

提供日 2022/03/29
タイトル 「ふじのくにマーケティング戦略 2022」の策定
担当 経済産業部 産業革新局 マーケティング課
TEL マーケティング企画班 054-221-2678



「ふじのくにマーケティング戦略 2022」の策定

1 要旨

- ・本県が誇る多彩で高品質な農林水産物の国内外への販路拡大を図るため、市場と生産が結びついた本県独自の「ふじのくにマーケティング戦略」を推進しています。
- ・令和3年以降の社会環境の変化や市場ニーズを分析し、外部専門家等の意見を踏まえて、「マーケティング戦略 2022」を策定しました。本戦略では、新たに目標値を設定し、今後目標達成に向けて施策を展開していきます。

2 戦略の方向性、主な取組と目標

(1) 国内

○「頂」や「食のSDGs」の情報発信、ガストロノミーツーリズムの推進による県産品のブランド力向上と販路拡大

- ・しずおか食セレクション「頂」を活用した県産品のブランド化
- ・SDGsと食文化が結び付いた料理店や生産者の認証制度創設
- ・ガストロノミーツーリズムを担う中核人材（料理人等）による推進支援
- ・マーケットニーズに合わせた農林水産物の生産拡大

【目標】戦略7品目の首都圏での流通金額 125億円 ⇒ 158億円 (2025年)

(戦略7品目 (柑橘、いちご、わさび、温室メロン、牛肉、ガーベラ、レタス))

○中央日本4県の連携による個人消費の喚起と中部横断自動車道を活用した山の洲への販路拡大

- ・BtoBパートナーの定着化 (山梨県：オギノ、長野県：ツルヤ)
- ・新たな物流、商流の構築 (鮮魚等の流通実験の定着)

【目標】県産農林水産品の山の洲3県での流通金額 41億円 ⇒ 50億円 (2025年)

○「バイ・シズオカ オンラインカタログ」やECサイトとの連携等、DXによる新たな供給システムの構築

- ・「バイ・シズオカ オンラインカタログ」によるオンライン商談の通年化
- ・全国ECサイトと連携したブランド力強化

(2) 海外

○マーケットインによる「輸出産地」の形成

- ・海外戦略5品目 (茶、いちご、わさび、温室メロン、日本酒) の輸出拡大
- ・DXを活用した新たな仕組みの構築
- ・輸出先国の市場ニーズや輸入規制に対応した「グローバル産地づくり」の推進

○清水港、富士山静岡空港を物流拠点とした輸出の拡大

- ・清水港、富士山静岡空港を活用した商物流体制づくり

○輸出支援体制の強化

- ・県海外駐在員事務所等と連携した現地での販路開拓

【目標】戦略5品目の輸出額 41.7億円 ⇒ 72.6億円 (2025年)

(戦略5品目 (茶、いちご、わさび、温室メロン、日本酒))

3 「ふじのくにマーケティング戦略 2022」資料

策定資料は下記 URL を御覧ください。

<http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-110/marketkikaku/markesenryaku2022.html>