

令和4年度「とくしまブランド成長戦略会議」議事概要

- 1 日 時 令和5年3月31日（金）午後2時から午後4時まで
- 2 場 所 県庁10階 大会議室
- 3 出席者
【委員】23名中 13名出席（金丸 芳会長ほか）
【県】農林水産部長ほか
- 4 議 題
(1) 会長選任
(2) 「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
(3) 意見交換
 《配付資料》
 - ・資料1 「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
 - ・「新時代を拓く とくしまブランド戦略」（本体版）
 - ・「新時代を拓く とくしまブランド戦略」（概要版）
- 5 議事概要
会長の選任があり、事務局から資料1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	委員各位の御協力をお願いします。 それではこれより議事に入る。 まず、議事1について、事務局より資料の説明をお願いします。
事務局	議事1 「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 資料1を説明
会長	ただいま、コロナ禍においても着実に取り組んできた継続的な取組や、アフターコロナで動き出した県外・海外への展開など、前向きな取組について説明があった。 令和5年度の予定では、2025年の「大阪・関西万博」を見据えた前向きな取組が目立っており、また、最後のまとめにも、万博について、徳島ブランドを強力に発信するチャンスとの説明があった。 今の説明を受けて、委員の皆様方と意見交換を行いたい。 全委員に発言をお願いしたいが、お一人3分程度を目安に、御意見、御提言、御質問等々お願いしたい。 各分野に分け、私が指名する形をとりたい。 ではまず、物流の関係のお立場から、お願いします。
委員	昨今、徳島県にとって大事なすだちが手に入らなくて、この間

行った、上等な料理屋でもレモンが出てきた。

私は、以前からすだちをもっと消費してもらうため、料理屋に対し「すだちを輪切りにし、かつお節をかけ、オリーブオイルをかけてカルパッチョのように食べるとおいしいよ」と提案し、定着しつつあったのだが、それどころか、刺身にかけるすだちもないと。「物流」というよりも「流通」の面でなにか工夫を考えておかないと、これだけ手に入りやすくなると評判を落としてしまう気がする。

会長 そういえば今年、すだちをいただいたことがないと思う。それだけ少なくなっているのだろう。

委員 今は価格が非常に高く、1 kg のパックが1万円もすると聞く。早くに出るハウス栽培も少し出回ってきているようだが、それでもやはり、相当高いとのこと。

事務局 今年は隔年結果の年、いわゆる「表」「裏」があり、令和4年産は「裏年」であったこと、温暖化の影響、令和3年産が非常に多くなり木が疲れていたことなど、複合的な要因で特に少なかったと分析している。

委員お話しのとおり、物が少なければ高価になり、県民ですら手に入らなかったり、「消費離れ」が懸念されるどころ。

そういうことがないように、生産現場での安定供給、安定生産のため、令和5年産に向けて、普及組織、研究機関組織、そしてJA等の関係機関各位と連携を図りながら、生産者への栽培講習会など、今まで以上に留意した木の管理をするよう、指導・普及をさせていただいている。

そういった取組により安定供給を図り、すだちが全国、そして世界に誇れるよう、しっかりと生産基盤を固めてまいりたい。

委員 人流、物流増につながることに、質問と意見を述べさせていただきます。

まず、資料1の7ページに「徳島ならではの新グルメの開発」と説明がある。私はこれに大賛成で、非常に興味がある部分なので、質問させていただく。

この「新グルメの開発」にあたり、どういう取組計画を考えているのか。2025年の「関西万博」というものが一つの契機になるということだが、2025年に新グルメを発表するのか、その前から仕掛けていくのか。

また、3ページ「農林水産業の担い手確保」に関することで、人口減に伴う「農業の担い手」という問題はどこの県でも課題となっているが、長期的に農業を担ってもらうためには、興味を持ってもらうということが重要なのかなと思う。その点において、他県で取組がされている、観光しながら少し就農ができるような仕組みの一方、就労環境を整備していくことが担い手の増にもつ

ながると思うので、少しずつ導入を考えていただけたら。

事務局

「新グルメ」について、徳島県は山、川、海と豊かな自然のもと、おいしいものがたくさんある。これまでも「徳島ラーメン」はかなり広まったが、「徳島に来て何を食べたらいいのか」「何を買って帰ればいいのか」、こういった声をたくさん聞くことがあり、大阪・関西万博に向け、徳島県のキラコンテンツとなり得る「新グルメ」の開発を、有識者を交えながら進めて参りたい。

スケジュールとしては、来年度5月にも会議を立ち上げ、様々な御意見をいただきながら、商品を開発し、試作を、秋に予定している「食の博覧会」、こういったところでお披露目できればと思っている。「新グルメ」には、皆様それぞれに御意見あるかと思うので、忌憚のない御意見をいただき、徳島ならではの「新グルメ」を開発したいと思っている。

会長

方向性はまだ決まっていないということか。委員各位も御意見を寄せていただければありがたい。

続いて、生産者及び関連団体のお立場から御意見を頂戴したい。

委員

勝浦町でみかんを栽培している。生産者の立場で、疑問に思ったこと、取り組んでいただきたいことに意見を言わせていただく。

1～4ページ「強靱な園芸産地」で、最初に思ったのが、中山間における支援や取組が、なされていないのではないかと。

特に、中山間では獣害がとてつもなく、令和5年度の取組として、育苗などの実装を予定されていると思うが、中山間において苗を育てるとき、シカに食べられるなど、獣害でそもそも苗が育たない場合があるので、山から畑にシカやイノシシが下りて来ない対策をしなければならない。一農家が対策をしようとする、自分たちの畑を守るだけになってしまい、生産地全体のことを考えると、山から下りて来ないよう大きなネットを張らないといけませんが、そのお金がない。「じゃあ誰がやるの?」という部分で、できている地域、できていない地域がある。獣害をもう少し大きく考えていただきたい。

もう一点、私は「慣行栽培」を行っている。県はSDGs、サステイナブル、エシカルに取り組んでいるが、慣行栽培の人たちが取り残されてしまっていると感じていて、「あいさい広場」での「オーガニック・エコフェスタ」にも参加したが、誤った知識により、「慣行栽培＝農薬を使っている＝悪である」というふうに言われたりもするので、そういった部分へのフォローも意識していただきたい。

あともう一点、スマート農業で、生産者からすれば、農作物が大きな影響を受けるのは天気。私も天気アプリを4つくらい入れていて、国の気象情報もきちんと見てはいるが、特に山なので予想が外れることが多いため、県として天気の予測に力を入れたら、全ての生産者がすごく助かるし、慣行栽培農家も、天気によって

左右されず、農薬の削減に向かえると思うので、天気予測の精度の向上も、ぜひスマート技術の中に入れていただきたい。

事務局

ひとつめの「鳥獣被害の対策」について、県も「捕獲」と「防護」を車の両輪として進めているところ。

おっしゃるとおり、シカが増えてきており、「捕獲」について市町村とともに対策を進めており、昨年度は、シカとイノシシを合わせて2万4千頭と過去最高の捕獲頭数となった。

御質問の「防護」対策について、県では、農林水産省の「鳥獣被害防止総合対策交付金」を活用し、3戸以上の方が共同で柵を設置される場合に、その設置費用を市町村を通じて補助している。

これは、柵の材料費を「定額」で補助し、生産者は負担なしに設置できる制度で、市町村の鳥獣被害担当課が窓口。

1戸しかない場合でも、対象とする独自の事業を持っている市町村もあるので、御相談していただきたい。

「捕獲」、「防護」のほかに効果的なのは、「集落環境対策」、集落の中にある「放棄果樹」や「耕作放棄地」がシカの餌場になるので、減らしていくという対策。集落ぐるみの取組への支援事業もあるので、一度、集落や地域の方とお話しいただいて、普及センター、市町村などに御相談いただけたらと思う。

事務局

慣行栽培と有機栽培というお話があった。確かに、JA 東とくしま管内はオーガニック・エコフェスタの実施など、有機栽培に非常に力を入れて取り組んでいる。

国も、今後2050年に向け、耕地面積の25%を有機農業に広げていくという画を描いており、SDGsの取組等含め、今後注目されると思うが、県としても「慣行栽培は決して悪ではない」、「安全な農薬を使い、安全な品物を出していただいている」ことは、しっかりとPRしていきたい。

会長

天気予測については。

事務局

「スマート農業」につきまして、どうしても、平地の方の開発、実装が先行しているというのは、我々も認識しているところ。

中山間、「条件不利地」でがんばって営農なさっている方々、マンパワーが低下していく中で、スマート農業のこれからの技術開発、技術実装を、マンパワーとの両輪でしっかりとサポートしていく必要があるかと考えている。

中山間におけるスマート化の遅れに対し、国、関係メーカーも研究を重ねており、県しても、実装に向け、できるだけ早くサポートができるような体制に持って行きたい。

会長

どうしても徳島は中山間部が多い。さきほど言われたように、交付金、補助金等々があるので、ぜひ御相談していただければ。

委員

8 ページで県内PRについて書かれているが、農業をやるうえで、肥料や燃油、機械類みんな高騰しているにもかかわらず、農産物の価格が一定、上がっていない状況。

給与が上がりがつつあるといえども、「安さは正義」がいまだに続いている中で、農業者や産地を守っていく、徳島県産をあえて、高くても選んでもらえるというような取組、万博にかこつけるのもいいけれど、その他の面でも、こんなことをやっていきたいとか、今こんなことを考えているというのがあれば、お教えいただきたい。

事務局

「適正価格」は、今後、農林水産業、地域産業の生産者にとっては欠かせない御苦労だと思う。国でも議論がされており、そこも注視しながら、政策提言などを考えている。「PRで」ということでは、徳島県産の農林水産物に、付加価値を付けて販売できればと考えている。ただ、まだこれといったところがないのが実情のため、今後、御意見をいただきながら、進めて参りたい。

委員

昨年の今頃はコロナの影響で「阿波尾鶏」の冷凍在庫が大量にあった。県の取組のおかげで、なんとか正常に取り戻すことができた。ありがとうございました。

輸出について、今年は「阿波尾鶏」中心に約28トン、昨年度の約115%の輸出を見込んでいる。香港・マカオは伸びる余地があり、これからも輸出を強化していきたいので、御支援をしていただきたい。

新しい輸出先として、ベトナムにサンプルを送ったり、色々やりとりをしているが、なかなか商売に結びつかない。今年こそは納品実績を結果として残せるように取り組んでいきたいので、御支援お願いしたい。

次に、国内向けでは、令和4年度の取組で、富士そば向けにすだちや特製かき揚げを提供されたようだが、もし第三弾があれば「阿波尾鶏」をお願いしたい。

事務局

「阿波尾鶏」について、香港・マカオで販売されているということで、我々も参画している「とくしまブランド推進機構」というコンソーシアムもあり、現地での販路開拓、パートナーとなる会社とのマッチングなどの取組等、これからもサポートしていきたい。

またベトナムについても、パートナーを見つけることが一番大事かと思っており、一緒に取り組んでいけたらと思っている。

鳥肉については、衛生基準等の要件で、東南アジアでは輸出できる対象国が限られているため、二国間協議によって増やせるよう、国に提言を続けるとともに、求められる衛生基準を満たせる施設整備に支援をし、徳島県を代表する畜産ブランド「阿波尾鶏」を、世界で販路を拡大できるように取り組んで参りたい。

委員

つるぎ木材加工協同組合では、木材を100%活用することを経営理念とし、素材生産から木質チップ製造、植林をして木材をエコサイクルで回すということで、すべての木材を使うことを目指し、日々活動をしている。

新年度から、林業アカデミーの卒業生が入社することになっており、新たな担い手を組合で育てながら、林業を発展させていきたいと思っている。まだまだ林業の担い手は不足しており、山を見ると高齢化が進んでいるため、今後とも林業の発展のために御協力をお願いしたい。

「ウッドショック」の影響や、年度末の影響により、ここ数か月、木材の流通が滞っているように感じる。今後とも木材が安定的に供給されるように、組合としても取り組んでいきたいと思うので、御協力・御支援をお願いしたい。

事務局

委員から二点お話があった。

林業の担い手について、林業アカデミーには来年度、20名強の新規入学者が入ることになっている。また、報道にもあったが、三好市が環境税を使い、新たにアカデミーを作ることを発表している。林業アカデミー卒業生を雇用していただけること、本当にありがとうございます。担い手不足対策と一緒に取り組んで参る。

木材の流通について、資材高騰を受け、戸建て住宅の着工率が下がってきており、柱材とか流通材が落ち込んで来ているという状況。また、人口減少に伴い、戸建て住宅自体も今後減ってくるということも考えられるので、県としては、戸建てのみならず、中規模、今までRCであったものを木造に変えていくことで、新たな流通を生み出していきたいと思っているので、これからも御協力をお願いします。

会長

続きまして、市場関係のお立場からお願いしたい。

委員

私どもは市場における販売会社として、徳島の品物を、京阪神の市場において販売強化する取組を、17社の会社で構成する青伸会を通じておこなっている。

特にこの3年間はコロナ禍でリモートが多かったが、それでも青伸会の各量販店なり、各社の取引の量販店での販売を通じ、徳島県の販促をおこなってきた。今回、「阿波ふうどフェア」を3年ぶりに開催することができた。

いかに徳島の県産品を消費者の方に知っていただくか。「いちご」と言えば熊本か徳島か」とよく言われるが、「なると金時」は関西では有名だが茨城県、大分県など、糖度を好むようなかんしょが増えてきて、特に夏場は、「べちゃ系」の糖度のあるものを冷やして食べるのが、若い世代のブームになっており、徳島産のほくほくのサツマイモは苦戦している。

食育に関して、去年はコロナ禍でなかなかできなかったが、今年、「かんしょ」の植え付けの時期に学校で、小さいお子様に植え

ていただく、また、秋になれば「大根」を植えていただいて、年末に収穫、ということもやっていこうと思っている。

「阿波ふうどフェア」では、トラックも出していただいたが、令和5年度を迎えるにあたり、色々と問題が蓄積されている部分、特に2024年の輸送問題の中でも、徳島県産の青果物は関西の市場でのウエイトを高めて販売をしていかなければいけないという気持ちが各社に強くあるので、とにかく昨年度以上の販売強化を図っていききたいと思っている。

事務局

コロナが開け、これからは市場の皆様にも徳島県の自然豊かな産地を見ていただける機会も作って行きたいと考えている。

それから、現場では市場への安定供給が一番かと思うので、そういったところも努力しながら、市場ではできるだけ高く売っていただけるとありがたい。引き続きお願いする。

委員

アクセルを踏み込みたいのにブレーキを踏まなければいけなかったこの3年、熱い思いを秘められて虎視眈々と狙ってこられて、この令和5年度いくぞ、という決意を強く感じた報告内容だった。なので素直に大いに頑張ってくださいたい、エールを送りたい。

「しなやかな販売戦略」で、関東の蕎麦文化にうまく入り込んだ、名代富士そばの取組が素晴らしい。「すだち」や「なると金時」はどうしても高価なものとして認識されているため、どうしても大衆には訴求しにくい。そこを、蕎麦の具材で召し上がっていただくことで、普段の生活の中で商材を紹介し、ご利用いただけたというのは大変有用で効果的な取組と感じた。

また、徳島のシンビジウムと聞くと、お花だけでなく人気のインフルエンサーが連想される、広く伝えやすい有利な環境があるので、花手水もよく考えられたなど、この2点感心している。

「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について、脱炭素というのは「あちらを立てるとこちらが立たない」という矛盾が生じがちで、大変難しいところがある。

化石燃料削減技術の「保温性の高い資材」これが化石原材料を使用しているのか使用していないのか。また、「多段サーモや循環扇」のエネルギーは電気だとして、それは再生可能エネルギーなのかどうか、結果として全体で脱炭素を実現できるバランスのとれた意味ある取り組みなのか、質問したい。

こういったところは大変難しいと思う。脱炭素を実現するための実装という高い目標を掲げ、ブランド戦略を推進する両輪を回すことを、私も興味を持ってこれからも応援したいと思う。

事務局

まず、花手水についてはコロナ禍、イベントの減少で花き需要が非常に停滞している中で、消費拡大を図るため、県の神社庁と連携し、花きの新たな活用方法を、花手水を通じ一般消費者へのPRに取り組んだところ。今後も神社庁と連携を図りながら、こういった形で継続していけるか協議していきたい。

もう1点、化石燃料削減技術でご質問いただいた。

「保温性の高い資材」については、例えば施設栽培でボイラー加温を行う際、燃油や重油、化石由来の燃料を使用するが、ビニール製の資材を一重よりも二重にし、保温効果を高め、重油等の燃料を少しでも減らすという取組。ただ、資材等は石油等に由来するものを使っているのが現状。

「多段サーモや循環扇」は電気を動力としている。多段サーモは、センサーを施設内に数カ所つけ、室温に偏りのないようにすることで燃費をよくするもの。循環扇も、扇風機のようなもので風を送り施設内を一定の温度にし、燃油削減につなげるもので、全体的なCO₂削減効果までは分析できていないが、暖房器具の燃油使用量を大幅に削減するという狙いで、生産者の導入を支援したところ。充分なお答えにならなかったかもしれない。

会長

動力というものはハウスである以上、ゼロにはできないので、ご苦労されていると思う。今後の技術開発に期待したい。

委員

日本では今、「アフターコロナ」と言われているが、海外市場はそもそもコロナ禍があったこと自体、忘れ去られている感じと聞いており、通常化のスピードは我々が想像しているよりかなり速く、これから需要はどんどん拡大していき、中国人が世界中動き出すというような状況で、消費にどう食らいついていくか、というところで徳島県産品について、我々も一緒に輸出を頑張っていければと思う。

ハラル和牛について。'21年の県庁が発表した輸出統計では約30億円達成、そのうち約3割がハラル和牛、それも東南アジアのマレーシア、インドネシアへの輸出が徳島県としての食品輸出金額の柱になっている。現状、特にマレーシア向けは、他県の輸出・と畜事業者が自然災害の被災などで現状対応できず、徳島県が独占的な立場になった理解している。我々も、マレーシアで徳島の和牛は非常に評価、需要が高いと聞いており、ブランドが確立化の状況にあるのかなと思うが、被災された事業者も来年度には工場が再建され、他県でもハラル認証を取ろうと動く事業者がかなりいると聞いている。

今は、東南アジア、イスラム国の和牛市場は徳島県にとってブルーオーシャンだが、これから国内の競合他社が参入してくるという状況にあるので、ブランドを維持する具体的なアイデアがあるなら教えていただきたい。逆に、維持したうえで、中東方面にさらに展開していければと思っている。ぜひとも、今の東南アジアでの徳島県産ハラル和牛のブランド維持にも比重を置き、輸出金額を少しでも伸ばすべく取り組んでいただければ。

事務局

ハラル牛の今後の展開について、これまでマレーシアでは飲食店でのハラル牛を使ったフェアということでプロモーションに協力させていただいた。今後はインドネシアを考えているが、現状、

少し輸出している感覚では、まだまだインドネシアの所得水準からすると、和牛は非常な高級品であり、マレーシアほど市場は開拓されていない。

インドネシアは、人口も非常に多く、平均年齢も若いということで、今後有望な市場であり、今はロース系の高級部位の輸出が多いということだが、ロース以外の部位も含め、総合的に収益が取れるようにしていきたいという事業者のお考え、それに対し県も支援したいと考えている。それから、中東へも販路を拡大していきたいという意向なので、今後も販路の拡大に県としても協力したいと考えている。

会長 徳島県のハラルは大変レベルが高いと私も思っているの、県には今後、さらなる努力していただきたいと要望したい。
金融機関はじめ有識者の方々のお立場から御意見を賜りたい。

委員 戦略の認知の方法について教えていただきたい。営業店の方からお客が困っている事例としてよく挙げられるのが4点、一つが「自社製品のブランディング」、一つが「補助金の活用」、一つが「人材の確保」、一つが「販路拡大」。それらはここに書かれている情報で解決できる。ということは、事業者が十分に認知していないのではないか。事業者にどれくらいの割合で認知されているのかという数値化であったり、こういうプロモーションをすることで事業者に知られ、どういう効果があったかを数値に置き換えていくことが大事と感じるが、見解をお聞かせいただきたい。

事務局 PRは、県が一番苦手な分野。「成長戦略」は、ホームページで公開されているが、毎年度の事業を組み込んだブラッシュアップができていない。事業者もこういったものを見ながら、県の支援やできるものがあると思うので、そういったところを改善していきたいので、引き続き御意見をいただきたい。

委員 先週の日曜日、徳島県と連携し、ターンテーブルを活用した販路拡大セミナーということで、たくさんの方に御来場いただき、開催できたことをまず御礼申し上げます。

それで思ったことだが、県は、ここにお越しの企業、団体との連携をされているとは思いますが、その連携が一对一であったり、少ない気がする。今回のセミナー開催の理由が、事業者に意見を聞くと、まだまだ「ターンテーブルっていけるの」とか、「渋谷の立地悪いんだろ」とか、ネガティブな意見が多い。経営状態も、しっかりと経営されているというところについて、正しい情報をお伝えしたいとの思いから。いくつかの企業や事業体がきちんと県と連携をすることによって情報発信をしていくということが今後大事になってくる。

また販路拡大においては、一つ二つの商談会等に出ても効果はなく、持続的に、県または事業体が連携し、サポートしていくと

ということが、ひとつの事業者の成長に大きく寄与してくるという点においては、我々も県と歩み寄っているいろんなことをやっていく必要があると思うので、ぜひ今後はこういった機会を多く作りながら、我々も積極的に提案していきたいし、県も阿波銀行をはじめ、徳島銀行や政策金融公庫、どんな金融機関もすべて使えばいいと思っているので、積極的なディスカッションをお願いします。

事務局

先日のターンテーブルのセミナーに参加し、「目からうろこ」の部分もあった。県内事業者があればどターンテーブルに興味を持っているところも再確認できたところ。

委員には六次化でも委員をしていただいているが、今後、我々の販売戦略の取組をはじめ、ここにお集まりの皆様にも御意見いただける場を作っていくことが県として大事と思っているので、まずは情報発信、それから意見交換の場を増やしたいと思っているので、御協力をお願いします。

会長

私もごもっともだと思う。大学も、こういうところに関わっているので、ぜひご利用いただくよう、お願いします。

委員

情報発信について、阿波ふうどスペシャリストとハッシュタグが非常に増えている状態ではあるが、情報の発信にばらつきがあると感じている。県のサイトに関していえば、もう少し明確に「何を目的に」「何を伝えたくて」「どういう行動をしてもらいたいのか」、目的をはっきりして発信すればいいと思う。情報共有は誰か一人がするのは難しいと思うが、非常に良い活動をされていると思っている。例えば、新宿の伊勢丹で一週間フェアを実施されたが、その時私は、東京に滞在しており、フェイスブックでたまたま県職員の発信を確認し、新宿に向かった。県のサイトを後で確認した際、情報が見つけれなかった。たまたまひとりの県職員の発信に気づいたから行ったが、非常にもったいないと思う。共有してこそ、情報の活用なので、そこは要望する。

二つ目、ターンテーブルが東京で営業しているものの、徳島県民が渋谷に行く機会は少ない。この前「阿波ふうど号」が「小松島のマラソン」の時に豚汁をふるまっており、私も行った。非常においしくて、県民がターンテーブルのことを、先ほどの御意見のようにネガティブに捉えていることがもったいないなと思ったので、県内において「阿波ふうど号」でターンテーブルのお料理とか食べられる機会があれば、みんなで発信していけたらと思う。

三つ目、スマート農業に関し、「AI ありき」だったり、画像認識が目的になっているのではないか。ドローンを飛ばして大がかりな何か、デジタルスキームがあつてというのも大きな文脈では大事だと思うが、すでに「RaspberryPi」だとか「Python」だとか、小学生でも学べる場所で、IoT の技術を使い、農業分野だけではなく、そういうチャレンジもしている。

総務省の事業で、徳島の小中学生とチームを組み、東京都とオ

ンラインでつなぐ二次予選に、メンターとして参加した。それも共有したいと思う。

事務局

ハッシュタグ、1万件を超えたと言っても、おっしゃるとおり、拡がりがない状況で、今後の利活用が課題だと思うので、引き続き御支援をお願いします。

また、ターンテーブルについて、「小松島マラソン」で豚汁を提供したが、今月26日、阿波銀行、ターンテーブルとコラボし、「とくしまマルシェ」にトラックを出動させ、同様に、ターンテーブルの料理長にお越しただいて豚汁を振る舞ったところ。天気は悪かったが、300食を超え、ターンテーブルの味を徳島県民の皆様にも味わっていただいたということで、ネガティブな印象を持っておられる方が多い状況ではあるが、どんどん払拭していきたいと思うので、あわせてお願いします。

委員

今後の方針で、「万博といえば徳島」として国内外へ徳島ブランドの魅力を強力に発信とあるが、「万博と言えば徳島、徳島と言えば…」何か、すごく楽しみにしている。

阿波ふうど繁盛店の「食べに行きたい徳島キャンペーン」について、我々は「食べる」ことを楽しみにしている。旅行では必ず、その地元のおいしいものを探す。そのなかで、「徳島に行った、あれを食べた、おいしかった」とSNSで広がるというのが重要。なので「食べに行きたい徳島」を作って欲しい。

徳島と言えば「阿波尾鶏」とか「なると金時」、「すだち」、「鳴門わかめ」、「徳島ラーメン」、学生に聞いてもそれくらいは出る。しかし、それ以上にもっと色んなものがあると思う。「地産地消」っていうところで我々が、何を若い人たちに伝えたいか。「徳島って本当に食の宝庫だよ」、「色んなものがあるよ」と教えたいけど、それをどこで知るかといえば、買物に行って「ああ、これ徳島のだ」と思う。だからもう少し、徳島産っていうことを消費者にアピールすることが必要。

「なると金時」にもその良さがあるが、ねっとり系の芋を焼いて割ると、それだけでスイートポテト。同じものでも、色んな改良であったり、その時々みんなが欲しいもの、流行があると思うので、「昔からあるからそれだけを突き詰めていく」のではなくて、新しい商品も必要ではないか。

「新グルメ」、キラーコンテンツがどういうふうになるか、ものすごく期待している。

それから「食育・地産地消」について、学校給食に阿波牛、ハモなどを提供したことがニュースになった。学校栄養教諭をしている卒業生に聞くと、阿波牛が献立に出た時、みんな奪い合って食べたという。徳島にはおいしいものいっぱいあるよ、ということで、学校給食を利用するというのはひとつの方法だと思うが、子ども食堂にお米を提供したり、色んなところで、もっと若い人たちに知ってもらおうということが必要ではないか。

それから先ほど、スマート農法が中山間地域ではなかなか普及できないとあったが、現在農業をされる方、超高齢化と言われていたなかで、新しいものを取り入れるのが資金面、導入方法で難しいかなと思うが、今現在、どういうことがどの程度普及しているのか、分かれば教えていただきたい。

事務局

「食べに行きたい徳島」、キラーコンテンツについて、「徳島といえば徳島ラーメン」とはなっているが、さらに、徳島に来た人が「ここ行きたいね」となるよう、徳島の食、それを育んだ徳島の風土、これもあわせて発信できるような体制にしていきたいので、ご支援いただきたい。

「食育・地産地消」について、委員お話のとおり学校給食等で和牛とかハモが出て、子ども達が喜んだということは、お聞きしているところ。提供に至った経緯としては、コロナ禍で高級食材の消費が停滞し、生産現場が非常に厳しい経営状況に至ったということがあるが、委員お話のとおり子どもたちに食材を知ってもらえる、味わってもらえる、非常にいい機会になったと認識している。また今後、このような取組をできるかどうか、予算的な部分もあるため、国の予算等を見ながら、できる限り取り組んでいきたいなと思っている。

さらに、物の提供以外にも、市町村や学校関係の機関等に対し、今現在、「すだち」や「なると金時」など25品目くらい、簡単な数分程度の動画を作成し、学校現場、あるいはWEBに掲載することで、教育の場、お子様に見ていただきながら、物を知ることが当然として、生産者、生産風景、苦勞、生きがいを知ってもらうのも重要かと思っておるので、動画、情報発信、チラシ等も含め、さらに一層充実させ、「食育・地産地消」のさらなる推進につなげていきたいと考えている。引き続きご協力をお願いします。

委員からスマート農業についてご意見、ご質問いただいた。

スマート農業というのは日進月歩で、様々な機器が現在開発中であつたり、すでに実装中だつたりする。そのような機器の発展ももちろんだが、おっしゃられるとおり、しっかり機械を扱えるかどうか、人材が非常に重要な要素となっている。この点、各農家が色々習得する部分もあるが、県としては、「アグリビジネスアカデミー」を運営しており、ドローンの研修を受けることができたり、例えば、「施設園芸アカデミー」では、いわゆる「施設園芸ハウス」の温度、二酸化炭素濃度、湿度、そういった環境制御技術を学ぶことができる。

新技術が次々と出てきているため、それらをすべて網羅し講習するのはかなり難しい。しかし、人材の育成は非常に重要と思っているので、できるだけ対応して参りたい。

また、どの程度導入しているのか、数値的なご質問もいただいた。県では、スマート化技術、機器の導入を経営体単位で管理し

ており、数字は少し古いが、令和3年現在で63経営体がスマート機器を導入していると把握している。

導入についても、県事業、国事業を活用し、順調に進めているところ。先ほどお答えしたとおり、導入については様々な補助事業や支援等があるので、ご活用をおすすめする。

農林水産部長

1点補足させていただく。委員の皆様から「新グルメ」へのご期待の声をいくつか頂戴し、この政策の重要性を改めて実感した。スケジュールについては御説明のとおりだが、どういうものにしていくべきかについては、ご論議いただきながら、進めたい。

「徳島ラーメン」については、徳島県にとって非常に重要なコンテンツだと思うが、徳島の誇る生産物がどの程度具材に使われているのか、という観点もある。

今回の「新グルメ」に関しては、徳島の誇る農畜水産品を使ったものにできないか。そういう軸足も大事に、ご意見をいただきながら生産者、徳島県の文化・観光にとって良いものにできればと思っている。その選定過程、議論の過程についてはできるだけ「見える化」することで皆様に関心を持っていただければ、と思っているので、委員各位にも引き続きご意見ご協力賜りますようお願い申し上げます。

会長

委員各位には、貴重なご意見をありがとうございました。予定の時間になったため、意見交換を終了させていただく。

徳島県は、ブランド推進のため、様々な戦略を構築し、それを実行しているが、今日の委員各位のご意見を聞くと、さらにやらないといけないことがあり、また、細やかさが必要ではないかと思う。私から意見を言うことがほぼ無いくらい、色んな意見を頂戴した。私としては、生産現場の方々が力をそぎ落とされない、力が十分ついていくような取組を認知していただき、ご活用いただければ一番良いかなと思う。県においては「大阪・関西万博」が目の前にあるので、チャンスと捉え、確実に関係者と連携し、徳島ブランドの強力な発信を実現していただいて、徳島県産農林水産物の販売拡大に取り組んでいただきたい。これが委員会の提言である。

以上で、予定の議事はすべて終了した。委員各位、県各位のご協力に感謝申し上げます。