

## 近江米の消費拡大について

### 1 「近江米」の主なPR活動の取組

#### (1) もっと食べよう「近江米」！県民運動の展開

近江米を食べて応援する根強いファンを確保し、消費拡大につなげるため、関係団体等が連携し、県民参加型の運動を平成27年度から展開。

※実施主体：県、農業団体、流通団体、消費者団体等28団体で構成する滋賀県米消費拡大推進連絡協議会

#### (2) 環境こだわり米の県内・京阪神向けのPR活動

“みずかがみ”を中心に「環境こだわり米」に対する消費者の理解を促進し、消費拡大を図るためのキャンペーン等を実施。



### 【平成27～28年度の主な取組と成果】

#### (1) もっと食べよう「近江米」！県民運動

○近江米PR隊長（宮川大輔さん）、近江米PR副隊長（ファミリーレストラン）や知事等が出演したPRイベントの開催

（H27.6月キックオフイベント、H28新米時期の9～10月に県内4か所で開催）

・近江米PR隊長等出演による各種メディアの取り上げ件数 128件

広告換算額(※) 53,119千円

(※テレビ、新聞、Web等で取り扱われた時間、スペースを広告料金（正価）に換算)

○近江米の消費拡大に向けた機運の盛り上げ

・「近江米を食べて応援する宣言」の募集 17,864名 (H29.2月末現在累積)

・飲食店での近江米の使用をPRするミニ看板の設置 202店舗 ( // )

#### (2) 「環境こだわり米」の県内・京阪神向けのPR活動

○京都・大阪の量販店でのトップセールス

○「環境こだわり米」の購入者が応募できるクイズ懸賞付きキャンペーン

応募件数 H27年度：7,207通 H28年度：11,260通

○“みずかがみ”CMを関西主要民放4局で放映。特に、平成28年度は特A獲得もPR H27：125回 H28：115回

・放送エリア 2,050万人の内、約365万人が“みずかがみ”を認知

近江米の県内大手量販店グループでの販売数量の増加（2社）

平成27年度：対前年比 A社 105% B社 104%

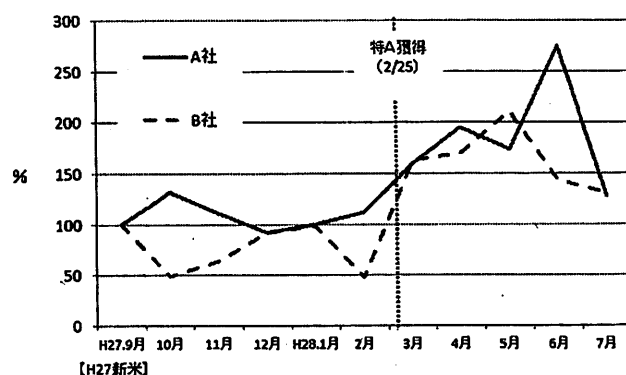
## 2 “みずかがみ” 特A獲得による反響

○平成 27 年産米県内量販店での販売数量

- ・特A獲得後、販売数量が急激に増加

1ヶ月当たり販売数量  
獲得前（6ヶ月平均）と獲得後  
（5ヶ月平均）の比較  
A社：1.7倍　B社：2.2倍

みずかがみ販売量の推移(特A獲得前後)



○米卸業者からの意見

- ・年間通じた取引量の増大を希望する。  
（大半の業者）
- ・首都圏での販売も計画したい。

## 3 今後の取組

### (1) 当面の取組

- “みずかがみ” 2年連続「特A」獲得を最大限活用し関係団体と一体となったPRを計画
  - ・3月11日（土）イオンモール草津にて、記念トップセールスイベント
  - ・購入者向けの懸賞付き記念キャンペーン（JAグループ）、
  - ・新聞広告、テレビCM（びわこ放送）等メディアによるPR（JAグループ）
  - ・直売所等での掲示・販促等（JA等）
  - ・上記の他、各種イベント、広報媒体等を活用したPRを計画中

### (2) 今年度から継続した取組

- 「“みずかがみ” プレミアム88」の百貨店等での販売
  - ・高島屋百貨店（京都・大阪） 4月から店頭販売予定
- “みずかがみ” のテレビCMを引き続き新米シーズンから放映予定
- 県内大学との連携
  - ・「もっと食べよう「近江米」！県民運動」を通じて、米離れが進む10～20代での近江米の消費拡大を図るため、県内大学での活用を促進
- 近江米の流通実態調査
  - ・現在、大手の卸業者、JA等集荷業者、生産者等に訪問調査等を実施中。

### (3) 来年度から新たな取組

- 環境こだわり農業の日本一の取組を全国に向けて発信予定
  - ・環境こだわり米を中心に、「物」と「ストーリー」を一体にして、首都圏情報発信拠点やお米マイスター・著名人、そしてメディア等を活用して発信予定