

とくしま県産品振興戦略(第2期)案(概要)

1 趣旨

「とくしま県産品振興戦略」(平成24年度～平成26年度)に基づく取組みの成果や社会経済情勢を踏まえ、「売れる県産品」として、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ことにより、県産品の振興による地域経済の活性化に繋げる。

2 取組期間

平成27年度から平成30年度までの4年間

3 新戦略のポイント

- (1) 「とくしまブランド」統合
「特選阿波の逸品」(加工食品)、「とくしま特選ブランド」(農林水産物)に伝統工芸品を加え、統一されたとくしまのブランドを確立
- (2) 海外販路開拓の強化
海外アンテナショップの新たな設置や、ハラル対策の展開とともに、海外でのフェアや商談会を通じて、県産品の海外市場販路開拓を積極的に支援
- (3) ICTによる販売体制の強化
インターネット物産展をはじめとする「ネット販売」の強化
- (4) 数値目標の設定
基本戦略の5本柱ごとに数値目標を設定し、効果検証を実施

4 基本戦略及び数値目標

①体制づくり

戦略の基礎として、情報の共有と効果的な情報発信、また広く県産品を販売できる体制を整備。

県外で県産品を食べられる店舗数 62件(H25) → 150件(H30)

※「美味しいよ！とくしまブランド店」など、大都市圏において県産品を食べられる飲食店で県産品をPRする店舗

②市場調査

アンテナショップ等を活用し、県産品の展示・PR・販売だけでなく、消費者のニーズや商品に対する意見などの情報を収集し、生産者等にフィードバック。

アンテナショップ(コンビニ)の新規取扱商品数(累計) 181件(H25) → 400件(H30)

③商品開発

徳島ならではの魅力ある食材を活用した新たな商品開発を推進。

県産品を使ったメニュー・商品開発数(累計) 107件(H25) → 220件(H30)

※コンビニとの連携商品や瀬戸内ブランド認定商品等県産品を使った商品やメニュー

④ブランド化推進

安全安心で独自の魅力を持った、徳島を代表する優れた県産品(農林水産物、加工食品、伝統工芸品)を新たな「とくしま特選ブランド」として選定し、県産品のブランド化を推進。

「とくしま特選ブランド」の商品総売上額 14億円(H25) → 28億円(H30)

⑤販路拡大・販売促進

消費者や販売事業者のニーズを的確に捉え、産直市等での販売促進により地産地消を推進するとともに、商談会・フェアを強力に実施することにより、地産外商を推進。

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
2.2億円(H25) → 4.4億円(H30)