

# 滋賀県農畜水産物等輸出戦略

滋賀県農畜水産物等輸出促進協議会

令和8年3月27日 策定

## 目次

### 1 はじめに

### 2 現状

#### (1) 日本の農林水産品の輸出現況

#### (2) 本県における海外プロモーションの取組と県産農林水産物の輸出概況

##### ①近江牛

##### ②近江の茶

##### ③近江米

##### ④近江の地酒

### 3 課題と取組方針

#### (1) 輸出重点品目

##### ①近江牛

##### ②近江の茶

##### ③近江米

##### ④近江の地酒

#### (2) 輸出重点品目のターゲット地域・国

#### (3) 輸出チャレンジ品目

### 4 戦略の推進

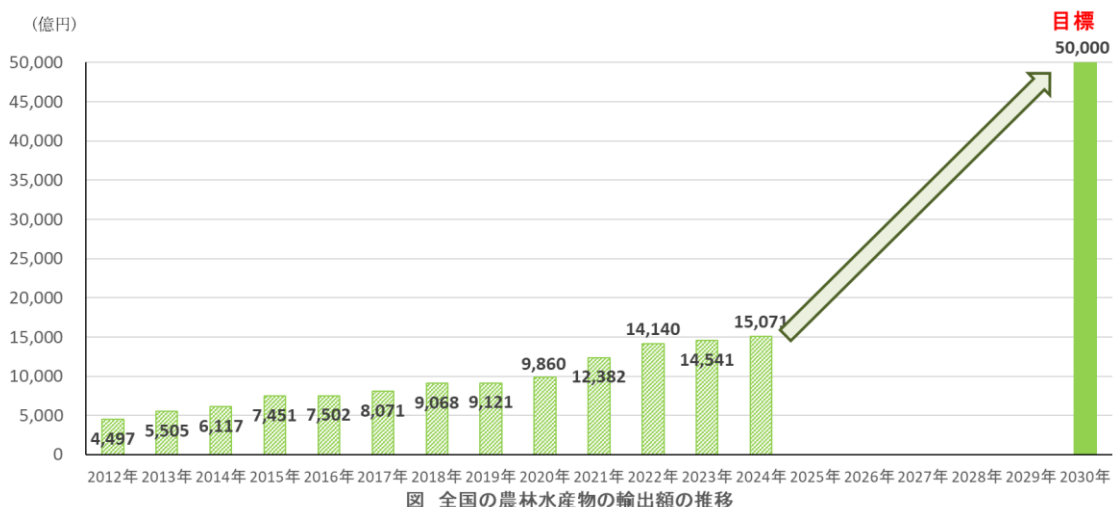
# 1 はじめに

世界の食料需給の変動、地球温暖化の進行、我が国における人口の減少その他の食料、農業及び農村をめぐる諸情勢の変化など、近年、我が国の農業を取り巻く状況は大きく変化している。これらの変化に対応し、食料安全保障の確保、環境と調和のとれた食料システムの確立、農業の持続的な発展のための生産性の向上、農村における地域社会の維持等を図るため、食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律が令和6年5月29日に成立、同年6月5日に公布・施行された。

新たな食料・農業・農村基本法では、基本的施策として、「収益性の向上に資するため農産物の輸出を促進」が第22条において新たに掲げられている。これを受け、「食料・農業・農村基本計画」（令和7年4月11日閣議決定）において、農林水産業・食品産業の「海外から稼ぐ力」を強化するとの方針が示された。さらに、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」（令和2年12月農林水産業・地域の活力創造本部決定）にて設定された「2030年目標として農林水産物・食品の輸出額5兆円」が、当該基本計画においても改めて設定されたところである。

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」自体も令和7年5月改訂されたところであり、改訂後の実行戦略の基本的な考え方の一つとして「プロダクトアウト」から「マーケットイン」への徹底的な転換が掲げられている。この認識のもと、輸出拡大についてはマーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者を後押しすることを目的とした政策が2030年度の目標の達成に向け国において立案・実行されていく予定である。

このような中、本県においても県内農畜水産業および食品産業の維持・持続的な発展を図るためには、国内市場に加え、海外への展開も視野に入れた取組が重要になってくると考えられることから、会員相互が連携して戦略的・効率的な海外展開を推進することを目的に、滋賀県農畜水産物等輸出戦略（以下「戦略」という。）を定める。



出典：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

## ➤ 戦略期間

目標達成に必要な戦略期間は、2026年度（令和8年度）から 2030年度（令和12年度） までの5年間とする。

## 2 現状

### (1) 日本の農林水産物の輸出概況

日本の農林水産物・食品の輸出額は2012年の約4,497億円から12年連続で増加し、2024年には1兆5,071億円となり、初めて1.5兆円を超えた（前年比+3.6%）。

国が実施した関係者からの聞き取り調査の結果によると、日本食レストランの増加、インバウンドによる日本食人気の高まり等を背景とした好調な外国需要のほか、事業者の販路拡大の取組等の進展が輸出増加の主な要因と考えられる。

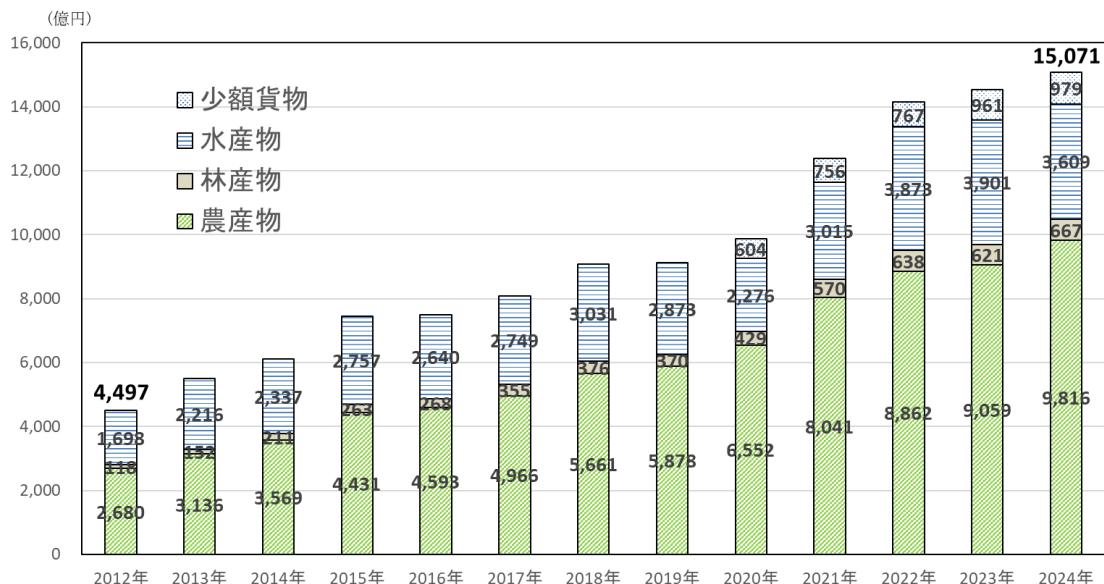


図 全国の農林水産物の輸出額の推移

出典：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

国、地域別の輸出額では、米国、台湾、韓国向けなどの輸出上位国が2桁%の伸びを記録するなど、多くの国・地域が対前年比プラスを記録した。

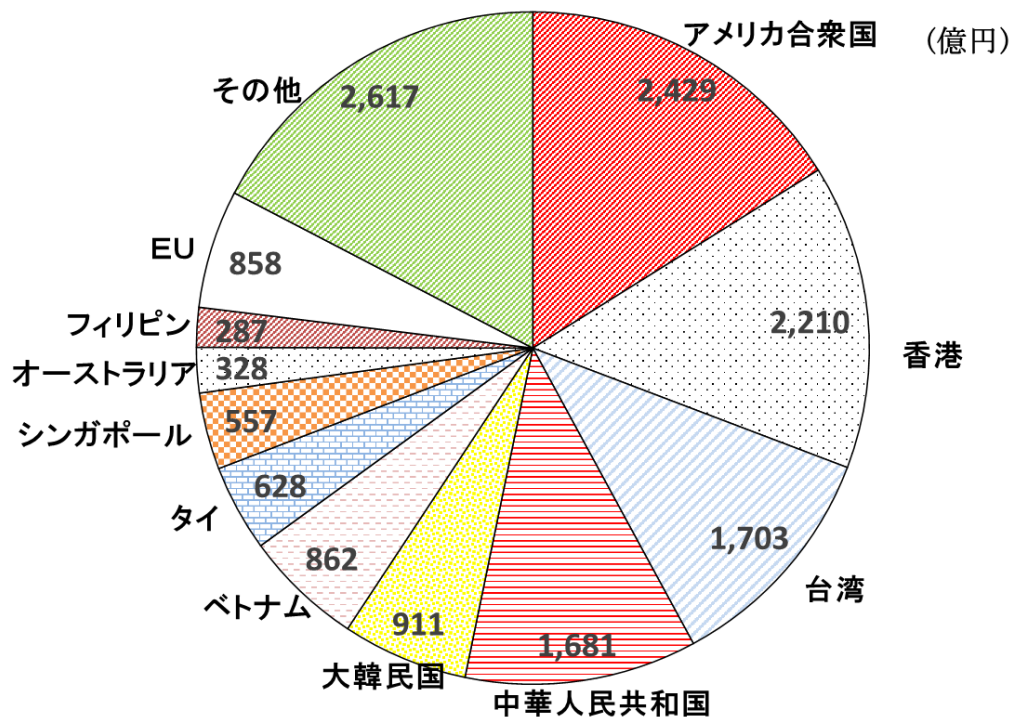


図 2024年の農林水産物・食品 輸出額 国・地域別

出典：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

## (2) 本県における海外プロモーションの取組と県産農林水産品の輸出概況

県では、平成 23 年から海外プロモーションの開催等により販路開拓の支援を開始した。近年の県によるプロモーションの実施状況は以下のとおり。

### 海外プロモーションの実績

年度	品目	開催場所	内容
平成 28 年度	県産農畜水産物 加工食品	ベトナム（ホーチミン）・タイ（バンコク）	・ベトナムやタイでの PR ・商談会の開催（観光と連携）
		タイ（バンコク）	・タイでの展示商談会への出展
平成 29 年度	近江の茶	米国（ミシガン州）	・美術館での PR、商談会の開催
	県産農畜水産物 加工食品	タイ（バンコク）	・百貨店での PR、商談会の開催
平成 30 年度	近江の茶、和菓子 等	米国（ミシガン州・シカゴ）	・ミシガン州での商談会の開催 ・シカゴでバイヤー訪問
	県産農畜水産物 加工食品	香港	・香港での展示商談会への出展
令和元年度	近江の茶	米国（ミシガン州）	・ミシガン州からの使節団への PR（県内） ・バイヤー店舗での商談会、イベントでの PR
	県産農畜水産物 加工食品	タイ（バンコク）	・日本製品のアンテナショップでの PR、商談会の開催
		台湾（台北市）	・商談会の開催、バイヤー訪問
令和 2 年度	（実施無し）	—	—
令和 3 年度	近江の茶	米国（ミシガン州）	・展示商談会への出展 ・SNS 等を活用した PR、オンライン商談会の実施
	県産農畜水産物 加工食品	台湾（台北市）	・現地百貨店での食材フェアの開催
令和 4 年度	近江の茶	米国（ミシガン州）	・バイヤー招聘による商談会の開催（県内） ・SNS 等を活用した PR、オンライン商談会の実施
	県産農畜水産物 加工食品	台湾（台北市）	・現地百貨店での食材フェアの開催 ・バイヤー招聘による商談会の開催（県内）
	近江の茶、日本酒	欧州	・欧州地域での市場調査 ・インポーターへの商品提案、PR の実施
令和 5 年度	近江の茶	米国（ミシガン州）	・SNS 等を活用した PR、オンライン商談会の実施 ・ランシング市内小売店での PR
	近江米	米国（ニューヨーク）	・ニューヨーク市内小売店での PR
	県産農畜水産物 加工食品	台湾（台北市）	・現地百貨店での食材フェアの開催 ・バイヤー招聘による商談会の開催（県内）
	近江の茶、日本酒	欧州	・バイヤー招聘による産地訪問・商談会の開催
令和 6 年度	近江の茶	米国（ミシガン）	・SNS 等を活用した PR、オンライン商談会の実施 ・試飲および即売イベントの開催 ・JETRO 主催招聘プログラムへの参加（県内）
	県産農畜水産物 加工食品	台湾（台北市）	・現地百貨店での食材フェアの開催 ・バイヤー招聘による商談会の開催（県内）
	近江の茶、日本酒	欧州	・バイヤー招聘による産地訪問・商談会の開催
	近江米	フランス（パリ）	・展示商談会（シアル・パリ）への出展
	県産農畜水産物 加工食品	ブラジル（サンパウロ）	・展示商談会（ふるさといいもの展）への出展

また、平成 29 年にはジェット口滋賀（独立行政法人日本貿易振興機構滋賀貿易情報センター）を誘致し、本県における相談業務、セミナー開催、商談会・バイヤー招聘の実施等によるサポート体制の充実を図っている。

これらの結果、本県においても主要な品目の輸出量は近年増加傾向にある。ただ、都道府県単位で輸出品目や輸出額を把握できる仕組みがなく、本県においても輸出額・輸出量の把握は難しい現状にあるが、滋賀県産農畜水産物等輸出促進協議会（以下、協議会）の実施したヒアリング結果から、輸出額では近江牛の占める割合が大きいことが推測される。本県の主な輸出品目の現状は次のとおりである。

## ① 近江牛

### ア 全国および滋賀県の輸出の状況

2024 年の全国の枝肉生産量は 505,779 t であり、うち滋賀県の枝肉生産量は 4,300 t であり、全国の約 0.8% の生産量である。輸出実績は、全国で 10,826 t であり、滋賀県の輸出実績は 79 t である。枝肉生産量は農林水産省畜産物流通調査であり、輸出実績は財務省貿易統計および滋賀県畜産課調べであり単純な比較はできないが、2024 年では、全国では約 2.1%、滋賀県では約 1.8% の生産された枝肉が輸出されていると推計される。

表 全国および滋賀県の牛肉の輸出実績

	全 国			滋 賀 県（滋賀食肉センター）		
	枝肉生産量(t)	輸出実績(t)	参考(%)	枝肉生産量(t)	輸出実績(t)	参考(%)
	(A) (※1)	(B)	(B)÷(A)	(A) (※1)	(B) (※2)	(B)÷(A)
2022 年	490,694	7,847	1.60%	4,155	81.3	1.96%
2023 年	510,019	8,858	1.74%	4,303	80.4	1.87%
2024 年	505,779	10,826	2.14%	4,300	78.5	1.83%

※1 枝肉生産量は成牛である。

※2 滋賀県の輸出実績は「滋賀食肉センター」からの輸出実績である。

※3 滋賀県からの輸出実績のみ年度（4月～翌3月）、その他は暦年（1～12月）データ。

（出典：農林水産省畜産物流通調査、財務省貿易統計および滋賀県畜産課調べ）

### イ 滋賀県の輸出の現状

- ・県内唯一の食肉処理施設である滋賀食肉センターからの近江牛の輸出実績は、令和4年度 81,317kg、令和5年度 80,453kg、令和6年度 78,511kg であった。
- ・なお、県外と畜も含めた近江牛の輸出向けと畜頭数の推移は以下の表のとおりであり、一定数県外と畜場からも輸出されている。

県外と畜も含めた輸出頭数（参考）

年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
頭数	922頭	940頭	883頭
うち県内と畜	587頭	597頭	557頭

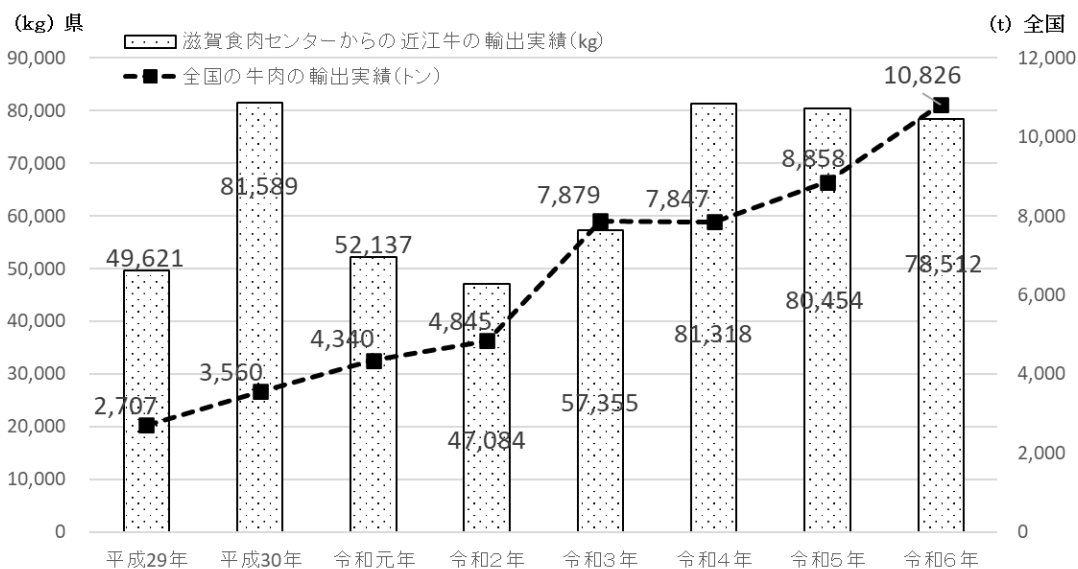
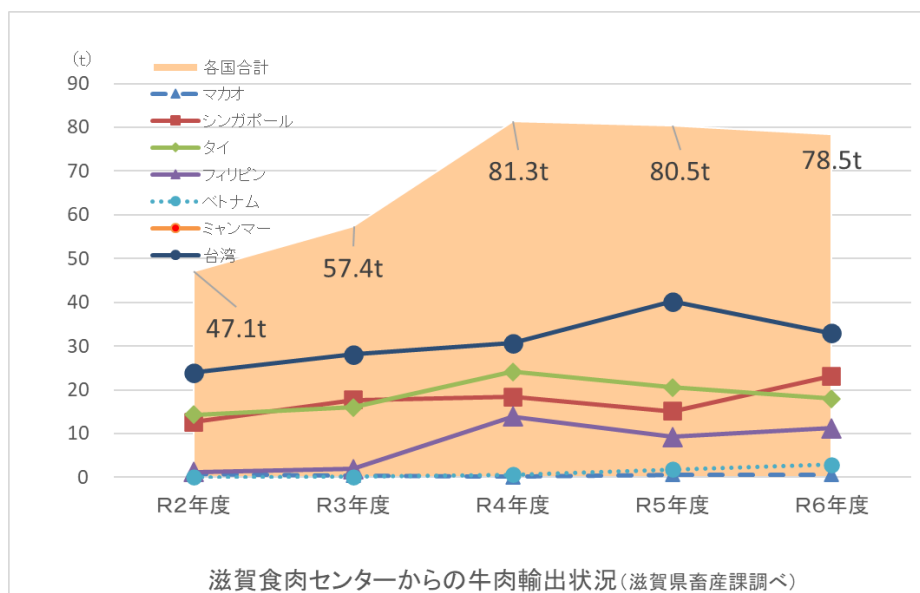


図 全国の牛肉および滋賀食肉センターからの近江牛の輸出実績

※全国データは暦年(1～12月)、滋賀県データは年度(4～翌3月)

「財務省貿易統計」および滋賀県畜産課調べ

- ・日本最古のブランド牛としての歴史や、豊かな自然環境の中で生産されていることなどから、日本三大和牛の一つとして高い社会的評価を得ている。
- ・滋賀食肉センターは、7つの国・地域（マカオ・シンガポール・タイ・フィリピン・ベトナム・ミャンマー・台湾）から輸出認定を受けている。各国の輸出量の推移は下図のとおり。



- ・アメリカや香港など、滋賀食肉センターからは輸出することができない国・地域については、それぞれの国・地域に対する輸出認定を受けた県外の食肉処理施設でと畜された近江牛が輸出されている。
- ・令和3年に県内の近江牛生産者・滋賀食肉センター・輸出事業者等で構成された近江牛輸出コンソーシアムが設立され、台湾をターゲットにしたプロモーションや販促活動等を行っている。
- ・輸出を行っている県内生産者・事業者は限られているが、そのほとんどは個社単位で独自に販路開拓、輸出拡大をこなしてきた。
- ・現在、加工品（畜肉エキスを含む）の輸出は極めて難しく、精肉としての輸出が現実的。
- ・輸出の多くはロースやヒレといった高級部位が占めている。

【参考】全国の牛肉の主な国・地域別の輸出額

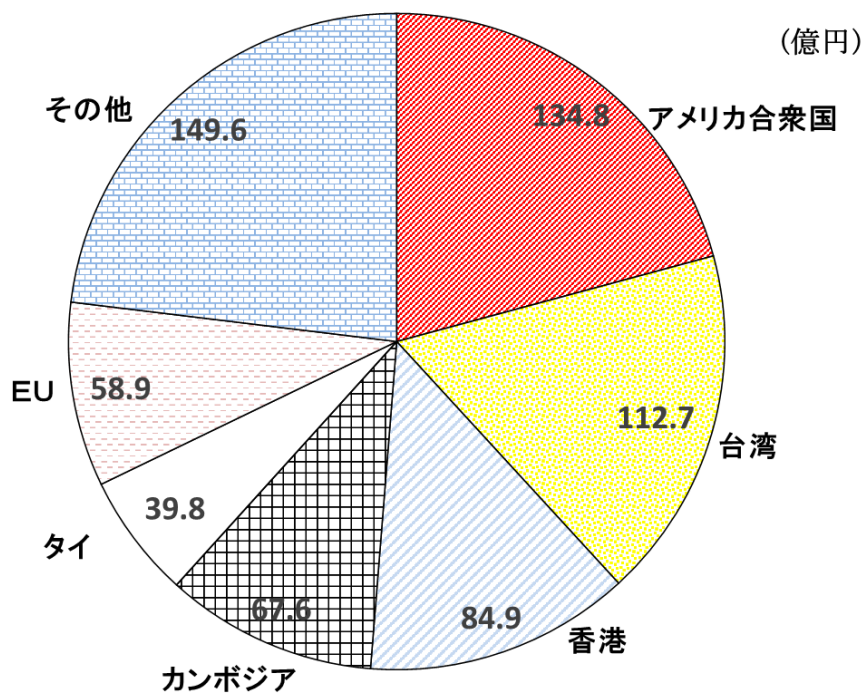


図 2024年の牛肉の輸出額(国・地域別)

出典:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

## ② 近江の茶

### ア 全国および滋賀県の輸出の状況

2024年の全国の荒茶生産量は73,900 tであり、うち滋賀県の荒茶生産量は593 tであり、全国の約0.8%の生産量である。輸出実績は、全国で8,798 tである。滋賀県の調査によると、輸出向け生産量は206.3 tである。荒茶生産量は農林水産省作物統計であり、輸出実績は財務省貿易統計および滋賀県食のブランド推進室調べであり単純な比較はできないが、2024年では、全国では約12%、滋賀県では約35%の荒茶が輸出向けに生産されていることとなる。

表 全国および滋賀県の緑茶の輸出実績 ※1

	全 国			滋 賀 県		
	荒茶生産量(t) (A)	輸出実績(t) (B)(※1)	参考(%) (B)÷(A)	荒茶生産量(t) (A)(※2)	輸出向け生産量(t) (B)(※3)	参考(%) (B)÷(A)
2020年	69,800	5,274	7.56%	549	40.3	(7.34)
2021年	78,100	6,179	7.91%	595	99.7	(16.8)
2022年	77,200	6,266	8.12%	778	56.3	(7.24)
2023年	75,200	7,579	10.08%	565	194.4	(34.41)
2024年	73,900	8,798	11.91%	593	206.3	(34.79)

※1 輸出実績は緑茶である。

※2 滋賀県の荒茶生産量について、2021年以降は農林水産省作物統計調査の数値はないことから滋賀県食のブランド推進室調べの数値である。

※3 滋賀県の輸出向け生産量について、輸出用に生産された緑茶の量。そこから実際に何t輸出されているかは不明。

※4 荒茶生産量は年産、その他は暦年(1~12月)データ。

(出典：農林水産省作物統計調査、財務省貿易統計および滋賀県食のブランド推進室調べ)

## イ 滋賀県の輸出の現状

- ・滋賀県の緑茶の輸出向け生産量は近年増加傾向にあり、令和4年産 56.3t、令和5年産 194.4t、令和6年産 206.3tであった。

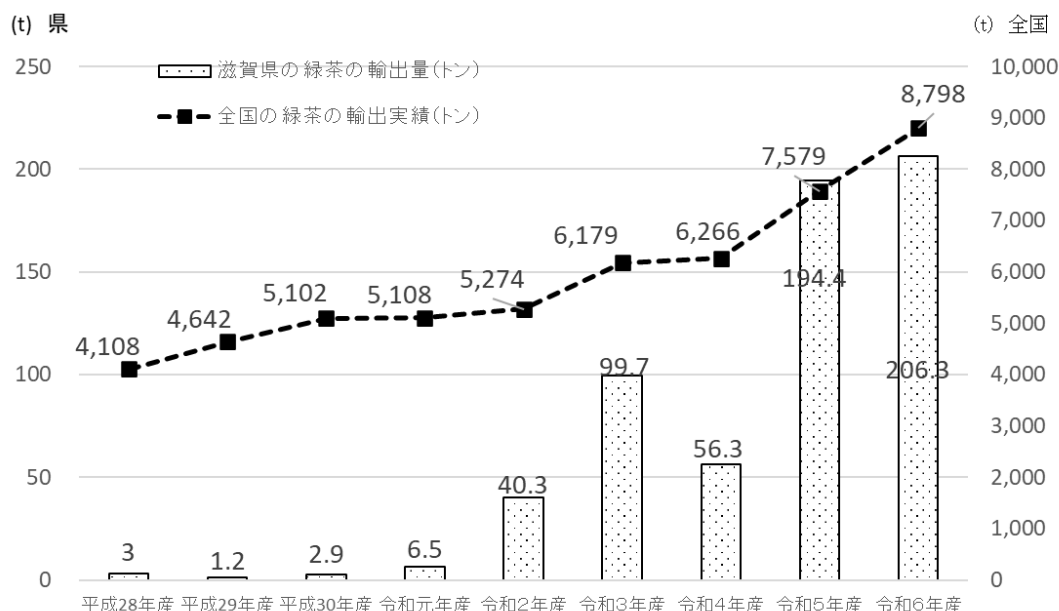


図 滋賀県の緑茶の輸出実績 「財務省貿易統計」および滋賀県食のブランド推進室調べ

(※) 輸出用に栽培された緑茶の量。そこから実際に何トン輸出されているかは不明。  
令和2年からは生産者に直接聞き取り調査を実施し結果に反映している。

- ・滋賀県は日本茶業発祥の地と言われており、「近江の茶」の産地は寒暖差が大きい気候が特徴であるため、しっかりと葉に養分が蓄えられ、深い滋味と上質で比類なき香りのよさが強みである。
- ・令和5年から世界的な抹茶ブームとなり抹茶の輸出量が急増している。
- ・主な輸出先はアメリカ、台湾、EU、東南アジアなど。
- ・県内の二大産地（土山・朝宮）は寒暖差が大きく煎茶栽培に適した土地であり、品質も良い。
- ・近年はECサイトやSNSを通じた海外からの個人取引も増えている。
- ・軽量で賞味期限が長く、輸出に向けた主力品目ととらえられる。
- ・抹茶ブームを受け、煎茶生産から碾茶生産に切り替える生産者が増えたことで、結果的に煎茶の国内市場単価も上がっている。

【参考】全国の緑茶の主な国・地域別の輸出額

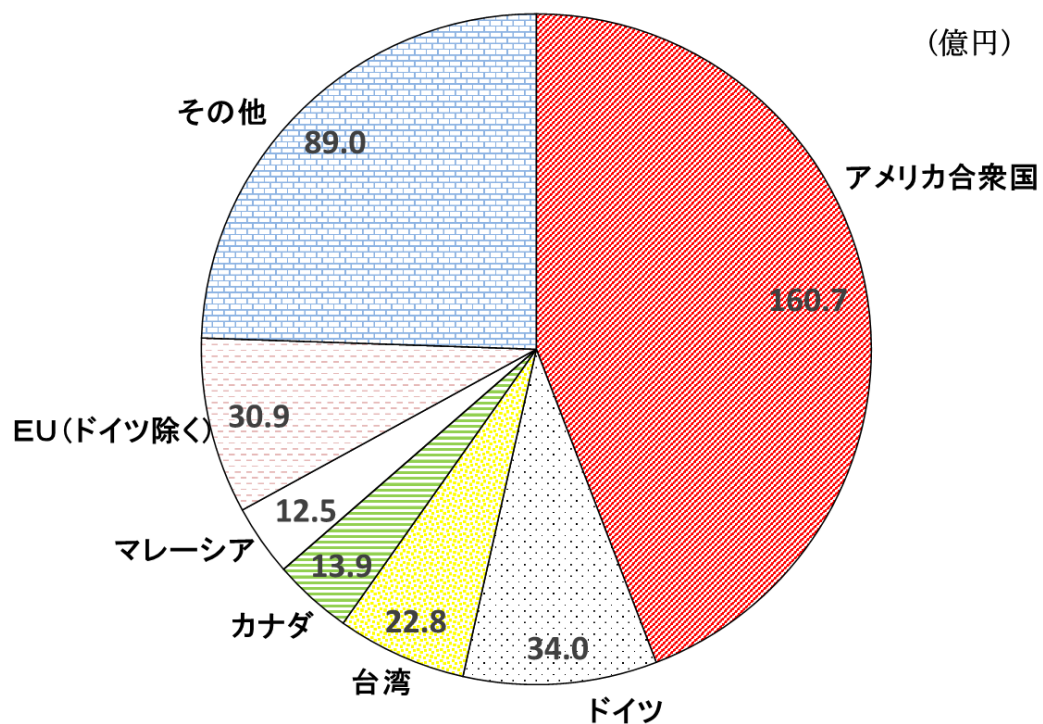


図 2024年の緑茶の輸出額(国・地域別)

出典: 財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

### ③ 近江米

#### ア 全国および滋賀県の輸出の状況

2024 年の全国の水稲収穫量は 7,345,000 t であり、うち滋賀県の水稲収穫量は 146,800 t、全国の約 2.0%の生産量である。輸出実績は、全国で 45,112 t であり、滋賀県の輸出実績は 975 t である。水稲収穫量は農林水産省作物統計であり、輸出実績は財務省貿易統計および滋賀県食のブランド推進室調べであるため単純な比較はできないが、2024 年では、全国では約 0.61%、滋賀県では約 0.66%の米が輸出向けに生産されている。

表 全国および滋賀県の米の輸出実績

	全 国			滋 賀 県		
	収穫量(t)	輸出実績(t)	参考(%)	収穫量(t)	輸出実績(t)	参考(%)
	(A) (※1)	(B) (※2)	(B)÷(A)	(A) (※1)	(B)	(B)÷(A)
2022 年	7,269,000	28,928	0.40%	151,700	998	0.66%
2023 年	7,165,000	37,186	0.52%	142,600	983	0.69%
2024 年	7,345,000	45,112	0.61%	146,800	975	0.66%

※1 収穫量は子実量である。

※2 輸出実績は援助米を除く。

※3 全国の輸出実績のみ暦年（1～12月）、その他は年産データ。

（出典：農林水産省作物統計調査、財務省貿易統計および滋賀県食のブランド推進室調べ）

#### イ 滋賀県の輸出の現状

- ・滋賀県の米の輸出量は、令和4年産 998t、令和5年産 983t、令和6年産 975tであった。
- ・国内での需給バランスの影響を受け、令和7年産の輸出用米は約 500t に減少する見込みである。
- ・輸出用米の生産は、主食用米の生産調整枠の一選択肢となっている。
- ・主な輸出先は、香港・シンガポール・タイ・アメリカ等である。

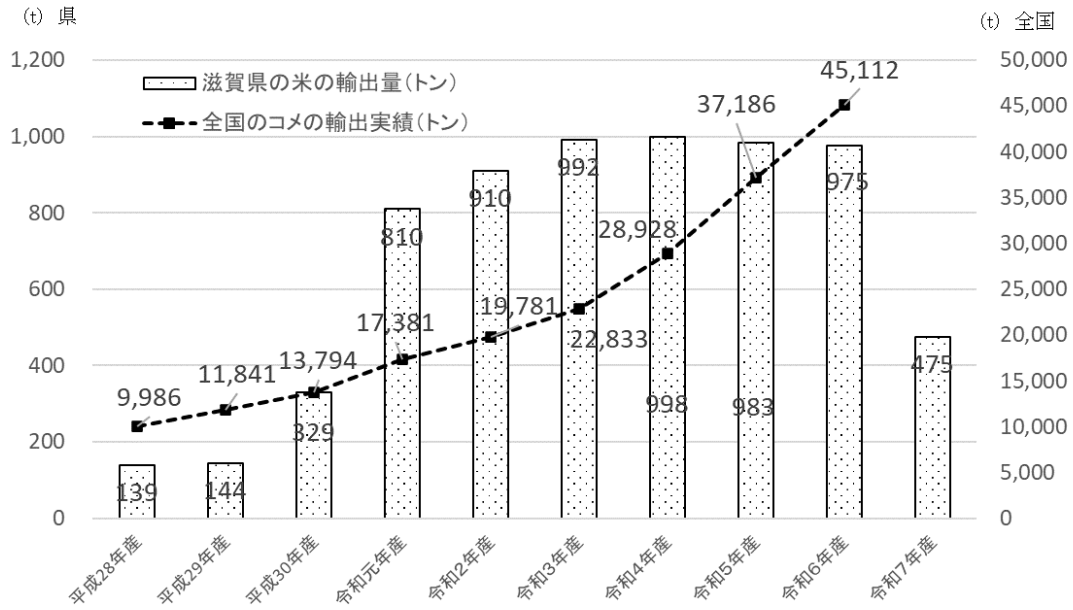


図 滋賀県の米の輸出実績 「財務省貿易統計」および滋賀県食のブランド推進室調べ

※ 「全農しがの輸出用米の集荷量」については、年産別の集荷量を、「全国の輸出実績」については、暦年ごとの輸出実績を表している。

【参考】全国の米（援助米除く）の主な国・地域別の輸出額

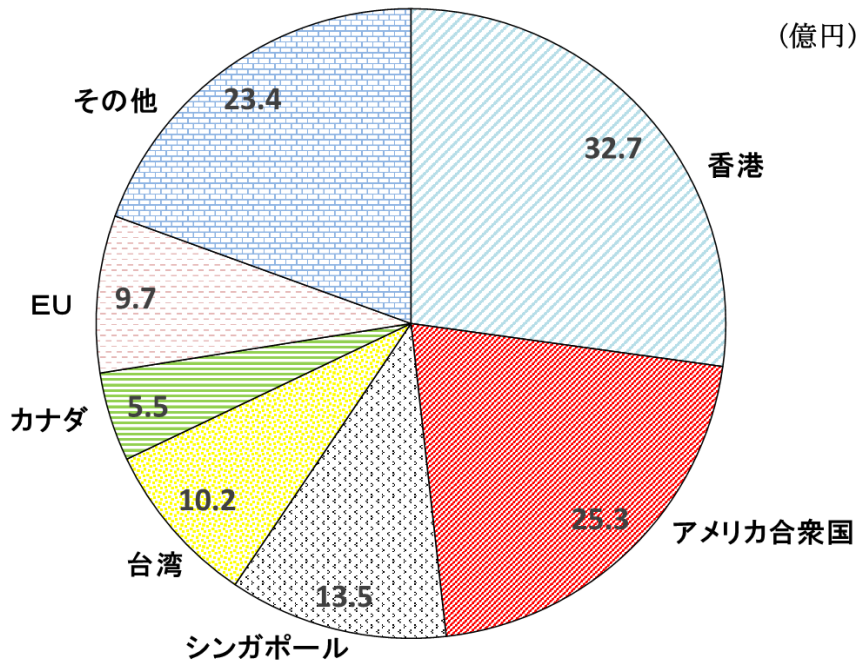


図 2024年の米（援助米除く）の輸出額(国・地域別)

出典：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

#### ④近江の地酒

##### ア 全国および滋賀県の輸出の現状

全国の日本酒の輸出量の推移と主な輸出先国は以下のとおりである。

日本酒の輸出量の推移

(単位：kl)

	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
日本酒輸出量	32,052	35,894	29,194	31,054	33,549
アメリカ合衆国	8,826	9,084	6,502	8,003	7,720
中華人民共和国	7,268	7,388	5,792	5,323	6,660
香港	3,243	2,717	2,328	2,015	2,030
台湾	2,648	3,076	3,104	2,890	3,035
大韓民国	2,418	4,054	4,192	4,894	5,483
その他	7,648	9,575	7,276	7,930	8,620

※資料：「貿易統計」(財務省)

- ・令和7年の滋賀県の地酒輸出量は、164 klであった。(滋賀酒造組合調べ)
- ・主な輸出先国はアメリカ、中国、韓国、台湾、香港・欧州である。
- ・滋賀県酒造組合(加盟30歳)は、国の補助金を活用してアメリカ市場を主なターゲットとしたPR活動を実施している。(2023年～)
- ・日本酒の国内需要は減少傾向にある(日本酒造組合中央会調べ)ものの、輸出量は増加傾向にある。
- ・滋賀県は、品質の高い米と良質な地下水や伏流水を利用して、古くから酒どころとして栄えてきた。老舗酒蔵の数も多く、小規模ながら高品質な地酒を醸造している。

【参考】全国の日本酒(清酒)の主な国・地域別の輸出額

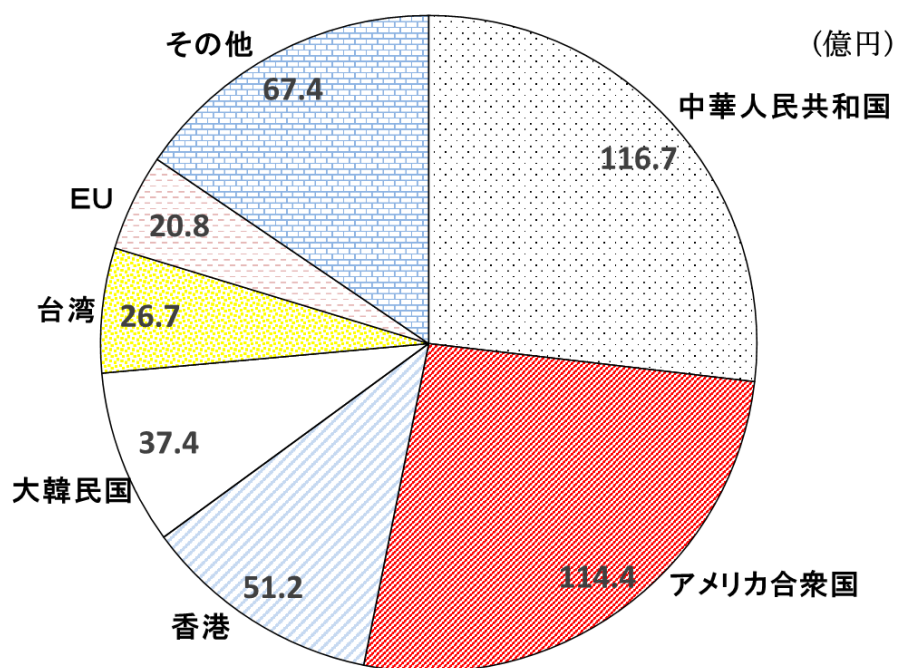


図 2024年の日本酒(清酒)の輸出額 国・地域別

出典: 財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

### 3 課題と取組方針

滋賀県には、米づくりに代表される琵琶湖を中心とした環境保全型農業や、家畜の快適性に配慮した「牛よし」、安全・安心の「人よし」、環境に配慮した「社会よし」の「三方よし」の精神に基づく畜産業、さらには歴史と伝統に根付く酒造りなど、滋賀県ならではの特色ある取組が展開されている。

これらの滋賀県産農畜水産物等の魅力を効果的・効率的に海外市場に訴求するためには、単に国内向けに生産された製品の余剰分を輸出するのではなく、個々の品目の現状や特性に応じたターゲット国・地域を選定し、各市場の消費者ニーズや規制要件等に対応した産品を継続的かつ安定的に供給し続けることが重要である。

そこで、当協議会では、品目に応じて意欲ある事業者が海外市場を継続的・安定的な販路として事業展開できるよう、現地との信頼に基づく長期的な関係構築や、輸出促進に向けた生産、販路開拓等の取組を推進する。

また、取組にあたっては、十分な輸出実績がある、または既に輸出に取り組む体制が整っている品目を「輸出重点品目」、その他の輸出に取り組もうとする品目を「チャレンジ品目」と位置づけ、それぞれの品目ごとの現状に沿った取組を進める。

#### (1) 輸出重点品目

十分な輸出実績がある、または既に輸出に取り組む体制が整っている品目として、次の品目を「輸出重点品目」とする。

##### 輸出重点品目

- ① 近江牛 ② 近江の茶 ③ 近江米 ④ 近江の地酒

#### ① 近江牛

##### <課題>

- ・ 輸出実績のある国（台湾、シンガポール、タイ、フィリピン、ベトナム、マカオ等）のうち、多くはすでに近江牛や他の和牛ブランドが浸透しており、他の和牛ブランドとの差別化により、市場競争力を高める必要がある。

##### <取組方針>

- ・ 個社ごとの営業活動とあわせて、近江牛が他の和牛ブランドと差別化できる強み（歴史・肉質・ストーリー等）を、共通認識として醸成し、近江牛としての統一的なプロモーションを展開する。

- ・ 近江牛のブランド価値を維持しつつ価格競争力を高めるため、輸出コストの低減に向けた取組を進める。
- ・ 現地のカット技術を持つ職人や飲食店とのネットワークを構築するなど、高級部位以外を食べる文化のない地域に、食べ方を伝える。
- ・ ブランド価値の保護と信頼性確立のため、海外での商標登録等適切な商標保護対策を推進する。

#### <目 標>

令和12年 輸出量：85t（令和6年：79t）

## ② 近江の茶

#### <課 題>

- ・ 海外市場での抹茶（碾茶）をはじめとする粉末茶への需要急拡大に産地としてしっかりと対応する必要がある。
- ・ 海外市場での「近江の茶」の差別化を図るため、本格派志向の国・地域でのリーフ茶の需要喚起が必要である。

#### <取組方針>

- ・ 碾茶生産にも適した品種への改植を図る。
- ・ 輸出を目的とする有機 JAS 認証等の認証取得を推進する。
- ・ ターゲットにできる国や地域を増やすため、産地として農薬規制・有機対応等への取組を推進する。
- ・ 煎茶の需要が一定見込まれるアメリカ・EU をターゲットとして継続的な輸出拡大推進に取り組む。
- ・ 産地としての特色（歴史・品質・立地）を PR し、美味しさと品質を理解してくれる方々をターゲットとして、さらなる輸出拡大を目指す。
- ・ 急須でお茶を飲む文化のない地域に訴求していけるよう、手軽に喫茶が楽しめるティーバッグタイプの煎茶など、トレンドにあわせて開発・製造を推進する。

#### <目 標>

令和12年産 輸出量：300t（令和6年産：209.3t）

### ③ 近江米

#### <課題>

- ・ 国内の米の取引価格や需給バランスの状況を見極めつつ、海外市場へ安定的・継続的に供給する必要がある。
- ・ 近江米としての差別化を図るための取組や現地ニーズに応じた販路開拓が必要である。

#### <取組方針>

- ・ 国内需給の変動を注視しつつ、本格的な輸出拡大の好機に備え、これまでの取引先との信頼関係を維持するとともに、輸出先として有望な国・地域の検討を続ける。
- ・ 高単価でも需要が見込める付加価値の高い銘柄米などを海外向け主力品目として位置づけ、積極的にPRしていく。
- ・ 炊飯文化がない地域でも手軽に美味しく食べられるパックご飯などの米加工食品を提案することで、新たな需要を喚起する。

#### <目標>

令和12年産 輸出量：1,100t（令和6年産：975t）

### ④ 近江の地酒

#### <課題>

- ・ 縮小傾向にある国内需要を踏まえ、他の日本酒との差別化を図りつつ、海外需要の喚起が必要である。
- ・ 原材料費、特に酒米の価格が高騰する中で、安定的な原材料の確保が求められる。
- ・ アメリカ市場におけるFDA登録、ラベル規制、残留農薬等、輸出先の規制への対応について、輸出に取り組む酒蔵（事業者）の負担軽減が必要である。

#### <取組方針>

- ・ アメリカを中心としたターゲット国において、近江の地酒の価値（歴史・文化・味・GI「滋賀」(清酒)）を深く理解し、正しく取り扱うことのできる可能性のあるレストラン関係者やインポーターなどに的を絞ったプロモーションを行う。
- ・ 県開発の新品種（高温耐性酒米）を組合を通じて流通を図り、更にはその酒米を使って醸造した酒の普及を推進する。
- ・ 個社での独自の販路開拓を推進しつつ、人手不足などで個社での取り組みが難しい酒蔵については、団体（滋賀県酒造組合等）を通して規制対応や営業のサポートを受けられる体制を構築していく。

<目 標>

- ・ 国内消費が減少していく中、意欲ある酒蔵（事業者）が、確実に輸出数量を伸ばし、海外市場で収益をあげることで、経営基盤の安定化が実現している。
- ・ 国内外での安定供給により、古くから続く歴史と伝統の酒造りを絶やすことなく後世へと継承されている。

(2) 輸出重点品目のターゲット地域・国

輸出重点品目では、さらなる販路拡大を目指すため、それぞれの品目ごとに現状に沿った具体的なターゲット地域・国を次のとおり設定する。

表 輸出重点品目のターゲット地域・国

地域・国	① 近江牛		② 近江の茶		③ 近江米		④ 近江の地酒	
	現状	目標	現状	目標	現状	目標	現状	目標
東アジア								
台湾	◎	◎	◎		○	○	○	○
香港		○			○	○	○	○
中国							○	○
東南アジア								
タイ	○	○	○		○			
シンガポール	○	○			○			○
ベトナム	○	○						
フィリピン	○	○						
その他								
アメリカ		○	◎	◎	○	○	◎	◎
欧州			○	◎			○	○
取組目標	↗ (拡大)		↗ (拡大)		.(状況注視)		↗ (拡大)	

◎：重点国・地域

○：ターゲットになりうる国・地域

### (3) 輸出チャレンジ品目

輸出実績は少ないものの、滋賀県の多様な農畜水産物等の新たな可能性を切り拓く、今後の取り組みが期待される品目として、次の品目を「輸出チャレンジ品目」とする。

#### 輸出チャレンジ品目

- ① 園芸品目 ② 湖魚加工品 ③ その他加工食品 ④ 木材加工品

これらの品目については、事業者が感じる輸出へのハードルを下げることを目的に、勉強会やセミナーを開催するとともに、国内で開催される輸出向け展示商談会への出展など、滋賀県産農畜水産物等の総合的な魅力訴求の機会を通して、その輸出可能性を高めるよう取り組む。

また、海外ニーズが高まっているもので、かつ県内産地の合意形成が一定進んでいるものについては、品質保持のための流通体制強化や、サプライチェーンの構築など、輸出実現を目指した取り組みを進めることとする。

それぞれの輸出チャレンジ品目の輸出に係る現状は以下のとおりである。

#### ① 園芸品目

近年、アジアを中心に、甘藷（かんしょ）の海外ニーズが高まっており、かつ県内産地の合意形成が一定進んでいることから、今後の輸出実現を目指した取組が期待される。

#### ② 湖魚加工品

個社単位の独自の取組として、台湾等に向けた、アユ佃煮等の加工品の販路開拓が行われている。

#### ③ その他加工食品

個社単位の独自の取組として、台湾等に向けた、醤油、味噌、和菓子等の販路開拓が行われている。

#### ④ 木材加工品

滋賀県内の森林から伐採された原木、およびその原木を加工した製材品等の木材「びわ湖材」を使った木製タンブラー等の輸出実績がある。

## 4 戦略の推進

本戦略の推進にあたっては、協議会を構成する各団体が主体性をもって調整を図りながら、意欲ある団体・事業者を中心に輸出の拡大に取り組むこととし、本戦略の実行・目標達成に向けた連携や情報共有を図り、より戦略的・効率的な海外展開を進める場として協議会を活用するものとする。

また、協議会において、本戦略に基づく取組の実施状況や目標の達成状況等を相互に確認し、その後の取組に反映させていく。