

施策
(- 2 - 4)

県産品の販路開拓・拡大の支援

優先施策16

目的

東京を主力ターゲットとして重点産品を中心にPRと販路開拓を行い、認知度を向上させ、県産品の販路拡大を進めます。

成果指標と目標値

目標値(平成19年度)

「にほんばし島根館」における年間販売額 3億5000万円

現状値(平成15年度)

8,607万円

現状値は、県の東京拠点施設「にほんばし島根館」における平成15年11月21日のオープンから平成16年3月31日までの販売額です。

現状と課題

国際競争や産地間競争が激化し食料品があふれる中で消費量は大きく伸びず、消費者の志向は本物志向へ変化している状況です。

これまで本県では、地理的な関係から大阪など西日本を中心に県産品の販路拡大を図り一定の評価を得ていますが、東京では平成16年7～8月に首都圏で行った「島根県産品」に対する消費者調査によれば、県産品については特定の産品以外は認知度が低いという結果がでています。


大消費地であると同時に全国への情報発信機能を持つ東京を主力ターゲットとして、ブランド化重点産品をはじめとした県産品の情報発信と販路開拓を継続的に行い、県産品に対する評価の向上、「しまねブランド」の定着、販売量の拡大を図ることが必要です。

また、本県産農林水産品の生産・流通・消費段階の各種情報をマーケティング対策に有効活用し、県産品の良さをPRする活動の強化や輸出の推進など、本県産農林水産品の販路拡大や新たな市場の開拓に取り組む必要があります。

目的を達成するための主な基本事務事業

主な事務事業

事業名	概要
<p>ブランド産品等の販路開拓の推進</p> <p>〔担当課〕ブランド推進室</p> <p>【実施主体】 県 市町村 民間 県民 国等</p>	<p>主力ターゲットの東京においては「にほんばし島根館」を活用しながら、ブランド化重点産品をはじめとした県産品のPRと販売促進活動に取り組みながら、大阪、広島、九州等の大消費地に対しても県産品の販路拡大を推進します。</p> <p>ブランド産品等販路拡大事業 ブランド産品等情報発信事業 農林水産物の流通促進事業</p>
<p>農林水産物輸出対策</p> <p>〔担当課〕生産振興課</p> <p>【実施主体】 県 市町村 民間 県民 国等</p>	<p>牡丹苗、薬用人参、米などの県内農林水産物の輸出への取り組みを支援します。</p> <p>しまね農林水産物輸出関連対策事業</p>
<p>水産物の販路拡大事業</p> <p>〔担当課〕水産課</p> <p>【実施主体】 県 市町村 民間 県民 国等</p>	<p>消費者ニーズに合った水産物づくりや魚価向上への取り組みを支援します。</p> <p>売れるしまねの水産物づくり事業</p>
<p>県産材需要の拡大</p> <p>〔担当課〕林業課</p> <p>【実施主体】 県 市町村 民間 県民 国等</p>	<p>「しまねの木」の安定的な生産・供給をめざした生産・加工・消費の連携体制づくりを推進し、公共施設における積極的な利用促進や「しまねの木の家」推奨仕様の策定・普及を支援します。</p> <p>木質資源活用維新事業 島根材需要拡大促進事業 「森と暮らす・しまねの木の家」普及促進事業</p>



場所	東京都中央区日本橋室町1-5-3 福島ビル1階（三越本店正面） * 地下鉄銀座線・半蔵門線「三越前」駅A4またはA1出口すぐ日本橋三越本店本館向かい
施設コンセプト	島根の「旬」を体感できます (常に今が旬のものを提供し、全館通じて島根の旬を体感できる空間とする)
機能	旬の産品の紹介・販売、 旬の素材を使った飲食メニューの提供 旬の観光スポット、話題の紹介 UIターンの相談