

山梨県産農畜水産物（牛肉、魚（サケ・マス類）、米）の輸出拡大に向けた基本的な戦略の概要

現状認識

- 生産量が少なく、県内でも流通量が限られている。
- 県内に輸出基準に適合する食肉処理施設がない。
- 輸出の実績は少なく、海外での認知度が低い。

課題

- 輸出向け商品の確保に向けた生産・供給体制の強化
- 国内外での認知度向上・需要喚起に向けたブランド強化
- 品質に見合う価格帯での販路確保及び商流構築

戦略の方向性

生産・供給体制の強化を大前提に、商品開発、国内外でのブランド認知形成、商流構築の一貫した取り組み

① 生産・供給体制の強化

- 生産量の確保
 - ・ 品質の高い商品を安定的に供給する生産体制の強化
 - ・ ニーズの高い品種や銘柄の生産による需要と供給の好循環化
- 輸出に向けた牛肉の供給体制の構築
 - ・ 輸出先の衛生管理基準等を満たす体制づくりの推進

② マーケットインの手法による商品開発

- 自然や観光資源と関連付けた日本産の中での優位性の確保
 - ・ 富士山、恵まれた日照、清らかな水 等
- 希少性や本県の特徴ある取り組みを付加価値として差別化
 - ・ 日本唯一であることや4パーミル・イニシアチブの取り組み 等
- パッケージや加工処理等による商品価値向上
- 国際的な認証制度の活用を検討

③ ブランド認知形成

- インターネットを活用した情報発信
- インバウンド観光客に対する訴求
 - ・ 観光地等における県産食材食体験機会の創出
- 現地卸売事業者等に対する訴求
 - ・ 県産酒とともに県産食材を使用した美食体験機会の提供
- 現地でのプロモーション
 - ・ 飲食店等での県産酒等の県産品との相乗的なPR

④ 商流構築

- 供給量を考慮した販路確保
 - ・ 比較的小ロットでの取引が可能で、消費者等に魅力や価値を丁寧に伝えることができる飲食店を中心とした販路開拓
 - ・ 県産品を取り扱う飲食店や本県出身料理人等を優先的に検討
- 飲食店に強い卸売事業者等との連携・協業
- 産地と消費者の双方向に情報が伝わる商流の形成
- 流通の効率化による輸送コスト削減の検討