

1 販売力強化 -所得向上につながる販売戦略の展開-

(1)商品開発

プロジェクト 消費者ニーズに寄り添った新商品開発

目標

・食料品製造業生産額 R2：1,241億円 → R10：1,356億円

挑戦する内容

・社会環境や市場ニーズの変化を捉えた食品産業の振興

関係者の声
＝対話

・サステイナブルやヘルス&ウェルネス等のトレンドに対応した商品が求められている (量販店)

・小容量包装や電子レンジ対応等簡易で利便性の高い商品が欲しい (消費者)

・加工原料の多様化による商品開発への支援が欲しい (食品加工事業者)

・最終製品メーカー等からのニーズに対応できる原材料確保が困難 (農業法人)

・県内に一次加工できる事業者が少ない (#あおばな、加工事業者等)

役割分担

・量販店等 : 消費者ニーズの情報提供、試験販売機会の提供

・産技センター: 加工技術開発、技術指導

・県 : 進行管理、研究会開催、現地指導、専門家と連携した商品づくり

変革後の姿

・多様なニーズに対応した商品開発により、食品産業が成長

令和7年度計画

挑戦する内容

- 1 社会環境や市場ニーズの変化を捉えた食品産業の振興
 - ①大手量販店との連携による出口対策を講じた商品開発
 - ・大手量販店や有識者などが参画した「商品開発研究会」で、消費者ニーズに対応した商品開発の方向性を検討
 - ・トレンドを捉えたモデル商品の開発及び販売
 - ②6次産業化や農商工連携の強化
 - ・加工原料の多様化による商品開発支援
 - ・冷凍・植物代替原料製品等の開発
 - ③最終製品メーカーからのニーズに対応し、産地と連携した一次加工の強化
 - ・県内農業法人、加工事業者などが参画し、法人間の原料や加工作業の融通を討するほか、契約数量を増加するため、最終製品メーカーとの商談活動やニーズのヒアリングを実施



商品開発研究会



商品開発メーカーへの助言

対話

- ・部会を開催し、事業の進捗状況を把握するとともに、意見を参考に事業構築(7月、1月)
- ・大手量販店、有識者などが参画した「商品開発研究会」を開催し、専門的見地などからトレンドやニーズに対応した売れる商品開発について検討(年4回)
- ・県内農業法人、加工事業者、県関係部局が参画し、原材料確保、加工作業の効率化等を検討(年4回)
- ・最終製品メーカーなどとの商談活動等によりニーズ把握(随時)