

新時代を拓く とくしまブランド戦略（案）【概要版】

➤ 戦略の取組期間

令和3年度～令和6年度（4年間）

➤ 今後4年間の取組方針と施策



2本の柱

- ◆「強靱な園芸産地」へのリノベーションを加速するための取組み
- ◆「しなやかな販売戦略」を実践するための取組み



WITHコロナ・アフターコロナ時代を勝ち抜く！園芸産地の強靱化

消費者や実需者のニーズの変化に的確に対応するため、産地と一体となり需要に応える安定的な生産体制を構築する

- ・卸売市場のシェア獲得のため、主要品目の生産拡大や安定的継続的な供給体制を構築
- ・環境制御型次世代園芸施設の導入等により、競争力のある施設園芸産地の形成推進

SDGsで創造する食の未来 安全・安心なとくしまブランドの強化

SDGsの実現につながる持続性の高い農業生産を拡大するとともに、消費者の理解の増進がこれらの取組みをさらに後押しする、環境も経済も向上「安全・安心なとくしまブランド」

- ・有機、特別栽培等SDGsの達成に貢献する環境保全型農業の拡大
- ・GAPの裾野拡大とステップアップの推進による生産工程の見える化

アカデミーでつなぐ多様な人材の育成・活用

次代の農林水産業を担う多様な担い手を確保するため、農林漁業のアカデミーと農林水産業の現場が連携し、実践的で高度な技術や経営力を持つ人材を育成

- ・農林漁業の各アカデミーでの高度で実践的研修や経営支援による新規就業者の確保
- ・農福連携の強化や外国人材、スマート技術を持つ民間事業者など様々な人材の活用

Society5.0に対応する高品質生産・省力化技術の実装

農林水産業の生産性を飛躍的に向上させるため、5GやIoT、ビッグデータ、AI、ロボット等の未来技術を活用した「スマート農林水産業」の現場実装を推進

- ・超省力生産や多収・高品質生産などを可能にするスマート技術の現場実装
- ・気候変動の影響を回避、軽減する生産管理・生育予測技術や適応品種の開発・普及



発信力の高い販売チャネルを活用したブランディング

「TurnTable」や「阿波ふうど繁盛店」など、本県ならではの発信力の高い販売チャネルを活用し、「徳島県産品」のブランディングを強化

- ・ TurnTableを首都圏の販売拠点とし、飲食店等への徳島県産品の外商機能強化や販路の面的拡大
- ・ 阿波ふうど繁盛店と連携し、大阪・関西万博も見据えた「徳島へのフードツーリズム」を推進

国産回帰！好調な家庭消費を支える「市場流通」販売チャネルの深化

卸売市場関係機関との連携を深め、「家庭消費」をターゲットとした量販店等へのプロモーション強化や、航空貨物など多様な物流活用により東北・北海道等遠隔市場の開拓

- ・ 量販店等に徳島県産品の特設棚を設置し、消費者への露出増加による実売プロモーション展開
- ・ 航空貨物等の多様な物流手段を組合せ、高付加価値化や東北等の遠隔市場進出による販路拡大

「コロナとの共生」を踏まえた海外輸出チャネルの拡充

コロナ下での移動制限等をチャンスに変え、デジタル技術を活用した遠隔対応による商談コストの低減や、越境ECビジネスなどニューノーマルのトレンドに対応した輸出の拡充

- ・ なんと金時等の輸出が好調な東・東南アジアで、現地人材を活用した重点プロモーションの実施
- ・ オンライン商談会、バーチャル展示会や越境ECサイトの活用等により「新たな市場」の開拓

「新しい生活様式」に対応した販売チャネルの開拓

ECサイトやデジタル技術による販促、コロナ禍での応援消費等を契機とした、県内需要の喚起による地域内経済の循環など、「新しい生活様式」に対応した販売チャネルの開拓

- ・ ECサイトやリモートでの販促により、ミールキットや6次産業化商品など新たな販路開拓
- ・ 徳島県産品の利用促進等「アフターコロナ」をも見据え、地産地消で地域が支える販路の促進

➤ 推進体制

県と「とくしまブランド推進機構」が両輪となり、「産地と消費地」、「生産者と実需者や市場・流通関係者」を結び、県産品の「生産・流通・販売」をトータルサポートするとともに、これら関係者と連携し、「オール徳島」体制で戦略を推進する。

