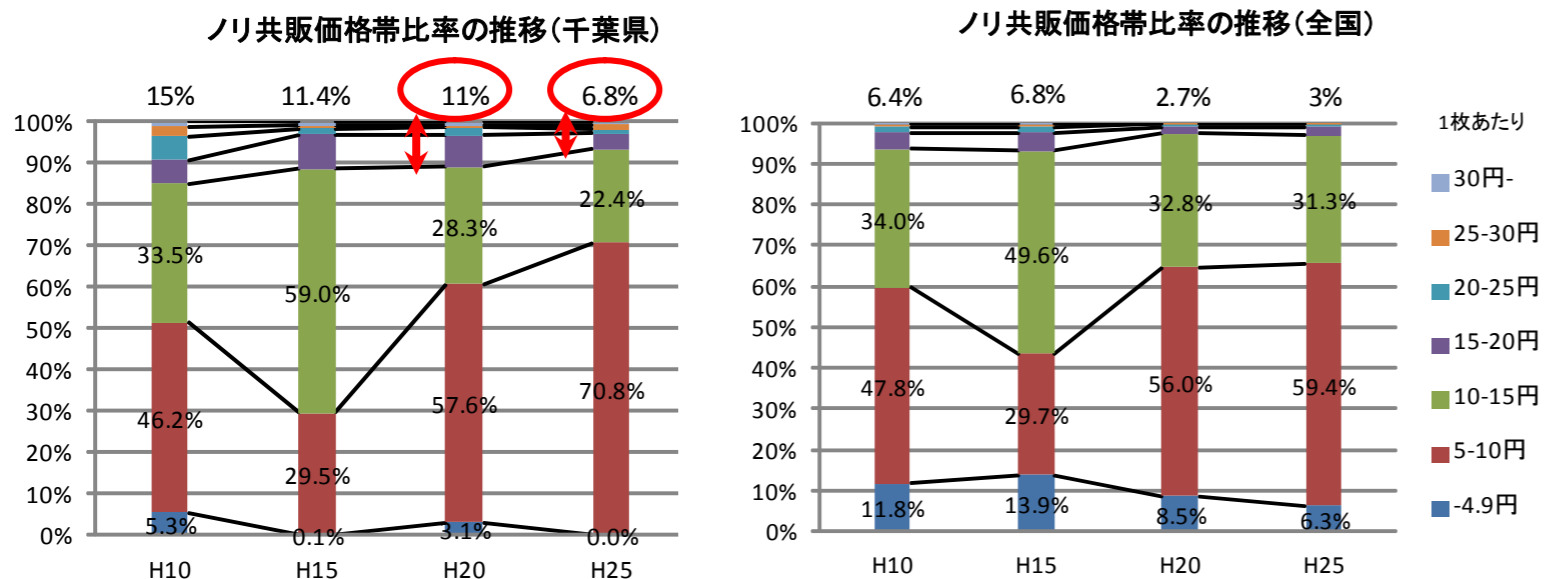


千葉県海苔販売戦略（案）の概要

1. 現状及び課題

(1) 価格の下落傾向

- ① 本県は、上物（15円以上/枚）の割合が比較的高く推移してきたが、近年、上物の需要減少により、高価格帯の割合が減り、共販単価が下落傾向にある。
- ② 共販順位が、全国1位（H20）から4位（H25）となった。



	共販枚数 (百万枚)	共販金額 (百万円)	全国順位 (平均単価/枚)
H10	379	4,319	1位 (11.41円)
H15	433	5,054	2位 (11.68円)
H20	340	3,530	1位 (10.37円)
H25	235	2,270	4位 (9.67円)

2. 戦略の方向性と目標

目標

推進期間：平成28年度～32年度（5カ年）

良質な千葉県海苔の安定供給と生産者及び販売流通関係者の所得向上を目指す

<数値目標>・上物（15円/枚以上）の割合を当面は現状を維持する

・中長期的には、平成20年度の水準程度まで引き上げる

固定ファンの獲得

県・漁連・生産者・千葉県海苔問屋協同組合による連携した取り組み（行動計画）

- 千葉県海苔ブランドの確立・強化
→情報発信力の強化・他産地との差別化
- インバウンド消費の推進
→外国人観光客への販売促進

(2) 千葉県海苔の価格形成能力の低下と消費減少傾向

- ① 共販指定商は、東京部会・千葉部会・大森部会で構成される。
- ② 千葉部会は主に県内問屋により構成されており、共販枚数の約4割を扱っている。
- ③ 県内の問屋は、主に贈答用・家庭用向けに販売してきた。

1) 価格形成能力の低下

・上物を多く扱ってきた県内問屋の減少傾向により価格形成能力の低下が懸念されている。

2) 千葉県海苔の消費減少

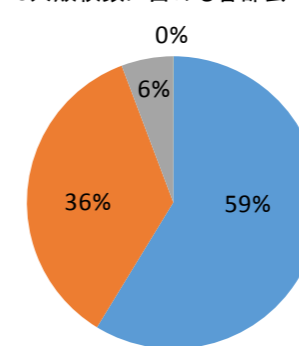
- ・千葉県海苔にこだわり贈答用・家庭用に購入してきた消費者が減少傾向
- ・千葉県海苔に関する情報を消費者に発信してきた県内問屋の減少に伴い情報発信力が低下し、新たな消費者獲得が困難

千葉県海苔問屋協同組合の組合員数の推移

	H1	H5	H10	H15	H20	H25
問屋数	96	95	81	66	53	46

H25平均共販単価 (100枚/円)	
東京部会	888
千葉部会	1,099
大森部会	952
その他	1,122
千葉県全体	967
全国	920

H25共販枚数に占める各部会の割合



H25共販金額に占める各部会の割合

