

令和元年度 進化する・とくしまブランド戦略 具体的な取組み

- ◆進化する・とくしまブランド戦略の展開
- ◆阿波ふうどツーリズムの展開
- ◆航空貨物など新物流の利用促進
- ◆オリパラ・フードレガシーの創造
- ◆海外輸出の促進

進化する・とくしまブランド戦略の展開

30年度 トピックス 進化する とくしまブランド戦略 元年

- ◆渋谷の
大手百貨店で
「徳島物産展」
を開催



- ◆都心ホテルでの
「徳島料理フェア」
開催

- ◆豊洲市場への
「シラス干し」
航空輸送開始



- ◆大阪で徳島の
食と文化の
「まるごと」体験
イベントを開催

- ◆ウェイクボード世界
大会等での
PR車両による
「阿波ふうど」発信



31年度 2020年「飛躍」に向けたステップアップ

ターンテーブル魅力発信事業

- ◆県産食材の価値を引き出す
趣向を凝らした料理の提供
「阿波ふうど」の魅力を発信



- ◆食はもとより、文化、観光、
移住交流など、多彩な
テーマのイベント展開

とくしまブランド推進機構展開事業

- ◆ターンテーブルを活動拠点とした首都圏での
戦略的な営業活動
- ◆新たな国内物流モデルの
構築に向けた支援



阿波ふうど機動力発揮ブランディング事業

- ◆「でり・ぱりキッチン 阿波ふうど号」
本格的な調理機能を活用、
県産食材のPR
- ◆「新鮮 なっ！とくしま」号
ステージを活用した
大型イベント展開



進化する・とくしまブランド戦略事業

首都圏展開



- ◆話題の「こだわりショップ」
などに販売コーナー設置
- ◆都内大手百貨店や
大規模イベントでのPR

関西展開



- ◆卸売市場やバイヤーによる
産地研修ツアー
- ◆大規模複合商業施設で
の「阿波ふうど」PR

県内展開



- ◆県民参加型、収穫体験と
調理体験で理解促進
- ◆消費者 兼 発信の担い手
ママさん達が、県産食材を
学び、買って、発信

「阿波ふうど」の戦略的PRによる「もうかる農林水産業」の実現！

「阿波ふうどツーリズム」 食の魅力発信

「美食の街づくり」コンセプト

◆現状と課題

- ・世界に誇れる「ハイレベルな食材」の宝庫
- ・飲食店など潜在する食コンテンツは豊富
- ・食に関する「キラーコンテンツ」は少ない
- ・食を目的に徳島を訪れる人はまだ多くない

◆目指す姿

- ・徳島が「美食の街」として浸透し、「フードツーリズム」の着地点として定着
- ・「美食の街 徳島」から生み出される商品がブランドとして選択的に購入される
- ・食に関連するあらゆる県内の産業（農業・飲食業・加工業等）が活性化
- ・県民や関係者が、地元の食の魅力と価値を共有し、自ら国内外へ情報発信

「美食の街 とくしま」の実現

HOP (H30)

- ・ターンテーブルでの「食」テーマイベント
- ・渋谷エリアでの徳島一斉プロモーション
- ・県出身三つ星シェフ招聘「vs東京サミット」
- ・若手職員TFや県調理師会と意見交換



STEP (R元)

◆フードツーリズムの実現に向けたキックオフ

著名な料理人等を招き、
若手シェフや生産者等を対象に
「キックオフシンポジウム」を開催

◆戦略的な情報発信

プロモーションの専門家による戦略的な
情報発信のコンセプトづくりと実践

◆「食べに行きたい」徳島の創出

県内飲食店で
「旬」や「エシカル」、
「ホストタウン対象国の料理」等をテーマに
「阿波ふうどメニューキャンペーン」を展開

◆発信ツールの活用

インバウンドを視野に入れ、
多言語化に対応した
ポータルサイトやSNS、パンフなど
発信媒体のブラッシュアップ

JUMP (R2-)

- ・飲食店ネットワークによる自発的取組みの拡大
- ・6次産業化や農家民泊など関連産業への波及
- ・若手料理人の意欲向上、スキルアップ
- ・東京オリパラを契機としたインバウンド取り込み
- ・海外メディアに向けたプロモーション強化



成功事例

サン・セバスチャン

世界一の美食の街として
観光客が押し寄せる

新物流（航空貨物など）の利用促進と有利販売対策

取組経過

◆28年度
徳島県×JAL
包括連携協定の締結

◆29年度
・コウノトリおもてなしレンコン(JA徳島北)
・生シイタケ(JA徳島市)の輸送開始
・シラス干しの可能性調査に着手

◆30年度
・新型「保冷コンテナ」開発・完成(JAL)
・シラス干しの輸送を開始
・アジなど「鮮魚」の輸送を開始
・JAL最終便に搭載、毎週5回輸送中



月間40ト以上
輸送中！



飛べ！
シラス

◆多くのメリットを発揮！
・輸送時間短縮，高い鮮度で有利販売
・出荷調整作業に時間的な余裕
・市場ニーズの高い「鮮魚」が高値取引

さらに

・「鮮魚」魚種の拡大（イサキなど）
・「活魚」輸送の本格化（ハモ・アワビなど）
・羽田経由，海外輸出への挑戦

新展開 “空飛ぶ・阿波ふうど”



①ラッピング
コンテナ



③新ロゴマーク（シール）



②ラッピング
トラック

平成31年度



物流モデルのイメージ

◆阿波ふうど新物流ブランド創出モデル事業

【視点1】県内物流モデルの構築

- ・県西，県南から松茂まで「定期便・混載便」
- ・「産直市・道の駅」を集荷拠点とするスキーム
- ・県内物流の「新たな担い手」づくり

【視点2】国内物流モデルの構築

- ・羽田から関東複数の市場への配送システム
- ・ターナーテーブルと周辺店舗向け輸送モデル
- ・羽田経由，東北・北海道・海外への輸送モデル

【視点3】モーダルシフトの検討

- ・東京行きフェリーでの大型コンテナ輸送モデル
- ・JR貨物による大ロット物流モデルの検討
- ・東京行き高速バスのトランクルーム利用

【再掲】◆進化する・とくしまブランド戦略事業

【視点4】「空飛ぶ・阿波ふうど」の有利販売

- ・「高い鮮度」「飛んで来たストーリー」で訴求
- ・「ターンテーブル」の発信力を活かしたPR
- ・「地域商社・阿波ふうど」による販路開拓

“空飛ぶ・シラス干し”
に続く「成功モデル」の
創出・定着・拡大！

生産者が「もうかる物流システム」の構築

徳島発！フードレガシーの創造

三大国際スポーツ大会の開催を県産農畜水産物の産地づくりのターニングポイントと位置付け、次世代につながる「安全安心なフードレガシー」の創出!!

三大国際スポーツ大会の開催

- ・ラグビーワールドカップ2019日本大会
- ・東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会
- ・ワールドマスターズゲームズ2021関西

来県する外国人の急増

- ・外国人スポーツ選手団の来県
- ・海外観光客の来県



◎県産農畜水産物を
世界にPRする絶好の機会



課題 魅力ある安全安心な県産品の
認知度向上

- オリパラ後を見据えた国際競争力の強化
- 来県された方々に、
魅力ある徳島の「食」をPR



○世界に求められる県産食材のブランディング

①GAP(農業生産工程管理)認証のステップアップ推進

- ・オリパラへの食材供給に向けた
GAP取得のさらなる推進 ➡ **ラストスパート!!**
- ・オリパラ後を見据えた、安²GAPから国際水準GAPへの
ステップアップ研修開催 ➡ **さらなる国際競争力の強化**
- ・ステップアップチャレンジ啓発ツールの開発、普及による支援強化



②首都圏における県産食材のPR

- ➡ **国内に向けた情報発信**
- ・オリパラのステークホルダーや 大手小売等を対象に、
「おもてなし食材披露会」を開催
- ◎ **安全安心で高品質な食材を調理例とともに紹介**
- ・公式オリパラ関連イベントにおける県産食材のPR



③GAP農産物等の供給実践と認知度向上

- ➡ **海外に向けた情報発信**
- ・来県する外国人スポーツ選手団の歓迎レセプションや
スポーツ大会におけるオリパラ対応食材の供給、PR
- ・ホストタウン活動の一環として、
事前キャンプ対象国の食文化を取り入れたメニュー開発

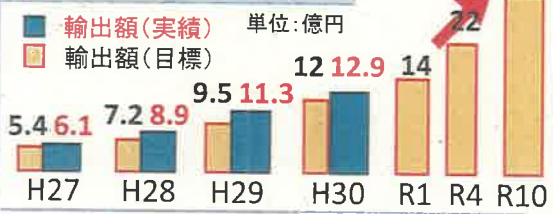


安全安心なオリパラフードレガシーの創造

世界の消費者から求められる「ポスト東京2020」への産地対応力強化

とくしま農林水産物等海外輸出について（令和元年度取組）

本県輸出金額の推移



目標達成に向けた取組

1. 販売ルート「**より太い幹**」へ！
2. 大胆な発想と知恵で「**新たな市場**」にチャレンジ！
3. 新たな「**物流ルート**」を構築！
4. 海外市場の開拓に取り組む「**多様な主体**」を育む！
5. 相手国の輸入規制をクリアする「**輸出型園地**」を育成！

刻々と変化する世界情勢への対応

- TPP11及び日EU・EPA等経済のグローバル化
- 拡大を続ける**ハラール市場**
- 国際スポーツ大会等の機会を捉えた**日本食文化の発信**
- 拡大する**インバウンド需要**



重点市場における取引量の拡大

輸出に取り組む生産者のサポート

- きめ細やかな**支援**で生産者や事業者のニーズに対応！

海外マーケティングの実施

- 東・東南アジア向け「**なると金時**」等の**輸出拡大**！
→ 現地小売店でのなると金時を軸としたフェアの開催（香港・台湾・シンガポール）
- アメリカ(切花)**、**香港(シンビジウム鉢物)**で市場開拓！



目指せ
200トン！

ミドル層・業務需要の獲得

- 成長市場で**アッパーミドル層**やレストラン等で**業務需要**を獲得
→ 香港での「**徳島おにぎり**」の販売(なると金時・阿波尾鶏等を具材に)
- 「**とくしまブランド海外協力店**」における**県産食材の活用**を提案！
→ **業務需要の拡大**と一般消費者へのPRに繋げる



アジアの重点品目
「なると金時・コメ・
牛肉・阿波尾鶏」の
輸出量拡大へ！

物流上の技術的課題の解決

- OCAコンテナ等による**EU向け海上輸送・鮮度保持技術等**の確立！



輸出に取り組む人材の育成

- 海外展開を目指す**意欲ある事業者を発掘・支援**！
→ 若手生産者による海外武者修行
→ 輸出の現場を自ら体験する**ファシリティツアー**の実施



新たな市場の開拓

＜EU市場＞

「とくしま三大香酸かんきつ」の 需要拡大

- (1) GI(地理的表示)を活用し、かんきつ類をリーディングブランドに育成！
- (2) フランス・ドイツのトップシェフを集めた「**とくしまサロン会**」を開催し、「**とくしま三大香酸かんきつ**」の**需要拡大**
- (3) EU向け**小口輸送システム「YUSAN(ユサン)」の実証**！



年間を通じた
需要の獲得！

＜ハラール市場＞

徳島ハラール商品の需要拡大

- (1) **2020年ドバイ万博**を見据えた「**徳島ハラール商品**」の**売り込み**！
- (2) **ハラール牛肉の輸出拡大**！
→ マレーシアを中心に、現在の輸出量から倍増を目指す
- (3) 「ハラール商品」の**ブラッシュアップ支援**！
- (4) ハラール市場に**チャレンジする事業者の育成**！
→ 「ハラール」対応のために必要と認証取得等への支援を行うことによる、輸出促進とインバウンド需要の獲得



- ターゲット市場での「**コメ、酒類**」の輸出拡大！



- 新規有望市場(イギリス・カナダ)**でのマーケットリサーチとテスト輸出！



輸出型園地の育成

- 「**植物検疫**」、「**残留農薬基準**」を突破！**輸出型産地の拡大**！
- 意欲ある生産者等が実施する**グローバル産地計画の策定、生産体制の構築等**を支援！



なると金時をアジア、さらに北米へ



かんきつをEUへ

「とくしまブランド」を世界の食市場へ！ 目指せ！令和10年度で輸出額30億円