

## 想定される施策に係る事業費及び効果の見込み

	事業名	事業費 (千円)	効果	備考
既	宮城ふるさとプラザ	145,053	・ 来客数 63.5万人/年	・ 約2,000商品（約300事業者）※ ※R5.7末現在
1	OMO方式による物産展 （東京、大阪で各5日間開催）	21,838	・ 来客数 2.3万人/計10日間	・ 100商品（30事業者） ・ AIカメラによる情報分析を実施 ・ 観光パンフレット等の配架可能
2	OMO方式による常設店舗	12,671	・ 来客数 11.9万人/年	・ 月15商品、年間180商品（60事業者） ・ AIカメラによる情報分析を実施 ・ 観光パンフレット等の配架可能
3	ショップインショップ型アンテナ ショップ	9,592	・ 来客数 24.3万人/年	・ 常時120商品（40事業者） ・ 観光パンフレット等の配架可能
4	スーパーやセレクトショップにおけ る首都圏テストマーケティング （購買層の異なる3店舗で各2か月販売）	12,000	・ 来客数 57.3万人/計6か月間	・ 販売データを活用した個別フォローアップ ・ 計80商品（40事業者） ・ 観光パンフレット等の配架可能
5	ECモール内特集ページ及び ECアンテナショップ	24,500	・ アクセス数 15万人/月※ ※フェア開催期間1か月間のアクセス数	・ ECモール内特集ページ 約3,600商品（140事業者）※ ・ ECアンテナショップ 約400商品（60事業者）※ ※R5.7末現在
6	宮城旬鮮探訪	26,365	・ アクセス数 20万人/年	・ 約200商品（200事業者）※ ※R5.7末現在
7	県産品販売店舗情報の発信	20,830	・ アクセス数 14万人/年	・ 首都圏における県産品販売店舗の位置情報等を発信
8	EC情報交換会	5,265	・ 参加事業者数 延べ100社	・ 年間5回開催 ・ 販売データに関するレポートの提供
9	BtoBコーディネータの設置	9,469	・ マッチング数 500件/年	・ 東京に1名設置
10	公民連携型アンテナショップ	500	・ 来客数 24.1万人/年	・ 初年度23事業者を認定 ・ イベントの開催、観光パンフレット等の配架も可能