

(2) 販路開拓・拡大

プロジェクト 物流革新と販路開拓・拡大

目 標

- ・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

- ・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
- ・新たなブランド商品の発掘・育成

関係者の声
=対話

- ・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・市場関係者等）
- ・ジュノハートに続く果物の提案が欲しい（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

- ・農協等の荷主事業者：物流改善に向けた試験的な取組、DX等活用によるモデル的な取組の実施
- ・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

- ・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商品の価値が向上

令和6年度計画

挑戦する内容

- 1 物流システムの効率化の推進
 - ・研修会の実施
 - ・荷主事業者の取組に対する支援（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
 - ・Web商談・研修の開催、実践
 - ・首都圏消費者・実需者への「はれわたり」のPR
 - ・青森フローズンフーズアンバサダーと連携した県産冷凍食品の販売促進活動
 - ②百貨店と連携した販売促進活動
 - ・専門家のアドバイスに基づく販路開拓
 - ・実需者との共同企画による青森県フェア開催
 - ・りんごとジュノハート以外の特産果実の販売促進
 - ・ジュノハートのブランド化推進
- 3 新たなブランド商品の発掘・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



物流DX技術の導入



青森県フェアにおける知事トップセールス

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（8月、1月）
- ・最新の物流改善、農業版物流DXの講習会（各1回）において現状把握と知見を獲得するとともに、参加者からのアンケートにより物流改善に向けたニーズを把握（年2回）
- ・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）
- ・青森県フェア開催時に、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）