

重点課題名 : ⑧販売戦略

- 検討項目
1. 消費者から支持される農産物のブランド化
 2. 多様な流通・販売システムの構築・販売ルートの開拓・確立
 3. 農産物の輸出

消費者から支持される農産物のブランド化

○安全・安心な品質の良い「香川産」農産物の安定供給と消費者に信頼される農産物づくり

【現 状】

- 本県は、温暖な気候を生かし、多彩な園芸作物を生産
 - ・JA取扱い品目数：野菜(107品目)、果樹(14品目)、花き(45品目)
 - ・香川県育成品種の導入と産地による品質向上の取組みによる高価格農産物の生産
 - ・高品質な果実は少量ながら、高単価で取引
(小原紅早生(さめき紅)は市場平均価格に対し2.4倍、さめきゴールドは2倍)
- 印象的なネーミングと安定した品質の裏付けが、恒常的な引き合いにつながっている。
 - ・らりるれレタス、スイート16(糖度16度以上の香緑)、ふる一つ物語(葉付き袋掛けミカン)
- さめき特選「K.ブランド産品」は、流通段階での知名度はあるが、消費者まで十分に認知されているとは言えない。
 - 品目数は、増加傾向だが、県内流通は少ない。
 - ・認知度：「知っている」41%、「聞いたことがある」38%(H20 県政モニター369人)
 - ・認証数：18品目34点(H.16)⇒24品目57点(H.21)
 - ・出荷先市場：京浜市場17%、京阪神市場40%、県内6%(H19)

【課 題】

- 野菜と果樹の流通特性に即した新鮮で高品質な農産物づくりと県民ニーズに対応した売り場づくり
- 消費者・実需者に信頼される、さめき特選「K.ブランド産品」認証制度の見直し

【最近の取組み】

- 高品質で特徴ある香川県育成品種を育成
 - ・キウイフルーツ(さめきゴールド、さめきエンジェルスイート)、イチゴ(さめき姫)小麦(さめきの夢2009)
- 生産・流通対策による品質の向上
 - ・袋掛けによるミカンの完熟栽培(甘さ向上)
 - ・氷詰めダンボール出荷によるブロッコリーの鮮度保持
- 消費者・実需者ニーズに対応した生産の振興
 - ・茎が柔らかい品種特性を活かしたアスパラガス「さめきのめざめ」のセミロング出荷
 - ・皮ごと食べることができる種無しブドウ「シャインマスカット」
- 「K.ブランド産品」の認証拡大
 - ・新規認証：(H21)ブドウ「シャインマスカット」、「石野米」黒大豆「讃州大黒」
(H22)「さめきの夢」うどん



さめき特選「K.ブランド産品」
「さめきの夢」うどん



さめき特選「K.ブランド産品」
「シャインマスカット」

【対応方向のイメージ】

- 市場・流通関係者から支持される農産物づくりと産地育成
 - ・野菜：流通時の鮮度の維持、実需者ニーズに対応した納入形態
 - ・果樹：最高級の商品づくり、全国有名店への販路開拓と取引拡大
- 県内の消費者や実需者ニーズを的確に把握し、香川産農産物の情報発信源として産直施設などの機能強化や顔の見える販売を推進
- 消費者に信頼される農産物づくりに取り組む産地・農業法人を後押しする、さめき特選「K.ブランド産品」認証制度への転換

多様な流通・販売システムの構築・販売ルートの開拓・確立

○多様な流通・販売チャンネルでの消費者・実需者ニーズに即した生産の振興と安定的に出荷できる体制の構築

【現 状】

○市場経由の流通以外に小売店、食品産業等との直接取引、産直施設・宅配・インターネットを通じた直売など流通・販売チャンネルが多様化

- ◇過去5年間で県内青果物の販売状況等(H16→H20)
- ・JA産直販売額 : 34億→39億 約15%増
 - ・JA市場出荷額 : 297億→219億 約26%減
 - ・県内の直売所数(道の駅除く) : 87店→107店 約23%増

- ◇小売段階での売上高の状況(H20)、(社)日本通信販売協会調べ
- ・スーパー売上高 : 13.2兆円(-4.8%、前年比伸び率)
 - ・コンビニ売上高 : 7.6兆円(-6.7%)
 - ・百貨店売上高 : 7.4兆円(-4.3%)
 - ・ドラッグストア売上高 : 5.2兆円(-5.4%)
 - ・通信販売売上高 : 4.1兆円(-6.7%)

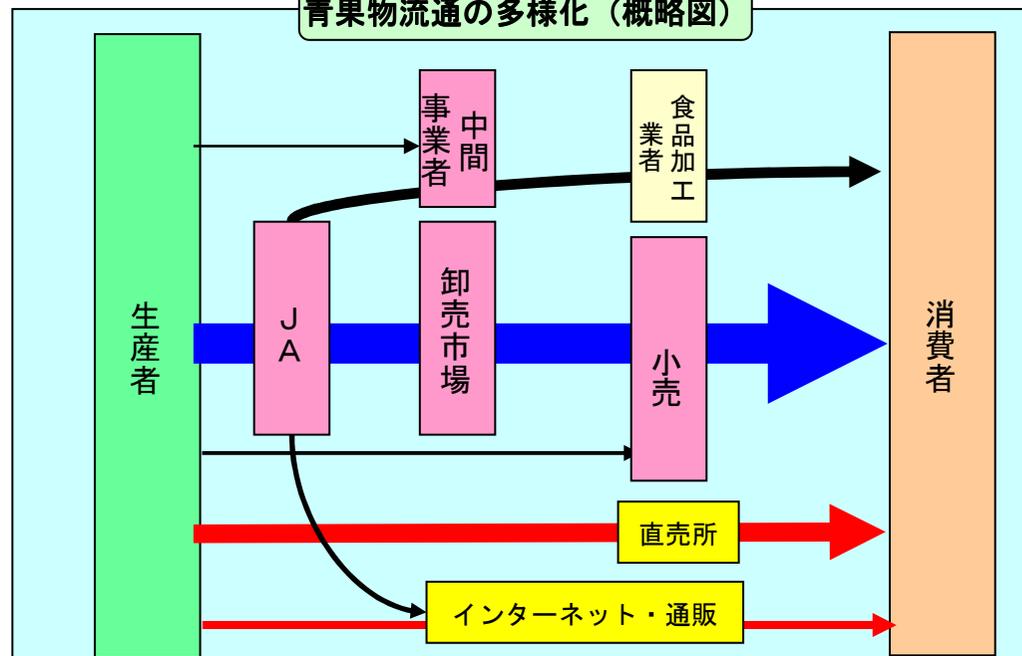
○さぬきうどんやオリーブ製品などの加工食品や高品質な青果物のカタログ販売が浸透

- ・さぬきの夢2000半生うどん: 郵便局のふるさと小包
- ・シャインマスカット : 果実専門店のギフトカタログ など
- ・オリーブ関連製品 : インターネット販売
(オリーブ生産・加工業者の約8割がネット販売(11業者/14業者))

【課 題】

- 市場経由の流通を中心に、安定した価格で取引できる相対取引や契約的栽培の拡大
- 多様な消費者・実需者のニーズに即した多品目の生産量の確保と商品に対する説明責任への対応

青果物流通の多様化（概略図）



【対応方向のイメージ】

- 卸売市場などと連携した特徴ある栽培方法や出荷荷姿での生産拡大と安心して生産・販売ができる相対取引や契約的栽培を拡大できる環境づくり
 - ・主要品目・品種の選択と集中による生産ロットの拡大
- 多様化する消費行動に即した生産者の生産・流通・販売力の向上
 - ・直売所の機能強化と顔の見える販売
 - ・農業法人の組織化による生産量の確保や販売先の多様化
 - ・マーケティング、インターネット販売、渉外、クレーム対応などの能力向上のための研修機会の充実

農産物の輸出

○輸出相手国の消費ニーズや輸出条件等の情報把握と産地への情報提供により、安定的に輸出できる生産・流通・販売体制の確立

【現状】

○県産農産物の輸出品目は、盆栽や温州みかんをはじめ、24品目と増加傾向だが、輸出量は多くない。

- ・輸出品目数：農産物6→24品目、加工品1→11品目（H18→H21）
- ・輸出国：3→10カ国（H18→H21）

<盆栽>

農家数・出荷量：10戸・約6千本（黒松や五葉松など）
輸出国：台湾、韓国、アメリカなど7カ国

<温州みかん>

カナダへ約20t

○日本での高品質農産物の需要が伸び悩む一方、農産物輸出は、世界的な日本食ブームと東アジアの経済発展等を背景に増加傾向、H19には2,220億円に増加

○輸出先の検疫等に即した生産・流通・販売への対応が不十分なことにより、品目によっては輸出量は伸び悩み

【課題】

○相手国の食文化や消費者ニーズに合った特定の輸出国向け産地の育成

○相手国のニーズの把握や輸出時における相手国の植物検疫条件や衛生証明書など輸出条件の把握が十分でないことから、情報の収集と分析が必要

【最近の取組み】

○海外における県産品の販路開拓・拡大を目的に、東アジア等において、青果物、水産物、加工食品も含めた包括的な取組みとして試験販売の実施や香川県産品フェアを実施

平成21年度輸出相手国と品目（県産品振興室調べ）

国名	青果物	加工品
台湾	金時紅(※)、ピオーネ等	讃岐うどん、醤油豆等
マレーシア	金時紅(※)、女峰、モモ、青ネギ等	黒ゴマペースト、素麺、菓子類
シンガポール	金時紅(※)、シャインマスカット、女峰、モモ、ピオーネ等	黒ゴマペースト、菓子類、讃岐うどん、日本酒等
中国	—	加工食品、酒類
タイ	キウイフルーツ	—

※：糖度11度以上のみかん「小原紅早生」規格品名

【対応方向のイメージ】

○相手国の消費者や実需者ニーズに即した品目の生産と販売ルートの開拓

○農林水産省やJETRO等を通じた相手国のニーズや輸出条件等の把握と、正確な情報に基づく生産・出荷体制の構築



台湾では春節に小玉ミカンを贈り合う風習で赤い色が好評な「小原紅早生」