

施策 I-2-2	県産品の販路開拓・拡大の支援
-------------	----------------

目 的

- 消費者や流通業者のニーズを商品づくりに活かすとともに、島根の農林水産品・加工品を「価値ある商品」として売り込む力を強化し、多様な流通・販売チャネルの開拓、販路拡大による顧客づくりと消費の拡大を図ります。

現 状 と 課 題

- 島根県は、農林水産品・加工品の生産規模が小さく、少量多品目の生産が主体です。このため、販売にあたっては、市場出荷のみではなく、小売店や飲食店をはじめとする多様な売り先や売り方を開拓するなど、販売の多チャンネル化を進め、戦略性のある販売体制を確立していくことが必要です。
- 近年、台湾や中国など東アジアにおいて、安全で高品質な日本の食品への需要が高まっており、島根の農林水産品・加工品の輸出ルートの開拓に向けた取り組みが必要となってきています。
- 今後は、販路開拓、情報収集等のための仕組みづくりと、情報を整理し、新たな商品づくりに取り組む人材の育成が必要です。

取 組 み の 方 向

- 県外への流通や消費の拡大のため、大都市圏での販売チャネルの開拓、販売ターゲットの明確化と戦略的展開を進めるとともに、県産品のブランド力の向上を図ります。
- 地産地消の推進や、流通関係者への PR 強化等により、県内における消費や流通の拡大を図ります。
- 東アジアを中心とした輸出の促進に取り組むとともに、輸出業者や観光との連携などによる島根産品のブランド力の向上を図ります。

成果指標と目標値

成果指標	平成 19 年度		平成 23 年度
県外の県産品取扱い事業者 (パートナー店) 数	23 社		32 社
にほんばし島根館の販売額	344 百万円		400 百万円
農林水産品・加工品の輸出額	352 百万円		450 百万円
ブランド化産品の実売額	781 百万円		1,060 百万円

島根県と連携して県産品を取り扱う県外の小売店等の数です。毎年2社の加入増加を目指します。首都圏における県産品の情報発信拠点施設である「にほんばし島根館」での販売額です。当施設での販売額が全国での認知度を表すひとつと考え、指標に選びました。年間 15 百万円程度の増加を目指します。

県内の農林水産品・加工品の輸出額です。輸出者の計画等を踏まえ、目標値を設定しました。

隠岐のいわがき、多伎いちじく、十六島のり、浜田の魚（アジ、カレイ、ノドグロ）、しまね和牛の販売額の合計です。生産者の計画等を踏まえ、目標値を設定しました。

目的を達成するための主な事務事業

事業名	概要
県産品の販路拡大事業 〔担当課〕しまねブランド推進課	○ にほんばし島根館の活用や、首都圏等大消費地の高級小売店等に対して販売促進活動に取り組み、顧客づくりや販売の多チャネル化を進めます。
地産地消推進事業 〔担当課〕しまねブランド推進課	○ 地域内での地元農林水産物が円滑に流通する仕組みづくりや消費者が地元でとれた農林水産物を地元で消費する愛用運動を進めます。
しまね農林水産物輸出関連対策事業 〔担当課〕しまねブランド推進課	○ 台湾、上海をはじめとする東アジア等に対して、農林水産物輸出による販路の拡大や新たな価値の構築等の取組みを支援します。
島根材需要拡大促進事業 〔担当課〕 林業課	○ 公共施設での県産材使用による PR、県産材を活用した木造住宅の建築促進など、消費者への県産材製品利用を働きかけます。また、新たな木材の需要開拓や加工技術の開発を推進します。
売れる水産物づくり推進プロジェクト 〔担当課〕 水産課	○ 県内主要水産物の価格向上を目的として、販売戦略の構築とその実現に向け、消費地の仲買人等との意見交換や各地域の取組みの支援等を行います。