

(2)販路拡大

プロジェクト	物流革新と販路開拓・拡大
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・大手量販店との通常取引額 R4：276億円 → R10：300億円 ・新たなブランド商品の発掘 R6～R10：計6件
挑戦する内容	<ul style="list-style-type: none"> ・物流システムの効率化の推進 ・実需者ニーズや販売環境の変化を捉えた県産品の販路開拓・拡大 ・新たなブランド候補商品の発掘・育成
関係者の声 ＝対話	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産物は長距離輸送が多い上に、鮮度が求められることから、2024年問題で大きな影響を受ける（物流・農協関係者） ・「青森県フェア」の継続とともに、連携の強化により更なる販売拡大が可能（量販店、百貨店） ・米の産地間競争に勝ち抜くためには、認知度の向上が必要（生産・販売団体） ・冷凍食品は利便性が高く、市場が年々拡大しており、販路拡大のチャンス（量販店等） ・単品の提案ではなく特徴的な県産品全体の提案が必要（飲食店等） ・生産量が増加するジュノハートのブランド力の維持・向上が必要（生産者・市場関係等） ・ジュノハートに続く果物の提案や、個別の生産者のブランド商品の提案が欲しい（百貨店、専門店） ・ブランド化したい、伸び悩んでいる、もっと売りたい（生産者・団体等）
役割分担	<ul style="list-style-type: none"> ・農協等の荷主事業者：荷待ち時間等の削減及び積載率の向上に向けた取組の実施 ・生産者・製造者：高品質安定生産、特徴的な商品の供給、出荷規格整備等 ・市町村・販売団体等：販売促進・消費宣伝・認知度向上に係るPR ・県：研修会の開催、補助事業の実施、専門家と連携した発掘やアドバイス、販路開拓、販売促進・消費宣伝・認知度向上に係るPR
変革後の姿	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の荷主事業者が物流改善に取り組み、効率的な物流体制を構築 ・小売、飲食、ECなど多様なチャンネルにおける販売ネットワーク構築により販路が拡大 ・ブランド化に取り組む生産者が増え、商品の価値が向上

令和8年度計画

挑戦する内容

- 1 物流システムの効率化の推進
 - ・荷主事業者の荷待ち時間等の削減に向けた取組に対する支援（補助）
- 2 実需者ニーズや販売環境の変化を捉えた県産品の販路開拓・拡大
 - (1) 大手量販店等と連携した販売促進活動
 - ・量販店・地域密着スーパーでの青森県フェア開催によるファンづくり
 - ・食品商社（卸）と連携した新たなマッチング機会の創出
 - ・あおり米の認知度及び評価向上に向けた、品種特性を生かしたセールス活動、「青天の霹靂」をけん引役とした消費宣伝対策
 - (2) 百貨店等への販路開拓・拡大によるブランド候補商品の価値向上
 - ・専門家のアドバイスに基づくブランド価値を高められる販路の開拓
 - ・実需者との共同企画実施を通じた販売拡大
 - ・りんごとジュノハート以外の特産果実のブランド化促進
 - ・ジュノハートのブランド化促進
- 3 新たなブランド候補商品の発掘・育成
 - ・専門家との連携による新たな商品の発掘
 - ・ブランド候補商品への専門家によるアドバイス
 - ・商品のブランド力向上に意欲を持つ生産者等の育成支援
 - ・専門家のアドバイスを踏まえた求評、販路開拓



荷役時間削減の取組



百貨店との共同企画（フェア）

対話

- ・部会を開催し、事業の進捗状況を把握するとともに、意見を参考に事業構築（7月、1月）
- ・青森県フェアにおける試食販売等により消費者ニーズを把握（フェア開催数により変動）
- ・青森県フェアに際し、店舗、県、市町村各幹部等の参加による意見交換会を行い、実需者ニーズを把握（フェア開催数により変動）
- ・生産者等への専門家によるアドバイスの際に、ブランド化に向けた生産者等の課題を把握するための意見交換を実施（随時）
- ・生産者等に対する求評結果のフィードバック（随時）