 県産食材等の利用拡大のための県外飲食店等フェアの開催 【15点】</p> <p>県産食材等の利用拡大のため、首都圏を含む大都市圏の県外飲食店等においてフェアを開催し、県産食材等の魅力を効果的に県外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)手段的的確性(5点) イ フェアを開催する飲食店等の選定は的確か。 ロ フェア開催時期や期間の設定は的確か。 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) 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。 ロ 県産食材等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。 ハ 県産食材等の流通経路を確保、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。 ニ 事業の成果を高めるために効果的な工夫等がなされているか。</p>
<p>3 県産食材等の販売促進のための県外小売店フェアの開催 【15点】</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県外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・品質を効果的に県外に発信する。</p>	<p>(1)手段的的確性(5点) イ フェアを開催する小売店の選定は的確か。 ロ フェア開催時期や期間の設定は的確か。 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) 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。 ロ 消費者が県産食材等を購入するための工夫は的確か。 ハ 県産食材等の流通経路を確保、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。 ニ 事業の成果を高めるために効果的な工夫等がなされているか。</p>
<p>4 県産食材等の販路拡大及び付加価値向上に向けた支援 【20点】</p> <p>産地見学会の訪問先の生産者等に対し、農林水産物の販路拡大及び付加価値向上に知見を有し、助言等が可能な専門家の派遣を行うことにより、生産物の販路拡大における課題の洗い出しや生産者等の営業力強化、付加価値向上に向けた支援などに取り組む。</p>	<p>(1)手段的的確性(10点) イ 専門家派遣の実施体制は的確か。 ロ 派遣を想定している専門家の選定は的確か。</p> <p>(2)内容の的確性(10点) イ 専門家派遣の内容は的確か。 ロ 県産食材等の販路拡大や付加価値向上において、高い効果が期待される内容となっているか。</p>
<p>5 包括的事項 【5点】</p>	<p>(1)内容の的確性及び事業実行力(5点) イ 事業間の連動性があるか。 ロ 全体を通じたストーリー展開があるか。 ハ 全体を進行管理する体制が整っているか。 ニ 全体を通じての作業スケジュールは適切か。 ホ 効果測定の方法及び成果指標は適切か。 ヘ 特に評価できる点があるか。</p>