

# 「うどん県。それだけじゃない香川県」プロジェクトについて

～ 香川県内企業へのアンケート調査を含んで ～

## 1. はじめに

香川県は、平成 23 年 10 月、香川の県産品や観光資源の中で最も知名度のある「讃岐うどん」のブランド力を活用し、インパクトのある PR 映像等を駆使して香川のうどん以外の産品や観光地等の魅力を国内外に PR する「うどん県。それだけじゃない香川県」プロジェクトをスタートさせた。行政主導の同プロジェクト開始から 1 年が経過し、その取り組み状況と反響、県内企業の同プロジェクトの利活用状況等を、香川県内企業へのアンケート調査を含めてまとめた。なお、本文中に香川の県産品、観光地を一部紹介しているが、香川県には、他にも魅力的な県産品、観光資源が多数あり、誌面の都合で紹介しきれていないので、その点はご了承願いたい。

## 2. うどん県プロジェクトの始まり

平成 23 年 10 月 11 日、東京都内ホテルで、浜田恵造香川県知事が記者会見を開き、“このたび、香川県をうどん県に改名することにしました”という設定で、架空の「うどん県」の副知事に任命した香川県出身の俳優、要潤さん（三豊市出身）と木内晶子さん（高松市出身）を伴って香川の魅力を伝える PR 映像を会場に流し、ここに行政主導の「うどん県。それだけじゃない香川県」プロジェクト（以降、うどん県プロジェクトと言う）がスタートを切った。インターネット等を通じての情報発信、クチコミの広がりや早く、同プロジェクトの開始に合わせて県が開設したインターネットの特設サイトへは、この PR 動画を見ようと、ほぼ 1 日で約 17 万件の大量アクセスがあり、接続困難をきたしたため、県はサーバーの増設を行った。

約 2 分間の PR 動画は、要潤うどん県副知事が、毛筆で書かれた「うどん県」の額縁を掲げ改名を宣言するところから始まる。そして、栗林公園、金刀比羅宮、丸亀市猪熊弦一郎現代美術館、瀬戸大橋、ハマチ養殖場、サンポート高松、オリーブ、オリーブハマチ、骨付鳥、屋島、小豆島エンジェルロード、香川県立東山魁夷せとうち美術館、豊島美術館、直島が、讃岐うどんだけではない香川の地域の魅力として紹介される内容で、香川県出身の俳優の石倉三郎さん、タレントの松本明子さん、バイオリニストの川井郁子さん、女優の藤澤恵麻さん、お笑いコンビのシャカが、金刀比羅宮宮司、美術館の学芸員、JR 四国の乗務員などに扮し登場する。木内晶子うど



資料提供：香川県

ん県副知事が主演し、女優の高畑淳子さんがナレーターを務める別の PR 動画も作成された。

県の狙いは「香川県がうどん県に改名する」というニュース性のある話題と、香川県出身の9名のタレント等を起用することで、インパクトのある映像により、讃岐うどん以外にも素晴らしい県産品や観光地があることを、多くの人に知ってもらい、旅行先や商品の購入先として香川を選んでもらうことにある。

「瀬戸内海」「食」「アート」をそれぞれ15秒で紹介する映像も制作し、羽田空港待合室フューチャービジョン、ANA国内線機内TV、東京メトロ車内ビジョン、六本木大型ビジョン等で流されたほか、ポスター掲出も、羽田空港国内線出発ターミナル、東京モノレール、東武鉄道等で行われた。なお、これらの取り組みは、平成23年度の県の「見れば見るほど映像・誰もがアート驚く情報発信事業」（決算額6,583万円）の一環として行われた。

要潤うどん県副知事出演の『うどん県。それだけじゃない香川県』のPR映像は、平成24年6月、米国アカデミー賞公認の国際短編映画祭「ショートショート フィルムフェスティバル&アジア」で、観光振興という観点で最も創造性、振興性、話題性を含んだ作品として、熊本県のゆるキャラ“くまモン”出演『kumamoto surprise film 「くまもつで、まってる。」』とともに第1回観光映像大賞を受賞している。

### 3. 香川の抱える問題

うどん県プロジェクトが開始される前の平成23年1月に香川県が実施した県産品に関するインターネット調査によると、讃岐うどんの認知度割合が90%以上であるもの

■表1 香川県産品の地域別認知度ランキング

(単位:%)

|       | 首都圏 |               |      | 関西圏 |              |      | 香川県 |              |      |
|-------|-----|---------------|------|-----|--------------|------|-----|--------------|------|
|       | No. | 産品名           | 割合   | No. | 産品名          | 割合   | No. | 産品名          | 割合   |
| 加工食品  | 1   | 讃岐うどん         | 90.4 | 1   | 讃岐うどん        | 91.3 | 1   | 讃岐うどん        | 97.1 |
|       | 2   | オリーブ製品        | 44.2 | 2   | オリーブ製品       | 51.0 | 2   | しょうゆ豆        | 91.3 |
|       | 3   | そうめん          | 21.2 | 3   | 醤油           | 35.6 | 3   | オリーブ製品       | 90.4 |
|       | 4   | 醤油            | 17.8 | 4   | そうめん         | 24.5 | 4   | 和三盆製品        | 89.4 |
| 畜産・水産 | 4   | 和三盆製品         | 17.8 | 5   | しょうゆ豆        | 19.2 | 5   | そうめん         | 77.9 |
|       | 1   | 讃岐牛           | 7.7  | 1   | 讃岐牛          | 9.1  | 1   | ハマチ          | 74.0 |
|       | 2   | いりこ(煮干)       | 7.2  | 2   | いりこ(煮干)      | 5.8  | 2   | 讃岐コーチン       | 69.2 |
|       | 3   | 讃岐コーチン        | 4.3  | 3   | 讃岐コーチン       | 3.4  | 3   | 讃岐牛          | 63.5 |
|       | 4   | ハマチ           | 1.9  | 4   | 讃岐夢豚         | 2.9  | 4   | 讃岐夢豚         | 62.5 |
| 青果    | 5   | 讃岐夢豚          | 1.4  | 4   | のり           | 2.9  | 5   | いりこ(煮干)      | 43.3 |
|       | 5   | タイラギ(貝柱)      | 1.4  |     |              |      |     |              |      |
|       | 1   | みかん(小原紅早生)    | 10.1 | 1   | みかん(小原紅早生)   | 11.5 | 1   | 金時にんじん       | 73.1 |
|       | 2   | 金時にんじん        | 6.3  | 2   | いちご(さぬきひめ)   | 8.2  | 2   | いちご(さぬきひめ)   | 67.3 |
|       | 3   | レタス           | 5.3  | 3   | 金時にんじん       | 7.2  | 3   | キウイフルーツ(香緑等) | 64.4 |
| 工芸品等  | 4   | いちご(さぬきひめ)    | 3.8  | 4   | キウイフルーツ(香緑等) | 3.8  | 3   | レタス          | 64.4 |
|       | 5   | キウイフルーツ(香緑等)  | 3.4  | 5   | プロッコリー       | 2.4  | 5   | みかん(小原紅早生)   | 42.3 |
|       | 4   | アスパラ(さぬきのめざめ) | 3.4  |     |              |      |     |              |      |
|       | 1   | 丸亀うちわ         | 24.0 | 1   | 丸亀うちわ        | 26.9 | 1   | 丸亀うちわ        | 89.4 |
| 2     | 2   | 香川漆器(お盆等小物)   | 2.9  | 2   | 庵治石製品        | 2.4  | 2   | 庵治石製品        | 71.2 |
|       | 3   | 香川漆器(座卓等大型家具) | 2.9  | 3   | 香川漆器(お盆等小物)  | 2.4  | 3   | 手袋           | 65.4 |
|       | 4   | 手袋            | 2.4  | 4   | 張子           | 2.4  | 4   | 香川漆器(お盆等小物)  | 52.9 |
|       | 4   | 讃岐装飾瓦         | 2.4  | 5   | 讃岐装飾瓦        | 1.9  | 5   | カンカン石        | 48.1 |
|       | 5   | 讃岐装飾瓦         | 2.4  |     |              |      |     |              |      |

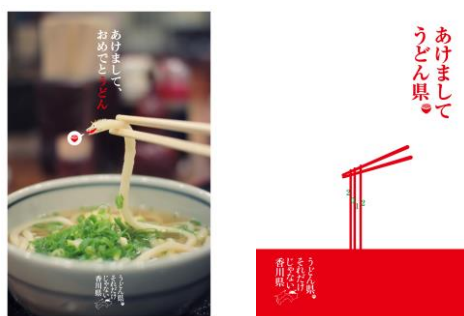
資料:香川県

調査実施時期:平成23年1月、実施方法:インターネットによる調査、対象者:520名、性別:既婚女性 年齢30歳代~60歳代  
地域別対象者数:首都圏(208名)、関西圏(208名)、香川県(104名)

のそれ以外の産品は低調であり、首都圏、関西圏での認知度と香川県民の認知度にギャップも見られる（表1参照）。うどん県プロジェクトは、ブランド力の突出している「讃岐うどん」を活用し、それ以外の県産品や観光地を売り込もうとするものである。

#### 4. うどん県プロジェクトのその後の展開

平成23年12月6日、要潤うどん県副知事は「東京都千代田区の郵便事業株式会社を訪問し、“うどん県”という宛名で香川県へ郵便やゆうパックが届くように同社社長の要望書を提出し直談判、同社は郵便番号が書かれていれば届くと思う、郵便番号がなくても、市や町の名前から届くよう努力すると、うどん県副知事の要望を受け入れた・・・」というパフォーマンスを実施した。これを受ける形で、香川県公式観光サイト「うどん県旅ネット（同年12月1日開設）」から、うどん県特製の年賀状用テンプレートを無料でダウンロードできるサービスを開始したほか、「うどん県からのお年玉企画 ～要潤副知事に年賀状を送って、お年玉をもらおう！」というキャンペーンもスタートさせた。うどん県の宛名で年賀状を副知事宛に送れば抽選で10名にオリーブ加工品詰め合わせ（7千円相当）のお年玉をプレゼントするというもので、全国から2,600通を超える応募があった。この企画は、郵便事業株式会社としては、年賀状の利用促進を図れるメリットがあり、香川県としては、“それだけじゃない”香川県の魅力として県産品のオリーブをPRすることを目的として行われた。



平成24年(辰年)の年賀状無料テンプレート、約20種類提供された。

平成24年3月26日には、JR四国の高松駅の愛称を「さぬきうどん駅」にすることが発表された。要潤うどん県副知事起用のアート編ポスターをモチーフにしたJR瀬戸大橋線の快速マリンライナーのラッピング列車の運行も3月29日から開始された。香川県とJR四国はうどん県プロジェクト及び平成25年3月から開催の「瀬戸内国際芸術祭2013」におけるパートナーシップ協定を締結（協定期間24年3月29日～26年3月31日）している。なお、「さぬきうどん駅」のネーミングについては、平成24年3月28日、大西秀人高松市長が「高松では盆栽や庵治石など、うどん以外にも特色をアピールできる資源があるので、さぬきうどん駅が高松の玄関口としての高松駅の愛称として、ふさわしいかどうかは若干疑問・・・」と発言、市民からも



「松盆栽」  
高松市は全国有数の盆栽の産地

何処の駅か分からないとネーミングを疑問視する声が寄せられたことから、急遽、愛称は『さぬき高松うどん駅』に変更となった。

平成24年度、県は「うどん県プロジェクト」事業費として7,250万円の当初予算を組んだ。前年度に引き続きインパクトのある映像コンテンツ等による情報発信や、農村歌舞伎関連のイベント、周遊観光や滞在型観光を推進する観光地スタンプラリー「うどん県公式パスポート」発行などの取り組みが行われている。

平成24年4月23日には、要潤うどん県副知事が県産の野菜や魚などを使った料理を自ら作り、県産品をPRする設定の動画「要の台所」の配信が特設サイトで始まった。毎月更新の12回シリーズとなっており、県オリジナル品種のアスパラガス「さぬきのめざめ」や、香ばしく煎ったそら豆を、醤油や砂糖などでつくったタレに漬け込んで味付けした郷土料理「しょうゆ豆」、地域団体商標にも登録されている観音寺市の伊吹島の「伊吹いりこ」（煮干し）、オリーブ牛、そうめんなどがメイン食材として紹介されている（表2参照）。

うどん県キャラクターのうどん県観光課係長「うどん健」による「健さんの恋する県産品」という企画も始まった。声だけで県産品の魅力を伝える内容で、うどん健の声は香川県出身の声優、中村悠一さんが務めている。



「しょうゆ豆」



「伊吹いりこ」の商標



「うどん健」

■表2 動画「要の台所」の内容

| 公開年月  | 紹介メニュー               | メイン食材等                       |
|-------|----------------------|------------------------------|
| 24年4月 | さぬきのめざめチャーシュー丼       | アスパラガス「さぬきのめざめ」、オリーブオイル、にんにく |
| 5月    | サワラと葉ごぼうの彩りスープ仕立て    | サワラ、葉ごぼう                     |
| 6月    | しょうゆ豆の春巻きスイーツ        | しょうゆ豆、うどん県パッチ和三盆             |
| 7月    | オリーブ牛のちらし寿司          | オリーブ牛、丸亀うちわ、うどん県パスポート        |
| 8月    | 夏野菜とぴりカレー鶏肉のひやひやそうめん | そうめん、なす、かぼちゃ、オクラ             |
| 9月    | いりこたっぷり！ねぎたこチヂミ      | いりこ、たこ                       |
| 10月   | オリーブハマチの照り焼きピザ       | オリーブハマチ、キウイ「さぬきゴールド」         |
| 11月   | 新漬けオリーブのバーニャカウダ      | 新漬けオリーブ、にんにく、香川漆器「セトウチウツワ」   |
| 12月   | 讃岐夢豚の5チーズ鍋           | 讃岐夢豚、オリーブそうめん、漆塗りお箸「うまげばし」   |
| 25年1月 | 金時人参のまっかっかパエリア       | 金時人参                         |
| 2月    | タイラギのバターライス茶碗蒸し      | タイラギ、イチゴのワイン                 |
| 3月    | らりるれレタスのうどんグラタン      | らりるれレタス                      |

平成24年11月8日、2012年の世相を反映し話題となった言葉に贈られる「ユーキャン新語・流行語大賞」の候補50語が発表されたが、「ワイルドだろお」「iPS細胞」とともに「うどん県」がノミネートされ話題となった。

翌9日には、帝国ホテル東京で、県産食材の認知度向上、販路拡大を図るため、報

道機関や首都圏バイヤー等を集め「さぬきうまいもん祭り in 東京」を開催、女優の藤澤恵麻さん（うどん県県産品振興本部長）による県産食材（和三盆、しょうゆ豆、県産小麦「さぬきの夢」、オリーブ、キウイフルーツ）を使用した特製クリスマスケーキの試食や県産食材を使った料理の発表会及び試食会が行われた。その際、要潤うどん県副知事に加え、タレントの加藤茶さんをゲストとして起用した新 PR 動画が発表された。

新 PR 動画の内容は、讃岐うどんを食べに香川を訪れた加藤茶さんを、要潤うどん県副知事が県民に呼び掛け、県産品を持ち寄り、JR 四国の「さぬき高松うどん駅」前でお迎えするというもの。石垣の美しさで知られる丸亀城（丸亀市）や金刀比羅宮（琴平町）の参道周辺住民は、骨付鳥、讃岐一刀彫、丸亀うちわ、特別名勝の栗林公園（高松市）からは香川漆器、東かがわ市の古い町並み散策の拠点である「讃州井筒屋敷」の周辺住民からは全国一の生産量を誇る手袋が、瀬戸大橋周辺からは郷土料理の「しょうゆ豆」が、小豆島からは「素麺」と「オリーブオイル」、綾川町から「綾川そば」、民芸品の張子虎など、画面では確認困難なほどの多数の県産品が動画に納められている。丸亀市の「京極くん」や「うちっ娘（うちっこ）」など、香川の“ゆるキャラ”達も駆けつけている。



「POP 達磨」  
伝統の讃岐一刀彫を現代風にカラフルに仕上げた作品



東かがわ市の「讃州井筒屋敷」での引田ひなまつりの様子



丸亀藩主の京極家に因んだ「京極くん」と、特産品の団扇をモチーフにしたマスコットキャラクター「うちっ娘」

後日、続編のPR動画もインターネットの特設サイトで公開された。香川での旅を終えて、東京に帰った加藤茶さんに要潤うどん県副知事がお礼の手紙を送る設定の『カナメからの手紙』篇では、実は香川で讃岐うどんしか食べていない加藤茶さんに、県民が骨付鳥、野菜の「らりるれレタス」、郷土料理の「餡餅雑煮（白味噌仕立ての吸い物にあんもちが入った雑煮）」、いりこ、オリーブ牛、県産果物の新ブランド「さぬき讃フルーツ」（県オリジナル品種を中心に、みかん、キウイ、もも、ぶどう等、糖度など一定の品質基準を満たし、県から認定された生産者が育てた果物）を紹介する内容。



アートに全く興味のない設定の加藤茶さんに、県民がアートを薦める内容のPR動画『ウワサのアート』篇では、丸亀市猪熊弦一郎現代美術館（丸亀市）、香川県立東山魁夷せとうち美術館（坂出市）、四国村ギャラリー（高松市）、直島のパブリックアート、世界的建築家の丹下健三設計の香川県庁舎東館（高松市）が紹介された。



「香川県庁舎東館(昭和33年竣工)」  
コンクリートながら、和風建築を思わせる傑作。平成25年は設計者丹下健三の生誕100周年目にあたる。

## 5. 売り込まれる県産品

県産品を売り込むため、首都圏、地元香川などで、試食会や商談会を兼ねたPRイベント、産地見学会が盛んに開催されている。招聘されるのは、百貨店、ホテル、レストランのバイヤー、シェフ、スーパーマーケット、通信販売会社、コンビニエンスストアのバイヤー、マスコミ関係者などである。県の狙いは、試食会等のイベントを通じての県産品の常時取引店舗の確保や、バイヤー等の人脈づくりを通じての販売ルート of 拡充と県産品のブランド化等である。県、生産者団体等が大手企業と連携し、その企業の持つ販売網とブランド力を活用し、県産食材を県内外に売り込む戦略もとられている。平成23年に入り、ハウス食品㈱、イオン㈱、サントリービア&スピリッツ㈱との間で協力体制が整えられ、県野菜、果物、オリーブ牛等の県産品のPRイベントが行われている。

首都圏において行われている取り組みとしては、三越伊勢丹と連携しての、百貨店、高級スーパーでの県産品フェアの開催、丸ノ内ホテル、帝国ホテルとの連携、食に関する情報のポータルサイトを運営する「ぐるなび」との連携による東京都内のレストラン、飲食店での讃岐牛、アスパラガス、瀬戸内海の地魚等を使った香川県フェア、大手居酒屋チェーンの大庄と連携した香川県フェアの開催等である。大手水産小売会社の中島水産㈱や東信水産㈱との連携により、県産ナシフグ「讃岐でんぶく」やオリーブハマチ（ぶり）などの県産水産物や水産加工品の首都圏での販売も行われている。



讃岐でんぶく

「讃岐でんぶく」の商標

関西圏においても同様の取り組みが行われている。リーガロイヤルホテルや大丸、近鉄、阪神等の百貨店、サントリーグループの飲食チェーン店、京都のイオン洛南店、滋賀に基盤を持つ平和堂での香川県フェア等がそれである。九州圏へも県産品を売り込む取り組みが広がっているほか、インターネット通販サイトの「Amazon.co.jp」等で「うどん県」フェアも開催されている。

香川県内での一般消費者向けのイベントとしては、欧風産直市「さぬきマルシェ」や県産品を一堂に会した「さぬきうまいもん祭り」、県産食材を使った料理教室、食育を兼ねた親子料理教室、レシピコンテスト等の取り組みが行われている。また、県産食材を使用した料理が味わえ、香川の”食”のショールーム的役割を担う飲食店舗を「さぬきダイニング」として認定する取り組みも平成24年2月にスタートした。高松市の季節料理お弁当「福」、イタリア料理「アクアフォンテ」、丸亀市の日本料理店「永楽亭」などが認定されている。

海外販路開拓のための取り組みも進められている。シンガポール、上海、香港等での県産品フェア開催や海外の日本料理店のオーナー、シェフを香川に招聘し、県産食材を売り込んでいる。

ブランド化を進めている県産品の代表格は、オリーブ、オリーブハマチ（ぶり）、オリーブ牛である。図1～3の通り、オリーブの栽培面積、オリーブハマチ、オリーブ牛の出荷量は増加している。国内でのオリーブ栽培の発祥の地は香川の小豆島であり、ハマチ養殖の発祥の地も香川の東かがわ市引田である。オリーブの葉の粉末が入った餌を与えて育てたのがオリーブハマチである。オリーブ牛は県特産の

黒毛和牛「讃岐牛」にオリーブを飼料として与えて肥育したものである。オリーブハマチは平成21年、オリーブぶり、オリーブ牛は23年に商標登録がされた新しいブランド産品である。とも



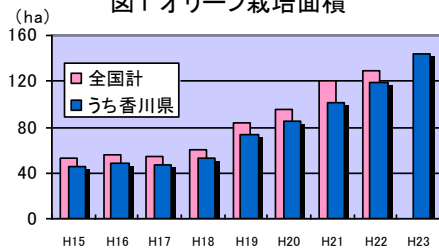
「オリーブハマチ」の商標



「オリーブ牛」の商標

にヘルシーでさっぱりした味が特徴である。

図1 オリーブ栽培面積



(注) H23年の全国計のデータは未入手

図2 オリーブハマチ(ぶり)出荷尾数

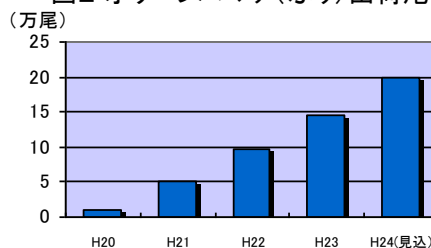
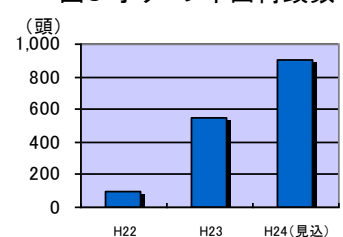


図3 オリーブ牛出荷頭数

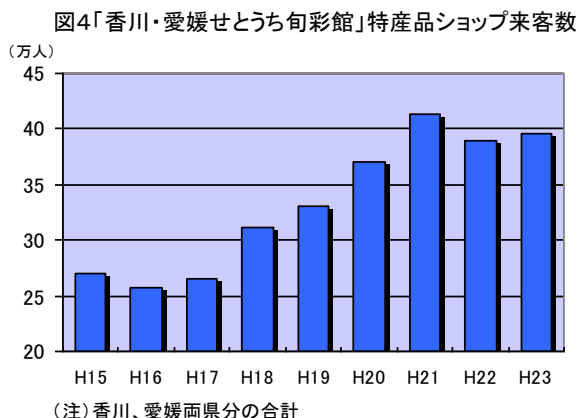


東京都内には50を超える全国の自治体のアンテナショップがある。香川県も愛媛県と共同で、港区新橋に「香川・愛媛せとうち旬彩館」を平成15年3月に開設しているが、同館への来客数の推移は図4の通りである。ちなみに、平成23年度の香川県分の特産品ショップの売上げトップ10



「香川・愛媛せとうち旬彩館」

は表3の通りである。



■表3 香川・愛媛せとうち旬彩館  
平成23年度 特産品ショップ売上げTOP10(香川県分)

| 順位 | 品名等                     |
|----|-------------------------|
| 1  | 上乾千ちりめん(160g) (有)高松珍味堂  |
| 2  | ちりめんくぎ煮(260g) 岡田食品工業(株) |
| 3  | だし醤油(200ml) 鎌田醤油(株)     |
| 4  | 低塩だし醤油(200ml) 鎌田醤油(株)   |
| 5  | しょうゆ豆(500g) 大西食品(株)     |
| 6  | ちりめん山椒(100g) 安田食品工業(株)  |
| 7  | あつ焼いか(185g) (有)高松珍味堂    |
| 8  | 生わかめ(250g) (有)高松珍味堂     |
| 9  | 生うどん(110g) さぬき麺業(株)     |
| 10 | 生うどん(300g) (有)日の出製麺所    |

## 6. うどん県プロジェクトを利活用する動き

平成23年10月のうどん県プロジェクト開始後、香川県内企業等に、県との連携や独自に同プロジェクトを活用する動きが見られた。県も平成24年3月、「うどん県」のイラストやロゴを無料でダウンロードできるコーナーを県公式サイトに設ける等、うどん県プロジェクトを利活用しやすい環境を整えていった。高松エクスプレス（高松市）は、高速バス「フットバス」で神戸、大阪発高松行きの際の電光表示板を「うどん県」に変更、ジャンボフェリー（神戸市）も切符の行き先を「うどん県」にするなどした。四国フェリー（高松市）は、船体にうどん県章マークを施し、琴参バス（丸亀市）は、うどん県プロジェクトのPRラッピングバスの運行を始めた。JR四国（高松市）は高松駅の愛称「さぬき高松うどん駅」の記念入場券（かけ、ぶっかけ、釜揚げ、釜玉、ざるのうどんメニューに因んだ5種類）を発売した。サッカーJFLのカマタマーレ讃岐は、サッカーを通じて香川を活性化していく趣旨で胸マークに「うどん県」の掲載を行なった。「うどん県電力株式会社」という社名の再生可能エネルギーの発電事業会社も設立された。



「うどん県章」  
香川県公式観光サイト「うどん県旅ネット」よりダウンロード



船体に「うどん県」ロゴ(緑色)を施したフェリー



「さぬき高松うどん駅」記念入場券(釜玉)

うどん県関連のグッズも発売された。社章のようにスーツの襟に付けられる「うどん県章バッチ」、同バッチを形どった打菓子「うどん県バッチ和三盆」、うどん県章付き手袋、文房具やティッシュペーパー、讃岐うどんの食品サンプル小型置物などである。24年夏は、電力不足が懸念されたが、省エネ、節電運動のPRの一環として「う



どん県エコストラップ」が作成された。香川県共同募金会も共同募金のシンボルマークである赤い羽根をあしらった、うどん県オリジナル記念章を製作している。

香川県を「うどん県」に改名したように、PRの一環として特産品を自治体の愛称として使おうとする動きも見られた。丸亀市は名物の骨付鳥をPRするため「骨付鳥市」、手袋生産高日本一の東かがわ市は「てぶくろ市」、特産のいりこを売り込んでいる観音寺市は「いりこだ市」、塩飽水軍ゆかりの唐辛子「香川本鷹」をアピールする三豊市は「とうがら市」などである。

特に意識して利活用するつもりは無くても、平成25年の年賀状（寄附金付の地方版）には、うどん県のロゴがあらかじめ印刷されている。県内企業、県民は、発行枚数56万4千枚分、うどん県のPRに貢献した計算となる。



「とり奉行 骨付じゅうじゅう」丸亀名物の骨付鳥を全国にPRするためのマスコットキャラクター



「てぶくろ市」のPR動画の一場面  
うどん県のPR動画をパロディー化しながら、手袋以外の東かがわ市の魅力をPRしている。  
(東かがわ市商工会青年部提供)

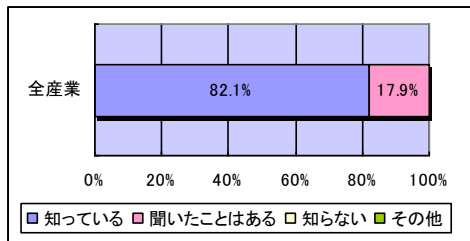


赤く実った「香川本鷹」塩飽諸島の手島、広島(丸亀市)、荘内半島(三豊市)などで栽培されている。

百十四経済研究所が香川県内企業に、うどん県プロジェクトの認知度と利活用状況をアンケートした結果は次の通りである。うどん県プロジェクトの認知度は図5の通り、「知っている」、「聞いたことがある」と答えた企業の割合は計100%であった。一方、同プロジェクトの利活用について、「活用している」「少し活用している」と答えた企業の割合は、図6の通り計8.0%で、食品関係や観光関連の企業が中心である。

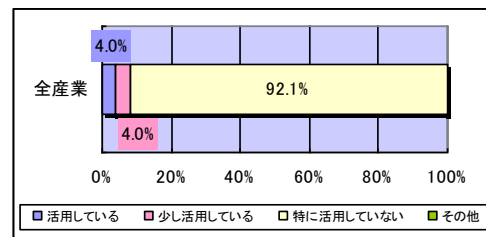
### 図5 うどん県プロジェクト認知度

Q. 県によるPR事業『うどん県。それだけじゃない香川県』プロジェクトが展開中ですがご存知ですか？



### 図6 うどん県プロジェクト利活用度

Q. 県内企業に「うどん県プロジェクト」を活用する動きが広がっています。貴社でも何か活用していますか？



(注) 調査時期:平成24年12月7日～25年1月15日、調査対象:香川県内に本社または主工場を持つ主要企業254社  
有効回答率:59.4%(有効回答151社、うち製造業74社、非製造業77社)  
集計結果は四捨五入の関係で内訳と合計が一致しない場合がある

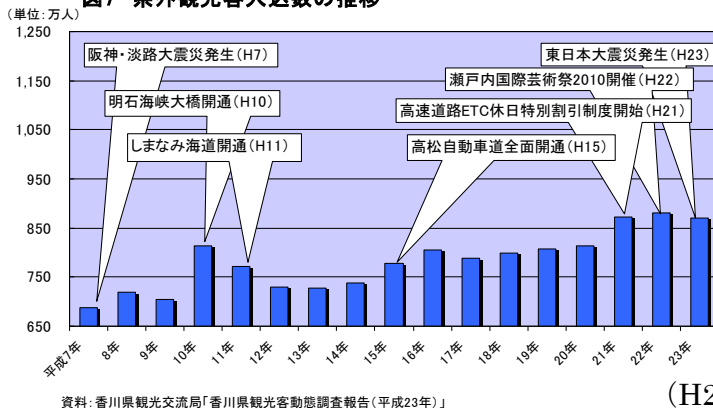
| アンケートで寄せられた主な利用事例及び自由意見(要約)  |  |
|--|--|
| 「うどん県のおみやげ」というシールを製品に貼付しました。うどん県パジャマも使用しています。年賀状にも2年連続で入れました。  | 話題性はあるが、一過性のもので終わらないよう願っている。又うどん以外の強み、特産品についてのアピールにつなげてもらいたい。  |
| 関連会社の会社案内に、「うどん県。それだけじゃない香川県」の文言を記載。   | 流行語にノミネートされるなど、香川県の知名度向上になっているので、いい取り組みだと思います。   |
| 文具用品(消しゴム、ボールペン、メモ帳他)にうどん県ロゴを取り入れ商品化して販売しています。雑誌等にも掲載され、駅、空港、土産品店等にも商品を置いて頂いております。                                       | 手紙を出す時、うどん県で出している。<br>仕事上ではあまり「うどん県」の話題は出ない。<br>香川県の認知度を高める広報活動として賛成である。   |
| 香川県民より、他県の方が、プロジェクト事業のフレーズ「うどん県。それだけじゃない香川県」を知っている。  | 自社ホームページ内で讃岐うどんのインターネット販売を行っているが、県が作成したうどん県ロゴ等を使用している。   |
| 弊社のマスコットキャラクターからの年賀状の住所を香川県ではなく、「うどん県」として返事を出しました。   | 特に活用していないが、取引先への贈答品やお土産として、うどんを持っていく事はある。  |
| キャッチコピーの「うどん県」は申し分ないが、後に続く文言は、もう少し具体的なほうが良いのではないか。うどんだけが目立ってはダメ。「香川＝うどん」ととられないフレーズで、発信すべきである。                            | 業界界にとってはとてもプラスになっております。<br>年賀状で活用している。<br>1回目のプロモーションビデオが良かった。   |
| 県外に行ったとき「うどん県」の事が必ず話題になるが、うどん以外の事は知らない(話題にならない)。   | 食通のバイヤーが増えたこともあり、うどんを語る機会が増えた。<br>最近、首都圏においては商談中、話題に上がることがある。  |
| 讃岐うどんは知っているも、讃岐が香川県の旧国名であることを知らない人が多い。喜多方ラーメンと同じ、うどんの名称くらいはこじが捉えられていない。讃岐という旧国名を宣伝した方がいいのでは(万葉集や竹取物語には「讃岐」という言葉が出てくるので)。 | 活用はしていませんが、気持ちの中には深く浸透しています。<br>まだまだ「うどん県プロジェクト」については知られていないと思う。<br>ゆるキャラ(うどんまん)を作ってほしい。長く根気よく続けてほしい。<br>同業者には、うどんの贈答品等を送っている。 |
| 「うどん県パスポート」で割引のできる観光地、店等が増えれば、観光客が増えるのでは。  | 自社ホームページで、香川県の「うどん県」観光情報サイト等とリンクしている。  |
| 一部のうどん関連商品(つゆ)に、うどん県ロゴを入れている。  | 香川県の知名度、好感度アップに大いに役立っていると思います。   |

## 7. 「うどん県」から「アート県」へ

県外観光客の入込数の推移を見ると、平成に入ってから入込数が最も少なかったのは、阪神淡路大震災が発生した平成7年の687万人で、その後は図7の通り、概ね上昇傾向にある。同傾向を下支えしているのが、平成7年ごろからブームとなりはじめた穴場の讃岐うどん店巡りと、同ブームを後押しする形で整備が進んだ高速道路網である。

平成25年3月、「瀬戸内国際芸術祭2013」が開幕する。平成22年に開催された第1回目の「瀬戸内国際芸術祭2010」では、会場となった瀬戸内海の7島に県内外から延べ93万人の旅行者が訪れている。うどん県プロジェクトの柱の1つが「アート」である。うどん県プロジェクトでは、平成24年6月、バイオリニストの川井郁子さんを「アート県副知事」に任命するなどして、アートにも力を入れていることから、同芸術祭に対する期待は大きい。加えて25年3月には、高松空港に、国際線としては、ソウル、上海に続く3線目となる台北線が就航となることから、同芸術祭の効果を取り込んだ、外国人旅行者の誘致にも期待が寄せられている。

図7 県外観光客入込数の推移



高松空港ロビーの様子

(H25.2.20 主任研究員 高木俊裕)