

滋賀・びわ湖ブランドの取組について 「食」

1 現状と課題

(1) 近江米

- ◇古くから良質米の産地として高い評価を得てきた。
- ◇水田農業が主体である本県の最も重要な品目である。
- ◇本県育成品種の「みずかがみ」は、平成25年産から販売を開始し、食味ランキングで「特A」に連続で評価されるなど、関西を中心に近江米を牽引するブランドとして定着しつつある。
- ◆国内需要の減少、平成30年産からの「米政策の見直し」を背景に、国内における産地間競争の激化が予想される。

(2) 近江牛

- ◇国内最古のブランド牛と言われる400年以上の歴史を持ち、日本三大和牛の1つに数えられ、全国的にも認知度が高い。
- ◇平成17年、近江牛の定義が「滋賀県内で最も長く飼育された黒毛和種」に統一され、平成19年には地域団体商標に登録された。
- ◆全国的に子牛価格が上昇し、肥育素牛等の安定的な確保が難しい。
- ◆全国各地でブランド牛が乱立し、産地間競争が激しくなっている。

(3) 近江の茶

- ◇日本茶業の発祥の地として、1200年の歴史と高品質を誇る。
- ◇県内の統一ブランドである「琵琶湖かぶせ」は平成18年から、「極煎茶 比叡」は平成25年から、それぞれ販売されている。
- ◆古くから多くが京都へ出荷され、宇治茶の主要なブレンド茶葉として販売されてきたことから、「近江の茶」の認知度は低い。
- ◆国内需要の減少に伴い茶価格が低迷しており、新たな販路の開拓が必要である。

(4) 湖魚

- ◇漁獲される湖魚の多くは琵琶湖にしかない固有種や特産種であること、鮎ずしに代表されるように滋賀県独特の湖魚料理があるなど、他にはない強みを有している。
- ◇昨年、全国の漁師自慢の魚 プライドフィッシュ料理コンテスト (Fish-1 グランプリ) で「天然ビワマスの親子丼」がグランプリを受賞し、ビワマ

スの認知度が高まってきている。

- ◆漁獲量が不安定で流通が少ないことから、全体として認知度が低い。
- ◆県内消費者が気軽に楽しめる食材ではなくなってきている。

(5) 近江の野菜等

- ◇生産量は少ないものの、「キャベツ」や「トマト」などの一般的な野菜に加え、「万木かぶ」や「秦荘やまいも」などの伝統野菜や「信長ねぎ」や「多賀にんじん」などの特産野菜等、多種多様な野菜が生産されている。
- ◇特にかぶ類は全国6位の生産量を誇る。
- ◇近年は、直売所での販売が伸びている。
- ◇「日野菜」や「彦根梨」など一部の品目では、地理的表示（GI）の登録によりブランド化を目指す取組が始まっている。
- ◆野菜や果樹など園芸品目は、生産量が少ないため、生産地の周辺地域を除き県内でも認知度が低い。
- ◆野菜の産出額は全国43位と低く、新たな産地育成が必要である。

近江の地場産品（農産物関係）

※近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例に基づく知事指定品目
（平成28年12月指定）

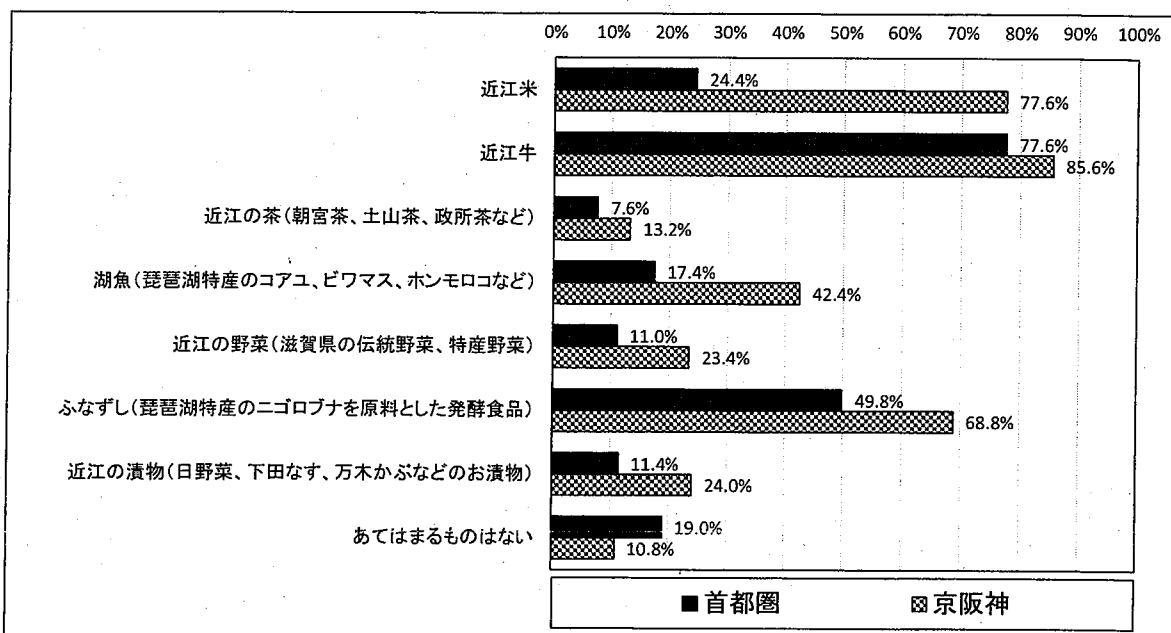
近江牛	近江米	琵琶湖産アユの養殖アユ
近江しゃも	環境こだわり農産物	琵琶湖産魚介類
近江の茶	セタシジミ	琵琶湖八珍
近江の伝統野菜	琵琶湖産鮎	びわサーモン（養殖ビワマス）
上記指定品目を原料または材料として製造し、または加工した物品 （例）近江の地酒、近江のつけもの、鮎ずし等		

近江の伝統野菜（14品目：平成21年1月県選定）

山田ねずみ大根（草津市）	鮎河菜（甲賀市）	秦荘やまいも（愛荘町）
下田なす（湖南市）	日野菜（日野町）	赤丸かぶ（米原市）
杉谷なすび（甲賀市）	北之庄菜（近江八幡市）	伊吹大根（米原市）
杉谷とうがらし（甲賀市）	豊浦ねぎ（近江八幡市）	万木かぶ（高島市）
水口かんぴょう（甲賀市）	小泉紅かぶら（彦根市）	

＜滋賀県を代表する食材の認知度について＞

(H27年3月農政課調査より)



※H27年3月農政課「滋賀県の農畜水産物に関する首都圏、京阪神におけるイメージ調査」より

- ・調査手法：インターネットリサーチ
- ・対象：首都圏（東京23区500名）
京阪神（京都市150名、大阪市200名、神戸市150名）
- ・基本属性：20歳から79歳までの男女

2 主な品目ごとのブランド力向上について

現状と課題等を踏まえ、生産、流通、販売に至る関係者が一体的かつ戦略的に地域ブランド力の向上につなげるため、『しがの農畜水産物マーケティング戦略』（H28年3月改定）において、品目ごとに目指すべき姿やターゲットを定めている。

（1）近江米

【目指すべき姿】

- 美味しく、安全安心で環境にもやさしい米として、県内消費者に強く支持される。
- 京阪神地域でも近江米のファンが増加し、ほとんどのスーパーや米穀店に常置されている。
- 「みずかがみ」など、本県育成品種が高い評価を得て、全国から注文が相次ぐ。

【主なターゲット】

- 県内での消費拡大
- 県外では京阪神地域を中心に流通拡大
- 飲食店やコンビニ等での利用促進
- 「みずかがみ」など特産的な品種は全国展開を図る
- 海外への輸出

（2）近江牛

【目指すべき姿】

- 日本三大和牛の一つとして、他の新興産地とは一線を画する高いブランド力を誇る。
- 海外でも「Omi beef」の名が知れ渡り、継続的に輸出される。

【主なターゲット】

- 全国の消費者
- 県内外の飲食店やホテル等（近江牛指定店）
- 海外への輸出

（3）近江の茶

【目指すべき姿】

- 「近江の茶」のもつ歴史・文化が理解され、その魅力が再認識されることにより、県内での消費が拡大する。
- 品質の高さが広く認知され、首都圏等での販売店が増加。また、ネット通販等で全国販売される。
- 海外でも日本茶の消費が増え、「近江の茶」が継続的に輸出される。

【主なターゲット】

- 県内での消費拡大
- 首都圏等販売店舗および全国の茶愛好家
- 海外への輸出

(4) 湖魚

【目指すべき姿】

- 県内では日常の食卓に並び、県民のソウルフードとして愛好される。
- 県内の飲食店や旅館では、名物料理として常時提供される。
- 県外でも、珍しい食材として湖魚を提供する飲食店が増加している。

【主なターゲット】

- 県内での消費拡大
- 県内および近隣府県での飲食店利用促進
- 全国のグルメ志向者
- 加工品や冷凍品は海外輸出

(5) 近江の野菜

【目指すべき姿】

- 広域でまとまって生産、出荷することによりブランド力が高まり、本県産野菜が市場で高い評価を受けている。
- 「近江の伝統野菜」をはじめとする地域の特産的な野菜が、産地の風土、歴史、文化等と相まって話題を呼んでいる。
- 農産物直売所は新鮮な野菜を求める客で賑わい、県内スーパーには地場産野菜コーナーが設置される。直売所には県外からの来客も増え、観光農園等の新たな経営が展開されている。

【主なターゲット】

- 県内および近隣府県の卸売市場への出荷ならびに実需者との契約取引
- 農産物直売所等での産地直売
- 伝統野菜や特産野菜は、県内外での飲食店での利用促進

3 今年度の主な取組について

(1) 首都圏・京阪神地域における魅力発信について

近江米、近江牛、近江の茶、湖魚、近江の野菜など県産食材について、東京本部と連携し『ここ滋賀』を活用しながら発信力のある首都圏での魅力発信や販路拡大に取り組む。



また、近隣の一大マーケットである京阪神地域において、引き続き魅力発信に努める。

首都圏

- ・東京と大阪での大規模展示商談会（アグリフード EXPO、シーフードショー）において、滋賀県ブースの一体的な装飾等によるバイヤーへのPR（8月、2月）
- ・東京日本橋周辺での近江牛ラッピングバスの運行（10月～3月）
- ・『ここ滋賀』において「近江米」（みずかがみ）を使ったおにぎりイベントの実施（コンテスト、テイクアウト等）（11月）
- ・『ここ滋賀』レストランにおいて、メイン食材を変えたメニューフェアの実施（11月～2月の毎月1週間程度予定：近江牛、ピワマス、ヒウオ、鮎ずし）
- ・『大近江展』と連動した県産食材メニューフェアの実施（3月）

京阪神地域

- ・関西圏において「みずかがみ」のテレビCM放映や知事によるトップセールスの実施（9月～10月）
- ・京阪神地域において、県産食材を活用したメニューフェアの実施（1月予定）

(2) 農畜水産物等の輸出促進について

新興国の経済成長や日本食に対する人気の高まりなどを海外市場での販路拡大の好機と捉え、「滋賀県農畜水産物輸出戦略」（H28年3月策定）に沿って、ジェトロ滋賀貿易情報センターや関係機関、関係部局と連携を図りながら、海外での認知度向上と販路拡大に取り組む。

- ・サポート体制を強化するため県や、ジェトロ、関係団体、市町等で構成する「海外展開支援推進ネットワーク会議」を設立（9月）
- ・アメリカ（ミシガン州）において「近江の茶」PRイベントおよび商談会の実施（11月）
- ・タイにおいて日系百貨店でのテスト販売および商談会の実施（1月予定）
- ・ベトナムにおいてSNS等を活用した県産食材・食品の魅力発信（1月予定）
- ・中国（上海市）において高級百貨店・スーパーでの包装米飯テスト販売の実施（年度内）

※輸出戦略に定める重点品目：「近江牛」「近江の茶」「近江米」

(3) 地理的表示 (GI) 保護制度の活用促進について

生産者の所得向上や消費者の産品への信頼保護 (ブランド化) につながると期待されることから、専門家派遣などGI活用に向けて意欲ある産地支援に取り組む。



※地理的表示 (GI) 保護制度
地理的表示を生産地や品質等の基準とともに登録し知的財産として保護する制度

H29 支援品目 (5 品目)

「彦根梨」 「日野菜」 「政所茶」
「水口かんぴょう」 「万木かぶ」

(4) 環境こだわり農業の深化について

農薬・化学肥料5割削減の取組面積の拡大に加えて、有機農業等をはじめ、さらに琵琶湖等の環境保全、安全・安心な農産物の供給につながる高度な取組へのステップアップ推進に取り組む。

また、環境こだわり農産物のPR、発信による認知度向上に努め、環境こだわり農業のブランド力向上を図り、琵琶湖と共生する本県農業の健全な発展を目指す。

- ・滋賀県有機農業等推進方策検討協議会において、有機農業等 (水稻) の推進方策について検討
- ・滋賀県の環境こだわり農業が「日本一」の取組であり、生産者が琵琶湖のために努力していることなどの価値や魅力を全国に発信 (10月予定)

(5) 近江牛の魅力発信について

和牛子牛の哺育・育成施設であるキャトル・ステーションの整備や、地域で畜産の収益向上に取り組む畜産クラスター事業などにより、次世代につなぐ生産基盤の強化を図る。

また、産地と品質が結びついたブランド力に磨きをかけ、地理的表示 (GI) 保護制度への登録を目指すとともに、その近江牛を観光資源として国内外への情報発信に取り組む。

- ・東京日本橋周辺での近江牛ラッピングバスの運行 (10月～3月) <再掲>
- ・『ここ滋賀』レストランにおいて、メイン食材を変えたメニューフェアの実施 (11月～2月の毎月1週間程度予定: 近江牛、ビワマス、ヒウオ、鮎ずし) <再掲>
- ・近江牛の食事と観光を組み合わせた訪日外国人向けインバウンド観光の推進 (1月～3月)

(6) 湖魚の魅力発信について

これまで「琵琶湖八珍※」ブランド化事業として、事業者による琵琶湖八珍の利用促進および消費者への訴求を中心に事業を展開してきたことにより、琵琶湖八珍を扱う事業者も一定増加（マイスター94店舗登録）してきており、今後さらに「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚の消費拡大に向けて、伝統的な利用や加工の普及とともに、新たなブランドイメージの創出に取り組む。



- ・『ここ滋賀』レストランにおいて、メイン食材を変えたメニューフェアの実施（11月～2月の毎月1週間程度予定：近江牛、ビワマス、ヒウオ、鮒ずし）
＜再掲＞
- ・「琵琶湖八珍」のイメージや認知度を上げるため、琵琶湖の恵みを感じられる特別な空間での「琵琶湖八珍」食堂を開催。また、マイスター登録店舗が連動して琵琶湖八珍をより気軽に楽しめる「琵琶湖八珍」サテライト食堂を開催（1～2月）
- ・「琵琶湖八珍」を料理等の素材として活用されるよう、事業者にはマイスターへの登録と新商品の開発促進、消費者にはより利用を訴求するため紹介資料の配布やサイトを通じた情報発信を実施
- ・琵琶湖の魚の美味しさを体感できるよう、琵琶湖の旬の魚介類を県内小学校の給食へ無償提供するとともに湖魚食材を学ぶ出前講座や体験学習会を開催

※琵琶湖八珍：平成25年開催の滋賀県立安土城考古博物館の企画展示「華麗なる漁と美味なる食」に関連して、びわ湖の恵みを特徴的に表している魚介類8種類が選定されたもの。

ビワマス、コアユ、ハス、ホンモロコ、ニゴロブナ、スジエビ、ゴリ（ウロリ、ヨシノボリ）、イサザ
⇒ “ビワコハホンニスゴイ（琵琶湖はほんに凄い）”