

(2) 生産者の努力が適切に反映される販売手法の構築

生産者の「売り方」に対するニーズが多様化しており、これに応える販売手法を構築する。

- 共計・共販体制を基本に据えながら、消費者の評価（品質・栽培方法・時期など）をより反映させる共計ルールへ見直す
- 品質評価等を適正に価格に反映させるべく、契約取引（買取・播種前契約など）を強化する
- 食味や栽培方法など、消費者から認められる農畜産物の取扱について、一定の品質基準を満たす原料を買取し、品目横断的な「プレミアムブランド」を創出する
- デザインやネーミングも含めた「売れる商品作り」と、商標権の取得などによるブランド力の維持強化を図る
- 有機・減農薬・こだわり品などの小ロット農畜産物については、商品特性を見極めたうえで、ふさわしいユーザーとの結びつけを強化する
- より消費者に近い販売手法として、系統独自のネット販売や大手ネット流通業者に対する販売などを強化する



売れる商品作り（ホクレンオリジナル商品）

(3) 輸出事業の拡大により、北海道産農畜産物を「世界の食卓」へ提供

人口減少や高齢化の進行により、国内の食料消費が縮小する中、北海道の農畜産物をもつ美味しさなどの魅力を世界の食卓へ発信し、北海道農畜産物の需要喚起と北海道ブランドを構築する。

- 新たに商社等と提携し、海外に本会職員を駐在させ、海外市場の販路を拡大する
- 海外市場のニーズに即した輸出向け商品を開発する



輸出専用ブランドの開発

ホクレンとぎょれんによる
タイでの北海道フェア