

『かがわ県産品販路開拓プラン』の概要

1. 県産品販路開拓・拡大への課題

課題①「県産品の認知度・魅力の向上」

- 讃岐うどん以外は、首都圏等での県産品の知名度がまだまだ低く、戦略的な情報発信等が必要
- 新たな地域資源の発掘や消費者ニーズに対応した魅力ある商品の開発が必要

課題②「販路開拓・販売力の強化」

- 県民への香川県産品の浸透度が弱く、県内でのPR活動等の強化が必要
- 県外大消費地での県産品の定番・定着化による販売額のアップ

課題③「成長市場（海外・ネット市場）への販路拡大」

- 巨大マーケットへと成長した中国はじめ、東アジア等への県産品のより一層の販路開拓が必要
- 多様化する販売チャネルの中で、拡大を続けるインターネット通販市場への対応が必要

2. 県産品販路開拓の推進方針

(1) 基本目標

香川県産の農林水産品、加工食品、伝統的工芸品など、「香川のうまいもん・ええもん」のブランド力を高め、戦略的販売の強化を図ることで、元気の出る香川づくりを目指します。

(2) 計画の期間

急速に進展する流通・販売分野の環境変化等に鑑み、平成23～25年度までの3年間とする。

(3) 戦略の基本方向

基本戦略Ⅰ 県産品のブランド化の推進

【目指す方向性】

- 1 「香川のうまいもん・ええもん」に対する評価・認知度のアップ
- 2 市場ニーズに沿った商品開発・改良の推進による魅力の向上

【具体的な取組方向】

①大都市圏など大消費地でのPR・提案活動

アンテナショップや百貨店、ホテル、飲食店等を通じた積極的な県産品のアピール等

②戦略的な情報発信

新たな県産品ポータルサイトの開設や、幅広い情報媒体を活用した戦略的PRの実施

③売れる商品づくりへの支援

○マーチャンダイジングによる生産・販売の促進

専門家等からのアドバイス等による商品化計画（MD）に基づいた生産・販売の促進

○マーケット情報のフィードバックによる支援

アンテナショップ等を通じた消費者ニーズ等の還元による商品の開発・改良支援

○産地生産者と顧客（一般消費者・利用者）との交流の場の創出

産地見学会、意見交換会の開催による、作り手の魅力ある商品づくりのための情報収集

○優れた県産品の発掘、新商品開発や高付加価値化への支援

県産品コンクールや農商工連携等の推進による優良商品の開発・育成への支援

基本戦略Ⅱ 県産品の戦略的販売の強化

【目指す方向性】

- ① 基礎的マーケットである県内でのPR、県民等への県産品の提供場所の確保等による「県内消費の拡大」
- ② 活力あふれ、飛躍的な発展を遂げているマーケットへの展開
 - ① 大都市圏など購買力のある「県外マーケット」への展開
 - ② 人口増や所得水準が向上する「海外有望マーケット」への展開
 - ③ 「ネット販売」を通じた県産品販売の底上げ

【具体的な取組方向】

① 戦略的な販売活動の推進

○ トップセールスの効果的な実施

県産品フェア等における積極的なトップセールスを通じた効果的な販促活動の推進

○ ターゲット先の絞り込みやデータに基づく、効果的な販促活動

アプローチ先の店舗等の購買層や売れ筋情報等を活用した効果的な販促活動の実施

○ 関係団体・機関等と連携した支援体制のもとでの販路開拓・拡大

J A 香川県など関係団体をはじめ、産業支援機関等との連携による県内企業等の効率的な販路拡大の実行

○ 民間企業等との連携によるPRや販売促進活動の展開

大手食品メーカー等が持つ優れたPR力や販売網を活用したプロモーションの展開

○ 生産者と流通関係者等による商談機会の提供

見本市等への出展や、流通バイヤー等招聘による積極的な産品紹介、商談機会の提供

○ マーケティング支援やテスト販売の場の活用

専門家等による流通販売への助言や、民営販売施設等を活用した県産品の実験的販売

○ ネット販売による流通販路の多角化

県産品ポータルサイトと企業ページとのリンクや、大手ネット通販サイトとの連携等による新たな販路拡大の支援

② 県内での認知度向上・消費拡大

香川の食をテーマにしたイベント開催やアンテナショップ開設等による積極的PR

③ アンテナショップの充実・強化

東京・旬彩館の接客力向上や情報収集機能の強化等とともに、県内における物産販売等の拠点施設の整備

④ 流通における安全・安心への対応

震災後の県産品の取引確保に向けた、県産食品に対する安全・安心への体制整備

3. 戦略実行への仕組みづくり

基本戦略Ⅰに掲げる「ブランド化戦略」に、基本戦略Ⅱに掲げる販売強化への「県内戦略」、「県外戦略」、「海外戦略」、「電子商取引戦略」を合せた5つの分野からなる各種取組みを、「戦略的重点施策」及び「ベースとなる施策」により、総合的かつ計画的に展開していく。また、各種の取組みを組織的に遂行していくため、商品品目や業種・業態別ターゲットごとの行動マニュアルを整備する。

4. 数値目標（3年後の指標）

- 県産品の国内販売額(県サポート実績) H22年度:326百万円 → H25年度:385百万円(18%増)
- 県産品の海外販売額(県サポート実績) H22年度:24百万円 → H25年度:25百万円(6%増)

「かがわ県産品販路開拓プラン」について(概要)【H23年度～25年度】

基本目標：香川県産の農林水産品、加工食品、伝統的工芸品など、「香川のうまいもん・ええもん」のブランド力を高め、戦略的販売の強化を図ることで、元気の出る香川づくりを目指します。

課題1

- ◆「讃岐うどん」以外は、首都圏等での県産品の知名度がまだまだ低い。そのため、戦略的な情報発信等が必要

- ◆新たな地域資源の発掘や消費者ニーズに対応した魅力ある産品の開発が必要

課題2

- ◆県民への香川県産品の浸透度が弱く、県内でのPR活動等の強化が必要

- ◆県外大消費地での県産品の定番・定着化による販売額のアップ

課題3

- ◆巨大マーケットへ成長した中国をはじめ、東アジア等への県産品のより一層の販路開拓が必要

- ◆多様化する販売チャネルの中で、拡大を続けるインターネット通販市場への対応が必要

★基本方向(目指す姿)

～全国及び海外の市場・消費者から支持され売れる県産品～

基本戦略 I

県産品のブランド化の推進

<目指す方向性>

- 1 「香川のうまいもん・ええもん」に対する評価・認知度アップ
- 2 市場ニーズに沿った産品開発・改良の推進による魅力向上

<具体的な取組方向>

- 1 大都市圏など大消費地でのPR・提案活動
- 2 戦略的な情報発信
- 3 売れる商品づくりへの支援
 - マーケティングによる生産・販売の促進
 - マーケティング情報のフィードバックによる支援
 - 産地生産者と利用顧客との交流の創出
 - 優良産品の発掘、新商品開発・高付加価値化への支援

基本戦略 II

県産品の戦略的販売の強化

<目指す方向性>

- 1 基礎的マーケットである県内でのPR、県民等への県産品の提供場所の確保等による「県内消費の拡大」
- 2 活気あふれ、飛躍的な発展を遂げるマーケットへの展開
 - 1 大都市圏など購買力のある「県外マーケット」への展開
 - 2 人口増や所得水準が向上する「海外有望マーケット」への展開
 - 3 「ネット販売」を通じた県産品販売の底上げ

<具体的な取組方向>

- 1 戦略的な販売活動の推進
 - トップセールスの効果的な実施
 - ターゲット先の絞込み・データに基づく効果的な販促活動
 - 関係団体・機関等と連携した支援体制のもとでの販路開拓・拡大
 - 民間企業等との連携によるPRや販売促進活動の展開
 - 生産者と流通関係者等による商談機会の提供
 - マーケティング支援やネット販売の場の活用
 - ネット販売による流通販路の多角化
- 2 県内での認知度向上・消費拡大
- 3 アンテナショップの充実・強化
- 4 流通における安全・安心への対応

具体的施策

ブランド化戦略 (I-1・2)

- 【戦略的重点施策】
- 1 首都圏等での県産品フェア開催によるPRや市場開拓
 - 2 県産品ポータルサイトによる戦略的な情報発信
 - 3 かがわ県産品コンクールによる産品の掘り起し ほか
- 【ベースとなる施策】
- 1 多様なコミュニケーションツールによる情報発信力強化
 - 2 農商工連携による新商品開発・育成への支援 ほか

県内戦略 (II-1)

- 【戦略的重点施策】
- 1 民間企業との連携によるプロモーション展開
 - 2 「食」をテーマとしたイベント開催による県民へのアピール
 - 3 物産販売棟の整備による販売・PR機能等強化 ほか
- 【ベースとなる施策】
- 1 観光関連産業、観光地との連携
 - 2 金融機関との連携による販路開拓の促進 ほか

県外戦略 (II-2-1)

- 【戦略的重点施策】
- 1 トップセールスの効果的な実施
 - 2 流通バイヤー等をターゲットとした販売チャネルづくり
 - 3 東京アンテナショップの販路開拓の機能強化 ほか
- 【ベースとなる施策】
- 1 「取引先カルテ」を活用した効果的な販促活動
 - 2 県外の見本市・商談会への出展支援 ほか

海外戦略 (II-2-2)

- 【戦略的重点施策】
- 1 海外航空路線を利用した県産品の販路開拓
 - 2 国際見本市等への出展支援による市場開拓 ほか
 - 3 信頼のおける卸・商社との連携強化 ほか
- 【ベースとなる施策】
- 1 四国4県の連携による海外支援
 - 2 国際ビジネス相談会の開催による海外支援 ほか

電子商取引 (II-2-3)

- 【戦略的重点施策】
- 1 大手通販サイトと連携した県産品のネット販売対策
 - 2 県産品ポータルサイトによる販路開拓支援 ほか
- 【ベースとなる施策】
- 1 相談指導等による電子商取引市場への進出支援

目標

効果

イメージリーダー製品の登場

県産品認知度向上

高付加価値化ヒット商品の誕生

企業の商品開発力向上

販売先の増加

生産・製造業者の利益増

元気・安心・夢と希望あふれる香川の実現！