

# 進化する・とくしまブランド戦略 (平成30年度の取組)

## ターゲット市場ごとの戦略

### 関西(中京)市場

#### 消費者向け大型イベントでの「阿波ふうど」発信

##### ○まるごと徳島Day

- ・大阪府立国際会議場で開催
- ・とくしまマルシェ、県内市町と連携し、農産物や加工品などの特産品を販売
- ・阿波おどりの実演など、来場された約25百人の方に徳島の魅力発信



##### ○神戸まつり

- ・100万人以上が集まった第48回神戸まつり「おっ！サン商店街」へ出展
- ・県産農産物の販売・PR、および阿波おどりの演舞で徳島の魅力を発信



#### 新型PR車両による卸売市場キャラバン

##### ○にんじんの日イベント

- ・名古屋市中央卸売市場で、4月12日(よいにんじんの日)に、生産者団体、市場と連携し、県産春にんじんをPR



##### ○「阿波ふうど」プロモーションin関西

- ・大阪市中心卸売市場で、3月14日に旬の野菜や果実を市場関係者にPR



#### 卸売市場の信用に応える安定した供給力確保

##### ○園芸産地のリノベーション推進

- ・共同選別施設の整備による出荷調整作業の省力化と、ブランド化の推進(えだまめ、だいこん)
- ・雨よけハウス導入による生産の安定化(ほうれんそう)



##### ○中山間地域の生産振興

- ・生産安定のための展示圃を設置
  - ・田舎の母親が家庭で作った野菜を、「都会で頑張る息子に」をキャッチフレーズに、関西の阪急百貨店53店舗で販売
- ※年間売上:1,300万円(H31.1現在)  
出荷品目:71品目



## 首都圏市場

### 大手企業グループコラボによる首都圏一斉PR

#### ○徳島物産展(11月8日～14日)

- ・ 渋谷駅に隣接する東急百貨店東横店で「徳島物産展」を開催
- ・ 徳島ラーメンをはじめ、フィッシュカツやすだち、鳴門わかめ、地酒などを扱う県内12事業者が出展
- ・ 期間実績 [買上客数: 1万人以上]  
[総売上額: 1千万超え]



#### ○東急Gと県内生産者との商談会



- ・ 畜産・水産・農産物の県内9業者が出席
- ・ 東急Gから、バイヤーや料理人など約50人が参加
- ・ ターンテーブルシェフが調理し、素材が持つ本来の味を引き出した料理を提供
- ・ 高品質な県産食材に多くの参加者が興味を示し、現在、商談中

#### ○徳島料理フェア(11月1日～12月28日)

- ・ 渋谷エクセルホテル東急、渋谷東急REIホテル内の3店舗で「徳島料理フェア」を開催
- ・ 期間中、約2500食を販売
- ・ 食事をされた方に「すだち」をプレゼント



### エア便等新物流システムの実証と普及

#### ○県産シラス干し航空輸送開始

- ・ とくしまブランド推進機構、JAL、運送業者、県の連携・協力により、11月から「県産シラス干し」及び「鮮魚」の航空輸送開始
- ・ JALが新型保冷コンテナを製作
- ・ 週5日、月40トン以上を輸送



### 実需者(消費者)ニーズに対応した農産物導入の検討

#### ○加工用ザーサイの栽培促進

- ・ JA板野郡、上板町役場、県が連携し、栽培講習会の開催などザーサイの栽培推進
- ・ 栽培面積は、去年の35aから48aに増加



### 東京オリ・パラを視野に入れた生産工程管理技術対策

#### ○東京オリ・パラを視野に入れた 生産工程管理技術対策

- ・ 生産者に対し、オリ・パラ対応GAPの取得支援
- ・ その結果、オリ・パラ食材調達基準を満たすGAPの取得件数は、前年より5件増加で40件





## 県内市場

### 産直市、量販店での「地産地消」促進活動

#### ○とくしま食育フェスタ

- ・地産地消の拡大、食育推進を図るため食育推進関係団体と連携し、「とくしま食育フェスタ」を開催(11月25日)
- ・親子連れを中心に、参加した約700人が、食の大切さを学んだ



### 子供向け食育、調理実習

#### ○体験型イベント

- ・県内の幼稚園児とその保護者(約100人)を対象に、なると金時の収穫体験(10月26日)
- ・収穫したなると金時をPR車両で調理、試食
- ・「阿波ふうど」にちなんだクイズで食育啓発



#### ○エシカル教室

- ・イオンモール徳島で、小中学生とその保護者を対象に「みんなで学ぶ！エシカル教室」を開催(8月26日)
- ・参加された10組の親子が、エシカル消費への理解や実践力を学んだ



### 子育て中のママに向けた「阿波ふうど」PR

#### ○出張「阿波ふうど」PR

- ・子育てや家事に頑張る女性が多く働く職場へランチタイム時に阿波ふうど号で出張(2月22日)
- ・簡単でおいしく作れる料理を提供
- ・参加(約250人)した多くの働く女性に「阿波ふうど」をPR



### 市町村や生産者グループによる商談会・見本市開催

#### ○とくしま農の祭典

- ・6月24日に、吉野川市で県下最大級の「大農産市」を開催、県内の農家等が旬の野菜等を販売
- ・PR車両で「阿波ふうど」の試食PR
- ・あわせて、県内外のバイヤーを招いた「ビジネスマッチング」を開催



### 少量多品目の野菜等の生産技術の確立対策

#### ○スイートコーン、オクラの生産拡大

[スイートコーン]

- ・生産実証モデル展示圃の設置  
(JA市場町)  
(20a／3カ所)



[オクラ]

- ・生産実証モデル展示圃の設置  
(JAかいふ)  
(15a／2戸)



## 海外市場

### 東南アジア

#### ○物流拠点を活用した新たな物流モデルの構築

- ・ マレーシアに物流拠点となる倉庫を設置
- ・ 陸送によるマレーシア国内への配送、およびシンガポールへの輸出を実施



(香港)

#### ○フェアを通じた県産農産物等のPR

- ・ シンガポール、タイ、香港、台湾等の百貨店やスーパーでフェアを開催し「なると金時」等をPR

#### ○レストラン需要等へのアプローチ

- ・ 香港大手のマキシムグループと連携
- ・ 「元気寿司」において、阿波尾鶏やすだちなど県産食材を使用したメニューフェアを開催し、地元の人にPR(11/13～12/19)



### 欧米

#### ○「SUDACHI」のブランディング

- ・ EUの有名シェフを招いた「産地ツアー」を実施
- ・ 県内すだち園地を視察し、高評価を得た
- ・ フランスでは、すだちを使用したメニュー提案



(産地ツアー)



(すだちメニュー)



(サロン・デュ・ショコラ)



(シラー)

#### ○展示商談会での県産品PR

- ・ フランスで開催された、チョコレートの祭典「サロン・デュ・ショコラ(10/31～11/4)」や、世界最大級の食博覧会「シラー(1/26～30)」に出展し、すだち、ゆず、ゆこうなど県産品をPR

#### ○県産花きのPR

- ・ アメリカでの県産切り花の認知度向上や販路拡大を目指し、フラワーアーティスト等に向けたPRを実施
- ・ 香港でのシンビジウム(鉢物)の販路開拓を目指し、日本植物輸出協議会(JPEC)が実施する見本市に出展



(アメリカ)



(香港)

### ハラル

#### ○展示商談会でのハラル商品PR

- ・ ハルフエスト(11月)、ガルフード(2月)などの展示商談会で、果汁やスイーツなどの県産ハラル商品をPR



(ハルフエスト)



(ガルフード)



# 共通する取組にかかる戦略

## 課題解決プログラムによる産地リノベーション

### ○課題解決の実践、産地構造改革の実践 による生産の効率化

#### [えだまめ(再掲)]

- ・ JA徳島市において「共同選別施設」を整備
- ・ 本年度より共選出荷を開始
- ・ 農家の出荷調整作業の省力化が実現できたことにより、余剰時間を利用した面積拡大や新規農業者の参入が増加  
(H30年度販売額: 2.5億円 → 3.0億円)



#### [だいこん(再掲)]

- ・ JA大津松茂において「共同選別施設」を整備
- ・ 従来の3倍の処理能力を持った機械の導入により、共選出荷量が増加



#### [ほうれんそう(再掲)]

- ・ JA名西郡で、下葉調整や袋詰め作業の省力化を目指し、「出荷調整機械」の導入を検討
- ・ とくしまブランド推進機構、県農業支援センター、JAが連携し、先進地視察や勉強会を開催



## 本県の強みを活かした「物流の改革」

### ○航空輸送活用事例

#### 【コウノトリおもてなしれんこん】

- ・ 「鳴門市コウノトリブランド認証制度」の第1号に認定
- ・ コウノトリの空飛ぶイメージと、空を越えて運ばれたフレッシュなイメージを重ねることで、新たなブランディングによる高付加価値化を実現



### ○エア便等で輸送した商品の認知度向上と販売拡大支援(再掲)



- ・ とくしまブランド推進機構、JAL、運送業者、県の連携・協力により、11月から「県産シラス干し」及び「鮮魚」の航空輸送開始
- ・ 航空輸送することで鮮度を保持したまま、翌朝には市場販売、店頭へ
- ・ JALが新型保冷コンテナを製作
- ・ 「空飛ぶ阿波ふうど」ロゴマークを製作、コンテナの全面にデザイン
- ・ 事業者の輸送トラックや出荷箱にもデザインし、「空飛ぶ阿波ふうど」をPR

## 「クリエイティブ分野」を活かしたブランディング

### ○「阿波ふうど」ラッピングデザインによる機動力を活かした全国発信（新型PR車両）

#### [大規模商業施設でのPR]

- ・ 東急百貨店本店(渋谷)において、「県産春にんじん」、「しいたけ」、「すだち」など、旬の県産食材の試食・販売によるPR
- ・ イオンモール広島祇園での「エシカル教室」の開催



#### [大規模イベントでのPR]

- ・ 怪フォーラム(京都)でのPR
- ・ 徳島ヴォルティス戦(金沢)でのPR



### ○産地こだわりやストーリーを伝える「映像コンテンツ」の制作

- ・ 東京で活躍する県出身料理人による阿波ふうどPR動画制作
- ・ 大型クルーズ船内や首都圏での商談会などで活用



## 「エシカル消費」を活かしたブランディング

### ○東京オリンピック・パラリンピックへの食材供給

- ・ 県内で開催されたウェイクボード世界選手権大会(8/31~9/2)や、ドイツカヌー代表合宿でのエシカル農産物のPR



### ○GAP・エコファーマー・有機JAS認証の取得推進

- ・ とくしまエシカル農産物の栽培面積の拡大(昨年度実績: ㊹1,370ha ⇒ ㊺1,460ha)

### ○販売に関する農業者のスキルアップと消費者への価値の啓発

#### [メニューフェア]

- ・ 県庁食堂において、「GAP野菜等」を使用したメニューフェアの開催



#### [イベント(再掲)]

- ・ イオンモール徳島で、小中学生とその保護者を対象に「みんなで学ぶ! エシカル教室」を開催(8月26日)
- ・ 参加された10組の親子に、エシカル消費への理解や実践力を学んだ





## 6次産業化の促進

### ○商品のPRと販路開拓・拡大

- ・スーパーマーケットトレードショーやフードックスジャパンなど、首都圏の展示商談会へ出展
- ・バイヤーが県内各地を訪れ産地商談会を開催



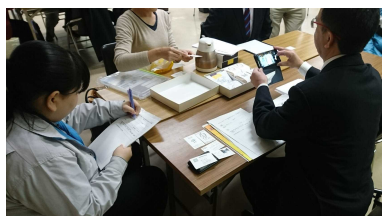
(首都圏での展示商談会)



(県内での産地商談会)

### ○新たな商品開発と商品のブラッシュアップ

- ・「六次産業化研究施設」を活用した研修会の開催や、農業者自らのアイデアの商品化
- ・商品ブラッシュアップ研修会による商品の魅力向上



(ブラッシュアップ研修会)



(六次産業化施設を活用した研修会)

## 次世代テクノロジー・知的財産等の積極的な導入

### ○高度環境制御の導入による 次世代型園芸施設

- ・温度、湿度など環境制御によるミニトマトの高品質化生産
- ・高所作業台車、自動搬送ロボットなどの省力化機械の実証フィールド



### ○画像処理技術を活用した微小害虫の 発生遠隔モニタリングシステム



- ・画像を送信し、微小害虫を自動識別
- ・収集データを解析し、防除適期について蓄積データを害虫発生予測に活用

### ○リアルタイム水質情報発信システム

- ・県有施設において、沿岸3地点の海水の水温、塩分等の水質情報を、ホームページを通じてリアルタイムで発信
- ・効率的な漁場の探索や養殖魚・藻類の生育管理に活用



## 食べに行きたい「徳島」(美食のまちづくり)

### ○県央部、県西部、県南部の魅力ある店舗、人材の発掘

- ・ 県調理師会等と連携し、「阿波ふうど」を味わってもらう「野菜な2週間」を県内外12店舗で開催(H31.2.18~3.3)
- ・ 各店舗で、その期間だけ食べられる「特別メニュー」を提供
- ・ お客様の評判も良かったことから、一部の店舗では、「特別メニュー」を定番化



### ○県内飲食店等に「阿波ふうどスペシャリスト」「地産地消協力店」登録への誘導強化

#### [見学ツアー]

- ・ 「すだちぶり」「れんこん」「しいたけ」の生産現場を巡る見学ツアーに20人が参加(11月18日)
- ・ 参加者がSNSで「阿波ふうど」の魅力を発信

#### [雑誌掲載]

- ・ 県内タウン誌「Geen」にスペシャリスト店舗連載を掲載(2店×3回)
- ・ 新たな店舗の登録・PRを図った



## 次世代を担う人材の育成

### ○サイエンスゾーンを核とした人材育成

#### [アグリビジネススクール]

- ・ 「農業経営者育成」「6次産業化」「テクノ」の各コースで、農業のグローバル化にも対応できる経営能力に優れた人材を育成(H30年度は113名が受講)



#### [とくしま林業アカデミー]

- ・ 講義、資格等取得、演習・現場実習等のカリキュラムにより林業技術を習得し、即戦力となる人材を育成(H30年度は13名が入学)

#### [とくしま漁業アカデミー]

- ・ 多彩な講義や資格取得、目指す就業スタイルが決定できる「オーダーメイド型」の実習等のカリキュラムで即戦力となる「浜の担い手」を養成(H30年度は6名が入学)



### ○食育などを通じた魅力発信(再掲)

- ・ 県内の幼稚園児とその保護者(約100人)を対象に、なると金時の収穫体験(10月26日)
- ・ 収穫したなると金時をPR車両で調理、試食
- ・ 「阿波ふうど」にちなんだクイズで食育啓発