

農産物マーケティング手法の確立による 県産農産物の販売力強化

情報経営部 情報チーム TEL:022-383-8119

研究の目的

現在の農業を取り巻く情勢は厳しく、米や青果物価格の低迷、市場における県産シェアの伸び悩みがみられ、産地は非常に厳しい状況におかれています。このため、消費者需要の多様化に対応した「売れるものづくり」へ向け、プロダクトアウト型農業からマーケットイン型農業への転換が必要となります。

このような背景から、地域・品目に適する体系的な産地マーケティング手法を明らかにし、産地と一体となった農産物マーケティングを実施していきます。

研究推進状況

マーケティングの流れについては、以下のようなものとなります。現在、産地の意向調査、消費者、実需者ニーズ調査などを実施しており、今後は、アンケート調査の実施やアクションプランの作成へ向け、産地との話し合いなどを予定しています。

消費者ニーズ把握のためのグループインタビューを実施



【生産者による産地の補足説明】



【関係者によるインタビュー結果の検討】

マーケティングの流れ

