

～ 首都圏で「販路拡大」を目指す商品に求められるもの ～

平成29年2月17日

岡山県東京事務所

奥井 洋一郎

1 販路拡大の対象地域

- (1) 首都圏
- (2) 首都圏以外の地域
- (3) 岡山県内

2 商品開発の考え方

- (1) 岡山県産品の評価
- (2) ユーザー志向
- (3) 自社製品のアピールポイント

3 首都圏のバイヤーが求める商品

- (1) 地元で支持されている商品
- (2) 特徴的な機能を有する商品
- (3) どこにもない(ありそうでない)商品