

平成23年度一般会計補正予算説明資料

6款 農林水産業費
1項 農業費
1目 農業総務費

農政課(内線:7257)
(単位:千円)

事業名	補正前	補正	計	財源内訳				備考
				国庫支出金	起債	その他	一般財源	
(新) とっとり美食Brand 戦略推進事業	0	5,785	5,785				5,785	
トータルコスト	0	13,773	13,773	(補正に係る主な業務内容) 県産農水産物のブランド化戦略構築及びこれに伴う連絡調整				
従事する職員数	0.0人	1.0人	1.0人					
工程表の政策目標(指標)	-							

事業内容の説明

1 事業の目的・概要

従来の試食宣伝に留まらない効果的なコミュニケーション戦略を展開し、食を介して首都圏での鳥取県の認知度を向上させることにより、県産農林水産物のブランド力形成を図る。

2 主な事業内容

(1) ブランド化プロジェクト会議の設置 (2,785千円)

梨や和牛など振興ビジョンごとに設置している検討組織(生産者団体、農林水産部)に、広報、観光部局、PRの専門家(外部アドバイザー)、ブランド化女子会を加え、体制を強化した「ブランド化プロジェクト会議」を設置。

生産・流通・販売を一体的に推進するインパクト重視のブランド化戦略を構築する。

(ア)「外部アドバイザー」の設置(2,729千円)

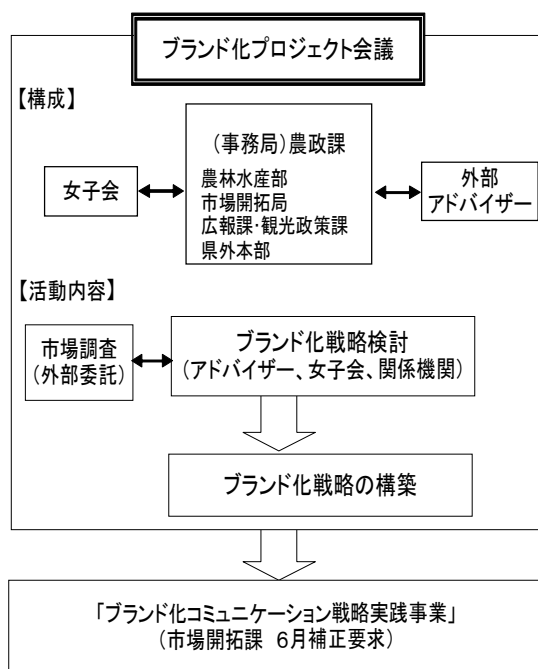
首都圏市場で通用する独自性の高いPR戦略を構築するため、外部アドバイザー(情報発信のプロ)を設置し、具体的なPR戦略の検討について助言をいただく。

(イ)「ブランド化女子会」の設置(56千円)

従来の生産者目線に加え、消費者として食品に接する機会が多い女性の目線も戦略構築に反映させるため、県庁女性職員及び県庁外からもメンバーを募って「ブランド化女子会」を結成。

外部アドバイザーと協議を重ねながらプロジェクト会議でPRの企画、アイデアを提案する。

(県庁女性職員:5名、外部メンバー3名程度)



(2) ブランド化戦略に係る調査 (3,000千円)

戦略構築検討の基礎資料に活用するため、以下の調査を行う。

大手百貨店、高級スーパー、外食企業等のバイヤー、消費者、女性誌編集者等を対象にブランド化対象製品の試食・評価の現場調査を行う。(調査会社に委託)

- 多様な流通経路ごとに農水産物価格等を聞き取り調査するとともに、ブランド化に成功している他県産品のPR手法を調査・分析し、生産者の所得拡大に向けたブランド化戦略構築の基礎資料とする。(既存の標準事務費で対応)

3 これまでの取組状況、改善点

(1) これまでのブランド化の取組みは、生産者組織が主体となって京阪神を中心に消費地での試食宣伝やイベント等による販売・PRを実施してきたが、ブランド発信地である首都圏でのインパクトが弱い。

(2) 付加価値の高い農業の実現に向けて、他県事例の研究、流通経路の分析などを通じて生産者の所得拡大に有利な販売方法及び市場競争力の高い農産物を明らかにし、消費者の視点で本県農水産物に適したブランド化戦略を構築する必要がある。