

【目的】 東京オリパラ開催を見据え、新情報発信拠点を最大限活用しながら、首都圏等における滋賀の「食」の情報発信、販路拡大を強化することで、「滋賀の食材」の認知度向上、消費拡大を図る。

【滋賀の食材の現状】

- ・少量多品種の生産、地産地消を中心とした展開
- ・全国的には低い認知度、小規模流通
- ・首都圏をターゲットとする生産者は増加中
- ・首都圏情報発信拠点を整備中



【目指す姿】

- ・「滋賀」から連想される魅力的な食材が増えている。
- ・滋賀の食材を取り扱う店舗が増えている。
- ・食材と滋賀県のイメージが結びつき、来訪意欲が高まる。
- ・観光客に対して食で「おもてなし」をする環境が整備されている。

1. 首都圏情報発信拠点を中心としたプロモーション

★新拠点で新米、近江牛や湖魚など季節の食材にスポットをあて著名シェフや県内料理人による監修レシピ&交流イベント、メニューフェアや定期マルシェを開催。（滋賀の魅力体感創造事業(広報課)と連携）

- (開催例)・近江米PR隊長などによる「新米デビュー」PRイベント
- ・著名シェフ「近江牛」実演イベント&監修メニューフェア
 - ・県内料理人「ヒウオ(琵琶湖八珍)」実演イベント&監修メニューフェア
 - ・環境こだわり農産物、シジミ量り売り、近江牛串焼きなどの「おいしがうれしが産直マルシェ」

★大都市(首都圏・京阪神)でレストランフェア等を開催し、メディアを活用しながら総合的に発信。

(首都圏では新拠点と連動して日本橋タカシマヤ開催を想定)

委託費 10,800千円・販促資材費等 2,341千円



【13,141千円】

2. 県外食品事業者への訴求

【2,341千円】

★東京・大阪における展示商談会(アグリフードEXPO、シーフードショー)での滋賀県ブースの展開

バイヤーに効果的に「滋賀県産」を訴求!

委託費 1,500千円・事務費 841千円



3. 首都圏マーケティング・販路開拓支援

★生産者団体、事業者等が首都圏での県事業を活用したPR活動や、新たな流通確立のために行う販路開拓活動を支援し、食材の認知度向上、販路拡大を図る。

【3,750千円】

【補助対象者】 ※経費の1/2以下
県内農業者、漁業者、組織・団体 (最大150千円まで) × 25者

【KPI】 新拠点での飲食利用者のうち、再度利用する意向を示した人の割合 60%以上 ※アンケート調査により把握