

新時代を拓く とくしまブランド戦略 (案)



美食の宝庫、徳島産。
Made in Tokushima

令和3年3月 徳島県

目次

1	戦略期間	1
2	基本コンセプト	1
3	前戦略の成果と課題	1
4	新たな戦略の視点	2
5	「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	3
6	「しなやかな販売戦略」を実践するための取組み	11
7	推進体制	19

1 戦略期間

令和3年度から令和6年度まで（4年間）

2 基本コンセプト

徳島県は、山・川・海の豊かな自然と卓越した生産技術によって育まれた、安全・安心で優れた食材が豊富にあり、またそれら全てが美味しいという、まさに「食材の宝庫」。

これら徳島の豊かな食を通して、つくる人、食べる人をはじめ、関わる人の全てが幸せになれる取組みを進めるとともに、WITHコロナ・アフターコロナの新たな時代を切り拓く取組みを、「オール徳島」体制で推進し、「選ばれる徳島県産品」・「もうかる農林水産業」の実現を図る。

3 前戦略の成果と課題

(1) 前戦略（進化する・とくしまブランド戦略）の概要

本県ならではの「強みと機能」をフル活用し、ターゲット市場ごとに応じた「戦略的なアプローチ」と、課題を掘り下げ効果的に対応策を実践する「課題解決型アプローチ」により、県産品のブランド力を着実に高め「もうかる農林水産業」を実現するための戦略として、平成30年3月に策定（戦略期間：平成30年度から令和2年度までの3年間）。

(2) 主な成果

- ① とくしまブランド推進機構（地域商社阿波ふうど）
 - ・「主要品目の生産拡大と安定供給」、「マーケットイン型の産地づくり」、「首都圏市場での販売拡大」、「とくしまブランドの海外展開」等、体制を強化し、生産者支援の機能を大幅に拡充
 - ・とくしまブランド推進機構が関与した販売金額は、過去最大を更新し、戦略目標（令和元年度：25億円）を上回る販売金額を達成
- ② ターゲット市場毎の戦略
 - 〈 関西（中京含む）市場 〉
 - ・共同選別施設の整備により、出荷調整作業の省力化による安定生産を図るとともに、卸売市場と連携した量販店等での「阿波ふうどフェア」を40回以上実施し、市場ニーズに柔軟かつ迅速に対応する産地づくりで、信頼される「とくしまブランド」の地位を明確化
 - 〈 首都圏市場 〉
 - ・首都圏の情報発信・交流拠点「TurnTable」で開業以来6万人を超える利用者が「徳島の食」の魅力を体感、全国放送のテレビ番組等、多くのメディアから情報発信
 - 〈 県内市場 〉
 - ・県内の子どもやその親世代等、幅広い年齢層をターゲットに、PR車両や阿波ふうどスペシャリストを活用した食育や地産地消を推進するとともに、地元の食の魅力を発信

〈 海外市場 〉

- ・ 東・東南アジアにおいては、重点品目である「なると金時」の輸出量が約400トンに到達、本県の強みであるハラール牛肉も毎年輸出量を更新する等、輸出拡大を継続

③ 課題解決型の戦略

- ・ 「えだまめ」や「なし」等の12品目の課題解決に取組み、産地リノベーションを推進
- ・ 人材育成の拠点である「徳島かんきつアカデミー」や「施設園芸アカデミー」を新たに開講
- ・ ICTを活用したにんじんの栽培管理支援として、生育環境をリアルタイムで確認し最適な温度管理を可能とする「IoT・環境測定システム」を構築し、県内8か所で実証を行ったほか、水産分野ではリアルタイム水質情報配信システムを構築し、観測地点も10か所に増設、水温や塩分をインターネットで発信

(3) 今後の課題

前戦略で機能拡充・強化した「とくしまブランド推進機構」や「TurnTable」、また、人材を育成する「アカデミー」や「最先端技術」等、新たに構築した機能や体制を活用し、本県が持つ独自の強み・特性を活かした「ニューノーマル」に対応した農林水産物の「生産・流通・販売」システムを構築する必要がある。

4 新たな戦略の視点

新型コロナウイルス感染症が世界規模で拡大し、感染防止のため、人・物の移動の制限や「新しい生活様式」の実践が求められ、働き方やレジャー等、それらに伴う人々の消費行動も、コロナ以前から大きく変容している。

食の分野においても、私的な外食自粛のみならず、リモートワークの増加や接待など企業活動に伴う外食利用の減少、宿泊や宴会等、飲食を伴う旅行での需要が減少する一方で、家庭内食の増加、健康・衛生管理等、安全・安心への意識の高まり、コロナで影響を受けた地元事業者等への応援消費の広がり等、様々な影響が出ている。

このような中、農林水産物の「生産・流通・販売」を取り巻く環境も次々と変化しており、産地として迅速かつ柔軟に対応していく必要がある。

そこで、本戦略では食料供給地として「園芸産地の強靱化」を柱の1つとして取組み、市場の要望に応える「マーケットイン型の産地づくり」と、「多様な人材育成の推進」による産地の育成、「SDGsの実現につながる環境負荷低減や生産工程の見える化による信頼獲得の取組み」や「5Gをはじめとする先端技術の実装」等、WITHコロナ・アフターコロナ時代を勝ち抜く足腰の強い産地づくりを推進する。

また、生産強化と合わせ、販売面では「TurnTable」等、本県ならではの発信力の高い販路を活用したブランディングの強化や、拡大する家庭消費をターゲットとした市場流通への対応、移動制限を商機に変えるコロナとの共生を踏まえた輸出や、EC・宅配利用等、消費行動の変容に対応する新たな販路開拓等、多様な販売チャネルを活用する「しなやかな販売戦略」を推進する。

これら2つのアプローチの相乗効果と相互循環により、本県農林水産物のブランド力を高め、「選ばれる徳島県産品」・「もうかる農林水産業」の実現を目指す。

5 「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

(1) 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



□ 取組方針

- ・収益性の高い園芸産地を目指し、多様化する消費者ニーズに的確に対応したマーケットイン※型の農産物供給や、新鮮、安全、安心に裏付けられた安定的かつ継続的な供給体制を構築する。
- ・「とくしまブランド推進機構※」を中心に、関係団体が一丸となって、産地のリノベーション※を実施し、WITHコロナ・アフターコロナ時代を勝ち抜くため「強靱な園芸産地」の形成を加速的に推進する。

□ 目標（令和6年度末）

- ・各地域の園芸団地においてマーケットイン型の産地が形成され、既存の主力品目だけでなく新たな需要にも対応した生産が行われ、京阪神や首都圏向けの販売ロットが拡大している。
- ・集出荷における効率化が進み、生産や出荷のコスト等における優位性が高まっている。
- ・家庭消費と直結している「卸売市場」向けのシェア獲得のため、各産地において、主要な品目の生産強化が図られている。
- ・様々なリスクに対応した対策が図られ、安定した出荷販売が行われている。

〈 数値目標 〉

項目	令和元年度	令和6年度
産地リノベーションを実施した園芸産地における生産額	45億円	70億円
「とくしまブランド推進機構」の関与した販売金額	26.6億円	50億円
「とくしまブランド推進機構」の関与した産地と実需者とのマッチング件数	48件	120件

□ 主な取組み

[マーケットイン型の産地形成]

- ・県産農産物のシェアの維持・拡大を図るため、「ブロッコリー」や「えだまめ」をはじめとする主要品目における生産面積の拡大や安定生産、品質向上の取組みを推進
- ・「新しい生活様式」に対応した花卉の利用拡大の定着や県内外への需要喚起の取組みを推進
- ・地域の実情に応じた「地域推進品目」の導入を図り、それぞれの産地における課題解決に取り組むとともに、消費者ニーズの変化や気候変動に対応した産地づくりを推進

[集出荷における効率化の推進]

- ・「かんしょ」や「にんじん」等において、生産・出荷にかかるコストを見直し、共同選果や主要品目の生産販売時期の拡大等の取組みを推進
- ・県産農産物の販路拡大に合わせ、ニーズに応じた園芸製品の輸送に取組み、全国の消費地へ

の出荷を推進

[安定した出荷販売の推進]

- ・施設園芸品目における生産の拡大のため、環境制御型次世代園芸施設の導入に取り組み、「きゅうり」や「トマト」における品質向上と安定供給を図るとともに、産地間連携による施設園芸の団地化や企業参入により、競争力のある施設園芸産地の形成を推進
- ・主要果樹類の改植推進と合わせて、作業性の高い緩傾斜地への園地の移転・団地化の推進、省力化技術の導入を図り、新規就農者や若い担い手による効率的な果樹生産を推進する。



枝豆共同選別施設の整備



ほうれんそうの「雨よけハウス」導入



大根共同選別施設の整備

※ マーケットイン

企業が商品開発・生産・販売活動を行う上で、市場からの要請に即応していくため、消費者ニーズを十分に把握した上で、商品づくりを行い、市場に出すという「顧客ありき」の考え方のこと。

※ とくしまブランド推進機構（地域商社阿波ふうど）

マーケットイン型の産地育成を柱に、徳島県産農産物の生産、流通、販売をトータルサポートする組織として、徳島県と県内農業生産者団体（徳島県農業開発公社、JA徳島中央会、JA全農とくしま）が人と機能を持ち寄るコンソーシアム（共同事業体）として、平成28年1月に設置。

※ リノベーション

既存ストックの用途や機能を変更して、性能を向上させたり、価値を高めたりすること。

(2) 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



□ 取組方針

- ・SDGsの達成に貢献する持続性の高い農業生産を拡大するとともに、各種認証の取得を推進することにより、食の安全・安心の確保を図る。
- ・環境に配慮した生産等により生み出される価値を消費者等に分かりやすく伝え、「エシカル消費※」を喚起する。

□ 目標（令和6年度末）

- ・「エシカル消費」の需要に対応し、環境保全型農業の取組面積が拡大している。
- ・生産者が各種認証を取得することにより、生産工程の「見える化」が進み、県産農産物に対する消費者の信頼確保が一層進んでいる。
- ・持続性の高い生産方式で栽培された農産物の意義や価値が多くの消費者に正しく理解され、「とくしまエシカル農産物※」の需要が一層拡大している。

〈 数値目標 〉

項目	令和元年度	令和6年度
有機・特別栽培面積	166ha	204ha
エシカル農産物の生産面積	1,531ha	2,250ha

□ 主な取組み

[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]

- ・土壌分析に基づいた有機物資源の循環利用による土づくりや、化学肥料・化学合成農薬の使用を低減する技術の普及を図ることによる環境に配慮した農業生産の推進

[GAPの裾野拡大とステップアップの推進]

- ・農産物の生産から出荷に関する工程を「見える化」し、効率的な営農による持続性の高い産地を育成するため、「とくしま安2GAP認証」の取得拡大を図るとともに、グローバルGAP等、「国際水準GAP」取得に向けたステップアップを支援

[エシカル農産物の販路拡大]

- ・持続性の高い生産方式で栽培された「GAP農産物」、「エコ農産物」、「有機農産物」を「とくしまエシカル農産物」として位置づけ、その生産意義や価値を消費者や実需者に広く情報発信し、認知度向上や販路拡大を推進



国際スポーツ大会での「とくしまエシカル農産物」のPR



JGAP審査の様子（JAアグリあなんすだち部会）

※ エシカル消費

地域の活性化、雇用等も含む、人、社会及び環境に配慮した思いやりある消費行動。例えば、地産地消、被災地への応援消費、障がい者の社会参加につながる消費、地域紛争や児童労働といった人権問題等の解決に寄与する商品の購入、食品ロスの削減等。

※ とくしまエシカル農産物

持続性の高い生産方法で栽培される「GAP認証取得農産物」、「エコファーマー生産農産物」、「有機農産物」を「とくしまエシカル農産物」として位置づけ、消費者にPRを行っている。



とくしま安2GAP農産物



エコファーマー生産農産物



有機農産物

(3) アカデミーでつなぐ多様な人材の育成・活用



□ 取組方針

- ・次代の農林水産業を担う多様な担い手を確保するため、農林水産分野の「サイエンスゾーン※」の機能を最大限発揮し、高度技術や高い経営力を有する人材を育成する。
- ・本県農林水産業の成長産業化を図るため、最先端技術を活用した産学官の連携による「オープンイノベーション※」を加速し、新たな価値を創造する人材育成に取り組む。

□ 目標（令和6年度末）

- ・若者や女性をはじめとする次代の農林水産業を担う多様な担い手が育成され、産地の中核的生産者を目指して活躍している。
- ・農産物の生産から加工、販売まで一貫して取り組む6次産業化人材が育成され、地域の生産物を活用した「売れる商品づくり」が進んでいる。
- ・スマート技術をはじめとする高度な技術力を有する人材が育成され、農林水産業の生産現場に技術が広く導入されている。

〈 数値目標 〉

項目	令和元年度	令和6年度
農林水産業新規就業者数（累計）	1,269人	2,640人
スマート農業支援サービス組織数（累計）	1組織	10組織

□ 主な取組み

[次世代の担い手育成]

- ・小中学生への農林水産業の理解促進を図るため、食育・木育・海育や農林漁業体験を含め、あらゆる機会を捉えて、魅力を発信
- ・高校生や大学生等のインターンシップによる農林水産現場への受入れを進め、本県農林水産業に対する理解の醸成

[新規就業者の育成・確保]

- ・農業・林業・漁業の各アカデミーにおける高度な実践的研修や定着に向けた経営支援等による新規就業者の育成・確保

[多様な人材の育成]

- ・技術レベルや専門性に応じて、基礎から実践に至る幅広い技術を習得できるリカレント教育の体制を整備し、6次産業化人材やスマート技術をオペレートできる人材を育成

[労力補完システムの構築]

- ・農福連携をさらに強化し、林業・漁業分野へ拡大するとともに、スマート技術を活用した新たな支援サービス、外国人材の効果的活用など、労働力を補完するシステムを構築

「かんきつファーム」徳島かんきつアカデミー 令和3年度 受講生募集!

次世代を担うかんきつ農家

かんきつ産地での実践体験

〒770-8501 徳島県徳島市東山本1-1-1 徳島県農業センター

0885-42-2545
<https://tonodai.ac.jp/>



徳島かんきつアカデミー



施設園芸アカデミー



とくしま林業アカデミー



とくしま漁業アカデミー



インターンシップによる
農林水産現場への受入れ

※ サイエンスゾーン

本県農林水産業の成長産業化及びその関連産業の振興を図るため、産学官が連携し、次世代を担う人材の育成と研究開発を進め、新たなイノベーションを創出する知と技の集積拠点。アグリ、フォレスト、マリンの3つのサイエンスゾーンを形成。

※ オープンイノベーション

新技術・新製品の開発に際して、組織の枠組みを超え、広く知識・技術の結集をはかること。

(4) Society5.0※に対応する高品質生産・省力化技術の実装



□ 取組方針

- ・農林水産業が直面する課題を速やかに解決するため、農林水産3分野の「サイエンスゾーン」を拠点として、生産現場や消費者ニーズに即した研究開発と普及に取り組む。
- ・農林水産業の生産性を飛躍的に向上させるため、近年、発展の著しい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技術の研究開発・現場実装を推進する。

□ 目標（令和6年度末）

- ・開発した新品種や新技術が生産現場に普及し、本県農林水産業の生産力やブランド力が向上している。
- ・農林水産業の担い手が、スマート技術を活用し、高品質・超省力化を実現する生産・経営を実践している。

〈 数値目標 〉

項目	令和元年度	令和6年度
農林水産物の新品種・新技術の開発・導入数（累計）	24件	54件
スマート化技術導入経営体数（累計）	33経営体	100経営体

□ 主な取組み

[スマート農林水産業の推進]

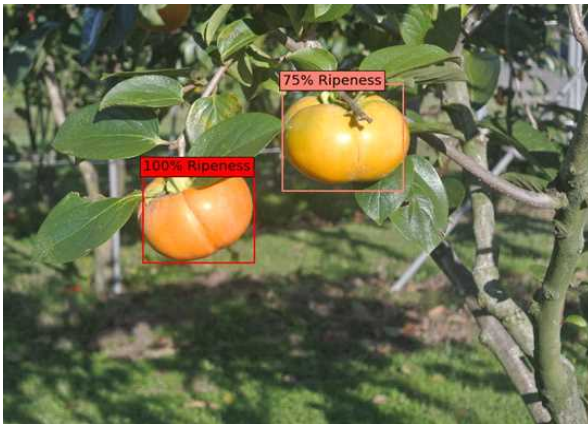
- ・作業の自動化による超省力生産やブランドを支えてきた熟練の技の「見える化」による多収・高品質生産等を可能にするスマート技術の研究開発・現場実装
- ・スマート技術のノウハウを有する民間事業者の参入促進・連携強化による、スマート技術の普及や人材の育成

[気候変動への対応]

- ・気候変動の影響による生育障害や品質低下、作期のズレなどを回避・軽減するため、気象データに基づく生産管理・生育予測技術や高温耐性を持つ品種の開発・普及
- ・中長期的な視点で、地球温暖化の効果的な活用に向けた、熱帯性果樹の低コスト栽培技術の開発

[新たな価値と需要の創出]

- ・農林水産物の新たな価値と需要を創出するため、機能性成分の解明と活用方法の研究、消費者ニーズ等を踏まえた新品種の開発や遺伝情報に基づく家畜改良、農作物の品質保持技術等の開発



AI画像解析による栽培管理支援



にんじん栽培施設内の環境を測定・配信するフィールドサーバー



気候変動に適応する海藻の品種開発



地球温暖化の効果的活用



県有種雄牛の造成



スギ大径材の需要拡大を図る技術開発

※ Society5.0

革新技術をあらゆる産業や社会生活に取り入れ、経済発展と同時に、様々な社会的課題の解決を図り、誰もが快適で活力に満ちた質の高い生活を楽しむ未来社会。狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に続く、新たな社会を指すもので、第5期科学技術基本計画において、我が国が目指すべき未来社会の姿として提唱された。

6 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組み



(1) 発信力の高い販売チャネルを活用したブランディング

□ 取組方針

- ・ 県産食材の販売拠点として、「TurnTable※」の機能を最大限に活用し、「徳島ゆかりの飲食店ネットワーク」との連携による県産品のブランディング強化や生産者とのマッチング促進を図り、首都圏をはじめとする大消費地における県産品の販売拡大に繋げる。
- ・ 「2台のPR車両※」の活用や「阿波ふうどスペシャリスト※」、「阿波ふうど繁盛店※」との連携による徳島の食コンテンツの魅力アップと情報発信により、県内外から「選ばれる徳島県産品」、「徳島へのフードツーリズム」を実現する。

□ 目標（令和6年度末）

- ・ 県産品の価値と魅力が生産者のもとより、県内外の消費者・実需者に広く認知され、県産品が「選ばれるブランド」として確立されるとともに、生産者・実需者双方にメリットのある商流が構築され、県産品の取扱量が増えている。
- ・ 大阪・関西万博等の国際イベントにおいて、徳島の魅力が発信され、「徳島の食」をターゲットとするフードツーリズムが定着することにより、農林水産業や観光業等、県内の「食」に関わる産業が活性化している。

〈 数値目標 〉

項目	令和元年度	令和6年度
「TurnTable」の飲食・マルシェ等売上額	2.1億円	2.5億円
「TurnTable」の利用者数	3.4万人	5.5万人
阿波ふうどメニューフェア飲食者数	1.6千人	5千人
「阿波ふうどスペシャリスト」の認定数	359者	540者
「阿波ふうど」に関する#(ハッシュタグ)投稿件数	2,231件	6,000件

□ 主な取組み

〔「TurnTable」を核とした販売拡大〕

- ・ 県産食材を販売するマルシェ機能を強化し、近隣住民への食材販売を促進するとともに、県産食材のショールームとして周辺飲食店等へ食材をPR
- ・ 「徳島ゆかりの飲食店ネットワーク」と連携し、首都圏一帯で県産品の魅力を発信、県産品のブランディングを強化するとともに、県産食材の販売先となる飲食店等への外商活動を展開し、販路を面的に拡大
- ・ 「とくしまブランド推進機構」と「TurnTable」の連携による県内生産者と実需者のマッチング促進

[徳島県産品のブランド力強化]

- ・PR車両を活用した県内学校や産直市等での県産品の出張プロモーション、県外市場との連携による県産品PR
- ・県内の産地や観光地、「阿波ふうど繁盛店」との連携による、大阪・関西万博も見据えた「食」を目当てに徳島を訪れるフードツーリズムの推進
- ・「とくしま特選ブランド※」のブランド力強化と販路開拓・販売拡大を支援
- ・「阿波ふうどスペシャリスト」による「徳島の食」の魅力の掘り起こしと発信強化
- ・「阿波ふうど」公式SNSやHPによる情報発信強化



TurnTable



「阿波ふうど繁盛店」によるメニューフェア

※ TurnTable

平成30年2月、東京都渋谷区に開設した徳島の情報発信と交流の拠点。宿泊施設やレストラン、物販機能等を併せ持つ施設として、徳島の豊かな食をはじめ、文化や観光等、徳島の魅力を発信し、県産品の販路拡大や「徳島ファン」の拡大、さらには「徳島への観光や移住」へと繋がる取組みを展開している。

※ PR車両

県内外の量販店やイベント等に展開し、県産農林水産物のPR、物産・阿波おどり等の観光、人形浄瑠璃等の文化等、徳島の魅力をまるごと全国に発信している、調理機能や舞台機能を備えた2台の県有トラック（「新鮮 なっ! とくしま」号、でり・ぱりキッチン阿波ふうど号）。

※ 阿波ふうどスペシャリスト

徳島の豊かな食に共感し、応援いただける、発信力の高い県内外の個人・店舗・法人・団体を認定している。「徳島の食」を応援し、県と連携して、その魅力を発信する。

※ 阿波ふうど繁盛店

県産食材の積極的な活用等、「徳島の食」を応援し、県と連携してその魅力を積極的に発信する県内の飲食店。

※ とくしま特選ブランド

徳島ブランドを世界に誇れるトップブランドとするため、①国内外に誇れる品質、②商品ストーリー、③独自のこだわりを併せ持つ徳島を代表する優れた県産品を、「とくしま特選ブランド」として認定。



(2) 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



□ 取組方針

- ・ 関西（中京含む）・首都圏の市場関係機関と連携し、卸売市場を通じた大消費地への安定した販路を確保する。
- ・ 航空貨物等の多様な物流手段を活用し、首都圏や東北・北海道等の遠隔市場における販売拡大に繋げるとともに、効率的に出荷できるよう、産地と連携した体制整備に取り組む。

□ 目標（令和6年度末）

- ・ 県産品の関西（中京含む）・首都圏での認知度向上や販路拡大により、関西（中京含む）・首都圏市場における県産品の取扱量が増加している。
- ・ 首都圏等への出荷において、品目に応じた多様な物流手段を活用して輸送され、産地からの出荷においても、産地間の連携による効率化が図られている。
- ・ 東北・北海道等の遠隔市場においても徳島県産の農林水産物の新たな販路が確保され、市場の拡大が図られている。

□ 主な取組み

[関西（中京含む）・首都圏の卸売市場を通じた大口販売の強化]

- ・ 家庭内消費をターゲットとした量販店や百貨店等での県産品販売のための「特設棚」設置等による販売促進プロモーションを実施
- ・ 市場流通関係者（市場・仲卸・バイヤー等）の産地発見ツアーや商談会による販路拡大
- ・ 卸売市場での県産品PRによる取扱量の促進
- ・ 関西（中京含む）・首都圏の学校、大手企業や福祉施設等の給食関係者への県産食材の魅力を積極的に発信することによる県産品の利用推進

[多様な物流手段を活用した出荷]

- ・ 航空貨物をはじめ高速バス輸送等の多様な物流手段を組み合わせる等、品目に応じた物流方式により、有利性（スピードや鮮度感等）を訴求した販売を推進
- ・ 東北・北海道等の遠隔市場への販路拡大を図るためのシームレス輸送の実装

[産地における物流の効率化推進]

- ・ 集出荷段階において、物流の効率化や省力化を図るため、産地ごと品目ごとに応じた取組みを強化



量販店での「阿波ふうどフェア」



卸売市場担当者による産地ツアー



百貨店での「春にんじんフェア」



バイヤーとの商談会



航空貨物輸送（シンビジウム）

(3) 「コロナとの共生」を踏まえた海外輸出チャネルの拡充



□ 取組方針

- ・「デジタル技術」を活用することで、オンライン商談会、ウェブセミナー、バーチャル展示会等の遠隔対応を推進するとともに、実店舗から越境ECサイト※へのトレンドの変化に対応し、中国に続く越境ECビジネスを拡大する。
- ・テレワークをきっかけに「都市と地方の在り方」を見直し、日本の地方ならではの付加価値を高めた地方発の食品・商品づくりを推進する。
- ・国内向け（外食＋小売＋贈答需要）、海外輸出（外食＋小売）を組み合わせ、不測の事態にも対応可能な販売のマルチチャネル化を推進する。

□ 目標（令和6年度末）

- ・アジアにおいて、なると金時、阿波尾鶏、ハラール※牛肉が新たな稼ぎ頭に躍進、特に「なると金時」が「とくしまブランド」の旗手にまで成長している。
- ・EUにおいて、「とくしま三大香酸かんきつ」を皮切りに、県産品がレストランでの販路を拡大している。
- ・県産ハラール商品が牛肉を筆頭に販路が拡大し、業務・小売の双方の需要を獲得している。

〈 数値目標 〉

項目	令和元年度	令和6年度
農林水産物等輸出金額	14.2億円	24億円
「とくしまブランド海外協力店※」数（累計）	16店舗	21店舗
ハラール認証商品・サービス数（累計）	170 商品・サービス	215 商品・サービス
「とくしまブランド」輸出に取組む事業者数（累計）	55事業者	80事業者

□ 主な取組み

[既存の幹を「より太く」育てる]

- ・既存の商流を生かし、飲食店や航空機の機内食等の業務需要の拡大を図り、なると金時や阿波尾鶏等、本県の強みである産品が好調に輸出される東・東南アジアにおいて、重点的かつ継続的なプロモーション活動を実施

[新たな市場の開拓]

- ・EUにおけるとくしま三大香酸かんきつの需要拡大、国内外における県産ハラール商品の販路拡大、越境ECサイトの活用等、「新たな市場の開拓」にチャレンジ

[物流上の技術的課題の解決]

- ・農林水産物等の物流において、鮮度保持技術や包装資材の研究に取り組み、国内外での最適

なコールドチェーンの構築等、物流上の技術的課題を解決

[輸出に取り組む事業者の育成]

- ・輸出額の拡大に必須となる「輸出に取り組む人材の育成」を推進するため、テストマーケティング等の機会の創出を通じ、海外への事業者派遣や国内外のビジネスパートナーの発掘を推進

[輸出の「継続化」を図るための「輸出型園地の育成」]

- ・農産物の検疫条件が厳しい国への輸出を可能にする指定ほ場、輸出専用園地の確保、詳細な輸出マニュアルの策定及びモデル園地の設定等、輸出型園地を育成



香港・なると金時フェア



とくしま食材サロン会 inパリ



輸出に取り組む人材育成



EU向けすだち検疫作業

※ 越境EC (electronic commerce) サイト

インターネット上で、国境を越えて、商品やサービスを販売するウェブサイト。

※ ハラール (認証)

イスラム教の戒律に則って調理・製造された商品であることを証する制度。イスラム法において合法なもの（主にイスラム法において食べることを許された食品）である「ハラール」に対応した商品やサービスが認証される。

※ とくしまブランド海外協力店

海外において徳島県産農林水産物を扱い「認知度の向上」や「消費の拡大」に協力頂く店舗を「とくしまブランド海外協力店」として登録し、店舗においては、県産品を積極的に販売するとともに、消費者に「徳島」を強く印象づけるポスター等のPR補助品を設置し、販促活動に協力する。

(4) 「新しい生活様式」に対応した販売チャネルの開拓



□ 取組方針

- ・「新しい生活様式」に対応した県産品の販売拡大を進めるため、ECサイトや宅配等、県産品の多様な販売チャネルの構築に取り組むとともに、映像コンテンツやリモートツール等、デジタル技術を活用した県産品のプロモーションを展開する。
- ・「消費者の行動変容」に対応するため、県内需要の喚起による地域内経済循環の促進に取り組むとともに、健全な食生活の実践を支える食育を推進し、食文化の継承等に取り組む。
- ・県産農林水産物や地域資源を活用した6次産業化の取組みを促進するため、「六次産業化サポートセンター※」及び産学官連携組織「とくしま六次産業化推進連携協議会※」により、農林漁業者の商品開発から販路開拓まで総合的に推進する。

□ 目標（令和6年度末）

- ・消費者動向に柔軟に対応し、ECサイトや宅配等、多様なチャネルにおいて、県産品の販路が構築されている。
- ・県民運動として「食育の取組み」が浸透するとともに、県民の農林水産業、地産地消等に対する理解や意識の向上が図られ、県産食材の地元消費が拡大している。
- ・「6次産業化商品」の開発が促進するとともに、新しい販売チャネルの開拓が進み、6次産業化による経営向上が図られている。

〈 数値目標 〉

項目	令和元年度	令和6年度
ジュニア・若手食育リーダー数	264人	500人
戦略的な販路開拓のための展示会・商談会への出展数（累計）	386出展	620出展
農工商連携等による6次産業化商品開発事業数（累計）	352件	670件

□ 主な取組み

[販売チャネル開拓支援]

- ・消費者ニーズに沿った新商品開発やECサイトやミールキットの宅配等による新たな販売チャネルの開拓支援

[デジタル技術を活用した県産品プロモーション]

- ・「新しい生活様式」に対応する映像コンテンツやリモートツール等のデジタル技術を活用した県産品プロモーションを実施

[地産地消による地域の活性化]

- ・地域の食文化や郷土料理の体験を促進するとともに、県産食材の魅力発信により、学校給食、社員食堂や福祉施設給食等での県産農産物の利用を促進

[若手食育推進リーダーの育成]

- ・ 関係機関・団体・食育推進ボランティア等と連携を図りながら、学校や地域における食育を効果的に進めるため、食育推進活動の実践や地産地消の普及を担う若手食育推進リーダーを育成するとともに、その活動の場の提供を支援

[産学金官連携による6次産業化商品の販路拡大支援]

- ・ 「新しい生活様式」に対応した「産地商談会」による販路拡大や販路拡大効果の高い首都圏展示商談会への出展支援

[6次産業化に取り組む人材の育成]

- ・ 取組段階に応じた知識・技術を「体系的に学べる人材育成研修」や交流会等を通じて、「多様な販売チャネルに対応する商品開発」を支援

[経営向上を目指す6次産業化事業者の重点支援]

- ・ 専門家である「6次産業化プランナー」派遣により、経営改善計画作成や新商品開発、販路開拓までを総合的に支援



阿波ふうどECサイト



オンライン調理講習会



6次産業化に取り組む人材育成研修

※ 六次産業化サポートセンター

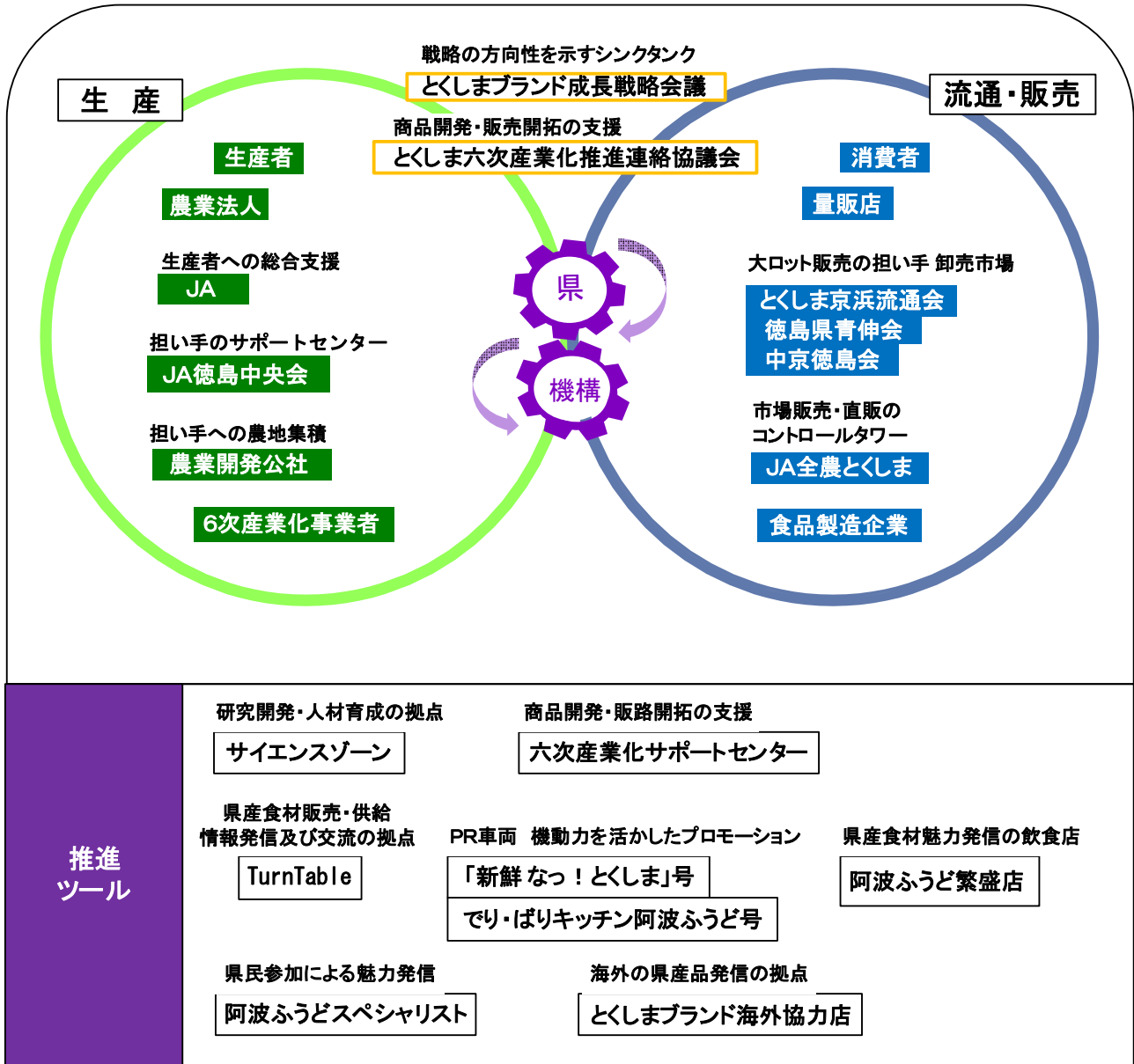
6次産業化を目指す農林漁業者等に対し、課題解決のためのアドバイスや様々なサポートを行う。

※ とくしま六次産業化推進連携協議会

徳島県の農山漁村の地域資源を活用した6次産業化を推進する目的で、県内農林漁業者による6次産業化の取組みを支援するために、農林水産関係、商工・経済関係、金融関係、学術・教育関係、行政関係の団体で構成された組織。

7 推進体制

戦略を構成する2つの施策を推進するため、「TurnTable」をはじめとした本県が持つ強力な推進ツールを最大限活用し、「生産・流通・販売」をトータルサポートする「とくしまブランド推進機構」と県が両輪となり、生産者をはじめ、生産者団体、市場・流通・販売関連事業者、消費者と連携・協力し、「オール徳島」体制で本戦略を推進する。



「選ばれる徳島県産品」・「もうかる農林水産業」を実現



美食の宝庫、徳島産。
Made in Tokushima