

3 令和6年度一般財団法人かがわ県産品振興機構事業実績

1 県産品販路開拓推進事業

(1) 国内販路開拓

① 小売店・レストラン対策

大消費地である首都圏や関西圏の百貨店等での「香川県フェア」の開催や、首都圏の有名レストランにおいて、県産食材を使用したメニューフェア等を開催し、本県ブランド品目をはじめ、県産食材の認知度向上と販路開拓・拡大に努めた。

② 卸・仲卸対策

首都圏飲食店等への流通ルートを持つ卸売市場の卸・仲卸と連携し、取引先企業に対する販路拡大に努めたほか、大手食品卸会社等と連携し、加工食品等の販路開拓に努めた。

③ ギフト・通信販売対策

香川県産品のみを掲載するオリジナルカタログギフトの活用促進を図るとともに、カタログ通信販売、オンラインショップを運営する業者等と連携して百貨店でのギフトカタログやオンラインショップ等で県産品の認知度向上や販売促進を図った。

④ 関西圏における「かがわの食」魅力発信フェア実施事業 新 規

令和7年度開催の大阪・関西万博を見据え、関西圏の外資系ホテルレストランにおいて、県産食材を提供する「香川県フェア」を開催し、本県ブランド食材の認知度向上と販路開拓・拡大を図った。

(2) 海外販路開拓

① 海外販路開拓の推進

近隣アジア諸国等をターゲットに、国・地域ごとの輸入制度に応じて選定した輸出品目について、現地小売店等でのフェアの開催等を通じて、認知度の向上に努めるとともに、継続的な販売促進と新たな販路の開拓に取り組んだ。

② 県産品輸出戦略協議会運営事業

県産品の海外輸出を戦略的に推進するため、県産品輸出戦略協議会を設置し、関係団体等と県産品の認知度向上と販路拡大に関する情報交換を行うとともに、品目別の輸出に向けた課題に関する検討会を開催した。

③ グローバル企業との連携事業

連携協定を締結したPPIHとの取組みを一層強化し、香港やシンガポール等の店舗において「香川フェア」の開催をする等、県産品の認知度向上を図り、販路拡大に努めた。また、カリフォルニアやハワイの各店舗で開催される「四国フェア」、「中四国フェア」への事業者の出展を促進し、米国の販路拡大を図った。

2 県産品情報発信強化事業

(1) 県産品ポータルサイト「LOVEさぬきさん」の運営

県産品の認知度向上とブランド化を図るため、県産品ポータルサイト「LOVEさぬきさん」により、年間を通して多種多様な県産品の魅力や最新ニュースを動画や写真・テキスト、メールマガジンやブログ、SNSなどによりタイムリーな情報発信を実施した。

(2) 香川県産オリーブ関連商品認証制度

県産オリーブ関連商品のブランド力の強化とイメージ向上を図るため、県産オリーブを使用した県内事業者による農林水産物や食品、工芸品等のオリーブ関連商品を認証するとともに、認証商品をPRするフェアを開催した。

(3) 県産品デジタルプロモーション事業

県産品の認知度向上と消費拡大を図るため、SNS等のデジタルメディアを活用して積極的に県産品の魅力を訴求した。4種類の動画を制作しInstagram、Facebookにストーリーズ広告及びリール広告を実施した。

3 香川の食材プロモーション事業

(1) 「かがわの食」魅力体感プロモーション

首都圏において、流通バイヤーや飲食店シェフ等を対象に、生産者等が県産食材をPRするとともに、県産食材を使った料理を提供する「かがわの食」魅力体感プロモーション」を実施し、県産食材の効果的な情報発信に努めた。

(2) 「首都圏さぬきダイニング」による県産食材の認知度向上

優れた県産食材を使った料理を提供する首都圏のレストラン等を「首都圏さぬきダイニング」に認定し、レストランでのフェアの開催を支援するとともに、様々なメディアで情報発信することにより、認定店の知名度を通じた県産食材のブランド力向上に努めた。

4 「かがわの食」Happyプロジェクト事業

(1) 観光客「かがわの食」プロモーション事業

① 「かがわの食」飲食店プロモーション

県内の和・洋・中の飲食店と連携し、オリーブ食材（オリーブオイル、オリーブ牛、オリーブハマチ等）や地魚等の県産食材を使った各店のオリジナルメニューを県内延べ240店舗で提供した。特設サイトやポスター、リーフレット等を制作するとともに、SNSを活用して情報発信を行った。

② 「かがわの食」観光客SNS情報発信事業 新規

旅マエ・旅ナカでの観光客を対象に「かがわの食」の認知度向上及び利用促進を図るため、SNSを活用し、影響力のあるインフルエンサーを起用した県産品の情報発信を実施した。

③ 滞在型観光連携事業

民間団体が行うPR事業などを活用し、香川の「食」をPRした。

(2) 県民「かがわの食」プロモーション事業

① 食事業連携事業

○年明けうどん販路拡大事業

本場さぬきうどん協同組合と連携し、「年明けうどん」の一層の認知度向上及び普及を図るため、提供店を紹介するサイトを公開するとともに、「全国ご当地うどんサミット in さぬき」会場等でPRリーフレットを配布した。

○地域住民による食の魅力発信事業

丸の内ホテル（東京）と連携し、島キッチン（豊島）において地元食材を使用した新たなメニュー開発を行うなど県産食材の魅力発信を行い、認知度向上及び消費拡大を図った。

② 民間事業者連携事業

県民の関心度が高い食文化や食習慣に合わせて、県内の食の団体と連携して県産食材を使用したメニュー開発及びPR販売を行うことにより、県産食材の魅力発信及び消費拡大を図ったほか、各種メディアに働きかけを行い、積極的な情報発信に努めた。

5 瀬戸内海国立公園指定 90 周年記念 “香川×岡山” 食の大博覧会事業 新規

県産食材等「かがわの食」の認知度向上と販売拡大を図るため、瀬戸内海国立公園指定 90 周年を契機に、備讃瀬戸に面した岡山県と連携し、瀬戸内海の恵である県産食材等「食」をテーマにしたイベントを両県において開催した。

◇香川会場：令和 6 年 6 月 21 日（土）、22 日（日）サンメッセ香川 大展示場、第一屋外展示場

◇岡山会場：令和 6 年 10 月 19 日（土）、20 日（日）きびプラザ周辺

6 地場産品・伝統的工芸品等のブランド力強化・販路拡大事業

(1) 認知度向上・販路拡大対策

伝統的工芸品・地場産品の認知度向上と販路拡大を図るため、常時取引が可能で、情報発信力に優れた首都圏のセレクトショップ等と連携し、店舗やオンラインショップでのフェアを開催するなど、フェア終了後の継続販売につなげた。また、令和 7 年度開催の大阪・関西万博を見据え、関西圏の百貨店のフェアに出展した。

(2) 新商流確保対策

EU への輸出が解禁された黒松盆栽について、富裕層への販路を持つ南フランスの地元盆栽店において意見交換、商談を実施した。

(3) 香川の「BONSAI」海外ブランディング事業

EU での香川の松盆栽等のブランド化の推進や、販路開拓・拡大を図るため、スペイン・タラゴナ及び南フランス・ニース、カンヌにおいて、現地の 5 つ星ホテル等での PR イベントや盆栽贈呈式等を実施し、富裕層と一般消費者それぞれに対し、高松盆栽の魅力を強く発信した。現地盆栽バイヤーや、カンヌ市からは、引き続き、本県盆栽の PR への協力に前向きな御意見をいただいたほか、現地の盆栽事業者や美術館、ホテル等との協力関係を築くことができた。11 月には、ニースの盆栽バイヤーが初来県し、松盆栽の買い付けを行った。

7 アンテナショップ機能強化事業

(1) 「かがわ物産館 栗林庵」プロモーション事業

栗林庵において県産品のフェアや各種イベントを開催したほか、伝統工芸士や県内事業者が栗林庵で実施するワークショップを支援することにより、県産品の認知度向上と販路拡大を図った。

(2) 「香川・愛媛せとうち旬彩館」プロモーション事業

旬彩館において、県産品のPR、消費喚起及び「売れる」商品の掘起しや改良アドバイスを行ったほか、イベントコーナーでテストマーケティングを実施する事業者への支援を行った。

(3) 栗林庵リニューアル事業 新 規

栗林庵において、利用者の利便性を図り、付加価値の高い商品を強く訴求するため、全面リニューアルを行い、魅力ある県産品の情報発信、販売促進を図った。

8 期間限定大阪アンテナショップ設置事業 新 規

関西圏における県産品の認知度向上やブランド力強化を図るため、阪急大阪梅田駅において、期間限定で栗林庵が出展し、県産品の効果的な情報発信を行った。