

先進自治体事例紹介①

#	登壇者所属、職氏名	講演名
1	滋賀県高島市（商工観光部商工振興課）	特産品海外販売戦略事業

【発言要旨】

■ 高島市の概況と特産

- 高島市は滋賀県北西部、琵琶湖と豊かな自然環境を有し、人口約4.4万人で減少傾向にある。
- 特産は近江牛、とんちゃん、鮎寿司、鯖寿司、湖魚、日本酒など発酵文化が強みであり、工芸では吸湿性と肌触りに優れた「高島ちぢみ」が中核である。

■ 事業の狙いと体制

- 若手後継者の挑戦の場を創出し、海外販路開拓を通じた産業活性化と雇用創出を目的に2015年度に開始。
- 当初は市主導で展開し、近年は市内事業者・委託事業者・関係課でプロジェクトチームを編成して推進した。
- 年度当初の広報では参加要件の伝達不足から、非食品系事業者にとってはバイヤーからのニーズがなく、ミスマッチになってお叱りを受けたこともあり、この点が教訓であった。
- 事業は開始10年で一定の役割を終え、2025年度以降は補助金交付中心に縮小し、自立化を促す方針である。

■ 具体的取組と市場アプローチ

- 初期は高島ちぢみ・高島帆布を対象にインドネシア・台湾・マレーシアで販路開拓、その後は水産加工品で台湾・タイ・香港へ展開した。
- 2020年度以降は特産全般を対象にシンガポール・香港へ軸足を置いた。
- コロナ期はオンライン商談・PR素材整備・輸出勉強会に注力し、コロナ後は現地バイヤー招聘による

市内訪問商談へ転換した。

- ロゴシールを作成し「高島産」の物語を英語で訴求、インバウンドの多い東大寺前施設で試売・アンケートを実施し、何の商品か一目で伝わるパッケージが売れるという示唆を得た。

■ 成果と波及効果

- 2024年度の取引額は1,600万円超（過年度につながった案件の当該年度実績を含む）。
- 構成は大福の香港向け取引が9割超を占めるが、これはサンプル試食・少量即食・価格の手に取りやすさが刺さった結果である。
- 加えて、うなぎ加工業者がバイヤー助言を受け冷凍対応・新工場建設（10名超雇用）に踏み切り、輸送・賞味期限の課題に対応できている。市としては設備投資や雇用創出、税収面の効果を確認している。

■ 今後の展望

- ターゲットは輸出規制が緩く中間上位層が厚い都市市場とし、現地体験型商談（産地訪問）×即理解できる商品設計×物語性（産地表示・英語PR）を磨く必要がある。
- 加えて、少量・すぐ食べられる・視認性の高いパッケージを軸に立ち上げを早め、ヒット商品の収益を設備更新・規格適合・物流耐性（冷凍・日持ち）へ再投資する循環を確立することが有効である。
- 市はプロジェクト運営の精緻化（募集要件の明確化、参加者マッチング）を高めつつ、民間主導の自走体制とブランドの一体的な表示で、継続的な

海外販路を維持してもらいたいと考えている。

【主な質疑】

■ 海外催事で大福が多く売れた要因や現地の反応はどうであったか。

- 20種類以上のバリエーションがあり、色彩の多様さと価格の手に取りやすさが特徴である。
- 海外向けに要因を特定できる確証はないが、少量・低価格で複数選べる点、見た目の楽しさが来場者の購買行動を後押ししたと考えている。並べた際の選ぶ楽しさが強みである。

■ 商談会のバイヤー募集で苦労した点は何か。

- 発酵食品が強い地域特性から、食品志向のバイヤーに偏り、非食品分野への関心が相対的に弱かった点が課題であった。
- 市としては非食品にも商談機会を設けたかったため、分野バランスの確保が課題であった。

■ BtoCとBtoBではどちらの費用対効果が高かったか。

- 事業年度前半のBtoCは成果が限定的であったと聞いている。
- 結果として、後半のBtoBの方が取引につながり、成果が見えやすかったと認識している。