

## 審査表

## 食育・地産地消推進事業（県産農林水産物需要喚起業務）

項目	審査の視点	配点
<b>1 県内飲食店・宿泊施設及び小売店等におけるキャンペーンの実施</b> <b>【60点】</b>  県産農林水産物の需要喚起のため、地産地消推進に取り組む飲食店・宿泊施設及び小売店等において、県産農林水産物を使用したキャンペーンを開催する。	<b>(1) キャンペーンの運営</b>	
	<b>① 手段の的確性</b> イ キャンペーン開催時期や期間の設定は的確か。 ロ キャンペーン参加店舗の募集、参加店舗や対象商品の管理、キャンペーンの進捗管理の方法等は的確か。 ハ アンケート調査の実施方法は的確か。	10点
	<b>② 内容の的確性</b> イ 消費者の県産農林水産物の認知度が向上し、消費者の地産地消を意識した行動を促す提案となっているか。 ロ 県産農林水産物の消費拡大に資する内容となっているか。 ハ 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。	15点
	<b>(2) 特典企画の実施</b>	
	<b>① 手段の的確性</b> イ 特典の内容、当選者数の設定は的確か。 ロ 利用しやすい応募フロー及び適切な不正防止対策となっているか。	10点
	<b>② 内容の的確性</b> イ 参加店舗への利用誘客を図る提案がなされているか。 ロ 応募者数を増やす提案がなされているか。	10点
	<b>(3) 広報宣伝</b>	
	<b>① 手段の的確性</b> イ 効果的な広報・宣伝媒体が提案されているか。	5点
	<b>② 内容の的確性</b> イ 消費者の県産農林水産物の認知度が向上し、消費者の地産地消を意識した行動を促す提案となっているか。 ロ 県産農林水産物の消費拡大に資する内容となっているか。 ハ 参加店舗への利用誘客を図る内容となっているか。 ニ PR資材は、参加店舗へ誘客するようなデザイン性の優れたものとなっているか。 ホ 生産者、流通事業者及びみやぎ絆大使について、効果的な起用方法が提案されているか。	10点
	<b>2 地産地消の推進</b> <b>【30点】</b>  県産農林水産物の需要喚起のため、実需者及び消費者における、地産地消を推進する。	<b>① 手段の的確性</b> イ 効果的な実需者向け情報発信の媒体が提案されているか。 ロ キャンペーン期間中に、安定的に県産農林水産物を仕入れられるよう参加店舗をフォローする提案がなされているか。 ハ イベントのターゲット、会場、実施時等は的確か。
<b>② 内容の的確性</b> イ 消費者の県産農林水産物の認知度が向上し、消費者の地産地消を意識した行動を促す提案となっているか。 ロ 県産農林水産物の消費拡大に資する内容となっているか。		15点
<b>3 包括的事項</b> <b>【10点】</b>	<b>① 事業実行力</b> 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。	5点
	<b>② その他</b> イ 1及び2の事業間の連携の工夫があるか。 ロ 効果測定の方法及び成果指標は適切か。 ハ 特に評価できる点があるか。	5点

(100点満点)