

近江牛魅力発信事業

【平成27年度補正予算額 28,719千円】

資一農水1

畜産課
内線3852
3861

近江牛にとっての課題

- 産地間競争による国内ブランド価値の相対的な低下
- グローバル化が進む中、国外での知名度不足
- 地域活性化のために近江牛を活用しきれていない



近江牛にとってのチャンス

- 生産基盤の拡大による流通量の増
- インバウンド観光客の急増(新たな顧客)

対策

- 1 東京からの発信力強化
- 2 インバウンド対策の推進

事業概要

1 東京からの魅力発信事業

目的: 発信力のある東京でのPRによる、国内でのブランド力向上

①魅力発信PR媒体の作成

- 近江牛の魅力をメディアを通じて広く伝えるためのコンテンツの作成・発信



②「近江牛フェア」の開催

- 東京において、味や香りの良さなど近江牛本来の価値を広くPRする「近江牛フェア」を開催。



2 しがのプレミアムツアーづくり事業

目的: 近江牛を核としたインバウンド観光事業の実施と 訪日外国人向け近江牛PRによる、新たな顧客獲得・国外でのブランド力向上

①しがの“プレミアムツアー”の推進

- 近江牛を核とした“しがのプレミアムツアー”の推進
 - ・ツアー立ち上げに係る経費の補助
 - ・海外情報誌、フリーペーパー、ロコミ等によるPR
- 産学官金の協議会によるインバウンド対策の推進



②近江牛の訪日外国人向けPR

- 海外情報誌等への掲載、多言語ポスターの作成・掲示により訪日外国人向けに近江牛をPR



③インバウンド推進基盤の整備

- 近江牛提供店舗における訪日外国人受入態勢整備に対する補助(HP・メニューの多言語化、Wi-Fi整備)

事業効果＝“3つの好循環”

近江牛のブランド価値の向上

- 国内・国外ブランド価値の好循環

新たな顧客獲得による消費拡大

- 近江牛の生産拡大と消費拡大の好循環

近江牛を核とした地域活性化

- 畜産業に止まらない域内経済の好循環