

審査表

令和6年度県産ブランド品確立支援業務(ブランド化戦略に基づく県産食材PR業務)

項目	審査の視点
<p>1 せりのプロモーション (春せりの消費拡大) 【25点】</p> <p>10月から2月に出荷される冬せり(根せり)と比較して需要の少ない、3月から5月に出荷される春せり(葉せり)の県内でのさらなる定着を図るため、消費者に春せりのおいしさや魅力、特長、食べ方を訴求する飲食店等でのフェアを実施する。</p>	<p>(1) 手段的的確性【10点】</p> <ul style="list-style-type: none"> イ フェアの実施方法、開催期間の設定は的確か。 ロ フェアを開催する飲食店等の選定は的確か。 ハ アンケート調査の方法は的確か。 ニ 広報宣伝・情報発信の方法、媒体は的確か。 <p>(2) 内容的的確性【15点】</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 狙い及びターゲットは的確か。 ロ フェアの内容は効果の高いものとなっているか。 ハ 広報宣伝の内容は効果の高いものとなっているか。 ニ 消費者に春せりを訴求し、事業の成果を高めるために効果的な工夫や提案がなされているか。 ホ 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。 ヘ 代替案の内容は的確か。
<p>2 令和3年度ブランド化戦略対象品目 「せり」「メカジキ」の確立支援業務における ブランド化推進手法の評価と 今後のブランド化推進における留意点の整理 【40点】</p> <p>両品目のブランド化推進手法における課題や改善点のほか、「推進方針」で定める「トップブランド」及び「地域ブランド」のブランド化を今後推進していく際に参考とすべき留意点を整理するため、生産者や実需者、流通業関係者等を対象とした調査(ヒアリング等)により、令和3年度から令和6年度の確立支援業務における両品目の各種プロモーション等の手法を評価する。</p>	<p>(1) 手段的的確性【20点】</p> <ul style="list-style-type: none"> イ ヒアリングの実施に際して助言を受ける有識者候補の選定は的確か。 ロ ヒアリング等の対象及び項目、内容、実施回数等の設定は的確か。 ハ 評価及び課題や留意点等の整理の手法は的確か。 <p>(2) 内容的的確性【20点】</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 「みやぎ『食』のブランド化推進方針」及びこれまでの本業務の目的や内容をふまえた内容となっているか。 ロ 本評価により目指すべきゴールの設定は的確か。
<p>3 県産ブランド品の利用拡大 のための流通業関係者・実需者 向けプロモーションの実施 【25点】</p> <p>県産ブランド品を取り扱う可能性のある流通業関係者や実需者を対象とした「生産地視察会」や「食べ方検討・提案会」を開催し、食材のストーリーや活用法などへの理解や共感を深めることで、流通・飲食分野における需要の増加を図る。</p>	<p>(1) 手段的的確性【10点】</p> <ul style="list-style-type: none"> イ イベントの実施方法、開催時期の設定は的確か。 ロ イベント参加者の選定は的確か。 ハ 広報宣伝・情報発信の方法、媒体は的確か。 <p>(2) 内容的的確性【15点】</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 狙い及びターゲットは的確か。 ロ 対象とする県産ブランド品及びイベント内容のイメージは適切か。 ハ 生産地域に関連した効果的なプロモーションとなっているか。 ニ 広報宣伝の内容は効果の高いものとなっているか。 ホ 流通業関係者や実需者に県産ブランド品を訴求し、事業の成果を高めるために効果的な工夫や提案がなされているか。 ヘ 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。 ト 代替案の内容は的確か。
<p>4 包括的事項 【10点】</p>	<p>(1) 事業実行力【10点】</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 全体を進行、管理する体制が整っているか。 ロ 全体を通じての作業スケジュールは適切か。 ハ 成果指標の設定は適切か。

(100点満点)