

エコフィード利用畜産物の差別化販売モデル確立計画概要

1 事業の目的

エコフィードを利用した畜産物について、流通事業者及び消費者に対し、その意義の理解や普及を図るため、実態調査や差別化販売実証調査を行い、事業モデルの確立を目指す。

2 事業の内容(計画)

1) 検討会の開催

エコフィード利用畜産物差別化販売モデル確立事業の検討会を年間5回程度実施し、関係者の円滑なコミュニケーションを図りながら、情報交換や討議を行う。

2) エコフィード利用生産者、エコフィード製造事業者の現状調査

エコフィードを利用している畜産農家やエコフィードを製造している事業者から現状の取り組みの課題や問題点をヒアリングし、エコフィード利用畜産物の差別化販売を促進していくためのポイントを確認する。

3) エコフィード利用畜産物の販売実態調査、消費者ニーズの調査

実際にエコフィード利用畜産物を販売している食品小売業者に協力してもらい、販売の経路や傾向、販売時の課題等の実態をヒアリングすると同時に消費者ニーズを把握するため、エコフィード利用畜産物の認知度や購入動機、課題等について、アンケート調査を実施し、今後の販売促進データの収集に努める。

4) 食品小売業等において、エコフィード利用畜産物にインセンティブを付加した際の販売実証調査

食品小売業において、差別化畜産物購入によるインセンティブ(カードポイント等)を実際に付加し、その前後の認知度やリピーター率、購入傾向等の販売実証調査を行い、エコフィード利用畜産物においてインセンティブ付加が有効策につながる内容なのか検証する。

5) エコフィード利用畜産物の差別化販売に関する事業モデル確立のまとめを策定

上記の1)、2)、3)、4)をもとにエコフィード利用畜産物の差別化販売において、課題や取り組むべきポイントを明確化し、事業モデルの確立に向けた提言を策定する。