

「とくしま県産品振興戦略(第3期)(案)」の概要について

1 趣旨

「とくしま県産品振興戦略（第2期）」に基づく取組みの成果や、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」をはじめとする3大国際スポーツ大会、「大阪・関西万博」などを好機と捉え、県内外はもとより海外へも積極的、効果的な販売戦略を展開する。

2 取組期間

令和元年度から令和4年度までの4年間

3 戦略のポイント

- ・ 海外市場も視野に入れた販売戦略による「世界に羽ばたく県産品」の確立
- ・ 新たな視点での商品開発や、最新技術を活用した市場調査の実施、情報発信の強化
- ・ 「阿波藍」の振興を新たな基本戦略として位置付け

6つの「基本戦略」

(1) 人材育成

関係団体と連携した人材教育の充実・強化や、外部専門講師によるインターネット販売の多言語化、電子決済システム導入の促進に資するハンズオンセミナーを実施。

(2) 市場調査

アンテナショップやフェアによる情報分析に加え、AI・ビッグデータ・IoTを活用したデジタルマーケティングによる市場の開拓。

(3) 商品開発

「SDGs」、「エシカル」に配慮した商品や高等学校とコラボレーションした商品の開発、県産品を通じた旅行商品を創出。

(4) 情報発信

「とくしま特選ブランド」を世界に誇るトップブランドとして国内外にPRするとともに、インフルエンサー、5G、4K・8K動画の活用など訴求力のある情報発信を充実。

(5) 販路拡大・販売促進

インターネット販売の多言語化等グローバル対応や、県外・海外でのフェアを実施。

(6) 「阿波藍」の振興

葉藍の生産振興や、「阿波藍」のブランディング、徳島の藍を活用した県産品の振興。

4 主な数値目標

- (1) 「SDGs」、「エシカル」に配慮した商品や高等学校とコラボレーションした商品のアンテナショップでの取扱件数
-件(H29) → 40件(R4)
- (2) 「とくしま特選ブランド」の商品総売上額
106億円(H29) → 160億円(R4)
- (3) 県がサポートする県外・海外商談会及びフェアにおける成約・売上額
3.9億円(H29) → 6.4億円(R4)
- (4) 藍染製品をはじめとする伝統的工芸品の国内外の工芸品展及び見本市出展件数
20件(H29) → 25件(R4)