

◎「6次産業化プランナー」とは、全国の6次産業化に取り組む農林漁業者の方々の相談に応じてアドバイスを行うために登録されている専門家のことです。プランナーを派遣するサポートセンターは全国に設置されています。詳しくは農林水産省のHPまで。

農水省 6次産業化プランナー 検索



どこで売る商品をつくる？

Q⁰² バイヤーとはどうやって出会ったらいいの？

まずは、6次産業化プランナーに相談してみましょう。

6次産業化プランナーの中には元または現役バイヤーもいらっしゃいます。このため、プランナーからのバイヤー目線での商品提案なども参考になりますし、私のように仲卸業者さんと取引のある企業の者も在籍していますので、ノウハウや人脈をもとに、販路開拓の協力やイベント出展へのサポートなどができます。それぞれプランナーによって専門分野が違うため、「百貨店への販路開拓の実績が多い人」「外食チェーンとのつながりが強い人」など、相談したいプランナーの希望を6次産業化サポートセンターに伝えるとよいでしょう。また、経験も兼ねて大きな商談会に出るのも手です。ブースを出すための補助金を活用できる場合もありますよ。

Q⁰⁴ 一般消費者向けの加工品が思いつきません。

BtoC向け商品だけでなくBtoB向け商品にも視野を広げてみて。

自社の生産物がどのような加工品に向いていて、どのようなニーズがあるのかは、BtoCだけでなくBtoBも含めて検討してみるとよいでしょう。一次加工品をBtoB向けに売るのも重要な販路の一つ。たとえばある事業者の方は、タケノコの6次産業化を考えたときにレストランのシェフの「調理時間が短縮でき、かつ新鮮なタケノコが欲しい」という声を聞き、下茹でして冷凍した加工商品を販売して実績を作っています。BtoB向け商品の開発・販売で6次産業化の事業としてのベースをつくるのもやり方のひとつです。

6次産業化プランナーのロクジカ! 始める前のQ&A

商品があっても、売る先がなければ困ったことになります。今回のテーマ「販路」は6次産業化を始めるときに、まず考えないといけないことの1つ。希望の販路の絞り込み方と、開拓方法を人気の6次産業化プランナーに教えてもらいます!

vol.01

販路開拓の方法

販路の開拓と商品開発は同時に!



教えてくれたプランナー ▶ 浅沼ゆうかさん

6次産業化プランナー、株式会社JEM代表取締役副社長。外食向けのブランディング・周知活動、商品規格の見直し、国内販路の開拓を得意とする。販路拡大や物流・専門知識における講義や、商談会マッチングサポートなども行っている。

Q⁰¹ そもそも販路のイメージが湧きません。

「どこで、誰に売りたいか」から考え始めましょう。

販路を決めるときには、まず「どこで、誰に」手にとってほしいのかを考えるとところから始めましょう。たとえば子どもに食べてほしいのか、若い女性に職場で食べてほしいのか、など。「どこで、誰に」食べてほしいかが決まると自然と商品売りたい場所が見えてきます。それもただ「スーパーに置きたい」というのではなく、「〇〇コーナーに置きたい」というところまで見えてくるはず。そうすると商品開発の方向性も定めやすくなります。このことから、販路の絞り込みと商品開発の方向性の検討は、ほぼ同時進行とするのが理想です。商品を手にとってほしい人が見えると、販路を考えやすくなります。

Q⁰³ つくった商品を誰も買ってくれなかったら……

製品化の前に、まずは商品サンプルの試作を。

商談会で実際の商品を見せることができると、具体的な商談が進みやすくなります。でも販路が決まりきる前に、大量に生産してしまうのはとても危険。販路が確保できずに在庫を抱えてしまうこともありえます。相手方の希望や意見を聞いて改良する余地を残すためにも、まずは小規模ロットで試作し、いろいろな人の意見を聞いてみましょう。試作に使える補助金もありますので、6次産業化サポートセンターや自治体に相談し、活用を検討してみましょう。商談会は類似商品をリサーチするのに最適の場。試作前の段階でも、積極的に通ってみることをおすすめします。