

令和2年度第2回とくしまブランド成長戦略会議 議事概要

- 1 日 時 令和3年1月29日（金）午後1時30分から午後3時まで
- 2 場 所 県庁10階 大会議室
- 3 出席者
【委員】23名中 14名出席
【 県 】農林水産部長ほか
- 4 議 題
(1) 次期とくしまブランド戦略の素案について
(2) 意見交換
《配付資料》
資料1 新時代を拓く とくしまブランド戦略（仮称）の概要
資料2 新時代を拓く とくしまブランド戦略（仮称）素案
- 5 議事概要
(1) 次期とくしまブランド戦略の素案について
(2) 意見交換
事務局から資料1及び資料2により説明がなされ、意見交換が行われた。

発言者	内 容
会長	<p>本日もどうぞよろしく申し上げます。</p> <p>まずは、このよう大変な状況の中御参集頂きましたことにお礼申し上げます。</p> <p>それでは議事に早速入りたいと思います。資料1と2がございしますが、基本的には1を見て2を参考にして頂けたらと思います。</p> <p>それでは、事務局よりまず、議事（1）「次期とくしまブランド戦略の素案」について御説明頂きます。その後で、皆様から御意見を頂戴したいと存じます。どうぞよろしくお願ひいたします。</p>
事務局	<p>（議事1について資料1により説明）</p>
会長	<p>ありがとうございました。では、この説明して頂きました素案でございますけれども、前回9月の会議で次期戦略の方向について、骨子案を説明して頂きました。</p> <p>この骨子案では、いわゆる「生産の振興」ということと、それから「販売の促進」、この2本柱で取り組むという形になっておりました。その骨子案に肉付けをしたのが、今回の素案ということになります。</p> <p>この次期戦略の素案に対しまして、委員の皆様方全員から御意見、御提案などを頂きたいと存じます。</p> <p>今回は、前回と違ひまして順次指名させて頂きたいと思います。皆様の御専門を見させて頂きまして、2本柱である「販売の促進」の方に携わっておられる委員の方々からだんだん「生産の振興」に従事されている方、という形で順番にお話しを頂きたいと思ひます。</p>

委員

私ども、貿易振興機構といたしましては、今のコロナの状況というのは非常にまだ逆風の状況で、海外に渡航できない中でいかに輸出を増やすかというところに、ジェットロ本体としてもかなり取り組んでいます。まだなかなか農林水産の分野については非常に難しいということで、正直苦戦をしているという状況ではございます。

実は、これまで海外の展示会に出展をしていたんですけれども、8割強が中止になってしまったり、延期になってしまったりということで、ほとんどそういう展示会での販売促進ができずに、ネットだとか Web の商談によって売上げをつないでいるという状況ではございます。

そういう手探りの中で、我々もこの1年間やって参りまして、いくつか気づきがあったりしてまして、それが今回御参考になればと思ひまして、共有させていただきます。

やはり、サンプルの送付というのが、非常に大事だというのはわかって参りました。商談のときバイヤーをつかんで、商談会というのを設定はできるんですが、サンプルが無いとなかなか説得力が無いというのがわかってきたので、そのサンプルの送付については、ジェットロ本体としても共同で何かできないかなという形で検討は始まっているようなんですけれども、やはり商談を始める、デジタル技術を用いてやっていくとなっておりますけれども、その辺のサンプルの送付についても柔軟に支援ができるような施策があったらいいかなと思います。

後は、もう既にやられている取組ですけれども、映像とかビジュアルな、視覚を使った効果というのもよく効くと。口で生産者の方とか説明してもなかなか届かないところがありますので、そこを映像であったり、もしかしたらVRとかですね、そういった新しい技術を使っているような角度で広報するっていう施策も今進めておひまして、もう既に一部県内の事業者さんも、非常に立派な広報の動画を作られていらしゃいますが、そういう形でやると、やはり言葉の壁というのもあるんですけれども、言葉の壁を乗り越えてその映像で訴える、発信力の強いというところがあります。インフルエンサーを使った広報だとかいうことも非常に有効であるとわかって参りましたので、そういう形で新しいデジタル技術を使った広報の力というのも取り入れたらいいんじゃないかという風に思ひます。

最後に、私たちは今、ジャパNSTリートというような統一サイトを設けて、そこに日本の有力な輸出商品を集結して、海外のバイヤーがいつでもコンタクトして、それを世界中のバイヤーが見に行けるようなサイトを構築中ではございまして、それに掲載できる有力なコンテンツをジェットロとしても集めるようにという指示も来ておひますので、まさに徳島の農産品とかはそういう海外にこれから打って出れるようなものが多くあると思ひますので、ぜひそういう所で私たちも協力して進めていければと思ひています。

会長

ありがとうございました。サンプルというのを私もやはりあるべきかなと思ひておひますし、ちょっとお聞きして安心しました。

では、続きましてお願いいたします。

委員

今、私どもがやっているのは、日本国内の県をひとつひとつ取り上げるジャパンプロジェクトというのをやっております、今年7月の機内誌に徳島を取り上げてまして、産品ですとかそういったものをアピールしましょうと。それから機内ビデオ、SNSなどで発信しているJAL YouTubeというのがありますのでそこで徳島の、今、お遍路の特集というのをやっているんですけども、あと国内線でファーストクラスが配備されている機内食ですね、機内食を7月の1か月、徳島産品を使ったものを配付していく予定になっています。

現状を申し上げますと、徳島ー羽田が今6便中2便しか今できておりませんので、全便が767というコンテナ積み込みのできる機材だったんですけども、あいにくこれが搭乗率が20%そこそこ、緊急事態宣言が出てからは20%を切るような状態ですので、羽田ー徳島が今一番小さな飛行機で運航している状態です。これが3月になったらどうなるかっていうのは、非常に読みづらいところございまして、2月が2便体制でそのまま3月も行くんじゃないかなろうかという風に思っております。

あと、国際線については、約8割5分から9割運休しておりますので、皆さん海外の輸出というところでは非常に御迷惑をおかけしてるんじゃないかなろうかという風に思っております。

今、何ができるかというところで、客室本部と色々と相談しまして、空を飛んでいない客室乗務員を地上職に一時配備してですね、徳島にゆかりのある客室乗務員20名を徳島に配備をいたしまして、この徳島でイベントですとか、キャンペーンですとか、そういう宣伝に係るようなものをもし声かけ頂ければ、こちらから、東京の方から徳島に来て頂いて宣伝に役立てていただければという風に思っております。テレビですとかCMに関しましては非常にハードルがあるので審査がいるんですけども、だいたい県内でのイベントですとかキャンペーンですとか、そういったものには全然お貸し出しといいますか、対処できますので、ぜひお声かけ頂けたらと思います。もしご興味がある方はこの会議終了後、ぜひお声かけ頂ければと。

会長

ありがとうございます。航空業界の大変なところを見聞きさせていただいております。それにもまして色々な取組をされていて大変ありがたく思います。

では、続いてお願いします。

委員

実は私、神山町へよく行くんですけども、あそこはすだちの産地でありまして、知り合いにもすだちをたくさん作っている人がおりますけれども、シーズンになりますとコンテナに満載したすだちを会社の方へ運んできて、みんなで山分けするんですけども、すだちを有効に活用するっていったことをなかなかできません、特に最初の頃だと値段も高くて、いいものは高く売れるんですけども、品質によって差がだいぶあると。で、かなりな、使えるものだけ余ってくるんですね。で、もっと大量に消費する方法を考えないと、高い頃だと4分の1くらいを刺身の横に置いてある、少し贅沢に使う場合でも半分と、とにかく使う量が限られてくるんですね。少し余剰になったら絞ってすだちの酢にすると。もっとこう大量に、いい時期に消費す

る方法ってないのかなと。実は、昨年ある料理屋さんと、こんなんやってみないかと板前さんに作ってもらいました。これは輪切りにしましてね、それに鰹節を乗けると。それでオリーブ油と醤油をかける。そういった食べ方をしますと非常に好評でね、あるとき知事さんに来て頂いたときにも出して。そういう使い方をしますと、半分に切って絞るよりもたくさん使えるんですよ。何か価値を上げていくためにはもう少しすだちのように無駄にそうとう出しているようなものは、上手な使い方を考えたほうがいいのかなどという風に感じました。

会長 ありがとうございます。一番大切といいますか、県産品なんかお知恵を言って頂ければなと存じます。

事務局 貴重な御意見ありがとうございます。
すだちの有効な活用というか、広がりを目指してというところなんですけれども、県におきまして、今年度コロナ禍というところで、すだちメニューのキャンペーンなど展開しまして、県内に広げていっているところがございますし、首都圏の方におきましてターンテーブル、それから東京徳島飲食会の皆様の御協力を頂いて、様々なメニューフェアとかということで、今県産品のあらゆるPR等を展開していただいているところがございます。

例えばすだちの使い方ってところで、ターンテーブルの森社長さんなんかの間では、すだちを使ってアルコールとかいっしょにして広げていくようなアイデアをお持ちですし、今後また広くですね、そういったところも関知しまして展開を考えておりますので、我々の郷土が誇る、徳島が誇るすだちを本当に日本全国に広めていきたいと思えます。

福岡課長からも説明がありましたけれども、東北ですとか北海道ですとか新たな販路開拓、昨年も少しやっていたんですけれども、そういったところもしっかりとすだちを売り込んでいきたいと思えますし、皆さんに愛して頂けるように努力していきたいと思えます。以上でございます。

会長 ありがとうございます。またすだちの新しい面が見られるように期待しておりますので、よろしく願いいたします。
では、続きましてよろしくお願いいたします。

委員 販売戦略と言うことでございますんで、特に現況の卸売市場、特に大阪の消費地についてのいろんな変化と申し上げますか、県産に対しての要望も含めて、おつなぎをさせて頂きたいなと思っております。

市場流通につきましては、昨今特にコロナ禍の関係もございますけれども、いろんな変化が出ているというのは今の実情でございます。いろんな部分で取引が変わってきたなという感じを受けております。特に、家庭内消費なり業務用の消費も含めてでございますけれども、全く今までと予想ができない動きが出ているっていうのが今の実態ではなかろうかなと思えます。

生産地に対しての要望になるわけでございますけれども、徳島県に対しては、大阪・神戸・京都という地域につきまして、一番産地が消費地に近い産地であるわけでございますんで、毎回私もこっちへ来て言うわけございま

すけれども、その近いメリットを出して頂くことがより早く、生鮮食品を扱っているわけですので、その部分が特に有利に販売できる地域でもあろうかなという風に思いますので、そこらの有利性を上手く利用しながら生産面の拡大をして頂きたいという風に思います。

あと、日持ちのしない野菜や果物を含めてでございますけれども、早く消費地に届けられるという有利性もございますし、いろんな部分で面積が、高齢化であったり価格安も含めてでございますけれども、面積が減少しているのが今の状態であるわけですので、できるだけ生産面積の拡大をお願いを申し上げたいとともに、特にお願いしたいのは、特産物でございます「なると金時」、「れんこん」、「すだち」等々につきましては、できるだけもっと消費者にわかって頂くことも必要かなという風に思いますし、これから春に出ます一番大きな品目「にんじん」につきましても、まだまだ浸透されていないというのが、全国で浸透されていないというのが一番であろうかなと思いますので、まだまだ宣伝をしながら徳島県の、特に特産物をもっと宣伝すべきかなという風に思いますので、そこらの部分もよろしくお願い申し上げたいという風に思います。

特に、出荷する側にとっては、徳島県、一つになって販売してくださいという我々の要望であるわけですので、徳島県各地域一つになって、関西市場へ物を出して頂くことが有利販売につながるんでなかろうかなという風に思いますので、その点もよろしくお願い申し上げたいという風に思います。

あともう一点、一番変わった動きにつきましては、先程来お話しにも出ましたとおり、「輸出」でございます。

特に「なると金時」の輸出が、年々増えているというのが今の実態でございます。今まででございますと、台湾なりシンガポールなりということでございましたけれども、香港あたりはかなり需要が拡大されているということでございますので、年々倍々ゲームで輸出が増えているってということでございますし、そういった部分も有利に販売できるひとつの方法かなという風に思いますので、そこらの販路拡大も上手く利用しながらよろしくお願い申し上げたいという風に思います。

あと、果物関係につきましては、年々増えているブドウ類、シャインマスカットなりということが、単価は高いわけですがけれども、まだまだ増える余地が十分ございますのでそういった部分、リンゴはある程度輸出のメインだったわけですがけれども、ブドウ類とかいろんな部分が増えてきているというのが今の実態でございますので、そこらの部分の販路拡大も、これから我々もやっていきたいという風に思いますので、その産地対応もよろしくお願い申し上げたいと思います。簡単でございますけれども以上でございます。

事務局

御意見ありがとうございます。

徳島産品をもっと宣伝すべきという御意見を頂いてございまして、本県では2台のキッチンカー「阿波ふうど号」と「新鮮 なっ！とくしま号」というキッチンカーがございまして、今年度は、残念ながらコロナの影響もございまして、思うように活動ができないという状況でございますので、今後コロナの収束具合によりまして、順次、関西市場の方にもお邪魔させて頂いて、PRさせて頂けたらと思います。

また、話は少し逸れますが、徳島ヴォルティスがJ1昇格ということもございましたので、アウェイゲームなどではキッチンカーも行けるところは出張っていきまして、全国に向けて徳島の産品というのをPRして参りたいという風に考えてございます。

事務局

海外輸出の件で説明させていただきます。

これまで輸出につきましては順調に拡大をしております、その中におきまして昨年度新型コロナウイルス感染症の世界的な蔓延で、当初は外食需要の低迷がありまして大変厳しいような状況でございましたけれども、その後7月以降は対前年比上回ってございまして、特に多い月によりますと、2割増の月もあるような状況でございまして、最新のデータを見た場合には、1月、11月の合計で対前年比-0.2%ということで、ほぼ前年並みの水準まで回復しているような状況でございます。ということで、コロナ禍におきまして輸出の需要が底堅いというのがわかったような状況です。

その中におきまして、なると金時につきましては、先ほど委員さんからもお話しがあったように、巣ごもり需要を捉えまして、好調に販売できているような状況でございまして、輸出が始まりました当初では15トン程度だったものが、一昨年に178トン、昨年は396トンということで、最初から見た場合だと20倍くらいに増えていて、約400トンくらいまでいっている状況でございます。それを今回またGFPという国の事業を取りまして、なんとか700トンまで持って行きたいということで今取組をしているところでございますけれども、コロナ禍でありますから、ありとあらゆる手を使いまして、多様な流通チャネルを作ることこそ販売のチャネルが広がっていくことと思っておりますので、ECサイトであったり、外食需要であったり、様々な需要の様々な流通ルート構築に努めて参りたいと考えているところでございます。

事務局

1点目の所の生産地への期待というかですね、面的な拡大とかいうこともおっしゃっていたかと思えます。それは常々、青伸会の皆さんもおっしゃられて、お聞きしているところでございまして、今回の戦略では2本柱の1つに、「強靱な園芸産地」ということですね、そういったところを位置づけさせて頂きますので、しっかりと生産面ですね、強化等図りながら販売の方に投下していきたいと考えております。

また、徳島の売り込みがまだ少し弱いんじゃないかということも御指摘頂いたところでございますけれども、これも吉川会長さんに限らず常々徳島全体に対して言われているところでございます。そうした中、農林水産部だけでなく、県庁一丸となってですね、全庁上げて徳島という流れを売り込むように頑張っていこうということで一致団結して取り組んでおりますので、そういった所も押さえまして今後の販売の戦略にも生かしていきたいと考えております。

会長

それでは続きまして、よろしく申し上げます。

委員

この1年で私が直接担当している、あるスポンサーの話です。そんなに大きい店ではないんですが、有機野菜を取り扱っている阿南のお店です。前回

の緊急事態宣言の時に、お野菜のセットのプレゼントを40人か50人にしたんです。ラジオの電波で呼びかけまして、例えば県外の誰かに送ってあげたいとかいうのもいいのでということで、募集をかけたらたくさんの反応がありまして、東京とかコロナで巣ごもりしている方に親御さんが送ってあげたいということで、反応がありました。

実際送ってあげると、東京でもらった人とかからは、すごくお礼の電話とかありまして、年賀状までくれるという、そういういい話もあったんです。その後、年が明けましてお野菜のお任せセットというのを、そのスポンサーが作りまして、2千円なら2千円分の有機野菜を箱にこちらで詰めまして、朝とれた物をすぐその日のうちに発送しますということで、スーパーもどこも経由しないですぐ発送ということで。すると、最初に無償でプレゼントした、それで当たって東京でそれをもたらした人から申し込みがありました。更に追加で、年間契約でして欲しいということで、結局12か月連続で、そのお店のそのときの旬の野菜でいいのでお任せで詰めてもらって、それを年間毎月送って下さいという風な契約が成立したそうです。

最初、そのプレゼントが小さいお店で50人もして大丈夫かなと、私は心配していたんですが、そのお店のオーナーさんが、緊急事態宣言で4月ぐらいが巣ごもりですごく皆さん困ってらっしゃいましたよね、それをどうにか応援してあげたいという気持ちの一心で、無償でプレゼントした。それが広がっていているという、現状なんです。で、ターンテーブル東京にありますよね。ターンテーブルを上手に使って、そういう風なことを、県が産地とか徳島の量販店と東京とかの間に入ってできないかなというのがちょっとありまして。

徳島はやはりお接待の文化もありますから、単に売りつけたり儲けたりとかいうんじゃないで、そこにちょっとした徳島ならではの接客の気持ちをプラスアルファして。東京の人って勝手な想像なんですけれどもね、なんか心が乾いてそんな感じがするので、地方の温かさっていうのをもうちょっといっしょにプラスアルファで届けてあげたらいいかなという気はするんです。

自分でスーパーに買いに行ったら、絶対決まった野菜しか買わないんですよ。料理の仕方を知らないもので、手が伸びないんですけれども、ちょっと変わった野菜を送って、その料理方法のレシピとか付けてあげて。すだち、すだちと言っているけど、日本国民全員がすだちを知っているわけではないと思うんですよ。だからそういうお任せセットみたいなものを作って、その中にすだちとか、どうせ余るんだったらそこにちょっと添えて、販路拡大の一つの手段にしてはどうかとちょっと考えた次第です。以上です。

事務局

東京のターンテーブルの活用といいますか、機能を発揮する方法について、御提案を頂いたところでございます。

まさに、申し上げるようにターンテーブルというのはレストランもございませし、県産の野菜も取り扱っております。現在そのマルシェ部分の改修、機能強化というところでございまして、東京で徳島の野菜というのをどんどんアピールしてきたいという風にも考えているところでございます。さらに委員がおっしゃられたように、徳島の野菜を使ったらこんな料理ができますという提案もできますし、ターンテーブルで食べて頂いた方が帰りに「おい

しかったね」,「この野菜使ってます」, という風なPRもできると思います。様々な徳島の食材をこのターンテーブルで活用させて頂いて, 首都圏の皆様は徳島の野菜を知ってもらい, その活用方法を知ってもらいということを通じて参りたいという風に考えております。

もう1点, 東京の方々といえますか, 県出身の東京の学生さんとか, このコロナの中で大変な状況であったということもございましたので, ターンテーブルの方から県産のお肉の詰め合わせセットであったりとか, さらにはターンテーブルでの食事券というのを希望の方にはお送りさせて頂いて, 実際にターンテーブルを御利用頂いた方からは, ターンテーブルのホールのスタッフは県出身の子が3名いますので, 阿波弁が飛び交う場所でありますので, 非常に落ち着いたとか, 徳島に帰っている感じになれたとか, そういうお声も頂いてますので, ターンテーブルはそういう首都圏での徳島県出身者の方の心のより所というか, 集まれる場所にできたらなという風にも考えてございます。

事務局

先ほど料理レシピのあたりとかもありましたけれども, そのあたりにつきましては, ターンテーブルを核にして, 今日委員さんも参加いただいておりますけれども, 東京徳島飲食会の各店の皆様方にもですね, 阿波尾鶏ですとか, そういった県産品を使った料理を考案頂きまして, そのレシピなどもフィードバック頂きましてということですね, そういったところで幅広く県産品を, 本当にこう, 料理という付加価値をつけて, 徳島県産品を首都圏へ向けて売り込んでいくというようなことを, 皆さんの御協力を得てですね, 取り組んでいるところでございますし, さっきお接待という言葉もありましたように, 東京の人がちょっと乾いているというか, 地方の温かさというのは私もあったかと思えます。そういったことにつきましても, ターンテーブルは渋谷区, 都会のど真ん中ですね, 情報発信・交流の拠点として構えてるんですけれども, 例えば地域の方々に, マルシェの売り場も来月ですか, 2月にも拡張しますので, 県産品を見て取って頂いてということで。それから, こういった緊急事態宣言下の中でも, 食材というか食料は大変貴重でございますので, そういったとこでの地域への貢献という意味もありまして, 近隣の方々にも県産品をこの機会にも知って頂いて, 試食して頂いて, 徳島を知ってもらいというそういった取組を展開しているところでございます。併せまして, この緊急事態宣言下におきましては, 子どもさん方には無償の弁当配付を行うなど地域貢献活動なども合わせて実施しております。そういったことで, 県民が誇って頂けるような施設に, ターンテーブルが尽力して取り組んでおりますので, そういったこともこの機会に皆様にお知りおき頂きたいことと, 県を上げて徳島県を, 県産品を売り込んでいきたいと思っておりますので, 御協力をお願いしたいと思います。

会長

ありがとうございました。私もこのお任せセットをいただきたいんで, 徳島でもPRして買えるようにして頂ければありがたいんですが, よろしくお願いします。では続きまして, よろしくお願いします。

委員

概要説明の2枚目の「しなやかな販売戦略」の所で, 「発信力の高い販売チャンネル」とか, 「新しい生活様式に対応した販売チャンネル」に取り組むと

いうところを、計画に盛り込んで頂いております。私ども阿波銀行では10日ほど前に「阿波銀コネクト」という子会社を設立しました。

この子会社は、ECサイト、ネット上の通販のサイトを運営する会社として、100%子会社として設立しました。銀行が100%子会社で販売会社を持つことは従来出来なかったのですが、最近の規制緩和で、地域の活性化に資するものであれば認めてあげるよ、というような方針の変更がございましたので、それに合わせて設立いたしました。

サイトのスタートは、4月を予定しております、地元の産品を扱うお店50店舗程度が4月にスタートする予定ということでございます。そのうち半分が食品関係ということです。具体的に一次産品のお店がどのくらいというところは、情報を持ってないのですが、この50店舗の中で私が絡んだ2社で言いますと、食品加工の会社ですけれど、徳島の地元産品を原材料として使っているような会社が、2社ともそういう所でございます。徳島の農産品を全国的に販売していく所ではお役に立てるのではないかと考えております。

また、ブランディングという所で、先ほどのターンテーブル等で、徳島の良さを発信力の高いところでと書かれておりますが、私どものサイトも、今さら楽天さん等々と競合するつもりもないというところで、生産者の方の持たれたストーリー、想い、そういうところをしっかりとお伝えしながら、わかって頂いて、買っていただけるという風な形を地道にやっという運営方針で進んで参ります。そういうところでもブランディングというところのお役に立てるのではないかと考えております。

事務局 徳島の県産品を扱っていただいているサイトオープンということで、本県といたしましても県産品、徳島の生産者が作ったものがどんどん世に出る、売れていくということは大変喜ばしいことだと思っておりますので、連携できるところはこちらのほうも連携させていただけたらという風に思っております。

委員 阿波銀コネクトとまた、ぜひお話いただける場を近々作らせていただきますので、よろしく願いいたします。

会長 では続きまして、お願いいたします。

委員 私の方から、次期戦略の素案について感じたことを述べさせていただきます。

長く続けられておりますこの戦略も、新型コロナウイルスの感染拡大によりスリム化したような、そしてより焦点を合わせ淘汰されたような印象を受けます。コロナにより需要が高まったものもあり、そのうちこの戦略を紐解くのに関係する項目としましては、IT化への否応なしの推進、そして困っている方々への支援、内食の拡大、ステイホームを上げたいと思っております。

昨年1月からの感染拡大に合わせて、ネット通販の需要が増加いたしました。しかしそれも夏以降は低下傾向で、実店舗での買い物に戻ってきている一方、キャッシュレス決済は未だに増加しております。やはり受け渡しをするお金の汚染が気になっているのが要因と考えられております。

肉食せざるを得ない動きを受けまして、私ども量販店では継続して商品が不足しております。弊社では地産地消の推移として産直市場に取り組んでおりますが、もうかる農家さん創出のため、販路拡大、ルートの確保を押し進め、地産地消にとどまらず、地産他商へと広げ、今もなお拡大し続けております。その最中に起こったコロナによりまして、県外からの需要がますます増加し、圧倒的に農産物が不足しております。生産者様には、ほ場を確保し生産量を上げてもらうよう常にお願いをしているような状態で、毎日の出荷に関しましては担当が日々電話をかけまして「まだできてませんか」とか「ちょっとでもいただけませんか」という風をお願いしている毎日でございます。都市部では商品の確保の事情が逼迫しておりまして、その切々とした要求に対し、やはり私たちもお助けしたくもなります。ですので、県内の絶対数量が減ってしまっているのが実情です。

産直市の商品には、生産者様のお名前が明記されております。そして、それを見て県外から生産者様を指定して別注がかかってくるのが多くなって参りました。別注のかかる商品には、ほとんどが生産物に対する想いが見られるようなコメントが付されておりまして、やはり消費者の方はモノを買われているのではなくて、コトを買われているんだというのを感じております。心の癒やしが求められる今、モノだけでなく情報としてのコトが求められているんです。徳島のいい物を生かし切れているのか、阿波をいかにアピールできているのか、モノだけを出荷していないか、コトも見込めているか、それが生産者様と消費者をつなぎ、双方向の消費活動となって、それによって徳島の存在価値が上がってくるのだと思われまます。

次に、徳島の情報発信と交流の拠点として旗を掲げましたターンテーブルさんは、なんとしても有効活用したいところです。目的に対しての結果を言いたい場合、本来の活動体系に話題を乗せていくという動きを足すのはいかがでしょうか。先ほど吉岡次長様からのお弁当の話もありましたが、とにかく人の話題になる、人から必要にされるという点を満たすには、例えばこのコロナ禍で困っている人を助けるという項目をプラスする、徳島県産の食材を用いて徳島の魅力を知っていただく企画としまして、例えば曜日や時間を限っての子ども食堂や学生食堂、チャリティ食堂として活用するなど、運営上使用期限のある食材を始末しなければいけない回りに合わせて設定し、食品ロス対策としても上手く取組み、認知してもらうのも一つの手だと思われまます。

SNSで拡散されるためには、情報をアップされる方の実体験が重要です。心に響く取組みであれば理想となります。

基本計画を見てみますと、その対象が人にばかり焦点が当てられていますが、この視点を少し変えてみますと、コロナでの生活の変容としてペットを飼育される方が増加したそうです。古来、犬などは鹿肉を主食とし、鹿肉もまたその栄養価値の高さからペットフードとして注目されている食材であります。このほかに望まれる食材といたしまして、さつまいも、海藻、玄米、れんこん、そしてキレート剤として有効な香酸柑橘系果実、つまりすだちが使えます。こういったことを受けまますと、私たちが困っております有害駆除で資源として有り余っている鹿肉のほか、徳島県の名産品と知れたものばかりです。

近代医療の発達には人だけでなく動物の寿命も延ばしまして、それに伴い死

亡原因も変化し，1位癌，2位心臓病，3位腎不全です。どの疾患も食事療法が大切であり，動物といえどもその療法食は大変高額で飼い主さんの経済を圧迫しております。飼い主よりペットの食事の方が高いという話も珍しいものではございません。療法食の場合，気に入った銘柄を一手に通すのではなくて，大概飽きるため順繰りにローテーションさせるのが常で，飼い主さんは常時，できれば国産で，経済的に継続可能で，原材料の良いものを探されておりますので，他の商品群より購買いただける機会が高いカテゴリーとなっております。徳島県産の原材料を使用し，例えば徳島県の獣医さん監修の療法食に取り組むのも新たな挑戦かなと感じます。

最後に，餅は餅屋と言われるように，6次産業につきまして，私自身，以前は懸念しておりました。ところがコロナの状況では，販路開拓や物流の問題がIT環境を整えれば補うことが出来まして，いい商品を作ればやりやすい情勢になったことでほっとしております。後は検索された時，上位に上がるような検索ワードを上手に組み込み，見られている方に不安を与えないようなサイトデザインや，取引条件のシステムを構築されれば，バイヤー相手の商談よりハードルが低くなりましたので，これからも成果を期待したいところです。

日々商売をしている私どもの感覚では，確実に徳島県産農産物の必要性が上がってきている実感がございます。それは，人とのつながりを農産物に乗せてきた結果でもあると思います。地産地消を推進していると，市場のパイは決まっているために，必ず飽和点に到達します。それを打破する意味で，外へ外へと販路を広げ，良い評価もいただくようになったこの時期，再度足下を見つめまして，徳島県産とはなんぞや，そして徳島とはなんぞやを県民に提議し，内容も更なる充実を図る好機なのかなと考えております。徳島に住んでいる私たちが，どれだけ徳島を知っているのか，そして理解しているのか，食育にとどまることなく徳島学の推進を幼児教育から浸透させ，徳島に生きる自分のルーツを正しく知り，ひいては自分とはなんぞやまでを模索できるまでの深度，意味を考えられる県民性が創出されればと思います。

事務局

特に最後の部分なんですけれども，委員おっしゃられていたように，このコロナの影響もあって，内食がどんどんウエイトが高くなって，御家庭で食事をなされるようになって，それが量販店などでの売れ行きの好調を見ると，徳島のものを徳島の方が今非常によく食べていただいている状況なんだと思います。そういうことをもっと，県民の方々にも知っていただけるように，県といたしましても「徳島産ってこんなに美味しいんだよ」というのをPRしていきたいと思います。そのためにも，量販店の皆様にもここは協力していただいて，いっしょにPRしていけたらなという風に考えておりますので，今後ともよろしく願いいたします。

委員

そのときは御協力させていただきますのでお声がけのほう，どうぞよろしくお願いします。

会長

ありがとうございました。では，続きましてお願いいたします。

委員

来年度からやっていただく、情報発信の高いチャネルを活用したブランディングの中で、マーケティングに力を入れていただきたいと思います。輸出では、マーケティングだと文章をですね、外国人にはまるポイントを明確に言うということがかなり重要なことになりますので、そこもぜひお願いしたいなと思ひまして。

まあ、参考までなんですけれども、東南アジアのバイヤーさんから徳島のミカンに対してお話しがあったんですけれども、そこで「徳島のミカンは、収穫を1月中旬くらいまで熟成を重ねて、甘みが増します」という説明をしたら、「それは他の県ではそういうことがないので、かなり優位性がある、アドバンテージがあるものだよな」という話も言っていました。ですので、そこをもうちょっとですね、マーケティングストーリーみたいなものを作るべきだなという風に、かなり感じた次第です。

あと、徳島は地方ですので、海外輸出するにはちょっとハンディキャップがあるという風に思ってたんですが、越智さんのいらっしゃる日本航空さんという成功例ができました。11月に行ったんですけれども、徳島を午前11時45分のJALさんの飛行機に乗せていただいて、それで羽田で日が変わった2時35分ですかね、羽田からバンコクに飛ばしていただいて、バンコクに徳島を出した翌朝の5時につきましてそのままトンローという市場なんですけれどもね、鮮魚を扱っている市場なんです、そこに午前8時に入りましたんで、時間軸的には豊洲のマーケットに入れるのとほとんど変わらないスピード感を、越智さんの所で実現していただいた次第です。JALさんの機材、今、737であったという風にお聞きしているんですが、ワイドボディの767が中四国で就航しているのが徳島だけですかね。

委員

一部高松で1便だけ入っていますが、全便大型というのは徳島ですね。

委員

その優位性が、結構徳島がありますので、ワイドボディでカーゴコンテナが積載できる機材を、本当だったら1日6便ですよ、飛んでるという事実からして。これ、おそらく東南アジアでも出来ますし、欧米にもつなぐことが出来ると思いますんで、今まですいませんちょっと勝手に思ったハンディキャップだなというのが、逆に強みがあるというのに気づきましたので、これをもっと有効利用できればなと思っております。

会長

ありがとうございました。大変いい例をお示ししていただきましてありがとうございます。これがさらなる発展をしていくことを祈っております。
では、よろしく申し上げます。

委員

昨年を振り返ってみると、コロナの影響で地鶏や、阿波尾鶏のほうなんですけれども、出荷量が2割から3割減りました。緊急事態宣言もあって、ひどい月では4割近く減った月もありました。阿波尾鶏も、居酒屋さんとか焼き鳥屋、鶏料理専門店やレストランなど、外食向けの売上げ構成比が高かったために、もろに影響を受けた形となりました。また、年末には鳥のインフルエンザが徳島でも発生し、1月以降の輸出も完全にストップしました。

輸出に関してなんですけれども、鳥のインフルエンザで1月、2月、3月と輸出できなくなったんですけれども、数字的には28トン6千90キロと、

昨年が1年間で22トンだったんですけど、昨年の12月で前年度の数字は売り上げていまして、目標35トンくらいのつもりだったんですが、鳥のインフルエンザの影響でダメになりました。3月22日頃解禁になるということになりますので、今まで止まっていた分も倍返して輸出できるように頑張っていきたいなと思っております。

そういう中で、新しい時代、新しい生活様式に切り込んでいけるように、自社の通販サイトの大幅なリニューアル、また手軽に美味しく食べていただけるような加工品の開発や販売にも力を入れて取り組んでおります。その中で、商品を開発するに当たっては、これも徳島県産に特化して、阿波尾鶏の肉単独で販売するのではなく、徳島県の野菜とコラボ、連携した商品を開発して販売に繋げていきたいなと思っております。例えば、阿波尾鶏もも肉でにんじんなどの徳島県産の野菜で巻いた八幡巻き、これは惣菜、おせちの製造メーカーや量販店、外食向けに販売したり、阿波尾鶏のもも肉の切り身と阿波尾鶏のスープと徳島県産野菜ミックスの鍋セットとか、しいたけとか焼き肉セットとか、そういった商品を通販などをフル活用して、消費者に販売していきたいなと思っております。

大切なことは、しっかりと飲食店や消費者の皆さんへ情報発信していけるような形を作ること、また簡単に買える仕組みを確立することだと思います。物流の改善にも取り組んでいきたいなと思っております。この件については去年ターンテーブルさんと色々取り組んでおりましたので、今年しっかりいっしょに取り組んで進めていきたいなと思っております。特に東京の飲食店向けとして、取り組んでいきたいと思っております。

今年も、徳島県、徳島県内の各企業と連携を取って、うち単独ではなく他業さんと連携を取って、今後取り組んでいきたいなと思っております。引き続きご支援をお願いします。

事務局

輸出のチャネルの件で少し補足させていただきます。

国難とも言うべき人口減少によりまして、国内マーケットが縮小している中におきまして、さらに今後も縮小していくことが予想されるなかにおいて、また喫緊の課題としましては、世界的なコロナウィルスの広がりによりまして、外食産業が壊滅的な被害を受けている今において、農林水産業を営む方々がですね、これからも安心して農林水産業をやっていくためには、なんといっても売り先の確保が必要であると思っております。

このために、県内向けの地産地消はもとより、関西、首都圏を中心とした国内販売、そしてアジア、EU向けの海外輸出というようにですね、多様な流通チャネルを持ってこそ、農林水産業は成長産業として広がっていけると思っているところでございます。

そこで、海外輸出におきましても、来年度におきましては、外食産業に加えて小売り向け、それに外食産業におきましても香港のマキシム1本ではなくてですね、多様な外食産業との連携を考えておりますし、ECサイトにおきましても、これまでの中国向けに加えまして、EUのネットスーパーでの販売であったりとか、あるいはまた、先ほどの委員さんから少しありましたけれども、効果的な情報発信のために、まもなくライブコマースと言いました中国向けで非常にヒットしている日本のテレビショッピングのネット版みたいなのがありまして、双方向でコメントしながら販売できるというものが

ンネルを、レシピチャンネルみたいなものを非常に見ているので、そういったところを利用していくっていうのは非常に効果的なのではないか と思っております。

あとPRの中で、ターンテーブルさんを中心に、マルシェを行っていただいたりとかですね、飲食店のネットワークの中で一括して物を都内の方のレストランに出していただけるという、すごく助かるお話しなんですけれども、さらにもう一步進んでですね、ターンテーブルさんがマルシェとして物が集まるのであれば今、駅ナカとか駅の空きスペースで県産品のPRをものすごく盛んに行われていて、当店のある目黒ですとか、目黒駅ですとか浜松町駅、まあ浜松町はちょっとサラリーマンの街なのであまり効果を感じないんですけれども、目黒駅なんかはですね、旅行に行けない皆さんが産直のものを駅の所で買って帰れるということで、もう大人気、列が出来るような人気になっています。そういったポイントというのは、私が見かけただけでも何ポイントかあるので、たぶん東京都内ではJRさんがものすごい数の場所を確保されていると思うので、そういった所にターンテーブルさんのマルシェが出展していくことで、一般消費者まで届いていくんじゃないかなと思います。で、上手だなと思ったのは、その中の店舗です。福島の業者さんが定期便とかの販売の受付してますっていう紙と一緒に入れて、一般消費者の方に買ってもらうようなPRの仕方などもされていて、すごく効果は高いんじゃないかなと思います。その中で販売するとき、もう少し1商品1商品についての説明だとか、特徴だとかというのが明確になってくれば、さらに購入者が増えてくるんじゃないかなと思います。それをネットのSNSと連動して、バーチャルと現実の市場を繋ぐような手段というのをもう少し構築していけばいいのではないかなと思います。

飲食店が今、非常に疲弊している状態なので、正直すごくすぐ御協力できますみたいなことは言えないんですけれども、すごく事業転換を迫られている時期かなと思ってまして、うちも去年4月の非常事態宣言から、ちょっとどうしていいかなというところで、テイクアウトを始めたり、ECサイトのフォームも立ち上げさせていただいてですね、販路を広げていこうという動きを取っています。例えばターンテーブルさんを中心に、そういった所に定期的にPRできるような場所を設けていただいたりとかですね、そういったこともちょっと御検討いただければ、飲食店としても店舗の惣菜というのもの、もっと知っていただけるんじゃないかなと思っております。

もう少し先、コロナが明けたときにですね、何もかも元どおり戻るかという絶対的には戻らないです。東京でもリモートっていうものが定着してきてですね、元々IT業界ではコロナ前からですね、リモート化が進んでいる中で、今回コロナをきっかけにリモートワークの構築をされた大手企業様がたくさんいて、出社率というのがどんどん減ってきている現状です。その中で、オフィスの専有面積が必要ないんじゃないかということで、30%減くらいまできているような企業さんもあります。ということは、飲食店に足を運ぶ機会が絶対的に減るっていうことは、もうコロナ前には戻らないということは、確約されてるんですね。その中で何が出来るかということ、もう少し考えて行かなければいけないというのが今、飲食店としての課題かと思っております。

その中で、徳島の産品というものを売りにしていけるようなお店づくりと

いうところを、もう少し飲食店同士のネットワークをもっと構築して強固なものにしていってですね、全体的にフェアを組んだり、横の連携とかっていうことも、ターンテーブルさんを中心に今後やっていければと考えております。なので、早急をお願いしたいところとしては、物流ですね。流通ルートターンテーブルさんを中心に持ってきていただいて、そこから定期的に配送できるような仕組みですとか、大田市場の強いところとかもありますんで、そこで徳島の農産物をブランディングを強化していただいて、もう少しそういった所からも購入できるような形をとらせていただければ、スムーズになってくるのかなと思います。

会長 ありがとうございます。東京の状況をお伝えいただきありがとうございます。何かございますか。

事務局 物流の部分についてでございます。そういったお声を、前々からもお伺いしております、様々な手法を試しているところでございます。

先般も、徳島東京間の高速バスの荷室に空きスペースがあった場合、「貨客混載」と申しまして、そういったスペースに農産品、商品を積まさせていただきます、市場にお届けするというような事業もさせていただいたところでございます。そうした中で、様々な物流の手法、方法があると思いますので、そういったものをどう組み合わせるか、ベストミックスを探すために、様々な実証をしていくところでございまして、今後もより効果的な効率的な手法というのを確立して参りたいという風に考えております。

そして、東京に県産品を東京徳島飲食会のネットワークの皆様にご活用いただき、より連携の輪と言いますか、連結が広がり、徳島の県産品を販売できる店舗がもっと多くなっていけばいいなという風に思っておりますので、今後とも様々な方法、もちろん皆様の御協力あつてのことなんですけれども、取り組まさせていただきたいと思っておりますのでよろしく願いいたします。

会長 ありがとうございます。続きましてお願いいたします。

委員 皆さんの御意見を聞いておりますと、大学という所で直接何かに関わるものということになかなか答えが出てこないんですけども、資料の1ページ目に、多様な人材を育成するというのが書かれております。本学には農学部がありませんし、そういうところに学生が興味を持っていくのかというのは、心配するところですけども、先日、テレビで畑にドローンを飛ばして、ドローンが飛んでいった経路にある、白菜やキャベツの大きさをすぐに識別できるという話をしていました。それで、それぞれのいろんなレストランや消費者が、こういう大きさのものがほしいといったら、その畑のどの筋の何番目がそれに当たるかというのを、すぐにキャッチして、それを販売するという、そのようなことを言っていました。ものすごい広大な土地の中で、白菜とかキャベツとか、ものすごい小さなものを、それをピンポイントでわかるというのがすごい技術だなと思って聞いていました。そういうところにも、ICTであったりとか、AIだったりとかそういう技術が生かされているということが、既に根付いてきているということに感心させられたところです。

徳島県の一般的な農業生産者がそこまで行くには、これから何年かかるのかなと思うこともあるんですけども、やはりいろんな支援を行って、やっとそういう風に最先端の技術を使えるようになっていき、いろんなことが可能になってくるのかなと思います。

本学でも、昨年からコロナの影響でオンラインで授業をしたり、学会もオンラインでっていう風なことがありました。わざわざ現地に行かなくてもよいということが定着してきているような気がします。でもやはり我々にとっては、いろんな所に出向いてってその土地の美味しいものを食べる、地元の空気を感じる、それも一つの楽しみですので、半分は楽しみが減ってしまったのではないかと思います。

先ほど、地産地消ということが出てきておりました。コロナでいろんなレストランであったり、学校給食が停止したりして、多くの食品が余ったということで、学校給食が再開されたときに、阿波尾鶏とか阿波牛を学校給食に提供されたということがありました。栄養教諭をしている卒業生が、子どもたちが阿波牛が出たときにすごくおいしいと言って、争ってお代わりをしたということでこれまでにあまり見たことがない光景だったそうです。

学校給食はやはり、今回は特に、地元の産物を地産地消率ということで、推進しているわけなんですけれども、特にそういう有名なものを使ったことが一つのポイントだと思います。若い人たちが地元のことを知らないということがあります。

ですから、学校給食を活用するということはすごく重要なことだなどを改めて感じましたし、私もいろんな郷土料理であったり、そういう講義をしていると、そば米汁を食べた経験がある人は、どこで食べたかと聞くと、学校給食なんですね。だからやはり学校給食っていうのは、いろんな地元のものを知る上でとても重要であり、学校給食で地元食材を広く活用していくというのも一つの方法ではないかなと思います。

以前にこの会議で、経済的な発展をするためには、地産他消でないと経済が活性化しないとも言っておりましたけれども、やはり我々の分野からすると地産地消ということで、地元のことを地元で食べるということを大切にしていって、若い人たちにも地元のことをしっかりと教えていきたいなと思うところです。

会長 ありがとうございます。私も給食はオール徳島食材でと考えております。それが一番の食育であり、徳島県産品がいいんだよというのを、もう小さいときからたたき込むっていうのが教育だと思っておりますので、そういう部分も考えていただけたら。

事務局 ちなみに参考数値でございますが、学校給食における地場産物の活用率っていう数字がございまして、平成30年度の数字で申しわけないんですけども、全国平均が26%のところを、本県では43.8%ということで、全国に比べると多くの県産物を学校給食に摘要していただいているというところでございます。

会長 ありがとうございます。それを「徳島県産なんだよ」ということを、子どもたちにしつこく教えていただければと思います。

では、続きましてお願いします。

委員

私からは産地側の意見という形で2点ほど、資料を見させていただいた上で、個人的な感想も含みますが、2点ほど述べたいと思います。

まず1つが、やはり産地、この強靱な園芸産地を育成するっていう風な大命題があったと思うんですが、産地で今一番やっぱり困っておりますのは労働力というところでございまして、規模拡大をしたいと思っても、労働力がなかなか見つからない。品質を上げる際に一手間加えたいというにも手間が足りないという感じで、規模拡大等を断念するようなケースも多々見られるところでございます。

こういった面からも、労働力を確保、特に本体の7ページに書いてはいただいておりますが、産地の維持のためにも重要な取組かなと思っております。

今、JAの方でも無料職業紹介所などで対応しているということですが、地域内での取組っていうのはなかなかマッチングまで結びつかないケースもありますし、内部で検討しているところでございますけれども、もう少し広域的に労働力の補完というのができないのかなというところでございます。ちょうど7ページのいちばん最後のところにありますけれども、労力補完システムの構築という風に今後の取組として書いていただいておりますので、こういったあたりは上手くJAグループとしても連携していけたらなと思っておりますので、よろしくをお願いします。

もう1点が、GAPの関係でございます。まず国際水準GAP、JGAPを取ってる団体があるわけなんです、団体認証の取得というのがすごくハードルが高い、なかなか進まないという状況に陥っております。今、アグリあなんの方で「ハウスすだち」取っているわけなんです、次の団体がなかなか手が上がらない、進みにくいという状況でございまして、GAPの取得によって、選ばれる農産物、安心して使っていただける、まあ一つのPR効果になるのかなというところなんです、販売の方で高く売れるかというところ、そこまではつながりにくいというので、なかなか各JAさん団体の取得についてはちょっと腰が重いというか広がらないというところでございます。戦略本体の5ページにも、主な取組の一つに取り上げていただいております。今後、戦略を実現というか、取組を進めるにおいて、特に団体認証に関しては有効に進める施策というか、何か手法がないのかなというところで、苦慮しているところでございますので、ここもいいお知恵がありましたら拝借できれば、そのあたりもアドバイスいただければと思います。よろしくをお願いします。

会長

ありがとうございます。人材確保に御苦労されているのも、私も垣間見ております。今後これを増やす方法、確保できる方法への何か施策がありましたら、県の方も御尽力いただけたらと思っております。

では最後に副会長お願いします。

副会長

生産、販売、流通も含めた中で、今回のこのブランド戦略ということで、我々JAグループはこれに沿った中で頑張っていきたいなと思っております。

生産現場では、異常気象、鳥インフルエンザ、そしてこのコロナの状況において、「人・もの・お金」の動きが変わって、二重三重の苦しみがありま

す。そのような中で、特に徳島県の産物として情報をおつなぎしますと、「すだち」、「花」、それに「彩（いろどり）」、このあたりが中心になって流通量が減少すると同時に、価格が低迷していった、本当に苦しい状況になった。現在も「すだち」で昨年の価格に比べると半額以下になってます。これからハウスすだちにつないでいかなければいけないところの、最終の貯蔵すだちも大変です。先ほどお話しいただいた、すだちを大量に使える方法ということで、スライス、我々もおうどん屋さんにもスライスで「すだちうどん」ですか、それとかお素麺にもスライスして食べて下さいとか、色々な場面でお使いたいので、少しでも伸びればなと思います。

そういう中で、徳島県の主力の作物、ちょっと御紹介させていただきますと「春にんじん」が約5万トンです。それで「なると金時」が約2万5千トン生産されています。

今、ここにきてブロッコリーがかなり生産量が伸びてきて、1万トンを超えています。これ、全国でも4番目か5番目くらいの産地となっているんじゃないかなと思っています。

そしてすだちが8千トン、8千トンの中で4千トンが青果で出るもの、残り4千トンが果汁で搾汁して絞っていくもの。この4千トンを年間通じて販売できるようにということ。で、なぜすだちがここで伸びなくなったかということ、やはり我々も全国に向けてPR活動、先ほど色々PRのこともお話しいただきました。もっとやっていかないとかなという反省にもなっているんですが、業務用中心で、関東までお届けすると、徳島で千円のすだちが東京へ行くと運賃がこれにかかってきて倍以上になるんですね。スーパー店頭と並ぶと、すだち1個が200円なんです。我々徳島県人には考えられない値段です。これを、きゅうりの漬物1本100円なんです。200円のすだちを半分に切って100円（の漬物）で食べてもらえるか。我々はお漬物に常にすだちを使います。そういう風なところで各消費者の方にも、もっともっと安価な部分で大量にお届けして、全国の方にもっと食べてもらいたいなど、そういう風な思いで日々貯蔵の技術を高めるとか、いろんなところで努力しているんですが、なかなか思うようにいかない。生産量がいま高齢化の中で減少してますんで、そういう中でどうにか改善できるように取り組んでいます。

また、れんこんについては約7千トンくらいあります。これも病気とか異常気象、台風シーズンで傷むとかで、ここ数年、4年くらいですか、毎年減少傾向にあります。

しいたげが日本一ということなんですが、8千トン強ございます。

それらの作物、全国に向けて発信するんですが、やはりここは、関西の台所ということで認知されています。そういう風なところで、やはり市場の皆さん方の御協力を頂きながら関西中心に関東の方にも。なぜ市場流通が関西がメインかということ、四国は島国なんで、今はトラックなんですけれども、橋が架かって。その前は、徳島から船で荷物を、徳島県の荷物を全部そこに集めてきて、船に積み込んで大阪に送っています。そのようなところで、市場の皆さんにも長年お世話になっております。で、徳島の認知が、作物が認められているという状況が、今も続いているってことです。

絞れるものを作ったたくさん出すということも必要なんですが、やはり先ほどご紹介させていただいたような、にんじん5万トンを徳島県内だけでは

消費できませんので、全国の皆さんにトンネル栽培した柔らかい春のにんじんを食べていただく。そういう風なことを我々も県の皆さん方と御指導いただきながらいっしょに販売をさせていただいております。

いま、本当にコロナによって考え方によれば未来が10年後、20年後の未来がもう目の前に来たのかなあと。「人・もの・金」の動きをこう見てみると、対面販売がやりづらくなって個配送が増えた。もう物流はこう1件1件の個配送。お金についてもキャッシュレス。これに我々が今ついて行けてないのかなと。今の段階でこれらについての改善策をこの戦略の中でいっしょにですね、取り組んでいくことが、これから未来に、若い人たちにつないでけるのではないかなという風な思いを日々もってるところです。

会長

ありがとうございました。委員の皆様方全員に御発言をいただきました。

お話を聞いてますと、もうだいたい方向性が見えてきているのではないかと、私が何も申し上げることがないと、今回特にそう思います。

ただ、一言だけ申し上げたいのは、先ほども、ありましたように、もうコロナ勃発前には戻らないということを念頭に、やはり改善や改革をしていってほしいと思っております。

今回コロナがこんな風になりましたけれども、それは20世紀に私たちが抗生物質やらなにやらを使って微生物を叩いてきたからなんですね。もっと前の時代も、こういうパンデミックはあったわけなんです。ですから、無い方がおかしいと思っていただければと存じます。私たち微生物の分野では、21世紀はこういうウイルスとか微生物に反撃を食らうと言われておりました。まあだから、やってきたんだなという感覚でございます。今後も、私たちが住んでるこの環境、決していい方向には進まない、いずれまたいいことがあるかもしれませんが、しばらくはまだ過酷な状況が続くという前提の元に、こういう施策も考えていただきたいというのが、私からのお願いであり、実質的なことは専門家の皆さま方が、もうすでに色々なことを構築されていて、今回本当にベクトルが同じ方向だと思っておりますので、県の方々には、今日頂いた御意見を生かして、十分に反映させていって、徳島ならではの施策を考えていただければありがたいと思っております。

時間も過ぎてしまいましたが、これで全て議題を終了させていただきます。本当に御協力ありがとうございました。