

物産ブランド発信事業

【平成30年度予算額 1,564千円】

産品価値創造課
0897-52-1380
(2627)

- ・第2期総合計画 第9節「西条の価値や魅力の向上 まちのブランド化」
施策（1）西条ブランドの構築・推進
- ・まち・ひと・しごと創生総合戦略
（1）西条ブランドの構築・推進 【KPI】愛あるブランド認定数5件増
（2）魅力の発信やPR 【KPI】インターネットアクセス数の増（HP100万件／年、FACEBOOK890,000件／年）

1 西条ブランドの構築・推進

(1) 西条産品の付加価値の向上 11,000円

えひめ愛フード推進機構「愛あるブランド産品」認定取得推進
その他ブランド産品認定取得推進（「本場の本物」他）

(2) 主力産品PR発信事業 72,000円

絹かわなす、太天柿、西条の七草 等

(3) 新たなブランド産品の創出～発信事業 1,080,000円

地域産品の掘り起し、水をキーワードとした新たな魅力の創出、発信

- ・石鎚黒茶PR事業
- ・水ブランド化発信事業
西条の水と食材、食文化の紹介冊子の製作、ホームページ発信
日本一美味しい水を使ったコーヒーが飲めるまち西条への取り組み 他
- ・その他魅力創出～発信事業（てっぱんナポリタン、O系弁当等）

(4) 特産品開発支援事業（→産業振興課予算対応）

（※民間事業者などの新たな特産品開発に係るセミナーの開催や
開発事業費の補助支援については、産業振興課で対応。）

2 魅力の発信やPR

(1) 物産展等開催事業（→物産販売推進事業対応）

(2) 企業向け販路開拓・拡大事業（→産業振興課予算対応）

（※商談会等、企業向けPR～ビジネスマッチング関係事業については、
産業振興課で対応。）

(3) 企業・団体等とのパートナーシップによる全国発信 401,000円

野菜刈り活用事業（会員5万人への情報発信、企業商談会への参加等）
地元企業等の協力による西条ブランド産品発信事業
（クラレ、アサヒビール他、地元企業の協力による全国発信）
東京農大コマーシャルBOX活用発信事業



「愛あるブランド」認定産品「黄金福嘉来」

観光都市西条のブランド化～ 西条産地体験モデルツアーの実施

ミートモリタ屋さんの協力の下、関西圏域の西条産品
ファンを対象とした体験モデルツアーを実施し、西条の魅
力を発信するとともに、観光と物産が融合した新たな着
地型体験ツアーの創出を図る。

- （主 催）西条市・ミートモリタ屋共同開催
- （開催場所）大阪府高槻市～西条
- （開催時期）1回開催（夏）
- （対象者）関西在住者30名
- （内 容）1泊2日（船中泊1日）