

# 1 戦略策定の趣旨

現在の市場をみるとモノやサービスがあふれかえっています。

お客様は、数多くの商品の中から、自分のライフスタイルや志向に合わせて商品を選んで買っています。

店舗に商品を並べれば売れる時代は去りました。

そして、近年、本県の農林水産物や加工品の販売額は減少傾向にあります。

この原因の一つには、生産者・製造業者の目から見てよい生産品・製品であっても、お客様からみて「選びたい商品」レベルに達していないということが挙げられます。

本当に売れる商品、売れている商品は、消費者ニーズの調査や流通経路の確保など商品化計画を十分検討した上で販売されています。

残念ながら本県においてはまだそのような取組みは、少ないのが実情です。

この厳しい時代に県産品を「売れる商品」にするためには、生産段階から販売に至るまで、「どのようなお客様」に、「どのような商品」を、「どのような販路」を使って「どのくらいの量・価格」で販売するか等を、生産者や製造業者自らがそれぞれの商品について真剣に検討することが必要です。

このような現状を踏まえて、「作ったモノ」を単に売ろうとするのではなく、売れる商品づくりに基づく県産品販売に関する基本的な考え方や姿勢、目指すべき方向等を明らかにし、全ての関係者が意識を共有して行動できるよう、県、生産関係者、製造業関係者、流通関係者等県産品に携わる人々で青森県総合販売戦略会議を立ち上げ、「総合販売戦略」を策定することとしました。

なお、当会議は、「攻めの農林水産業」における県産品販売分野の戦略策定、推進を担うものであり、今後、各関係者及び農協・漁協・市町村・県等関係団体による推進体制を構築し、「総合販売戦略」に基づいて「攻めの農林水産業」の実現に向けて取り組んでいきます。

