

令和5年度 “ふじのくに”^{しみん}士民協働 施策レビュー 改善提案とりまとめシート

1 基本情報

政策	政策8 富をつくる産業の展開		
政策の柱	8-2 地域主導型の経済政策「フジノミクス」の推進 8-5 農林水産業の競争力の強化		
議論した施策	(1) 広域経済圏の形成による個人消費の喚起 (4) 市場と生産が結びついたマーケティング戦略の推進		
実施日/班名	10月15日(日) 第1班	担当部局名	経済産業部 マーケティング課

2 コーディネーター取りまとめコメント（コーディネーターが議論を総括して取りまとめ）

新たな広域経済圏を形成し、個人消費を喚起することについて、大きく3つの課題が挙げられた。

第一に、認知度の向上^①である。県民は大事な広報媒体とも言えるので、県外ばかりでなく、県民にも周知が必要である。同時に、ターゲットを明確にすることも必要である。

第二に、ブランドの強化^{②③④}である。静岡県だけでなく、山の洲4県合同での事業展開を推進することが必要である。

第三に、個人消費の拡大^⑤である。インターネットやスーパーマーケットなど、多様な流通経路を活用した販売促進が必要である。

そのほか、4県を新たな経済圏と位置づけることを目標にするのであれば、農産物を売り込むだけでなく、生産の拡大や農業後継者不足、魅力ある生産物を生産できる農業施策など、総合的な経済対策もする必要があるといった意見も見られた。

3 施策改善案（県民評価者が記載した改善提案シートの取りまとめ）

- ①認知度の向上のため、従来からの紙媒体に加え、SNS等の活用など、ターゲットの年齢等を踏まえた、更なる広報の強化が必要である。
- ②「バイ・シズオカ」、「バイ・ふじのくに」、「バイ・山の洲」、「頂」のブランド力を強化するため、インフルエンサーによるPRやふるさと納税返礼品への採用といった、消費者に向けた各種プロモーション活動が必要である。
- ③ブランドの強化のため、消費者だけでなく生産者にも「頂」をPRし、ブランド意識を醸成していく必要がある。
- ④山の洲4県での協議会を設置するほか、共同で情報発信を行うなど、4県がさらに連携して事業を展開していくことが必要である。
- ⑤個人消費の拡大のために、一般消費者が購入できるよう「バイ・シズオカ オンラインカタログ」をECサイト化することが必要である。