

## 令和元年度 とくしまブランド成長戦略会議 議事録（令和元年8月6日）

委員 今回すごく分かりやすい戦略である。やはり経済を活性するためには、地産他消でないといけないという方もいる。我々の食生活の部分から言うと、健康や食育から地産地消もしきりに言うが、徳島は本当にたくさんおいしいものがあるのに、なかなかその知名度というのが上がらない。

東京や大阪、海外へこういうことをアピールすることによって、県民にも改めて感じてほしい。

また、県内の「阿波ふうどツーリズム」での、お店の紹介はとてもいいことである。

我々は、県外へ行ってその土地の美味しいものを食べたいというのは誰もそう思っているわけで、せっかく、徳島へ来てどこ行ったらどういう美味しいものがあるということを推奨する内容を、掲げてもらいたい。

最後に、ターンテーブルはすごく綺麗になったと思う。1年前に行ったが、「いらっしやいませ」もなく、メニューもカレーライスだけだったので、がっかりした。

しかし、今回メニューもよくなって美味しそうなので、是非行ってみたいと思う。

それから、徳島の郷土料理やいろんな美味しい物を伝えていきたいと使命みたいに思っているので、この会議の施策は重要だと思うし、今回の取組において期待をするので、協力していきたい。

会長 私も徳島の県産品を広めようと調理の立場からやっているが、この前半田そうめんの美味しい食べ方を県外の人に教えてもらったという話を聞いたところである。

やはり、県内の人が自分たちのよい商品を知るのがまず第一かなと思う。ブランドに関わるところで、ご意見どうか。

委員 私は、実家が造り酒屋で、東京でレストランを2店経営している。

東京の方で徳島の食材を使おうといった時に、どうやって手に入れればいいのか、どういう物流で徳島のものを仕入れることができるのかということは、非常に困難な状況である。

ターンテーブルができた時に、こちらの方から食材の方も購入できるようになると聞いたが、叶わないままである。

全国から集まる東京の市場において、徳島県産品を選んでいただくのは非常に難しい状況であるが、私は徳島出身なので徳島のものを多く使いたいと思う。

多くの飲食店さんは、いかに安くても良いものが手に入るかというところを考えているのが現状である。

その中で、まずは、徳島の良いものをエンドユーザーの方に伝えるのがターンテーブルの役割だと思う。

エンドユーザーの方からの声を上げていき、飲食店さんとかに徳島の食材は格別だよという声が届けばいいと思う。

今一番ネックだと思っているのが、徳島から東京への市場に対して、物流が非常にコストがかかるということで、徳島の農家さんから仕入れるのにコストがかかるため、軽減しようとするとう豊洲や八百屋さんから仕入れるが他のいいものも勧められる。私が徳島出身でなければ、他の物をもっと使ってしまうであろう現状がある。

その辺をどういう形にしていけるのかということが、今後の課題ではないかと思う。

もう少し、飲食店さんにも発信していけるような情報の形をとっていただきたい。

又は、簡単に買えるしくみが必要である。

今後オリパラに向かって東京もざわめいており、他の店舗との差別化をどうやって図るかというところで、ハラル認証の新規店も作られ増えていく中で、ハラル対応のコンセプトも非常に効果的ではないかと思う。

そういうところを徳島県がどれだけ取り組んでいるかということも、やっているのに伝わっていないのが現状である。

情報を提供することで、チェーン店が数十店舗ある大手業者さんもあるので、協力することもできるのでは。

また、貿易について、EU圏に対して小ロットの輸送システムを実証実験やっているようだが、ゆずといえば高知になっており、徳島がかんきつに強いということももっとやっていくべきである。

私が以前に講演をした際にも「ゆこう」を持っていった。ゆずとすだちは徳島のもので、プラスゆこう酢もありますということで、徳島でしか作られていないことも響いていた。

もう少し海外でもPRをやっていかなければいけないと思う。

会長 情報発信ということで、エンドユーザーだけではなくて、使い手に対する情報発信が大事であるということである。

委員 ハラール認証のことが出たので、私ども数年前から県のご支援も頂いて、ハラール認証を取得し、販売させて頂いている。ハラール認証について、ここ半年明らかに反応が変わってきたというのは感じている。  
徳島県は本当にたくさんの品目についてハラール認証取得しており、これはすごくメリットであり、いろんな切り口から広がっていくのでは。  
全体的なところで言うとするれば、私どもは一次産品を加工して作っているの、徳島の美味しい一次産品そのものをブランド化していただいて、一次産品のブランドを引き継いで加工品にも付加価値をさらに高めていけると思う。

委員 私のほうからは、国内外についての情報受発信の部分での質問とご提案である。  
いつもFacebookページや阿波ふうどのデータをどうやってるんですかの質問をしているが、この度、阿波ふうどの「スペシャリスト」の申請をさせていただき、積極的にかかわろうと思っている。  
情報発信して、誰にどういう行動をしてもらいたいのかが足りていない。  
よく消費者目線とかママにとかが言うが、やはりどういう行動を促すのか、買い物に行くのか、食べるのか。  
ターンテーブルも先に写真を見させていただいて、非常に綺麗になったと思うし、私も行ってみたいと思った。  
ただ、その利用状況などの写真を撮ってアップしているのか。海外の人はSNSで宿泊を探しているが海外に向けての情報発信はできているか。また、県内で色々されていることで、「阿波ふうど繁盛店大募集」とあるが、お店の人が手をあげてというのはハードルが高いかと思っている。  
私たち消費者が伝えたいと思う店や、食べて欲しいということも要素に入れてほしい。  
最近、県外のお客さんを案内している際、タクシーの方に徳島の美味しいお店ありますかと聞くと、大型商業施設のことをおっしゃったのでびっくりした。  
やはり観光のフロントにいらっしゃる方、観光協会の方も非常に頑張っていらっしゃると思うが、そのフロントや、人とふれあう前線にいる方、例えばタクシーの方や阿波おどり会館の方などには、「食べる」「美味しい」に付加価値をつけていただきたい。  
食べることで文化的な価値を、例えば、遊山箱に入れて食べるだとか、もっと徳島のオリジナリティは出せると思う。

課長 阿波ふうどスペシャリストについて、SNSで、FacebookやTwitterから情報発信しているが、平成28年から導入しており、今現在も続けている。阿波ふうどスペシャリストとして登録していただいた飲食店や法人の方に情報をあげていただき、こちらの方で選んだ分を公式サイトの方に掲載させて頂いている。  
Facebookのいいね数が1558ということで、6月現在はそれほど多くないという状況である。  
SNS等の情報発信システムについては、阿波ふうどツーリズムとも合わせてもう一度検討していこうと考えている。

室長 ハラール認証の関係でお話いただいた通りで、平成26年度に徳島県は他県に先んじてハラール認証に取り組んだ結果、今現在は20事業者の方が147品目でハラール認証をとれている状況であるが、その商品をいかに情報発信していくかが課題になっていると思う。  
先ほどご指摘もあったように、今年は首都圏やドバイで情報発信をしっかりやっていきたい。  
ゆずについても、徳島県は平成26年度から始まり、高知県が1年先にされて徳島県は少し遅れたが、今徳島県が輸出している量が1.8トン。今徳島県は、すだちに取り組んでおり、昨年度は1トン、今年は2トン輸出する予定である。すだちといえば、徳島というように取り組んでいくつもりである。

委員 魅力度ランキングで徳島県が最下位から2位とのことでショックを受けている。

弊社の社員は徳島を愛しており、どうしたら徳島が先にできるのかを考えると、今はSDGsでないかと思う。エシカル消費や地産地消の取組を進める中で、徳島の美味しいものって何、どこに行ったら美味しいのと、色々聞かれる。確かにおいしいものはたくさん浮かぶが、それと交通のアクセスが一致しないのでなかなか皆さんに気軽にお勧めできない。そこをいつも悩んでいる。

シラスなら小松島が美味しいよとか、あのお魚は鳴門だとかあるが、一回で行くことができない。

徳島は観光地がそれほどないし何日も滞在できないから、やっぱり徳島をやめるとよく聞かれて残念に思う。

徳島県の方々、徳島の窓口の所になる駅前などに力を入れてやっていただけたら、あ、ここが徳島だ、ここ行けば美味しいものがあるんだと感じていただけるのではないかと思う。

バスを走らせて大型商業施設に行くっていうのはちょっと残念かなと思う。

また、首都圏などの大消費地における県産品の販売拡大、こちらの方のテーマで考えてみると、

弊社では、地元の農家様との契約によるスーパーマーケットの農産物の直販、直送販売を

平成19年からさせていただいており、当初、この地産地消を通じて社会貢献、環境維持、農家様の収入増を目指して取り組んでいた。平成26年に、関西出荷を開始して以降、今は農家さんを指名して別注がかかるほどの人気になっているが、出荷量は開始から4年で県内分を超えて県外の方が増えている。

戦略が求められており、例えば、市場の旬の先駆けか端境期に安定した商品量の供給できる手法、

旬をずらした生産が徳島県で可能であれば、競争相手もおらず大きな需要をほしいままにできるのではないか。

生産や貯蔵が可能かどうか、相手の欲しい時期と徳島県での生産の旬がうまくマッチングできるか、

そういった地域を探していけば、値段を崩すことなく解消できると思う。

大消費地というのは、東京、関西、中京だけではない。せっかくエア便を使うなら、エア便のメリットがもっと出せる北海道や東北、信州を想定しても面白い商いができると思われる。

その地域ではなくてはならない生鮮品も全国他では生産されておらず、決まった時期しか食べることができないなら、その商品以外の時期に徳島県で生産をし、契約、供給することができないか、相手の課題を解決するという発想も必要ではないか。

売れて儲かる県産品を供給する未来を膨らますためにも、こうした夢への挑戦もされてみてはいかがか。

会長 物流関係について、情報も知りたいので、どなたか御意見はないか。

委員 東京の市場は、ご存じのとおり旧年度10月11日、築地から豊洲に引っ越した。

私どもはハサップをとったが、これから先はハサップが義務化になる中で、市場を使って物を展開するという話ができているのが一つである。それと同時に、オリパラが来年の7月開催となるが、それに伴ったお客さん、アスリート、役員だけではなく観光客、それに伴う人たちがホテルに泊まる。

ハラルも含めていろんな人が泊まる。それに対して日本の食材を提供したい、GAPを取って食材を提供したい、GAPだけでフルコースができないかなどの問い合わせがある。

GAPは今、非常に急に話題になり展開をしているが、クローズアップされて、オリンピックパラリンピックに向かって本格的になってきているという状態である。

ただ、オリパラが終わってからがスタートである。最終的に、徳島県の食材という差別化、優位性を発揮できるかを今後、いろんな方面から展開をしていかないと、一時的な時代の背景に追われてしまうということになるので、その辺を含めてお願いをしたい。

選手村を見ると、3つのダイニングが造られており、メインダイニング、カジュアルダイニング、スタンドダイニング、そのメインダイニングは今話題になっている、45000食を作るということや、カジュアルダイニングは東京の大会なので、国内の食材を使ったレシピで4000食作るということで、その話も市場の方にきており、徳島県の食材も当然入っていく。例えば、メインダイニングでも先ほど言ったとおり四つの味のメニューは作るということになっている。

そうなるとハラルの部分も入ってくる。若しくはヨーロッパも含めて4種類の味付けをするということで、24時間営業するということもあり、そういう意味ではこのオリパラは一つの人を集める要因になり、改めてそのカジュアルダイニングを使って日本の食の良さ、徳島県食材のよさをアピールをして、その食べた方が自分の国に帰って、そこからまた始まる。

そして、輸出も含めた形に、ゆず、それからすだち、ゆこうというものが徳島県の食材として認識されていく。

特に私の市場として、シンガポールだとかいろんな国に行って、展示会に出展している。

話題になるのは、やはりゆず、すだちである。ここにきて、すだちは、県の皆さんが非常にご苦勞をなさって認知度が上がってきた。

それからテレビなど色んな媒体とコラボした中で、すだちの活用が非常に多くなってきている。

世界に向かって発信できる一つの食材としていい切り口ができるだろうなと思っており、それも含めて期待をしている。

来年、市場法が改正され、6月から施行されることになる。市場がもっている機能の中で、市場を通すことによって食材のもっている価値を高めたり、代金決済等々ができるということがこの市場の持っている特性である。

ただ、一つだけ大きな問題がある。

それが、ここに書いてある物流であり、29年度にエア便でコウノトリのおもてなしレンコン、徳島市の生椎茸、これは私ども豊洲市場、築地市場でも販売をした経過がある。

非常に好評に販売ができたのかなと思っており、ここ近年、物を動かすということ、売るために届けてもらうということ、これが非常に大きな問題になってきたのが実態であるが、それは働き方改革も含めた形でのとらえ方だろうと、それから人手不足、時間の問題等もあるというふうに思っている。ここを何とかして改善をしていかないとターニングポイントを中心とした情報発信に繋がっていかないと思う。今回、視点の123ということは書いてあり、いろんな形で、京浜の市場に徳島の食材をいただいて販路拡大をしていくという要因ができています。

先ほどから出ている通り、まだまだ徳島県の食材自体が首都圏では少ない。

なかなか時期によっては徳島県だけの青果物ではクリアできない。

そういうものも踏まえた中に、高品質である徳島県の食材を安定的に供給できる物流を早急にタイムリーにやっていただきたい、この辺はお願いをしたい。

いずれにしても、レガシーという言葉があったが、いい言葉だと思う。これを作りあげるには、皆さん協力した、役割分担をきちんとしたりすることでできていくと思う。

私どももその一端を担ってるという風に思っており、今後ともよろしくお願ひしたい。

会長 輸出に関して、貿易関係について御意見をいただきたい。

委員 私は2点ほど提案と意見がある。

5ページの輸出のところで、金額ベースのところで順調に伸びてきているが、令和4年までに22億円ということで、私はそういう商談会の現場に立ってる人間からすると非常に野心的な目標だなという風に思う。

単価で見ればそんなに高くないものを売っているの、この目標達成するのは相当生産者の方の数を増やすか、単価を上げるかしかなく、先ほど市岡委員もおっしゃっていたように、これから加工食品とかをブランド化して一つの単価を上げていくということが必要になってくると思う。

裾野の拡大といかそれまで行ったことなかった方にも多く行っていただくというのが重要である。

提案の1点目で、以前されていると聞かすが、もう少しeコマースの活用も考えていったらと思う。eコマースの資料は多くなっているのでやっていただきたいと思う。これが1点目である。

2点目は、資料にも書いてあるが、2ページ目のツーリズムにインバウンドを意識してもいいかと思う。

徳島に美味しいものを食べにきてもらうのに、観光との連携を是非強めていただきたい。

すでにいろんな会議で情報共有されていると思うが、一歩進んでインバウンドの拡大をして、宿泊施設やキャッシュレスなど色んな課題があると思うが、総合して是非お願いしたい。

会長 事務局の方からコメント等があったらお願いしたい。

室長 さきほどの村上委員のおっしゃる通りでして、輸出を広げていくには、輸出に取り組む方々の人材育成が非常に重要になってきている。実際に輸出に取り組んでいる方々が、徳島県内で50人ぐらいいる。  
毎年、10人と増やしていくことが非常に課題となっており、裾野を広げていきたいと考えている。  
先ほども説明させて頂いたが、新たに輸出に取り組む方々を対象に、ファシリティツアーを開催し、関西空港にお呼びして、なかなか輸出の現場を見ることなかった方々に見ていただいて、今回いいきっかけになったかなと感じている。  
輸出の拡大のためには、すだち、ゆこう、ゆずについても、ゆずは1.8トン、約2トン輸出しているが、加工品をいかにして伸ばしていくかということで、かんきつ果汁を伸ばしていく方向でしっかり取り組んでいきたい。

課長 まず東京オリパラに向けてSDGsということで、エシカルな農産物をどんどん売り込んで行くべきでないかというご提言をいただいているが、平成29年11月に県内産学官による一元的な組織ということで、東京オリパラ、阿波ふうどのおもてなし推進協議会を設立しており、この協議会を通じて、東京オリパラの食に関する情報の一元化と共有や、ホストタウン国への食のサポートなどに取り組んでおり、県下一体となって食材供給に向けた取り組みを進めている。  
具体的に、オフィシャルダイニングというところで、特にカジュアルダイニング、ここが日本の食文化発信地域、特産物の活用などということで、大会組織委員会が検討しており、日本食の食味や食品技術を活かす場としてこういうところにどんどん出店していければということで取り組みを進めているところである。  
また、当然オリパラ後を見据えて、先ほどもご説明したように、ギャップ、上位ギャップの取得推進に向けて、今後とも国際水準GAPの取得、認証取得に向けて取り組んでいこうとするところである。  
先ほど、県産食材について東京ではなかなか飲食店さんも仕入れが難しいとの話があったが、これについて地域商社あわふうどと連携し、飲食店と県内生産者を結ぶ制度で、登録者を募ったりしてるところである。  
今後は、県出身の飲食店の経営者という方は、やはり県ゆかりの方ということで、非常に興味をお持ちになられていることから、今後も東京本部等とも連携、情報発信を検討していきたいと考えている。

会長 まだご意見を頂戴していない委員の方々から、ご意見をいただきたい。

委員 色んな話が出たが、輸出は年々増えている。東部大阪で扱っている金額について、年間約4億円ぐらいになってきた。その中で一番多いのは、果実はりんご、なしで、近年目立っているのがさつまいもで一番にあげられる。  
最近の輸出先は、香港を中心にシンガポールなど色々あるが、特にさつまいもについて、前年のシーズンの年明けから、なんと金時を指定で輸出してほしいと要望があり、かなりの量を輸出した。  
週間で船便2回が出るが、Mクラスで約400ケース、2S、Sクラスで200ケースぐらい出ていたのが前年度のさつまいもの動きである。  
宮崎県などのいもも輸出しているが、特にブームなのか、なんと金時の食味が良いということで、香港ではかなり評価が高いので、高く売れるということである。  
今シーズンも7月ぐらいから始まっている。かなりの量のさつまいもをなんと金時として発送してるとのが実態である。  
おそらく安定した供給もあると思うので、なんと金時としてもっと売り込みをしていきたいと思うし、2S、S、Mだけでなくいろんなアイテムを提案しながら売っていききたいというふうに考えている。その部分はまだまだ伸びる余地がある。  
あと一番目立つのは、徳島県産でないが、7月からブランド品の高い桃が香港へ輸出されており、日本で高級なものが売れなくなっている部分で、香港へ高級なものが輸出されている。  
先ほどオリパラの話がでていたが、大阪にもかなりインバウンドの方が来られており、大阪の有名な市場でも地元の香港より安いということで、買ってホテルで食べたりで、そういった部分の需要も出てくるのではと思う。  
最後になるが、さきほどオリパラの話も出ていたが、6月末に大阪サミットでメディアが約3万人来ていた。  
徳島の食材も食べていただいたということもあるが、私が思うには、より一層徳島県産のいいものを食べていただくことを考えるべきである。

確かに、有名な料理家なりメディアの人が行って食べておられていたが、それはごく一部でなかろうかと思うので、まんべんなく一般の人も食べれるような徳島県の食材を、もっとアピールすべきかなと考える。

その部分も今後やるべき一つと思うので、よろしく願いたい。

いつも言っているが、特産品のすだち、レンコンというのは、徳島の一番いい特徴のある食材だと思うので、もっと売り場を広げてアピールするべきで、逆に消費者を徳島へ呼び込んで食べていただくというのも一つの方法と考えるので、よろしく願いたい。

委員 簡単に一番重要なところは、先ほどからいろんな話が出ていたが、やはりPRというところが非常に重要と思う。ちょっと辛口な表現をさせていただくかもしれないが、ターンテーブルのこのチラシ一つにしても、このレストランってどこ行ってもいっぱいある。この中でSNSを開いて、写真をとっても何のことも全然わからないので、仕掛けが必要だと思う。SNSにあげてもらうような仕掛け、例えば、私であれば、ターンテーブルの奥に渋谷と徳島が合体した絵があるので、そこを映して撮ると、それを出すことによってここどこだろうって考えさせるしくみが、非常に重要だと思う。

それによって探してていくというのが、口コミで広がっていくので、阿波ふうどの中で発信していくだけではなく、発信させたいような仕掛けを、是非考えていただきたいと思う。

また、ほかの方も話があったが、特産品をどんどん外に出すことによって起こってくるのが、人流が発するという。人の流れがうまくてくるというのは、最終的には一番の目標かと思う。

食材が外に出ていき食べておいしい、そしたら徳島に帰ってきて食べよう、こうすることで観光に繋がっていくので、観光の部署との連携していただくことが重要だと思っている。

私は前から思ってるが、ターンテーブルの東京があるのであれば、ターンテーブル徳島を作してほしい。

同じコンセプトで作って食べられたら、東京で食べるよりかは安い。

地元に来たら安くて美味しいものが食べられるという、そういう流れを作らないと東京で高く売れない。

またその流れで人も増えてくることもあると思うので、ご検討いただきたい。

委員 海外勤務が少し長かったので、特に輸出の観点から言うと、徳島の大枠のブランドは分かるが、個々のブランドという、例えば、なると金時ってどんなものかということがあまり伝わってこない、砂地で育ってミネラルをいっぱい含んでほかのものとは違うという、また阿波尾鶏にしてもすごく美味しいが、個々のブランドが弱いと感じている。

個々のブランドの力も必要だと思うので、是非考えていきたい。

委員 委員の皆様の貴重なご意見、色々参考になった。

私どもは、一次産品を全て販売戦略を立てながら日常業務をしているが、今の時代は、量をまとめなければいけない。各市場の皆さんからは、オール徳島県として荷物をまとめて送ってほしいということや、小ロットの部分では、ここから先の業務用店、量販店の規模が大きくなっているの、少量ではなかなか売りづらいという意見をいただいている。

なると金時は、各産地でそれぞれ各産地が有利に販売するように商品名をつけているが、なると金時は、鳴門市板野郡、徳島市の砂地で作ったおいもがなると金時であると、地域団体商標登録をしている。こういうところが隠れてしまい前に出てこない。やはりブランドを立ち上げた時の基本に返ってPRをしていく必要がある。

また、徳島県は椎茸の産地で年間に80億、にんじんは約70億の生産量を誇っている。

徳島の一次産品を農・水合わせた中でいかに有利に販売していくかは、消費者の皆さんにも理解していただかなければいけないということで、すだちについては、北海道から西日本、全国でPRを行っている。

北海道に旅行に行ったとき、刺身にすだちが付いてきたことに感激した。PRができているのかと思う。

国内はもとより国外のドバイでも香りがよいと評価を高く受けていると聞いているので、輸出に向けても取り組んでいきたい。

また、「阿波ふうど繁盛店」について、大募集とあるが、今日お越しの委員の皆様には是非推薦をしていただきたい。

手を挙げてください方式でなく、例えば、半田そうめんを美味しくいただける、そば米が美味しかった、お芋の天ぷらが美味しかった、鰻の料理が美味しかった、といったお店を、推薦していただきたいと思う。

事務局の方では、是非、のぼりが欲しい。お盆には、県外の皆さんがおいでの中で、阿波ふうどをPRできたらと思う。

課長 のぼりについては用意させて頂く予定なので、お店の前に飾っていただいて、ここが「阿波ふうど繁盛店」だと発信していただこうと考えているので、よろしくお願いしたい。

会長 生産・販売・消費に携わる方々が食材の価値をきちんと認識して、情報発信するといことが大切であると意見を頂戴した。

ターンテーブルについても、リニューアルしたばかりだが、色んなご意見を頂戴しているので、フードツーリズムの流れも実現して頂き、ブランドを高めていただきたいと思う。

輸出についても、ターゲット市場に応じた細やかなそれぞれの戦略を作っていただくということ、それから、香酸柑橘、すだち、ゆずとあるが、ここにゆこう、阿波すず香も加えていただき、香酸柑橘の徳島をアピールしていただきたい。それから、ハラール、私も存じているが、徳島はかなりの力を入れてくださっている。その上にまたやってほしいというご意見があるので、やはりハラールを私の意見としては、一般の消費者の方も商品が手にできるような、食べようと思う気持ちになるような、販路拡大を進めていただきたいと思う。

東京のオリンピックパラリンピックをはじめとするいろんなイベント、これに向けてチャンス逃さない、これは日本全国同じである。大変だと思うが、関係者連携のもとに、徳島県の農林畜水産物のブランド発信と販売拡大に取り組んでいただきたいと、県の方をお願いしたいと思う。

もちろん私ども皆協力させて頂くので、今後ともどうぞよろしくお願いしたい。