

「滋賀の食材」大都市で魅力発信事業

【予算額】8,231千円

資-農水1

食のブランド
推進課
内線3890

【現状と課題】

※マーケティング戦略に沿ってH23から県外展開事業を推進。県外取扱店舗数は222店舗（H23）→380店（H25）まで増加。

- ・全国的には近江牛、近江米以外の食材の認知度は低い。
 - I. 滋賀の食材全体の認知度向上
- ・滋賀を代表する食材の生産者団体と一体的な取組が必要。
 - II. 生産者団体との連携・協働
- ・滋賀の食材のPR拠点となる県外取扱店舗の拡大・強化が必要。
 - III. ビジネスチャンスと県外販売拠点の創出

I. 滋賀の食材全体の認知度向上

◆滋賀の食材大都市PRイベントの実施

東京、大阪の飲食店と連携し、主要品目（近江米、近江牛、近江の茶、湖魚）+戦略品目（伝統野菜等）を組合せた「滋賀の食材」全体のPRキャンペーンを開催



II. 生産者団体との連携・協働

◆滋賀の食材団体連携推進会議

主要品目（近江米、近江牛、近江の茶、湖魚）+戦略品目（伝統野菜等）の生産者団体間の連携を図り、イベントの相互活用等を推進。

◆滋賀の食材取扱店“見える化”推進

- ・団体の取扱指定店などでPRパンフレット、食材別ポスター、ノボリの活用を推進し、県外取扱店舗の店頭で「滋賀県産」を“見える化”
- ・県外の滋賀県産食材取り扱い店舗（「おいしがうれしが」キャンペーン登録店）の情報をホームページで“見える化”



III. ビジネスチャンスと県外販売拠点の創出

◆大規模展示商談会における滋賀県ブースの設置

・県外販路開拓に意欲のある生産者等を支援するため、東京、大阪の展示商談会で、「滋賀県ブース」を展開し、バイヤーに滋賀県産を効果的にアピール



滋賀の食材は
高品質！安全・安心！
オンリーワンが
いっぱいです！



- ・認知度
- ・県外販路
- ・ブランド力

近江の野菜「漬物」で魅力発信事業

【事業費】 2,947千円

資-農水2

食のブランド
推進課
内線3890

事業の目的

伝統野菜や地域特産野菜を中心に「近江の野菜」を振興するため、これらが培われた歴史や食文化などのストーリーを色濃く反映する「漬物」に焦点をあて、食材やその食文化が持つ魅力を県民とともに再確認し、関係者の活性化を図る。

事業の内容

1. 近江の野菜「漬物」大集合イベントの開催

県内各地の生産者や加工事業者、販売事業者、消費者が一堂に会した試食交流会を開催。

<内容>

- ◆地域で受け継がれる漬物の展示・ごはんと合わせた試食会（歴史や食文化も含めた消費者への発信）
- ◆創作漬物コンクールの開催
- ◆つけ方、新しい食べ方講習会
- ◆生産者（団体）と加工事業者、販売事業者との交流会など

2. 「近江の野菜」紹介パンフレットの作製

地域での食べ方や、新たな食べ方の紹介を含めた伝統野菜や地域特産野菜の食材紹介パンフレットを作製。

* 上記1, 2プロポーザル委託 2,700千円
(事務費) 247千円



「漬物」を通じ、食文化、伝統的な食に関するストーリーとともに「近江の野菜」を振興！

重

女性のためのアグリビジネス・サポート事業

～農村地域でチャレンジする女性を支援～

【事業費：4,500千円】

資・農水3
農業経営課
内線3847

目的：地域農業の活性化をめざし、女性の感性等を活かしたアグリビジネスにチャレンジする女性の創出を図る。

背景：地域農業や農村の発展には、地域資源（農産物等）の魅力を活かした取組が重要。

農や食を通じたビジネスに関心がある女性は多い。

対象：滋賀の農や食の魅力を活かしたビジネスに関心のある女性

女性のためのアグリビジネス・サポート事業(県単) 【委託】

事例調査・体験・学び・取組意欲の醸成

自家生産物を活用する新たな取組
地域の資源を活用する新規ビジネス

アグリビジネス起業支援

ビジネスの具体的なイメージが膨らむ連続講座の開催と個別対応

「学ぶ・気づく」 農の魅力学ぶ・成功者の体験談を聞く
・滋賀の農や食の魅力を活かした様々な事例や成功事例を学ぶ。

農業・地域とつながる
きっかけ作り

「見る・聞く」 滋賀の魅力を活かした取組を現場で知る
・農業現場・加工施設・農家民泊・体験型観光農園・農園レストラン など



「試みる」 体験から学ぶ
・地場の野菜や果物等農産物の新たな利用法・加工品試作 など

個別相談(随時)

「深める」 知識を深める
・興味ある農産物等の知識、ビジネスに必要なスキル等について知識を深める。



「計画検討」 計画を具体化
・「未来予想図」作成による目標設定。

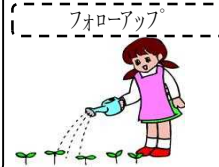
※託児所の設置等、参加しやすい環境

新たな取組の具体化、ビジネスへの踏み出し

「地域の農業振興の一翼を担う」
「チャレンジ」する女性の創出

↑ 実現に向けたサポート事業の実施
・必要な知識の習得等

↑ 国の施策等の支援
・6次産業化プランナーの支援等



〇〇〇 新たな活動のネットワーク化
〇〇 地域資源を活用した加工や販売等へ進出



〇〇 女性の能力が社会で発揮
〇〇 地域農業の発展



「近江牛」の生産基盤の強化とともに、さらなるブランド力の向上を図るため、高能力繁殖牛群の増頭整備および販売戦略構築に向けた情報収集と検討を進めるとともに、県外大消費地を対象としたPRを推進する。

全国的な素牛供給能力の低下



価格

高齢化・離農

子牛価格の高騰

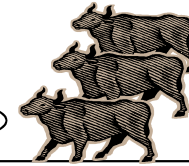
家畜伝染病

「近江牛」
生産基盤
の脆弱化懸念

全国ブランド牛の台頭

産地間競争の激化

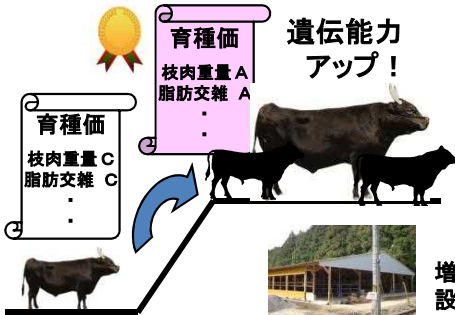
牛肉消費の頭打ち



「近江牛」
ブランド
の危機

生産基盤の強化推進（生産者よし！）

◎「近江牛」生産基盤強化推進（高能力繁殖牛群整備）



○高能力繁殖牛の導入支援 牛群のレベルアップと増頭

- ・遺伝能力の高い繁殖素牛の導入
- ・繁殖牛の増頭実績に応じて補助金支払

○牛舎設計相談（ゼロ予算）

増頭に向けた低コスト牛舎等の建設や改築に係る設計整備について関係機関・団体と連携し農家相談

「近江牛」
ブランド力
向上



販売戦略構築（流通・販売よし！）

◎「近江牛」ブランド販売戦略構築



○「近江牛」調査結果報告会

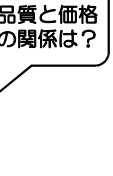
個体情報（飼育環境、牛肉脂肪の質）、食肉関連業者アンケート解析結果の報告



○「近江牛」販売戦略検討会

調査結果や情報をもとに販売戦略を検討構築

ここをPRすれば、もっと売れるかも・・・！？



品質と価格の関係は？

県外へのPR推進（消費拡大よし！）

「滋賀の食材」大都市で魅力発信事業

◎滋賀の食材全体の認知度向上

- 滋賀の食材大都市PRイベント

◎生産者団体との連携・協働

- 滋賀の食材団体連携推進会議
- 滋賀の食材取扱店“見える化”推進

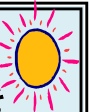
◎ビジネスチャンスと県外販売拠点の創出

- 商談力セミナー開催
- 大規模展示商談会における滋賀県ブースの設置



【期待される効果と今後の展開】

- ◇繁殖肥育一貫経営を推進、「近江牛」生産基盤の継続的な強化を図り農家経営を安定化
- ◇「近江牛」の生産と品質、流通と販売、消費者意識などの解析結果をもとに客観性の高い「近江牛」ブランドの現状を認識
- ◇より競争力の高い「近江牛」の生産に向けた肉牛改良と農家指導
- ◇県外大消費地への効果的PRによる「近江牛」販売の全国的広がり



『琵琶湖八珍』ブランド化事業

資一農水5

水産課
内線3873

『琵琶湖八珍』
H25.12.25 発表
(安土城考古博物館)

ニゴロブナ



ビワマス

コアユ



ハス

ホンモロコ



イサザ

ビワヨシノボリ



スジエビ

現状：博物館周辺店舗など限定的な展開

ブランド展開へのきっかけづくり

事業者の参画

- 湖魚販売店、飲食店、土産物店等への参加店舗募集(マイスター登録)
- PR資材(ポスター、パンフ、ポップ、のぼり)等の登録店舗への設置
- 『琵琶湖八珍』にちなむ新商品開発の誘導

消費者への訴求

- WEBやSNSで参加型の情報運用
- ミニコミ誌等の広報媒体の活用
- PR資材の製作
- 『琵琶湖八珍』ツアー企画
- 『おいしがうれしが』との連携 等

県内中小企業の振興

観光振興

県内商工業の振興

湖魚の消費拡大

中小企業活性化推進基金事業 4,135千円(H27年度)

- 取材チームによる登録店舗募集、取材活動を展開
- PR資材製作、ポータルサイト・SNSの制作と運営

土地改良公共事業【予算額 5,024,739千円】

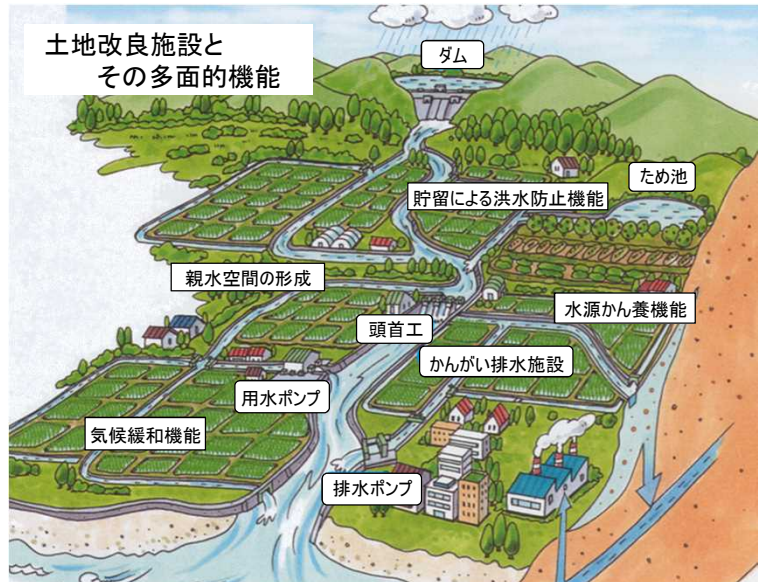
～「農地・水・人(地域力)を活かした

滋賀らしい農業・農村の振興」を図ります～

本県の農業生産基盤は、琵琶湖総合開発により、農業用水を安定的に供給するかんがい排水とほ場整備が一気に進展し、生産性の高い農業が実現しました。

また、施設が適切に管理されることで、農地と一体的に機能して、水源かん養や洪水防止、水質・生態系保全など様々な効果を発揮しています。

しかし、近年では、老朽化の進行による突発的な事故の頻発や集中豪雨等による農村地域の洪水被害、大規模地震に対する耐震性の確保など、大きな課題に直面しています。



【農業水利施設の老朽化による突発事故の発生】



【集中豪雨による洪水被害】



● 本県の水田農業と農村を支える農業水利施設のアセットマネジメントの推進を重点化

農業水利施設全体をひとつの資産としてとらえ、すべての関係者が目的や情報を共有するとともに、アセットマネジメントサイクル（日常管理⇒機能診断⇒計画作成⇒対策実施）を確実に実施し、施設を長持ちさせる補修・補強工事や更新工事を効率的かつ計画的に行う「農業水利施設アセットマネジメント」を積極的に進めます。

● 災害を未然に防止し、農村地域の安全・安心を確保する防災・減災対策を推進

● 滋賀らしい農村地域力の向上により農村の資源を確保・活用する対策を推進

農業・農村の持続的な発展