

「県産畜産ブランドのみ」で商談会開催 ～対象絞り、成約率アップ目指す～

かながわ畜産ブランド推進協議会（事務局：神奈川県畜産会）が主催する「27年度かながわ畜産・絆づくり笑（商）談会」が、2月8日、横浜市内のホテルで開かれ、県産の畜産ブランド9団体と県産畜産ブランドに興味を持つ飲食事業10社が参加した。同協議会は、県産畜産物の知名度向上と販売力の強化に取り組んでおり、県庁舎での「かながわ畜産フードコレクション」開催や、「かながわ食育フェスタ」への出展、新商品開発等を目指す生産者向け「かながわ畜産・売れる絆づくり塾」の開催支援などを行なっている。同商談会も販売戦略の一環として昨年から実施しており、県環境農政局農政部の菊池雅美部長は「この商談会で、飲食事業者の皆さんには県産畜産ブランドの良さを知っていただき、生産事業者には飲食事業者のご意見ご要望を経営に取り入れ、新商品の開発につなげてほしい」と挨拶した。また、県畜産会の丹波義彰専務理事は、「県産畜産物の良さを知って、食べて頂く事が、商いに発展し、県産ブランド力の向上につながると期待している」と述べた。

商談会の第一部では、出展した生産事業者が各3分程度自社ブランドについてプレゼンし、続いて飲食事業者が自社PRをした後、3分ずつのお見合い方式で全事業者と商談を行った。第二部は、隣の会場で開催中の「ぐるなび戦略共有会議」に会場した飲食業者を会場に誘導し、自由な商談を行った。昨年はレストランシェフによる料理の試食を提供したが、今年は素材の味を確認してもらうため、出展者自ら「茹でる」「焼く」などシンプルな調理法で試食を提供した。

「やまゆりポーク生産者協議会」の西山國正会長は「商談に向け具体的な質問も多く、昨年より手応えがある。ブランド名の認知度が高まってきた感触もあった。会員の励みにつながるよう、今後も販売力を強化する」と話した。商談を終えた飲食事業者の一人は「神奈川の風土に合わせた生産の工夫や、地域との関わりを大切にされた経営手法など、神奈川県産食材の良さを再発見できた。美味しいだけではなくストーリー性のある食材を探しており、本格的に商談したい出展者もいる」と手応えを語った。

県畜産課では「今回は県内畜産農家で供給可能な規模の飲食事業者中心に参加を募った。一対一の商談時間を設ける事で効率的で有意義な商談につながる。昨年の商談成約率は一般的な商談会と比べて高かった。今後も、神奈川県産を意識して選択してもらえようPRしていく」と話している。



集まった飲食事業者に対し、生産事業者が県産畜産ブランドのプレゼンテーションを実施



全出展者と一対一で商談させる工夫で商談成立を目指す