

近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況について

近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例(平成28年3月23日滋賀県条例第12号)第10条の規定に基づき取りまとめた平成29年度の施策の実施状況(平成30年8月7日地方創生・しがブランド推進対策特別委員会報告)について、具体の成果事例等を改めてまとめました。

1. 取組の経緯

- 平成28年3月 「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例」施行
- 平成29年3月 「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する基本的な指針」策定
- 平成29年4月～ 基本指針に基づく施策の取組を開始(平成29～33年度の5年間)

2. 施策の実施状況

- 施策の体系に関連した計64事業(実事業数、再掲含まず)を実施。うち11事業(実事業数、再掲含まず)を地方創生推進交付金事業として実施。
- 数値目標を設定している35事業(実事業数、再掲含まず)については、数値目標の進捗状況を基に、施策の体系ごとに、数値目標の達成度別の事業数(比率)を集計(下表)。

※実事業数(再掲含まず)

施策の内容	実施事業数※	うち数値目標設定事業数※	数値目標達成度別事業数※(比率)				
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	未集計
全施策	64	35	25 (71.4%)	4 (11.4%)	0 (0%)	2 (5.7%)	4 (11.4%)

3. 具体の取組および成果事例

基本指針に基づき平成29年度に実施した施策にかかる具体の成果事例を紹介する。

(1) 地場産業

①バルブの海外展開(滋賀バルブ協同組合)

- 地域産業支援事業(東北部工業技術センター)
- 滋賀の地域産業振興総合支援事業(H28～)

○ビワライトとは

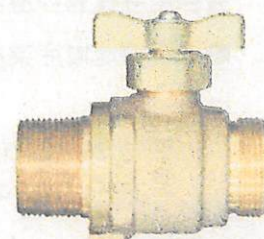
- ・有害物質規制の世界的な潮流の中、商品戦略として、東北部工業技術センター、滋賀バルブ協同組合、関西大学との産学官連携により鉛フリー合金を開発(平成16年)
- ・商標「ビワライト」(英文名 BIWALITE)登録(平成17年)、日本で特許取得、株式会社ビワライト設立(平成19年)、ニッケルゼロの「ビワライト」開発、日本と米国で特許取得(平成25年)
- ・日本工業規格JISに登録(平成21年)、米ASTM規格に登録(平成26年)
- ・米国の casting メーカー1社とライセンス契約、3社とサブライセンス契約を締結(平成26年)
- ・彦根市の水道メーターに採用が義務化(平成29年)、これまでに約1万個(約5千万円)を納品

○取組内容

- ・平成28年度:米国(シカゴ、ロサンゼルス)企業視察、米国水道展出展
- ・平成29年度:ベトナム市場調査、商談実施

○取組成果

- ・平成28年度:米国水道展において中国の企業と新たな取引が1件成立。
- ・バルブ組合の海外展開への取組を契機に、数社が単独で東南アジアや欧米へ海外展開。



鉛フリー合金「ビワライト」

- ・「ビワライト」の米国売上（特許実施料より推計）

平成 27 年度：195 百万円、平成 28 年度：145 百万円、平成 29 年度：175 百万円

- ・バルブの輸出額

平成 21 年度：483 百万円、平成 28 年度：509 百万円、平成 29 年度：550 百万円

②医薬品の海外展開（滋賀県製薬工業協同組合）

●滋賀の地域産業振興総合支援事業（H28～）

○取組内容

- ・国内人口減少に伴う薬市場の縮小を補うため、海外販路を開拓。
- ・平成 28 年度：カンボジアを訪問調査。現地企業や行政機関と折衝。
- ・平成 29 年度：マレーシア、シンガポールを訪問調査。現地企業、行政機関と折衝。

○取組成果

- ・組合員企業の医薬品および医薬品以外の製品の輸出品目増加

平成 23 年度：5 社 24 品目 42 百万円（医薬品） 3 社 103 品目 390 百万円（医薬品以外）

平成 28 年度：6 社 30 品目 61 百万円（ " ） 5 社 124 品目 482 百万円（ " ）

平成 29 年度：7 社 37 品目 78 百万円（ " ） 5 社 124 品目 426 百万円（ " ）



マレーシア訪問調査

③湖東麻織物の海外展開（湖東繊維工業協同組合、滋賀県麻織物工業協同組合）

●滋賀の地域産業振興総合支援事業（H28～）

○取組内容

- ・平成 28・29 年度と、新たな販路として海外販路を開拓。フランスの産業見本市である「メゾンエオブジェ」およびイタリアの「ミラノウニカ展」に出展。

○取組成果

- ・世界各国のバイヤーが集まるミラノウニカ展では、イタリアのみならずタイからも発注あり。

平成 29 年度：大口（5,000m）が 1 件、小口が 2 件（ミラノウニカ展）

- ・メゾンエオブジェでは、ヨーロッパにはないパターンの生地も多く好評で、現地の小売店（メゾンワ）との委託販売契約が成立。現在も取引継続中。

平成 28 年度：販売点数 16 点、売上金額 6 万円

平成 29 年度：販売点数 16 点、売上金額 4 万 5 千円



ミラノウニカ展での商談

④高島綿織物の海外展開（高島綿織物工業協同組合）

●滋賀の地域産業振興総合支援事業（H28～）

○取組内容

- ・新たな販路として「高島ちぢみ」の普及に最適な環境である、高湿地域の東南アジアでの販路開拓を開始。
- ・平成 28・29 年度と、海外において戦略的に販路開拓を実施するため、インドネシアにて販売の可能性を探る調査や商標登録申請、現地バイヤーとの話し合いを実施。

○取組成果

- ・平成 29 年度：インドネシア（ジャカルタ）のショッピングモール 4 か所以上を市場調査し、商談成立（7 件）、商談金額約 270 万円。このほかに、中国との商談金額約 800 万円。
- ・平成 30 年度：台湾、マレーシアへも展開中。



ショッピングモールでの販売（インドネシア）

⑤長浜絹織物の海外展開（浜縮緬工業協同組合）

●地域産業支援事業（東北部工業技術センター）

●滋賀の地域産業振興総合支援事業（H28～）

○取組内容

- ・近年のライフスタイルの変化による和装需要の減少と中国、ベトナムからの輸入競合品の市場参入による生産量減少をくいとめるため、洋装に対応した新商品の開発と販路開拓を支援。
- ・夏用縮緬（さわやか縮緬）の開発（平成 9 年度～）
- ・洋装用広幅生地の開発、ドレス制作、展示、販売（平成 27 年度～）

○取組成果

- ・夏用縮緬の生地提供（年間売上 4,000 万円）
- ・著名デザイナー桂由美氏への浜ちりめん素材の提供とドレスの制作（平成 28 年度）
- ・洋装用広幅生地開発による海外著名デザイナーとの商談成立
平成 28 年度：200m、平成 29 年度 800m の販売（年間売上約 400 万円）
- ・展示会（白生地求評会、京都）での名刺交換件数 240 件、問合せ・商談件数 約 100 件程度
商談により、平成 30 年度 1～8 月の入荷反数が 3.4% 増加
（平成 29 年度入荷反数 36,000 反から推計し、産地全体で 2,400～3,000 万円の売上増）



浜ちりめんドレス



見本市への出展（東京国際フォーラム 2017）

⑥信楽焼の海外展開（信楽陶器工業協同組合）

- 窯業技術研究開発事業（工業技術総合センター信楽窯業技術試験場）
- 滋賀の地域産業振興総合支援事業（H28～）

○信楽坪庭とは

- ・日本遺産に認定された日本六古窯のひとつである信楽焼で作陶した灯ろう、つくばい、水鉢、鉢型水琴窟、床材等の庭園資材あるいは信楽焼の植木鉢にシュロチク、オモト、シダ等の和物植物を植栽した鉢物を組み合わせて作り出す小空間。
- ・近年、和食の世界遺産登録、海外における盆栽の流行など、日本的な美意識が国際的に認められつつある中、東京オリンピックも控え、都市の一角に和風の坪庭を築く需要を見込み、坪庭用陶器資材を提供することで信楽焼業界の活性化を図る。

○取組内容

- ・平成 27 年度：過去に開発した「屋上緑化」や「透光性陶器」の技術を活かした坪庭用資材の開発
- ・平成 28 年度：坪庭用資材の評価、信楽坪庭の商品化および国内展示会への出展
- ・平成 29 年度：坪庭をさらにブラッシュアップし、国内外の展示会での販路開拓

○取組成果

- ・平成 29 年度

信楽陶器工業協同組合へ技術を移転。商品製造、商品カタログ作成
国内外での販路開拓として展示会への参加

香港ハウスウェア・フェアに出展：ブース来訪者 40 社、商談件数 10 件、名刺交換 30 件
売上 1,000 千円

2017 国際ガーデン EXPO に出展：ブース来訪者 20 社、商談件数 6 件、名刺交換 52 件
香港ハウスウェア・フェア、国際ガーデン EXPO（幕張）ともに平成 30 年度も出展予定

＞ 信楽坪庭



信楽坪庭

＞ 苔生育用陶器(資材)



＞ 陶器製飛び石(資材)



＞ 灌水用陶器(資材)



＞ 信楽透器製灯籠(資材)



庭園資材

⑦彦根仏壇の後継者育成（彦根仏壇事業協同組合）

- 滋賀の地域産業振興総合支援事業（H28～）

○取組内容

- ・産地の職人の高齢化が進む中、彦根仏壇の技術を受け継ぐ後継者の育成のため、彦根仏壇の伝統工芸士から仏壇を製造する技術を学ぶ教室、仏壇技術伝承塾「ほんまもん工房」を開講。



漆塗コースの指導風景

○取組成果

- ・平成 29 年度受講者 蒔絵コース（5 日間）：6 名、彫刻コース（5 日間）：5 名、
漆塗コース（5 日間）：2 名、金箔押コース（2 日間）：4 名
- ・これまでに、男性 1 名、女性 2 名の計 3 名が産地内企業に就職

⑧T・E・I・B・A・N 展（TEIBAN 商品開発研究会）

●来て・見て・ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信体験事業（H29～）

○TEIBAN 展とは

- ・県内地場産業および地場産品事業者が定番商品（ロングセラー商品）を開発しブランド構築を目指すもの。信楽焼産地で始まった取組だが、現在は県内から多様な業種の事業者が参加。
- ・毎月開催するミーティングでは、個々の企業が自らのモノづくりに対する想いを整理。その想いを具現化するためにモノ（商品）だけでなく空間（店）づくりも行い、自分たちの世界観を表現。顧客との対話により、自分たちの想い、モノ、空間を洗練させ、ブランド構築を目指している。

○取組内容

- ・平成 29 年度
信楽窯業技術試験場内に空間づくりのための場＜nest 滋賀＞を開設。毎月、会員が商品や什器を持ち込み、空間構築の実験・検証を行っている。
- ・「TEIBAN japan classico 滋賀のモノづくり展」を首都圏や県内各地で開催
平成 29 年度：リビングデザインセンター OZONE（新宿）、ここ滋賀（日本橋）、尾賀商店（近江八幡）、県民サロン（県庁）
平成 30 年度：セトレマリーナびわ湖（守山）、県民サロン（県庁）、松屋銀座（銀座）、リビングデザインセンター OZONE（新宿、2 月予定）



ブラッシュアップミーティング



nest 滋賀



TEIBAN 展（県民サロン）

○取組成果

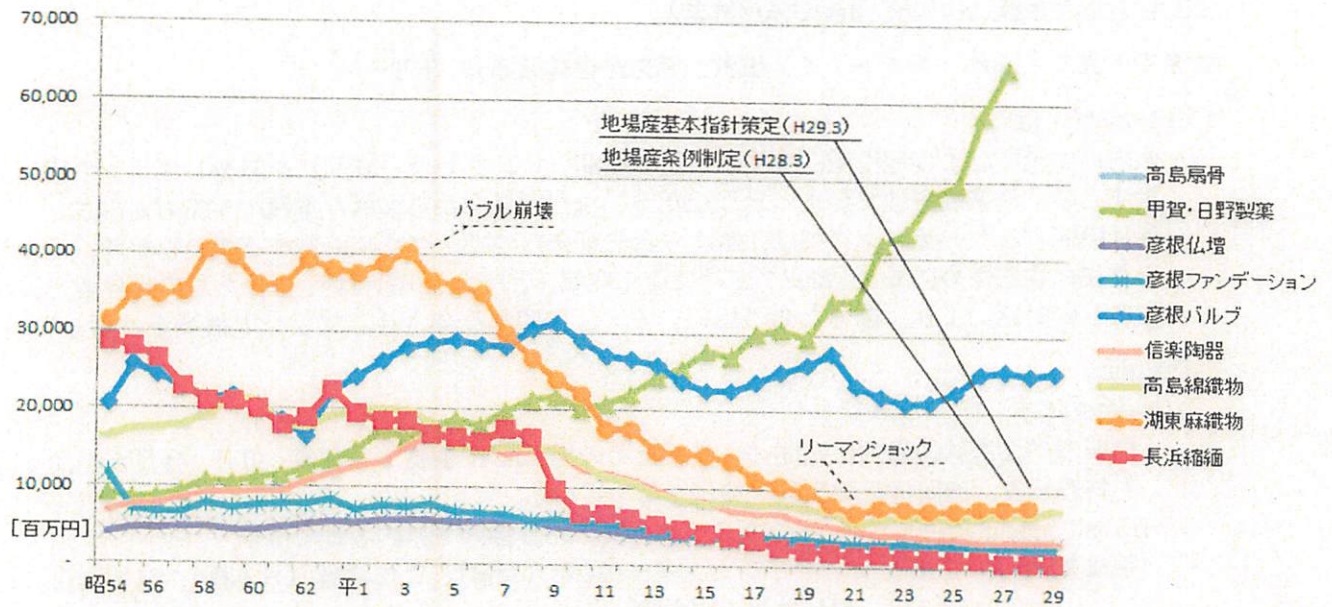
- ・TEIBAN 展に出品している関連商品の売上：約 850 万円（平成 29 年度）
- ・これまでの取組が評価され、平成 30 年度は東京の松屋銀座の店舗において TEIBAN 展（販売）を実施中（平成 30 年 9 月 26 日（水）～10 月 9 日（火））



TEIBAN 展（松屋銀座）

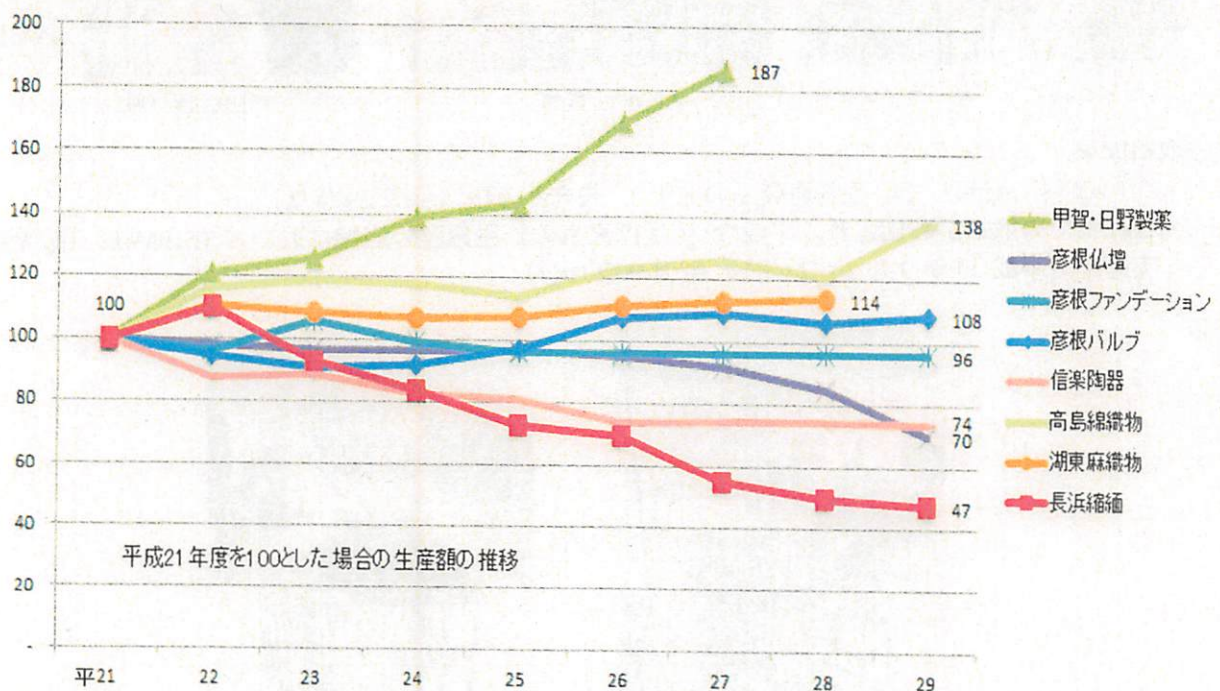
⑨地場産業9産地の生産額の推移

バブル崩壊後、多くの産地では生産額の減少が続き、平成21年以降は減少傾向が緩やかとなるが、生産額は最盛期の1/3～1/15まで落ち込んでいる。その一方で、社会環境や生活様式の変化に対応し、新たな事業展開により成長を見せている産地もある。



リーマンショック翌年の平成21年度の実績を100とした場合の生産額の推移を見ると、甲賀・日野製菓では増加、高島綿織物、湖東麻織物、彦根バルブの3産地では回復傾向、信楽陶器では下げ止まりの傾向が見られる。

条例が制定された平成28年度以降、特に首都圏における認知度向上や海外での需要拡大に向けた支援策を重点的に展開したことにより、各産地組合においても販路開拓への気運が高まり、展示会への出展等により新たな商談や取引に至った事例も生まれている。



(2) 農畜産物

①近江米の新たな販路開拓の支援

●みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業

○取組内容

- ・生産者組織が行う品質や食味向上のための技術研修活動等について支援
平成 29 年度：J A 等 12 集荷業者
- ・一定の品質や食味を満たすプレミアム米の集荷を支援
平成 29 年度：442 トン集荷、販売（J A 等 6 集荷業者）
- ・ブランド確立と販売促進を図るため、近江米振興協会が行うテレビ CM
（9～10 月）の放映を支援（関西キー4 局）



「みずかがみ」栽培技術研修会



「みずかがみ」テレビCMカット

○取組成果

- ・1 等米比率は 90%で他の品種に比べ高く、また、食味ランキングでは、3 年連続となる「特 A」を取得できた。
- ・消費者や卸売業者の「みずかがみ」に対する評価は高まりつつあり、CM等の効果も相まって、確実な需要が見込まれる品種になっている。
- ・これらの取組により、「みずかがみ」の生産量は、平成 27 年産の約 8,500 トン（作付面積 1,941ha）から、平成 29 年産は約 10,000 トン（作付面積 2,575ha）と増加した。
- ・「みずかがみ」は、県内や関西を中心に出荷されている。また、高品質のプレミアム「みずかがみ」が、京都、大阪の百貨店をはじめ、生協等で販売されており（平成 28 年度：197 トン→平成 29 年度：442 トン）、集荷業者によっては、500～2,000 円/60kg の農家手取りの向上につながっている。

②近江の茶の輸出促進

●FOOD BRAND OH!MI! 海外プロモーション事業

○取組内容



- ・平成 29 年度、ジェトロ滋賀と連携して、アメリカ・ミシガン州でプロモーションや、現地バイヤーとの商談会を実施。
 - ・平成 30 年度、引き続きジェトロ滋賀と連携し、アメリカ・ミシガン州を中心に 5 社のバイヤーを招聘して、商談会等を実施。
- また、10 月には、姉妹友好協定 50 周年を迎えたアメリカ・ミシガン州およびシカゴにおいて、近江の茶など県産食材の商談会と PR イベントを開催予定。

○取組成果

- ・今年度実施したバイヤー招聘における商談会では、計 55 件の商談が行われ、今後の成約見込み件数は 18 件、商談継続件数 25 件、成約見込み額は約 1,250 万円（バイヤーアンケート）となった。
- この成果を今後現実のものにするため、現地ジェトロとも連携して引き続き支援する。

③近江牛の新たな販路開拓の支援

●近江牛魅力発信事業

○取組内容

- ・近江牛 PR ポスターを作成（H28 年度）し、東京駅や京都駅等主要駅において掲出したほか、東京日本橋周辺で「霜降り牛肉」をイメージした近江牛のラッピングバスを運行した。（H29 年度）
- ・海外の雑誌広告に近江牛記事を掲載（H28 年度）したほか、訪日外国人向け大手オンライン旅行予約サイトに近江牛特集ページを開設した。（H28～29 年度）
- ・海外事業者を招聘してのファムトリップを開催し、訪日外国人向けの近江牛を核としたツアーを造成した。（H28～29 年度）



近江牛ラッピングバス



旅行予約サイトでの近江牛特集ページ

○取組成果

- ・近江牛の指定店舗数が増加した。（H27:258 店舗 → H29:307 店舗）
 - ・オンライン旅行予約サイトを通じた県内宿泊施設の予約泊数が増加した。
- （予約泊数対前年比）H28 年 12 月：113.6%、 H29 年 3 月：146.5%、 H30 年 1～3 月：219.2%

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・近江牛の飼養頭数が増加した。（H27: 11,818 頭 → H29: 13,458 頭） ・農業産出額（肉用牛）が増加した。（H27:60 億円 → H28:65 億円） |
|--|

④農業の担い手となる人材の確保、育成・資質向上に対する支援

●青年農業者等育成確保推進事業

○取組内容

- ・新規就農者の確保育成に向けて、青年農業者育成センターを設置し、就農相談員による相談活動や就農準備講座などの支援を実施。
- ・就農準備講座は、県内で就農希望者を対象に、新規就農に必要な基礎知識や就農者の体験談について研修を実施。また、現地バスツアーを開催し、就農希望者と青年農業者の現地交流会を実施。

就農準備講座開催日：平成 29 年 9 月 10 日(17 名)、平成 30 年 2 月 4 日(15 名)

現地バスツアー：平成 29 年 10 月 15 日（東近江、湖北：21 名）



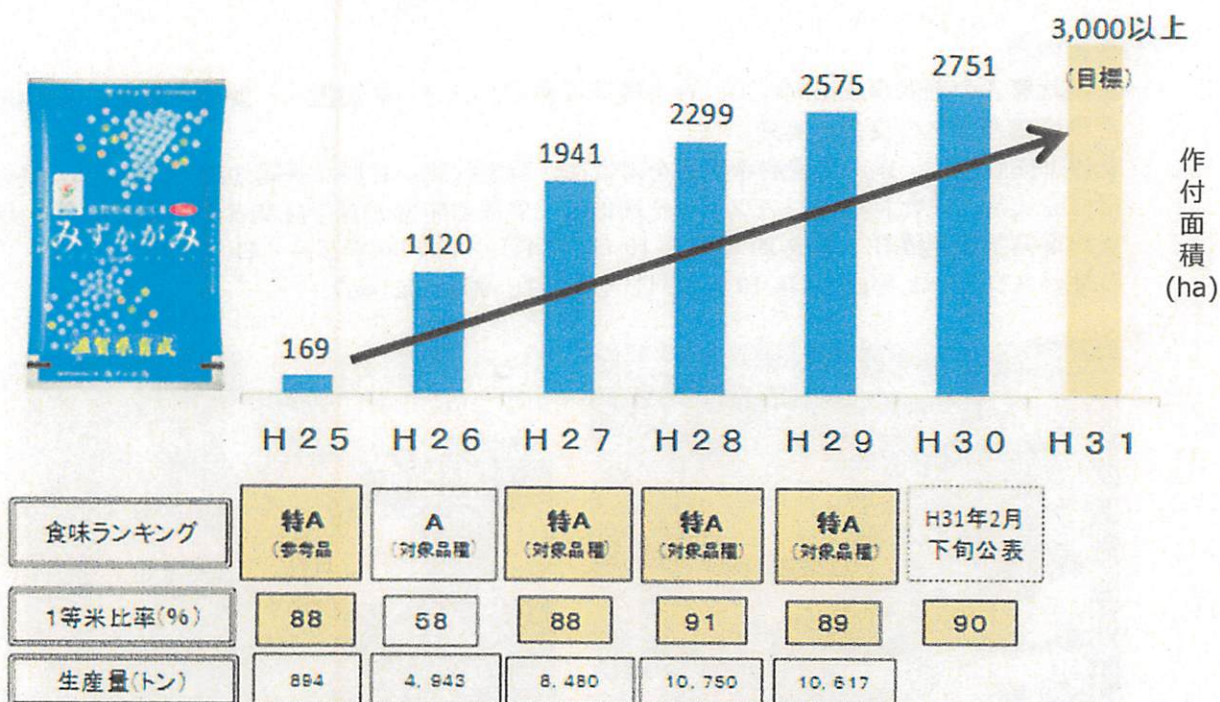
就農準備講座



現地バスツアーによる現地交流会

○取組成果

- ・就農相談を受けた方や、準備講座参加者への就農追跡調査を実施したところ、平成 24～28 年度の 5 年間では、回答者 179 名中、51 名が就農された（自営就農 31 名、就職就農 20 名）。平成 28 年度は回答者 19 名中、就農者 7 名（自営就農 5 名、農業法人への就職就農 2 名）であり、就農者の確保に寄与している。



※1等米比率は農林水産省公表値。H29年産は3月31日現在、H30年産は8月31日現在速報値。
 ※生産量(トン)は農林水産省公表の農産物検査数量。H29年産は3月31日現在。

図1 「みずかがみ」の生産状況

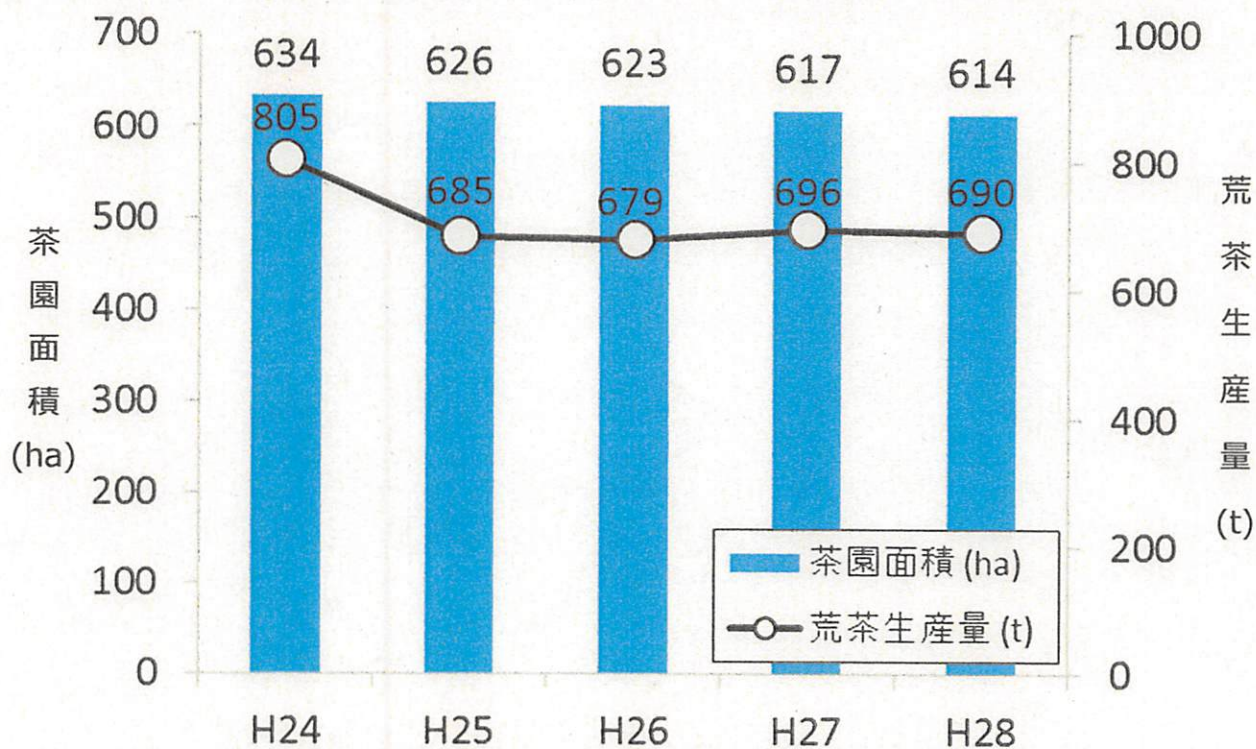


図2 茶の生産状況

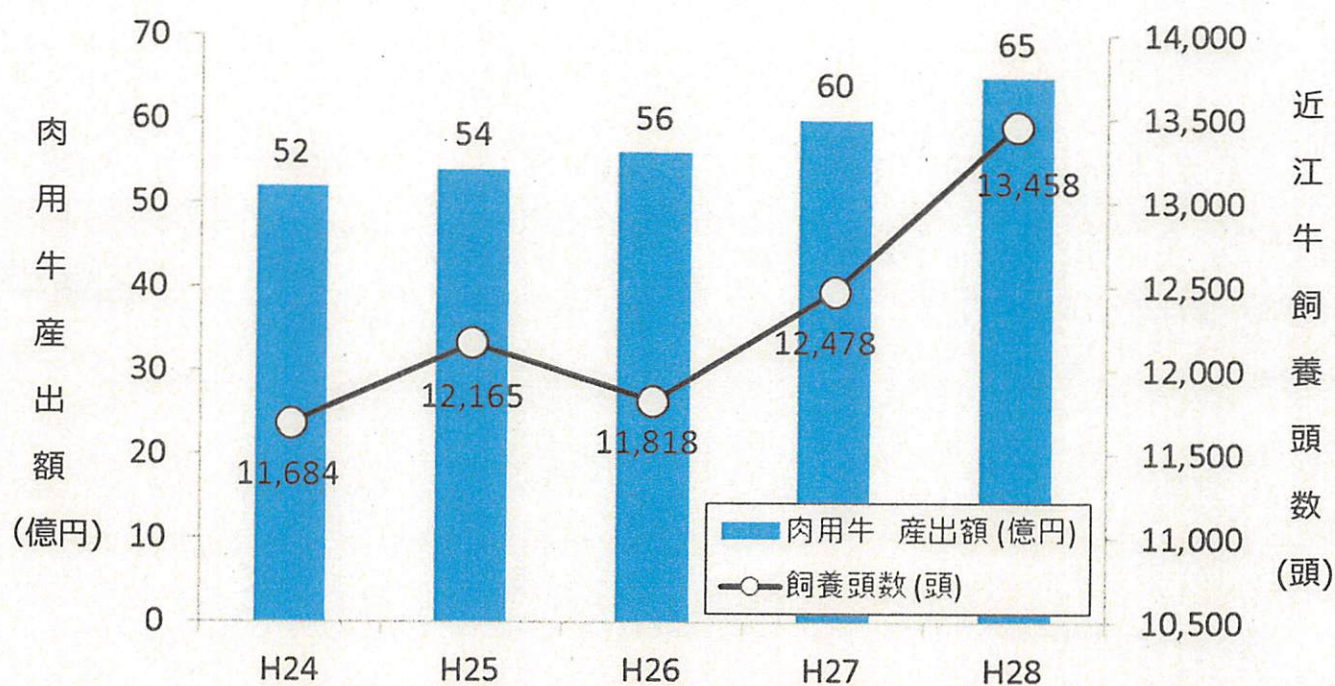


図3 肉用牛の産出額の推移



図4 新規就農者数の推移