

# 海部産品販売戦略

平成19年11月

海部産品販売戦略協議会

## 目 次

策定の趣旨	1
海部地域の農林水産業を取り巻く現状と今後取り組むべき課題	2
1 データで見る農林水産業の実態	2
(1)弱体化する生産基盤	2
(2)環境の変化	3
2 今後取り組むべき課題	4
販売戦略の展開	5
1 基本理念	5
2 実施期間	5
3 推進体制	5
4 今後の展開方向	6
(1)海部産品の特長等を活かした販売戦略の展開	6
(2)地産地消活動の強化による販売戦略の展開	6
(3)新たなチャンネルを活かした販売戦略の展開	6
5 戦略の体系	8
戦略の検証	10
資料	11

## 策定の趣旨

海部地域の農林水産業については、農林漁業従事者の高齢化や農林水産物価格の低迷等により、農林水産業の産出額等は減少の一途を辿っています。

このような状況のなか、引き続き消費地域への安定供給を目指し生鮮供給基地としての位置づけを維持しながら、新たに『地産地消』の取り組みを強化することで、農林漁業者の所得確保を図ることが急務となっています。

このため、これまでの取り組みに加え、海部郡内外の飲食店等における海部産品の利用促進と販売の多チャンネル化を図るとともに、体験型交流の定着により農漁村の活性化を目指す「海部産品販売戦略」をここに定めます。

海部地域の農林水産団体、企業、商工会、行政等が連携し一体となって、「海部産品販売戦略」に基づき、直接消費者等に海部の魅力と海部産品の良さをアピールするとともに、海部地域の農林水産業の活性化に向けた取り組みを積極的に展開します。

# 海部地域の農林水産業を取り巻く現状と今後取り組むべき課題

## 1 データで見る農林水産業の実態

### (1) 弱体化する生産基盤

海部地域における2005年(平成17年)の第1次産業就業者数は1,934名で、1995年(平成7年)に比べ781名減少しています。産業別就業者数に占める第1次産業就業者数の割合は17%となっています。

農業産出額・漁業生産額は減少傾向にあり、2005年の農業産出額は31億円と1995年に比べ8億円減少しています。また、漁業生産額については、35億円と1995年に比べ10億円減少しています。

また、主な農産物の作付面積の推移を見ると、ブロッコリーを除いてすべて減少しています。

1995年と2005年を比べるとその減少率は、にんじんで86%、ねぎで67%、きゅうりで39%、水稲で24%となっています。

産出額や作付面積等の減少に伴い、農家1戸当たり生産農業所得、1経営体平均漁獲金額とも減少傾向にあり、特に、旧海部町では2005年農業生産所得は1995年と比べ58%と大幅に減少しています。

このように、農林水産業の生産基盤は弱体化しています。

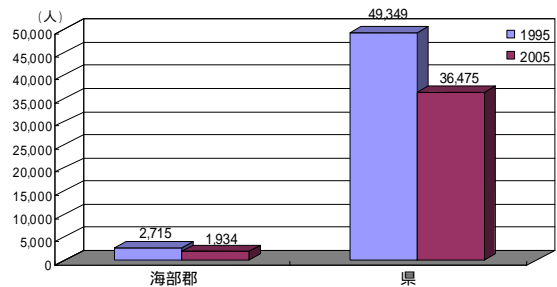


図1 第1次産業就業者数の推移

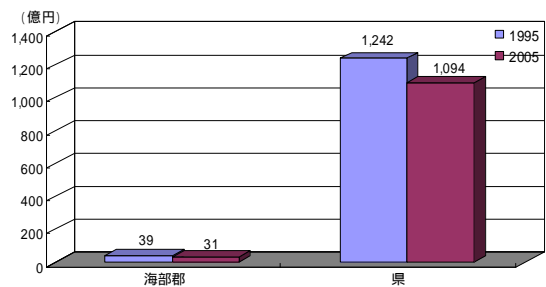


図2 農業産出額の推移 (資料:「徳島農林水産統計」)

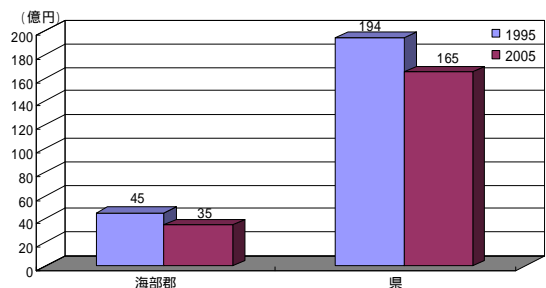


図3 漁業生産額の推移 (資料:「徳島農林水産統計」)

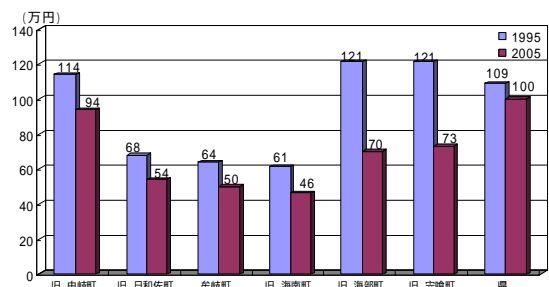


図4 農家1戸当たり生産農業所得の推移 (資料:「徳島農林水産統計」)

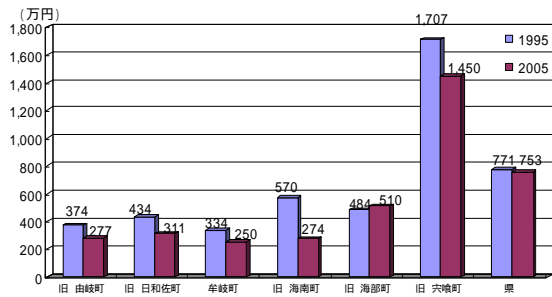


図5 1経営体平均漁獲金額の推移  
(資料:「徳島農林水産統計」)

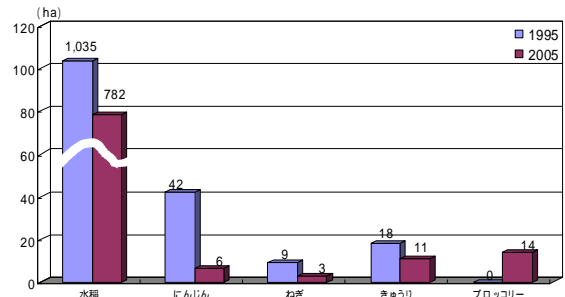


図6 主な農産物の作付面積の推移  
(資料:「徳島農林水産統計」)

## (2) 環境の変化

海部地域で生産された農林水産物の多くは、京阪神等の卸売市場に出荷されています。しかし、輸入農産物等の増加や量販店等の産地直接仕入れ等により、卸売市場経由率は低下傾向にあり、農林水産物価格も下落傾向にあります。

全国的な傾向として世帯構造やライフスタイルの変化や女性の社会進出などにより、調理時間の短縮と簡便化傾向が強まるなか、国民1人・1年当たり供給純食料は減少傾向にあります。特に魚介類については、2005年では34.4kgと1995年に比べ12%減少しています。

また、消費者の食の安全に対する関心が高まっているなか、安全・安心な食品の供給はもちろん、消費者と生産者の顔が見える関係づくりなど信頼構築が必要です。

このように、流通や消費形態が多様化するなか、消費者ニーズ等に即応した農林水産物の供給が求められています。

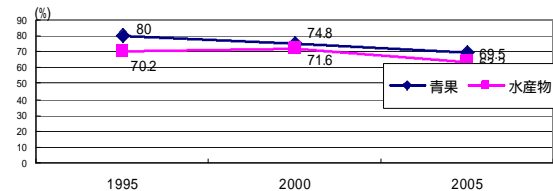


図7 卸売市場経由率の推移  
(資料:「農林水産省卸売市場室調べ」)

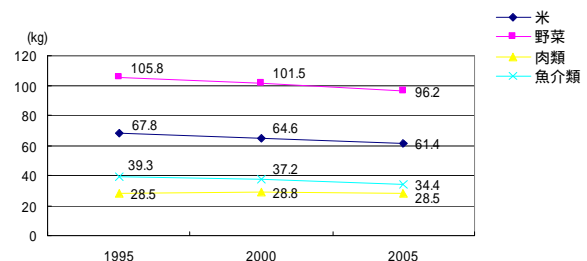


図8 国民1人・1年当たり供給純食料の推移  
(資料:農林水産省「食糧需給表」)

## 2 今後取り組むべき課題

海部地域における農林水産業の持続的な発展を図るためには、生産性の向上やコスト削減の取り組みをより一層促進するとともに、消費者ニーズに即応した新たな需要の拡大を進め、消費者が価格や品質に納得し、安心して購入できる体制づくりが重要です。

このため、地域で生産されたものをその地域で消費する「地産地消」活動を促進するとともに、海部産品の特長を活かした販売展開、地場農産物の直売所や地元量販店での販売拡大、学校給食等への利用促進、消費者ニーズに対応した販売の多チャンネル化などの課題に対し、地域の創意工夫を活かした「販売戦略」が必要です。

## 販売戦略の展開

### 1 基本理念

「海部地域の豊かな自然により育まれた  
安全・安心な海部産品を新鮮さをそのままにお届けします」

海部地域で生産(漁獲)された農林水産物など海部産品を消費者の方々にやっぱり「海部」と評価していただけるように、安全・安心はもとより、新鮮さにこだわった供給に努めます。

また、農林水産業と他産業との交流を進め、より多くの機会を通じて海部産品が利用されるよう努めます。

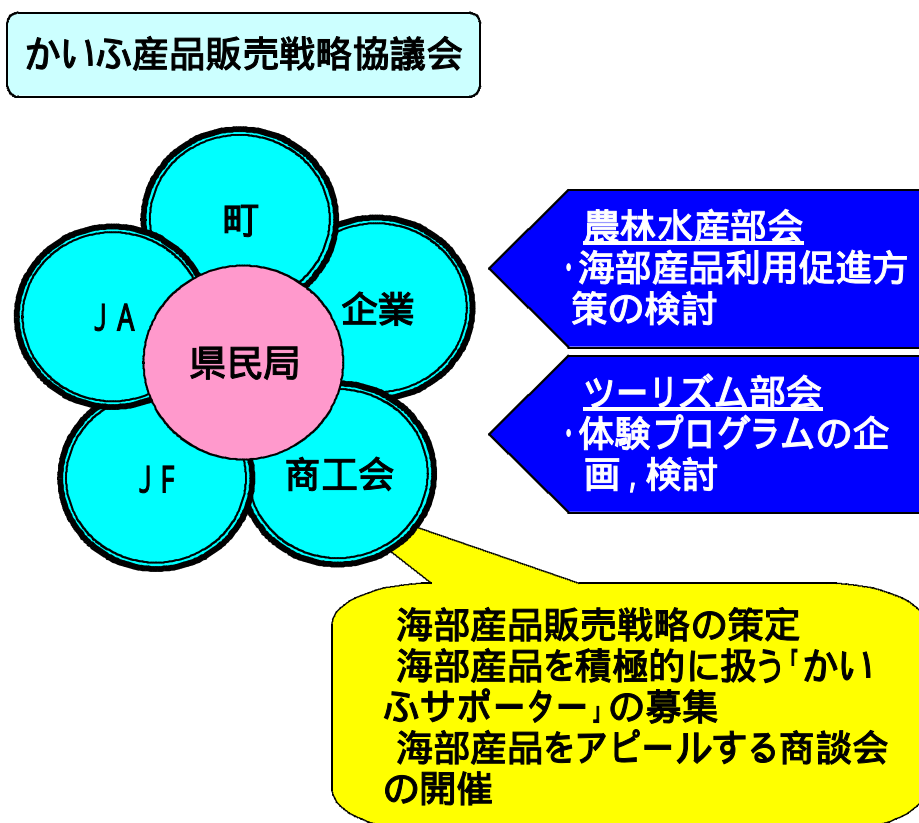
### 2 実施期間

平成19年度から平成20年度までの2年間

### 3 推進体制

海部地域の町、農林水産団体、商工会、行政などが参画した「海部産品販売戦略協議会」を設置し、販売戦略の策定と効果検証を行います。

具体的な取り組みについては、販売戦略を受け持つ農林水産部会、体験型交流を促進するツーリズム部会を設置し、戦略を展開します。



## 4 今後の展開方向

海部産品の利用促進と体験型交流の定着を図るため、次に掲げる販売戦略を展開します。

### (1) 海部産品の特長等を活かした販売戦略の展開

海部地域は「イセエビ」、「アワビ」、「アオリイカ」などの水産物のほか、全国有数の地鶏「阿波尾鶏」の出荷量県内一の産地です。このように、既に消費者の方々に  
たとえば「海部産」と言われる「売れる海部産品」を核としながら、海部地域において生産量(漁獲量)が多い品目や生産量は少ないが海部らしさのある品目などを「次に売り込む産品」として利用促進を図ります。

具体的には、海部産品を積極的に扱う飲食店等を「かいふサポーター」として募集、登録し、飲食店等での利用を促進するとともに、「かいふサポーター」において提供されるメニューなどに「海部産」と表示するなどの取り組みにより、海部産品を広くアピールします。

また、異業種連携による商品開発や販路拡大を推進します。

**【数値目標】 かいふサポーター登録店舗数 0店舗 50店舗**

### (2) 地産地消活動の強化による販売戦略の展開

「地元でとれたものを地元で消費する」地産地消の取り組みが脚光を浴びています。

海部地域においても「道の駅日和佐」等の直売所やスーパーの産直市などにおいて地元の農産物が販売されています。

このように、市場出荷から地産地消活動を促進することで流通コスト等が削減され、安定的な価格形成が可能となり、ひいては農林漁業者の所得確保が期待されます。

さらに、直売施設等における販売促進や学校給食等への利用を促進することで、地域で生産された海部産品であるという価値と海部産品に対する認知度を高めることで、より一層消費拡大が図られるよう取り組みを強化します。

**【数値目標】 直売施設等における販売額 212百万円 230百万円**

### (3) 新たなチャンネルを活かした販売戦略の展開

インターネット等の急速な発達により「こだわり商品」などがネット上で販売されるなど、流通、販売は多様化しています。

このようななか、海部産品の価値が消費者に評価され、多くの商品の中から選

択，購入されるには，市場動向や消費者ニーズ，海部産品に対する評価等を分析しながら，新たな販売チャンネルを模索するとともに，的確な情報発信が重要となっています。

これまで，JAやJF等においてネット販売等に取り組んできましたが，販売の一元化やネットワーク化により，手軽に海部産品が購入できるシステムづくりを進めるほか，海部産品をあらゆる機会を通じて購入したいいただくために，新たにアンテナショップの設置等を進めます。

さらに，海部地域の海，山，川の豊かな自然など消費者の海部に対するイメージを大切にしながら，インターネットやアンテナショップなどを活用し，海部産品や海部地域を常に情報発信することで，消費者に海部のイメージの浸透を図ります。

また，海部地域の豊かな自然資源を最大限に活かした体験型交流が進められており，これまでに水産業に関しては定置網漁や打ち網漁などの漁業体験に取り組んできました。

今後，体験型交流の定着を目指し，ツーリズムエリアの拡大に取り組むとともに，地域の宿泊施設とタイアップした海部産品や海部地域が味わえ，体感できる体験メニューの開発に努めます。

**【数値目標】 アンテナショップの開設      0店舗      1店舗**

## 5 戦略の体系

### 海部産品の利用促進

#### イメージ戦略

海部地域のイメージ構築

海部産品，海部地域の情報発信

#### 海部産品の特長等を活かした販売戦略の展開

「かいふサポーター」の募集・登録

サポーターが求める商品供給体制の整備

1次，2次・3次産業との連携強化

海藻産品の増産技術の開発，普及

#### 地産地消活動の強化による販売戦略の展開

地産地消活動の推進

産直市，学校給食等への利用拡大

#### 新たなチャンネルによる販売戦略の展開

アンテナショップ等による販売チャンネルの拡大

体験型交流との連携強化

戦略体系	具体的な取り組み	役割分担 : 主体 協力・支援			
		農 水 産 団 体	商 工 会	行 政	そ の 他
海部地域のイメージ構築	・海部地域のイメージづくりと消費者への浸透				
海部産品，海部地域の情報発信	・インターネット等情報ツールを活用した情報発信				

「かいふサポーター」の募集・登録	・海部産品を積極的に扱う飲食店等をサポーターとして登録(目標50店舗)				
サポーターが求める商品供給体制の整備	・売れる海部産品の販売拡大と売込む海部産品の利用促進 ・海部産品の販売戦略方針の決定 ・消費者ニーズの把握等マーケティング調査の実施 ・サポーターとの交流の場づくり ・産地での供給体制の整備 ・「海部産品を味わう」イベント等の実施による海部産品のPR				
1次，2次・3次産業との連携強化	・生産者と実需者との情報交換の場づくり ・異業種連携による商品開発，販路拡大				
海藻産品増産技術の開発，普及	・海藻類の増養殖技術の開発 ・ヒジキ，モズクの増養殖技術現場実証 ・アラメ資源量調査 等				

地産地消活動の推進	・地産地消の実践的な計画(地産地消推進計画)の策定推進 ・地産地消協力店の拡大 ・学校給食や農業体験活動等を通じた食育の推進				
産直市，学校給食等への利用拡大	・スーパーインショップの利用拡大 ・直売所等の販売額の拡大 ・学校給食や医療機関等への地元食材の利用促進				

アンテナショップ等による販売チャンネルの拡大	・アンテナショップ設置によるマーケットリサーチ ・ネット販売等による需要拡大				
体験型交流との連携強化	・体験型交流の活用と地域料理を味わい海部をまるごと体感できる交流企画				

## **戦略の検証**

「海部産品販売戦略協議会」において進捗状況を検証しながら、効果的な戦略の推進を図ります。

# 資料

# 1 海部産品販売戦略協議会規約

(名称)

第1条 この協議会の名称は、海部産品販売戦略協議会(以下「協議会」という。)という。

(目的)

第2条 協議会は、海部郡内外での海部産品の利用促進と新たな需要の創出を図り、農林漁業者の所得を確保するとともに、ブルーツーリズム活動など体験型交流の普及、定着等農林水産業の活性化に資する。

(事業)

第3条 協議会は前条の目的を達成するため、次の各号に掲げるものを行う。

- (1) 協議会及び部会の運営に関すること。
- (2) 海部産品のPRと利用促進に関すること。
- (3) ツーリズム活動の普及・定着に関すること。
- (4) その他目的達成のために必要なこと。

(構成及び任期)

第4条 協議会は別紙1に掲げる委員をもって構成する。

- 2 委員の任期は2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、その前任者の残任期間とする。

(役員を選任)

第5条 協議会に次の役員を置く。

- 会 長 1名
- 2 会長は徳島県南部総合県民局農林水産部長をもって充てる。

(会議)

第6条 協議会の会議は、会長がこれを招集する。

- 2 会議の議長は会長が行う。

(部会の設置)

第7条 協議会に海部産品の販売戦略を検討し策定するため、次の部会を置く。

- (1) 農林水産部会
- (2) ツーリズム部会
- 2 部会は別紙2に掲げる者をもって構成するが、協議内容によってはその他必要な関係者の参加を認めるものとする。
- 3 部会長は徳島県南部総合県民局農林水産部次長をもって充てる。
- 4 部会は必要に応じ部会長が招集する。

(部会の役割)

第8条 農林水産部会においては、次の事項を所掌する。

- (1) 海部産品利用促進の具体的な展開方法
- 2 ツーリズム部会においては、次の事項を所掌する。
  - (1) 体験型交流の企画及び展開方法

(事務局)

第9条 協議会の事務局は徳島県南部総合県民局農林水産部に置く。

(事業年度)

第10条 協議会の事業年度は、毎年4月1日に始まり、翌年の3月31日に終わる。

(細則)

第11条 この規約に定めるもののほか、協議会の事務の運営上必要な細則は、  
会長が別に定める。

附則

- 1 この規約は、平成19年7月6日から施行する。
- 2 設立初年度の事業年度は、第10条の規定にかかわらず設立總會の日から平成20年3月31日までとする。

(別紙1)  
海部産品販売戦略協議会

役職名	委 員 名	( 所 属 )
会 長	小 倉 公	徳島県南部総合県民局農林水産部長
委 員	西 沢 健二	牟岐町産業建設課長
"	栗 林 幸	美波町産業振興課長
"	谷 富 憲	海陽町参事兼産業観光課長
"	井 小 沢 俊	かいふ農業協同組合代表理事組合長
"	藤 天 元 健	海部水産振興会会長
"	濱 野 秀	海部郡広域商工業振興協議会会長
"	拓 夫	オンダン農業協同組合代表理事組合長
"	承 二 郎	株式会社漁火 取締役総括支配人兼総料理長
"		株式会社漁火 ホテルリビエラししきい支配人

(別紙2)  
農林水産部会

役職名	部会員名	( 所 属 )
部会長	梅 崎 康 典	徳島県南部総合県民局農林水産部次長
部会員	一 山 昌 之	牟岐町産業建設課主任
"	武 田 和 幸	美波町産業振興課課長補佐
"	歌 横 邦 夫	海陽町産業観光課課長補佐
"	横 伊 考 志	海陽町産業観光課主査
"	井 沢 元 豊	かいふ農業協同組合経済部部長
"	藤 井 木 健 二	海部水産振興会会長
"	岡 山 久 志	オンダン農業協同組合代表理事組合長
"	根 岸 芳 永	由岐商工会経営指導員
"	井 湊 元 一	日和佐商工会経営指導員
"	川 崎 善 弘	牟岐町商工会経営指導員
"	中 重 嘉 之	海南町商工会経営指導員
"	左 海 泰 弘	海部町商工会経営指導員
"	濱 承 二 郎	宍喰町商工会経営指導員
"		株式会社漁火 営業部長
"		株式会社漁火 ホテルリビエラししきい支配人

ツーリズム部会

役職名	部会員名	( 所 属 )
部会長	梅 崎 康 典	徳島県南部総合県民局農林水産部次長
部会員	西 沢 亀 広	牟岐町産業建設課課長補佐
"	別 宮 篤 生	美波町地域振興室係長
"	戎 田 元 健	海陽町産業観光課主事
"	井 元 健 二	海部水産振興会会長

## 2 「海部産品販売戦略」策定までの経過

月.日	会議名等	内 容
7. 6	海部販売戦略協議会 設立総会 場 所：海陽町海部庁舎 出席者：委員9名	海部販売戦略協議会の設立について 平成19年度事業計画(案)について
7.13	農林水産部会 場 所：南部総合県民局美波 庁舎 出席者：委員9名	「かいふ」を知っ得，なっ得，まると推進事業について 農林水産部会の活動について a 食材利用に関するアンケート調査について b 「かいふサポーター」の募集について 意見交換
10.29	農林水産部会 場所：南部総合県民局美波 庁舎 出席者：委員等10名	海部産品販売戦略（素案）について かいふサポーターの募集について 海部産品まると交流会の開催について
11. 7	ツーリズム部会 場 所：水産研究所 出席者：委員5名	平成18年度，平成19年度ブルーツーリズム 活動推進事業の報告 体験漁業等ブルーツーリズムの現状と問題点および今後の展開について
11. 9	海部販売戦略協議会 場 所：海陽町 遊遊NASA 出席者：委員9名	「海部産品販売戦略」(案)について かいふサポーターの募集について 海部産品まると交流会について