地方創生・しがブランド推進対策特別委員会資料2
平成29年(2017年)5月24日
総合政策部広報課

「滋賀・びわ湖ブランド」の推進について

滋賀・びわ湖ブランドの計画に基づく推進

◇滋賀県基本構想(H27〜H30)

5　豊かに実る美しい地域づくりと滋賀・びわ湖ブランドの発信

■現状と課題(抜粋)

○環境こだわり農業や「おいしが　うれしが」キャンペーンの取組は拡大してきましたが、環境こだわり農産物の付加価値の向上や、近江米、近江牛、近江の茶、湖魚といった主要品目の県外向けの情報発信の強化とブランド力の一層の向上が必要です。

○本県には、琵琶湖や豊かな歴史文化など、様々な地域資源があり、これまでから産学官が連携して情報発信に取り組んできましたが、民間によるブランド力調査では、依然として低い評価となっています。

○観光客数は、長期的には増加傾向にありますが、本県ゆかりの大河ドラマの放映による増加や新型インフルエンザ発生による減少など、外的要因の影響を受けやすく、持続的な誘客が求められています。また、観光地としての滋賀の認知度が十分でなく、地域資源を活用した特色あるツーリズムをさらに展開していく必要があります。

■目指す方向(抜粋)

○環境こだわり農産物をはじめとする農林水産物の流通・販売の促進や地産地消の推進、地域の産品および資源の価値・情報を発信する取組を進めるとともに、「滋賀・びわ湖ブランド」として、滋賀ならではのブランド力の向上を図ります。

○琵琶湖に代表される滋賀ならではの素材や強みを掘り起こし、観光ブランド「ビワイチ」の推進により、広く発信していくとともに、豊かな自然や歴史・文化の魅力を活かした特色あるツーリズムを展開し、さらに首都圏における情報発信機能を強化することにより、国内外からの観光客の増加を図ります。

◇人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略（H27～H31）

⑧滋賀の素材・魅力磨き上げプロジェクト

○琵琶湖とその水源となる森林、河川など豊かな自然環境、美しい田園風景、日本遺産、戦国武将、忍者、地域の食材等、滋賀県ゆかりの素材について、市町や民間等と連携して魅力を磨き上げ、観光ブランド「ビワイチ」でつなぎ、国内外に発信するとともに、「新生美術館」や「琵琶湖博物館」のリニューアルや、地理的表示保護制度も活用しながら、滋賀ならではの観光資源として有効活用し、交流人口の増加につなげます。

○さらに、各地域において多様な主体が、連携しながら観光のまちづくりを進めることができる仕組みを構築・充実します。

【主な施策】（抜粋）

・首都圏での情報発信拠点の整備や戦略的な広報活動、産学官連携によるイベント開催などのブランド戦略の推進

・「女子旅」や「ロケ地周遊」など、ターゲットを意識した情報発信やキャンペーンなどのプロモーション活動の推進

・日本遺産に認定された「琵琶湖とその水辺景観－祈りと暮らしの水遺産」など県内の豊富な地域資源を活用したまちづくりの推進

・忍者や戦国武将、近江牛・地酒など滋賀の魅力ある素材について、市町、他府県等との連携による観光コンテンツの開発やイベント展開等、メディアの活用による発信

◇滋賀県「観光交流」振興指針（H26～H30）

★琵琶湖・滋賀をキーワードとしたブランドの創造と発信

滋賀県のシンボルである琵琶湖を中心に、琵琶湖の美しい水が育んだ歴史・風土や生活文化など、滋賀県の価値をイメージできる「ブランド」を構築し、内外にアピールします。

■背景

・滋賀県には琵琶湖を中心として、世界文化遺産の「比叡山延暦寺」や国宝「彦根城」などの魅力的な観光資源が点在し、「近江牛」や「ふなずし」、「信楽焼」などの特産品も数多くあります。

・しかしながら、これらのイメージは関連性が薄く、観光地としての滋賀県のブランドイメージは高いとはいえません。

■戦略の内容

・「琵琶湖」を中心とした滋賀の有する多彩な魅力について、ブランドイメージを構築して発信することは、来県のきっかけづくりにつながるのみならず、滋賀県に住む私たちの誇りや郷土愛の醸成にもつながるなど、「観光交流」推進の大きな力となります。

・このため、県を中心として、びわこビジターズビューロー、市町、観光事業者、観光関係団体など多様な主体が連携して、琵琶湖をはじめとする滋賀の魅力を内外にアピールするとともにその評価を高める取組を進め、滋賀県が持つ豊富な資源をイメージできるようなブランドの創造を進めます。

・さらに、「食」をはじめとした特産品の発掘・開発やその魅力発信を進めるとともに、「近江」が育んだ歴史遺産や生活文化などの観光素材を発掘して磨き上げ、ブランド力を高めていきます。

◇滋賀県「観光交流」振興指針（H26～H30）

（続き）

■ **施策の展開方向**

・滋賀の観光ブランド「ビワイチ」の推進
・産学官民協働による地域イメージ「滋賀・びわ湖ブランド」の発信
・世界遺産登録など、国内外で滋賀県の魅力に対する評価を高める取組の推進
・観光素材の発掘と観光地づくりの推進
・多彩なイベント（音楽、文化、スポーツ等）の開催によるブランド発信
・「食」をはじめとする特産品の発掘・開発やそのブランド発信の推進
・「美の滋賀」「近江（歴史・文化）ブランド」等、個別ブランドの確立と地域イメージの関連性の強化

滋賀・びわ湖ブランドの推進体制

◇滋賀県ブランド推進本部 （H27.4～）

滋賀県のブランドに関する施策の総合的かつ有機的な推進を図るため、知事を本部長とする滋賀県ブランド推進本部を平成27年度から設置している。

本部長：知事　　副本部長：副知事
本部員：関係部長等　　幹事：総合政策部次長および関係課長等

◇滋賀・びわ湖ブランドネットワーク （H23.7～）

（目的）
滋賀県の琵琶湖をはじめとする美しい自然環境や奥深い歴史文化、優れた産品などを活かし、滋賀の地域イメージと個別商品・サービスの発信を相乗的に取り組むことにより、「滋賀・びわ湖ブランド」としての地域ブランドの創造と発信、確立を図り、地域の活性化に資する。

（会　　員）産学官39団体、5個人
（運営会員）
一般社団法人環びわ湖大学・地域コンソーシアム、「近江牛」生産・流通推進協議会、公益社団法人日本青年会議所近畿地区滋賀ブロック協議会、一般社団法人滋賀グリーン購入ネットワーク、滋賀経済同友会、滋賀県漁業協同組合連合会、滋賀県商工会議所連合会、滋賀県商工会連合会、滋賀県中小企業団体中央会、滋賀県農業協同組合中央会、一般社団法人滋賀県経済産業協会、公益社団法人びわこビジターズビューロー、びわ湖放送株式会社、文化・経済フォーラム滋賀、滋賀県

地域ブランド調査に見る滋賀の現状

項目	2016年		2015年	
	点	順位	点	順位
魅力度	10.9	33位	10.0	41位
認知度	44.4	32位	43.7	32位
情報接触度	33.5	29位	32.6	37位
観光意欲度	28.3	33位	29.2	40位
居住意欲度	4.7	23位	6.0	27位
産品購入意欲度	29.5	40位	33.0	40位
産品想起率（食品）	4.7	43位	5.2	43位
産品想起率（食品以外）	0.6	34位	1.6	26位

（出典：「第11回地域ブランド調査2016ハンドブック」（㈱地域ブランド総合研究所））

【魅力度】以下の都道府県について、どの程度魅力を感じますか？
【認知度】以下の都道府県について、どの程度ご存知ですか？
【情報接触度】過去１年間にそれぞれの都道府県について情報、話題などを見たり聞いたりしたことはありますか？
【観光意欲度】今後、各都道府県に観光や旅行で行きたいと思いますか？
【居住意欲度】各都道府県に住んでみたいと思いますか？
【産品購入意欲度】あなたは、以下の地域において、購入したい商品はありますか？
【産品想起率】それぞれの都道府県で、あなたが購入したいものがあれば、具体的な産品名をお書きください。

滋賀・びわ湖ブランド推進の考え方

◇地域にある資源のブランド化とは

個別ブランド化

個別の特産品をブランド化するもの（近江牛、信楽焼など）。

「地域」のブランド化

様々な地域資源（特産品など）についてブランド化を図るだけでなく、地域全体のイメージアップを図り、個別ブランドと地域のイメージをつなげて、地域そのもののブランド化をするもの。

◇滋賀・びわ湖ブランドとは

地域の様々な資源である、特産品、自然環境や歴史・文化遺産、行政の施策や県民による地域づくりなどの個々のブランドに対して、「包み紙」のように機能し、総括的な地域イメージや信頼性などを付加する機能を有するもの。

◎「滋賀県といえば○○」といった分かりやすい良好なイメージを想起させるもの

県主体のブランド推進の事例

シンボルマーク「Mother Lake」

担当：広報課

・県のシンボルマークとして平成15年度から使用。
・琵琶湖をモチーフに、シンボルワード“Mother Lake”を効果的に組合せ、母なる湖・琵琶湖と共存していく県の姿勢（イメージ）を内外に強く発信。

主な個別ブランド

ビワイチ

担当：観光交流局

・琵琶湖一周の略語として、サイクリングやウォーキングの愛好者の間で親しまれている「ビワイチ」。
・「ビワイチ」に代表されるサイクルツーリズムを中心に、来訪者を迎え入れる取組を県内に広く展開するなど、体験型観光を推進し、発信することによって、誘客促進および本県の認知度向上を目指している。

おいしが　うれしが

担当：食のブランド推進課

・食品販売事業者等と滋賀県が協働して、地域で生産された食材を地域で消費する「地産地消」を推進する運動として展開。
　2017年4月末現在　推進店：1,582店舗　サポーター：330事業者

ココクール　マザーレイク・セレクション

担当：商工政策課

・滋賀ならではの資源や素材を活かし、心の豊かさや上質な暮らしぶりといった滋賀らしい価値観を持つ商品やサービスを、「選び」「魅せる」ことで、その良さを県内外に発信し、多くの方に滋賀の商品やサービスのファンとなっていただけるよう、平成２４年度から実施。
・これまでに毎年10件の商品やサービスを選定しており、食品やレストラン、生活用品、アクティビティーなど、計50件の商品・サービスが選定されている。

平成29年度 滋賀・びわ湖ブランド関連 当初予算

（「1滋賀・びわ湖の地域イメージの向上」「2個別商品・サービスの向上」「3県内外への効果的な発信」を主な目的とした事業。）

（1）滋賀・びわ湖の地域イメージの向上

首都圏情報発信拠点整備事業	224,671千円	広報課
滋賀の魅力体感創造事業	82,905千円	広報課

（2）個別商品・サービスの向上　①食

近江の地酒普及促進事業	2,872千円	観光交流局
首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業	19,232千円	食のブランド推進課
FOOD BRAND OH！MI 海外プロモーション事業	12,426千円	食のブランド推進課
近江の野菜「漬物」で魅力発信事業	2,100千円	食のブランド推進課
「おいしが うれしが」キャンペーン推進事業	1,719千円	食のブランド推進課
もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業	4,700千円	食のブランド推進課
「おいしが うれしが」食のおもてなしプロジェクト実践支援事業	7,578千円	食のブランド推進課
「日本一の環境こだわり農業」発信事業	9,343千円	食のブランド推進課
みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業	15,414千円	食のブランド推進課・農業経営課
新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業	4,100千円	農業経営課
近江牛魅力発信事業	12,341千円	畜産課
近江牛ブランド力磨き上げ事業	215千円	畜産課
琵琶湖の魚消費拡大PR事業	21,380千円	水産課

（2）個別商品・サービスの向上　②観光

県域無料Wi-Fi整備促進事業	12,873千円	情報政策課
エコツーリズム推進支援事業	995千円	琵琶湖保全再生課
観光物産情報発信事業	31,541千円	観光交流局
ビワイチ観光推進事業	17,136千円	観光交流局
観光キャンペーン推進事業	75,000千円	観光交流局
日本遺産・琵琶湖魅力発信事業	45,000千円	観光交流局
琵琶湖周航の歌100周年記念びわ湖周遊促進事業	3,000千円	観光交流局
地域観光活性化支援事業	14,000千円	観光交流局
国際観光推進事業	18,700千円	観光交流局
首都圏観光物産情報発信事業	2,493千円	観光交流局
「ビワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	22,200千円	交通戦略課

（2）個別商品・サービスの向上　③産業

びわ湖材利用促進事業（びわ湖材魅力発信強化事業）	900千円	森林政策課
滋賀のくすり振興対策費補助金	5,175千円	薬務感染症対策課
滋賀の感性を伝える「ココクール」事業	3,370千円	商工政策課
体感型「ココクール」魅力発信事業	7,431千円	商工政策課
伝統の技と美「滋賀の匠展」開催事業	1,973千円	中小企業支援課
伝統的工芸品月間等参加事業	3,043千円	中小企業支援課
きらり輝く個店★企業応援事業	7,338千円	中小企業支援課
来て、見て、ふれ「メイド・イン・滋賀」魅力発信・体感事業	6,470千円	中小企業支援課・モノづくり振興課
滋賀の地域産業振興総合支援事業	25,079千円	モノづくり振興課
外資系企業誘致促進事業	7,792千円	企業誘致推進室
「世界農業遺産」プロジェクト推進事業	13,400千円	農政課
琵琶湖とつながる生きもの田んぼ物語創造プロジェクト・「豊かな生きものを育む水田」普及促進事業	4,700千円	農村振興課
しがの里をめぐるものがたり応援事業	550千円	農村振興課

（2）個別商品・サービスの向上　④スポーツ

プロスポーツを活用した滋賀の魅力発信事業	10,300千円	スポーツ局
スポーツ情報総合発信サイト「しがスポーツナビ！」運営事業	5,300千円	スポーツ局
滋賀のトップアスリート魅力発信「しがスポーツ大使」事業	2,257千円	スポーツ局

（2）個別商品・サービスの向上　⑤歴史・文化

近江文化発見・発信事業	2,000千円	文化振興課
地域の元気創造・暮らしアート事業	11,973千円	文化振興課
アール・ブリュットの魅力発信事業	4,500千円	文化振興課
美術館広報・マーケティング事業	21,400千円	文化振興課
みんなで創る美術館プロジェクト	14,237千円	文化振興課
琵琶湖周航の歌記念事業	1,950千円	文化振興課
障害者芸術・文化活動推進事業	28,000千円	障害福祉課
「戦国の近江」地域の魅力発信事業	600千円	文化財保護課
「近江の心」を育む「伝えたい・残したい郷土の魅力～文化財かるた」作成・活用事業	300千円	文化財保護課
「彦根城」世界遺産登録推進事業	400千円	文化財保護課

(2) 個別商品・サービスの向上　⑥暮らし・びわ湖など

地域再生・活性化に取り組む滋賀県立大学のブランド力の強化	8,625千円	私学・大学振興課
移住・交流推進事業	18,629千円	市町振興課
新琵琶湖博物館創造推進事業	17,500千円	環境政策課 （琵琶湖博物館）
県内大学生等への琵琶湖体験の機会提供	1,784千円	琵琶湖保全再生課
「びわ湖の日」活動推進事業	718千円	琵琶湖保全再生課
移住・UIJターン就職相談・情報発信事業	6,233千円	労働雇用政策課

(3) 県内外への効果的な発信

首都圏ネットワーク活用事業	16,593千円	東京本部

全５９事業　　予算額合計　924,454千円