

農業經濟課販売戦略室

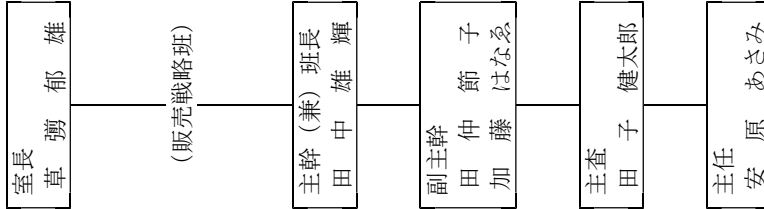
農業経済課販売戦略室

(令和2年4月1日現在)

室の主な所掌事務

(販売戦略班)

- ・部内の流通販売戦略の総括
- ・農産物等のマッチング
- ・生産者、JA等の販路拡大支援
- ・農産物の輸出促進（窓口）



事業名	県産農産物マッチング推進事業【農林漁業振興臨時対策基金】			担当	販売戦略班	
事業年度	平成30～令和3	事業主体	県	当初予算額	14,046千円	
事業目的	消費者・実需者の多様なニーズに対応するため、マーケットインの視点による流通販売体制を整備するとともに、農業法人やJA等の販路開拓の取組を支援する。			財源	繰入金	14,046千円
				内		
				訳		
実施内容	1 首都圏等マッチングサポート体制整備事業 12,141千円					
	(1) マッチングサポート体制の整備 首都圏企業への訪問等によるマッチング活動を推進し、農業法人やJA等の販路開拓をサポートする。 ・企業開拓員（東京事務所）及びマッチング推進員（販売戦略室）の配置等によるマッチング支援 (2) 秋田県農産物流通販売戦略推進会議の開催 農産物流通販売戦略を効果的に推進するため、関係機関で構成する会議を開催する。 ① 構成 15団体（生産者6、実需者7、学識経験者1、県1） ② 開催回数 1回					
	2 量販店・社食でのPR事業 1,362千円					
実施内容	(1) 関西量販店でのプロモーション 関西圏の量販店で、枝豆、りんご、山菜等のプロモーションを行う。 ・実施時期 8～2月 (2) 社員食堂での県産農産物PR 大手企業の社員食堂で、県産食材メニューの提供などフェアを行う。 ・実施時期 5～12月					
	3 商談機会提供事業 543千円					
	(1) 首都圏商談会への出展 外食等に販路を持つ首都圏の中間流通業者が開催する商談会に出展する。 ・実施時期 9月 (2) バイヤー招へい 外食等のバイヤーを招へいし、農業法人やJA等とのマッチングを行う。 ・実施時期 通年					

事業名	農産物グローバルマーケティング推進事業【農林漁業振興臨時対策基金】			担当	販売戦略班	
事業年度	平成31～令和3	事業主体	県	当初予算額	34,914千円	
事業目的	海外における県産農産物の販路を拡大するため、多様な輸出ルートを構築するとともに、海外の消費者ニーズを捉えた販売促進活動を展開し、県産品のブランド力強化を図る。			財源	国庫	10,000千円
				内	繰入金	19,914千円
				訳	諸収入	5,000千円
実施内容	1 グローバル企業連携輸出ルート拡大事業 905千円 (⊙905)					
	シンガポール及びタイにおいて販路を有する企業と連携し、多様な輸出ルートの構築を図る。 (1) 実施内容 海外実需者に対する県産農産物の商談活動 (2) 対象企業 ターゲット国に販路をもつ輸入業者、店舗を持つ日系企業等					
	2 AKITAグローバルマーケティング事業 6,609千円 (⊙6,609)					
実施内容	輸出商社と連携し、沖縄へのインバウンドをターゲットにテストマーケティングを実施し、戦略的に売り込む販売手法を構築する。 (1) 実施内容 ① 日本の食文化を発信する商業施設での県産品テストマーケティング、 ② 海外向け商品販売手法の試行					
	3 AKITA海外販売展開事業 15,067千円 (⊙10,067 ⊕5,000)					
	シンガポールにおける県産品の知名度及び商品評価の向上により、消費者の需要を喚起し、実需者の引き合いを強めることで輸出拡大を図る。 (1) 実施内容 ① シンガポール大手百貨店での秋田フェアの開催 ② トップセールスによる現地バイヤー・物流企業への県産品売込み					

- 4 輸出規制対応産地体制整備事業 2,333千円 (㊦ 2,333)
台湾輸出の障壁となる検疫条件に対応した生産出荷体系を確立するほか、海外におけるブランド保護の手法について調査する。
- (1) 実施内容
- ① 台湾向け果実輸出に向けた生産出荷体系の実証
② 海外からの知的財産権侵害への保護体制の検討
- 5 グローバル産地形成支援事業 10,000千円 (㊦ 10,000)
相手国のニーズや規制等に対応した産地形成を進めるため、計画策定や生産・加工体制の構築、テスト輸送・販売等の取組を支援する。
- (1) 助成対象 海外ニーズ対応型生産管理体制の整備、海外展示会への出展等
(2) 補助率 国10/10 (上限額10,000千円)
(3) 事業主体 大潟村農産物・加工品輸出促進協議会

事業名	県産農産物販売力強化支援事業【農林漁業振興臨時対策基金】		担当	販売戦略班		
事業年度	令和2～4	事業主体	認定農業者、農業法人、県等	当初予算額	7,396千円	
事業目的	自ら販路拡大に取り組む農業者等を育成し、県外や海外への展開を促進するとともに、生産者と事業者の連携による農産物のブランド化に向けた取組を支援する。			財源	繰入金	7,396千円
				内		
				訳		
実施内容	1 農業者等営業力強化事業 5,879千円					
	<p>(1) 販路拡大支援事業 農業者等の県外や海外への販路拡大活動を支援する。</p> <p>① 対象者 12経営体 (認定農業者、農業法人、認定就農者等 うち海外展開4経営体、国内展開8経営体) ② 助成対象 実需者訪問、商談会出展、新たな品目・品種の試験栽培等 ③ 補助率 ア 海外展開 1/2以内 (上限400千円) イ 国内展開 1/3以内 (上限200千円)</p> <p>(2) 営業スキルアップ事業 商談機会を提供するとともに、商談に必要なノウハウ等の指導により、ビジネススキルの向上を支援する。</p> <p>① 対象者 販路拡大支援事業の対象者 8経営体 ② 内容 生産者意向の把握、研修会・実践商談会の実施、商談会等でのフォローアップ等</p> <p>(3) 販路拡大フォローアップ事業 普及指導員を主体とした農業者等のフォローアップ体制を構築し、取引の定着や販路拡大を支援する。</p> <p>① 対象者 販路拡大支援事業等の実施者 ② 内容 農業者等の販路拡大への支援、マーケティング動向の情報提供等</p>					
	2 あきたトップブランド創出支援事業 1,517千円					
	<p>エンドユーザーから求められる、プレミアムな農産物を創出するため、新たな規格設定や生産・集荷・選別方法の確立、テストマーケティング等の取組を支援する。</p> <p>① 対象者 県内事業者 (JA、卸売業者、仲卸業者等) ② 助成対象 試験栽培経費、検査分析費、産地招へい旅費等 ③ 補助率 1/2以内 (上限額700千円)</p>					