

(3) [施策展開3] 信州ブランドの確立とマーケットの創出

ア 信州農畜産物のブランドの確立

【めざす平成 29 年の姿】

- ◇「おいしい信州ふード（風土）」を県民が共有し、県民一人ひとりが積極的に「おいしさ」などの情報を多くの人に向けて発信しています。
- ◇「おいしい信州ふード（風土）」の認知度が向上することにより、信州農畜産物全体のブランド力が高まり、多様な品目の生産が拡大しています。
- ◇信州農畜産物が県外や海外で認知され、選択・購入されるとともに、信州ならではの食を求めて、国内外から消費者が県内を訪れています。
- ◇統一的なブランド戦略により、信州農畜産物の信用力が高まっています。

<施策の取組状況>

○ 「おいしい信州ふード（風土）」の周知と参加促進

- 「おいしい信州ふード（風土）」をテーマとした地産地消シンポジウムを開催するとともに、「おいしい信州ふード（風土）」ネットを活用し、県内外に対して情報発信を行いました。
- 「おいしい信州ふード（風土）」大使と生産者・実需者との交流会を開催し、大使による情報発信はもとより、販路開拓等に際しての意見交換を行いました。
- 「おいしい信州ふード（風土）」大使によるレコメンド（お薦め）食材の紹介を交えたガイドブックを制作するとともに、スマートフォン・タブレット端末向けのアプリケーションを開発し、県内外の多くの消費者に情報提供しました。
- 長野市で開催された「食育推進全国大会」（H26.6）において、県内外からの来場者に「おいしい信州ふード（風土）」の試食や体験活動を交えたPR活動を行いました。
- 県外における信州農畜産物のファン層を拡大するため、北陸新幹線の金沢延伸を見据え、石川県、富山県のホテルにおいて、「おいしい信州ふード（風土）」を用いたメニューを提供する信州フェアを開催しました。
- 大都市圏の卸売業者やメディア等に信州農畜産物の売り込みを図るため、知事及び副知事によるトップセールスを実施しました。
- 首都圏における「おいしい信州ふード（風土）」の認知度向上と販路開拓を図るため、銀座NAGANOを活用した「おいしい信州ふード（風土）」大使による消費者との交流会をはじめとする、様々な発信活動を展開しました。
- 海外での県産農産物の認知度向上及び販路開拓のため、長野県農産物等輸出事業者協議会を通じて、香港・台湾・シンガポール・タイにおいて「長野フェア」を開催しました。
- 地域ぐるみの取り組みを促進するため、10 広域に「おいしい信州ふード（風土）」地域推進協議会を設置し、地域性豊かな「おいしい信州ふード（風土）」の「物語」づくりを作成しました。
- 生産者・消費者・実需者の参加による「おいしい信州ふード（風土）」アカデミーを通じて、参加者自らが企画・立案・運営していくプロジェクト発信活動を展開しました。
- 消費者に対する「おいしい信州ふード（風土）」の身近な情報発信拠点として、「おいしい信州ふード（風土）」SHOPの登録を促進しました。
- メディア（テレビCM、新聞広告等）を活用した情報発信を行い、県内認知度の向上を図りました。

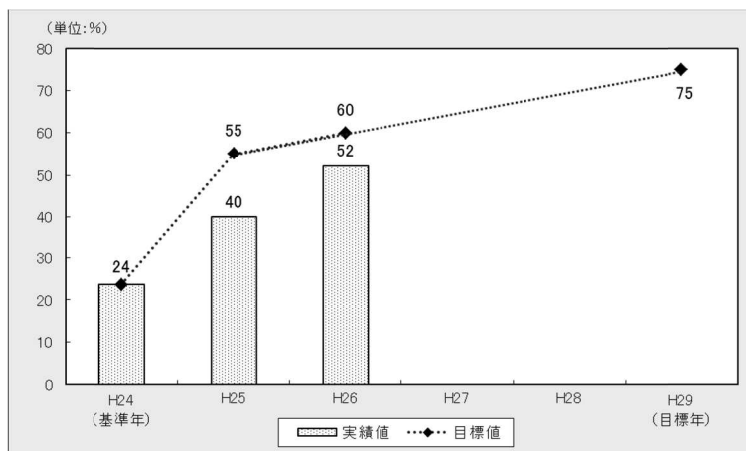


「おいしい信州ふード（風土）」大使の夕べ
(H26. 10. 28、銀座NAGANO)

【平成 26 年度の主な取組】

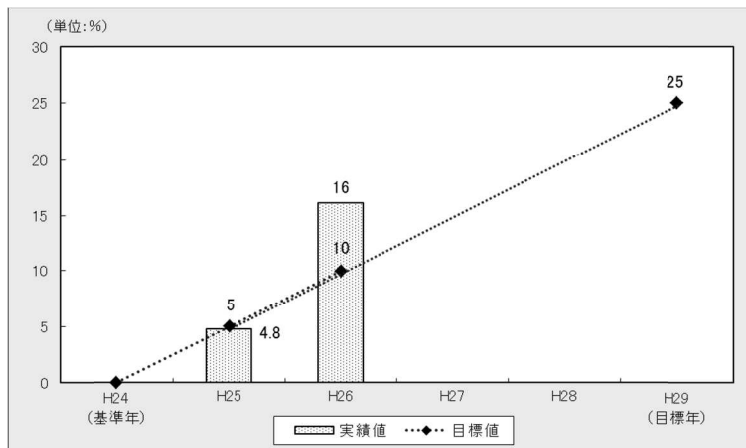
- ・地産地消シンポジウム H26.12.17 長野市（ホテルメトロポリタン長野） 参加者 200 名
- ・「おいしい信州ふード（風土）」ネットアクセス数 458,986 件（H27.3 末現在）
- ・「食育推進全国大会」でのPR H26.6.21～22 長野市 来場者 27,200 名
- ・大使と生産者、実需者の交流会 3 回（玉村大使：伊那市、中村大使：東京都、小泉大使：長野市）
- ・トップセールスの実施 阿部知事：H27.1.24、3.5（東京都）、和田副知事：H26.6.2（長野市）
- ・銀座NAGANOにおける「おいしい信州ふード（風土）」の発信活動：15 回（農政部）
- ・北陸での信州フェア（富山エクセルホテル東急 H26.12.28～27.3.15）
（ANAホリデイ・イン金沢スカイ H27.3.1～5.31）
- ・海外での「長野フェア」の実施：台湾、香港、タイ、シンガポール
- ・「おいしい信州ふード（風土）」SHOP登録数：888 店舗（H27.3 末現在）
- ・メディアを活用したPR テレビCM：H26.8～9、新聞広告：H27.1.1
- ・「おいしい信州ふード（風土）」デザイン等使用件数：36 件

■達成指標項目 14：「おいしい信州ふード（風土）」の認知度（県内）（農産物マーケティング室調べ）



大使、公使等の知見を活用した認知度向上に対する取組や、新聞等メディアを活用したPRの展開等により、情報発信に努めた結果、県民認知度は52%（H26.10月時点）に向上したものの、目標は下回った。

■達成指標項目 14：「おいしい信州ふード（風土）」の認知度（県外）（農産物マーケティング室調べ）



「おいしい信州ふード（風土）」大使による県外へ向けた発信活動や、トップセールス等の実施により、認知度向上対策を進めた結果、県外認知度は16.0%と、目標を達成した。

○ 県認定制度の適正な運営と推進

- 県認定制度（長野県原産地呼称管理制度、信州プレミアム牛肉認定制度、信州伝統野菜認定制度）について、外部有識者を含めた審査会の開催等により、客観的な視点と公平性を確保し、厳正な運用と認定に取り組みました。
- 長野県原産地呼称管理制度について、関係者による受益者負担の検討を行い、27年度から受益者負担を導入することとしました。



【長野県原産地呼称管理制度審査会の様子】

- 信州プレミアム牛肉認定制度参加企業との「信州プレミアム牛肉に関する連絡会議」を開催し、認定制度の適正な運営やブランド化に向けたPR活動の促進に係る情報交換を行いました。
- 県認定制度（長野県原産地呼称管理制度、信州プレミアム牛肉認定制度、信州伝統野菜認定制度）で認められた農畜産物の「おいしさ」、「品質」の信頼性等について「おいしい信州ふード（風土）」ネット、「銀座NAGANO」での商談会実施等により情報発信を行いました。

〔平成 26 年度の主な取組〕

- ・長野県原産地呼称管理制度委員会の開催：品目別委員会（日本酒 3 回、焼酎 2 回、ワイン 2 回、米 3 回）
品目別官能審査会（日本酒 3 回、焼酎 2 回、ワイン 2 回、米 2 回）
- ・管理委員会の開催（1 回：1 月）
- ・長野県原産地呼称管理制度認定件数：ワイン 79 件、シードル 9 件、日本酒 161 件、焼酎 16 件、米 35 件
- ・信州プレミアム牛肉認定頭数：県内認定 1,793 頭、県外認定 1,359 頭、計 3,152 頭
- ・「信州プレミアム牛肉に関する連絡会議の開催（6 月、7 月、1 月、3 月）
- ・（再掲）信州伝統野菜の認定（3 種類）、伝承地栽培認定証票使用の承認（6 種類）
- ・（再掲）「おいしい信州ふード（風土）」ネットアクセス数 458,986 件（H27.3 末現在）

○ 全国シェアが高い品目等のブランド化の推進

- 県内農産物生産者及び食品製造業者の一層の販路拡大等を図るため、産業労働部との連携により、大都市圏（東京・名古屋）バイヤーとの商談会を開催し、販路拡大を支援しました。
- 銀座NAGANOにおいて、商品テーマを絞った商談会を開催しました。
- 本県産農産物を供給している首都圏、中京、京阪神地区の卸売市場関係者やメディア等に対して、知事、副知事によるトップセールスを実施しました。
- 新たな販路開拓を目指した戦略的な輸出を推進するため、「長野県農産物等輸出事業者協議会」において、海外で「長野フェア」を開催するとともに、商談会やマーケティング調査を実施しました。

〔平成 26 年度の主な取組〕

- ・産業労働部と連携した大都市圏での商談会（東京（H26.8）、名古屋（H26.9））：
出展者 42 団体、来場バイヤー 521 名、成約件数 19 件
- ・銀座NAGANOでのテーマ別商談会の開催（H27.3）：出展者 6 団体、来場バイヤー：80 名
- ・卸売事業者との情報交換：全農長野県本部 青果物・花き取引会議（H26.6.2）
- ・海外への県産農産物の販路開拓：海外フェアの開催（シンガポール、香港、タイ、台湾）、
商談会の開催（シンガポール）、マーケティング調査（香港）

<今後の展開方向>

≪「おいしい信州ふード（風土）」の周知と参加の促進≫

- 「おいしい信州ふード（風土）」大使、公使、名人の知見を活用した、県内外での情報発信（講演、雑誌、ラジオ等）を実施します。
- 「おいしい信州ふード（風土）」を提供しながら情報発信を行う、「おいしい信州ふード（風土）」SHOPの登録拡大と機能の強化を推進します。
- 幅広い年代に対する認知度向上のため、スマートフォン・タブレット端末アプリケーションを用いての情報発信を推進します。
- 「おいしい信州ふード（風土）」地域推進協議会による地域ぐるみの発信と、「おいしい信州ふード（風土）」物語を活用した銀座NAGANO等での情報発信（売込み）を実施します。
- 他県産地（福島県・山梨県）との連携による干柿産地イベントを開催します。
- 「おいしい信州ふード（風土）」アカデミーによる、企業や市町村による発信活動を強化します。

- CookPadを活用した「おいしい信州ふード(風土)」の情報を発信します。
- PR冊子を活用し、普及啓発活動を促進します。

《県認定制度の適正な運営と推進》

- 原産地呼称管理制度、信州プレミアム牛肉認定制度について、引き続き適正な認定を実施します。
- 原産地呼称管理制度については、新たに受益者負担を導入した制度運営とするほか、「銀座NAGANO」での商談会や県外などで信州フェアなどを開催し、情報発信を強化します。
- 原産地呼称管理制度、信州プレミアム牛肉認定制度で認定した農畜産物の「おいしさ」、「品質」の信頼性について「おいしい信州ふード(風土)」ネット、フェイスブック、県ホームページ等により情報を発信します。

《全国シェアが高い品目等のブランド化の推進》

- 「おいしい信州ふード(風土)」をテーマとしたトップセールス、商談会を実施するとともに、卸売市場及び量販店等に向け「おいしい信州ふード(風土)」の情報発信を行い、ブランド力の向上を促進します。

(3) [施策展開3] 信州ブランドの確立とマーケットの創出

イ マーケット需要の把握による戦略的な生産・販路拡大と輸出促進

【めざす平成 29 年の姿】

- ◇ 農業者は、県や農業団体からの実需者サイドの情報を活用し生産を行うとともに、県等に蓄積された販路拡大のノウハウを活用し、自らも販路の開拓を行いつつあります。
- ◇ 食品産業等と結びついた産地や農業者が、新品目の導入や既存品目の生産拡大に取り組んでいます。
- ◇ 「おいしい信州ふード（風土）」をはじめとした信州農畜産物を選び、継続して購入する消費者が県内外に定着しています。
- ◇ 意欲のある事業者が信州農畜産物等の輸出への取組を始めています。

<施策の取組状況>

○ マーケット分析とノウハウの蓄積に基づく販路拡大

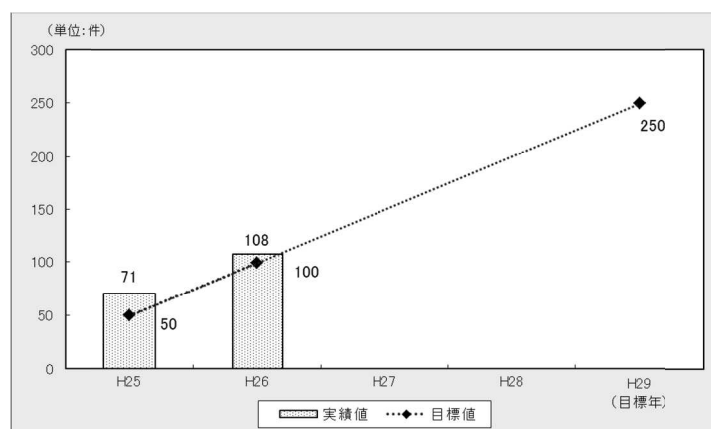
- ▶ 県外3事務所（東京・名古屋・大阪）において、大消費地の卸売市場や量販店等と連携した、県オリジナル新品種に対する求評をはじめ、県産農産物等に係る情報提供並びに県内事業者・団体等へのマーケット情報の提供を行いました。
- ▶ 加工・業務用野菜の生産拡大を図るため、食品関連企業へのアンケートやヒアリング調査による意向把握・分析を基に、県内生産者との商談会を企画・開催するとともに、他県産地の動向調査を行いました。
- ▶ 優先的に輸出に取り組む香港において、農産物・食品のマーケティング調査を実施し、日本産農産物・食品の流通経路やコスト等の実態把握を行うとともに、次年度の商談会の商談先となる輸入・卸売、小売、飲食に関するバイヤーの発掘を行いました。

[平成 26 年度の主な取組]

- ・ 県外事務所担当者による流通情報や農産物の売り込み等の企画・調整支援
- ・ (再掲) 加工・業務用野菜の生産拡大に向けた食品関連企業の商談成約数：12 件
- ・ 輸出重点品目の選定（りんご、米、6 次産品）と農産物等の輸出額目標 H29 年度設定：5 億円
- ・ 海外マーケティング調査による有望なバイヤーの発掘 香港：12 事業者

■ 達成指標項目 22：県が主催する商談会における農業者等と食品産業等との成約件数

(農産物マーケティング室調べ)



マーケットの分析結果や情報等を活用した商談会の開催により、平成 26 年度の成約件数は 108 件と、目標を上回り、累計 179 件となった。

○ 多様なマーケットニーズに対応できる新たな産地機能の強化

- 県内の幅広い業界が参加する「おいしい信州ふード(風土)」アカデミーにおいて研修会やプロジェクト活動企画提案会等を開催し、県民自らが「おいしい信州ふード(風土)」を発信する機運を醸成しました。
- 大消費地の実需者や食品関連企業との商談の成約率を高めるため、農業者側の提案力を向上するための研修会を開催しました。
- スーパーマーケットトレードショー2015の長野県ブースを産業労働部と出展し、販路拡大に向けた県産農畜産物のPRを行いました。
- 県内の旅館、ホテル等宿泊施設において、県産農産物の利活用を図るため、経営者及び料理人が、信州の「食」を理解し、表現・提供することで、観光旅行者の満足度を高め、宿泊滞在型観光の促進につなげることをテーマとした、食の魅力づくり実践研修会を観光部とともに開催しました。

〔平成26年度の主な取組〕

- ・「おいしい信州ふード(風土)」アカデミー：全体研修会他 5回
- ・スーパーマーケットトレードショー2015：東京ビックサイト 平成27.2.10～12 29社・団体
- ・(再掲) 信州農産物商談会：出展者42団体(うち成約団体数 19団体)
- ・食品産業タイアップ産地育成事業の実績：マッチング202件(うち取引開始77件)、事業登録者208名
- ・食の魅力づくり実践研修会：産地見学及び情報交換会(開催2会場、参加者51名)

○ 流通の変化に対応した市場流通機能の強化

- 全農長野県本部と連携し、全国主要卸売市場へ県産青果物、花きの販売を促進するため、取引会議を開催しました。

〔平成26年度の主な取組〕

- ・全国主要卸売市場との県産青果物、花き取引会議(H26.6.2 長野市 和田副知事)

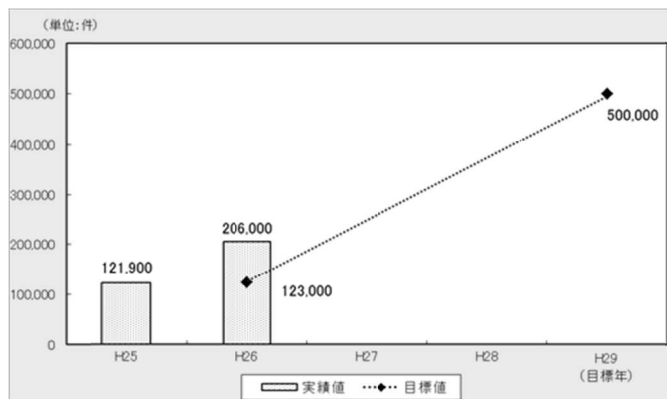
○ 意欲ある事業者による農産物等の輸出促進と海外での信州ファンづくり

- 香港においてマーケティング調査を実施。有望な輸入業者、小売業者等を発掘し、次年度の商談会の円滑な実施に向けた調整を行いました。
- 平成25年度のシンガポールにおけるマーケティング調査により発掘した有望なバイヤーと、現地商談会を開催しました。その結果、りんご・米・加工食品(ジャム等)では、商業ベースの新たな取引(輸出)が始まりました。
- 海外マーケットにおいて、販路を富裕層だけでなく中間層にも拡大するため、りんごの省力化栽培の試験やぶどうの船便による鮮度保持技術の実証試験を実施しました。
- 海外での信州農畜産物のPRを行うため、シンガポール、台湾、香港、タイの4か国(地域)で長野フェアを実施し、りんご、ぶどう、なし等果実を中心とした県産農産物等をPRしました。



シンガポール現地商談会の様子

■達成指標項目23：農産物等の輸出 (農産物マーケティング室調べ)



マーケティング調査により有望バイヤーを発掘し、現地商談会を開催するなど、農産物等の輸出促進に努めた結果、H26年度の農産物等の輸出実績は206,000千円となり、目標を上回った。

〔平成 26 年度の主な取組〕

- ・海外実需者との商談会等実績
シンガポール現地商談会：参加事業者 9 社、商談相手企業 11 社
産地見学：1 社「明治屋シンガポール」
- ・海外現地調査
戦略的輸出マーケティング調査（調査期間：H26. 8. 31～H26. 9. 5 香港の 12 事業者）
- ・海外での長野フェアの開催
香港 H26. 10. 30～11. 25 「SOGO」他 2 店舗（開催延べ日数 22 日間）
台湾 H26. 12. 10～14 「裕毛屋」2 店舗
シンガポール H26. 10. 17～26 「シンガポール明治屋」

＜今後の展開方向＞

《マーケット分析とノウハウの蓄積に基づく販路拡大》

- 県外事務所や銀座NAGANO等と連携し、都市圏での幅広いネットワークを活用した商談会等開催による農産物PR活動や、収集した情報の産地へのフィードバックを行います。
- 「おいしい信州ふード(風土)」ネットや、フェイスブック等を活用した産地と消費者の情報共有を促進します。

《多様なマーケットニーズに対応できる新たな産地機能の強化》

- 加工・業務用向け農産物販路拡大事業により、長野県の生産者との取引を希望する実需者との連携による、新たな産地づくりを推進します。
- 農業や食品産業をはじめとする多様な業界が参加する「おいしい信州ふード(風土)」アカデミーによる、県民等の自発的な「おいしい信州ふード(風土)」発信活動の強化・促進します。
- 他部局や他県等と連携して、県主催の商談会を県内外で開催します。

《流通の変化に対応した市場流通機能の強化》

- 全農長野県本部と連携し、卸売会社等を対象としたトップセールスを実施します。
- 長野県卸売市場整備計画に基づき、流通事情の変化に柔軟に対応した産地市場としての優位性を発揮するための機能の充実と高度化を推進します。

《意欲ある事業者による農産物等の輸出促進と海外での信州ファンづくり》

- 海外の現地と県内産地に設置する輸出支援員により、有望バイヤーの発掘や商談会の企画、商談後のフォローとプロモーション活動のサポートを実施し、継続的商業ベースの取引を拡大します。
- 銀座NAGANOにおける海外バイヤー等との展示商談会の開催や、イスラム圏への販路拡大に向けてハラール認証に関するセミナーを開催し、輸出対象国を拡大します。
- 「長寿世界一NAGANOの食」をプロモーションすることによる信州ファンづくりを進めます。

(3) [施策展開3] 信州ブランドの確立とマーケットの創出

ウ 6次産業化の推進

【めざす平成29年の姿】

- ◇経営の一部門として他産業に進出する農業者等が継続的に増加し、加工事業や観光農園等に取り組み、地域からの雇用による安定した農業生産と経営を行っています。
- ◇食品産業や健康産業等との連携により、農畜産物の安定取引が実現し、新たな産地が生まれています。また、農業者とパートナーとなる企業が共同で新規事業に取り組む事例が県内各地で展開されています。
- ◇農業者が消費者や実需者等からの提案を積極的に取り入れ、6次産業化により開発した商品の魅力向上に恒常的に取り組んでいます。

<施策の取組状況>

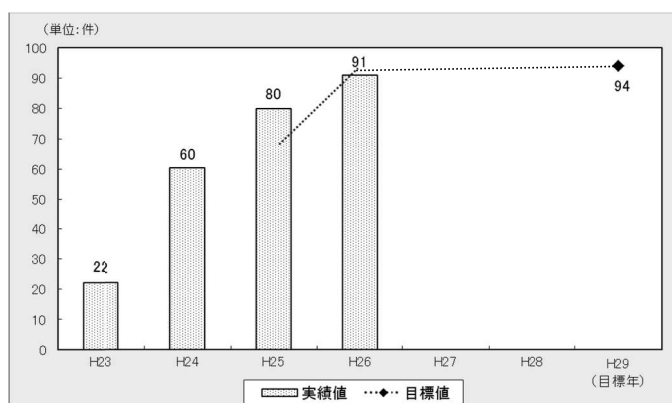
○ 6次産業化をめざす人材の積極的な発掘・育成

- 6次産業化を目指す事業者や総合化事業計画認定者が事業に取り組むにあたって、発生する個別の課題に対して、民間の専門家である信州6次産業化プランナーを派遣し、課題解決のアドバイスをを行い、事業化を支援しました。
- 6次産業化を実践する人材と支援・牽引する人材を育成するため、市町村やJAの職員を対象にしたリーダー研修会、事業者を対象にした食品加工に必要な衛生管理の知識習得のための研修会、新商品を効果的にPRする「FCP商談会シート」の作成のための研修会を開催しました。
- 県下10広域ごとに設立した地域6次産業化推進協議会において、地域の6次産業化の課題に応じて、支援制度や県内事例の研修会や加工品の開発、安全性の確保のためのセミナー、事業者の個別相談を実施しました。
- 金融機関や商工事業者との連携による事業の推進を目的に、金融、商工関係者を対象とした制度説明、実践事例の紹介などの研修会を開催しました。

[平成26年度の主な取組]

- ・信州6次産業化プランナーの登録：19人（平成27年3月末日現在）
- ・6次産業企画リーダー研修：平成26年7月22日～11月22日 全5回 参加者20名
- ・地域農業6次産業化推進協議会による課題対応研修会、商談会の開催（7地区）
- ・FCP商談会シート作成研修会：2会場 参加者37名、食品衛生管理研修会：2会場 参加7事業者
- ・優良事例集の発行（10,000部）

■達成指標項目24：六次産業化法に基づく総合化事業計画の認定数（農産物マーケティング室調べ）



信州6次産業化推進協議会を設立するとともに、県下10地域に地域6次産業化推進協議会を設立し、6次産業化を目指す事業者に対し、信州6次産業化プランナーの派遣等を行い事業化を支援した結果、総合化事業計画の認定件数が91件(H27年3月末現在：全国第3位)に増加した。

○ 推進体制の整備と円滑な事業拡大への支援

- 県下の農業関係団体、経済団体、金融関係団体、国などの行政関係団体が参加した信州6次産業化推進協議会を設置し、1次産業と2次、3次産業がつながる6次産業化について、地域の推進体制を整えました。
- 県下各地に地域の農業関係団体、商工業関係団体、行政機関が参加した地域6次産業化推進協議会を設置し、連携体制を整えるとともに、6次産業化相談窓口を設置しました。また、事業化や計画等の作成を支援する地域推進員を長野、松本に配置し、6次産業化の相談にきめ細かに対応し、事業化を支援しました。
- 事業者の個別課題に対し、民間の専門家を信州6次産業化プランナーとして登録し、事業者からの要請に基づき派遣し、課題解決のアドバイスをを行いました。
- 信州6次産業化推進協議会の会員が、自らの組織の構成員に対し6次産業化を進めるため、協力推進員を配置するとともに、単位農協においては6次産業化相談窓口を設置しました。



【WEB しあわせ信州6次化広場】

〔平成26年度の主な取組〕

- ・信州6次産業化推進協議会：平成27年3月末 33団体
- ・地域6次産業化推進協議会：6次産業化相談窓口及び企画推進員・地域推進員の配置（相談窓口：県下10か所 企画推進員1名、地域推進員1名配置）
- ・信州6次産業化ウェブサイトの運営：平成26年1月21日開設

○ 6次産業化の基盤となる地域産業の裾野の拡大

- 信州農業6次産業化推進事業を活用し、他産業と連携した6次産業化の推進、新商品の開発・研究や販路開拓のPR、展示会の情報提供や出展支援を実施しました。
- 6次産業化に向けた連携を進めるため、農業法人与長野県経営者協会食品部会を対象とした、6次産業化に係る意向調査を実施しました。
- 他産業との連携による経営発展を目指し、6次産業化マッチング交流会を開催しました。

〔平成26年度の主な取組〕

- ・食の発掘商談会（長野市）、FOOD MESSE in NIIGATAへの出展支援（177事業者）
- ・6次産業化推進に向けた意向調査：平成27年2月実施 1,085事業者対象
- ・6次産業化マッチング交流会の開催：1会場 参加26事業者

＜今後の展開方向＞

《6次産業化を目指す人材の積極的な発掘・育成》

- 地域において6次産業化の推進役となる市町村職員、JA指導員を対象とした「企画リーダー研修会」を開催し、6次産業化を仕掛ける人材の育成とともに、市町村等での6次産業化戦略の策定を促進します。
- 地域6次産業化推進協議会が、マーケットインを意識する6次産業化研修会を各地で開催し、地域資源を活かした特色ある6次産業化に取り組む人材育成を推進します

《推進体制の整備と円滑な事業拡大への支援》

- 各地方事務所やJAに開設した6次産業化相談窓口により幅広く相談に応じるとともに、地域推進員の事業計画の策定支援や信州6次産業化プランナーが事業化を支援します。
- 6次産業化に取り組む事業者を地方事務所、普及センター、商工会、金融機関等、地域の関係者がチームを組み、事業内容の検討、提案や事業の実施手法の提案を行うなど、事業化を支援する体制を整備します。
- 地域推進協議会が総合化事業計画に基づく事業化の状況を把握し、課題の早期発見とプランナーと連携した解決を促進します。また、事業の発展、拡大の支援による経営の向上を図ります。
- しあわせ信州食品開発センターの機能を活用し、事業者による新商品の開発や試作品の評価のフィードバックによる商品スキルの向上を支援します。
- 総合化事業計画に基づく、ファンド・交付金を活用した金融機関等との連携による施設整備や推進事業を支援します。

《6次産業化の基盤となる地域産業の裾野の拡大》

- 「夢をかなえる信州農業6次産業化推進事業」を活用し、他産業と連携して取組む新商品開発や販路開拓などを支援します。
- 食品関連企業を地域に立地し、地元農業者と連携した事業を興すため、産業立地・経営支援課と連携し、県内投資セミナーを都市圏で開催します。