

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 の構成案

1 目的

- 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総合的な推進

2 近江の地場産業および近江の地場産品を取り巻く現状と課題

- 現状
- 課題

3 基本的な方向

- 近江の地場産品の需要の拡大
- 近江の地場産業事業者等の経営基盤の強化
- 社会経済情勢に対応した新たな取組および多様な分野における事業展開の推進
- 担い手となる人材の確保、育成・資質の向上および優れた技術等の継承の推進

4 目標

- 目標

5 施策の内容

- 近江の地場産品の需要拡大のための、新商品の開発に対する支援、情報の提供、新たな販路の開拓の促進等
- 近江の地場産業事業者等の経営基盤強化のための、経営改善および合理化、資金の供給の円滑化等
- 近江の地場産品に対する新たな需要開拓のための、消費者の需要に係る調査研究、多様な分野における事業展開の促進等
- 担い手となる人材の確保、育成・資質の向上に対する支援、優れた技術等の継承の推進等
- 近江の地場産業および近江の地場産品に対する関心および理解を深めるための、普及啓発、多様な学習機会の提供等
- 近江の地場産業および近江の地場産品に関する実態についての定期的な調査および分析

6 推進体制

- 庁内推進体制
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推進に係る庁内検討会議
- 関係者による協議会
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推進協議会

○ 基本的な指針の策定に係る今後の予定

- ・ 11月中旬 基本指針原案作成
- ・ 11月下旬 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推進協議会（第2回）
- ・ 12月中旬 地方創生・行財政対策特別委員会
- ・ 12月下旬 県民政策コメント
～1月下旬
- ・ 2月上旬 基本指針案作成
- ・ 2月中旬 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推進協議会（第3回）
- ・ 3月中旬 地方創生・行財政対策特別委員会
- ・ 3月下旬 基本指針策定

近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する実態調査（中間報告）

■ヒアリング調査等の概要

〈調査概要〉 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第8条第6号に基づき、以下の団体に対して訪問ヒアリング調査およびアンケート調査を実施した。

〈調査期日〉 平成28年7月1日～9月26日

〈訪問団体〉 地場産業関係(10団体)

浜縮緬工業協同組合、滋賀バルブ協同組合、彦根仏壇事業協同組合、ひこね繊維協同組合、湖東繊維工業協同組合、滋賀県麻織物工業協同組合、滋賀県製薬工業協同組合、信楽陶器工業協同組合、高島織物工業協同組合、滋賀県扇子工業協同組合

農林畜水産物関係(11団体)

近江米振興協会、甲賀市農業協同組合、(一社)滋賀県茶業会議所、全国農業協同組合連合会滋賀県本部、滋賀県家畜商業協同組合、滋賀県食肉事業協同組合、近江しゃも普及推進協議会、滋賀県漁業協同組合連合会、滋賀県淡水養殖漁業協同組合、滋賀県真珠養殖漁業協同組合、県産木材活用推進協議会

加工品関係(4団体)

滋賀県酒造組合、滋賀県漬物協同組合、滋賀県菓子工業組合、滋賀県水産加工業協同組合

〈アンケート〉 伝統的工芸品製造業者(43者)

※集計には地場産業組合と重複する4組合(滋賀県麻織物工業(協)、信楽陶器工業(協)、滋賀県扇子工業(協)、彦根仏壇事業(協))を含む。

■調査結果(中間報告)概要 ※県が保有するデータ等を含む。

1 地場産業

(1)地場産業の産地および産品

	産地	地域	産地組合	産品
1	長浜縮緬	長浜市 他	浜縮緬工業協同組合	ちりめん、つむぎ
2	彦根バルブ	彦根市、犬上郡、愛荘町 他	滋賀バルブ協同組合	水道用弁、産業用弁、船用弁
3	彦根仏壇	彦根市、米原市、愛荘町 他	彦根仏壇事業協同組合	仏壇、仏具
4	彦根ファンデーション	彦根市、長浜市	ひこね繊維協同組合	ブラジャー、ガードル、ショーツ、ボディスーツ、キャミソール
5	湖東麻織物	東近江市、愛荘町 他	湖東繊維工業協同組合、滋賀県麻織物工業協同組合	服地、不織布・芯地、縫製、染色整理加工、原系販売
6	甲賀・日野製薬	甲賀市、日野町 他	滋賀県製薬工業協同組合	医療用医薬品、一般用医薬品、配置用家庭薬
7	信楽陶器	甲賀市	信楽陶器工業協同組合	レンガタイル等建材類、庭園用品類、食卓用品類、花器類、植木鉢類
8	高島綿織物	高島市	高島織物工業協同組合	綿クレープ、厚織(ゴム資材、帆布、その他資材)
9	高島扇骨	高島市	滋賀県扇子工業協同組合	扇骨、扇子

[地場産業]

(2) 産地組合の企業数の推移

(単位:社)

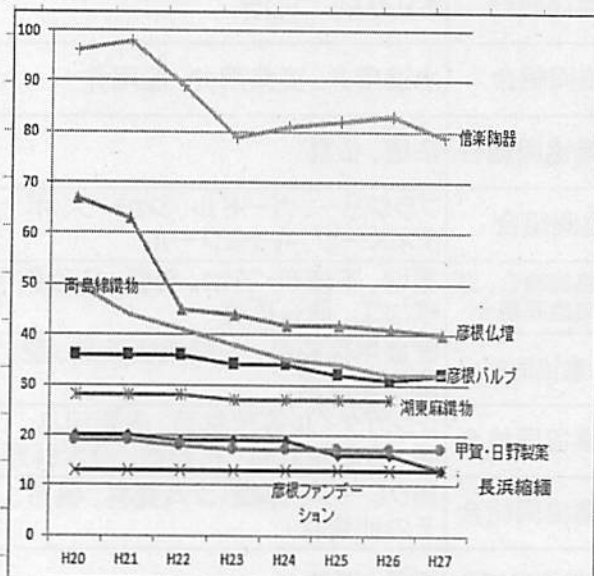
	産地	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H26/H20
1	長浜縮緬	20	20	19	19	19	16	16	13	65.0%
2	彦根バルブ	36	36	36	34	34	32	31	32	88.9%
3	彦根仏壇	67	63	45	44	42	42	41	40	59.7%
4	彦根ファンデーション	13	13	13	13	13	13	13	13	100.0%
5	湖東麻織物	28	28	28	27	27	27	27	—	96.4%
6	甲賀・日野製菓	19	19	18	17	17	17	17	17	89.5%
7	信楽陶器	96	98	89	79	81	82	83	79	82.3%
8	高島綿織物	50	44	41	38	35	34	32	32	64.0%
9	高島扇骨	—	—	—	—	—	21	20	20	—

(3) 地場産業の生産額の推移

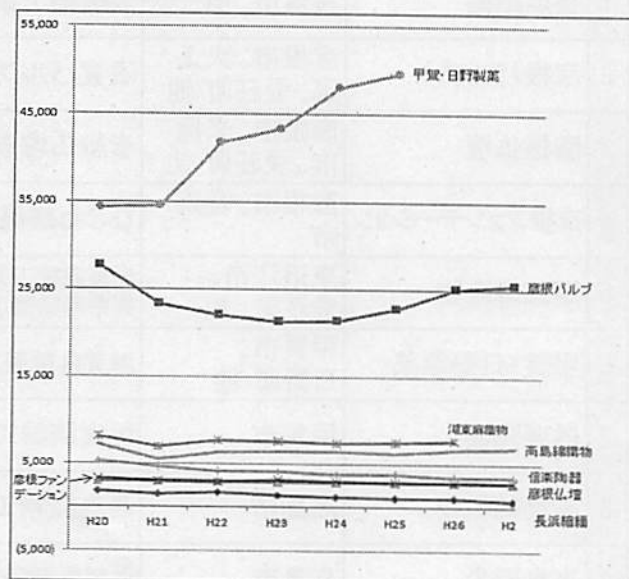
(単位:百万円)

	産地	ピーク時	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/H20	H27/ピーク
1	長浜縮緬	28,600 (S54)	1,818	1,528	1,678	1,416	1,222	1,116	1,064	750	41.3%	2.6%
2	彦根バルブ	31,287 (H9)	27,705	23,409	22,100	21,331	21,458	22,789	25,100	25,524	92.1%	81.6%
3	彦根仏壇	5,660 (H3)	3,000	3,000	2,950	2,900	2,900	2,900	2,850	2,750	91.7%	48.6%
4	彦根ファンデーション	11,800 (S54)	3,273	3,022	2,900	3,200	3,000	2,900	2,900	2,900	88.6%	24.6%
5	湖東麻織物	40,432 (S58)	8,059	6,949	7,683	7,526	7,409	7,452	7,718	—	95.8%	19.1%
6	甲賀・日野製菓	49,636 (H25)	34,313	34,530	41,756	43,350	48,032	49,636	—	—	144.7%	100.0%
7	信楽陶器	17,085 (H5)	5,283	4,672	4,084	4,147	3,850	3,786	3,450	3,491	66.1%	20.4%
8	高島綿織物	21,631 (S59)	7,131	5,439	6,323	6,455	6,408	6,205	6,686	6,827	95.7%	31.6%
9	高島扇骨	—	—	—	—	—	—	—	—	350	—	—

◇企業数の推移



◇生産額の推移



(4) 景況感

項目	団体数
大変よい	—
よい	2
悪い	5
大変悪い	3

(5) 人材確保の状況

項目	団体数
不足していない	—
不足感 大	9
不足感 小	1

(6) 各産地における取組

① 情報発信PRツール

項目	団体数
ホームページの活用	8
SNSの活用	2
テレビでのPR	—
雑誌等でのPR	1
なし	2

② ブランディングの取組

項目	団体数
地域団体商標登録	5
商標登録	2
デザイナーとのコラボ	2

③ 海外展開戦略

項目	団体数
アジア方面	4
アメリカ方面	2
ヨーロッパ方面	3

④ 特色ある取組

浜縮緬工業協同組合

■ 商標登録

組合の精練工場で製造された品質を保証する商標「浜ちりめん」を記載して出荷している。

■ 新商品の開発

「光る浜ちりめん」を活用した和装品、ファッション小物類の開発を行っている。

滋賀バルブ協同組合

■ 新商品の開発

鉛フリー銅合金「ビワライト」を開発(日米で特許取得済み)し、米国のインゴッドメーカーとライセンス契約を締結し、米国での販路拡大を図っている。

彦根仏壇事業協同組合

■ 地域団体商標登録

地域団体商標「彦根仏壇」の登録により、ブランド力の強化を図っている。

■ 新商品の開発

位碑・蜀台・香炉をセットした“新しい祈りのかたち”を創造する「ナナプラス」を開発し、デザイナーとのコラボにより商品販売をしている。

ひこね繊維協同組合

■ 外国人実習生制度の活用

人材確保のため「外国人実習生制度」を活用し、ベトナム、中国等の外国人実習生を受け入れ、組合員企業に派遣している。

湖東繊維工業協同組合

滋賀県麻織物工業協同組合

■ 地域団体商標登録

「近江の麻」および「近江ちぢみ」の2つの地域団体商標を登録し、麻織物、ちぢみ織物およびこれらを使用した製本のブランド化を図っている。

■ アンテナショップの開設

近江八幡市新町通りにアンテナショップ「麻香」を開設し、観光客等に洋服やファッション小物を販売している。

滋賀県製薬工業協同組合

■ 販路開拓

薬剤師会の協力により、県内の薬局100店程度に「滋賀の薬」コーナーを設置してもらい、県産医薬品の消費拡大を図っている。

信楽陶器工業協同組合

■ 地域団体商標登録

地域団体商標「信楽焼」を登録し、ブランド力の強化を図っている。

■ 新商品の開発

植木鉢、灯籠、つくばいなどでアレンジされ、和風モダンな風雅の雰囲気を出す「信楽坪庭」を開発し、産地の魅力をPRする。

高島織物工業協同組合

■ 地域団体商標登録・商標登録

地域団体商標「高島ちぢみ」および商標「高島帆布」を登録し、地元織物のブランド化を図っている。

■ 東京・大阪での展示会

毎年、東京と大阪で「ビワタカシマ春夏素材展」を開催しており、本年の開催で30回目を迎える。

滋賀県扇子工業協同組合

■ 新商品の開発

新商品「扇骨扇子」を開発し、2017年の販売を目指して、実用化を高めるための軽量化に取り組んでいる。

(7)産地の課題(ヒアリング調査から)

項目	団体数	主な内容
後継者の育成・確保、技術継承	6	<ul style="list-style-type: none"> ・組合員の後継者不足は深刻化 ・経営者・技術者の後継者育成は深刻な課題 ・職人と仏壇屋の後継者不足が最大の課題 ・薬剤師の確保が最優先であるが、有効な手段なし ・外国人就労者受入れに係る規制緩和が必要 ・技術継承のため、環境の整った作業場が必要
商品開発、技術開発、販路開拓	4	<ul style="list-style-type: none"> ・「光る浜ちりめん」は単価が高く、一般消費者への販売は困難 ・需要がない中、織の技術を学びたい人材は多く、販路開拓による需要拡大が必要 ・産地での最終製品製造は1%程度であり、今後はネット販売も視野に入れ、一般消費者にダイレクトに販売できる商品の開発が必要 ・職人の高度な技術を機械化により簡略化できる技術開発が必要
海外展開	3	<ul style="list-style-type: none"> ・海外展開はビッグプロジェクトであるが、行政の支援は単年度予算 ・海外展開では商談がまとまるまで数年必要 ・海外展開に意欲的な企業が固定化される傾向
産品、技術のPR	1	<ul style="list-style-type: none"> ・関東の顧客は産地に通う人もおり、高価格の商品でも購買意欲が高いが、PRが不足
その他		<ul style="list-style-type: none"> ・現在竹を仕入れている島根県の業者は高齢化が進み、将来の材料供給に不安 ・組合の結束力を高め、ブランドビジネスに取り組むため、個人事業者の勧誘が必要

(8)行政に対するニーズ(ヒアリング調査から)

項目	団体数	主な内容
商品開発、技術開発、販路開拓	3	<ul style="list-style-type: none"> ・販路開拓を含めた経営の安定化に向けた支援 ・販路開拓のバックアップ ・試作品の検査・分析機器の購入費補助
海外展開	3	<ul style="list-style-type: none"> ・数年間にわたる継続支援 ・数年間の継続的支援 ・個別企業に対する支援制度の創設
後継者の育成・確保、技術継承	2	<ul style="list-style-type: none"> ・職人の技術のアピールをはじめとした産地のバックアップ ・外国人の技能評価試験受験料に係る補助
産品、技術のPR	2	<ul style="list-style-type: none"> ・日本橋に開設されるアンテナショップに期待 ・知名度を図る展示会、イベントの開催 ・観光とタイアップし、地域の魅力を付加価値としたアピール ・職人の技術のアピールをはじめとした産地のバックアップ
その他		<ul style="list-style-type: none"> ・県内の竹林から竹材が安定供給ができるよう、林業とのマッチング

2 伝統的工芸品

(1) 伝統的工芸品の名称等

	工芸品名	製造地域	製造業者名	備考
1	近江上布	愛荘町	滋賀県麻織物工業協	国指定
2	網織紬	長浜市	奥田武雄 奥田重之	
3	秦荘紬	愛荘町	川口織物(有)	
4	綴錦	守山市・米原市	織匠〔宗八〕(株)清原織物	
5	ピロード	長浜市	長浜ピロード振興協会	
6	正藍染・近江木綿	湖南市	植西恒夫	
7	手織真田紐	東近江市	西村幸	
8	草木染手組組紐	大津市	(有)藤三郎紐	
9	近江刺繍	愛荘町	近江美術刺繍工芸社	
10	彦根織	彦根市	(有)青木刺繍	
11	楽器糸	長浜市	西山生糸組合 木之本町邦楽器原糸製造保存会 丸三ハシモト(株)	
12	鼻緒	長浜市	滋賀県花緒サンダル組合	
13	特殊生糸	長浜市	西村英雄	
14	押絵細工	近江八幡市	東川雅彦	
15	近江真綿	米原市	近江真綿振興会	
16	輪奈ピロード	長浜市	(株)タケツネ	
17	信楽焼	甲賀市	信楽陶器工業協	国指定
18	膳所焼	大津市	(有)膳所焼窯元 陽炎園	
19	近江下田焼	湖南市	(有)近江下田焼陶房	
20	(再興)湖東焼	彦根市	中川一志郎	
21	提灯	長浜市	かさぜん中川善輝	
22	ろくろ工芸品	長浜市	(有)松浦製作所 片山木工所	
23	竹根鞭細工	草津市	瀬川泰弘	
24	木製桶樽	竜王町	村田茂朋(問い合わせ先)	
25	高島扇骨	高島市	滋賀県扇子工業協	
26	上丹生木彫	米原市	上丹生木彫組合	
27	八幡丸竹工芸品	近江八幡市	(有)竹松商店	
28	木珠(高級木製数珠玉)	近江八幡市	(株)カワサキ	
29	彦根仏壇	彦根市	彦根仏壇事業協	国指定
30	浜仏壇	長浜市	浜仏壇工芸会	
31	銚金具	長浜市	辻清	
32	近江雁皮紙	大津市	(有)成子紙工房	
33	雲平筆	高島市	筆師第15世 藤野雲平	
34	和ろうそく	高島市 長浜市	(有)大興 北村雅明	
35	太鼓	愛荘町	正木専治郎 二代目 杉本才次	
36	大津絵	大津市	高橋松山	
37	梵鐘	東近江市	西澤吉太郎	
38	小幡人形	東近江市	細居源悟	
39	愛知川びん細工手まり	愛荘町	伝承工芸愛知川びん細工手まり保存会	
40	いぶし鬼瓦	大津市	美濃邊鬼瓦工房	
41	神輿	野洲市	(株)さかい	

(2) 景況感

項目	事業者数
大変よい	—
よい	10
悪い	20
大変悪い	17

(3) 人材確保の状況

項目	事業者数
不足していない	11
不足感 大	28
不足感 小	8

(4) 「経営面」での課題や取組

(単位: 者)

項目	課題あり	取組あり
需要や顧客の減少への対応	17	11
商品の開発、高付加価値化	8	6
技術開発	6	8
生産に関すること	8	2
人材に関すること	9	2
事業戦略に関すること	4	2
資金調達に関すること	4	1

(5) 「販売面」での課題や取組

(単位: 者)

項目	課題あり	取組あり
情報発信・PR	5	15
ブランディング	2	7
製品企画に関すること	3	9
マーケティングに関すること	3	7
海外展開に関すること	2	7
事業体制に関すること	1	1

(6) 特色ある取組

綴錦

地域産業資源「守山メロン」の幹や葉を染め材料とした絹糸を使い、つづれ織りの生地を制作。

楽器系(丸三ハシモト(株))

和楽器絃の製造ノウハウをベースに洋楽器(ウクレレ)用の弦を開発。

二胡、中胡、琵琶などの伝統楽器を有する中国への絹弦の販路拡大のため、国際楽器博覧会に出展。

木珠(高級木製数珠玉)

数珠玉そのものの生産が主であるなか、自社でアクセサリとして利用できるレアウッドビーズ・アクセサリを開発。

近江雁皮紙

長期保存できる大型サイズの美術用和紙を開発。

3-1 農林畜水産物

(1) 農林畜水産物の品目等

	産品	ヒアリング対象団体	構成員数等	品目
1	近江米	近江米振興協会	9団体+19市町	近江米
2	近江の伝統野菜	甲賀農業協同組合(JAこうか)	(JAこうか) 水口かんぴょう部会 10人 下田なす生産部会 10人 杉谷伝統野菜生産部会 16人	山田ねずみ大根、下田なす、杉谷なすび、杉谷とうがらし、水口かんぴょう、鮎河菜、日野菜、北之庄菜、豊浦ねぎ、小泉紅かぶら、秦荘のやまいも、赤丸かぶ、伊吹大根、万木かぶ
3	近江の茶	(一社)滋賀県茶業会議所	145者	近江の茶
4	近江牛	全国農業協同組合連合会滋賀本部畜産部	47者	近江牛
		滋賀県家畜商業協同組合	57人	
		滋賀県食肉事業協同組合	89社	
5	近江しゃも	滋賀県近江しゃも普及推進協議会	10社	近江しゃも
6	琵琶湖産魚介類	滋賀県漁業協同組合連合会	1,600人	あゆ、ます、ニゴロブナ等
		滋賀県淡水養殖漁業協同組合	24社	
		滋賀県真珠養殖漁業協同組合	(主な生産者)10者	びわパール
7	びわ湖材	県産木材活用推進協議会	6団体	びわ湖材

(2) 農林畜水産物の生産量等の推移

① 近江米

(単位:t)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/H20
1	近江米	173,300	167,400	167,700	164,700	170,300	189,300	157,100	158,500	91.5%

② 近江の伝統野菜

(単位:t)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H26/H20
1	近江の伝統野菜	643	363	396	417	305	352	404	—	62.8%

③ 近江の茶

(単位:t)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H26/H20
1	近江の茶	789	756	755	718	805	685	682	695	86.4%

④近江牛の肥育頭数

(単位:頭)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/H20
1	近江牛	9,690	10,116	11,361	11,167	11,768	11,904	11,684	12,165	125.5%

⑤近江しゃもの初生ひな供給羽数

(単位:羽)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/H20
1	近江しゃも	22,450	15,950	22,412	21,775	21,795	26,126	54,577	47,655	212.3%

⑥-1 琵琶湖産魚介類の漁獲量

(単位:t)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27(概数)	H27/H20
1	あゆ	724	555	681	553	525	409	408	476	65.7%
2	ます	33	28	31	52	23	17	14	22	66.7%
3	にごろぶな	39	41	24	45	48	39	51	49	125.6%
4	ほんもろこ	10	10	10	14	14	16	14	16	160.0%
5	すじえび てながえび	121	87	71	43	79	108	77	84	69.4%
6	しじみ	66	65	41	22	28	64	43	36	54.5%

⑥-2 あゆ養殖生産量

(単位:t)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H26/H20
1	あゆ養殖	689	480	566	512	508	488	466	—	67.6%

⑥-3 真珠養殖の浜揚量

(単位:kg)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/H20
1	真珠養殖	15	15	12	12	11	12	12	18	120.0%

⑦びわ湖材産地証明数量(一次発行)

(単位:m)

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/H20
1	びわ湖材	9,595	12,634	10,484	14,441	16,828	21,438	32,109	36,865	384.2%

〔農林畜水産物〕

(3) 景況感

項目	団体数
よい	1
悪い	2
横ばい～悪い	1
悪い～大変悪い	1
大変悪い	1

(4) 人材確保の状況

項目	団体数
不足していない	—
不足感 大	3
不足感 小	4

(5) 各団体における取組

① 情報発信PRツール

項目	団体数
ホームページの活用	8
SNSの活用	—
テレビでのPR	1
雑誌等でのPR	1
なし	—

② ブランディングの取組

項目	団体数
地域団体商標登録	2
商標登録	3
ロゴマーク	2

③ 海外展開戦略

項目	団体数
アジア、アメリカ、ヨーロッパ方面	2

④ 特色ある取組

近江米

■ ブランド化

化学合成農薬や化学肥料(窒素成分)の使用料を通常の半分以下に抑える「環境こだわり農産物」を推進し、作付面積の4割強まで拡大。

県独自の優良品種「みずかがみ(食用)」、「滋賀渡船(酒米)」、「滋賀羽二重糯(もち米)」を保有。

近江の伝統野菜

■ 直販化

杉谷なすび、とうがらし、水口かんぴょうは全量をJAこうかが買取り、JAの直売所のほかスーパー、ホテル、旅館等へ直販。

近江の茶

■ 新商品の開発

初摘み生茶葉をピューレ状に加工した商品や、抹茶とほうじ茶を使用したジャムを商品化。

■ 直販化

近江の茶の統一銘柄「極煎茶比叡」「琵琶湖かぶせ」をネットショップで直販。

近江牛

■ 経営の安定化

牛のエサとなる藁を県内農家から仕入れる(7~8割)とともに、牛糞を農家へ提供。
繁殖から牛肉販売まで牧場の6次産業化による収益アップ。

近江しゃも

■ ブランド化

継続的に取引を行う飲食店、小売店への認定証の交付を検討。

琵琶湖産魚介類

■ 販路開拓

湖魚や鮎ずしの調理法の紹介による消費の拡大、飲食店との直接契約。

びわ湖材

■ 県産材証明

公募により「びわ湖材」のマークを作成し、合法性が確認できる滋賀県内の森林から伐採された原木と、その原木を滋賀県内で加工した製材品等に表示。

(6) 課題(ヒアリング調査から)

項目	団体数	主な内容
後継者の育成・確保、技術継承	7	<ul style="list-style-type: none"> ・60歳以上の生産者が中心であり、高齢化と後継者不足が進んでいる。 ・収穫・栽培技術の習得に長期間を要する。 ・漁師の高齢化による廃業が進んでいる。 ・薬品の適正使用・管理に向けた薬剤師・魚類防疫士の確保が必要。 ・木材の伐採・搬出技術の伝承が進んでいない。
海外展開等	2	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出拡大には屠畜施設のハラール認証や海外の認証取得が必要。 ・海外や関東圏への販路拡大のため、組合のスタッフ増員等の体制強化が必要。
生産量の確保	5	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテル・旅館・飲食店等の需要拡大に対して作付面積の拡大には限界がある。 ・ふるさと納税による特定時期への発注の集中。 ・水質の悪化や外来種の増加による漁獲量の低下。 ・獣害による生産量・商品価値の低下。
生産コストの上昇	3	<ul style="list-style-type: none"> ・子牛価格の急騰による販売力低下が懸念される。
消費量の低下	4	<ul style="list-style-type: none"> ・食生活の変化による消費量の低下(米、湖魚)。

(7) 行政に対するニーズ(ヒアリング調査から)

項目	団体数	主な内容
後継者の育成・確保、技術継承	6	<ul style="list-style-type: none"> ・農家の後継者育成や雇用促進支援による農業労働人口の拡充。 ・栽培・収穫技術等の人材育成のサポート。 ・養殖技術を指導できる体制づくり。 ・人材確保・薬剤管理方法等のソフト面のバックアップ。 ・居住地に関係なく希望する漁業協同組合に加入できる規制緩和。
海外展開等	2	<ul style="list-style-type: none"> ・滋賀食肉センターのアメリカ等への輸出に向けた認証取得。 ・事業拡大に対応するための県や民間事業者からの出向を含めたスタッフの拡充。
産品、技術のPR	5	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランディングのストーリーづくりや産地ツアーの開催等、他産地との差別化と話題づくり。 ・観光地とのタイアップによる近江牛の販路拡大。
商品開発、技術開発、販路開拓	6	<ul style="list-style-type: none"> ・生産効率の向上に向けた栽培技術の研究。 ・大学等と連携した高品質な真珠生成の仕組みの解明と、ノウハウの蓄積。 ・伐採・搬出・加工の新しい技術や作業の効率化を図るシステムを研究・開発する研究機関の整備。 ・販路拡大にかかる顧客情報の提供。 ・消費増大に向けた食育の取組(学校給食を含む)。 ・ホテル・旅館で必ず「琵琶湖八珍」が提供されるといった取組。 ・木材の利用促進の取組。
生産量の確保	3	<ul style="list-style-type: none"> ・県内農家と連携した飼料用の藁、米、トウモロコシ、小麦等の安定供給。 ・西の湖における環境保全の取組の継続。 ・鹿の獣害被害の低減。
設備投資等の支援	4	<ul style="list-style-type: none"> ・飼育農家の規模拡張に向けた設備投資や就労者への支援。 ・人工池や養殖場、設備への資本投下。 ・新規参入者への漁船・漁具といった開業資金への支援。

3-2 加工品

(1) 主な加工品の品目等

	産 品	団 体 名	組 合 員 数	品 目
1	近江の地酒	滋賀県酒造組合	33	日本酒
2	菓子	滋賀県菓子工業組合	115	和菓子(餅、だんご等生菓子・煎餅・あられ等)
3	近江つけもの	滋賀県漬物協同組合	12	近江つけもの
4	水産加工品	滋賀県水産加工業協同組合	39	鮎ずし、湖魚の煮つけ等

(2) 企業数の推移

(単位:社)

	産 品	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	増減
1	近江の地酒	48	46	45	45	43	43	—	—	89.6%
2	菓子	—	—	—	149	140	132	127	115	77.2%

※「近江つけもの」「水産加工品」はデータなし。増減欄の「近江の地酒」はH25/H20、「菓子」はH27/H23。

(3) 生産量の推移

(単位:kl)

	産 品	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	増減
1	近江の地酒	3,679	3,580	3,147	3,573	3,258	3,545	—	—	96.4%

※「菓子」「近江つけもの」「水産加工品」はデータなし。増減欄はH25/H20。

(4) 景況感

項 目	団 体 数
大変よい	—
よい	—
悪い	3
大変悪い	1

(5) 人材確保の状況

項 目	団 体 数
不足していない	—
不足感 大	2
不足感 小	2

(6) 各製品の主な取組

① 情報発信PRツール

項 目	団 体 数
ホームページの活用	2
SNSの活用	—
テレビでのPR	—
雑誌等でのPR	—
なし	2

② ブランディングの取組

項 目	団 体 数
地域団体商標登録	—
商標登録	—
デザイナーとのコラボ	—

③ 海外展開戦略

項 目	団 体 数
アジア方面	—
アメリカ方面	1
ヨーロッパ方面	—

〔加工品〕

④特色ある取組

近江の地酒

工業技術総合センターに設置した酒造技術研究会で、講習会や研修会を実施し酒造技術の向上を図っている。

滋賀は、水、杜氏といった良質な日本酒をつくる環境がそろい、6年前には山田錦の父にあたる滋賀渡船が新品種として復活。（農業技術振興センターに保管されていた種を使用）

秋葉原にある「ちゃばら」は首都圏へのPRとして大きな役割を担っている

菓子

30～40人の菓子職人が参加する技能講習会の実施。

もち米、うるち米等の共同購入。

主婦層や学生をターゲットにしたお菓子教室を計画。

ぶどう、アドベリーといった特産品のお菓子づくりに取り組んでいる。

滋賀固有のブランド米「滋賀羽二重糯」や滋賀県産の果物を使用し高品位な商品を販売。

近江つけもの

大手スーパー等による大量発注に対して、数社が協力して製品を納入する。

滋賀の伝統野菜（下田なす、赤丸かぶ、日野菜等）を使用した滋賀県ならではの高品質で安心、安全な漬物を提供できる。

組合員の5割がS-HACCPを取得済み。

漬物製造管理士一級・二級・三級の評価制度を導入。技術力の向上に取り組んでいる。

水産加工品

農林水産大臣賞や県知事賞などを授与する県水産物加工品品評会を年1回開催している。

コアユ、二ゴロブナ等の琵琶湖固有種から「琵琶湖八珍」の名産が生まれている。

(7) 課題(ヒアリング調査から)

項目	団体数	主な内容
時代の変化および社会的影響	3	<ul style="list-style-type: none"> ・食中毒による消費者離れ。 ・米からパンへの主食の移行。 ・コンビニでの格安製品の影響。 ・S-HACCPに対応できない。(規模の問題)
後継者の育成・確保、技術継承	3	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢化により休業状態になり組合を脱会している。 ・組合員の5割は後継者不足で組合活動にも積極的に参加できない。 ・イベント等を行うための人員を配置できない。
商品開発、技術開発、販路開拓	2	<ul style="list-style-type: none"> ・販路拡大とPR不足が課題。 ・展示会、イベントへの積極的な出展、PR
組合の運営	2	<ul style="list-style-type: none"> ・組合員の脱会が続いている。 ・融資先企業の倒産により赤字経営となっており存続が難しい状況。
老朽化(店舗・設備)	2	<ul style="list-style-type: none"> ・業績の悪化により、投資ができない。 ・ヒット商品をつくるにも、設備投資が必要。
産品、技術のPR	1	<ul style="list-style-type: none"> ・滋賀産のものが京都産として売られている。 ・地域団体商標登録が却下された。

(8) 行政に対するニーズ(ヒアリング調査から)

項目	団体数	主な内容
経営のサポート	2	<ul style="list-style-type: none"> ・経営の安定化に向けた取組支援。 ・地域団体商標等の登録に向けたバックアップ。 ・S-HACCPの認証マークが統一されていない。普及、啓発を促進するための統一ルールの制定。
産品、技術のPR	2	<ul style="list-style-type: none"> ・PR活動への支援 ・観光とタイアップしたPR活動のバックアップとアイデアを求める。
商品開発、技術開発、販路開拓	1	<ul style="list-style-type: none"> ・展示会等のイベントの情報提供。販路開拓や商品開発に結び付く組合活動のバックアップ。

第1回 近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する施策推進協議会 における主な意見

○日時 平成28年9月26日(月) 10:00~12:00

○議題

- (1) 近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する条例について
- (2) 実態調査(中間報告)について
- (3) 滋賀県における平成28年度関連施策について
- (4) 基本指針について

【主な意見】

○全般的な事項

- ・地域がどういう方針を持っているのか明確に示されないと、大きなところでの議論ができない。
- ・近江商人は行商をしていた。知事を筆頭にキャラバン隊として日本全国に売り込んで欲しい。
- ・首都圏情報発信拠点では、滋賀県内の企業が効果的に活用できる働きかけをお願いしたい。
- ・うまくいっている地域は、高校生ぐらいから地域とかなりの結びつきがあり、体験を継続的に行っている。こういう会議でも教育関係では、大学だけでなく、高校の先生がはいっているといろいろな意見がでてくる。ヒアリングだけでもするとよい。
- ・海外で多くの国の人が日本の文化に関心を持っている。こうした点で、これまでと違った価値を提供していける可能性がある。

○地場産業・伝統的工芸品

- ・地場産業は、危機を迎えたり、復活したりの繰り返しになっている。
- ・まずは業界の悩みを含めて地元の市民に知ってもらうことが重要。地元の次は広く県民にも知ってもらう。
- ・県民に地場産業をもっと知っていただき、もっと使っていただけるよう、県も応援していただきたい。

・分業制のため、途中の一つの作業が抜けると全体が滞るので、1人の職人がマルチに工程を覚えてもらう試みもしたいが、1つの工程を習得するのに1年かかるものなので、マルチでやるには複数年かかる。このため、長い目でみる支援のシステムがあると有り難い。

・生産は生産で、販売は販売で、得意分野をのぼしてもらって、足りない部分を補っていく仕組みをどう作るかが課題。

・県から支援をいただいている補助金については、半額補助であるため残りの半分を負担しなければならない。これ自体も厳しいので、全額でなくても良いのでもう少し補助率を上げて欲しい。

○農林畜水産物・加工品

・県民の地場産業と地場産品への愛着が増す取り組みが必要である。

・旅館でも地元の食材をだしてもらおう等、まずは地元で使ってもらえる努力をしなければならない。

・びわ湖の魚は安定供給が難しいという課題がある。

・学校給食に活用してもらって地元を知ってもらおうとともに、世界のスーパーシェフに食材として使ってもらおう等、独自ブランドとして差別化を図っている。

・現状が厳しいため、親族等に後を継がせないところがある。

・地域特産品の組合にはこれまで支援がなかったが、新たな支援制度ができ、組合間の連携をしてもらっている。

・TPP協定を受け、社会的ルールが変わる中でどのような活路をみいだすかという問題がある。