

令和7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等における県産食材を使用したメニューフェア等の開催、バイヤー等の産地招聘により、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、大手食品卸会社と連携し、加工食品等の販路開拓に努めた。

③ 関西圏における「かがわの食」魅力発信フェア実施事業

大阪・関西万博に合わせ、関西圏の外資系等ホテルのレストランにおいて、県産食材を使ったメニューを提供する「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「オリーブハマチフェア」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、米国のカリフォルニアやハワイの各店舗で開催される「中四国フェア」、「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。

④ 北米市場への販路開拓加速化事業 新 規

市場規模の大きい地域での販路開拓・拡大を図るため、県内事業者が積極的に輸出に取り組めるよう、米国における日本食展示会の出展や輸出に必要な認証の取得を支援した。

2 県産品情報発信強化事業

(1) 県産品ポータルサイトSNS戦略的運用事業

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 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るとともに、商談会を実施した。

(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200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し公開及び配布するとともに、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

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、影響力の高い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

ロイヤルパークホテル（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。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。

節 分：さぬきまるごと恵方巻、さぬき恵方ロール

端午の節句：さぬきまるごと中華ちまき、さぬきの和ちまき、さぬきのかしわ餅

中秋の名月：さぬきの月見だんご

5 “香川×岡山” 食の大博覧会事業

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、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。令和7年度は、県立アリーナ開館記念としてあなぶきアリーナ香川で開催した。

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) 小売店対策

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。

(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、富裕層への顧客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

フランス（ニース市、カンヌ市）、モナコを訪問し、現地盆栽バイヤーと商流拡大についての打合せを行うとともに、ニース市にある公園やモナコ新国立美術館等において、盆栽師によるデモンストレーションやPRイベントを実施し、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。

また、10月には、ブランディング事業取材したフランスの人気盆栽Youtuberが産地の魅力を配信するため来県したほか、盆栽買い付けのために、ニースの現地盆栽バイヤーが来県した。

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。

8 期間限定大阪アンテナショップ設置事業

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。

9 県産品ECサイト強化事業 新 規

付加価値の高い伝統的工芸品等の販売を促進するため、県産品ECサイトを改修したほか、首都圏での展示販売やメディアによる情報発信を行った。

10 アンテナショップ運営事業

栗林庵において、県産の菓子、食品、工芸品、雑貨等を幅広く取り揃えて展示・販売するとともに、ネット販売、ふるさと納税等、様々なチャネルを活かして、積極的に県産品の情報発信を行うとともに、販売促進を行った。また、県外からの観光客だけでなく、県内の消費者に愛され信頼される販売店の実現に向けて、地元密着型フェアの開催や店外販売などを実施した。

11 県産品斡旋事業

旬彩館等に対して、栗林庵を通した魅力ある県産品の送り込みを行い、それら店舗を通じた県産品の認知度の向上と販売促進を図った。

12 物産展出展事業

百貨店等で開催される物産展に県内事業者を募って出展したほか、各地のイベントなどに出展することを通じて、県産品の認知度向上及び販売促進を図った。

14 県産品情報発信事業

栗林庵に展示販売する県産品の素晴らしさをきめ細やかに説明するほか、オンラインショップやSNS等を活用した情報発信、外国人観光客への対応、ワークショップやフェア開催に伴う消費者の反応を事業者にフィードバックするなど、県産品の情報発信の強化を図り、販売促進を図った。