

(様式1)

平成26年度試験研究課題設定のための要試験研究問題提案・回答書

(整理番号) 008	提案機関名 畜産課
要望問題名 外食事業者を対象とした畜産物に対するニーズ調査の実施	
要望問題の内容 【 背景、内容、対象地域及び規模(面積、数量等) 】 現在市場に流通している畜産物には多くの種類があるものの、一般消費者の関心はその「ストーリー性」や「パッケージ」である場合が多く、畜産物そのものの「質」であるケースは少ない。 一方で、畜産物を多く使用する外食事業者は、「味」「使い勝手」「栄養性」「価格」等の様々な独自の視点から、自身が利用する畜産物を選択していると予測される。 そこで、外食事業者の畜産物に対するニーズについて調査を行い、それを生産現場にフィードバックすることでニーズに合った畜産物の生産を推進するほか、ニーズに合った畜産物を生産する生産者とのマッチングを推進することで、県産畜産物の利用推進につなげる。	
解決希望年限	①1年以内 ②2～3年以内 ③4～5年以内 ④5～10年以内
対応を希望する研究機関名	①農業技術センター ②畜産技術所 ③水産技術センター ④自然環境保全センター
備考	

※ ここから下の欄は、回答者が記入してください。

回答機関名	農業技術センター畜産技術所	担当部所	企画研究課
対応区分	①実施 ②実施中 ③継続検討 ④実施済 ⑤調査指導対応 ⑥現地対応 ⑦実施不可		
試験研究課題名	(①、②、④の場合) 消費者視点の畜産物評価に関する研究(平成23～27年度)		
対応の内容等	当所では、消費者を対象に畜産物ニーズ調査を実施しています。この調査から消費者は、1つのニーズがあるわけではなく、「価格」や「パッケージの売り文句」を重視する消費者がいる一方、「生産地」「生産方法」「品質」にこだわりをもつ消費者もいます。重要なのは、ニーズ毎に消費者を分類したうえで、どの消費者層に対して、売り込んでいくかを定めることです。その上で、ターゲット層のニーズに沿った改良目標や販売戦略(価格、品質の特徴、売り先等)を立てて実行することです。 生産者の販売戦略が明確になると、生産者と同じ消費者層をターゲットにしている外食事業者に売り込むことができ、マッチング(商談の成立)を推進できると考えます。消費者、外食事業者とニーズの視点は異なりますが、当所で行っている消費者調査からご要望の課題について対応いたします。		
解決予定年限	①1年以内 ②2～3年以内 ③4～5年以内 ④5～10年以内		
備考			