

## 展開方向Ⅲ 農産物の需要拡大

- 高品質で特色のある県産農産物のブランド化を促進するとともに、そのイメージアップを図るため、消費者や市場等への販売促進を強化するほか、様々なコンテンツを活用した効果的なプロモーション活動に取り組みます。
- 学校給食における県産食材の利用促進などにより、消費者や食品関連事業者に積極的に県産農産物を選択してもらえよう、地産地消を推進します。
- 地域資源として優れた県産農産物を活用し、新たな付加価値を生み出せるよう、生産者が加工や販売にも主体的に取り組む6次産業化を進めます。

### <施策>

1 戦略的な販売促進・情報発信の実践	①効果的なプロモーションの展開 ②農畜産物の販売力強化 ③農畜産物の輸出促進
2 流通の合理化・効率化	①集出荷施設等の再編整備 ②産地から消費地までの物流改善
3 地産地消の推進	①食や農に対する理解促進 ②県産農産物の利用促進
4 6次産業化の推進	①6次産業化に向けた取組みへの支援 ②他産業と連携した取組みの支援

### <指標>

番号	指標	現状	目標	目標値の考え方
1	小麦「さぬきの夢」取扱店舗数	85店舗 (R2年度)	210店舗 (R7年度)	うどん店やうどん製品製造事業者、菓子店舗等に対してさらなる積極的な働きかけを行うとともに、支援事業や消費拡大キャンペーンの実施による施策効果により、計画期間の前半を中心に新規店舗数をさらに拡大(当初2年間で119店舗)することとし、5年間で125店舗の増加を目指します。

2	【再掲】 ブランド農産物の 生産量	37,960t (H27~R元年度 の平均)	41,810t (R7年度)	出荷体制の確立により、需 要に応じた農産物の生産拡 大を目指します。
3	かがわ地産地消協 力店登録店舗数	351店舗 (R2年度)	410店舗 (R7年度)	年間12店舗の登録を目指し ます。
4	新たに6次産業化 や農商工連携に取り 組む農業経営体 数	118経営体 (R2年度)	168経営体 (R7年度)	現状値118経営体に年間10 経営体（直近5年間の実績） の新規取組みを目指します。

コラム⑦ 元気の出る農業を応援するキャラクターたち



香川のイチオシ農産物  
「さぬき讃」シリーズ

「さぬき讃」シリーズとは、香川県のおいしい果物「さぬき讃フルーツ」、旬や品質にこだわった県産野菜「さぬき讃ベジタブル」、高品質な県産花き「さぬき讃フラワー」を束ねたものです。

「さぬき讃」には、讃岐の「讃」、香川産や農産物の「産」、太陽の「SUN」、太陽が「さんさん」とふりそそぐ様子の「さん」、賛美の「賛」に加え、フルーツ・ベジタブル・フラワーを束ねた3品目の「3」の意味を込めています。



あぐりん

魅力あるかがわの農村で農業・宿泊を体験する「グリーン・ツーリズム」をPRしています。



讃太くん

かがわ地産地消運動推進キャラクターとして、県産農畜水産物の消費拡大を応援しています。



おいでまいちゃん

米の食味ランキングで「特A」評価を5回獲得した県オリジナル品種「おいでまい」をPRしています。

- 生産者や「さぬき讚サンはなやか（花野果）大使」などと一体となり、県内外主要市場でのトップセールス、県内量販店での「かがわ『旬のイチオシ』農産物フェア」などのプロモーション活動、ソーシャルメディア等を利用したタイムリーな情報発信を行うことにより、県産農畜産物の認知度向上や需要拡大につなげます。
- 市場駐在員や市場担当者等と連携し、消費者・実需者ニーズを明確化するとともに、産地へのフィードバックを行うことにより有利販売につなげます。また、「新しい生活様式」に沿って、ネット販売などに取り組む農業者を支援します。
- 「おいでまい」や「さぬきの夢」をはじめ、「さぬき讚フルーツ」・「さぬき讚ベジタブル」・「さぬき讚フラワー」を束ねた「さぬき讚シリーズ」や「オリーブ畜産物」などのブランド化を進めるとともに、鮮度や機能性などの強みを生かし、県産農畜産物の販売力強化につなげます。
- 「全国高校生花いけバトル」や花き文化の振興を通じて、県産花きの需要拡大を図るとともに、盆栽の魅力を積極的に国内外へ発信し、輸出拡大を図ります。
- 県産オリーブオイルは、品質管理体制の強化により、高度な信頼性を確保し、オリーブ畜産物は、効果的な販売促進や情報発信により、認知度の向上とブランド力の強化を図ります。
- 海外の現地ニーズなどの情報収集や輸出ルートの開拓を進め、生産者の所得向上につながる海外販路拡大に取り組むほか、輸出先国の規制やニーズに対応するためのロット確保、生産体制の構築、産地間連携、施設整備などを支援し、輸出産地を育成します。

## 現状と課題

- 国内人口の減少や新型コロナウイルス感染拡大の影響により、食市場の縮小や、国内の産地間競争の激化、新しい生活様式に沿った対応などが求められる一方で、国産志向の高まりにより、食品産業の3割が国内産地との取引を増やしたいという意向があるなど、変化する消費者・実需者ニーズに対応していく必要があります。
- 国内外の消費者に安全で安心な県産農産物を選択してもらえるよう、デジタルマーケティングを活用した効果的でタイムリーな情報発信や多様化する販売形態に対応できる体制づくりを強化するとともに、農畜産物を一体的に売り込むことにより、新たな需要の創出や消費拡大を図る必要があります。

- 本県の強みを生かした高品質な農畜産物について、県オリジナル品種の特性や機能性などの魅力を前面に打ち出し、他産地と差別化して高付加価値化を図るとともに、戦略的な販売促進や情報発信に取り組み、ブランド力を強化する必要があります。
- アジア圏を中心に拡大する世界の食市場の開拓に取り組んでいますが、世界的な新型コロナウイルス禍において現地への渡航やバイヤーの招へいが困難となるなか、新たな販路開拓手法の確立が急がれます。また、輸出先国によって異なる手続きや規制に的確に対応するとともに、生産量や品質が十分確保できないことによる機会損失を防ぐため、効率的な生産体制を有する輸出産地の育成に取り組む必要があります。

## 具体的な施策

### ① 効果的なプロモーションの展開

- ❖ 市場駐在員等と連携し消費者や実需者へのマーケティング調査により把握したニーズを明確化し、働きかけるターゲットや重視するポイントを絞ってアプローチすることで有利販売につながる販路拡大に取り組めます。
- ❖ 生産者に加え、「さぬき讚サンはなやか（花野果）大使」、「香川県食農アドバイザー」などの積極的な活動により、試食に頼らず、オンライン技術やSNS等デジタルマーケティングを活用した消費者ニーズの分析・可視化と、それらを生かした効果的でタイムリーな情報発信、さらには香川県産農畜水産物応援ポータルサイト「讚岐の食」や、うどん県の県産品紹介ポータルサイト「LOVEさぬきさん」を活用したネット販売など多様化する販売形態に対応した取引づくりを推進します。
- ❖ 「おいでまい」や「さぬき讚フルーツ」、「さぬき讚ベジタブル」、「さぬき讚フラワー」を束ねた「さぬき讚シリーズ」について、県内外の主要市場でのトップセールスや県内量販店での「かがわ『旬のイチオシ』農産物フェア」、学校給食講座の実施と合わせて、愛称やイメージキャラクター、ロゴマークなどを活用しながら、SNSなど様々な情報発信ツールを利用することによる効果的なプロモーションを行います。
- ❖ ライフスタイルに合った花飾りの提案や花の効果効用のPR、新たな花き文化である「全国高校生花いけバトル」の開催を通じて、若い世代を中心に日常的な花飾りの定着を積極的に推進し、県産花きの新たな需要創出を図ります。



生産者とさぬき讚サンはなやか大使、県産野菜イメージキャラクター「ベジィさん」によるプロモーション

- ❖ 「おいでまい」や「さぬきの夢」、「さぬき讚シリーズ」、「オリーブオイル」、「オリーブ畜産物」など農畜産物のみならず、「オリーブハマチ」など水産物とも一体となり、効率的かつ効果的なプロモーション活動に取り組みます。

## ② 農畜産物の販売力強化

- ❖ 「おいでまい」を含む県産米については、「おいでまい」取扱店の登録促進、学校給食への利用促進を図るとともに、米の食味ランキングで「特A」を獲得した強みを生かし、消費拡大イベントを実施することによる、認知度向上、消費拡大を図ります。



さぬきの夢製麺講習会

- ❖ 小麦「さぬきの夢」については、しなやかで弾力のあるコシとモチモチした食感などのうどんの特長を製麺講習会等を通じて伝え、「さぬきの夢応援店」の拡大を図るとともに、うどん以外の活用方法の検討による新商品の開発を促進し、「さぬきの夢」取扱店舗を確保することにより、販売力を強化し、消費拡大を図ります。
- ❖ 果物については、「さぬき讚フルーツ」推奨制度を活用し、温州みかん「小原紅早生」やキウイフルーツ「香緑」など県オリジナル品種を中心に、糖度など一定の品質基準を満たしたものを「さぬき讚フルーツ」として高い品質をアピールするとともに、キウイフルーツ「さぬきゴールド」や「さぬきキウイっこ®」など機能性成分の調査・分析により、生活習慣病防止に効果の高いビタミンCやビタミンEなど消費者の購買意欲を向上させる強みを発信し、さらなる消費拡大を図ります。
- ❖ 野菜については、生産者がイメージアップ、品質向上を進めるために策定する「香川県産野菜イメージアップ計画」において認定されたものを「さぬき讚ベジタブル」としてPRするとともに、レタスのフィルム包装やブロッコリーの朝採り、氷詰め出荷による鮮度保持をはじめ、アスパラガス「さぬきのめざめ」など県オリジナル品種の特長を生かした販売展開や、ライフスタイルに合わせた個包装により付加価値を高めることで販売力の強化を図ります。
- ❖ 「さぬき讚フラワー」については、ラナンキュラス「てまりシリーズ」やカーネーション「ミニティアラシリーズ」などのオリジナル品種を中心に、日持ちがよく、豊富なカラーバリエーションを消費者にPRすることで販売強化を図るとともに、香川県産花きを積極的に取り扱う「香川県産花き取り扱い協力店」を認証し、県産花きの消費拡大を進めます。
- ❖ 県産オリーブオイルについては、IOC（国際機関・オリーブ・カウンシル）など国際機関との連携により、官能評価パネルなど品質管理体制の強化に取り組み、「かがわオリーブオイル品質評価・適合表示制度」の一層の信頼性と優位性

を確保し、効果的な販売促進活動もあわせて、消費者に国際基準を満たす確かな品質を伝えていきます。

- ❖ オリーブ畜産物については、第11回全国和牛能力共進会で「脂肪の質・日本一」として高く評価された「オリーブ牛」を「高品質なブランド牛」として、認知度を向上させるとともに、本県独自のオリーブ畜産物「オリーブ牛」、「オリーブ夢豚・オリーブ豚」、「オリーブ地鶏」のすべてを各種イベント等で一体的にPRを行い、一層の販売力の強化に努めます。

### ③ 農畜産物の輸出促進

- ❖ 輸出に意欲的に取り組もうとする生産者等のサポートと事業者間の連携を図ることを目的としたGFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）コミュニティサイトへの登録を進めるほか、海外のニーズや規制に対応したGFPグローバル産地計画の策定を支援します。
- ❖ ターゲットとなる国・地域ごとの輸入制度や嗜好、生産量等を踏まえ、戦略的に輸出品目を選定し、フェア等の開催を通じた認知度の向上を図ります。
- ❖ 現地バイヤーや輸出入業者との関係強化を図るとともに、現地商社等による代理商談やオンラインを活用した売込みを実施することで、多様な取引ルートの確保と商品の定番化を目指します。また、将来を見据え、今後の需要動向の変化に対応し、輸出用米等の新たな需要開拓にも取り組みます。
- ❖ 輸出先国の規制・市場変化・ニーズに対応できる産地の育成を目指し、国や関係機関と連携しながら、輸出先や品目に応じて病虫害防除等の栽培技術の確立を図るとともに、生産者や食品事業者等が行うロットの確保、生産・加工体制の構築、生産者・産地間の連携、海外との商取引で求められるHACCP等の国際認証取得に向け、食品事業者が行う製造施設の整備など、マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農業者等を支援します。
- ❖ オリーブ牛では、関係団体等と連携した海外におけるフェアや物産展の開催、また現地バイヤー・輸出入業者の開拓、招へい、関係強化に取り組み、知名度の向上と多様な取引先の確保を図ります。
- ❖ 盆栽では、高松市や関係団体等と連携を図りながら、盆栽の交流拠点施設「高松盆栽の郷」を核とした情報発信や交流活動を促進するとともに、バイヤー招へいやオンラインを活用した商談を実施することで、商流の確立・拡大を図ります。



EU輸出向け盆栽栽培登録地

## 展開方向Ⅲ 2 流通の合理化・効率化

- 生産者をはじめ、大都市圏の主要取引市場や運送業者等の流通ニーズに対応し、拠点となる広域集出荷施設等の整備を促進するとともに、集出荷施設の再編整備や有効活用により流通の合理化・効率化を進め、県オリジナル品種などを核としたブランド農産物の競争力強化を図ります。
- 高騰する資材費や輸送費への対応や、持続可能な物流体系の維持のため、出荷ロットの確保とストックポイントの活用を進めるとともに、通い容器の普及、県内市場への出荷の推進、業務用途でのバラ出荷などを推進します。

### 現状と課題

- 流通現場におけるドライバー不足や、新型コロナウイルス感染症の影響による国内航空路線の運休、減便や機体の小型化による貨物搭載量の減少等により農産品物流がひっ迫しており、農産物を安定的に供給する流通体制の維持が困難になっています。また、物流コストも上昇していることから、流通の合理化、効率化を図ることが重要であり、集出荷施設の広域化など、産地の将来を見据えた再編整備が必要となっています。
- 特に、カントリーエレベーターや青果物集出荷施設等は、老朽化と広域化によるロット集約の遅れから、需要に応じた出荷量の確保が困難となりつつあります。
- さらに、安定した市場評価を得るためには、県外輸送に伴う鮮度低下を抑え、高品質なものを安定的に供給することが重要となっており、これまで以上に市場ニーズに即した出荷形態や定時・定量出荷、コールドチェーンによる鮮度保持の徹底などを実施することが求められています。
- 高松市中央卸売市場における県産青果物の取り扱いが3割程度と低調ですが、新型コロナウイルスによる外食産業への影響により、農産物の販売価格が伸び悩むなかで、輸送費、人件費、資材費など流通コストは上昇しており、農業所得を圧迫しています。

## 具体的な施策

### ① 集出荷施設等の再編整備

- ❖ 集出荷の再編整備については、出荷ロットの確保やストックコントロール機能による計画出荷、集出荷作業の効率化に取り組むため、広域的な集出荷施設等の再編整備や機能強化を支援します。



広域的な集出荷施設の整備

- ❖ 県内全域にわたる流通の拠点である高松市中央卸売市場の移転整備が計画どおり円滑に行われるよう支援します。

### ② 産地から消費地までの物流改善

- ❖ 青果物の鮮度保持と出荷作業の省力化を兼ね備えた出荷調整技術や、個包装など市場ニーズに即した出荷形態を検討し、さらに強みを増した出荷体制の確立を図ります。



通いコンテナを活用したブロッコリーの氷詰め出荷

- ❖ 集出荷施設の広域化に伴う産地間集荷については、生産者の負担を軽減するため、ストックポイントを活用した共同配送の体制整備を促進します。

- ❖ 個別出荷を行う農業法人等に対しては、品目横断的なグループによる共同配送システムや既存施設を活用したストックポイントの設置など、物流の効率化、コスト低減のための取組みを支援します。

- ❖ 花きの輸送コスト軽減のため、市場や流通業者と連携し、通い容器の普及や民間事業者とも連携した物流拠点の活用、輸送の推進などの効率化を進めるとともに、パック花に適した規格での出荷や、「物日」に集中する需要にこたえるための冷蔵貯蔵などの取組みを支援します。

- ❖ 市場評価の強化や市場価格の影響を受けにくい契約取引の拡大を進めるため、出荷予測システム等のスマート農業技術の導入を推進し、定時・定量出荷や加工・業務用野菜の推進など産地の取組みを支援します。



ホームユース向け輪ギクのアレンジメント



- 消費者と食と農とのつながりを深め、県産農畜産物の消費拡大につなげるため、農作業体験等により農業者との交流を促進するとともに、県内の産直施設や量販店での旬の農産物の情報発信や、飲食店や学校給食での県産農畜産物の利用促進など、地産地消の取組みを進めます。

## 現状と課題

- 県産農畜産物を販売・調理し、消費者へ提供する「かがわ地産地消協力店」、企業など事業所単位で地産地消に取り組む「かがわ地産地消応援事業所」等の取組みにより、積極的な県産農畜産物の利用が進み、県民の意識に「地産地消」は浸透しつつありますが、さらなる地産地消の実践につなげるためには、食や農に対する理解を一層促進する必要があります。
- 「新しい生活様式」の定着や脱炭素社会の実現が求められているなか、オンライン販売やフードマイレージ低減への需要が増えることを見通し、宅配サービス等を活用する県内農業者・漁業者を応援するため、県産農畜水産物応援ポータルサイト「讃岐の食」の開設・運営や各種応援フェアの開催など、時代のニーズに沿った生産者の取組みを支援しており、今後も継続する必要があります。
- 学校給食に県産農畜産物を活用し、「生きた教材」とすることは、食育の充実に重要な役割を果たします。しかしながら、ここ数年、県産農畜産物の食材としての活用率は33%台（食材数ベース、水産物を含む）と横ばい傾向にあります。さらに、学校給食センターの合併・大型化等に伴い、大規模化に対応した県産食材の活用が困難になってきています。

## 具体的な施策

### ① 食や農に対する理解促進

- ❖ 消費者や実需者と食と農とのつながりを深め、地産地消の実践が広がるよう、旬の県産農産物や地域の食文化などの情報を県産農畜水産物応援ポータルサイト「讃岐の食」や広報誌、ソーシャルメディアなどの様々な情報媒体を活用して発信します。



農作業体験などによる産地と消費者の交流

- ❖ 農業の重要性や県産農畜産物の魅力について、幅広い世代の理解を深めるため、農業体験や出前授業、農業者との交流会などを、農業者や関係機関と連携して開催・支援し、農業者と消費者との交流を促進します。
- ❖ 地域で受け継がれてきた郷土料理をはじめとした伝統的な食文化を地域や家庭で継承・発展するため、関係機関と連携し、料理教室等の取組みを支援します。
- ❖ 県民の健康づくりを支援するため、県産農畜産物を活用し、かつ栄養バランスにも配慮したレシピの提案・普及等に努めます。



県産農畜産物の理解促進

## ② 県産農畜産物の利用促進

- ❖ 県産農畜産物の消費拡大につなげるため、県内の産直施設や量販店での旬の農産物の情報発信を行うとともに、飲食店や学校給食での県産農畜産物の利用促進などにより、所得と雇用機会を創出する地域経済循環の構築を目指した、地産地消の取組みを進めます。
- ❖ 「地域の食」を発信している産直施設、マルシェ、キッチンカー、道の駅や量販店等と連携したフェアなどを開催し、店舗等における県産農畜産物の取扱いの拡大を図るほか、ECサイトなどでの直販・宅配サービスを活用した、消費者への普及・啓発の取組みを支援します。
- ❖ 学校給食やかがわ地産地消応援事業所における県産農畜産物の利用を促進するため、栄養教諭や福祉施設関係者等と農業者との交流の場の提供や、市場・流通業者と連携し、大規模化に対応した県産農畜産物の納入体制づくりなどを支援します。
- ❖ 産直施設や量販店の常設地場産コーナーの魅力向上を図るため、ガイドブックや県産農産物の利用促進ツールを提供し、「健康日本21（第二次）」で目標としている野菜摂取量350gや「毎日くだもの200グラム」で推奨している摂取量増加を目指して積極的にPRします。



かがわ地産地消応援事業所での  
県産農畜産物等の利用促進

- 農業所得の向上と経営の発展を図るため、商品開発・販売力の向上を目的とした研修会の開催や、異業種交流などによるマッチング活動を行うほか、食品産業など他産業と連携して取り組む「地域ぐるみの6次産業化」を促進します。

## 現状と課題

- 県産農畜産物を活用して新たな付加価値を生み出し、農業所得の向上と経営の発展を図るためには、農業者が行う加工・販売等への取組みを促進するなど、新たな商品開発や販路開拓を支援する必要があります。
- 本県には、冷凍食品などの優れた加工技術を有する食品企業が多く立地していることから、多様な事業者等との連携を行い、本県ならではの6次産業化の取組みを進めるための新たな推進体制を構築する必要があります。

## 具体的な施策

### ① 6次産業化に向けた取組みへの支援

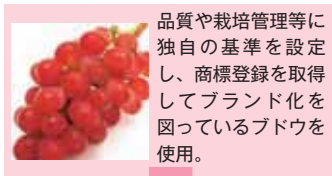
- ❖ 農畜産物の高付加価値化による農業所得の向上と経営の発展を図るため、「かがわ6次産業化推進センター」を主体に関係機関と連携し、商品開発・販売力の向上を目的とした研修会の開催や専門家の派遣により、売れる商品づくりや経営改善などに関する指導・助言を行い、新たな商品開発や販路開拓を支援します。
- ❖ 経営感覚をもって6次産業化に取り組む人材を育成するため、マーケティング能力や渉外・企画力などの販売力の強化をテーマとした人材育成研修会のほか、先進的な経営体での加工・販売等の実践的な経験が得られるインターンシップ研修会を開催します。

### ② 他産業と連携した取組みの支援

- ❖ 地域の農畜産物を活用した持続的なローカルフードビジネスを創出するため、国の事業等を活用して、地域の食と農に関する多様な関係者が参画したネットワークを構築し、事業戦略の検討や新たな商品づくりに取り組む「地域ぐるみの6次産業化」を支援します。
- ❖ 新商品の開発や販路拡大を促進するため、異業種交流会などによるビジネスマッチングやコーディネート活動の取組みを充実させるとともに、マーケティング能力や販売力を高めるための研修機会の充実に取り組めます。

## 6次産業化の取組事例

### 1 加工品の開発

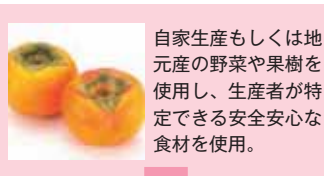


品質や栽培管理等に独自の基準を設定し、商標登録を取得してブランド化を図っているブドウを使用。



ぶどうの詰め合わせセット

ぶどうの複数品種とぶどうの加工品を詰め合わせ、1年を通してぶどうを楽しむ商品を開発。

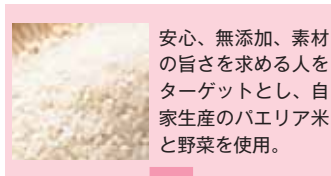


自家生産もしくは地元産の野菜や果樹を使用し、生産者が特定できる安全安心な食材を使用。



野菜や果物のキャラメル

原材料に動物性食材を使わない、野菜や果樹をふんだんに使用したアレルギーフリーのキャラメルを開発。



安心、無添加、素材の旨さを求める人をターゲットとし、自家生産のバエリア米と野菜を使用。



バエリアセット

原材料に自家生産及び地元産の農産物をふんだんに使用したバエリアソースとバエリア米のセットを開発。

### 2 販路の開拓

#### 自社包装及び直販



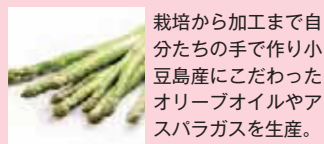
安心と安全を徹底しており、常に高品質で食べ応えがある牡蠣を自社で生産。



【自社で包装】

良質の牡蠣を、自社で包装し、直販することで、消費者へ収穫後の鮮度を保つため販売。

#### インターネット販売

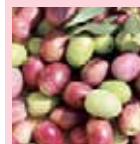


栽培から加工まで自分たちの手で作り小豆島産にこだわったオリーブオイルやアスパラガスを生産。



オリーブの加工品やアスパラガスを幅広く周知・販売し、島外の顧客を増やすため、ネット販売用ホームページを作成。

#### 直売所の設置



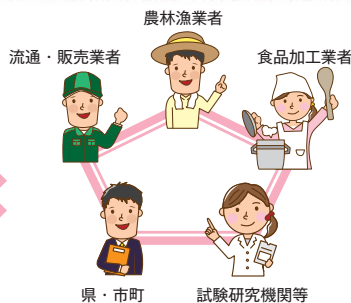
オリーブ栽培で国内初の有機 JAS 認証を受け、全ての畑で100%有機栽培により育てたオリーブとそのオリーブを使用した加工品を製造。



対面販売にすることで、他社と違った栽培方法やその加工方法を直接消費者へ伝えられるよう直売所を設置。

### 3 地域ぐるみの6次産業化

～地域の多様な関係者が連携し、それぞれの強みを活かして6次産業化に取り組む～



SHODOSHIMA100

#### 地域ぐるみで取り組む「小豆島産原料 100%地ビール」の製造

小豆島町の地ビール醸造所「まめまめびーる」（中田雅也代表）は、地元産原料のみを使用したクラフトビールを誕生させようと、平成29年度から“二条大麦プロジェクト”をスタートさせました。ビールの主原料となるビール麦（二条大麦）は、県が紹介した土庄町伊喜末地区の集落営農組織「小豆島陽当の里（ひあたりのさと）伊喜末（いぎすえ）」へ栽培を依頼。「酵母」は地元の醤油醸造会社から提供を受けるなど、多様な関係者と連携して製造に取り組んだ結果、4年目となる令和3年2月に初めて醸造に成功し、小豆島産原料100%地ビール「SHODOSHIMA100」が完成しました。