

- ▶ 県産品の国内販売促進と輸出促進の取組を**一体的かつ横断的に推進**し、「国内販売プロジェクト」及び「青森県輸出戦略」に定める**数値目標の達成可能性を向上**させるとともに、**県民所得の増加**及び**本県経済の持続的発展**を実現する。
- ▶ 「青森県ロジスティクス戦略」に基づく取組により、国内販売促進と輸出促進の取組を**下支え**する。
- ▶ 国内外の環境やニーズの**変化に柔軟かつ大胆に対応**する。
- ▶ 県産品販売・輸出促進を担当する**人財**、国内及び海外マーケット等の**情報**、国内販売及び輸出を促進する**戦術（取組の手法）**の**3点**について、次のとおり**相乗効果（シナジー）**を創出する。

1

人財のシナジー

<人材育成の加速化と労働生産性の向上>

- 各職員が高い視座から国内市場及び海外市場の両方を俯瞰
- 職員間のコミュニケーションを活性化
- 豊富なアイデアを共有、高度なスキルを獲得

2

情報のシナジー

<情報の集約を通じた販売レベルの底上げ>

- 国内販売及び輸出の関連情報を一元的に把握・分析
（マーケット情報、県内事業者のニーズ、商品情報等）
- 県内事業者に対して積極的に情報を還元し、行動変容を促進

3

戦術のシナジー

<戦術（取組の手法）の共有・補完による実効性向上>

- 国内販売及び輸出を促進する戦術を共有
〔市場調査、プロモーション、情報発信、商品力強化、商談会〕
〔バイヤー招請、補助金等〕
- 取組による効果を国内販売及び輸出の双方向にフィードバック

(参考1) 各戦略等の概要

国内販売プロジェクト

- 物流革新と販路開拓・拡大
 - ・ 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
R6~10 計6件
- あおもりブランドの確立に向けた情報発信の強化
 - ・ 県産品の認知度 R4 43.9% → R10 48%
 - ・ 青天の霹靂の認知度 R4 54.7% → R10 65%
 - ・ ジュノハートの認知度 R4 6.9% → R10 15%

青森県輸出戦略

- 東アジア東南アジア市場を基盤に需要の維持・拡大を図るとともに、欧米市場の需要も獲得
- プレーヤーの増加とノウハウの蓄積を図ること等により、裾野の拡大と持続可能な輸出環境づくりを推進

<重点品目>
りんご、りんごジュース、ホタテ、コメ、水産加工品、ながいも、サバ・イサナ・アサギ、酒類

<数値目標>
国産りんごの輸出額 220億円 (R4 206億円)
県産農林水産品の輸出額 330億円 (R4 285億円)

青森県ロジスティクス戦略

<めざす姿>

- 1 豊かさを実感できる力強い農林水産業の持続的発展を支えるロジスティクス拠点
- 2 国内外とのビジネスを拡大させるロジスティクス拠点
- 3 国内外との利便性の高い物流インフラの整備に関するロジスティクス拠点

「産業力強化」と「物流拠点化」を表裏一体で推進

(参考2) 経緯

- 令和6年3月 国内販売プロジェクト、青森県輸出戦略、青森県ロジスティック戦略を策定
- 令和6年4月 国内・海外、ロジスティクスに係る所管課・担当グループを統合し、新たに「県産品販売・輸出促進課」を創設
⇒ 人財、情報、戦術(手法)について、シナジー効果を創出