

『とくしまブランド戦略』に係る 令和4年度の取組状況及び 令和5年度の取組予定について

「阿波ふうど」



(Webサイト)



(Facebook)



(Instagram)

戦略の柱 | 「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

生産体制の強化

「戦略」関連p.3~4 (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)

令和4年度取組

(1) 園芸産地の「リノベーション」の推進

園芸産地の強化を図るため、生産性向上のための「スマート技術の導入」、「収量・品質向上対策」等を実装。

- ・「れんこん」の腐敗症対策、ドローン施肥及び遠隔水位計測モデル
- ・「きゅうり」の炭酸ガス局所施用による増収
- ・「なし」のジョイント仕立て導入による早期成園化
- ・「シンビジウム」のICTを活用した栽培環境の見える化



ドローン施肥を行うれんこんのほ場

(2) 施設園芸における持続可能な生産体制の強化

施設園芸産地の脱炭素化促進のため、「化石燃料削減技術の取組」を支援。

経営安定のため、省エネ技術の更なる普及を推進。

品目：ハウスすだち、きゅうり、トマト、洋らん 等

内容：・省エネ技術の実装(9産地)

「暖房機の燃焼効率向上」、「保温性の高い資材の導入」、「多段サーモや循環扇導入」等

- ・省エネ対策研修会の開催 (R4.11/1)



省エネ技術が実装されたハウス(すだち)

令和5年度取組(予定)

(1) 「強靱な園芸産地へのリノベーション」を加速

本県が誇る園芸産地の更なる育成・強化に向け、「とくしまブランド推進機構」等と連携し、GX, DXの積極的な導入を図り、主要な園芸品目が抱える課題解決に向けた新たな技術等を実装。

内容：「すだち」の隔年結果対策の実装、「かんしょ」の育苗・定植作業の省力栽培体系の実装、「れんこん」の施肥軽減技術の実装等

戦略の柱 | 「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

エシカル/サステナブル



「戦略」関連p. 5~6 (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)

令和4年度の取組

(1) 有機農業の拡大や「グリーンな栽培体系」への転換

農業における環境負荷低減のため、「有機農業の拡大」や、「グリーンな栽培体系」*への転換に向けた取組を支援。

内容:有機農業 (1地区), グリーンな栽培体系 (8地区)

(2) GAP (農業生産工程管理) の裾野拡大とステップアップの推進

農業者に対するGAP実践の指導, GAP認証取得の支援。GAPの意義や点検のポイントを学ぶセミナーの開催。

内容:「とくしま安2GAP」優秀認定取得 (2件)

(3) エシカル農産物の販路拡大

消費者や実需者に対し, エシカル農産物の意義や価値についての理解促進のため, PRを実施。

内容:「オーガニック・エコフェスタ」(R5. 2/18~19)

・イベント会場「あいさい広場」で「エシカル農産物コーナー」設置 等



あいさい広場での販売コーナー

*「環境にやさしい栽培技術」「省力化に資する先端技術」

令和5年度の取組(予定)

(1) 「グリーンな栽培体系」への転換

化学肥料や化学農薬の使用量低減など, 環境に優しい生産技術導入のため, 「グリーンな栽培体系」への転換を支援。

内容:「堆肥等の有機質資源の活用」による土づくり, 「天敵等を活用した」病害虫防除の実証, 「栽培マニュアルの作成」 等

(2) 有機栽培の産地拡大

市町村, 農業者, 消費者等, 地域ぐるみでの有機農業の産地拡大のため, 技術実証や有機農産物の利活用を支援。

内容:「栽培技術の実証」, 「販路拡大」, 「学校給食での利用」 等

戦略の柱 | 「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

農林水産業の担い手確保

「戦略」関連p. 7~8 (アカデミーでつなぐ多様な人材の育成・活用)

令和4年度の取組

(1) 次世代の担い手, 新規就労者, 多様な人材の育成・確保

① 経営支援等の実施

「就農意欲の喚起」と「就農後の定着」のため, 各アカデミーでの「高度な実践的研修」や経営支援等を実施。

- ・ 新規就業者数 (R3年度): 221人 (農業144人, 林業49人, 水産業28人)

② リカレント教育体制の整備

「とくしま農林水産未来人材スクール」を核として, 次世代を担う人材, 最先端技術のエキスパートを育成。

- ・ 研修生 (R5. 1月時点): 417人 (徳島県立農業大学校, 各アカデミー, 各リカレント教育の合計)



新たな働き手の活躍促進

(2) 労力補完システムの構築

「担い手の減少」, 「高齢化が進む本県農業の活性化と発展」, 「障がい者の活躍促進」のため, 就労支援施設とのマッチングイベントを計3回開催。参加者44人 (農業者21人, 17施設23人), 成立13組 (にんにく植付け, 赤しそ茎取り等)

令和5年度の取組 (予定)

(1) 就農後に必要な機械・施設等の導入を支援

新規就農者の一層の呼び込みと定着を図るため, 「就農準備段階」や「経営開始時の早期の経営確立」を支援する資金を交付。

(2) 「農作業シェア」で健康増進

「アクティブシニア」, 「副業希望者」等の「多様な担い手」確保のため, 関係団体との連携, マatchingアプリの活用による新たな手法を構築。

(3) ニーズに即応したスマート人材・エキスパート人材の育成

産業を牽引する人材を育成するため, 農業での「環境制御」, 「5G遠隔操作」等の研修等, リカレント教育を充実。

戦略の柱 | 「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

スマート技術の検証

「戦略」関連p.9~10 (Society5.0に対応する高品質生産・省力化技術の実装)

令和4年度取組

(1) スマート農林水産業の推進

「労働力不足の解消」、「生産性の飛躍的な向上」のため、産学官連携拠点を核としたオープンイノベーションにより、「作業の自動化による超省力化」、「データに基づく多収・高品質生産」を実現する技術の開発と現場への実装を推進。

- ・イチゴやミニトマトの「送風受粉ロボット」の開発、品種や季節に応じた運用マニュアルの作成を推進
- ・県立農林水産総合技術支援センターに「ローカル5G基地局」を開局し、AIを活用した施設栽培における収量予測、病害虫診断技術等の開発を推進 等



送風受粉ロボット

(2) 農林水産物の新たな価値と需要の創出

新品種の開発や農作物の品質保持技術等の開発を実施。

- ・勝浦1号*の品種登録を出願、種苗の生産を開始(R4.8月)
- ・野菜等の未利用部位を活用した、藻場の食害ウニの養殖技術開発を推進

*すだちの品種で、果皮の緑色が濃く、長期貯蔵後も鮮やかな緑色が保持される。

令和5年度取組(予定)

(1) スマート農林水産業の推進

AIを用いた画像解析やロボット等の未来技術を活用し、害虫の早期発見・適期防除や収穫作業の自動化による超省力化を可能とするスマート技術の研究開発と現場実装を推進。

(2) IoT等を活用した鳥獣捕獲の強化

イノシシ、シカ、サルの「目撃情報」や「生息状況」等のデータを統合し、WEB上に「見える化」するとともに、AIセンサーカメラで住宅地等に接近するイノシシ等を判別・通報する、新たな「出没通報システム」を実証し、被害防止対策を強化。また、GPS首輪や通信機能付きカメラなどのIoT技術を活用し、シカやイノシシの生息状況や行動圏を把握し、効率的な捕獲に取り組み、農作物被害の低減を図る。

戦略の柱 II 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組

県外への展開(首都圏)

「戦略」関連p. 11~12 (発信力の高い販売チャネルを活用したブランディング)
 p. 13~14 (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)
 p. 17~18 (「新しい生活様式」に対応した販売チャネルの開拓)

令和4年度の取組

(1) 「ターンテーブル」を核とした販売拡大

① 県産品の販売強化に係る取組

「ターンテーブル」の物販機能を強化し、県産品を活用した商品の開発、近隣店舗等へ県産食材を販売。

- ・「すだち」や「阿波晩茶」を使用したクラフトジンジャーエールの販売 等

② 「食」をはじめ、「観光」「文化」等の発信機会を創出

農産物の認知度向上や、観光誘客を図るため、「ターンテーブル」における首都圏への情報発信機会を創出。

- ・にし阿波まるごとフェア(R4. 12/5~12/17) 等

③ 県産食材の認知度向上、需要喚起

「ターンテーブル」を通じて関係構築した「名代富士そば」にて県産食材をPR。

- ・第1弾「すだち」 (R4. 8/1~R4. 8/31) 首都圏114店舗で実施約34,000食
- ・第2弾「徳島特製かき揚げ*」(R4. 11/1~R5. 1/31) 首都圏113店舗で実施約80,000食

(2) 新たな販売チャネルを活用したブランディングの強化

① 「まるごと徳島フェア」の開催(R5. 1/25~1/29)

「八芳園MuSuBu」(東京都)にて、ハイエンド層に対し、

「県産品のPR」、「写真家・大杉隼平氏の写真展」、「阿波和三盆糖の干菓子体験ワークショップ」を開催。

- ・来店者: 約1,200名(販売数: 県産品約3,000点)

② 県産品を使用したディナーイベントの実施(R5. 2/26)

「俺のフレンチ」(グランメゾン大手町)にて、県内生産者の想いを伝えるペアリングイベントを実施。

- ・さくらももいちご, コウノトリれんこん, 鳴門わかめ, 県産の日本酒・ワイン等を提供
- ・大塚国際美術館とのライブ中継



にし阿波フェア

まるごと徳島フェア



名代富士そばでの県産品PR

*なると金時, すじ青のりなどを使用したかき揚げ

戦略の柱 II 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組

県外への展開(関西圏, その他)

「戦略」関連p. 11~12 (発信力の高い販売チャネルを活用したブランディング)
p. 13~14 (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)
p. 17~18 (「新しい生活様式」に対応した販売チャネルの開拓)

令和4年度の取組

(1) 「徳島県産品」のブランド力強化

①PR車両を活用した出張プロモーション

「道の駅」や「産直市」等において、「県産品の試食提供」や「パネル展示」など、
キャンペントラックを活用した機動的プロモーションを実施(北海道, 千葉県, 京都府等)。
・運行実績:「新鮮 なっ! とくしま」号7回(うち県内4回), 阿波ふうど号35回(うち県内27回)

②副知事トッププロモーション(R4. 7/5)

・京セラドームでの「オリックス対西武」戦(観客動員数約12,000人)
・試合開始前のセレモニー, 「すだち大使」による始球式, 来場者へのすだち配布(5,000セット)

③「とくしま特選ブランド」のブランド力強化, 販路拡大

県産品の認知度向上と販路拡大のため, 徳島を代表する優れた商品を「とくしま特選ブランド」として認定。
「とくしま特選ブランド」の県公式Webサイトやデジタルカタログへの掲載, フェアを実施(R5. 3/17~3/18)。

・今年度新規認定商品数: 16点(一次産品 3点, 加工食品 7点, 民芸品等 6点)
※累計:163点(一次産品38点, 加工食品103点, 民芸品等22点)

・フェア開催: 枚方T-SITE催事スペース(大阪府)

④「徳島の食」の魅力の掘り起こし, SNSでの情報発信

「阿波ふうどスペシャリスト」等と連携し, 「徳島の食」の魅力を県公式SNSを活用して発信。
SNS投稿キャンペーンなどを展開。

・「阿波ふうどスペシャリスト」認定数(累計): 574人(R5. 2月)
・「#阿波ふうど」投稿件数(累計): 10,529件(R5. 2月)
・旬の阿波ふうど等の魅力発信リーフレット・動画の制作: 14件



北海道での「阿波ふうどフェア」トラック展開



勝野副知事によるトッププロモーション



「阿波ふうどチャンネル」動画リスト

戦略の柱 II 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組

県外への展開



令和5年度の取組(予定)

(1) 2025年「大阪・関西万博」に向けた「徳島の食」の利用強化・拡大

「万博」に向けて、「食べに行きたい徳島」の創出につなげるため、首都圏大規模イベントとの新たな連携による「出張マルシェ」の展開や、国内外で新たなブームを巻き起こす、徳島ならではの「新グルメ」を開発。

(2) 「とくしまブランド」の新商流構築

「とくしまブランド推進機構」及び「首都圏アンテナショップ・ターンテーブル」のネットワーク形成機能を活用し、首都圏における新たな商流構築を加速。

- ・発信力の高いホテルや人気料理店との連携拡大を通じ、「エシカル食材を活用したメニュー」提供
- ・県産食材に関心のある飲食店と意欲的な産地を結ぶ「大規模ハイブリッド商談会」の開催

(3) 養殖業の成長産業化を推進

「万博」を通じて創出される水産物需要を確実に捉えるため、陸上養殖される「アメゴ種苗」を、海面で生食可能な大型サイズに育成したサーモン的一种「サツキマス」*について、養殖業者と連携し、県内外の観光客等を対象とした試食会を開催し、今後の生産や販売戦略にフィードバックする。

(4) 県産畜産物の供給・販路拡大

「万博」を見据えた「阿波尾鶏」の生産・供給体制の強化を図るため、DXによる環境制御型の新たな「原種鶏・種鶏」の鶏舎整備を支援。

「とくしま三ツ星ビーフ」の大消費地における知名度向上を図るため、関西圏の関係業者と連携したPR活動を強化。



サツキマスの海面養殖についてのサイクル図

*同じ「アメゴ種苗」であっても、海面で育成することで「アメゴ」の体の閾値サイズを超えて成長

戦略の柱 II 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組

県内PR

令和4年度の取組

(1) 「消費者の行動変容」に対応した消費喚起

①「阿波ふうど繁盛店」にて、「食べに行きたい”徳島”キャンペーン」の実施

- ・ 第1弾(R4. 10/1~11/30) : 阿波尾鶏 (70店舗), すだち (74店舗)
- ・ 第2弾(R4. 12/1~R5. 1/31) : なんと金時(71店舗), 鳴門わかめ(60店舗)

②「徳島の活鱧料理味わいキャンペーン」の実施(R4. 7/1~10/31)

徳島県産ハモの魅力発信・消費拡大のため、「徳島の活鱧ブランド確立対策協議会」と連携し、ハモ商品を注文又は購入された方に、抽選で水産物をはじめとした徳島の特産品を贈呈。

- ・ 県内43店舗(飲食店35店舗, 販売店8店舗), 県外7店舗(飲食店3店舗, 販売店4店舗)

③「阿波地美栄」消費拡大キャンペーン「阿波地美栄まつり」の実施(R5. 1/20~3/12)

- ・ 県内39店舗, 県外1店舗

④「とくしま花手水めぐり」の開催(R5. 2/5~3/5)

コロナ禍での「県産花き」の新たな需要喚起・消費拡大を図るため、徳島県神社庁と連携し、県内神社8か所で、花きの新たな活用方法である「花手水」を通じ、一般消費者に県産花きの魅力を発信。

- ・ シンビジウム, ユリ, キク等を活用



各キャンペーンチラシ



ハモキャンペーンのパンフレット(一部)

令和5年度の取組(予定)

(1) 「万博」に向けた「人の流れ」の創出

本県への「食」をフックとした人の流れを創出するとともに、SDGs視点での「食」の新たな価値の創造と消費拡大へつなげるため、県PR車両等を活用したSDGs視点での試食配布や、食育フォーラムの開催、小中高生等のSDGsに関する取組の展示会など、本県が誇る豊かな「食材」と魅力ある「食文化」を国内外に発信するイベントを開催。

戦略の柱 II 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組

食育・地産地消

「戦略」関連p. 17~18 (「新しい生活様式」に対応した販売チャネルの開拓)

令和4年度の取組

(1) 食育・地産地消による地域の活性化

① みんなが健康！県産食材料理レシピコンクールの開催

「食育の意識向上」、「健全な食生活の実践」、「県産品消費拡大」のため、食事バランスに配慮したレシピを募集。

テーマ: 「食育・地産地消」、「エシカル消費」、「野菜摂取量アップ」、「フレイル予防」

応募数: 1,407点

② 親子オンライン料理教室の開催 (R5. 3/5)

地域の農林水産業及び食文化への理解や関心を高め、県民の健全な食生活の実践を図るため、親子を対象に県産食材を活用した料理教室を開催し、食に対する関心や理解を深化。

場 所: メイン会場(徳島市)、サテライト会場(松茂町, 美馬市, 美波町)

参加者: 小学生とその保護者(13組)



料理レシピコンクールの開催

(2) 若者世代への県産米消費拡大

SDGs, 食育・地産地消の推進のため、県内の子ども食堂及び小中高生に対し県産米を提供。

- ・ 子ども食堂32団体へ食堂炊飯用5キロ入り(436袋), 持ち帰り用2キロ入り(1,480袋)を提供
- ・ 小中高生約7万人へ300g入り小袋を提供
- ・ 提供後のアンケート調査では「県産米がおいしかった」、「これからも米を食べたい」と回答97.5%



小中高生への提供パッケージ

令和5年度の取組(予定)

(1) 地域や学校での食育の取組を支援

県民が生涯にわたり、健全な心身を培い、豊かな人間性を育むことができるよう、レシピコンクールや親子料理教室などのイベントを実施。

戦略の柱 II 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組

県産品の利活用促進

「戦略」関連p. 9~10 (Society5.0に対応する高品質生産・省力化技術の実装)
p. 17~18 (「新しい生活様式」に対応した販売チャネルの開拓)

令和4年度の取組

(1) 安定的・効率的な県産材製品の供給体制整備

「ウッドショック」を契機とした県産材回帰のため、人工乾燥機の導入支援や、木材乾燥スケジュールの短縮に向けた新技術の普及を図る研修会を開催。

- ・人工乾燥機の導入:6台
- ・木材乾燥技術研修会(R4.12/6~7)
- ・参加者数:製材事業者約34人



木材乾燥技術研修会

(2) 県産米粉利用拡大研修会

県産米粉の利用拡大を図るため、飲食店等関係者を対象とした、米粉を利用した料理実習を通じ、米粉の魅力を体感してもらう研修会を開催することで、米粉生産者と利用者とのマッチングを促進。

- ・会場:あいさい広場、農業技術支援センター(石井町)等
- ・開催回数:5回
- ・参加者数:123名(R5.1月末時点)



米粉の魅力体験研修会

令和5年度の取組(予定)

(1) 県産木材レガシーの継承

東京オリンピック・パラリンピックでの取組を継承し、さらなる県産木材需要につなげるため、国内外の「万博」出展企業と県内企業とのマッチングや大都市圏での展示商談会への出展などにより徳島すぎブランドの認知度を高め、新たな万博需要の喚起や販路開拓・需要拡大を図る

戦略の柱Ⅱ 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組

6次産業化

「戦略」関連p.17~18（「新しい生活様式」に対応した販売チャネルの開拓）

令和4年度の取組

（1）6次産業化の取組促進

①産学官連携による6次産業化商品の販路拡大支援

- ・6次産業化事業者等を対象に、オンライン商談会や異業種交流会を開催
- ・魚・水産物関係の国際見本市「ジャパン・インターナショナル・シーフードショー」や、関西圏の外食、中食、小売を網羅する「FOOD STYLE Kansai」等、大規模展示商談会への出展を支援。
- ・展示会、商談会出展事業者:64事業者
- ・商談数:441件(R5.2/10時点)

②6次産業化に取り組む人材の育成

マーケティングの専門家やフードコーディネーターを講師として、衛生管理や加工技術、農工商連携など、商品開発や販路開拓に向け、必要な知識の習得や情報提供を行う、研修会やセミナーを開催。

- ・「産直発イノベーション人材育成研修」(R4.8/17, 9/21, 11/16, R5.2/19)

③経営向上を目指す6次産業化事業者の重点支援

事業者の要望や課題に応じた6次産業化の専門家を派遣し、商品開発や販路開拓などを伴走支援

- ・支援事業者:5事業者



シーフードショー



人材育成研修

令和5年度の取組(予定)

（1）6次産業化商品のさらなる販路開拓

農林水産物をはじめ、地域資源を活用した新たなビジネスを創出するため、農工商連携等による商品開発、販路開拓、人材育成等を推進。

戦略の柱 II 「しなやかな販売戦略」を実践するための取組

輸出戦略

「戦略」関連p. 15~16 (「コロナとの共生」を踏まえた海外輸出チャネルの拡充)

令和4年度の取組

(1) マーケットインに基づいた戦略的な海外展開

①海外大規模食品見本市への徳島ブース出展

アフターコロナの反転攻勢のため、海外で開催される大規模食品見本市へ徳島ブースを出展。

「シラ2023(仏, R5. 1/19~1/23)」※4年振りの出展(かんきつ加工品, 鳴門わかめ, しいたけ加工品)

「ガルフード2023(UAE, R5. 2/20~2/24)」※3年振りのリアル出展(「ハラール牛肉」(初), かんきつ加工品)

②越境ECサイトバイヤーとの商談設定及び販売プロモーション

コロナ禍をきっかけに購買形態として定着した「越境EC市場」の更なる開拓を実施。

・日本貿易振興機構(JETRO)と連携し、シンガポール・マレーシア向け越境ECバイヤーとのオンライン商談:16社

・食材宅配最大手Oisix香港上での販売プロモーション:3回開催

③新たな市場の開拓

「とくしま三ツ星ビーフ・ゴールドスター」(黒毛和種)のデンマーク輸出を開始(R4. 1), フランス輸出を実現(R4. 10)。



シラ2023

ガルフード2023

令和5年度の取組(予定)

(1) 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サイトの活用等にチャレンジ。

(2) 輸出型産地の育成

「植物検疫」や「残留農薬」規制クリアのため, EU向けかんきつの輸出園地における植物検疫検査の補助や, 「海外向け栽培ガイドライン」の充実。

(3) 海外市場開拓に取り組む人材の育成

意欲ある事業者の海外展開を後押しするため, 販路開拓や市場ニーズへの対応, ハード整備など, きめ細やかな支援を実施。

⊕ 今後の方針について

喫緊の課題


「歴史的な円安」等に伴う
「原油価格」「物価高騰」への対応

「新型コロナ」の動向を踏まえた
「感染症対策」・消費喚起

「みどりの食料システム戦略」
の推進・環境負荷低減

「喫緊の課題」に切れ目のない対応

「ウィズコロナ」から「アフターコロナ」、
そして、未来への夢と希望が持てる「ポストコロナ新時代への幕開け」に向けた施策を着実に推進

 更なる飛躍に向けて！

千載一遇の好機

「いのち輝く未来社会のデザイン」として、SDGs達成等を開催の意義とする「大阪・関西万博」(2025年)

「万博といえば徳島」として国内外へ「とくしまブランド」の魅力を強力に発信

新たな取組として、「SDGs先進県の象徴」である「本県の食」を核に、地域の魅力と結びつけ、
「付加価値の高い食体験」へと「進化」させていく、「徳島ならではの食体験」の新たな機会を創出

「選ばれる徳島県産品」「もうかる農林水産業」の実現