

地方創生・しがブランド推進対策特別委員会
令和元年（2019年）7月1日
農政水産部食のブランド推進課・
農業経営課・水産課・畜産課

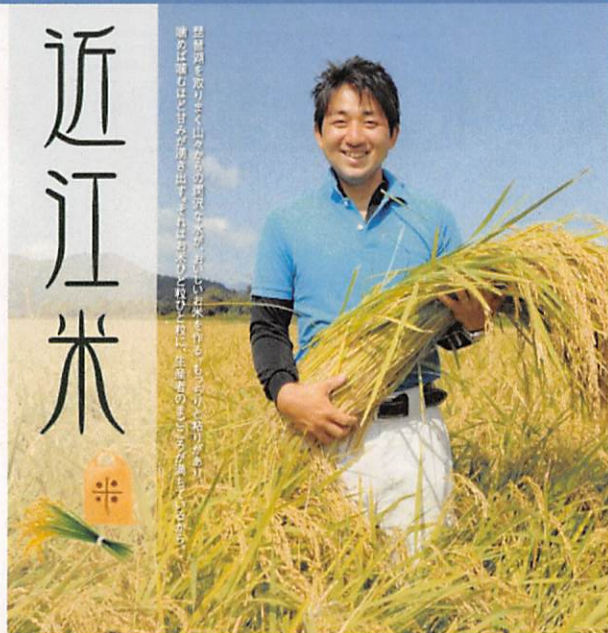
農畜水産物のブランド力向上に向けた取組について

自然がおいしい、心がうれしい。



やっぱり滋賀のもんがええなあ

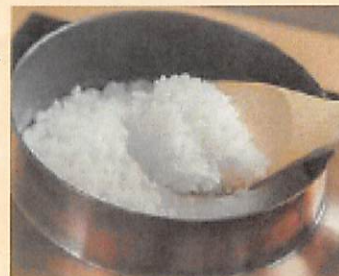
1 滋賀の食材 (1) 近江米



米どころとしての誇りが培う生産者のまごころ。

我が国に稲作文化が伝来して以降、日本人は米づくりを通じて国土を豊かに開拓してきました。江戸～明治時代にかけて、滋賀県は北陸地方と並び称される米どころとして国内屈指の生産量と品質を誇っていたといえます。四方を山で囲まれた平坦な盆地であり、養分をたっぷり含んだ粘土質の肥沃な土壌、そして何より日本最大の湖・琵琶湖をとりまく豊かな水が近江米を育ててきたのです。

稲作と共に歩んだはるか長い歴史の中で、近江の農家が最も大切にしているのは、米づくりに対するひたむきな真心。「おいしいお米を届けたい」という強い思いが連続と受け継がれ、品質の高さを維持し続けているのです。

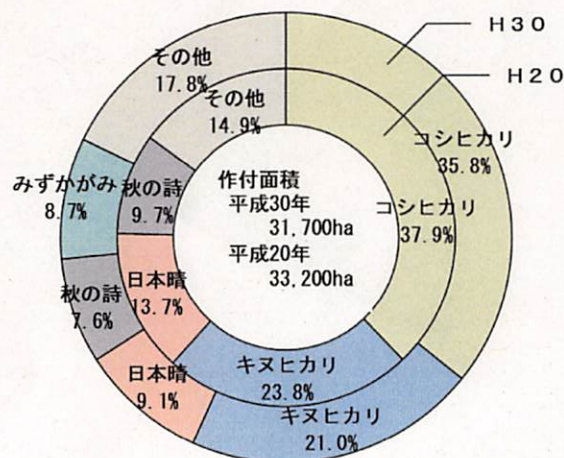


さまざまなニーズに応える品種を生産。

普段私たちが口にするお米のほか、「酒米」、「もち米」があります。近江米は香り、歯ごたえ、味わい共に大変優れた一級品です。

みずかがみ	滋賀県で開発された早生品種で、コシヒカリやひとめぼれの性質を受け継ぐ。ほどよい粘りと甘みがあり、冷めてもおいしく食べられる。全量を環境こだわり栽培で生産している。
コシヒカリ	粘りが強く、食味に優れた品種として日本全国に愛好家をもつ。滋賀県で作付けが最も多い近江米の主力品種である。
秋の詩	コシヒカリを父にもち、粒が大きく適度な粘りとほのかな甘さを持つ。滋賀県が開発した品種。
滋賀羽二重糯	昭和13年に滋賀県が育成した。もち米では最高級の評価を受け、70年以上生産されている。現在でも最高級のもち米として取引されている。

■ 水稻主要品種の作付面積構成比



(農林水産省、滋賀県農業経営課)

琵琶湖の環境保全から安全安心な米づくり。

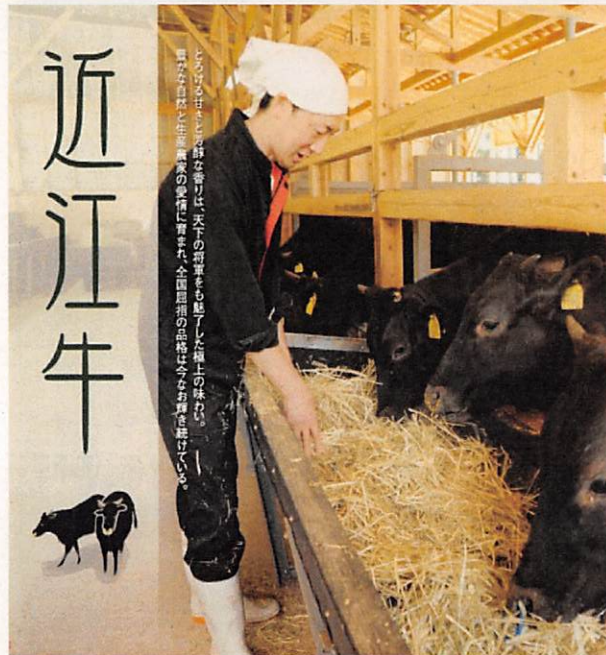
滋賀県では化学合成農薬や化学肥料の使用を通常の半分以下に抑え、さらに琵琶湖や周辺環境にやさしい技術で栽培された農産物を「環境こだわり農産物」として県が認証する制度を取り入れています。その根底にあるものは、消費者に安全安心なお米を届けたいという思いはもちろん、京阪神地域に暮らす人々の大切な水源である琵琶湖の保全が目的です。

滋賀県では、生産者の一人ひとりが貴重な水源である琵琶湖を守る責任を持ちながら、濁水の流出を防いだり、生産履歴を記帳するなど、近江米の品質向上に不断の努力で取り組んでいます。

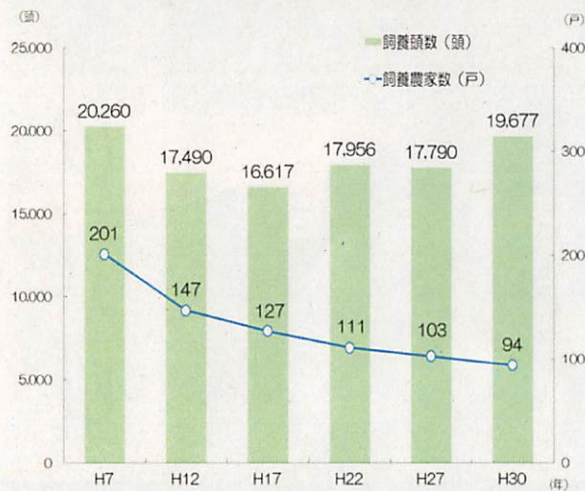
また、消費者の皆様には「食べることで、琵琶湖を守る。」を合言葉に、こうした生産者の取り組みを応援いただくよう呼びかけています。



1 滋賀の食材 (2) 近江牛



■ 肉用牛の飼養状況



日本最古のブランド牛の誇りを胸に。

400年以上の歴史を有し、国内最古のブランド牛として抜群の知名度を誇る近江牛。

江戸時代には彦根藩から將軍家に「牛肉の味噌漬け」が献上され、古くからその揺るぎのない地位を築いてきました。その肉質はきめ細かくやわらかで、独特の粘りとツヤがあり、“食べる芸術品”といわれるほど。水戸藩主・徳川斉昭も愛好家の一人であり、彦根藩主・井伊直亮(なおあき)に宛てた手紙で感謝の言葉を述べています。

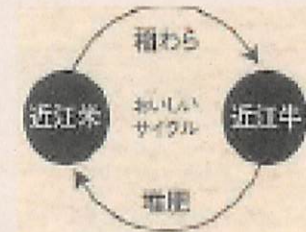
近年では、全国各地で様々なブランド牛が生まれてきましたが、近江牛はその老舗として、さらにブランド力を高められるよう、品質の維持・向上に努めています。

平成19年には、徹底した衛生管理体制を持つ滋賀食肉センターが開設され、この施設を通じて海外(マカオ、タイ、シンガポール、フィリピン、ベトナム、ミャンマー、台湾)への輸出も行われています。



人と環境にやさしい耕畜連携サイクル。

近江牛の肥育農家の多くは、近江米の稲わらを給与しています。牛が食べた稲わらは、排せつ物から良質な堆肥となって近江米を育て、その稲わらをまた牛が食べる…。人と環境にやさしく、持続可能なサイクルが、耕畜連携の取り組みとして県内で確立しています。さらに、互いの畜舎を巡回したり、定期的に勉強会を開くなど、絶えず切磋琢磨して肥育技術の向上に努めています。



信頼の証を得た本物の近江牛。

- ・平成29年12月15日、県内産品では初めて地理的表示法(特定農林水産物等の名称の保護に関する法律)に基づく地理的表示(GI)に登録されました。
- ・GIは、品質等の確立した特性が生産地と結びついた産品について、農林水産省が品質の基準とともに、その名称(地理的表示)を知的財産として登録し、保護する制度です。
- ・GI登録を機に、ブランドのさらなる磨き上げを図ります。

近江牛のGI登録

★地理的表示保護制度に基づく近江牛の登録内容	近江牛
登録年月日	平成29年12月15日
名称	近江牛(登録第56号)
区分	生鮮肉類
登録生産者団体	一般社団法人 滋賀県畜産振興協会

★地理的表示に登録された近江牛の品質特性

<歴史と伝統> 日本で最も古い歴史を持つブランド和牛

<高品質> 霜降り度合いが高いとともに、脂の口溶けが良く、牛肉のおいしさに関与しているといわれるオレイン酸を多く含む。

<地域と結びついた生産>

世界有数の古代湖「琵琶湖」を有する滋賀県で豊かな水と自然環境の中、稲わらの給与など、安全・安心を基本に地域と結びついた生産がされている。

1 滋賀の食材 (3) 近江の茶



古来より粹人を魅了した茶を巡る歴史秘話。

およそ1200年の歳月を経て、磨き抜かれた近江の茶。そのルーツをたどれば、平安初期の805年、伝教大師最澄が唐より種子を持ち帰り、比叡山麓に播いたことが始まりとされています。比叡山のふもとにある日吉大社の境内には、その時のものと伝わる茶園があり、日本茶業発祥の地ともいわれています。長い歴史を経て脈々と受け継がれてきた匠の技が、近江の銘茶を今に伝えています。

寒暖差の激しい気候が茶葉を鍛える。

近江の茶は、香味の良さが評判で、古くから茶人に広く愛好されてきました。甲賀地域を中心に昼夜の寒暖差が激しい気候で育てられるため、濃密な香りと深い滋味をもつ上質の茶ができます。

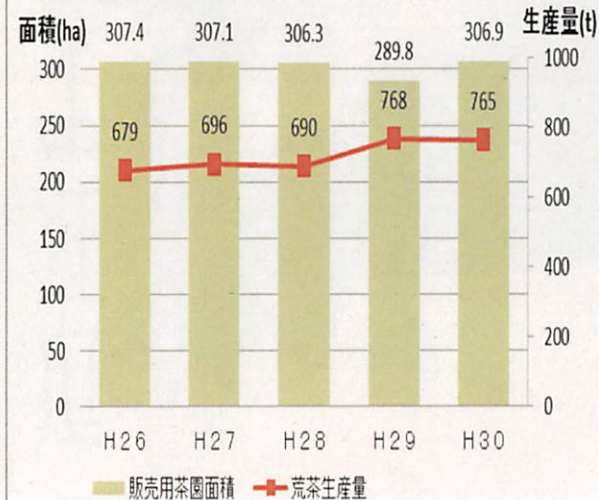
二度、三度お湯を注ぎ直しても、近江の茶がおいしく飲める理由には、生育環境と生産者のたゆまぬ努力があるためです。その実力は茶の品評会において農林水産大臣賞を受賞するなど高い評価を得ています。



個性豊かな産地で育つ近江の茶。

県内各地で、地形や気象条件を生かしながら、個性豊かな味わいをもつ上質な茶が生産されています。

茶の生産状況



(滋賀県農業経営課調べ)

朝宮茶

日本五大銘茶の一つ。高い香気と深みのある味わいが特徴。標高400mほどの山間部に位置し、昼夜の寒暖差が激しく、霧が発生しやすい気候風土が茶の栽培に適している。

土山茶

県内最大を誇る茶の一大産地。南北朝時代に、京都の大徳寺から茶の実を持ち帰って栽培したのが起源とされる。なだらかな丘陵地帯で日照に恵まれ、「かぶせ茶」生産も盛ん。

政所茶

「宇治は茶所、茶は政所」。高級茶として知られるが、生産量は極めて少ない。豊かな水源と霧が発生する気候から、室町時代より栽培が始まったとされる。推定樹齢300年の古木を有する、希少価値の高い茶の一つ。



産地の底力を結集した統一ブランド。

全国的にも評価の高い滋賀県産のお茶の中でも、品質鑑定のプロが厳選した茶葉だけを使用した統一ブランド。それが『極煎茶 比叡』と『琵琶湖かぶせ』です。

“かぶせ”とは、摘み取り前の新芽に覆いをして光を遮り、渋みを少なく旨味を増した「かぶせ茶」のこと。



1 滋賀の食材 (5) 近江の野菜



バラエティ豊かな恵みを育む大地。

滋賀県は、農耕地の9割以上が水田という土地柄ですが、露地においてはキャベツや白菜、かぶ類などが主に栽培されており、京都市場を中心とした近郊都市へも盛んに出荷されています。地域ごとに個性豊かな野菜栽培に取り組んでおり、多種多様な野菜が直売所などで販売されています。

歴史とともに伝わる「近江の伝統野菜」。

滋賀県内には知る人ぞ知る伝統野菜が多数存在します。

ほとんどが県内で消費され、大量に流通するほど収穫量はありませんが、地域の食生活と密接に結びついた郷土独自の味覚であり、その土地の歴史や文化も色濃く反映されています。日野菜や下田なす、赤丸かぶなどが選定されています。



新たな特産野菜が続々と誕生。

栽培方法や品質管理に工夫を重ねた新たな特産物作りが進められています。こうした野菜には安土信長葱など、地域に根差した名前が付けられ、地域が一丸となって特産化に取り組んでいます。季節の旬に応じた特徴的な野菜たちがバラエティ豊かにそろっています。



愛彩菜(わさび菜) 守山市産なばな 安土信長葱 とよ坊かぼちゃん(坊ちゃんかぼちゃ) 多賀にんじん 湖北のブロッコリー 湖北の夢イチゴ

自然がおいしい、心がうれしい。



やっぱり滋賀のもんがええなあ

2 現状と課題

(1) 近江米

- 水田農業が主体である本県の最も重要な作物であり、古くから良質米の産地として高い評価を得てきた。
- 全量を環境こだわり米として生産している「みずかがみ」は、平成27～29年産の食味ランキングにおいて3年連続で「特A」を獲得するなど、確実な需要が見込めるブランド米になってきている。
- 主食用米の消費減少や米政策の見直し等を背景に、産地間競争の激化が予想される。
- 需要に応じた米づくりへの転換が求められる中で、需要の伸びに生産が追いついていない「みずかがみ」の生産拡大や「特A」の取得等によるブランド力強化が必要である。

(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、日本三大和牛の一つに数えられ、全国的にも認知度が高い。
- 平成17年、近江牛の定義が「滋賀県内でもっとも長く飼育された黒毛和種」に統一され、平成29年には地理的表示(GI)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。

2 現状と課題

(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ことなど、他にはない強みを有している。
- 昨年度は「びわ湖めぐみ」おもてなし食堂を展開し、琵琶湖とともに湖魚の魅力を体感できる機会を提供することや、湖魚の旬やその魅力、取扱い店舗の情報を発信することにより、県内外の消費者へ広くPRしている。
- 湖魚を扱う琵琶湖八珍マイスター登録店舗数が220店舗となり、湖魚の認知度向上に貢献している。
- 漁獲量が不安定で流通量が少なくなっていることから、家庭で食べられる機会が減り、認知度が低くなっている。
- 県内消費者が気軽に楽しめる食材ではなくなっている。
- 県内外の消費者が湖魚を食べたい時にどこで食べられるかという情報が不足している。

(5) 近江の野菜等

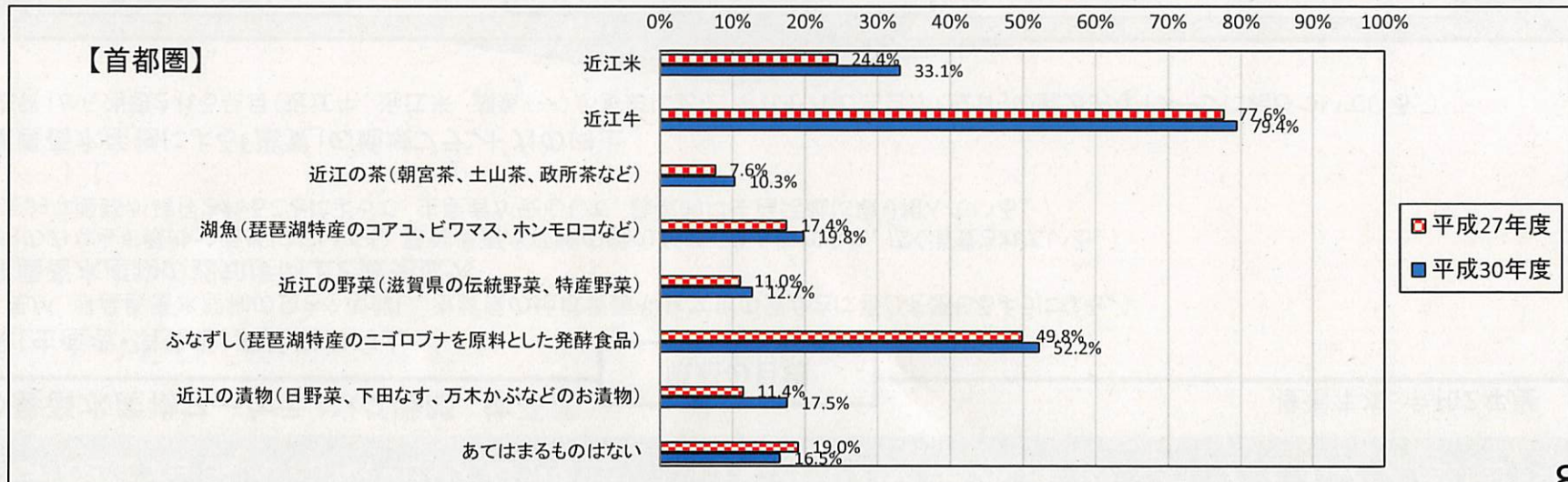
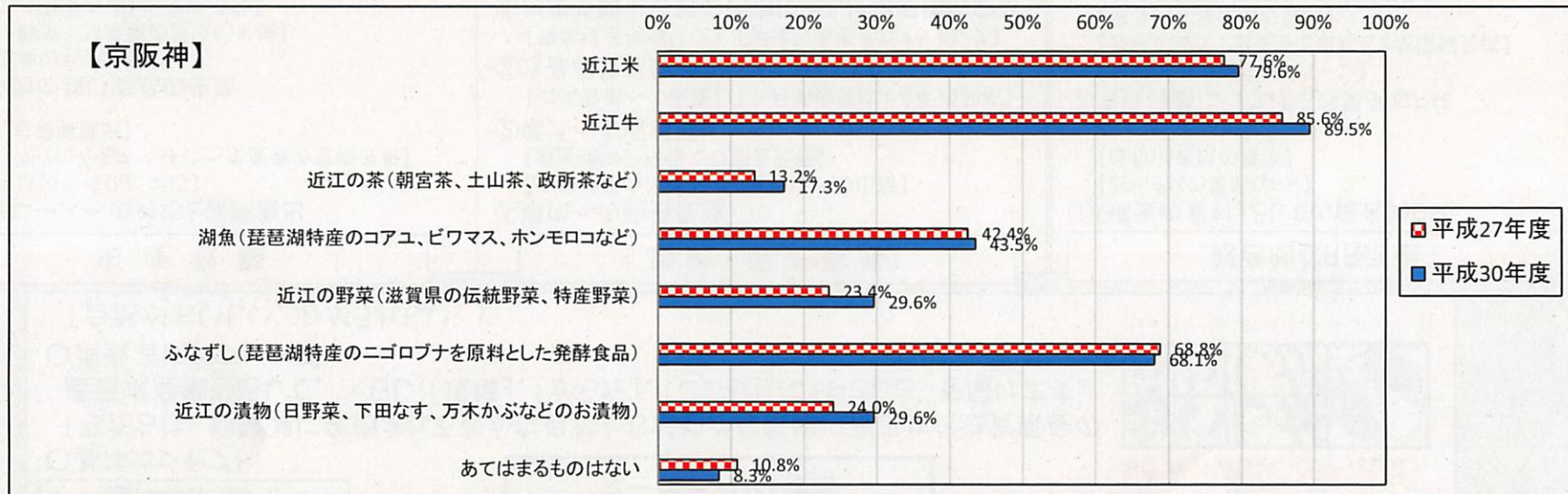
- 生産量は少ないものの、キャベツやトマトなどの一般的な野菜に加え、万木かぶや秦荘やまいもなどの伝統野菜や、信長ねぎや多賀にんじんなどの特産野菜等、多種多様な野菜が生産されている。
- 特にかぶ類は全国4位の生産量を誇る。
- 近年はサラダなどに使用される加工業務用野菜や直売所での販売が伸びている。
- 「日野菜」など一部の品目では、地理的表示(GI)の登録によりブランド化を目指す取組が始まっている。
- 野菜や果樹など園芸品目は生産量が少ないため、生産地の周辺地域を除き県内でも認知度が低い。
- 野菜の産出額は全国42位と低く、新たな産地育成が必要である。



2 現状と課題

(6) 滋賀県を代表する食材の認知度について

(平成27年度および30年度の調査結果)



3 課題を踏まえた取組の方向性 (1)しがの農畜水産物マーケティング戦略

しがの農畜水産物マーケティング戦略 体系図

推進年次: 令和2年度

戦略の目標

- 県民(生産者・消費者)満足度の向上
(県民が、県産農畜水産物の良さを理解し、滋賀県の地域資源や食文化の豊かさに喜びを感じるようになる。)
- 県産農畜水産物の認知度向上と販売拡大
(県内のみならず県外や海外においても、県産農畜水産物の魅力が多くの人に知られ、広く消費されている。)
(安定的な販路が確保されることによって、生産者が安心して、意欲的に生産活動に取り組んでいる。)
- ↓ ↑
- 県産農畜水産物による「滋賀」の地域ブランド力の向上
(「滋賀」から連想される品目(近江牛、近江米、湖魚…)が多彩にあり、それぞれの品目が「滋賀」の魅力的なイメージに結びついている。)

基本コンセプト

- 基本コンセプト
「私たちは、琵琶湖に象徴される豊かな自然とおだやかな気候に育まれた滋賀県産の農畜水産物を通して、くらし(「環境」、「からだ」、「こころ」)に‘やさしさ’を届けます。
- 消費者向けフレーズ
「自然がおいしい、心がうれしい。」

マーケティング戦略

自然がおいしい、心がうれしい。



やっぱり滋賀のもんがええなあ

生産戦略

- ①消費ニーズへの対応と需要創出
【食生活の多様化に対応】
【プロダクトアウトからマーケットインへ生産者の意識改革】
【新たな需要創出】
- ②競争力の強い商品の生産
【地産地の利を活かす】
【伝統野菜や特産物の重点的育成】
【ブランド化を意識した生産活動】
- ③品質向上に向けた生産戦略
【品質管理基準の策定】
【産地間の連携】
【GI等への取組】
- ④安全・安心の観点
【環境こだわり農業等の一層の推進】
【消費者とのコミュニケーションの確保】

流通・販売戦略

- ①県内への流通促進
【地産地消の推進】【卸売市場への出荷】
【農産物直売所等での産直販売】
- ②県外への販路拡大
【大消費地への販売】【品目間連携による販路開拓】
- ③食品関連産業との結びつきの強化
【異業種連携の強化】【関連事業者とのマッチング】
- ④加工や観光資源の活用による付加価値の創造
【6次産業化】【観光資源の活用】
- ⑤輸出など海外展開の促進
【輸出の促進】【インバウンド対応】
- ⑥様々な流通形態への対応
【インターネット通販等】
- ⑦知的財産権取得によるブランド力の強化
【商標権】【地理的表示保護制度(GI)】
【品質評価の格付等】

総合的なPR活動

- ①「滋賀の食材」としての総合的PR
【継続的・効果的なPR】
【品目間連携の推進】
- ②消費行動につなげる効果的なPR
【地産地消推進キャンペーン】
【産地の風土、歴史等と連動させた情報発信】
【健康的な食生活の観点】
【商品の販売と連動させた情報提供】
- ③認知度向上を図るPR
【生産現場からの情報発信】
【様々なメディアを活用したPR】
【農産物直売所等の情報発信機能の発揮】
【大消費地を狙ったPR展開】

3 課題を踏まえた取組の方向性 (2)今年度の取組の方向性

農畜水産物のブランド力向上！琵琶湖と共生する健康長寿日本一の滋賀育ち



農畜水産物のブランド力向上



琵琶湖八珍 魚のゆりかご水田米

海外

県内

農畜水産物の魅力発信

県外

「健康長寿日本一の滋賀育ち」の イメージ戦略

自然がおいしい、心がうれしい。



やっぱり滋賀のものかええなあ

- 健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業 9,180千円
- おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業 4,441千円
- もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業 4,700千円

- 首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業 16,891千円
- FOOD BRAND OH!MI海外プロモーション事業 9,517千円
- 近江牛魅力発信事業 3,900千円
- びわ湖のめぐみ魅力体感事業 15,215千円

- オーガニック米等販路開拓事業 6,250千円
- 環境こだわり農産物流通拡大事業 4,950千円
- 「環境こだわり」家畜ふん堆肥活用推進事業 2,100千円
- 「魚のゆりかご水田米」販路開拓事業 1,600千円

環境こだわり農業のさらなる 推進

「世界農業遺産」認定に向けた取組

森・里・湖(うみ)に育まれる 漁業と農業が織りなす琵琶湖システム

- 「世界農業遺産」プロジェクト推進事業 12,625千円



4 認知度向上に向けた魅力発信(今年度の主な取組事例)

(1) 地産地消と食育の推進による滋賀の食材の消費拡大

- 「おいしがうれしが」キャンペーン推進事業
- 健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした「滋賀めし」創造事業
- びわ湖のめぐみ魅力体感事業



自然がおいしい、心がうれしい。



やっぱり滋賀のもんがええなあ

① 取組の概要

- 食品販売事業者が滋賀の食材を活用し、創意工夫した事業活動を展開する「おいしがうれしが」キャンペーンの取組を広げ、滋賀の食材の消費拡大を図る。
- 滋賀の食材を活用した健康メニューとして、「滋賀めし」の取組を家庭や事業活動の中で進めることで、滋賀の食材の消費拡大を図る。
- 琵琶湖八珍をはじめとする湖魚が持続的に食べられる機会を増やすため、魅力発信の強化や学校給食への食材提供を行う。



② 取組事例

- おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業
「おいしがうれしが」キャンペーン登録事業者の交流会の開催や、ホームページ「滋賀のおいしいコレクション」やSNSによる情報発信等を行う。
- 健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした「滋賀めし」創造事業
滋賀の食材を活用した健康メニュー「滋賀めし」のメニュー開発やメニューコンテスト、事業者による「滋賀めし」のフェア等を開催する。
- びわ湖のめぐみ魅力体感事業
いつ、どこで、どんな湖魚が取り扱われているかといった店舗等の情報を、地域でキーとなる観光関連団体等へ提供したり、情報ネットワーク構築への支援、WEBサイトなどでの情報発信を行う。



4 認知度向上に向けた魅力発信(今年度の主な取組事例)

(2) 首都圏、京阪神地域に向けた魅力発信

- 首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業
- 近江米生産・流通ビジョン推進事業
- 近江米流通対策事業

① 取組の概要

首都圏において、ここ滋賀や滋賀のゆかりの店を活用して滋賀の「食」の魅力発信、販路拡大に取り組むとともに、京阪神地域において、滋賀県産食材の魅力発信に取り組む。

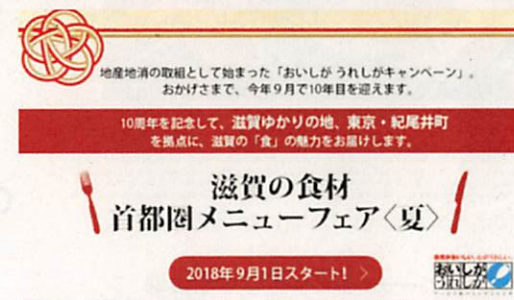
② 取組事例

○首都圏

- ・滋賀ゆかりの地である東京・紀尾井町等、昨年度から継続して実施する店舗を中心に、滋賀の食材メニューフェアの実施(9月、2月各10店舗を予定)。
- ・都内で人気のマルシェにおいて、生産者による産直マルシェを開催(11月予定)。
- ・東京(8月)、大阪(2月予定)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を実施。

○京阪神

- ・関西圏において「みずかがみ」および「環境こだわりこしひかり」の在阪4局テレビCM放映(9月)。
- ・京都市内の量販店において近江米新米PRイベントの開催(9月)。
- ・京阪神地域の飲食店において、県産食材を活用したメニューフェアの実施(9月、12月各10店舗を予定)。



昨年度のメニューフェア告知(ホームページ)



アグリフードEXPO(東京)



昨年度のみずかがみテレビCM

4 認知度向上に向けた魅力発信(今年度の主な取組事例)

(3) 海外に向けた魅力発信

- FOOD BRAND OH! MI海外プロモーション事業
- ジェトロ貿易情報センター運営費負担金
- 近江牛魅力発信事業

① 取組の概要

○海外プロモーション

県内の生産者・関係団体やジェトロ滋賀貿易情報センターと連携を図りながら、海外のターゲット市場においてプロモーションを実施する。

○近江牛魅力発信

訪日外国人向けに近江牛の魅力を発信することで、近江牛のブランド力向上と消費拡大を図る。

② 取組事例

○海外プロモーション

・タイおよび台湾へのプロモーション

近年、近江牛の輸出量が増加しているタイおよび台湾において、県産食材の商談会を開催(タイ10月予定、台湾12月予定)。

・海外販路開拓事業者の支援(補助金)

○近江牛魅力発信

・訪日外国人向けオンライン旅行予約サイトに近江牛特集ページを開設(12月予定)。



昨年度のミシガン州でのプロモーション



昨年度の上海でのプロモーション

Supreme taste and flavor spreads in your mouth.

The secret of the melt-in-your-mouth deliciousness of Omi Beef lies in its delicate, savory taste. The meat is evenly, finely, and almost artistically marbled, and its fat is light and smooth. Omi Beef has such a low melting point that it feels as if it's melting in your mouth. The fine texture of the meat makes it easy to cook in numerous ways. The fat is rich in oleic acid and that's why it tastes light and sweet. This almost perfect, flavorful meat is highly valued at top-ranking restaurants both in Japan and overseas.



ファクトブック(英語版)