

ビジネスマッチ東北 2009

産学金連携横町ブース選考会
審査基準

平成 21 年 7 月 4 日

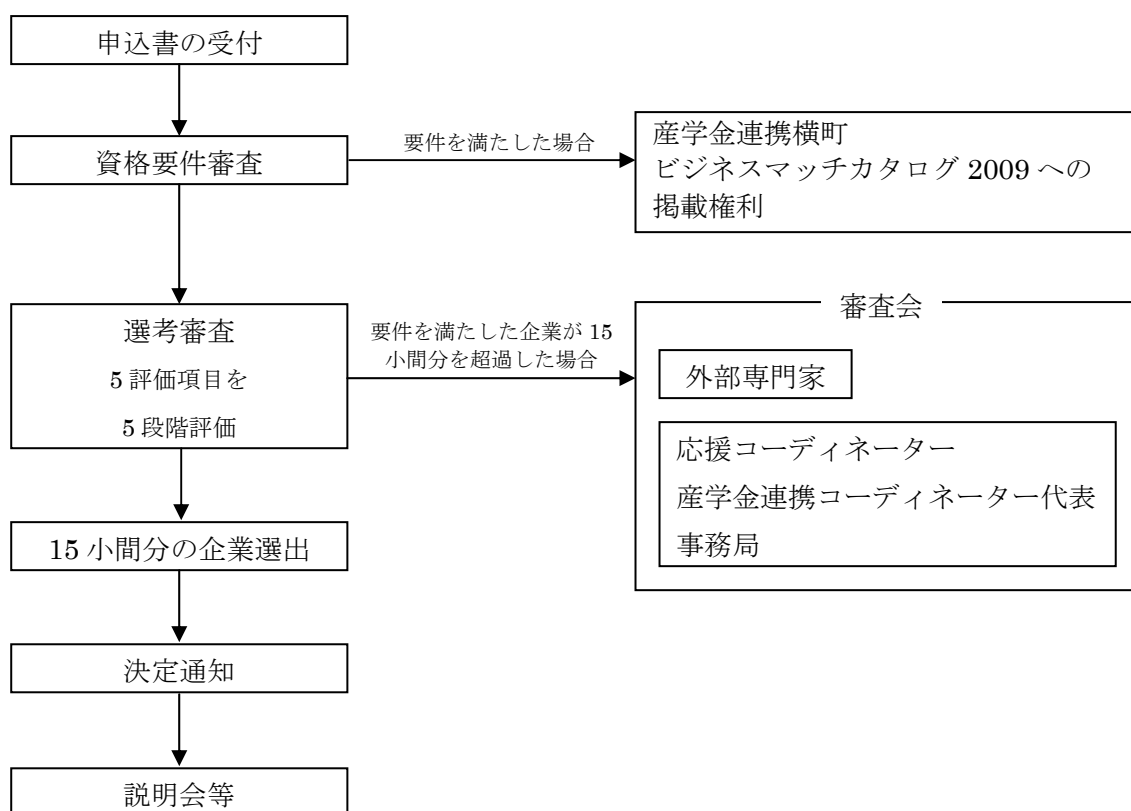
地域力連携拠点－産学金連携横町－事務局

1. 総則

本事業は、山形県内の地域資源を活用した加工品・地域特有の加工品・オリジナル商品・農商工連携等による新商品を製造しているアグリ関連企業、または、前記企業の下承を得ている取りまとめ企業^注を対象に出展企業を募集し、商談の場＝ビジネスマッチ東北 2009 を提供するものです。

本事業は、事業者が販路拡大による企業経営力の強化及び地域活性化への波及効果を求めるものであり、事業者の幅広い能力・ノウハウ・商品力・意欲を総合的に評価して選定する必要があります。したがって、事業者の選定に当たっては評価基準を設け、外部審査員を加えて公正な審査を行うものとします。

2. 審査の流れ



^注 取りまとめ企業数により、1 小間以上の提供もあります。

3. 選考審査

3. 1 応募資格審査

応募企業が、出展要領に定められた資格要件を満たしていることを確認します。資格要件を満たしていない企業は、別途公募予定のビジネスマッチカタログへの掲載参加もできません。資格要件を満たした企業が 15 小間分を超過した場合は、下記に定める選考審査会を実施します。

審査結果は、原則公表するものとします。

3. 2 出展企業選考審査

(1) 評価項目と配点

評価区分	配点
①出展に際し、他社との違いや特徴把握（申込書）	20
②他社との差別化（地域性・特許・デザイン）	30
③取り組み状況（HP・アグリカタログ掲載有無・その他の商談会等）	30
④エリア外販路開拓の必要性	10
⑤地域への波及効果（地域ブランドの確立）	10

(2) 評価指揮

総合得点 = ① + ② + ③ + ④ + ⑤

(3) 評価ごとの得点化方法

各評価項目は、5段階で評価します。

評価	評価区分	得点化方法※
A	特に優れている	配点×1.00
B	AとBの中間程度	配点×0.75
C	優れている	配点×0.50
D	CとDの中間程度	配点×0.25
E	優れているとはいえない	配点×0.00

(4) 評価項目の具体的な内容

具体的な評価内容は次のとおりです。

①展示品（自社商品）に関して、他社との違いや特徴を把握しているか（配点20点）※満点時の得点。以下同じ。

商品開発段階で、他社商品と差別化を図り、何が・何処が新しいのか、違うのか・優れているのかを自己分析できている。差別化に関わる理由を見出し競争力を表現できているかどうかを判断。

②他社との差別化（配点 30 点）

a) 地域性

域内流通商品または地域特産の原材料を使用している商品であり、他地域にはない商品であるかどうかを客観的に判断。

b) 特許取得の有無

特許を取得し、競争優位性を持つ商品かどうかを判断。

c) デザイン性

商品コンセプトが明確化され、パッケージデザインがなされているかどうかを判断。

③取り組み状況（配点 30 点）

a) ホームページの有無

これまで、販路開拓における取り組み状況で、ホームページの開設など自社努力を行い、販路開拓への取り組み姿勢を評価。

b) アグリビジネスマッチカタログ掲載有無

公募したアグリビジネスマッチカタログに申込みし、販路開拓や経営力向上への自社努力を行い、販路開拓への取り組み姿勢を評価。

c) その他の商談会等への参加

公募している各種商談会やビジネスマッチへの取り組み姿勢を評価。

④エリア外販路開拓の必要性の評価（配点 10 点）

本ビジネスマッチの目的は、東北圏内への販路開拓である。自社エリアにおいての取り組み状況を基に、他エリア進出の必要性・製造体制・販売体制を評価。

⑤地域への波及効果（配点 10 点）

出展コンセプトや、当ビジネスマッチに出展することにより得られる自社の収益以外の効果を評価。地域ブランド形成や地方自治体や大学との連携体制も合わせて評価。

尚、選考審査会の採点結果の同点の場合は、選考会において多数決によるものとします。