

(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）」大使を新たに3名委嘱し、6名による体制で県内外に向けた発信力の強化を図りました。
- 「おいしい信州ふード（風土）」大使による県内産地視察や生産者との交流会の開催により、大使の知見を活かした商品開発や情報発信を推進しました。
- 米の「風さやか」等県育成の新品種について、「おいしい信州ふード（風土）」大使のレコメンド（お薦め）により、県内外の消費者に広く情報を発信しました。
- 北陸地域における信州農畜産物のファン層を拡大するため、石川県、富山県のイベントにおいて「おいしい信州ふード（風土）」のPRを実施しました。
- 首都圏・中京圏における信州農畜産物のファン層を拡大するため、東京、大阪のホテルにおいて信州フェアを開催し、県外での利活用を進めました。
- 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）」大使とメディアによる交流会など、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。
- 「おいしい信州ふード（風土）」名人等が、10広域の地域振興協議会毎に作成した「おいしい信州ふード（風土）」物語を活用し、銀座NAGANO等でPR活動を行いました。
- 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により「信州ワインブレッド」など、異業種企業の連携による商品開発を支援しました。
- クックパッド「長野県公式キッチン」を開設し、「おいしい信州ふード（風土）」選定品目を使用したレシピを公開しました（全57品）。
- 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、1,251件（H27実績：累計）を登録しました。
- メディア（雑誌、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。

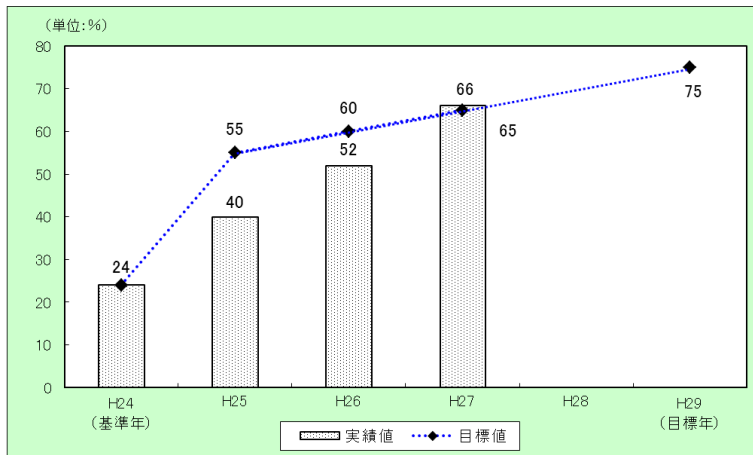


「おいしい信州ふード（風土）」大使委嘱式

【平成 27 年度の主な取組】

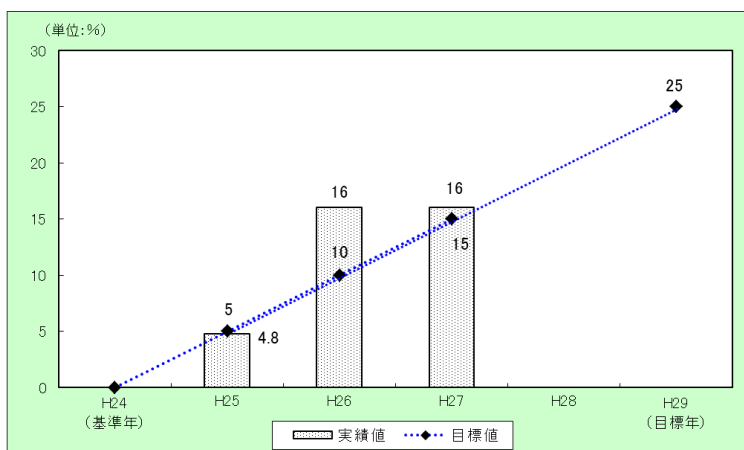
- ・地産地消シンポジウム：H27. 12. 18 長野市（ホテルメトロポリタン長野） 参加者 150 名
- ・「おいしい信州ふード（風土）」ネットアクセス数：457,686 件（H28. 3 月末現在）
- ・大使と生産者・消費者との交流会：4 回
- ・トップセールスの実施：東京都内 2 回（阿部知事）、大阪市・長野市（中島副知事）
- ・銀座NAGANOにおける「おいしい信州ふード（風土）」の発信活動：43 回（農政部：現地機関含む）
- ・北陸でのPRの実施：富山県（イトワイトヤ H27. 10. 11、越中とやま食の王国フェスタ H27. 11. 7～8）
石川県（MRO旅フェスタ H27. 6. 26～28、石川の農林漁業まつり H27. 10. 3～4）
- ・首都圏・中京圏での「信州フェア」の実施：東京（成田エクセルホテル東急、ホテルグランドパレス）
大阪（ホテルアゴーラ（大阪守口、リージェンシー堺）
- ・海外での「長野フェア」の実施：4 回（シンガポール、香港、タイ、台湾）
- ・「おいしい信州ふード（風土）」SHOP登録数：1,251 店舗（H27 実績）
- ・「おいしい信州ふード（風土）」デザイン等使用件数：96 件（H27 末：累計数）
- ・クックパッド「長野県公式キッチン」「おいしい信州ふード（風土）」活用レシピ数：57 点

■達成指標項目 21：「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65.6%（H27. 12 月時点）に向上し、目標の65%を上回った。

■達成指標項目 21：「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、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しました。
- 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「おいしい信州ふーど（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。



【長野県原産地呼称管理制度審査会】

〔平成27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）
- ・長野県原産地呼称管理制度認定件数：ワイン85件、シードル8件、日本酒147件、焼酎19件、米38件
- ・信州プレミアム牛肉認定頭数：県内認定2,031頭、県外認定1,211頭、計3,242頭
- ・「信州プレミアム牛肉に関する連絡会議の開催（11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）「おいしい信州ふーど（風土）」ネットアクセス数 457,686件（H28.3月末現在）

○ 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、果物や伝統食・発酵食品など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27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（H27.8）、名古屋（H27.9）
出展者 144団体、来場バイヤー 489名、成約件数 44件
- ・銀座NAGANOでのテーマ別商談会の開催（計10回開催）：出展者61団体、来場バイヤー：235社
- ・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（H27.6.3）
- ・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、台湾、タイ）
商談会の開催（シンガポール）、マーケティング調査（香港）
海外バイヤーの招へい（香港：5社、台湾1社）

＜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、県内外における情報発信（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銀座NAGANO等での「おいしい信州ふード(風土)」物語を活用した情報発信を通じて、農産物販売を支援します。
- 「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。
- ホームページやクックパッド等を活用し、「おいしい信州ふード(風土)」を用いた料理メニューの情報を発信します。

《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、首都圏・中京圏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

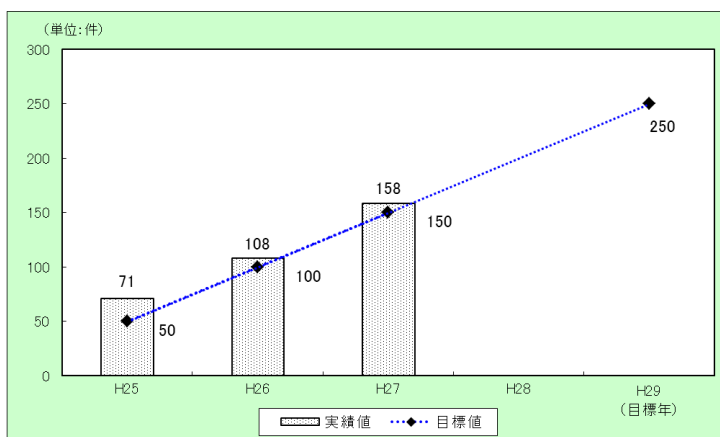
- 県外3事務所（東京・名古屋・大阪）において、大消費地の卸売市場や量販店等に対する「おいしい信州ふード（風土）」の売り込みをはじめ、県産農産物等に係る情報提供並びに県内事業者・団体等へマーケット情報を提供しました。
- タイにおいて農産物・食品のマーケティング調査を実施し、日本産農産物・食品の流通経路やコスト等の実態把握を行うとともに、次年度の商談会の商談先となる輸入・卸売、小売、飲食に関する有望バイヤーの発掘を行いました。

[平成 27 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
- ・ 加工・業務用向け農産物（野菜・フルーツ）商談会の成約数：13 件（野菜 4 件、フルーツ 9 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 タイ：6 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）



マーケット分析を活用するとともに、果物や伝統食などテーマを絞った商談会の開催により、平成 27 年度の成約件数は目標を上回り、158 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するため、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、異業種交流による商品開発や、プロジェクト活動企画提案会等を開催しました。

- ▶ 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。
- ▶ 加工・業務用野菜の生産・販路拡大を図るため、県内外の食品企業へのヒアリングによる意向を基に、県内生産者との加工・業務用に特化した商談会を企画・開催しました。
- ▶ スーパーマーケットトレードショー2016において、長野県ブースを産業労働部と連携して出展し、販路拡大に向けた県産農畜産物のPRを行いました。
- ▶ 県調理師会研修会において、旅館、ホテル、飲食店等の料理人が信州食材の背景にある、自然環境や歴史、生産者の想いなどについて理解を深め、その魅力を表現・提供することで、誘客促進につなげるため、食の魅力づくり実践研修会を観光部と連携して開催しました。

〔平成 27 年度の主な取組〕

- ・「おいしい信州ふード(風土)」アカデミー：プロジェクト活動企画提案会 1回
- ・スーパーマーケットトレードショー2016：東京ビックサイト H28.2.10～12 29社・団体
- ・(再掲) 加工・業務用向け農産物(野菜・フルーツ) 商談会の成約数：13件(野菜4件、フルーツ9件)
- ・食品産業タイアップ産地育成事業の実績：マッチング175件(うち取引開始85件)、事業登録者210名
- ・食の魅力づくり実践研修会：研修会及び情報交換会(開催2会場、参加者89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。

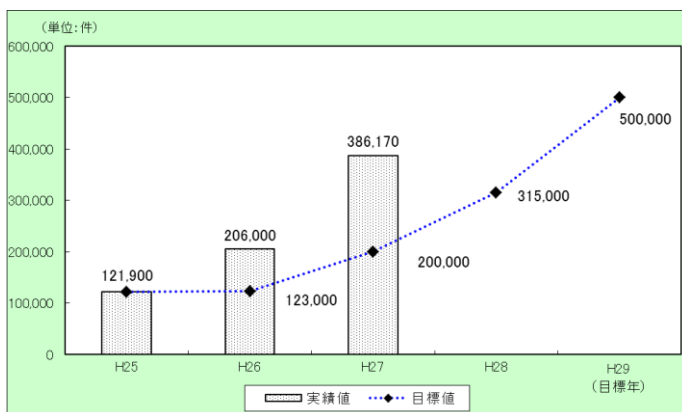
〔平成 27 年度の主な取組〕

- ・全国主要卸売市場との県産青果物、花き取引会議：1回(中島副知事)

○ 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

- ▶ 香港での販路開拓を図るため、取引の可能性のある有望バイヤーを県内へ招聘し、生産状況の調査や、長野県農産物等輸出事業者協議会員のほ場・加工場等の視察を実施するなど、商談を促進しました。
- ▶ シンガポールでの輸出拡大を図るため、長野県農産物等輸出事業者協議会が委託する輸出支援員が、商談会(Oishii JAPAN)等における現地サポートを実施するとともに、ローカルスーパーでのテストマーケティングや取引に向けた個別マッチングを支援しました。
- ▶ 重点品目である「りんご、米」について、協議会内に部会を設置しました。りんご部会では植物検疫制度(香港)への対応や新防除暦の実証モデル試験を実施し、米部会では多収性品種「ふくおこし」の食味評価(シンガポール)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、香港、台湾、タイにおいて、りんご、ぶどう、なし等、果実を中心とした県産農産物等のフェアを開催しました。

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、H27年度の農産物等の輸出実績は386,170千円となり、目標を上回った。

〔平成 27 年度の主な取組〕

- ・海外実需者との商談
香港バイヤー招聘 3社
- ・海外現地調査
海外市場（タイ）マーケティング調査（調査期間：H27.7月、10月）
- ・海外での長野フェアの開催
香港H27.9.9～15 「APITA」「YATA」「UNY」「PIAGO」
シンガポール H27.10.23～11.1 「シンガポール明治屋」
タイ H27.11.26～12.8 「タイ昇龍道観光物産展：バンコク伊勢丹」
台湾H27.11～13 「裕毛屋」（公益店・崇徳店・曉陽店）

＜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の開催による農産物PR活動や、収集した情報を産地へフィードバックします。
- 「おいしい信州ふど(風土)」ネットや、フェイスブック等を活用し、産地と消費者の情報共有を図ります。

《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、県内産地や生産者との取引を希望する実需者との連携を促進し、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「おいしい信州ふど(風土)」アカデミーによる、県民等の自発的な「おいしい信州ふど(風土)」の発信活動を強化します。
- 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。
- 流通事情の変化に柔軟に対応した産地市場づくりを進めるため、第10次長野県卸売市場整備計画の策定を行います。

《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》

- 輸出支援員による輸出事業者に対する商談後のフォロー、プロモーション活動のサポート等、輸出対象国での販路開拓の促進により、安定的・継続的な商業ベースの取引を拡大します。
- シンガポール・香港で取引に結び付いた有望バイヤーとの更なる販路拡大や、タイで新たに掘り起こしたバイヤーの招聘などにより、輸出量の拡大に向けた取組を支援します。
- 輸出拡大に向けた生産体制づくりを進めるため、ニーズを踏まえた品種の検討と栽培の実証を行います。
- 輸出対象国の求める残留農薬基準への対応の検討と農薬防除暦の現地実証を実施します。
- 観光や県内食品産業との連携を図り「長寿世界一NAGANOの食」として、長野フェアの開催などプロモーションによる販売促進と、海外の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>

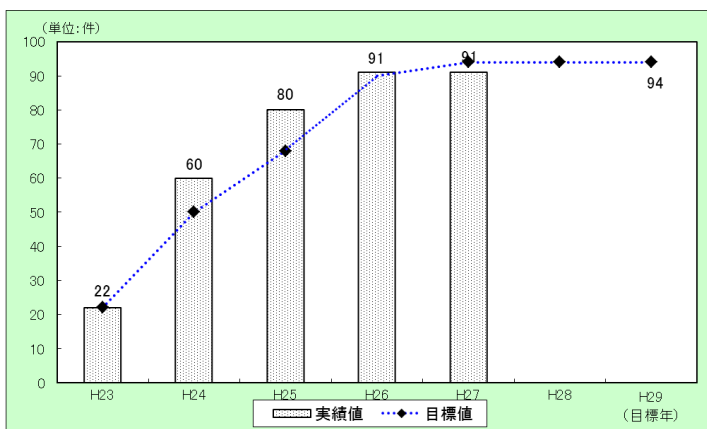
○ 6次産業化をめざす人材の積極的な発掘・育成

- 信州6次産業化推進協議会の活動を通じて、総合化事業計画の認定事業者や、新たに6次産業化を目指す事業者の課題について、解決方策を民間の専門家である信州6次産業化プランナーの派遣等を行い支援しました。
- 市町村やJA等の職員を対象に6次産業化の関連制度や全国及び長野県の取組状況、先進事業者による事例報告などを学ぶ6次産業化事業推進研修会を開催しました。
- 地域課題に応じた商品づくりを進めるため、基礎知識や新たな販路確保等に関するセミナーを、地域6次産業化推進協議会が主体となり開催しました。
- 新たに6次産業化を目指す方々を対象とした個別相談会を2会場で実施しました。

[平成27年度の主な取組]

- ・信州6次産業化プランナーの登録：22人（平成28年3月末現在）
- ・6次産業化事業推進研修会開催による関連制度や取組状況、先進事例の紹介：1回、参加者99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の開催：9地区
- ・個別相談会の開催：2会場、16名
- ・事業推進パンフレットの発行：5,000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の支援を行った。

新たな認定は2件であったが、事業計画認定取り消しが2件あったため、総合化事業計画の認定件数は横ばいの91件(H28年3月末現在：全国第3位)となった。

○ 推進体制の整備と円滑な事業拡大への支援

- 県及び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が核となり6次産業化事業の推進に努めました。
- 地域推進員を長野、松本、下伊那に配置し、総合化事業計画の作成等の相談にきめ細かく対応するなど、事業化を支援しました。
- 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するなど、事業者の個別課題解決の支援を行いました。
- 6次産業化を目指す方などを対象とした関連制度や支援方法などを説明したパンフレットを作成し、関係機関の他、研修会等において配布しました。



【事業推進パンフレット】

〔平成27年度の主な取組〕

- ・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3名配置）
- ・相談対応実績：446件、267事業者
- ・信州6次産業化プランナーの派遣実績：95件、50事業者
- ・事業推進パンフレットの発行：5,000部

○ 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。
- 農業者と商工事業者との連携による新たな6次産業化事業を生み出すため、金融機関との連携による先進事例の紹介や事業者間交流などを行うセミナーを開催しました。

〔平成27年度の主な取組〕

- ・金融機関との連携による6次産業化セミナーの開催：1回、105名
- ・全国キャラバン食の発掘商談会（宇都宮市）、おいしい信州ふード（風土）発掘商談会（東京都・名古屋市）等への出展を支援：33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＞

- 地域の核となる新事業の創出・展開のため、事業コンセプトづくりや資金運用方法等を学ぶ事業計画作成研修会を開催し、新たな総合化事業計画の策定を支援します。
- 商品づくりや販売に課題を持つ認定事業者を対象とした商品力向上研修会を開催し、専門家による評価等に基づく商品改良を支援します。
- 地域6次産業化推進協議会が、各地域の課題解決を図るため、地域のネットワークを活かした研修会を開催し、地域資源を活用した特色ある6次産業化に取り組む人材の掘り起し・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に設置した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、地域推進員や信州6次産業化プランナーの派遣活動により、事業計画の策定を支援します。
- 企画推進員を1名増員し、ファンドをはじめとする資金調達手段等の課題解決や認定事業者のフォロー

一を行えるよう支援体制を強化します。

- 6次産業化に取り組む事業者に対し、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、地方事務所、普及センター、商工会、金融機関等、地域の関係者が連携して事業化を支援します。
- 信州6次産業化推進協議会が、総合化事業計画に基づく事業化の状況を把握し、課題の早期発見を図り、プランナー派遣による課題解決を支援します。
- 金融機関等と連携し、総合化事業計画に基づくファンドや交付金の活用による施設整備や、推進事業を支援します。
- 6次産業化を円滑に推進するため、協議会員、市町村、J A、県の役割分担を明確にし、事業者の取り組みの進捗状況に応じた、段階的かつ戦略的な支援や誘導などについて、「事業推進の手引き」を作成します。

《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」の推進により、他産業と連携して取り組む新商品開発や販路開拓などの事業化を支援します。
- 農業者と2次、3次事業者が地域の「稼ぐ力」を伸ばす6次産業化を促進するため、金融機関等と連携によるマッチング機会の設定等、新たな事業体の構築を促進します。