

# 香川県産野菜イメージ戦略



ベジィさん



## さぬき讚ベジタブル

令和2年 10月

香川県

## しゅんさい せんさい 旬彩・鮮菜! さぬき讚ベジタブル

### ～県産野菜のイメージアップと認知度向上、消費拡大をめざして～

香川県産野菜は、県土の面積が全国で最も小さいものの、恵まれた気候や立地条件の下、従来から、朝採りや予冷処理の徹底等による高品質で特徴ある商品づくりを進めることにより、市場ニーズに応じた競争力の高い生産体制の確立を図ってきたところです。

また、消費拡大・販売促進を推進するため、首都圏や関西圏など県外主要市場でのトップセールスや県内外の小売店における農産物フェアなど販売促進活動等を実施するとともに、HPやSNS、広報誌など多彩な媒体を活用した広報活動にも積極的に取り組んできました。

さらに、県内市場で構成される香川県卸売青果ネットワークと連携して、地域に根差す伝統野菜等に対する消費者への認知度向上対策にも取り組んでいます。

しかしながら、アンケート調査の結果では、品目によっては県産野菜に対する認知度が十分とは言えない状況となっています。

このような状況を踏まえ、香川県では、生産者、JA香川県、市場関係者等と連携して、消費者が手に取りたくなるような県産野菜のイメージづくりを進めるため、「旬彩・鮮菜! さぬき讚ベジタブル」をキャッチフレーズとして、「香川県産野菜イメージ戦略」を初めて策定しました。

本戦略では、「県産野菜のイメージアップと認知度向上、消費拡大」を目的とし、令和2年度から5年間の取組みの方向性や目標を定めるとともに、その実現に向けた展開戦略の項目を具体的に定めています。

今後、戦略目標の実現に向けて、生産者やJA香川県、市場等関係機関・団体等と密接な連携と協力を図り、県民の皆様のご理解をいただきながら、県産野菜のイメージアップにつながる各種の取組みを推進してまいります。

この戦略の策定に当たり、県産野菜イメージ戦略プロジェクトチームの皆様から貴重なご意見、ご提言をいただきましたことに対し、深く感謝いたします。

令和2年10月

香川県農政水産部  
部長 新池 伸司

# 香川県産野菜イメージ戦略 目次

<b>I 戦略策定の背景と目的</b>	1
1 戦略策定の背景	
2 戦略策定の目的	
3 戦略の期間	
4 戦略の検証	
<b>II 県産野菜の現状と課題を踏まえた戦略の目標</b>	2
<b>III 戦略の基本的な考え方</b>	3
<b>IV 3つの展開戦略</b>	4
①マーケティング情報の把握	5
1 実需者・消費者ニーズの把握	
（1）把握方法	
2 消費者・実需者ニーズ・ターゲットを明確化	
（1）消費者	
（2）市場	
（3）小売店	
②イメージの確立	9
1 本県特有の地域性やこだわりを活かした差別化	
（1）県産野菜の特長	
（2）県産野菜の差別化に向けた取組み	
2 印象的なプロモーションコンテンツの設定	
（1）県産野菜のイメージアップにつながるコンテンツの設定	
③効果的なプロモーション	18
1 プロモーションポイントの明確化	
（1）産地と消費地を結ぶタイムリーな情報発信	
（2）県産野菜の魅力を支える人材の活用	
（3）「香川愛」を刺激し醸成する情報発信	
（4）県産農畜水産物と一体となった取組み	
2 多彩なプロモーションの方法	
（1）主な情報発信ツール	
（2）ターゲットごとの情報発信	
<b>V 戦略の実現に向けて</b>	31

# I 戦略策定の背景と目的

## 1 戦略策定の背景

香川県では、温暖少雨の恵まれた気象条件であるとともに、京阪神地域等大消費地近郊である立地条件のもと、米や麦、野菜、果物等多彩な農産物が生産されています。

とりわけ野菜は、本県農業産出額の3割以上を占め、新規就農者の約7割が本部門で就農する等、本県農業を牽引する基幹品目となっており、アスパラガスのオリジナル品種「さぬきのめざめ」等、品質にこだわり、生産者が丁寧に栽培した特長あるものが数多く見られます。

本県では、これらの県産野菜の消費拡大に資するため、これまで首都圏等の主要市場でのトップセールスや小売店と連携した県産農産物フェア、県内の卸売会社で組織する「香川県卸売青果ネットワーク」による野菜のイメージアップに向けた検討会や、伝統野菜等の生産者と消費者の交流会の開催等を行ってきたところです。

このような中、県内の野菜生産者や市場関係者から、県産野菜を積極的に取り上げて、イメージアップや消費者の購買意欲を高めるような活動を行ってほしいとの声が上がリ、関係団体も含めて取組みへの期待が次第に高まってきました。

本県野菜のイメージアップと消費拡大を図るためには、商品自体の魅力(品目にまつわる文化・歴史・ストーリー等)や県産であることの強み(品質、旬、安全・安心等)等、県産野菜のイメージを確立させるとともに、マーケット・インの発想により、実需者・消費者のニーズを的確に把握した販売や情報発信を行う等、生産者やJ A香川県、市場関係者と連携・協力し、関係者が一丸となって進める必要があります。



## 2 戦略策定の目的

本戦略は、「旬彩・鮮菜! さぬき讚ベジタブル」をキャッチフレーズとして、香川県、J A香川県、生産者、市場関係者等が連携して消費者が手に取りたくなるようなイメージづくりを行うことで、県産野菜のイメージアップや認知度向上、消費拡大を図ることを目的とし、さらには生産の拡大や維持、産地の活性化、ひいては生産者の所得向上を図ることを目指して策定します。

また、この戦略の策定や実践により、消費者は店舗で生産者の顔が見える、安全・安心な県産野菜を購入することが促進され、県産野菜のファンが増えることを期待しています。

## 3 戦略の期間

令和2年度から令和6年度(目標年度)までの5か年計画とします。

## 4 戦略の検証

本戦略については、毎年度、県産野菜イメージ戦略プロジェクトチームにおいて検証を行います。

## Ⅱ 県産野菜の現状と課題を踏まえた戦略の目標

産地間競争が激化する中、鮮度や旬、栽培法にこだわった高品質な品目やオリジナル品種等の県産野菜のイメージアップや消費拡大に加え、農業所得の向上を図るためには、消費者の認知度向上を図るとともに、マーケット・インの発想により、市場や小売店関係者等の実需者及び消費者のニーズに合わせて生産者・産地の「想い」をつなげ、戦略的に優位に販売していく方向性が最も重要となります。

そこで、本戦略の目標として、本県が有する自然、伝統文化、歴史、それらに育まれた野菜、料理、食文化等、本県の「野菜」を巡る広がりや消費者にアピールし、品質に優れたおいしい野菜としての香川県のイメージを確立し、県産野菜の訴求力を向上すること、県産野菜の信頼や支持の基盤である生産者と実需者・消費者等との関係性を深化させること、さらに消費者ニーズ、またその動きをタイムリーに捉え、県産野菜のプロモーションや情報発信による県内外の多様な需要を獲得することを位置付けます。

### 戦略の目標

#### 県産野菜のイメージの確立

- 本県特有の自然、伝統文化、歴史が育む県産野菜
- 高い品質等の県産野菜の「強み」

#### 生産者と実需者・消費者との関係性の深化

- 県産野菜に対する信頼と支持の基盤構築
- マーケット・インの発想による戦略的な流通・有利販売  
(最適なチャネルの形成)

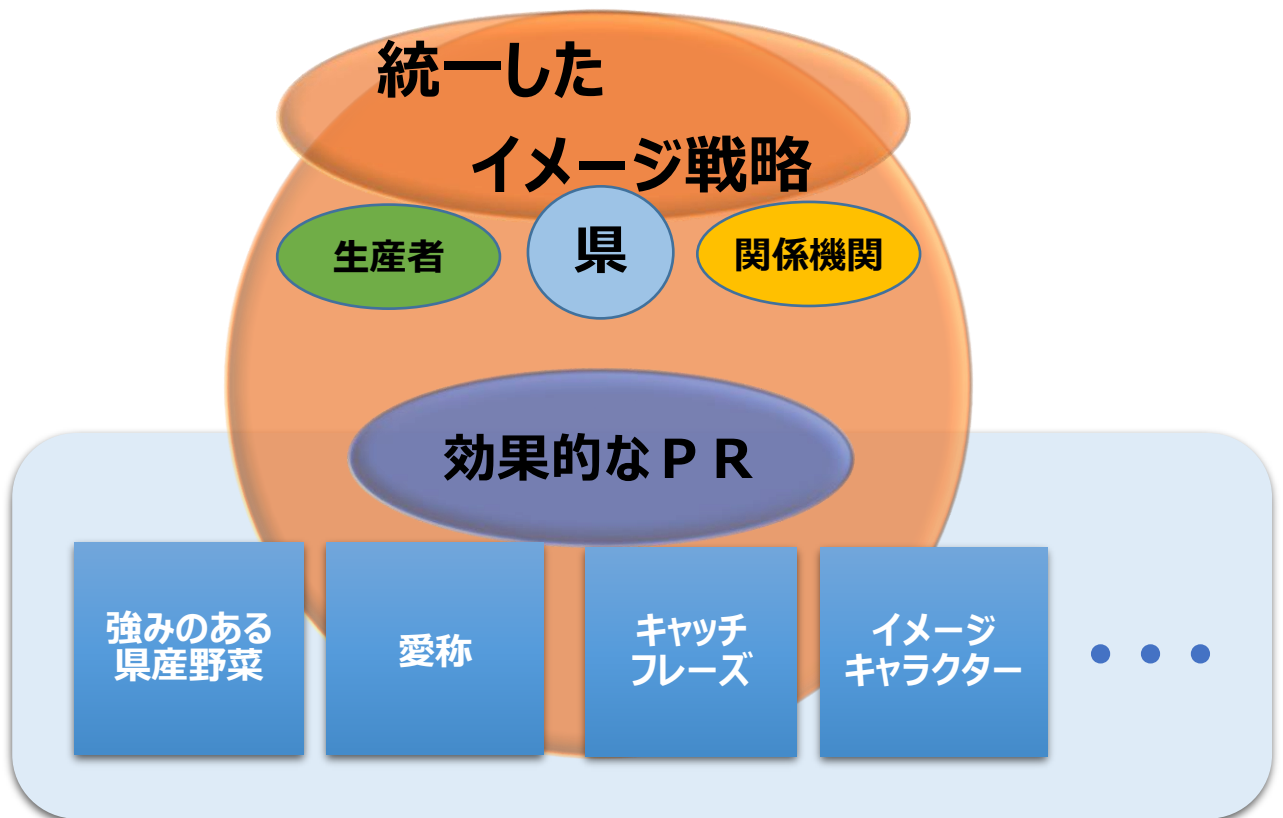
#### 県内外の需要の獲得

- 消費者ニーズへの的確な対応
- 県産野菜の強みを活かした効果的なプロモーションや情報発信

### Ⅲ 戦略の基本的な考え方

本戦略については、産地間競争の激化、消費者ニーズや流通チャネルの多様化の中、香川県産野菜が県内外の実需者・消費者にこれまで以上に選ばれ、支持されるよう、県産野菜の強み(高い品質等)や生産者に係る情報の統一かつ積極的な発信等を通じ、県産野菜のイメージアップにつながる取組みを推進するものとします。

具体的には、購買行動に直接響くよう消費者の価値観の多様性を踏まえ、県産野菜の「キャッチフレーズ」「愛称」「イメージキャラクター」等を効果的に活用し、県産野菜の持つ価値感を消費者に訴求し、県産野菜のイメージを消費者の中に構築するものとします。



**香川県産野菜のイメージアップと**

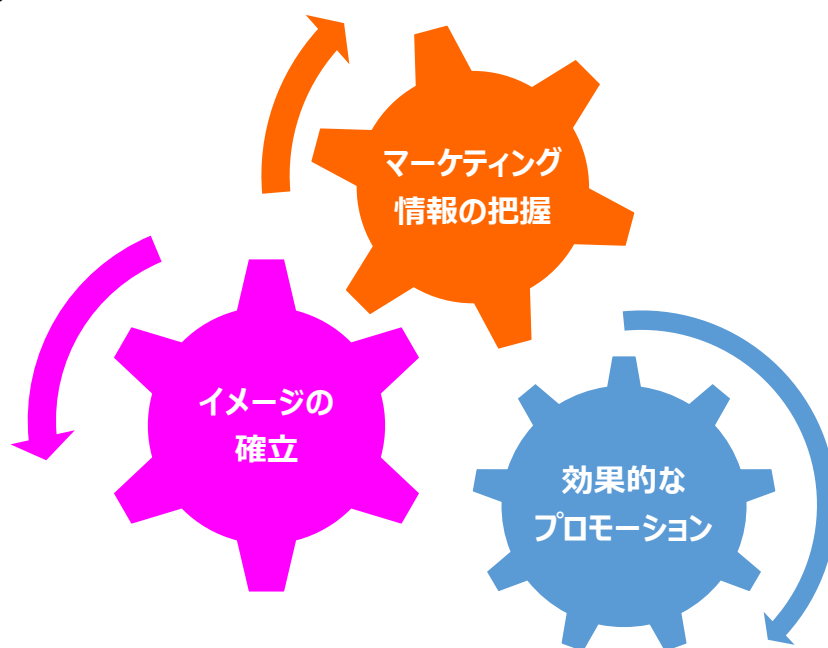
**認知度向上、消費拡大**

## IV 3つの展開戦略

県産野菜のイメージアップを効果的かつ効率的に図るためには、県産野菜の置かれた現状を分析し、あるべきイメージを明確にした上で戦略の展開に着手する必要があります。

現状の分析については、どのようなターゲット層に向け情報発信し、そのターゲット層からどういった評価を得ているのか、どのような課題があるのか等を調査・分析し、県産野菜の対象市場・小売店におけるポジションを明確に設定します。

その上で、「県産野菜のあるべき姿」、つまり将来的にどのようなイメージを確立したいのかを明確にし、生産者と実需者のギャップを埋めるために何をすべきかを考えて、これを戦略の展開に反映していきます。



### ① マーケティング情報の把握

- 消費者・実需者ニーズの把握
- 消費者や実需者のニーズ・ターゲットを明確化

### ② イメージの確立

- 本県特有の地域性やこだわりを活かした差別化
- 印象的なプロモーションコンテンツの設定  
(愛称、キャッチフレーズ、キャラクター)

### ③ 効果的なプロモーション

- プロモーションポイントの明確化
- 多彩なプロモーションの方法

## 展開戦略① マーケティング情報の把握

時代や価値観と共に変化する実需者・消費者のニーズにあわせた生産・販売・情報発信等を行うため、多様な方法でマーケティング情報の把握を行います。

### 1 実需者・消費者ニーズの把握

関係機関・団体で推進体制を構築し、県産野菜のイメージアップに向けて一体的に取り組めます。また、多様な機会を活かして、各関係機関や団体、消費者から幅広い意見を聞き、実需者・消費者のニーズを把握・分析したうえで、活動に取り組めます。

把握したニーズは生産者やJA等にフィードバックし、マーケット・インの考えに基づいた生産販売を促します。

#### (1)把握方法

##### <県内>

対象	内 容
消費者	【県産野菜イメージ戦略プロジェクトチーム】 毎年、定期的を開催し、消費者団体等から情報等を把握します。 【アンケート】 毎年、県政モニター等を活用し、消費者の意識や消費動向を把握します。 【店頭での販売促進活動】 かがわ「旬のイチオシ」農産物フェア等、毎年、定期的な販売促進活動を実施することにあわせ、消費者のダイレクトな声を聞き、ニーズ等を把握します。
市場	【県産野菜イメージ戦略プロジェクトチーム】 毎年、定期的を開催し、市場関係者から情報等を把握します。 【トップセールス】 毎年、県内主要市場で開催し、市場関係者から情報等を把握します。 【求評会】 毎年、品目ごとに市場担当者を集めた求評会を行い、県内流通の情報等を把握します。



対象	内 容
小売店	<p>【県産野菜イメージ戦略プロジェクトチーム】 毎年、定期的に開催し、小売店関係者から情報等を把握します。</p> <p>【アンケート】 毎年、小売店向けのアンケート等を実施し、継続的に情報を把握します。</p> <p>【店頭での販売促進活動】 かがわ「旬のイチオシ」農産物フェア等、毎年、定期的な販売促進活動を実施することにあわせ、小売店関係者から情報等を把握します。</p>

## <県外>

対象	内 容
消費者	<p>【市場駐在情報】 毎年、一般財団法人かがわ県産品振興機構が小売店等で開催する農産物フェアや東京アンテナショップのイベント等にあわせ、消費者のダイレクトな声を聞き、ニーズ等を把握します。</p>
市場	<p>【求評会】 毎年、市場担当者を集めた求評会を行い、県内流通の情報等を把握します。</p> <p>【トップセールス】 毎年、県外主要市場で開催し、市場関係者から情報等を把握します。</p> <p>【市場駐在情報】 毎年、各品目の主産県情報交換会への出席、青果物小売価格調査、県産青果物の重点取引先納入実績の調査等を行い、マーケティング情報を把握します。</p>
小売店	<p>【市場駐在情報】 毎年、一般財団法人かがわ県産品振興機構が開催する農産物フェア等にあわせ、小売店関係者から情報等を把握します。</p>

## 2 消費者・実需者ニーズ・ターゲットを明確化

価値観やライフスタイルの変化とともに、消費者・実需者のニーズが多様化しています。効率的・効果的なPR等を行うため、把握したニーズを明確化し、働きかけるターゲットを鮮明にします。

### (1)消費者

消費者の野菜購入時の判断基準では、「価格」、「鮮度」、「国産」、「国内産地」、「安全性」が高い割合となっています(令和2年日本政策金融公庫 食の志向等に関する調査結果)。

一方で、ライフスタイルや価値観の多様化によって、消費者ニーズも多様化しています。

消費者ニーズは住んでいる地域や個人のライフスタイル、関心の高さによって変動するため、県内外のターゲットに合わせた情報発信活動等を行います。

ターゲット	内 容
県内	<p>近年の健康志向により、健康や食の安全に関心が高い消費者を中心に、SDGsへの配慮や、安心安全、鮮度等をキーワードとした県産農産物の需要の高まりが期待されます。一方で、旬の時期等の情報が十分に伝わっていないという声や、他県産の中で県産野菜を認識しづらいという声もあることから、積極的な情報発信が求められます。</p> <p>また、地元で生産された農産物を販売する産直、小売店の地産地消コーナー等が各所にみられ、消費者に地産地消の意識が広がっています。生産されている地域や、生産者の顔がわかることによる心理的な距離の近さも購入の動機になっています。</p> <p>消費者の中には、将来的に購入者となる児童等も含まれており、健全な食生活を実践できる人間を育てるための「食育」のなかで、県産農産物についての学習が推進されています。</p>
県外	<p>県内の消費者と同様に健康や食の安全への関心は高く、特に首都圏においては、購入時の判断基準として、国産や安全性を重視する消費者が多いといえます。県外では、各県による競争が激しいことから、輸送による鮮度低下を抑え、高品質なものを安定的に供給することが重要となります。</p> <p>また、百貨店や高級ホテル等、こだわりのある農産物を取り扱う販売店での購入者層が多数存在することから、高い品質とともに、栄養成分等の付加価値や、野菜自体やその生産者のこだわりを伝え、商品に付随するストーリーを感じさせることも必要です。</p> <p>県内に比べ、現物を見たり触ったりする機会が少ないことから、インターネットやSNS等を通じて情報を検索できるよう、幅広く情報発信することも求められます。</p>



## (2)市場

本県の野菜生産は、経営規模が零細で、他産地と比べて出荷ロットが小さいことが弱みでしたが、有利販売を行うために、ブロッコリー等で全国に先駆けて氷詰め出荷を行う等、高品質な生産に努めてきました。近年では、全国的に相対販売が増加傾向であり、従来にも増して品質の維持が重要となっていることから、市場関係者からは品質における産地間格差の改善が求められています。

また、県内の卸売市場で組織する香川県卸売青果ネットワークでは、漸減傾向にある特色ある伝統野菜等を次の世代へ残したいという要望があります。

## (3)小売店

小売店では、多様化する消費者ニーズに合わせ、各社で戦略的な取組みが行われています。例えば、食の安全性に対する意識の高まりを受け、衛生面やトレーサビリティ、「生産者の顔が見える野菜」等を重視する小売店が増加しています。

また、小売店間の競争激化により、プライベートブランド等による差別化が図られています。県内小売店では、地産地消コーナーを設置する等、地元農産物の消費を推進する取組みも見られています。

また、集客効果を高めるため、のぼりやポスター等の販売促進資材等を使用する等人の目を引きつける売り場づくりの工夫もされています。



## 展開戦略② イメージの確立

地域性やこだわり等、特色のある主要野菜やそれぞれの土地に根ざした伝統野菜等について、強みを把握し、差別化を図ります。

また、愛称等の印象的なプロモーションコンテンツを設定し、県産野菜の効果的・効率的な認知度向上につなげます。

### 1 本県特有の地域性やこだわりを活かした差別化

県産野菜を育ててきた、生産者の想い・技術、品質、自然、伝統、文化等の香川県の強みや、栄養成分等消費者への訴求力がある情報を活かし、イメージの定着につなげます。

#### (1) 県産野菜の特長

本県は、温暖な瀬戸内海式気候を活かし、豊かな自然のなかで多彩な野菜が生産されており、旬ごとに様々な野菜を味わうことができます。県土面積が狭く、生産者一戸あたりの耕地面積は小さいものの、生産者が丁寧な栽培管理や適期収穫を実施し、朝採りや予冷の徹底を図ることで、鮮度や品質にこだわった野菜となっており、市場でも高単価を得ており、高い評価を受けています。日照時間が長く、太陽の恵みを十分に受けた野菜は色が鮮やかで美味しさや栄養がぎゅっと詰まっています。また、トレーサビリティ等、安全・安心の取組みも積極的に行っています。

卸売市場単価（レタス（サニー除く））

単位：円/kg

市場	区分	H27	H28	H29	H30
東京都 中央卸売市場	香川県	253	269	240	198
	全国	227	223	201	188
高松市 中央卸売市場	香川県	204	227	236	199
	全国	199	187	155	157



卸売市場単価（ブロッコリー）

単位：円/kg

市場	区分	H27	H28	H29	H30
東京都 中央卸売市場	香川県	489	576	467	456
	全国	384	457	393	406
高松市 中央卸売市場	香川県	394	471	428	406
	全国	416	463	407	444

伝統野菜等は、「まんばのけんちゃん」のように郷土料理等に使われる等、香川県独自の文化や歴史に欠かせないものとなっています。



## ＜主要野菜＞

担い手等により産地が形成され、積極的な生産拡大が図られている野菜

品目名	旬 (出回り時期)	特 長
レタス	11月 ～ 4月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昭和35年頃から栽培され、約60年の歴史</li> <li>・生産量は全国5位(H30)</li> <li>・堆肥を利用した土づくりにより生産されている「らりるれレタス」は、消費者の認知度も高い</li> <li>・一枚一枚の葉が厚く、甘味もあり、色艶が良い</li> </ul> <p>【栄養素： β-カロテン、ビタミンC、カリウム等】</p> 
ブロッコリー	11月 ～ 5月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昭和40年代から栽培され、近年作業支援の充実により作付面積、生産量ともに増加傾向</li> <li>・出荷量は全国3位(H30)</li> <li>・朝採り、氷詰め出荷が徹底され、鮮度の良さで市場評価が高い</li> <li>・花蕾が閉まり、太くて柔らかい茎が特徴</li> <li>・近年、家庭内や外食で消費量が拡大中</li> </ul> <p>【栄養素：ビタミンC、カリウム、β-カロテン等】</p> 
アスパラガス (さぬきのめざめ含む)	1月 ～ 10月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県オリジナル品種「さぬきのめざめ」は、ロング規格（50cm）等、穂先が締まって根元まで柔らかい特徴を活かした販売展開を実施</li> <li>・シャキシャキした歯ごたえと、爽やかな甘味が魅力</li> <li>・品種名入りの袋で、他品種と区別して販売されており、実需者や消費者の関心が高い</li> </ul> <p>【栄養素： アスパラギン酸、ルチン、カリウム等】</p> 
青ネギ	周年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・J A香川県では平成22年から中ねぎを「さぬきの青ねぎ」として販売</li> <li>・青ネギ文化(関西)圏で7割が流通、消費</li> <li>・根付きで収穫し、一本一本根洗い、外葉を取り除いて出荷しており、鮮度が良い</li> <li>・予冷実施による鮮度保持の徹底</li> </ul> <p>【栄養素：β-カロテン、アリシン等】</p> 

<p><b>たまねぎ</b></p>	<p>4月 ～ 2月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・冬場の日照時間が長く、降水量が少ない気候風土で栽培するため、肉厚で甘く、柔らかい</li> <li>・出荷量は全国8位(H30)</li> <li>・「みがきたまねぎ」は出荷前にきれいに布で掃除するため、色、ツヤ、貯蔵性がよい</li> </ul> <p>【栄養素： アリシン、クエルセチン等】</p> 
<p><b>にんにく</b></p>	<p>4月 ～ 8月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食の安全性が重視され、国内産の需要が高まるとともに、県産の人気も上昇中</li> <li>・生産量が全国3位(H30)</li> <li>・身が詰まっており、肉厚で豊かな香りが特長</li> </ul> <p>【栄養素： ビタミンB6、アリシン、カリウム等】</p> 
<p><b>ミニトマト</b></p>	<p>周年</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・6割以上が養液栽培をしており、細かい栽培管理が可能</li> <li>・日照時間の長さから、実が締まって色づきが良く、品質が高い</li> <li>・甘味と酸味のバランスが良好</li> </ul> <p>【栄養素：リコピン、ビタミンA等】</p> 
<p><b>金時にんじん</b></p>	<p>11月下旬 ～ 3月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・坂出市の塩田跡地等の砂地で栽培され、全国流通の約9割を占める</li> <li>・西洋人参に比べて赤みが濃く、おせち料理等日本料理に欠かせない食材の一つで県内では正月のあんもち雑煮等に使用</li> </ul> <p>【栄養素： リコピン、カリウム等】</p> 
<p><b>かんしょ (金時いも)</b></p>	<p>6月 ～ 12月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・坂出市の塩田跡地等で栽培され、早堀りかんしょとして、6月から出荷</li> <li>・肉質はきめ細やかで、皮の紅色の鮮やかさと形の良さが特徴で、甘味が強い</li> </ul> <p>【栄養素： 食物繊維、ビタミンB1、β-カロテン等】</p> 

<p>パセリ</p>	<p>10月中旬 ～ 6月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高品質の「大内パセリ」として認知度が高い</li> <li>・料理の彩だけでなく、香味野菜として人気</li> </ul> <p>【栄養素： 鉄分、カルシウム、ビタミンC等】</p>	
<p>セルリー</p>	<p>セルリー： 1月～4月 ミニセルリー： 12月～6月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観音寺市では50年以上の歴史</li> <li>・独特な香りと味が特徴</li> </ul> <p>【栄養素： β-カロテン、ビタミンC、カリウム等】</p>	
<p>キャベツ</p>	<p>10月 ～ 6月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主に加工業務用として栽培</li> </ul> <p>【栄養素： ビタミンC、ビタミンK、食物繊維】</p>	
<p>なばな</p>	<p>11月中旬 ～ 4月中旬</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ほろ苦さが特徴で、春の訪れを感じさせる味として認知度が高い</li> </ul> <p>【栄養素： カリウム、β-カロテン、カルシウム等】</p>	
<p>オクラ</p>	<p>6月 ～ 9月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夏のネバネバ食材の一つとして、夏バテ防止に効く等健康に良いイメージが定着</li> </ul> <p>【栄養素： カリウム、食物繊維等】</p>	
<p>スイートコーン</p>	<p>6月 ～ 8月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・甘さと水分のバランスが良好</li> </ul> <p>【栄養素： リノール酸、オレイン酸、ビタミンB群等】</p>	
<p>きゅうり</p>	<p>3月 ～ 12月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昼夜の温度差が大きい山間部を中心に高品質なものを生産</li> <li>・露地とハウスでほぼ通年栽培されるが、夏から秋が最盛期</li> <li>・生食をはじめ炒め物等、幅広い料理に使用可能</li> </ul> <p>【栄養素：カリウム等】</p>	

<p><b>なす</b> (三豊なすを含む)</p>	<p>周年</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夏秋なすは全国的に栽培が減少しており、市場の引き合いが強い</li> <li>・三豊なすは千両なすの3倍ほどの大きさがあり、水分が多く柔らかいため食味が良好</li> </ul> <p>【栄養素：ポリフェノール、ナスニン等】</p>	
<p><b>モロヘイヤ</b></p>	<p>6月 ～ 10月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夏のネバネバ食材の一つとして、健康に良いイメージが定着</li> <li>・県オリジナル品種「さぬきのヘイヤ」を育成</li> </ul> <p>【栄養素： ビタミンA、カルシウム等】</p>	

### ＜伝統野菜等＞

生産規模は小さいものの、学校給食を含む地域の食生活を支えてきた特長ある野菜

品目名	旬 (出回り時期)	特長	
<p><b>まんば</b> (ひゃっか)</p>	<p>10月 ～ 4月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伝統野菜の一つとして認知度が高い</li> <li>・寒くなるほど柔らかくなり、甘味が増加</li> <li>・ビタミンCはホウレンソウの約2倍</li> <li>・郷土料理「まんばのけんちゃん」が有名</li> </ul>	
<p><b>食べて菜</b></p>	<p>5月中旬 ～ 2月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「小松菜」と「さぬき菜」を交配して誕生した県オリジナル野菜</li> <li>・学校給食を中心に地産地消を推進</li> <li>・シャキシャキ感があり、葉が柔らかく苦味が少ないため、幅広い調理に活用可能</li> </ul>	
<p><b>葉ごぼう</b></p>	<p>12月～1月 3・4月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・爽やかな香りと特有の歯触りが特徴</li> <li>・県産は根も茎も柔らかい</li> </ul> <p>【栄養素： 食物繊維、鉄分、カルシウム、ビタミンC等】</p>	
<p><b>香川本鷹</b></p>	<p>8月～10月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国産の急増により一時栽培が途絶えたが、平成18年に復活した</li> <li>・一般的な唐辛子と比べると大きく、赤色が濃く、国産ではトップクラスといわれる辛さ</li> </ul> <p>【栄養素：カプサイシン、カロテン等】</p>	



## (2) 県産野菜の差別化に向けた取組み

栄養機能性分析や鮮度保持試験等を行い、消費者ニーズの高い、県産野菜の特長を発見・周知・強化することにより、他産地との差別化を図ります。

### 健康志向に対応した利用促進の取組み

- ・県オリジナル野菜等における栄養成分の分析データを蓄積し、強みをPR
- ・オリーブオイルやオリーブの新漬けの機能性、効能や食べ方に関するセミナーを開催することとし、相性のいい県産野菜と一体的にPR

### 香川県産野菜イメージアップ計画認定制度

- ・消費者に選ばれる県産野菜となるよう、県産野菜の強みを高め、生産者に係る情報を統一かつ積極的な発信を通じ、県産野菜のイメージアップにつながる取組みを推進する制度
- ・生産者が香川県産野菜のイメージアップと認知度向上、消費拡大に向けて、自らの創意工夫に基づき、イメージアップの取組を進めようとする香川県産野菜イメージアップ計画を、かがわ農産物流通消費推進協議会が認定する
- ・認定を受けた生産者は、自ら生産した県産野菜に、キャラクター等を用いて計画の認定を受けたことを表示することができる。また、県や関係機関と連携して重点的にPRを行う

### 鮮度保持と省力化を兼ね備えた出荷調整技術の定着推進の取組み

- ・新規就農者の参入が多く、生産が拡大している「アスパラガス(さぬきのめざめ)」、「ブロッコリー」、「キュウリ」、「青ネギ」等の包装資材の改善や予冷等、収穫後の鮮度保持技術を検討し、生産現場への普及を促進



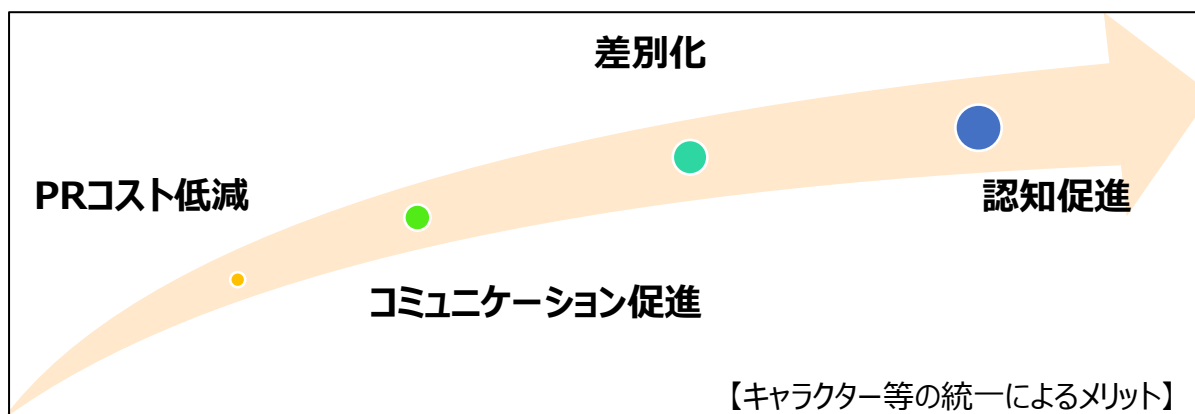
## 2 印象的なプロモーションコンテンツの設定

県産野菜のイメージアップにつながるコンテンツを設定し、イメージを確立します。

### (1) 県産野菜のイメージアップにつながるコンテンツの設定

県産野菜のイメージアップにつながる愛称やキャラクター等を設定することで、関係機関や団体で統一・一体感を持ったプロモーションを行うことができます。

また、キャラクターは、消費者に親しみを持たせる効果や、P Rコストを低減させながら高い訴求効果を得ることができ、県産野菜全体の認知促進につながります。



### 1) 県産野菜のイメージアップにつながる愛称の設定

愛称を設定することで、県産野菜に親しみを持たせるとともに、県産野菜を一体的にプロモーションすることができます。

また、平成 24 年度に創設された『「さぬき讃フルーツ」推奨制度』や令和 2 年度に設定された「さぬき讃フラワー」とも一体となり、相乗効果での認知度向上を期待します。

# さぬき讃ベジタブル

愛称	「さぬき讃(さん)ベジタブル」
意味	穏やかな気候条件のもと、生産者が心を込めて大切に育てた香川自慢の野菜です。太陽の「SUN」、香川産の「産」、賛美の「賛」に、讃岐の「讃」の漢字を当て、消費者に分かりやすく、強く印象づけるよう命名。

## 2) 県産野菜のイメージアップにつながるキャッチフレーズの設定

「さめき讚ベジタブル」のキャッチフレーズを設定し、県産野菜の魅力を端的に表すことで、インパクトある形で消費者に伝えます。

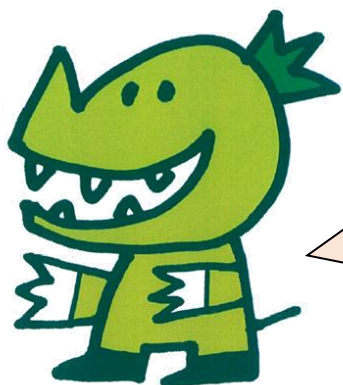
# 旬彩・鮮菜！ さめき讚ベジタブル

キャッチフレーズ	旬彩（しゅんさい）・鮮菜（せんさい）！さめき讚ベジタブル
意味	旬や鮮度等の品質にこだわり、多種多様な彩ある野菜が店頭に並ぶ様子を表しています。

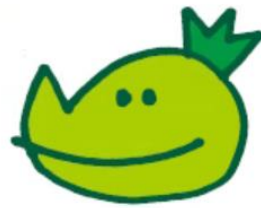
## 3) 県産野菜のイメージアップにつながるキャラクターの設定

キャラクターは、県産野菜の出荷資材への刷り込みを行うほか、集客効果の高い着ぐるみや販売促進資材への使用等を行うことで、消費者に広く認知させ、県産野菜のイメージアップを行います。着ぐるみ等の立体での活用、ポイントでの刷り込みを意識したマークの作成や、ソーシャルメディアを意識した gif.形式等、様々な媒体で活用することを想定しています。

キャラクター名	ベジさん
設定	「ヤサイ」好きな「サイ」がモチーフで、香川県産野菜が大好き。軍手とゴム長靴がトレードマークで、どんどん野菜の魅力をアピールします。



「香川県産野菜イメージキャラクター」として全国から応募があった全1,285点中からみんなに選んでもらったんだ！  
みんなで香川県産野菜を食べるベジ！！



香川県産野菜



香川県産野菜



香川県産野菜



香川県産野菜



香川県産野菜



香川県産野菜



香川県産野菜



香川県産野菜

## 展開戦略③ 効果的なプロモーション

実需者・消費者や明確化したターゲットのニーズをもとに、効果的な情報発信を行います。また、関係機関と連携し、一体的に実施するとともに、持続発展的なPRを行います。

### 1 プロモーションポイントの明確化

効果的なプロモーションを行うために、重視するポイントを絞ってアプローチを行います。「タイムリー」「人材活用」「香川愛」「県産農畜水産物とのコラボ」をキーワードに、様々なツールを使用し、県産野菜のファンが増えるようなプロモーションを行います。

#### (1) 産地と消費地を結ぶタイムリーな情報発信

県産野菜の生育・作柄状況、出荷時期・量等の産地情報を、リアルタイムに実需者や消費者に伝えます。

県外の市場や小売店については、市場駐在員から、中間流通業者や小売店への県産農産物の情報発信を行います。県内の市場や小売店に対しては、かがわ農産物流通消費推進協議会や小売店向けセミナー等を通じた情報発信を行います。消費者に対しては、SNS等のライブ配信等、情報共有や拡散がされやすく、タイムリーな情報発信ツールを通して情報発信を行い、県産野菜を目にする機会を増やします。

#### SNS等を活用した情報発信

##### 県産野菜HPやInstagram等の開設・活用

- ・HPを作成し、キャラクターを用いて分かりやすく県産野菜の紹介を行う
- ・Instagramアカウントを作成し、県産野菜の紹介や各種PR活動の様子の配信、キャンペーンの告知等を行う
- ・一般財団法人かがわ県産品振興機構やJA香川県、香川県卸売青果ネットワークが運営するSNSとも連動し、周知に取り組む



【イメージ例】

「さぬき讃フルーツ」HP

「香川の野菜」Facebook※香川県卸売青果ネットワーク運営

### SNSを用いた広告の実施

- ・SNSのターゲティング設定を活用し、キャラクターの誕生や県産野菜の紹介を行うバンパー広告(動画CM)やビジュアル広告等を行う
- ・ターゲットの地域、年齢、趣味、ライフステージ等を設定することで、現在の顧客だけではなく、潜在的な顧客に対しても幅広くアプローチを行う

### SNSを活用したキャンペーンの実施

- ・サイトへの誘導や、フォロワーを増加させることで、効率的に情報の拡散を行うため、ハッシュタグ「#さぬき讃ベジタブル」や画像投稿を活用した消費者向けのキャンペーンを実施する

### ライブ配信等の実施

- ・インスタライブやYouTube等を利用し、各種PR活動やキャンペーンのライブ配信を行うことで、会場に足を運ばない消費者に向けてPRする



## (2) 県産野菜の魅力を支える人材の活用

新たな県産野菜の魅力を生み出す人材の発掘・育成を行います。野菜の美味しさや魅力を一番知っている生産者をはじめ、「さぬき讃フルーツ大使」と連携したプロモーションや、専門知識を持つ野菜ソムリエ、情報拡散力のあるインフルエンサー等を積極的に活用し、様々な角度から県産野菜の魅力を伝えます。

### 専門家やインフルエンサーの活用

- ・野菜について専門的な知識を持つ野菜ソムリエや料理研究家等と連携し、野菜の情報や栄養・素材に合った料理法等を理解しやすく伝える
- ・香川県の魅力を発信するYouTuberやインスタグラマー等と連携し、情報の拡散を行う

## 「さぬき讚シリーズ」を束ねた P R 活動

- ・「さぬき讚フルーツ」を P R する「さぬき讚フルーツ大使」と連携し、野菜、果物、花きをまとめた「さぬき讚シリーズ」等の一体的な P R を実施する
- ・小売店等での販売促進活動のほか、トップセールスでの P R、動画や S N S への出演を行う



## (3)「香川愛」を刺激し醸成する情報発信

特に、県内消費者に対しては、生産者の顔や情報を見せることで心理的な距離を近づけ、県民の感情に訴える発信を行います。地元ならではのメリットや魅力を発信することで、「香川県産だから」「地元産だから」購入したいと思う気持ちを創り出します。

## 消費者とつながる P R 活動

### 店頭での旬の農産物 P R の取組み

- ・毎月 1 回程度、県内量販店の店頭において、生産者、野菜ソムリエ等が、県産の野菜や果物等、旬のイチオシ農産物の一体的なプロモーションを実施



### 「生産者の顔が見える」P R 活動

- ・小売店等での販売促進活動、セミナー、産地交流会等において、積極的に生産者の参加を促し、生産者と消費者それぞれが直接意見を交わす機会を設ける
- ・動画や S N S、店頭ポップ、出荷資材等において、産地や生産者の顔写真、栽培に対する想い等を掲載する

#### (4) 県産農畜水産物と一体となった取組み

本県は、野菜以外にも多彩な農畜水産物の生産振興を行い、県内外へPRを行っています。このような農畜水産物と一体となり、効率的、効果的なプロモーションに取り組みます。

「さめき讚ベジタブル」 × 農畜水産物	
「さめき讚ベジタブル」 × さめき讚フルーツ	「さめき讚シリーズ」として、一体的に認知度向上に取り組みます。
「さめき讚ベジタブル」 × さめき讚フラワー	「さめき讚シリーズ」として、一体的に認知度向上に取り組みます。
「さめき讚ベジタブル」 × オリーブ	オリーブは、オリーブオイルをはじめ、新漬けやドレッシング等の製品があり、健康や美容面でも注目度が高く、野菜との相性も良いことから、一体的に認知度向上に取り組みます。
「さめき讚ベジタブル」 × さめきの夢うどん	さめきうどんの薬味として青ネギが代表的です。また、野菜不足の解消のため、うどんと一緒に野菜を食べることが推奨されており、一体的に認知度向上に取り組みます。
「さめき讚ベジタブル」 × おいでまい	食生活指針（農林水産省）では、ごはん等の穀物を毎食摂取するとともに、野菜や果物、乳製品等を組み合わせたバランスの良い食事を推進しており、一体的に認知度向上に取り組みます。
「さめき讚ベジタブル」 × 畜産物	「オリーブ牛」「オリーブ豚」「オリーブ地鶏」等の高品質で特色ある畜産物と一体的に認知度向上に取り組みます。
「さめき讚ベジタブル」 × 水産物	マダイ、マナガツオ、サワラ等の旬の水産物や「オリーブハマチ」「オリーブマダイ」「讚岐さーもん」等の高品質で特色ある水産物と一体的に認知度向上に取り組みます。





## 2 多彩なプロモーションの方法

様々な情報発信ツールや機会を利用して、生産者や関係機関と一体となってプロモーションを行います。

### (1) 主な情報発信ツール

#### ● 出荷資材

出荷箱やフィルム等に産地や生産者名(屋号等でも可)、収穫日や出荷日、農産物の特長等を記載することで、消費者の安心感や信頼を醸成します。

#### 【具体例】

- ・産地や生産者名、収穫日、出荷日等を明記
- ・農産物の特長、産地ストーリーを明記



※出荷資材  
添付イメージ

#### ● 動画

情報量が豊富で、視覚と聴覚、両面から消費者に訴えかけることが可能な動画コンテンツを使用して、産地や生産者の想い等を臨場感をもって伝え、「生産者の顔が見える野菜」を目指します。

#### 【具体例】

- ・産地、出荷調整、流通段階で品質等にこだわった取組みを伝える動画を制作
- ・小売店の売り場やフェア等のイベント等、消費者の購買意欲につながる場面で放映



## ●PRポップやレシピ

栄養面を含む県産野菜の強みを掲げた統一感のあるPRポップを作成するとともに、伝統野菜等を含む県産野菜を使った魅力あるメニューの発掘や開発による新たなレシピを情報発信することで、県産野菜の知識や新たな魅力を提案します。

### 【具体例】

- ・産地、出荷調整、流通段階で品質等にこだわった取組みを伝えるポップを作成
- ・農産物の特長、産地ストーリー、生産者や購買者のコメントを伝えるポップを作成
- ・調理方法や食べ方、栄養機能性等を提案、紹介するレシピの開発・作成
- ・小売店の売り場やフェア等のイベント等、消費者の購買意欲につながる場面で配布



## ●広報資材

小売店店頭やイベント等販売促進活動で使用できるポスターや横断幕、リーフレットを作成し、継続的に使用することで、効率的・印象的に県産野菜の魅力を発信します。

### 【具体例】

- ・キャラクター等を活用し、消費者の印象に残るポスター、のぼり、横断幕等を作成
- ・県産野菜の情報や魅力を伝えるリーフレットを作成



## ●ノベルティ

小売店店頭やイベント等販売促進活動で活用できるエコバッグやうちわ、クリアファイル等のノベルティを消費者に配布することで、県産野菜やキャラクターについての興味・関心を引き付けます。

### 【具体例】

- ・県産野菜の情報や魅力を伝えるうちわ、クリアファイルを作成し、イベント等で配布
- ・キャラクター等を使用した紙製サンバイザー等を作成し、販売促進活動の際に身に付けてPR、配布。
- ・県産野菜の情報を印刷した名刺の作成



**● 広報誌**

県広報誌「THE かがわ」や「さぬき野」等を利用して、県内外の方の目に触れるよう PR を行います。

**【具体例】**

- ・現場の声やイベント情報等を広報誌で発信



**● SNS**

低コストでタイムリーな情報発信ツールである SNS を活用して、産地や農産物の様子を写真(画像)や動画で発信することで、より多くの人に対して県産野菜を PR します。

**【具体例】**

- ・時期ごとの作業状況を生産者から発信
- ・現場の声や産地風景を伝える動画や写真(画像)を発信
- ・購買者(消費者)のコメントを発信



**● マスメディア**

テレビや新聞等のマスメディアを利用し、より幅広い人の目に触れる PR を行います。

**【具体例】**

- ・現場の声や産地風景をテレビやラジオ、新聞等で発信



## (2)ターゲットごとの情報発信

### 1) 消費者

ニーズによって明確化したターゲットごとに情報発信手段を考えます。個人の関心の高さは年齢やライフスタイルによって変動することを加味し、幅広く、消費者の食や健康に対する関心が高まるよう取り組みます。



#### <県内>

<p><b>①かがわ「旬のイチオシ」農産物フェアの実施</b></p>	<p>県内の消費者に対して、県産農産物をPRするため、県内量販店において、その時期の旬の県産農産物を束ねたフェアや関係者を集めたイベントを実施します。</p>   <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者、野菜ソムリエによる販売促進活動</li> <li>・出荷資材(箱、フィルム等)への刷り込みによるPR</li> <li>・キャラクター(着ぐるみ)の出演</li> <li>・グッズによる演出(のぼり、ミニのぼり、ポスター、紙製サンバイザー、ウェットティッシュ等)</li> <li>・動画によるPR(三豊なす、金時にんじん、ロメインレタス、さぬきのめざめ、ブロッコリー、青ねぎ、ミニトマト、きゅうり 等)</li> <li>・試食提供によるPR</li> <li>・ポップ掲示によるPR</li> </ul> 
<p><b>②県産農産物セミナーの実施</b></p>	<p>消費者を対象に、県産農産物の理解促進につながる研修会を開催します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市場、県関係者による講義</li> <li>・野菜ソムリエによる利用促進講義</li> <li>・キャラクター(着ぐるみ)の出演</li> <li>・グッズによる演出(のぼり、ミニのぼり、ポスター、紙製サンバイザー、ウェットティッシュ等)</li> <li>・動画によるPR(三豊なす、金時にんじん、ロメインレタス、さぬきのめざめ、ブロッコリー、青ねぎ、ミニトマト、きゅうり 等)</li> </ul> 

<p><b>③学校給食での旬の農産物利用促進</b></p>	<p>「旬の県産農産物利用モデル校」を設定し、学校給食に旬のイチオシ農産物を提供します。また、生産者が出前授業を実施することで児童に旬の県産農産物の美味しさに親しんでもらうとともに、将来的な県産農産物のファンを確保し、県産農産物の利用促進を図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学校の授業での紹介</li> <li>・グッズの配布</li> <li>・給食だより等で情報提供</li> </ul> 
<p><b>④マスメディアによる広報</b></p>	<p>幅広い情報発信が可能な広報誌や新聞のほか、ターゲットを狙って発信するSNS等を積極的に活用します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HP(香川の農業・水産業、LOVE さぬきさん)によるPR</li> <li>・SNS(Instagram、twitter、YouTube、香川県インターネット放送局〔ちよとみてみまい〕)によるPR</li> <li>・テレビ(県政テレビ〔サン讃かがわ PLUS〕)、ラジオ(FM、AM)によるPR</li> <li>・地元新聞(四国新聞〔達人の簡単レシピ〕)、県広報誌〔みんなの県政 THE かがわ〕、パンフレット〔香川の野菜〕等によるPR</li> </ul>
<p><b>⑤県内物産館やイベント等でのPR</b></p>	<p>一般財団法人かがわ県産品振興機構が運営する県内の物産館(栗林庵)や、関係機関が開催するイベント等と連携して販売促進を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者、野菜ソムリエによる販売促進活動</li> <li>・出荷資材(箱、フィルム等)への刷り込みによるPR</li> <li>・キャラクター(着ぐるみ)の出演</li> <li>・グッズによる演出(のぼり、ミニのぼり、ポスター、紙製サンバイザー、ウェットティッシュ等)</li> <li>・動画によるPR(三豊なす、金時にんじん、ロメインレタス、さぬきのめざめ、ブロッコリー、青ねぎ、ミニトマト、きゅうり 等)</li> <li>・試食提供によるPR</li> <li>・ポップ掲示によるPR</li> </ul> 



## <県外>

<p><b>①農産物フェアやイベント等の実施</b></p>	<p>県外フェアについては、一般財団法人かがわ県産品振興機構や JA 香川県と連携して取り組みます。</p> <p>【一般財団法人かがわ県産品振興機構の取り組み】</p> <p>首都圏、関西圏における小売店において、フェアの開催等を通じて販路拡大に取り組みます。</p> <p>また、県産食材の特長をアピールするため、首都圏等のマスコミ、バイヤーを招いたトップセールスを兼ねた試食会や、バイヤー向けの食材セミナーを開催するほか、県産品ポータルサイトの運営等、総合的な情報発信を展開します。</p> <p>●小売店・レストラン対策</p> <p>首都圏・関西圏の小売店、飲食店等をターゲットに、農産物のブランド力の強化と販路拡大を図りたい品目について、「ターゲット企業」と連携し、通年での取引継続に努めるとともに、香川県フェア等を開催し、販売額の拡大に取り組みます。</p> <p>●ギフト・通信販売対策</p> <p>平成 29 年度に制作した香川の特産品のみを掲載するオリジナルカタログギフトを活用するとともに、カタログギフト事業者やカタログ通信販売・オンラインショップを運営する業者と連携して、業者が持つ流通ルートを生かして首都圏百貨店やアンテナショップ、Web での露出による県産品の認知度向上と販路拡大を図ります。</p> <p>●食材プロモーション</p> <p>①「かがわの食」魅力体感プロモーション</p> <p>首都圏、関西圏において、バイヤーや旅行関連事業者等を対象に、香川の観光や県産食材の魅力を発信する試食会を開催し、トップセールスを通じて、香川県の知名度の向上と、県産品の認知度向上、販路拡大につなげています。</p> <div data-bbox="651 1608 928 1803"></div> <div data-bbox="1013 1608 1295 1803"></div> <p>② 食材セミナーの開催</p> <p>食材ごとに、百貨店、商社のバイヤーやレストランシェフを招聘し、食材の特長や商流等を説明しつつ売込みを図るセミナーを首都圏、関西圏で開催し、認知度向上と販路開拓につなげます。</p>
--------------------------------	--

<p style="text-align: center;"><b>①農産物フェアや イベント等の実施</b></p>	<p>③ 首都圏さぬきダイニング 「首都圏さぬきダイニング」に認定した、情報発信力のあるレストランでのレストランフェアの開催を支援するとともに、様々なマス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を図ります。</p> <p>【JA 香川県による販路拡大の取組み】 香川のイメージアップリーダーとなるブランド品目等について、流通・小売業者等の実需者と連携した販売促進活動や消費者に対するPR活動を戦略的に実施することにより、全国有名百貨店等への販路開拓・取引拡大とブランド力の強化を図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●実需者等との産地交流 実需者・消費者と生産者の交流を通じて、品質向上に向けた生産者の取組みや産地の魅力を実需者等に伝えることにより、県産青果物に対する信頼度の向上を図ります。</li> <li>●実需者と連携した販売促進 主要卸売市場との懇談会や品目ごとの生産販売会議を開催し、実需者に対して正確な生産情報を提供するとともに、消費地での販売動向を踏まえた戦略的な販売促進活動を行います。</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>●イベント等を活用したPR 県主催のイベント等を活用した効果的なPR活動を行います。</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>②東京アンテナ ショップ等でのPR</b></p>	<p>東京アンテナショップ「香川・愛媛せとうち旬彩館」やJA香川県が開催するイベント等と連携して販売促進を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者、野菜ソムリエによる販売促進活動</li> <li>・出荷資材(箱、フィルム等)への刷り込みによるPR</li> <li>・キャラクター(着ぐるみ)の出演</li> <li>・グッズによる演出(のぼり、ミニのぼり、ポスター、紙製サンバイザー、ウェットティッシュ等)</li> <li>・動画によるPR(三豊なす、金時にんじん、ロメインレタス、さぬきのめざめ、ブロッコリー、青ねぎ、ミニトマト、きゅうり 等)</li> <li>・試食提供によるPR</li> <li>・ポップ掲示によるPR</li> </ul>

<p><b>③マスメディアによる 広報</b></p>	<p>幅広い情報発信が可能な広報誌や新聞のほか、ターゲットを狙って発信するSNS等を積極的に活用することで、香川県産農産物のファンを作ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HP(香川の農業・水産業、LOVE さぬきさん)によるPR</li> <li>・SNS(Instagram、twitter、YouTube、香川県インターネット放送局〔ちよっとみてみまい〕)によるPR</li> <li>・県広報誌〔さぬき野〕、パンフレット〔香川の野菜〕等によるPR</li> </ul>
---------------------------------	--

## 2) 市場

<p><b>①トップセールスの 実施</b></p>	<p>県内外の市場において、トップセールスを実施し、多様なプロモーションにより効果的なPRを行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スピーチ(知事、JA香川県理事長、市場関係者、生産者)によるPR</li> <li>・出荷資材(箱、フィルム等)への刷り込みによるPR</li> <li>・キャラクター(着ぐるみ)の出演</li> <li>・グッズによる演出(のぼり、ミニのぼり、ポスター、紙製サンバイザー、ウェットティッシュ等)</li> <li>・動画によるPR(三豊なす、金時にんじん、ロメインレタス、さぬきのめざめ、ブロッコリー、青ねぎ、ミニトマト、きゅうり 等)</li> <li>・試食提供によるPR</li> <li>・意見交換会の実施によるPR</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p><b>②マスメディアによる 広報</b></p>	<p>県内外の市場担当者に対して、SNS等を活用した効果的なPRを行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HP(香川の農業・水産業、LOVE さぬきさん)によるPR</li> <li>・SNS(Instagram、twitter、YouTube、香川県インターネット放送局〔ちよっとみてみまい〕)によるPR</li> </ul> 



<p><b>③流通関係者等との連携</b></p>	<p>【一般財団法人かがわ県産品振興機構の取組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●卸・仲卸との連携 <p>首都圏等の卸・仲卸業者との連携強化により、県産野菜等の生鮮品を、卸・仲卸が持つ流通ルートを生かして、小売店、飲食店等への販路拡大を図るとともに、航空会社が実施するキャンペーン等と連携した取組みにより、県産品のブランド化及び販路拡大を図ります。</p> </li> <li>●大手食品卸会社との連携 <p>大手食品卸会社と連携し、卸会社が持つ流通ルートや販売ノウハウを活かして、販路拡大を図るとともに、首都圏・関西圏で開催される食品見本市への県内事業者の出展を支援しています。</p> </li> </ul>
---------------------------	---

### 3) 小売店

<p><b>①農産物フェアの実施</b></p>	<p>県内外の小売店で、旬の県産農産物を束ねたフェアを実施します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者、野菜ソムリエによる販売促進活動</li> <li>・出荷資材(箱、フィルム等)への刷り込みによるP R</li> <li>・キャラクター(着ぐるみ)の出演</li> <li>・グッズによる演出(のぼり、ミニのぼり、ポスター、紙製サンバイザー、ウェットティッシュ等)</li> <li>・動画によるP R(三豊なす、金時にんじん、ロメインレタス、さぬきのめざめ、ブロッコリー、青ねぎ、ミニトマト、きゅうり 等)</li> <li>・試食提供によるP R</li> <li>・ポップ掲示によるP R</li> </ul>
<p><b>②県産農産物セミナーの実施</b></p>	<p>県内外の小売店担当者を対象に、県産農産物の理解促進につながる研修会を開催します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市場、県関係者による講義</li> <li>・野菜ソムリエによる利用促進講義</li> <li>・キャラクター(着ぐるみ)の出演</li> <li>・グッズによる演出(のぼり、ミニのぼり、ポスター、紙製サンバイザー、ウェットティッシュ等)</li> <li>・動画によるP R(三豊なす、金時にんじん、ロメインレタス、さぬきのめざめ、ブロッコリー、青ねぎ、ミニトマト、きゅうり 等)</li> </ul>
<p><b>③マスメディアによる広報</b></p>	<p>県内外の小売店担当者に対して、SNS等を活用した効果的なPRを行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HP(香川の農業・水産業、LOVE さぬきさん)によるP R</li> <li>・SNS(Instagram、twitter、YouTube、香川県インターネット放送局〔ちよとみてみまい〕)によるP R</li> <li>・県広報誌〔さぬき野〕、パンフレット〔香川の野菜〕等によるP R</li> </ul>



香川県農政水産部  
農業生産流通課  
農産物ブランド推進グループ

〒760-8570  
香川県高松市番町  
4丁目1番10号

TEL (087)832-3417  
FAX (087)837-2481

