

基本施策 (2) 競争力の高いえひめ農業の生産力・販売力を磨きます

施策の展開方向 ③ えひめ農業の販売力を拡大します

具体的な推進事項 1 魅力あふれる愛媛の農産物のブランド力向上を図ります

〇ブランド化の推進

1 ブランド認定

【取組】

- ・愛あるブランド產品の新規認定及び認定更新審査を実施

【成果】

- ・新規認定產品：2品目2產品（赤ウニ、ポンカン）
- ・認定更新產品：22品目39產品
- ・認定產品合計※：49品目83產品 ※R6年度末時点

【関係事業】

- ・えひめの農林水産物販売拡大サポート事業費：13,030千円

2 知名度向上

【取組】

- ・農林水産物統一キャッチフレーズ「愛媛産には、愛がある。」にみきゃんがデザインされた「みきゃん段ボール」「みきゃんスタンドバック」等を販売

【成果】

- ・小売店等で贈答用柑橘などの販売に利用
- ・県内外小売店での販売に利用
- ・国内外で開催する愛媛フェアで使用



いよかん大使 表敬訪問



市場トップセールス

〇ブランド力の向上

1 販売促進

【取組】

ブランド產品等の販売拡大のため、トップセールスや県外での愛媛フェア開催、本県の食の体験イベント開催、民間企業との連携によるPR販売等を実施

- ・市場トップセールス：大都市圏の卸売市場でトップセールス
- ・愛媛フェアの開催：北海道、東北、首都圏、関西圏のフェア等での農林水産物販売
- ・県産食材のブランド力向上と食を通じた誘客促進を目指し、産地ならではの食の魅力が体感できるイベントの開催とプロモーションを一体的に展開
- ・令和7年3月の「紅プリンセス」本格販売を契機に、紅まどんな、紅かんぺい（甘平）、紅プリンセスの県オリジナル3品種を「紅コレクション」と命名し、親子関係とリレー販売を意識した一体的なプロモーションを展開
- ・県内のオフィスで毎日かんきつを食べることを習慣化し、県産かんきつの消費拡大を図る運動「みかんdeチャージ」プロジェクトを展開

【成果】

県外消費者への認知度向上と販売の拡大

- ・県外フェア等の販促活動における売上額：10.9億円
〔目標：9.5億円〕
- ・県オリジナル品種の認知度（首都圏30～50代女性）：38.4%（R6）〔目標：40%〕

【関係事業】

- ・えひめの農林水産物販売拡大サポート事業費：13,030千円
- ・えひめの食ブランディング事業費：32,471千円
- ・紅プリンセス等ブランド力強化事業費：15,000千円



「えひめの食」体験イベント



県オリジナル3品種を「紅コレクション」と命名



都内における紅プリンセス販売開始お披露目発表会

基本施策 (2) 競争力の高いえひめ農業の生産力・販売力を磨きます

施策の展開方向 ③ えひめ農業の販売力を拡大します

具体的な推進事項 1 魅力あふれる愛媛の農産物のブランド力向上を図ります

〇ブランド力の向上

2 販路拡大

【取組】

- ① 大都市圏の食品卸売業者が持つ飲食店とのパイプを活用し、卸事業者による営業活動や飲食店でのメニューフェアを開催することで、県産食材を継続的に取り扱う飲食店を開拓
- ② 県産農林水産物のPR・販売促進を図り、新たな愛媛ファンを獲得するため、首都圏でキッチンカーを運営

【成果】

- ① 食品卸売事業者による販路開拓数：784店舗、1,427件
〔R5：815店舗、1,061件〕
- ② 販売額：126万円/月平均〔目標：120万円〕
〔R5：104万円/月平均、R4：71万円/月平均〕

【関係事業】

- ・えひめ食材販路拡大パワーアップ事業費：15,268千円
- ・首都圏まるごと愛媛PRキッチンカー運営事業費：5,416千円



グルメサイトと連携した
飲食店フェア



EHIMEみきゃんずキッチン

〇ブランド畜産物の魅力向上

【取組】

- ① 県ブランド畜産物の販売拡大を図るため、飲食店等でのメニューフェアや量販店でのキャンペーン、生産者の個別営業への支援を実施
- ② 県産牛乳の消費拡大のため、イベントやスポーツ教室でのPR活動、プレゼントキャンペーンやSNS等を活用した魅力発信を実施

【成果】

- ① フェア等の実施：延べ5回、83店舗参加
- ② 〔・県産牛乳イベントPR、食育教室、スポーツ教室：計52回
〔・県内飲用牛乳消費増加量：365t

【関係事業】

- ・県ブランド畜産物実需加速化事業費：6,888千円
- ・県産牛乳消費拡大応援事業費：18,500千円



県産牛乳のイベントPR



スポーツ教室

基本施策 (2) 競争力の高いえひめ農業の生産力・販売力を磨きます

施策の展開方向 ③ えひめ農業の販売力を拡大します

具体的な推進事項 2 輸出力を強化し、愛媛の魅力を世界に広げます

○輸出力強化に向けた取組の推進

【取組】

- ・人口が減少し、国内市場が縮小する中、農林水産業を成長産業にするため、各国・地域の検疫条件や市場ニーズを見極めながら、現地プロモーション及び生産者支援を展開
- ・輸出障壁の高いEU・スイス向け河内晩柑（misho）については、物流コストの削減と環境負荷の低減を目的とした海上輸送試験を実施

【成果】

- ・輸出事業者等との関係の維持強化
- ・県が関与する県産かんきつ輸出実績：181.3トン
〔R5年比：107.1%〕

※ 輸出先：11か国・地域
（台湾、シンガポール、ベトナム、EUなど）

【関係事業】

- ・県産農林水産物輸出促進事業費：14,322千円



台湾「裕毛屋」での
県産かんきつPR



シンガポールでの県産かんきつ
スイーツプロモーション



ベトナム「KLEVER FRUIT」
でのプロモーション



台湾・清水SAのオープンに
合わせた県産品PR



イギリス・高級飲食店での
「紅まどonna」試食イベント



欧州向け河内晩柑（misho）
の海上輸送試験

基本施策 (2) 競争力の高いえひめ農業の生産力・販売力を磨きます

施策の展開方向 ③ えひめ農業の販売力を拡大します

具体的な推進事項 3 6次産業化などの農村発イノベーションを促進します

○取組事業者への相談・アドバイスの実施

【取組】

- ・6次産業化（農山漁村発イノベーション）サポートセンターを通じたプランナー派遣により、6次産業化等に取り組む事業者への相談・アドバイスを実施

【成果】

- ・6次産業化（農山漁村発イノベーション）サポートセンター相談件数：207件〔R5：212件、R4：173件、R3：200件〕

【関係事業】

- ・6次産業化活動支援事業費：22,691千円



事業者支援の結果例

○新商品開発や販路開拓に向けた補助事業の活用促進

【取組】

- ・新商品開発や商品ブラッシュアップ、販路開拓のための商談会への出展といった取組について補助事業を活用した支援の実施

【成果】

- ・6次産業化チャレンジ総合支援事業活用件数：12件〔R5：11件、R4：8件、R3：10件〕

【関係事業】

- ・6次産業化活動支援事業費：22,691千円



開発された新商品例

○6次産業化等に向けた人材育成やスキルアップへの支援

【取組】

- ① 経営感覚を持って、6次産業化等に取り組める人材の育成や商品開発・商談力の向上、商品ブラッシュアップ力の強化を目的とした人材育成研修会等を実施
- ② 多様な参加形態に対応するため、リアルとオンラインを併用した開催形式で実施

【成果】

- ①
 - ・人材育成研修会等参加者：41人〔R5：49人、R4：57人、R3：124人〕
 - ・オンライン参加者：17人〔R5：11人、R4：16人、R3：104人〕
- ② 実践的な研修として、県内先進事業者先にて実地研修を実施（参加者：5人）

【関係事業】

- ・6次産業化活動支援事業費：22,691千円



人材育成研修会の様子

○6次産業化の販売促進に向けたマルシェ・商談会の開催

【取組】

- ・6次産業化全体の更なる知名度向上と販路開拓につなげるため、県内生産者が開発した優れた6次産業化商品を一堂に集めたりアルイベント（マルシェ・商談会）を開催

【成果】

- ・出展者数：24事業者
- ・売上販売額：1,432千円

【関係事業】

- ・6次産業化活動支援事業費：22,691千円



マルシェの様子