

近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する 基本的な指針(案)について

1 これまでの経過等

「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(平成28年3月施行)」第7条に基づき、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の総合的な推進を図るため、基本的な方向、目標、施策の内容等を定めた「近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する基本的な指針」(以下、「基本指針」という。)を本年度中に策定することとしている。

策定にあたっては、地場産業組合等に対するヒアリング調査やアンケート調査により実態を把握するとともに、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(以下、「協議会」という。)の開催や、県民政策コメントの実施等により広く意見聴取を行い、このたび基本指針(案)を取りまとめた。

2 策定経過

平成28年7月～9月	ヒアリング等の実施
平成28年9月26日	第1回協議会(基本指針構成案について)
平成28年10月7日	県議会(地方創生・行財政対策特別委員会) (基本指針構成案について)
平成28年12月5日	第2回協議会(基本指針(原案)について)
平成28年12月26日	県議会(地方創生・行財政対策特別委員会) (基本指針(原案)について)
平成28年12月27日 ～平成29年1月27日	県民政策コメント、市町・関係団体意見照会
平成29年3月2日	第3回協議会(基本指針(案)について)
平成29年3月14日	県議会(地方創生・行財政対策特別委員会) (基本指針(案)について)

3 今後の予定

平成29年3月下旬 基本指針策定・公表

「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(原案)」
に対して提出された意見・情報とそれらに対する滋賀県の考え方について

1 県民政策コメントの実施結果

平成28年(2016年)12月27日(火)から平成29年(2017年)1月27日(金)までの間、滋賀県民政策コメント制度に関する要綱に基づき「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(原案)」についての意見・情報の募集を行った結果、18者(市町、団体を含む)から38件の意見・情報が寄せられました。

これらの意見・情報について、内容ごとに整理し、それらに対する考え方を以下に示します。

なお、取りまとめにあたり、提出された意見・情報の一部はその趣旨を損なわない範囲で内容を要約したものとなっています。

2 提出された意見・情報の内訳

項目	件数
1 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位置づけ等	—
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	8件
3 基本的な方向	2件
4 基本目標	1件
5 施策の内容	15件
6 推進体制	4件
参考資料	6件
その他	2件
合計	38件

3 「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(原案)」に対して提出された意見・情報とそれらに対する滋賀県の考え方

No	頁	意見・情報等(概要)	意見・情報等に対する県の考え方(案)
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			
1	2	この記述だけを読むと、他の産地と異なり薬産地だけは順調に伸びを示し、順調・堅調と読めるが、実際は薬産地でも一部の企業が一般用医薬品から医療用医薬品への切替えに成功し、生産額が伸びを示しているが、それ以外の滋賀の伝統的な一般用医薬品だけを製造する企業の現状は大きく異なる。これらの企業はどこも、ドラッグストアとの低価格競争や配置販売業の低迷など厳しい状況に直面しており、海外に新たな販路を求め、アジア地域の市場調査を続けている。	正確に産地全体としての状況を表現するため、2(1)の記述を以下のとおり修正します。 【修正前】 「地場産業の動向は、甲賀・日野の薬産地では中堅企業を中心にジェネリック医薬品などへの進出により生産額が順調に伸びを示し、順調・堅調といえるが、他の産地では…」 【修正後】 「産地ごとの動向は、甲賀・日野の薬産地では中堅企業を中心にジェネリック医薬品などへの進出により生産額を伸ばしている。他の産地では…」
2	2	高島綿織物の登録商標認可は平成24年1月のため、修正願いたい。	ご指摘のとおり修正します。
3	3	生活様式の変遷により着物離れが進んでおり、伝統を守りながら、新商品を開発するしかありません。	県としても、公設試験研究機関を中心に近江の地場産業事業者等に対する技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援を進めてまいります。
4	3	伝統的工芸品生産事業者からの意見については、県が行った調査を踏まえた記述と思われるが、(経営状況の後にそうした説明がなく意見が書かれているため)記述に唐突感がある。	ご意見をふまえ、以下のとおり記述を修正します。 【修正前】 「今後の事業の方向性について、「伝統を守りながら…」 【修正後】 「また、県が今年度実施した実態調査からは、今後の事業の方向性について、「伝統を守りながら…」
5	3	「イ 課題」について、一つの文章に「国内需要全体の低迷」「製品需要の低下」「需要や顧客の減少」とあり、わかりにくい。	需要の低下については「ア 現状」の項目にも記載していることから、以下のとおり記述を修正します。 【修正前】 「…国内需要全体の低迷やライフスタイルの変化による製品需要の低下などにより需要や顧客が減少しており、営業力・販売力の…」 【修正後】 「…国内需要全体の低迷やライフスタイルの変化などに対応するため、営業力・販売力の…」
6	4	公共工事、公共事業の際に地場産品を優先的に使用してほしい。	地場産業・地場産品の振興に向けて、まずは県民の皆様が地場産品に触れる機会をふやすことが必要と考えており、地産地消の推進に向けた取組を進めてまいります。

7	4	近江の茶については、茶業関係者では高い評価を得ていますが、小さい産地のため、消費者、特に首都圏では「近江の茶」は知られておらず、今後は首都圏でのPRと海外への販路開拓が大きな課題となっています。	県としても、大消費地である首都圏や海外に向けての地場産品等の販路開拓は重要な課題であると考えており、新たに整備する情報発信拠点等を活用して認知度向上に向けた取組を進めてまいります。
8	4	「学校等との連携による食育・木育活動」に加えて「農業体験学習」を追記していただきたい。	ご意見をふまえ、2(3)の記述を以下のとおり修正します。 【修正前】 「学校等との連携による食育・木育活動、」 【修正後】 「学校等との連携による食育・木育活動や農業体験学習、」
3 基本的な方向			
9	5	3(2)に「研究開発」が挙げられているが、3(3)がある中、少し違和感を感じます。	3(3)が商品開発に向けた事業者の研究開発や産学官等の連携による研究開発に対する支援を表しているのに対して、3(2)では技術・経営革新に向けた研究開発等について記述しているため、原案のとおりとします。
10	6	3(3)について、調査研究、産学官連携などによる新たな事業展開を促進する旨の記載があるが、「ア」「イ」には具体の記述がない(または読み取りにくい)。	ご意見をふまえ、3(3)アの記述を以下のとおり修正します。 【修正前】 「近江の地場産品のもつ優れた品質や長い歴史の中で培われた技術を活かしつつ、めまぐるしく変化する消費者の嗜好や社会情勢に対応した新しい商品・技術の開発促進、デザイン力の強化に向けた取組を進める。」 【修正後】 「近江の地場産品のもつ優れた品質や長い歴史の中で培われた技術を活かしつつ、産学官の連携等により、めまぐるしく変化する消費者の嗜好や社会情勢に対応した新しい商品・技術の開発促進、デザイン力の強化に向けた取組を進める。」
4 基本目標			
11	7	「近江の地場産品」として認知していただいた上で購入していただくためには、「近江の地場産品」の良さ、こだわり、強み等をより理解してもらう必要がある。県民に地場産品の愛用、推進を図るため、中小企業団体中央会が平成28年度より実施している地域産業ブランド発信事業について財政的支援の継続を要望する。	地場産品の魅力を県外へ向けて発信するため、まずは県民の皆様にご購入・使用し、良さを体感していただくことも目標の1つとしており、必要な支援に努めてまいります。

5 施策の内容			
12	7	<p>地場産業等においては経営資源に限りのある中小企業、小規模事業者が非常に多く、企業単独では新たな取組等を行うことが困難である。より効果的な成果を求めるのであれば、中小企業組合制度を活用した支援策を積極的に講じる必要がある。</p>	<p>地場産業等の振興に向けては、地場産業組合等と連携した取組が重要と考えており、必要な支援に努めてまいります。</p>
13	7	<p>施策の内容全般について公設試験研究機関がクローズアップされているが、新製品・新技術の開発、販路開拓等において滋賀県産業支援プラザ等の産業支援機関の役割の必要性を明記されたい。</p>	<p>県の基本指針であることから、県の機関である公設試験研究機関の取組を中心としていますが、産業支援機関等との連携は地場産業の振興にとって大変重要なものと認識しています。ご意見の趣旨をふまえ、「6 推進体制 (3) 関係機関・団体との連携」の項目で以下のとおり産業支援機関との連携についても記述することとします。</p> <p>【修正前】 「県は、地場産業・地場産品関係団体や関係市町との連携を密にして施策の推進を図るものとする。」</p> <p>【修正後】 「県は、地場産業・地場産品関係団体や関係市町および県内経済団体、産業支援機関等との連携を密にして施策の推進を図るものとする。」</p>
14	7	<p>県下の民間、公共の観光施設、宿泊施設との連携、販売の強化を進めてほしい。</p>	<p>関係機関・関係団体等と連携したイベントの開催等により地場産品のPRに努めてまいります。</p>
15	8	<p>近江の地場産品のPRイベントについて、大いにお願ひします。</p>	<p>今後とも地場産品のPRイベント等を通じて需要の拡大に努めてまいります。</p>
16	8	<p>県にもいろいろなPR冊子等があると思うので、PRしてほしい。また、東京の夢プラザに出品すると送料がかかり、手数料(15%)が引かれたうえに、領収書を送れと言われ手間が煩雑です。PRの方法についても何か考えられると思う。</p>	<p>ホームページや広報誌等を活用した地場産品のPRや、PRイベントの開催等により今後とも地場産品の認知度向上に取り組んでまいります。</p>
17	8	<p>製品を県の行事の備品として使用してほしい。</p>	<p>地場産業・地場産品の振興に向けて、まずは県民の皆様が地場産品に触れる機会をふやすことが必要と考えており、地産地消の推進に向けた取組を進めてまいります。</p>
18	9	<p>金融機関の融資の活用のほか、国等の公的な資金の活用促進を追加されたい。</p>	<p>ご意見をふまえ、以下のとおり修正します。</p> <p>【修正前】 「近江の地場産業事業者等に対する、金融機関と協調した長期・低利の融資の活用促進」</p> <p>【修正後】 「近江の地場産業事業者等に対する、国等の公的資金や金融機関と協調した長期・低利の融資の活用促進」</p>

19	9	陶芸設備の新規築炉、修理等に対する補助を実施してほしい。	一定の要件を満たす新商品、新技術の開発にかかる設備の整備については補助制度を設けております。
20	9	産学官連携については「3 基本的な方針」では新たな事業展開を行うこととしているが、「5 施策の内容」では共同研究等の実施しか記載がない。	本指針における産学官連携は当然新たな事業展開を目指すものであり、共同研究等によって生み出された商品について販路の開拓に向けたコーディネートの実施およびその支援を行うこととしています。
21	9	おおいに公設試験研究機関を利用し助言をいただきたいと思います。	公設試験研究機関を中心として新商品開発のための調査研究等を推進してまいりたいと考えておりますので、ご活用をお願いいたします。
22	9	5(2)アに「試験研究」や「技術・経営革新」が挙げられているが、5(1)エや5(3)がある中、少し違和感を感じます。	5(1)エや5(3)が商品開発に向けた事業者の研究開発や産学官等の連携による研究開発に対する支援を表しているのに対して、5(2)アでは技術・経営革新に向けた試験研究等について記述しているため、原案のとおりとします。
23	9	有料でもいいので、各分野で実績を上げている経営者、プロデューサーによるセミナー等を半年～1年程度で数回に分けて実施できないでしょうか。	新たな商品開発や販路開拓等には、いただいたご意見のような支援も重要であると考えられることから、今後の取組の参考とさせていただきます。
24	9	人材育成のための県からの補助金制度を導入してほしい。	従事者の高齢化や後継者の不足といった人材面の問題に対しては、いただいたご意見のような支援も重要と考えられますので、今後の取組の参考とさせていただきます。
25	9	後継者育成もさることながら、起業・創業者の育成の視点を明記する必要があると考えます。	担い手となる人材確保に向けて、新規参入も重要な要素と考えており、「5(4) ア 担い手となる人材の確保のための情報提供」の項目に記載しています。
26	10	展示会や催事の際の人員、人件費またそれに関わる費用負担の軽減。	地場産品に対する関心および理解を深めるためには、展示会等における事業者の負担の軽減により積極的な発信を進めることも重要と考えられることから、今後の取組の参考とさせていただきます。
6 推進体制			
27	11	公共施設、企業に「彦根バルブ」のメーカーの製品が使用できないかを検討の上、地域製造業発展のために出来る限り使用するよう奨励していただきたいと思います。滋賀国体での施設建設では多くの多種多様なバルブが必要になると思います。行政機関内での意見調整をしていただき、同じことなら「彦根バルブ」の製品を是非ご検討をお願い申し上げます。	地場産業・地場産品の振興に向けて、まずは県民の皆様が地場産品に触れる機会をふやすことが必要と考えており、地産地消の推進に向けた取組を進めてまいります。

28	11	地場産業にも商業・工業・伝統産業等異なる製品があります。工業製品のメーカーの顧客と一般顧客がターゲットになる産業とは、展示会やPR方法が相違します。その点も踏まえ、出来れば別々に意見を聞いていただきたく存じます。	「関係者による協議会」については、幅広い分野を俯瞰して全般的なご意見をいただくため、地場産業組合等の各団体の事情に精通した中小企業団体中央会からご参加をいただいているほか、地場産業等の実情に詳しい学識経験者の方にご参加をいただいております。 今後、具体的な施策の検討にあたって個別にご意見等もお聞きしたいと考えています。
29	11	中小企業団体中央会等との連携を密にして施策の推進を図るものとする」と明記していただきたい。	ご意見の趣旨をふまえ、以下のとおり修正します。 【修正前】 「県は、地場産業・地場産品関係団体や関係市町との連携を密にして施策の推進を図るものとする。」 【修正後】 「県は、地場産業・地場産品関係団体や関係市町および県内経済団体、産業支援機関等との連携を密にして施策の推進を図るものとする。」
30	11	より実効性のある指針とするため、プラザ等の産業支援機関なども含めた内容とすべきではないか。	ご意見の趣旨をふまえ、6(3)の項目を以下のとおり修正します。 【修正前】 「県は、地場産業・地場産品関係団体や関係市町との連携を密にして施策の推進を図るものとする。」 【修正後】 「県は、地場産業・地場産品関係団体や関係市町および県内経済団体、産業支援機関等との連携を密にして施策の推進を図るものとする。」
参考資料			
31	-	対象の産品について随時更新ができるよう市町へ照会を行ってほしい。	伝統的工芸品および地域産業資源の更新については、定期的に市町へ照会を行っています。
32	-	彦根ファンデーションの産地が「彦根市、長浜市」となっているが、実際には「彦根市、犬上郡、東近江市」なので訂正願います。	ご指摘のとおり修正します。
33	-	近江日野商人の主力商品であった「日野椀」について、伝統的工芸品に追加をお願いしたい。	伝統的工芸品の知事による指定については、製造事業者からの申請に基づき、懇話会での有識者の意見をふまえて定期的に更新しています。

34	-	日野菜は、日野町をはじめ、東近江市、草津市や県下各地域で栽培されている。対象とする範囲では、県下全域または複数市町にまたがる品目とあるが、地域産業資源として指定された品目でもあり、日野菜という文言で追加をお願いしたい。	日野菜については、「近江の伝統野菜」の1つとして指針の対象に含まれていますが、現在、日野菜は日野町単独の地域産業資源として登録されているため、個別に本指針の別表には記載していません。 地域産業資源の指定については、各市町等からの推薦に基づき毎年実施しています。
35	-	ウ③の製造、加工品についてもウ①の地域産業資源と同様に名称、地域等を具体的に明記していただきたい。	製造、加工品については対象となる物品が多岐にわたっており、すべてを列挙することは困難なため原案のとおりとします。
36	-	地域団体商標に登録された「高島ちぢみ」をアピールし認知度を少しでも高めたいので、アの表中の「綿クレープ」を「高島ちぢみ」に変更していただくことを望みます。	ご意見のあった表については、個別の商品ではなく各産地で生産される品目を記載するものであることから、原案のとおりとします。 今後の施策の中で商品等のPRを実施するにあたっては、「高島ちぢみ」等の名称を積極的に使用してまいります。
その他			
37	-	今後の滋賀の地場産業、地場製品のあり方や振興について我々業者と県とで意見交換の場をつくっていただきたいです。	今後、具体的な施策の検討にあたって個別にご意見等もお聞きしたいと考えています。
38	-	岐阜県より生繭原料を入荷しているが、高齢化が進んで年々減少しており、現在、自家蚕の養蚕をはじめている。浅井歴史民俗資料館にて年に2回小中学生大人の糸取を実習している。	技術の継承に向けてご活動をいただき、ありがとうございます。今後の取組の参考とさせていただきます。

第3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29年3月2日(木) 10:00~11:30

○議題

- (1) 基本指針(案)について
- (2) 実態調査結果について
- (3) 平成29年度関連予算(案)について
- (4) 首都圏情報発信拠点の整備について
- (5) その他

○主な意見

【基本指針(案)等に対する意見】

- ・伝統は守るだけではなく、連続した革新が必要であり、県には継続的なサポートをお願いしたい。
- ・未来の後継者の確保に向けて小中学生等が地場産品にふれる機会を提供するのは大事なこと。そのことがよりわかりやすく伝わるような文書にした方がよい。
- ・未来の人材は大事であるが、現状では、即戦力が必要な状況である。
- ・人材確保のため、今年度、体験会を行った。好評で良い感触ではあったが、いかに繋ぎ止められるかが課題である。
- ・「PR」が最も大事だと考えており、そのことがこの指針の中で読み取れるようにしてほしい。商品売り込むことはもちろん、名前を売っていかねばいけない。
- ・「PR」は、ある程度継続していくことが重要である。
- ・3年後、5年後にどのような状態に持っていくのか、それぞれの産地や生産者の方と意見交換をしながら、具体的な目標をつくっていききたい。
- ・現状や課題、今後の方向性は整理できていると思う。今後、施策をしっかりと実施していくことが大事である。

- ・アンケートの景況感でよいと答えているところもあり、何故、うまくいっているかを分析して、皆で共有してもよいのではないか。

【首都圏情報発信拠点の整備についての意見】

- ・首都圏情報発信について、チャレンジしていこうという部分を取り入れてほしいと要望している。
- ・非常に良い場所であり、しっかりとやっていかないといけない。主体となるメーカーや生産者の意見を伝えていきたい。

近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する

基本的な指針(案)概要版

1 基本指針の位置づけ等

- 目的：現状と課題を明らかにし、県が目指すべき方向性と必要な施策の内容を示すことにより、施策の総合的な推進を図ることを目的とする。
- 期間：基本目標に向けた平成29年度から33年度までの5年間

2 近江の地場産業および近江の地場製品を取り巻く現状と課題

- 近江の地場産業で製造される物品
 - ・ 生産額は横ばいまたは減少傾向となっているが、高付加価値化やブランド化を目指した取り組みも行われている。
 - ・ 各産地では、販路開拓や商品開発といった需要開拓に苦心しており、各産地の有する高度なものづくり技術を十分に活かした市場へのアプローチが課題。
- 伝統的工芸品
 - ・ ほとんどの事業者で売上や利益は横ばいまたは減少傾向で、経営環境が厳しく、また、従業者の高齢化により後継者の確保が困難。
 - ・ 経営面では、営業力・販売力の維持強化、技法の伝承・技術力の維持等が、販売面では、情報発信力やPR力の弱さが課題。
- 農林畜水産物等
 - ・ 消費拡大に向けブランド強化などが進められているが、需要の縮小とともに、担い手減少、生産コストの増大など、安定供給に向けた問題がある。
 - ・ 県外での認知度向上、地産地消とともに県外・海外市場への販路開拓、担い手の確保・育成、人材育成等が課題。

3 基本的な方向

- 近江の地場製品の需要の拡大
 - ・ 近江の地場産業が有する歴史、伝統、文化や技術といった価値の発信
 - ・ 県民の地場産業等に対する認知度向上と地産地消の推進
 - ・ 首都圏や海外といった新たな市場への販路開拓
- 近江の地場産業事業者等の経営基盤の強化
 - ・ 経営改善および合理化の支援
 - ・ 資金供給の円滑化
- 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
 - ・ 消費者の嗜好や社会情勢の変化に応じた新商品・新技術の開発やデザイン力強化
 - ・ 新ビジネスの創出に向けた多様な主体の連携による取組の促進
- 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
 - ・ 担い手となる人材の確保
 - ・ 後継者の育成および技術の継承の推進
 - ・ 未来の後継者の確保に向けた取組の推進

4 基本目標

○ 将来の姿

県民の近江の地場産業や近江の地場産品に対する誇りと愛着を基盤として地産地消の取組が進むとともに、首都圏等や海外への販路拡大や業種間の連携の推進による新たな市場開拓によって認知度が向上し、県全体のブランド力強化につながっている。

○ 基本目標

- ・ 県民の地場産業や地場産品についての理解が進み、生活の中で日常的に地場産品を購入・使用している。
- ・ 全国や海外へのPRが進み、一部の地場産品については継続的な取引が行われるとともに、「近江の地場産品」として消費者の認知度が向上している。
- ・ 県内外の人々が地場産業等の生産の現場に触れる機会が増え、新たに地場産品等に携わりたいと希望する人が増加している。

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

- ・ PRイベントや地産地消を推進するキャンペーンの実施、PR活動に対する支援
- ・ 首都圏情報発信拠点等を活用したPRイベントの開催、販路開拓等取組支援
- ・ 海外展開戦略に係る取組支援
- ・ 技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援
- ・ 情報発信ツールやインターネット等を活用した産地情報や産品情報のPR

○ 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

- ・ 経営改善および合理化推進のための支援
- ・ 公的資金や金融機関と協調した長期・低利の融資の活用促進

○ 商品開発に係る調査研究、多様な分野における事業展開の促進

- ・ 高度化、多様化するニーズに対応した新商品開発のための調査研究の推進
- ・ 新ビジネスの創造に向けた異分野・異業種の連携による商品開発等の促進

○ 担い手となる人材の確保・育成、資質向上への支援、優れた技術等の継承の推進等

- ・ 担い手となる人材確保のための情報提供
- ・ 後継者育成や技術継承のための取組の実施および支援
- ・ 未来の後継者確保に向けた小中学生や高校生の地場産業等にふれる機会の提供

○ 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

- ・ 地場産業等への関心を高め、理解を促進するPRイベント等の実施
- ・ 小中学生や高校生が地場産品にふれ、理解を深める機会の提供

○ 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定期的な調査および分析

- ・ 実態について概ね5年を目安として調査を実施

6 推進体制

○ 庁内推進体制の整備、関係者による協議会の運営、関係機関・団体との連携

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(案)

1 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位置づけ等

(1) 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目的

長い歴史や独特の風土、文化等の中で生まれ、近江商人により全国に広められたことなどにより地域産業として定着した近江の地場産業および近江の地場産品は、地域の住民にとっての誇りです。その力を最大限に発揮させ、成長産業となるようにさらに育成していくとともに、関係者が互いに連携・協働して豊かな地域づくりを進め、地域の個性と特色を生かした地方創生を実現していくことが必要です。

このため、滋賀県では、近江の地場産業および近江の地場産品がこれまで培われた優れた技術および技能を活用して時代の変化に適合していくため、新たな取組を積極的に推進し、地域経済および地域社会の発展に寄与することを目的として「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」(以下、「条例」という。)を平成28年3月に施行しました。

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(以下、「基本指針」という。)は、条例第7条に基づき、現状と課題を明らかにし、県が目指すべき方向性と必要な施策の内容を示すことにより、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を図ることを目的として策定します。

なお、施策の推進に当たっては、滋賀県産業振興ビジョンや滋賀県農業・水産業基本計画等の部門別計画に定める方向性を踏まえることとします。

(2) 基本指針の期間

本基本指針は、基本的な目標に向けた平成29年度から平成33年度までの5年間の方針とし、今後の諸情勢の変化を踏まえて必要に応じ見直しを行います。

(3) 対象とする近江の地場産品等の範囲

ア 近江の地場産業で製造される物品(条例第2条第3項第1号関係)

イ 伝統的な技術、技能等を用いて県内で製造される工芸品(条例第2条第3項第2号関係)(以下、「伝統的工芸品」という。)

伝統的工芸品産業の振興に関する法律（昭和 49 年法律第 57 号）第 2 条第 1 項の規定により経済産業大臣が指定した伝統的工芸品およびこれに掲げる伝統的工芸品に準ずるものとして知事が別に定める伝統的な工芸品。

ウ 県内で生産され、本県を代表する農産物、林産物、畜産物および水産物ならびにこれらを原料または材料として製造し、または加工した物品であって、知事が認めるもの（条例第 2 条第 3 項第 3 号関係）（以下、「農林畜水産物等」という。）

中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律（平成 19 年法律第 39 号）第 4 条に基づき地域産業資源として指定された農林水産物のうち県下全域または複数市町にまたがる品目、特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（平成 26 年法律第 84 号）第 6 条に基づき農林水産大臣の登録を受けた品目およびこれらを使用し、製造・加工した物品。

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

（1）近江の地場産業で生産される物品

ア 現状

地場産業は、地域の歴史、風土などの地域資源を反映し、地域経済の基盤となっている産業であり、滋賀県では 9 つの産地が形成されています。

産地ごとの動向は、甲賀・日野の薬産地では中堅企業を中心にジェネリック医薬品などへの進出により生産額を伸ばしています。他の産地では、バブル崩壊以降長期にわたった景気低迷の影響や低価格輸入品との競合、また生活様式の変化や消費者ニーズの多様化の影響も加わって、生産額は横ばいまたは減少傾向となっています。

こうした中で、地域に培われた独自の技術やノウハウを活かし、高付加価値化、ブランド化を目指した新商品の開発や海外販路開拓を行う企業もみられます。

高島綿織物では、平成 24 年 1 月に「高島ちぢみ」が登録商標に認可され、新たな市場開拓に向けた取組等を進めています。湖東麻織物や信楽陶器では、産地の有する技術を活かした新商品の開発や海外展開（ヨーロッパ、アジア地域）への試み等がなされており、長浜縮緬では、純白のウェディングドレスや光る縮緬等のように新たな技術・製品開発にチャレンジしています。彦根仏壇では、地元に着した七曲がり彦根仏壇展や後継者育成のための仏壇技術伝承塾の開講等を行っています。彦根ファンデーションでは、海外の人材を紹介する等の人材確保に力をいれており、高島扇骨では、地元産の竹を

材料としたブランド化等に取り組んでいます。これらの取組は、一定の成果を上げている産地もありますが、多くは緒についたばかりであり、事業の継続的推進に向けた支援とその拡充が必要とされています。

イ 課題

新たな需要開拓に向けた取組のなかで、新分野への進出や販路開拓は新商品開発と「車の両輪」として捉えるべきですが、市場調査等が不十分なまま、生産者の発想のみで事業が進められるケースも存在しています。これらの需要開拓の取組は、市場への浸透、ブランディングといった時間を要するため、各産地で苦心している状況にあり、加速化に向けて各産地の有する高度なものづくりの技術を十分に活かした市場へのアプローチが課題となっています。

(2) 伝統的工芸品

ア 現状

滋賀県には、琵琶湖を中心とした自然環境や歴史に育まれ、実用性と美しさを兼ね備えた工芸品が数多く存在しており、伝統性と手工業的な要素を継承しつつ、地域に根ざした資源として地域経済の発展に寄与するとともに、人々の生活に潤いと豊かさを実現するものとして大きな役割を果たしてきました。

前項の地場産業と同じく、伝統的工芸品についても厳しい経営環境に置かれており、売上動向や経常利益については、ほとんどの事業者が横ばい、または減少傾向となっています。また、熟練技術を要する伝統的工芸品において従事者の高齢化が進んでおり、確保も困難な状況です。

また、県が今年度実施した実態調査からは、今後の事業の方向性について、「伝統を守りながら、これを高めていきたい」や「これまで守ってきた伝統を維持していきたい」という思いが強い一方で「伝統的工芸品に限らず、新しい技術・デザインとの融合を図っていきたい」と新たな商品開発、事業展開に対して関心を持っている事業者も約3割存在しています。

後継者が決まっている事業者は約3割にとどまり、約2割の事業者については「事業に将来性がない」等の理由により事業を継続するつもりがないとしています。

イ 課題

経営面においては、国内需要全体の低迷やライフスタイルの変化などに対応するため、営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓および新商品の開発が、また、人材面では、従事者の高齢化、後継者の不足といった問

題により技法の伝承や技術力の維持・強化等が課題となっています。

さらに、販売面においては、情報発信力やPR力等の弱さからメディアやホームページ等を用いた発信が課題であり、対応が必要です。

(3) 農林畜水産物等

ア 現状

滋賀県では、豊かな自然の恵みを受けて、近江米をはじめ、近江の伝統野菜、近江の茶、近江牛、琵琶湖産魚介類、びわ湖材など、滋賀ならではの多彩な農林畜水産物が生み出されています。また、これらの食材等を原材料として、滋賀の地酒や漬物、鮎ずしなどの加工品も生産され、本県が誇る特産品として消費者のもとに届けられています。

これら製品の消費拡大に向けてブランド力向上などの取組が進められているが、需要の縮小とともに、生産・供給面において、担い手の減少、高齢化や後継者不足、生産コストの増大など、安定供給に向けた問題があります。

こうした中、各関連団体では、製品のブランディング強化、新品種の導入・開発や販売、生産コストの削減等に注力されて取り組まれており、産学連携の取組みにも積極的です。また、地元地域との連携については、地域イベントでの販売促進活動、学校等との連携による食育・木育活動や農業体験学習、地元直売所などを通じた地産地消に向けた活動を推進されています。

イ 課題

製品によっては、県外での認知度が低く、その向上を図る必要があります。また、地産地消とともに首都圏を中心とする県外や海外市場への販路開拓・拡大を図る必要があります。さらに、製品の安定供給や技術伝承のため、担い手の確保・育成、人材育成に取り組む必要があります。加えて、販売価格の低迷や生産コストの増大等に対応するため経営基盤の強化が急務です。

3 基本的な方向

(1) 近江の地場製品の需要の拡大

輸入品との競合、生活様式の変化や消費者ニーズの多様化といった要因から市場が縮小傾向にある地場産業等の活性化を図り、その成長を促進するため、地産地消の取組や国内外の新たな販路開拓を促進するとともに、ブランド化の取組を進め、需要拡大につなげます。

ア 近江の地場産品の有する歴史、伝統、文化や技術といった価値の発信

近江の地場産品の歴史、伝統、文化や技術、商品や生産者のもつ物語といった他にはない価値を守りつつ掘り下げることによって、これまで見落とされがちであった古くて新しい魅力をPRすることで、新たなファンの獲得に向けた取組を進めます。

イ 県民の地場産業等に対する認知度向上と地産地消の推進

近江の地場産品の需要拡大に向けて、まずは県民が愛着を持ち、日常生活において購入・使用することが重要であることから、県民向けの一層のPRと地産地消の推進に向けた取組を進めます。

ウ 首都圏や海外といった新たな市場への販路拡大

近江の特産品をもって全国を渡り歩いた近江商人のように、2020年東京オリンピック等を控えて情報・人・モノが集中する首都圏や未開拓の海外市場へ向けた新たな販路拡大の取組を進めます。

(2) 近江の地場産業事業者等の経営基盤の強化

中小企業や小規模な事業者が多数を占める近江の地場産業事業者等の経営を安定化して積極的な事業展開を図ることができる環境をつくるため、厳しい経済環境の中でも地域の雇用を損なうことなく、攻めの経営戦略を選択することが可能となるよう近江の地場産業事業者等の体力強化を支援します。

ア 経営改善および合理化の支援

経営革新、販路拡大、研究開発など様々な経営上の課題を解決して安定的な事業展開を進めるための経営改善および合理化に向けた支援や経営に携わる人材育成の取組を進めます。

イ 資金供給の円滑化

中小、小規模事業者が多い近江の地場産業事業者等が積極的な事業展開に向けて必要な資金を確保できるよう金融機関と協調して資金供給の円滑化の取組を進めます。

(3) 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

急速に変化する市場のニーズに対応し、新たな価値を持った商品開発を積極的に進める事業者の取組を加速するため、消費者目線に立った新商品の開発に係る調査研究や産学官連携、異業種間連携などによる新たな事業展開を促進します。

ア 消費者の嗜好や社会情勢の変化に応じた新商品・新技術の開発促進

近江の地場産品のもつ優れた品質や長い歴史の中で培われた技術を活かしつつ、産学官の連携等により、めまぐるしく変化する消費者の嗜好や社会情勢に対応した新しい商品・技術の開発促進、デザイン力の強化に向けた取組を進めます。

イ 新ビジネスの創出に向けた多様な主体の連携による取組の促進

新たな視点からのビジネスの創出に向け、地域や観光産業との連携、農工商連携など、既存の枠組みにとらわれない異分野、異業種の連携を促進します。

(4) 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

近江の地場産業事業者等の多くが高齢化や後継者等の人材不足に悩む中で、技術人材の確保につなげるため、後継者の技術力向上と併せて、将来の後継者確保に向けて、小中学生や高校生が地場産業等にふれる機会を提供します。

ア 担い手となる人材の確保

担い手の高齢化、人材不足等により、将来的な生産力の低下などが危惧されることから、産地等の魅力を発信することなどにより人材確保につなげます。

イ 後継者の育成および技術の継承の推進

優れた技術や技能を後継者に確実に継承する必要があることから、近江の地場産業事業者等の後継者育成や技術継承に係る取組を促進します。

ウ 未来の後継者の確保に向けた取組の推進

地場産業等に興味を持ち、将来的に後継者として生産等に携わることにつなげるため、小中学生や高校生が近江の地場産品にふれる機会を提供します。

4 基本目標

近江の地場産業および近江の地場製品の持つ力を最大限に発揮してこれらを活性化し、雇用の機会を創出できる成長産業となるように更に育成していくとともに、関係者が互いに連携を図りながら協働して、地場産業等が主体となった豊かな地域づくりを進め、地域の個性と特色を生かした地方創生を実現していくことが必要です。

そのために、近江の地場産業および近江の地場製品が目指す将来の姿を、次のとおりとします。

【将来の姿】

県民の近江の地場産業および近江の地場製品に対する誇りと愛着を基盤として地産地消の取組が進むとともに、首都圏等や海外への販路拡大や業種間連携の推進による新たな市場開拓によって認知度が向上している。また、それらを通じて滋賀県全体のブランド力強化につながっている。

近江の地場産業および近江の地場製品の魅力を県外へ向けて発信するためには、まずは県民自らがそれらを日々の暮らしの中で購入・使用することによって良さを体感し、県外からの来訪者や県外を訪れた際に周囲に向けて発信することが必要です。

また、首都圏等や海外への販路開拓は一過性の取組で終わることなく近江の地場産業事業者等による独り立ちした取組として継続的に行われることが重要です。さらに、県のブランド力強化につなげるためには、ただ商品売るだけでなく「近江の地場製品」として認知していただいた上で購入していただくことが必要です。

さらに、これまで培われてきた技術と伝統を継承するためには、需要の拡大等による経営の安定化に加えて県民がその歴史や地域とのつながりといった魅力に触れる機会を増やし、地場産業等に関わる仕事に携わりたいという気持ちをもってもらうことが必要です。

こうしたことから、5年後の基本目標を以下のとおり設定します。

- 県民の近江の地場産業および近江の地場製品についての理解が進み、生活の中で日常的に地場製品を購入・使用している。
- 全国や海外へのPRが進み、一部の地場製品については継続的な取引が行われるとともに、「近江の地場製品」として消費者の認知度が向上している。
- 県内外の人々が地場産業等の生産の現場に触れる機会が増え、新たに地場産業等に携わりたいと希望する人が増加している。

5 施策の内容

(1) 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

ア 近江の地場産品のPRイベントや地産地消を推進するキャンペーンの実施、近江の地場産業事業者等のPR活動に対する支援

- ・ 伝統的工芸品展等の近江の地場産品のPRイベントの開催
- ・ 滋賀らしい価値観を持つ商品等の募集およびセレクションの実施
- ・ しがの農畜水産物マーケティング戦略に基づく、生産から流通・販売、総合的なPR活動の実施
- ・ 農林畜水産物を中心とした地産地消を推進するキャンペーンの展開
- ・ 近江の地場産業事業者等の広報宣伝活動や販売促進活動に対する支援

イ 首都圏情報発信拠点等を活用したPRイベントの開催等、首都圏における近江の地場産業事業者等の販路開拓等取組支援

- ・ 首都圏情報発信拠点における情報発信ツール等を活用したプロモーションの実施
- ・ 首都圏情報発信拠点における近江の地場産品の展示・販売等
- ・ 首都圏における展示・実演・体験イベントの開催
- ・ 首都圏における近江の地場産業事業者等の展示会の開催、見本市の出展等に対する支援

ウ 近江の地場産業事業者等の海外展開戦略に係る取組支援

- ・ 滋賀県農畜水産物輸出戦略に基づく、海外に向けたPRと輸出拡大の促進
- ・ 海外における製品販売に係る国際規格対応への指導助言
- ・ JETRO活用促進や海外市場調査、海外向け商品開発、海外見本市の出展等に係る支援

エ 近江の地場産業事業者等に対する技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援

- ・ 公設試験研究機関等による助言、技術提供、共同研究
- ・ 工業系公設試験研究機関による試験分析機器等の開放
- ・ オリジナル商品の生産体制整備に対する支援
- ・ 市場動向や新技術についてのセミナー、勉強会の開催
- ・ 地域が一体となったGI等知的財産取得の支援

オ 情報発信ツールやインターネット等を活用した産地情報や産品情報のPR

- ・ 情報発信ツール、ホームページ、広報誌等の活用によるPRの実施

- ・関係機関・関係団体、近江の地場産業事業者等と連携したイベント情報等のPR

(2) 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

- ア 近江の地場産業事業者等の経営改善および合理化推進のための支援
 - ・中小企業支援との連携による企業ニーズに応じた相談事業や情報提供の実施
 - ・専門家の派遣や企業OB人材の活用等による、専門的・実践的アドバイスの実施
 - ・普及事業・試験研究による技術・経営革新に対する総合的な支援
- イ 近江の地場産業事業者等に対する、国等の公的資金や金融機関と協調した長期・低利の融資の活用促進
 - ・中小、小規模事業者が経営安定化、体質改善を図るための必要な資金融資
 - ・農業者の経営基盤強化等にかかる資金の相談や林業・水産業の近代化、就業支援等にかかる資金融資

(3) 新商品開発等に係る調査研究、多様な分野における事業展開の促進

- ア 公設試験研究機関を中心として、高度化、多様化するニーズに対応した新商品開発のための調査研究の推進
 - ・品質の高い商品の開発や生産コストの低減等に向けた新たな生産技術に関する調査研究の実施
- イ 新ビジネスの創造に向けた異分野・異業種の連携による商品開発等の促進
 - ・産学官連携や農商工連携などによる産業の垣根を越えた共同研究等の実施
 - ・ブランディングデザイナーとの連携や地場産品同士、その他の産品と連携した新たな商品開発や販路の開拓に向けたコーディネートの実施およびその支援

(4) 担い手となる人材の確保・育成、資質向上に対する支援、優れた技術等の継承の推進等

ア 担い手となる人材の確保のための情報提供

- ・就農・就業フェアの開催
- ・新規参入希望者の獲得のためのセミナーの開催等
- ・女性の起業や新規参入に向けた講座、体験事業の実施等

イ 後継者育成や技術継承のための取組の実施および支援

- ・公設試験研究機関における技術者養成研修の実施
- ・近江の地場産業事業者等による担い手養成講座や技術講習会等の実施支援
- ・就農・就業者に対する実地研修等の実施支援
- ・後継者養成にかかる移住のための支援

ウ 未来の後継者確保に向けた小中学生や高校生の地場産業等にふれる機会の提供

- ・小学生等を対象とした体験学習プログラムの実施
- ・小学生等を対象とした仕事体験イベントにおける体験教室の場の提供
- ・近江の地場産業事業者等が実施する体験学習事業に対する支援
- ・近江の地場産業事業者等による高校生や大学生のインターンシップ受入れ促進

(5) 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

ア 地場産業等への関心を高め、理解を促進するPRイベント等の実施

- ・伝統的工芸品展等の近江の地場産品のPRイベントの開催（再掲）
- ・農林畜水産物を中心とした地産地消を推進するキャンペーンの展開（再掲）
- ・農林畜水産物および加工品を活用した食育や体験活動の促進

イ 小中学生や高校生が地場産業等にふれ、理解を深める機会の提供

- ・小学生等を対象とした体験学習プログラムの実施（再掲）
- ・小学生等を対象とした仕事体験イベントにおける体験教室の場の提供（再掲）
- ・近江の地場産業事業者等が実施する体験学習事業に対する支援（再掲）
- ・近江の地場産業事業者等による高校生や大学生のインターンシップ受入れ促進（再掲）

(6) 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

ア 近江の地場産業および近江の地場産品の実態について概ね5年を目安として調査を実施

6 推進体制

(1) 庁内推進体制

庁内の関係課で構成する「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かかる庁内検討会議」を設置、運営します。

ア 所掌事務

- ・近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関すること
- ・基本指針の検討に関すること
- ・その他条例の施行にあたり必要な事項

(2) 関係者による協議会

地場産業・地場産品関係団体の代表者、学識経験者、行政からなる「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」を設置、運営します。

ア 所掌事務

- ・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関する事項
- ・近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する調査および研究に関する事項
- ・その他近江の地場産業および近江の地場産品の振興のために必要な事項

(3) 関係機関・団体との連携

県は、地場産業・地場産品関係団体や関係市町および県内経済団体、産業支援機関等との連携を密にして施策の推進を図るものとします。

(参考資料)

○基本指針の対象とする近江の地場産品（平成28年12月現在）

ア 近江の地場産業で製造される物品
（条例第2条第3項第1号関係）

	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、東近江市、犬上郡	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、原糸販売
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

イ 伝統的な技術、技能等を用いて県内で製造される工芸品
(条例第2条第3項第2号関係)

	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同組合	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	川口織物有限公司	
4	綴錦	守山市・米原市	織匠[宗八]株式会社清原織物	
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	有限会社藤三郎紐	
9	近江刺繍	愛荘町	近江美術刺繍工芸社	
10	彦根繻	彦根市	有限会社青木刺繍	
11	楽器系	長浜市	西山生糸組合	
			木之本町邦楽器原糸製造保存会	
			丸三ハシモト株式会社	
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	株式会社タケツネ	
17	信楽焼	甲賀市	信楽陶器工業協同組合	国指定
18	膳所焼	大津市	有限会社膳所焼窯元 陽炎園	
19	近江下田焼	湖南市	有限会社近江下田焼陶房	
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	片山木工所	
			有限会社松浦製作所	
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	滋賀県扇子工業協同組合	
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	有限会社竹松商店	
28	木珠(高級木製数珠玉)	近江八幡市	株式会社カワサキ	
29	彦根仏壇	彦根市	彦根仏壇事業協同組合	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	有限会社成子紙工房	
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	有限会社大與	
		長浜市	北村雅明	
35	太鼓	愛荘町	正木專治郎	
			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	株式会社さかい	

ウ 県内で生産され、本県を代表する農産物、林産物、畜産物および水産物ならびにこれらを原料または材料として製造し、または加工した物品であって、知事が認めるもの

(条例第2条第3項第3号関係)

①中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律に基づく指定品目

名称	地域産業資源に係る地域
近江牛	県下全域
近江しゃも	県下全域
近江の茶	大津市、甲賀市、東近江市、日野町
近江の伝統野菜	県下全域
近江米	県下全域
環境こだわり農産物	県下全域
セタシジミ	大津市、草津市、守山市、野洲市、近江八幡市、東近江市、彦根市、米原市、長浜市、高島市
びわ湖材	県下全域
琵琶湖産鮎	県下全域
琵琶湖産アユの養殖アユ	県下全域
琵琶湖産魚介類	県下全域
琵琶湖のヨシ	大津市、草津市、守山市、野洲市、近江八幡市、東近江市、彦根市、米原市、長浜市、高島市
琵琶湖八珍	県下全域
びわサーモン(養殖ビワマス)	県下全域
ビワパール	大津市、草津市、守山市、野洲市、近江八幡市、長浜市、高島市

②特定農林水産物等の名称の保護に関する法律に基づく登録品目

(平成28年12月現在で該当なし)

③上記①、②の指定品目または登録品目を原料または材料として製造し、または加工した物品

(例) 近江の地酒、近江のつけもの、鮒ずし 等

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結果について

1 調査の概要

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、以下の団体等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。

2 調査実施時期

平成28年8月～10月

3 調査対象団体等

(1) 訪問ヒアリング調査

①地場産業関係(11組合、2事業者)

浜縮緬工業協同組合、(有)吉正織物工場、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、高島晒協業組合、滋賀県扇子工業協同組合、(有)すいた扇子

②農林畜水産物および加工品関係(15団体)

近江米振興協会、甲賀農業協同組合、(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、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

(2) アンケート調査

伝統的工芸品製造事業者(37品目43事業者)

※地場産業事業者との重複を除く。

4 調査結果の概要

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、東近江 市、犬上郡	ひこね繊維協同組合	ブラジャー、ガードル、 ショーツ、ボディースー 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、 原糸販売
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

(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	H27/20
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	26	92.9%
6	甲賀・日野製薬	19	19	18	17	17	17	17	17	89.5%
7	信楽陶器	96	98	89	79	81	84	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) 地場産業の従業員数の推移

(単位：人)

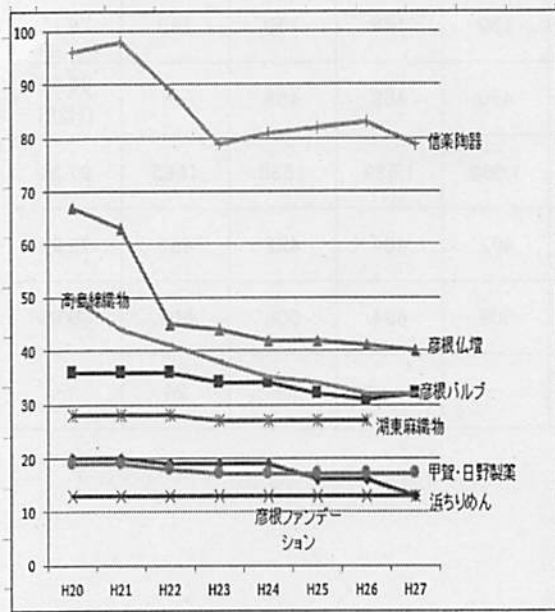
	産地	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/20
1	長浜縮緬	222	213	191	193	193	163	168	160	72.1%
2	彦根バルブ	1,203	1,136	1,115	1,089	1,046	1,093	1,083	1,184	98.4%
3	彦根仏壇	615	607	577	551	548	548	491	476	77.4%
4	彦根ファンデーション	177	168	158	158	150	146	150	140	79.1%
5	湖東麻織物	506	498	498	452	470	469	486	—	96.4% (H26)
6	甲賀・日野製薬	1,608	1,716	1,665	1,688	1,688	1,539	1,530	1,565	97.3%
7	信楽陶器	610	606	553	492	492	464	482	463	75.9%
8	高島綿織物	559	526	535	542	508	494	508	502	89.8%
9	高島扇骨	—	—	—	—	—	—	—	24	—

(4) 地場産業の生産額の推移

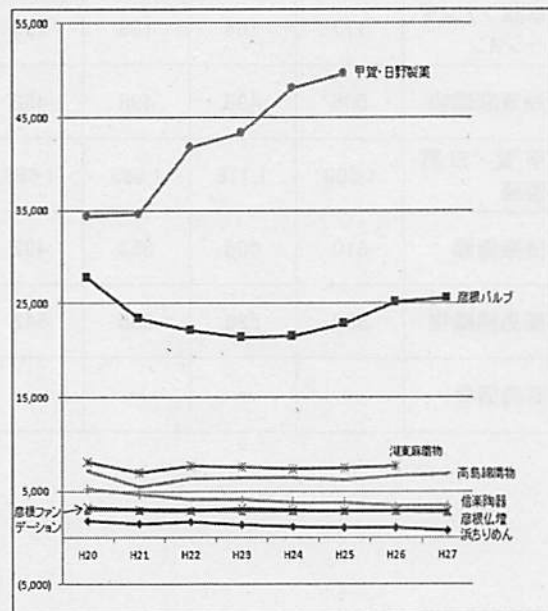
(単位：百万円)

	産地	ピーク時	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/ 20	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% (H26)	19.1% (H26)
6	甲賀・日野 製菓	58,770 (H26)	34,313	34,530	41,756	43,350	48,032	49,636	58,770	—	171.3% (H26)	—
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



(5) 各産地の概要

	産地	産地の概況
1	長浜縮緬	絹織物業は主に和装需要の減少と、他の産地の廉価品競合により苦慮している。高級品産地である当長浜産地は加えて消費税増税後の消費減により尚一層、市場は停滞し、生産を落としている。
	彦根バルブ	水道用弁は、全国的に公共工事の発注状況は伸び悩んでいるものの、首都圏での需要増加及び耐震形バルブを増産した事が要因となり増加した。産業用弁は増加しているが、今後中国経済の減速、国内外の需要が減退する影響が見込まれる。船用弁は国内造船業界の堅調な受注状況の恩恵を受け2年連続高い伸びとなった。
3	彦根仏壇	不況感による消費の低迷に加え、生活様式の変化、他産地や海外低価格商品との競争激化のため、産地の得意分野である大型高級仏壇の売上が伸びず厳しい状況が続いている。平成26年夏ごろから需要が停滞し、その後の戻りもなく、大変厳しい状況に陥っている。組合では、後継者育成や他分野への技術転嫁を模索しているが、かなり厳しいのが現状である。
4	彦根ファンデーション	加工賃はやや上昇傾向にあるが受注量は横ばい傾向にある。為替の影響で原材料の仕入れ価格が変動し利益率も不安定である。従業員の高齢化が進んでおり、若手従業員の確保が課題である。
5	湖東麻織物	平成26年の生産額は、国内回帰の風潮もあり、産地ショップやイベント等で一般消費者への「近江の麻」「近江ちぢみ」の周知を図って来たことで、前年から少し伸び約77億円となった。しかし、まだまだ大きな消費へとつながっておらずブランド力向上の地道な努力が産地全体の課題となっている。
6	甲賀・日野製薬	ジェネリック医薬品は国の使用促進施策もあって順調に推移しているが、一般用医薬品については、薬局・薬店向けは、従来からの個店薬局・薬店での販売が低迷している。その販路をドラッグストアに求めているが、厳しい価格競争を強いられている。また配置用医薬品については、配置販売業者の高齢化と後継者不足等により、市場規模が低迷している。一般用医薬品製造の一部の企業は、相手先ブランドの医薬品を製造するOEM生産で業績を上げており、また海外に目を向け新たな販路拡大を模索する企業も出てきている。
7	信楽陶器	平成27年の生産額は、前年比101.2%となり景気の底打ち感が見られるようになってきた。消費者の生活様式及び価値観が多様化する中、インテリア、エクステリアや従来との分類にとらわれない製品類が増加している。
8	高島綿織物	生産額の推移は、長期にわたる減少傾向から、横ばい傾向で推移している。非資材厚地織物やタイヤコード等、伸びている品種もあるが、全体的には単価の下落などにより厳しい状況が続いている。新たな取り組みを通して新規需要の開拓を模索している企業も出てきている。
9	高島扇骨	昨今の厳しい状況が継続しており、需要の低迷が予想される。 「近江扇子」「高島扇骨」の新たな販路の開拓と、竹林整備事業により、育成した地元産の竹を材料とし、ブランド化への取組が進められている。

(6) ヒアリング結果の概要

いずれの産地においても厳しい事業環境下であり、一部産地（甲賀・日野製薬）を除いて、産地の生産額は横ばいまたは減少傾向にある。その中で、新たな市場開拓に向けた取組みが進められており、産地の保有する技術を活かした新商品の開発、プロモーションやブランディング、海外展開への試みがなされている。一定の成果を上げている産地もあるが、多くはそうした取組みが緒についたばかりであり、事業の継続的推進に向けた支援が必要とされている。とりわけ、新たな需要開拓に向けた取組みのなかで、新分野への進出や、これまで主に中間製品を主に供給していた産地での最終製品の販路開拓にあたっては、各産地で苦心している状況にあり、産地の有する高度なものづくりの技術を生かせる市場へのアプローチが課題となっている。

一方で、職人の高齢化や人材不足、廃業や後継者問題などは産地共通の課題となっており、経営基盤の強化に向けた支援が求められている。

また、その他の行政等に対する施策ニーズとしては、県全体としての地場産業のPR、観光とのタイアップによる情報発信といった施策の展開があげられている。

	結果概要
外部環境の変化	<p>【市場の低迷・需要の減退】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生活様式の変化等（長浜縮緬、湖東麻織物、高島織物、彦根仏壇、信楽焼） ・原材料価格変動の出荷額への影響（彦根バルブ） ・薬剤師の不足等、医薬品販売環境の変化（甲賀・日野製薬） ・海外廉価品の流入（高島扇骨）
内部環境の変化	<p>【生産構造の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家内工業主体から企業の集約化の進展（高島織物） ・高齢化、後継者不足（長浜縮緬、彦根仏壇、高島扇骨） ・原材料確保、製造工程の見直しが加速（高島扇骨） ・最新設備への転換や生産効率の向上（甲賀・日野製薬） <p>【流通構造の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸売業の減少（彦根仏壇） ・産地問屋機能の低下に伴うメーカー直販の拡大（信楽陶器） ・販売形態変化（配置用医薬品販売）に伴う登録販売員等の人員不足（甲賀・日野製薬）
環境変化に対応した市場開拓等の取組み	<p>【新規市場の開拓、新商品開発・高付加価値化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規市場（マーケット）の開拓（近江上布の保有技術を活かし洋装用途に織幅を広げる研究開発、彦根仏壇職人技術を生かせる新分野の調査事業（山鉾の修復）、彦根ファンデーションのペット用品（犬用ヘルニア予防サポーター開発）の取組み）

	<ul style="list-style-type: none"> ・生地販売に加えて最終商品の開発・販売（高島織物、長浜縮緬） ・産地内の製品技術をパッケージした新商品ブランド「信楽坪庭」の開発（信楽陶器） ・立命館大学との連携による新製品開発（甲賀・日野製薬） ・産学官連携による新商品開発（彦根バルブ「ピワライト」） ・海外展開の促進（高島織物（アジア）、湖東麻織物（米国、欧州）、彦根ファンデーション（中国）、信楽焼き（アジア・欧州）、彦根バルブ（米国、アジア）で展開（（ ）内はターゲットとする地域） <p>【マーケティング機能の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アンテナショップを開設しテストマーケティング（消費者ニーズの把握）の展開（湖東麻織物「麻香」「麻々の店」、高島織物「たかしま・まるごと百貨店」） ・展示会等への出展等の販路開拓（高島扇骨） ・世代交替の促進による商品提案型営業への転換（高島織物） <p>【ブランディング・プロモーション等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・技術力の訴求等、ブランディングの取組み（長浜縮緬「光る浜ちりめん」） ・産学連携（甲賀・日野製薬での立命館大学との連携など） ・地域との連携（彦根仏壇「七曲がりフェスタ」） ・地域団体商標に指定による回復傾向（高島織物）
産地の抱える課題	<ul style="list-style-type: none"> ・下請けからの脱却を図る最終製品の開発とエンドユーザー向けの販売促進（高島織物） ・通年での晒工場の稼働率向上（高島織物） ・最終製品の開発、販路開拓（長浜縮緬、高島扇骨） ・多品種・少ロット、短納期の最終商品の開発・販売のための体制づくり（湖東麻織物） ・近江上布伝統産業会館の存続（湖東麻織物） ・職人の後継者不足と育成（湖東麻織物、高島扇骨） ・組合員の高齢化・後継者の不足（長浜縮緬、高島扇骨） ・ブランド力の向上（高島扇骨） ・配置用医薬品販売から一般用医薬品販売への生産・販売体制の強化や海外展開への取組み（甲賀・日野製薬） ・仏壇職人の高齢化・後継者不足（彦根仏壇） ・産地の特性を活かした商品開発・技術の承継（信楽陶器）
行政等に対する施策ニーズ	<p>【販路開拓支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販路開拓活動に向けた経営安定化の支援（湖東麻織物） ・関東圏を中心とした重点的なPR活動の支援（高島織物） <p>【情報発信・プロモーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・滋賀県全体のPR強化、知事のトップセールス（湖東麻織物、彦根仏壇） ・観光とタイアップした一体的な地域魅力の発信、付加価値化による製品力強化（湖東麻織物）

	<p>【開発・生産に係る経営面の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・試作品開発のための検査・分析機器等の導入費用に対する支援（甲賀・日野製薬） ・老朽化した排水設備等の機能更新の支援（高島織物） ・竹材等の原材料の確保のための林業とのマッチング支援（高島扇骨） <p>【制度面の支援・制度設計】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・複数年プロジェクトへの継続的支援（高島織物、甲賀・日野製薬） ・個別企業ニーズに応じた海外展開支援（彦根バルブ） ・補助金申請等の負担軽減（高島織物） ・外国人実習生の技能試験費用の支援（彦根ファンデーション）
--	--

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	ビロード	長浜市	長浜ビロード振興協会	
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	彦根繻	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	輪奈ビロード	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	

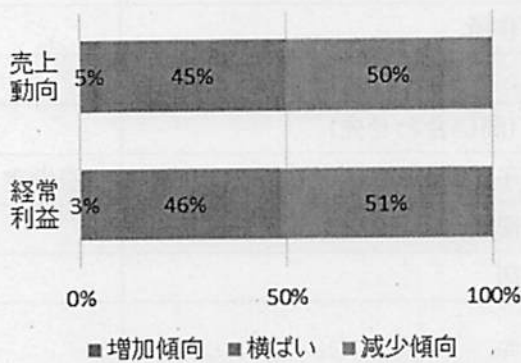
21	提灯	長浜市	かさぜん中川善輝	
22	ろくろ工芸品	長浜市	片山木工所	
			(有)松浦製作所	
23	竹根鞭細工	草津市	瀬川泰弘	
24	木製桶樽	竜王町	村田茂朋(問い合わせ先)	
25	高島扇骨	高島市	滋賀県扇子工業(協)	国指定
26	上丹生木彫	米原市	上丹生木彫組合	
27	八幡丸竹工芸品	近江八幡市	(有)竹松商店	
28	木珠(高級木製数珠玉)	近江八幡市	(株)カワサキ	
29	彦根仏壇	彦根市	彦根仏壇事業(協)	国指定
30	浜仏壇	長浜市	浜仏壇工芸会	
31	銚金具	長浜市	辻清	
32	近江雁皮紙	大津市	(有)成子紙工房	
33	雲平筆	高島市	筆師第15世 藤野雲平	
34	和ろうそく	高島市	(有)大與	
		長浜市	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) アンケート結果の概要

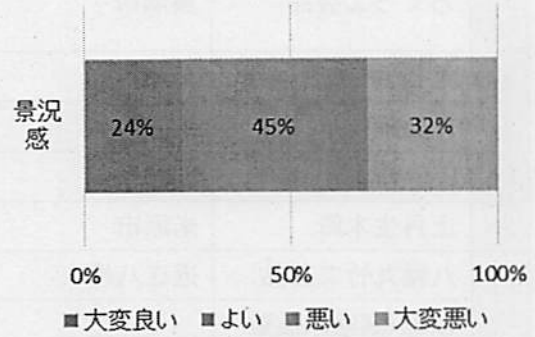
【経営状況、販売促進について】 ～厳しい経営環境にある伝統的工芸品製造事業者～

- ・[売上動向、経常利益の動向] について、「増加傾向」にあるのは少数で、多くは「横ばい」か「減少傾向」にある。
- ・[景況感] については、45%が「悪い」と回答しており、[現在の経営状況] については、「やや苦しい状況である」「大変苦しい状況である」の合計が63%を占めている。
- ・[将来の見込み] については、47%が「現状維持」、53%が「衰退見込み」と回答している。

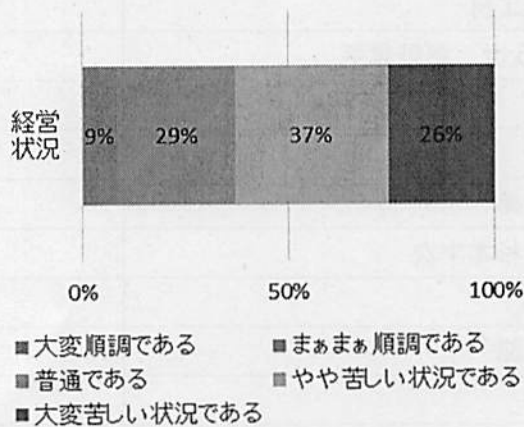
〔売上動向・経常利益の動向〕 n40, 39



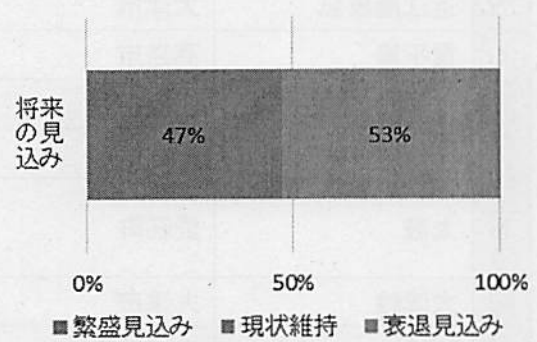
〔景況感〕 n=38



〔現在の経営状況〕 n=35



〔将来の見込み〕 n=38

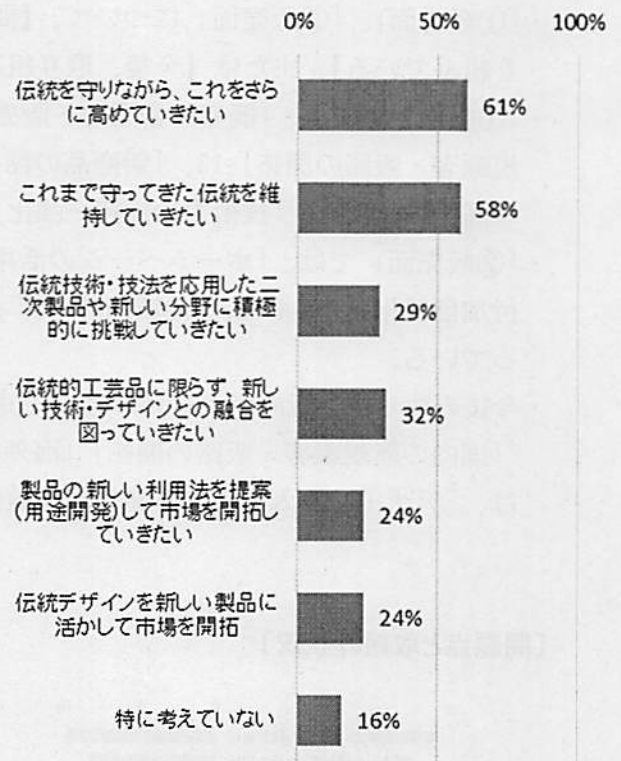


- ・〔業界を取り巻く状況〕として、「国内需要の不振」60%、「熟練技術・技能工の高齢化」40%、「原材料・部品価格の上昇」「熟練技術・技能工の確保が困難」いずれも31%、「製品市場の構造的な縮小」29%、「事業の後継者難」34%との回答が多く、需要の減少、担い手である熟練技術・技能工の問題が指摘されている。
- ・〔今後の事業の方向性〕については、「伝統を守りながら。これをさらに高めていきたい」61%、「これまで守ってきた伝統を維持していきたい」58%との回答が多く、「伝統的工芸品に限らず、新しい技術・デザインとの融合を図っていきたい」32%が続いている。

〔業界を取り巻く状況〕 n=35

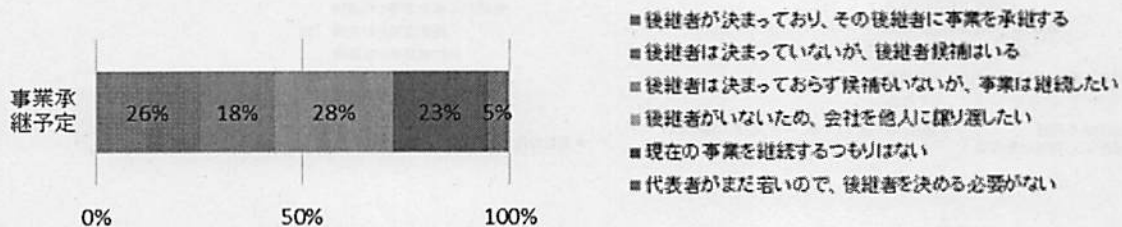


〔今後の事業の方向性〕 n=38



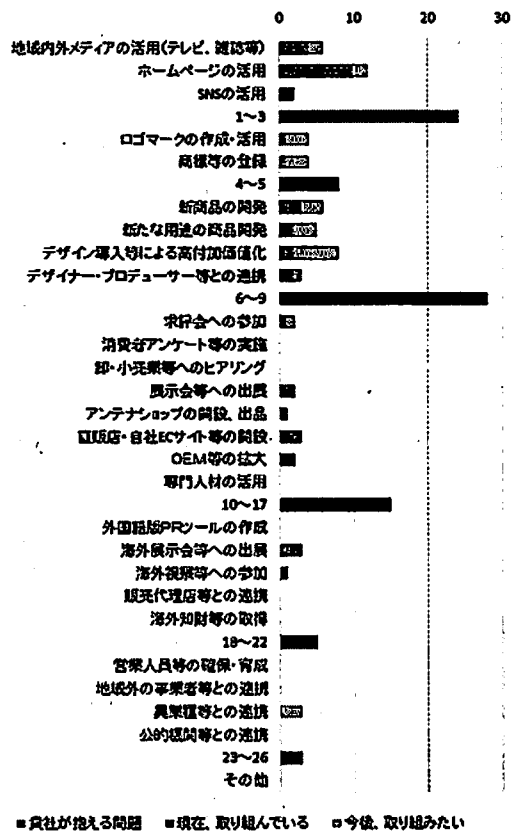
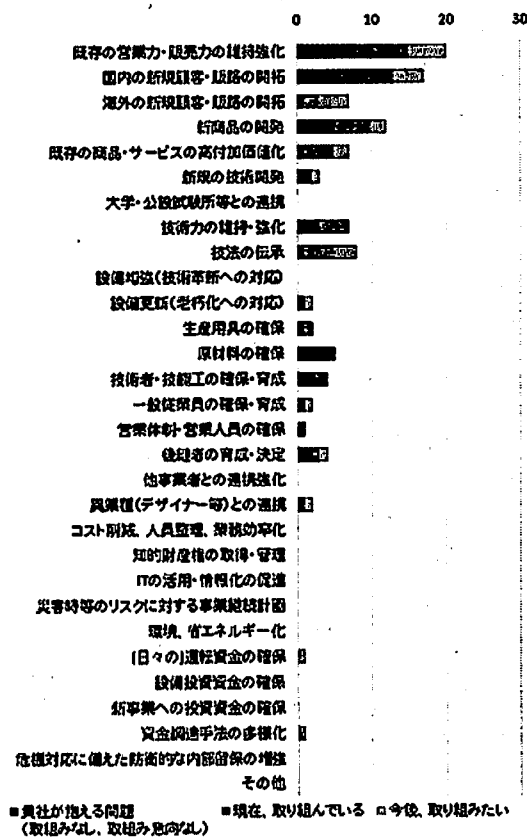
- ・〔事業承継の予定〕については、「後継者が決まっており、その後継者に事業を承継する」26%、「後継者は決まっておらず候補もいないが、事業は継続したい」28%、「現在の事業を継続するつもりはない」23%となっている。
- ・「後継者がいないため、会社を他人に譲り渡したい」「現在の事業を継続するつもりはない」理由 (n=8) として、「事業に将来性がない」63%、「地域に需要・発展性がない」38%、「適当な後継者が見つからない」75%が多くなっている。

〔事業承継の予定〕 n=39



- ・「①経営面」、「②販売面」について、【問題を抱えている】項目、それに対して【現在、取り組んでいる】、または【今後、取り組みたいと考えている】重要な項目について尋ねた。
- ・「①経営面」では、「既存の営業力・販売力の維持強化」回答数 22（以下同じ）、「国内の新規顧客・販路の開拓」13、「新商品の開発」12、「技術の伝承」8、「既存の商品・サービスの高付加価値化」「技術力の維持・強化」とともに7、との回答が多くなっている。
- ・「②販売面」では、「ホームページの活用」13、「新商品の開発」「デザイン導入等による高付加価値化」とともに9、「地域内外メディアの活用（テレビ、雑誌等）」8との回答が多くなっている。
- ・今後の取り組み意向が大きいのは、「①経営面」では、「既存の営業力・販売力の維持強化」「国内の新規顧客・販路の開拓」「海外の新規顧客・販路の開拓」であり、「②販売面」では、「デザイン導入等による高付加価値化」となっている。

〔問題点と取組み状況〕



【課題】

- ・商品開発が一番
- ・新製品の開発で他社とコラボできる先が県内外にあると思われるが、なかなかインターネットで探しても見つからない。よいアドバイスをいただきたい。
- ・営業・販売強化(3)、営業員の確保(2) ・海外販促
- ・資金調達 ・ホームページの作成(2)
- ・6次化の推進を目指し、自社との製品のブランド力の強化を計る。その為の社員のスキルアップ(人材育成)
- ・技術力の維持と強化 ・スムーズな世代交代
- ・不良在庫品の処分など、廃業に向けてのプロセス

①経営面について

②販売面について

		貴社が抱える問題計	現在、取り組んでいる項目	今後、取り組みたい項目
1	既存の営業力・販売力の維持強化	20	7	5
2	国内の新規顧客・販路の開拓	17	7	4
3	海外の新規顧客・販路の開拓	7	2	4
4	新商品の開発	12	5	2
5	既存の商品・サービスの高付加価値化	7	4	2
6	新規の技術開発	3	0	1
7	大学・公設試験所等との連携	0	0	0
8	技術力の維持・強化	7	4	0
9	技法の伝承	8	4	3
10	設備増強(技術革新への対応)	0	0	0
11	設備更新(老朽化への対応)	2	0	1
12	生産用具の確保	2	1	0
13	原材料の確保	5	1	0
14	技術者・技能工の確保・育成	4	2	0
15	一般従業員の確保・育成	2	0	1
16	営業体制・営業人員の確保	1	0	0
17	後継者の育成・決定	4	1	1
18	他事業者との連携強化	0	0	0
19	異業種(デザイナー等)との連携	2	0	1
20	コスト削減、人員整理、業務効率化	0	0	0
21	知的財産権の取得・管理	0	0	0
22	ITの活用・情報化の促進	0	0	0
23	災害時等のリスクに対する事業継続計画	0	0	0
24	環境、省エネルギー化	0	0	0
25	(日々の)運転資金の確保	1	0	1
26	設備投資資金の確保	0	0	0
27	新事業への投資資金の確保	0	0	0
28	資金調達手法の多様化	1	0	1
29	危機対応に備えた防衛的な内部留保の増強	0	0	0
30	その他	0	0	0

		貴社が抱える問題計	現在、取り組んでいる項目	今後、取り組みたい項目
1	地域内外メディアの活用(テレビ、雑誌等)	24	4	2
2	ホームページの活用		10	2
3	SNS(ソーシャルネットワークシステム)の活用		2	0
4	ロゴマークの作成・活用	8	1	3
5	商標等の登録		1	3
6	新商品の開発	28	3	3
7	新たな用途の商品開発		2	3
8	デザイン導入等による高付加価値化		2	6
9	デザイナー・プロデューサー等との連携		2	1
10	求評会への参加		1	1
11	消費者アンケート等の実施	15	0	0
12	卸・小売業等へのヒアリング		0	0
13	展示会等への出展		2	0
14	アンテナショップの開設、出品		1	0
15	直販店・自社ECサイト等の開設		3	0
16	OEM等の拡大		2	0
17	専門人材の活用		0	0
18	外国語版PRツールの作成	5	0	0
19	海外展示会等への出展		3	0
20	海外視察等への参加		1	0
21	販売代理店等との連携		0	0
22	海外知財等の取得	3	0	0
23	営業人員等の確保・育成		0	0
24	地域外の事業者等との連携		0	0
25	異業種等との連携		0	3
26	公的機関等との連携		0	0
27	その他	0	0	0

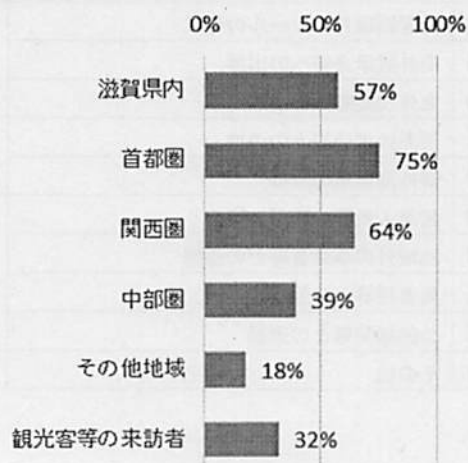
- ・〔特に大きい課題〕としては、「国内需要全体の低迷」75%、「ライフスタイル変化による製品需要の低下」46%があげられており、次いで「多品種小ロット生産への移行」18%が続いている。

〔特に大きい課題〕 n=28



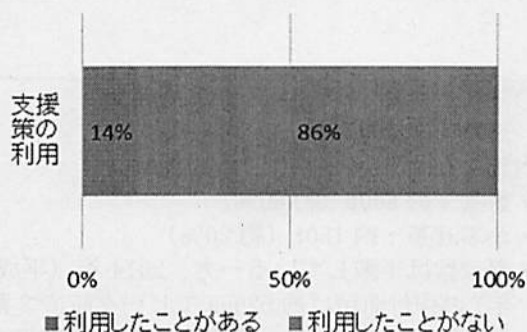
- ・〔情報発信・PR等の重要エリア〕については、「首都圏」75%、「関西圏」64%、「滋賀県内」57%、「中部圏」39%、「観光客等の来訪者」32%の順となっている。

〔情報発信・PR等の重要エリア〕 n=28

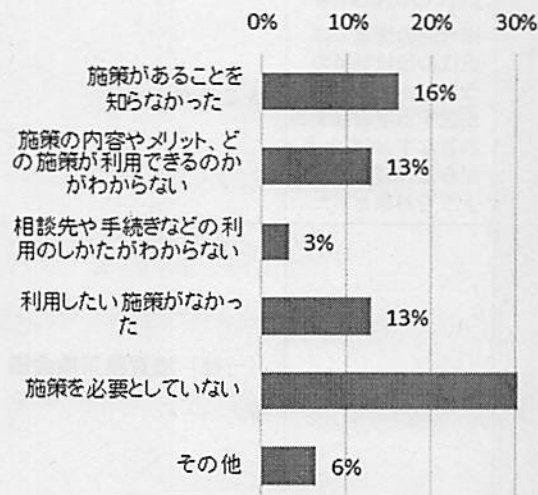


- ・国、県、団体などの政策にもとづいて実施する伝統的工芸品事業者、小規模事業者に対する支援策の利用の有無を尋ねたところ、「利用したことがない」86%が多くなっている。
- ・〔施策を利用したことがない理由（単数回答）〕については、「施策があることを知らなかった」16%、「施策の内容やメリット、どの施策が利用できるのかがわからない」「利用したい施策がなかった」がいずれも13%となっている。

〔施策の活用状況〕 n=36



〔施策を利用したことがない理由〕 n=31



〔期待する支援施策〕

- ・プロデューサーを招いて、数回にわけて研修等（新潟の燕三条のような取り組み）
- ・平成28年度「しが新事業応援ファンド助成金」に応募を考えて面接に行ったが、その後の資料の書き方等などが複雑すぎで申請を断念した。このような事業があれば再度チャレンジしてみたい。
- ・滋賀の伝統産業の全国への情報発信（メディアを使ったもの）を強く要望します。
- ・海外からの観光客へ伝統工芸品のPR。
- ・伝統工芸展の開催地の検討。彦根のスーパーから百貨店美術画廊”
- ・今年から県の匠展が再開したことは良いと思う。関西圏内で、交代で行えれば良いかと思う。指定品は色々あるが、県指定はできることが少ないので、近畿圏の府県で交流匠展などあればいい。

3 農林畜水産物および加工品

(1) 農林畜水産物および加工品の品目等

	対象産品	ヒアリング対象団体	概況
1	近江米	近江米振興協会	○生産額：約 302 億円（2014 年度） ・県内の水稲の作付面積は約 32,000ha で、近年はほぼ横ばいで推移。 ・近江米の生産効率向上のため、個人事業者から集落営農型農業法人へ移行が進展。2010 年（平成 22 年）の 89 件から 2015 年（平成 27 年）の 210 件に約 2.5 倍に拡大。
2	近江の伝統野菜 ※今回の調査では、近江の伝統野菜のうち JA こうかが生産する下田なす、杉谷なす、杉谷とうがらし、水口かんぴょうを対象とした。	JA こうか	○生産額：約 880 万円（2015 年度） 内訳 ・下田なす：約 480 万円（54.5%） ・水口かんぴょう・杉谷なす・杉谷とうがらし：約 400 万円（45.5%）
3	近江の茶	（一社）滋賀県茶業会議所	○荒茶生産量：約 700t（2015 年度） ※県茶業会議所調べ 内訳 ・煎茶：約 560t（約 80%） ・かぶせ茶：約 150t（約 20%） ・農家数は半減している一方、2014 年（平成 26 年）の作付面積は約 620ha でピーク時の 2 割程度の減少に抑えられ、廃業した農家の茶畑を近隣農家が購入し、規模拡大が進展。
4	近江牛	全国農業協同組合連合会 滋賀県本部 畜産部 滋賀県家畜商業協同組合 滋賀県食肉事業協同組合	○飼養頭数：約 12,000 頭（2015 年度） ※資料：「家畜飼養および畜産経営状況について」滋賀県畜産課 2015 年
5	近江しゃも	近江しゃも普及推進協議会	○生産額：近江しゃもの初生ひな約 936 万円（2015 年度） ※初生ひな供給羽数：約 48,000 羽
6	琵琶湖産魚介類	滋賀県漁業協同組合連合会	○生産額：約 600 百万円（2015 年度） ※漁獲量：約 800t 内訳 ・ニゴロブナ・ピワマス等湖魚類：約 400 百万円（66.7%）※漁獲量：約 600t（75%） ・活アユ：約 200 百万円（33.3%）※漁獲量：約 200t（25%）
		滋賀県淡水養殖漁業協同組合	○生産量：約 570t（2014 年度） ※資料：「平成 26 年漁業・養殖業生産統計」農林水産省統計部 内訳 ・琵琶湖産鮎：約 470t（82.5%） ・マス類：約 100t（17.5%）
		滋賀県真珠養殖漁業協同組合	○生産額：イケチョウガイの稚貝 5～6 百万円（2015 年度）稚貝：約 2 万個 ・養殖事業は再開したところであり、養殖場の規模を拡大し稚貝の生産量の向上を目指す。

		滋賀県水産加工業協同組合	・琵琶湖特産の鮒寿司をはじめ、コアユ、モロコ等の湖魚の加工業者で構成。
7	びわ湖材	県産木材活用推進協議会	○生産量：約 36,000 m ³ (2015 年度) ※びわ湖材産地証明一次発行量 (素材生産量)
8	近江の地酒	滋賀県酒造組合	○生産量：3,614kl (2015 年度) ※全国シェアの約 1% ※実質、造り酒屋 30 社の年間産出量は約 1,800kl である。
9	近江つけもの	滋賀県漬物協同組合	・「近江の伝統野菜」として近江蕪や日野菜、下田なすなどの地場野菜があり、これらの野菜で作った漬物や消費者嗜好に沿った調味浅漬等を生産。
10	近江菓子	滋賀県菓子工業組合	○生産量 ・もち米販売数量 33,000kg (2015 年度) ・うるち米販売数量 225,000kg (2015 年度)

(2) 農林畜水産物および加工品の生産量等の推移

	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H27/H20
1	近江米 (生産量:t)	173,300	167,400	167,700	164,700	170,300	169,300	157,100	158,500	91.5%
2	近江の伝統野菜 (生産量:t)	643	363	396	417	305	352	404	—	62.8% (H26)
3	近江の茶 (生産量:t)	789	756	755	718	805	685	682	695	86.4%
4	近江牛 (飼養頭数:頭)	9,690	10,116	11,361	11,167	11,768	11,904	11,684	12,165	125.5%
5	近江しゃも (初生ひな供給 羽数:羽)	22,450	15,950	22,412	21,775	21,795	26,126	54,577	47,655	212.3%
6	あゆ (漁獲量:t)	724	555	681	553	525	409	408	476	65.7%
7	ます (漁獲量:t)	33	28	31	52	23	17	14	22	66.7%
8	にごろぶな (漁獲量:t)	39	41	24	45	48	39	51	49	125.6%
9	ほんもろこ (漁獲量:t)	10	10	10	14	14	16	14	16	160.0%
10	すじえび てながえび (漁獲量:t)	121	87	71	43	79	108	77	84	69.4%

11	じじみ (漁獲量:t)	66	65	41	22	28	64	43	36	54.5%
12	あゆ養殖 (生産量:t)	689	480	566	512	508	488	466	-	67.6% (H26)
13	真珠養殖 (浜揚量:kg)	15	15	12	12	11	12	12	18	120.0%
14	びわ湖材 (産地証明数量(一 次発行:m))	9,595	12,634	10,484	14,441	16,828	21,438	32,109	36,865	384.2%
15	近江の地酒 (生産量:kl)	3,679	3,580	3,147	3,573	3,258	3,545	-	-	96.4% (H25)

(3) ヒアリング調査結果の概要

需要の縮小とともに、生産・供給面において、担い手の減少、高齢化や後継者不足など、安定供給に向けた問題が指摘されており、とりわけ水産品分野での指摘が大きくなっている。

こうした中、関連団体では、製品のブランディング強化、新品種の開発・販売、生産効率の向上等に注力されて取り組まれており、産学連携の取組みにも積極的である。また、地元地域との連携については、地域イベントでの販売促進活動、学校等との連携による食育活動、地産地消に向けた活動を推進されている。

施策ニーズについては、首都圏の大消費地をはじめ、海外市場への販路開拓の取組みへの支援のほか、食育活動や地産地消に向けた支援ニーズも大きくなっている。また、市場への安定供給のための人材確保・新規就業に向けた支援、所得向上、経営基盤強化のための支援ニーズも大きい。その他、地域連携の側面では、原材料・飼料等の安定的な確保のための地域農家との連携、琵琶湖の環境保全の取組みもあげられている。

結果概要	
外部環境変化	【市場の低迷・需要の減退】 <ul style="list-style-type: none"> ・食生活の変化にともなう消費・需要の縮小（近江米、琵琶湖産魚介類、近江の地酒） ・小売価格の高騰による消費の低迷、海外産牛肉や安価な国産牛肉との競争激化（近江牛） ・肥料や農薬の高騰による経営圧迫に伴う農家等の減少（近江の茶） ・外来魚や藻類の繁殖による生態系変化に伴う漁獲量の減少（琵琶湖産魚介類）
内部環境変化	【生産構造の変化】 <ul style="list-style-type: none"> ・生産農家・漁業者等の高齢化・後継者不足（近江米、近江茶、琵琶

	<p>湖産魚介類)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産効率向上のための集落営農型農業法人への移行 (近江米)
環境変化に対応した市場開拓等の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客の獲得、公設試験研究機関との連携による生産効率の改善による生産量・生産額の伸び (近江の伝統野菜※) ・新品種のプロモーション活動 (近江米「みずかがみ」) ・地域イベント等への参画によるPRの取り組み (近江しゃも) ・「滋賀地酒の祭典」「滋賀の地酒 10,000人乾杯プロジェクト」等のイベント展開 (滋賀の地酒)・湖魚料理の普及・啓発の取り組み (琵琶湖産魚介類) ・産地のブランドイメージの向上 (近江の茶「極煎茶比叡」「琵琶湖かぶせ」) ・産学連携による新商品開発やブランディングの取り組み (近江つけもの・龍谷大学、琵琶パール・成安造形大学、菓子・滋賀県立大学等)
産地の抱える課題	<ul style="list-style-type: none"> ・消費拡大に対応した安定供給に向けた生産量確保、人手不足の解消 (近江米、近江の伝統野菜※) ・生産農家・漁師等の高齢化・後継者不足 (近江の茶、琵琶湖産魚介類) ・廃棄漁船の処理 (琵琶湖産魚介類) ・国内消費拡大のための新しい茶の楽しみ方の提案 (近江の茶) ・雛の安定供給に向けた新規事業者の誘致や卸企業等の参加促進 (近江しゃも) ・鮎養殖の推進による漁業経営の安定化と人材確保 (琵琶湖産魚介類) ・伝統野菜の安定供給と新商品開発による販路拡大 (近江つけもの) ・和菓子の魅力のアピール強化 (菓子) ・伐採事業者の高齢化・人手不足と搬出技術の継承 (びわ湖材) ・獣害被害の低減化による植林事業の促進 (びわ湖材) ・「びわ湖材」のブランドイメージの向上 (びわ湖材)
行政等に対する施策ニーズ	<p>【販路開拓・需要拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏への販路開拓の支援 (近江の茶、近江の伝統野菜※) ・海外への販路開拓の支援 (近江米 (アジア)、近江の茶) ・プロモーションとブランディングの取り組み支援 (琵琶湖産魚介類、近江の地酒、びわ湖材) ・プロモーション戦略立案・推進のための体制づくり (近江の茶) ・試食や試飲会等、販売促進活動の推進支援 (近江しゃも、琵琶湖産魚介類、琵琶パール、近江の地酒) ・学校教育やイベント等を通じた食育活動の推進、地産地消の促進による若年層への普及促進 (近江牛、琵琶湖産魚介類) ・観光地とのタイアップによる販路拡大の支援 (近江牛、近江の地酒) ・県内需要 (ホテル、旅館等) の拡大 (琵琶湖産魚介類) ・産地間連携や大学等と連携した新商品開発等の支援 (菓子) ・建築業等の供給先事業者との連携の促進 (びわ湖材) <p>【ブランディング等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域団体商標の取得に向けた取り組み支援 (近江つけもの)。 ・「びわ湖材」ブランディングに向けた取り組み支援 (ストーリーづくり、

産地ツアーの開催等) (びわ湖材)

【生産構造・体制等強化】

- ・後継者育成と就農促進 (近江米、近江の伝統野菜※)
- ・就労支援・人材確保 (近江米、近江の伝統野菜※、近江牛、琵琶パール)
- ・新規就労のための経済的支援、技能習得、高齢者活用の支援 (琵琶湖産魚介類)
- ・食の安全・安心確保のための専門人材 (魚類防疫士等) の確保の支援 (琵琶湖産魚介類)
- ・設備投資や経営・開業資金等の支援 (近江牛、琵琶湖産魚介類)
- ・零細規模の飼養農家の規模拡張に向けた経営支援 (近江牛)
- ・県内農家と連携した飼料等の安定供給の支援 (近江牛)
- ・飼料等の安定供給と仕入れ価格の抑制、品質管理 (近江しゃも)
- ・養殖場や飼育設備拡充のための経営支援 (琵琶パール)
- ・国際基準の品質管理 (HACCP、S-HACCP) に必要な生産設備の導入や体制づくり (県内事業者のパッケージへの記載の統一ルール化や行政の指導等) (近江つけもの)

【高付加価値化等】

- ・生産性向上のための研究活動の推進 (琵琶パール、びわ湖材)

【その他】

- ・規制緩和 (居住地に関係なく希望する漁協への就業可能にする) (琵琶湖産魚介類)
- ・琵琶パール生産のための西湖の環境保全 (琵琶パール)

※今回の調査では、近江の伝統野菜のうちJAこうかが生産する下田なす、杉谷なす、杉谷とうがらし、水口かんぴょうを対象とした。

5 近江の地場産業・近江の地場産品等の抱える課題

実態調査の結果から、近江の地場産業・近江地場産品等の抱える課題について下記のとおり整理できる。

●商品開発・企画、PR、ブランディングなど、需要開拓に向けた取組みの加速化 ～厳しい経営環境の中で、地場産業・地場産品の需要開拓が課題～

・人口減少、ライフスタイル変化に伴う需要の縮小、海外製品との価格競争等、構造的な問題による売上の低迷など、地場産業・地場産品を取り巻く市場環境は厳しい状態にある。その中で、需要拡大に向けた情報発信やPR、新分野や海外も含む新市場への展開など、地場産業・地場産品の市場拡大を図る取組みが進められている。アンテナショップの開設等によるマーケティングや商品開発、産学連携によるブランディングの取組みなど、精力的に活動を展開している産地が存在している。一方で、厳しい経営環境の中で、事業者の減少が続き、事業継続、産地の存続に向けた現状維持にとどまる産地も存在している。

～地場産業・地場産品により異なる取組み（取組み内容、主体、支援・連携体制）～

・地場産業・地場産品の需要開拓等につながる取組みは、産地組合等を軸に展開されているケースが多いが、組合事業とは別に、個々の事業者が積極的に事業展開を図る地場産業・地場産品も存在するなど、取組み主体の違いが存在する。また、そうした取組み主体をサポートする支援体制・連携体制も地場産業・地場産品によって異なるなど、各々の地場産業・地場産品各様の状況となっている点に留意する必要がある。

～緒についた各取組みの継続的支援による加速化が必要～

・産地の技術を活かした新商品開発は、販路開拓の取組みと「車の両輪」として捉えられるべきであるが、市場調査等が不十分のまま、生産者のみの発想で事業が進められるケースも存在している。

・一方で、こうした顧客との接点づくりに有効なアンテナショップ等で成果をあげる地場産業も存在しており、需要低迷に対応して、一大消費地である首都圏や、海外（アジア、欧州等）市場を目指した販路開拓にも積極的に取り組まれている。

・このように、地場産業・地場産品の新商品開発、国内外市場に向けた販路開拓など、様々な取組みプロジェクトが進行中であるが、市場への浸透、ブランディングは、時間を要する取組みであり、具体的な成果をあげているケースは少数にとどまっている。その加速化に向けた継続的支援とその拡充が必要となっている。

～産地組合の役割変化への対応（生産中心から「売る」ための流通機能への期待）～

・従来担ってきた原材料等の供給など生産面に重きをおいた産地組合の役割変化が生じている。産地事業者の経営安定化や効率化に資する事業で、共同事業とすることによりメリットの生じる事業に留まらず、販路拡大につながる共同事業への取組みが進められている。

- ・メーカー等の生産者から構成される産地組合においても、「売る」ところまでを見通した流通・マーケティング分野での戦略構築や事業展開が求められているが、こうした背景には、地域流通機能（産地問屋・卸）の低下も影響しているものと考えられる。

～専門人材等とのネットワークによる機能補完～

- ・情報発信、PR、ブランディング等の取組みを進めてはいるものの、十分な効果が実感されていない段階にある。地域団体商標や地理的表示保護制度（GI）の活用、全県的なPR活動、他の地場産業・地場産品との連携など、訴求力の高いプロモーション手法が求められる。
- ・さらに、不透明な市場動向の中で、産地組合に対しても、事業展開の将来的な方向性を示す役割も求められる状況にあり、産地組合の機能を補完するための専門人材・機関等とのネットワーク構築等が求められている。

●生産力向上のための経営基盤強化、技術開発、人材確保

～生産を支える経営基盤強化、技術開発等の取組み支援～

- ・需要開拓とともに、生産機能面では、安定供給や所得向上に向けた生産力の向上が求められる地場産業・地場産品も存在する。また、飼料等の原材料価格の高騰による競争力の低下や、価格変動等にもなう販売価格への影響等も生じている。
- ・また、栽培技術等の開発や新たな設備等の導入、品種改良や栽培技術の習得等、生産力の向上のための支援も就業人口の確保に有効な所得向上に向けた観点からも求められている。

～人材確保と就労支援ニーズの高まりへの対応～

- ・人口減少や就労意識の変化、職業選択における優位性の低下など、地場産業・地場産品の担い手となる人材の高齢化、需要低迷に伴う廃業の増加や将来の不透明さによる後継者の不在など、地場産業・地場産品の担い手となる人材の確保が困難になっており、特に、農漁業分野において顕著になっている。
- ・上記の生産力向上のための事業継続に向けた人材確保とともに、就労支援などの支援ニーズも存在している。
- ・また、事業継続のための老朽化設備の更新のための設備投資費用、開業投資などに必要な経営資源の確保に課題を抱える事業者も存在している。

●需要拡大、地域資源の活用、地域貢献につながる地域連携の推進

- ・地場産業・地場産品では、一大消費地である首都圏等への販路拡大とともに、農林畜水産物・加工品分野では、需要拡大につながる地産地消の促進、一体的な情報発信による波及効果も期待される地域観光との連携など、地域との連携に対する期待が大きくなっており、地場産業・地場産品事業者の地域貢献的な意味合いも含まれている。また、滋賀県が有する重要な知的資産である大学等との産学連携の取組みも多数存在しているほ

か、地元の小・中・高等学校等との連携は、教育的な効果だけでなく、将来的な就労確保につながる「子ども」との接点づくりからも効果的である。

- ・また、原材料、飼料などの調達に関連して、他の地域産業との連携による地域資源の活用や、供給先とのマッチングなど、川上・川下両方向での地域の事業者との連携の余地は多く存在しており、その促進に向けた支援も求められている。

平成29年度関連予算(案)について

項目	事業名	事業概要	予算額(千円)	担当課
(1)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				
ア 近江の地場産品のPRイベントや地産地消を推進するキャンペーンの実施、近江の地場産業事業者等のPR活動に対する支援(15事業)				
	滋賀の感性を伝える「ココクール」事業	滋賀らしい魅力をもつ商品やサービスの発展と販路開拓を促進するとともに、滋賀のブランド価値の向上を図るため、「ココクールマザーレイク・セレクション」の選定と、その広報を行う。	3,370	商工政策課
	伝統の技と美「滋賀の匠展」開催事業	県および国指定の伝統的工芸品の価値を広く県民に伝えるとともに販売を促進するため、展示をメインとして、実演や体験等を内容とした展示会を開催する。	1,973	中小企業支援課
	伝統的工芸品月間等参加事業	伝統的工芸品産業の振興を図るため、(一財)伝統的工芸品産業振興協会が実施する伝統的工芸品月間事業と全国伝統的工芸品展に参加する。	3,043	中小企業支援課
	拡 滋賀の地域産業振興総合支援事業	地場産業組合等が実施するブランド力の向上、後継者育成、海外展開や販路拡大等の戦略的、持続的な取り組みに支援する。	25,079	モノづくり振興課
	近江の地酒普及促進事業	近江の地酒の魅力を県内外に発信し、県内においては県産日本酒への愛着と誇りを醸成するとともに、県内外での消費拡大を図る。	2,872	観光交流局
	新 全国菓子大博覧会参加事業	「お伊勢さん菓子博2017」の開催にあたり、滋賀県菓子工業組合が出展するブースに対して事業経費の一部を助成することで、本県のイメージアップと土産品産業の振興および販路拡大を図る。	1,500	観光交流局
	強めるブランド力！「滋賀の食材」発信事業	地域が一体となった農産物について、専門家を派遣するなどGI等知的財産の取得を支援する。	5,324	食のブランド推進課
	近江の野菜「漬物」で魅力発信事業	地域の歴史や食文化などを色濃く反映する「漬物」を通して、伝統野菜をはじめとした滋賀の野菜の魅力を発信することで、県産野菜の生産を振興する。	2,100	食のブランド推進課

「おいしがうれしが」キャンペーン推進事業	地産地消の推進を図るため、「おいしがうれしが」キャンペーン推進店への登録の呼びかけ、情報発信等を行う。併せて、生産者と推進店の連携をより強化するための交流会を開催する。	1,719	食のブランド推進課
もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業	関係機関・団体等と幅広く連携し、近江米の消費拡大に向けた県民運動の展開および外食等での近江米利用促進等に取り組むことにより、消費減退を食い止めるとともに、近江米の根強いファンを確保する。	4,700	食のブランド推進課
新 「日本一の環境こだわり農業」発信事業	滋賀県の環境こだわり農業の取組が日本一の取組で、生産者が琵琶湖のために努力していることを全国に発信する。	9,343	食のブランド推進課
近江牛魅力発信事業	国際的な視点に立ち近江牛のブランド価値の向上を図るため、東京における近江牛の魅力発信と訪日外国人向けインバウンド観光を実施する。	12,341	畜産課
琵琶湖の魚消費拡大PR事業	「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚をより身近に魅力的に感じることでできる機会を創出する。	21,380	水産課
水産物流通促進対策事業	滋賀県水産加工業協同組合が実施する湖魚の普及宣伝活動に対して支援する。	500	水産課
しがの水産物流通拡大対策事業	県産魚介類のイメージアップ活動および消費促進活動に対して支援する。	700	水産課

イ 首都圏情報発信拠点等を活用したPRイベントの開催等、首都圏における近江の地場産業事業者等の販路開拓等取組支援(9事業)

拡 滋賀・びわ湖ブランド推進事業	滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに、滋賀への誘引の役割を担う拠点を整備し、拠点を核とした滋賀の魅力発信に取り組む。	324,334	広報課
体感型「ココクール」魅力発信事業	首都圏情報発信拠点と連携した「ココクール」の体験型イベントを開催する。また、「ココクール」のセレクションのデジタルストーリーブックを含んだWebサイトを構築し、リアルとネットでの情報発信を複合的に実施することで、滋賀のファン開拓および滋賀への誘客につなげる。	7,431	商工政策課
伝統的工芸品月間等参加事業(再掲)	伝統的工芸品産業の振興を図るため、(一財)伝統的工芸品産業振興協会が実施する伝統的工芸品月間事業と全国伝統的工芸品展に参加する。	(再掲)	中小企業支援課

新 来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業	県が新たに整備する首都圏情報発信拠点等において、本県の地場産業や伝統的工芸品の魅力を消費者等に発信し、体感いただくことで、県産品の消費拡大や本県への来訪者の拡大を図る。	6,470	中小企業支援課・モノづくり振興課
新 首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業	首都圏情報発信拠点を最大限活用しながら「滋賀の食材」の首都圏における認知度向上、販路拡大等に取り組む。	19,232	食のブランド推進課
新 「日本一の環境こだわり農業」発信事業(再掲)	滋賀県の環境こだわり農業の取組が日本一の取組で、生産者が琵琶湖のために努力していることを全国に発信する。	(再掲)	食のブランド推進課
新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業	各地域の産地戦略に基づき、消費者や実需者のニーズを捉えた茶の生産拡大、有利販売により、「近江の茶」の産地活性化を図る。	4,100	農業経営課
みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業	「みずかがみ」を守り、育てる生産者自らの組織的な活動を支援するとともに、マスメディアを利用したPRに対して支援を行う。	15,414	食のブランド推進課・農業経営課
近江牛魅力発信事業(再掲)	国際的な視点に立ち近江牛のブランド価値の向上を図るため、東京における近江牛の魅力発信と訪日外国人向けインバウンド観光を実施する。	(再掲)	畜産課

ウ 近江の地場産業事業者等の海外展開戦略に係る取組支援(5事業)

海外展開総合支援事業	県内の中小企業の海外における円滑な事業展開の促進を図るため、貿易や海外投資等に関する相談窓口を設置する。また、見本市出展、市場調査に必要となる経費の一部を助成するとともに、ベトナムホーチミン市と締結した経済・産業分野等の協力に関する覚書に基づき、県内企業の当該地域におけるビジネス展開を重点的に支援する。	23,950	商工政策課
拡 滋賀の地域産業振興総合支援事業(再掲)	地場産業組合等が実施するブランド力の向上、後継者育成、海外展開や販路拡大等の戦略的、持続的な取り組みに支援する。	(再掲)	モノづくり振興課
海外展開技術支援事業	高品質で競争力のある兼愛製品を世界に発信し、新たな販路を開拓するとともに、ブランド力の向上を図るため、国際規格への技術支援および信楽焼製品の海外展開支援を行う。	2,773	工業技術総合センター

新 FOOD BRAND OH! MI 海外プロモーション事業	輸出戦略にそって、有望市場での認知度向上、販路拡大に取り組む。	12,426	食のブランド推進課
みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業 (再掲)	「みずかがみ」を守り、育てる生産者自らの組織的な活動を支援するとともに、マスメディアを利用したPRに対して支援を行う。	(再掲)	食のブランド推進課・農業経営課

エ 近江の地場産業事業者等に対する技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援(9事業)

びわ湖材産地証明事業	びわ湖材産地証明制度の運営および品質認定の取得を支援するとともに、CLTをはじめとする新たな木材利用を普及啓発する。	3,985	森林政策課
窯業技術研究開発事業費	県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、新製品および新素材の研究開発を行う。	2,720	工業技術総合センター
地域産業育成指導事業費	窯業関連事業者への技術情報の提供および窯業関連製品や素材の試験および研究を行う。	5,058	工業技術総合センター
モノづくり技術高度化事業	繊維産業などのモノづくり技術の高度化を目指した技術開発と高性能・高機能な新規材料を創製し、県内企業の技術競争力の強化および新分野への進出を図る。	4,150	東北部工業技術センター
技術移転・共同研究事業	地場産業事業者等の技術力の高度化や新製品開発を支援するために、産学官連携による共同研究を軸として技術移転を推進する。	5,700	東北部工業技術センター
地域産業支援事業	本県の地場産業である繊維産業、パルプ産業を対象に、製品開発や技術開発を支援する。	1,530	東北部工業技術センター
新 環境こだわり農業の深化プロジェクト事業	環境こだわり農業の深化に向け、有機農業等を含めた新たな推進方策の検討、および有機農業等の栽培技術の体系化を行う。	2,500	食のブランド推進課
新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業(再掲)	各地域の産地戦略に基づき、消費者や実需者のニーズを捉えた茶の生産拡大、有利販売により、「近江の茶」の産地活性化を図る。	(再掲)	農業経営課
水産物流通促進対策事業(再掲)	滋賀県水産加工業協同組合が実施する湖魚の普及宣伝活動に対して支援する。	(再掲)	水産課

オ 情報発信ツールやインターネット等を活用した産地情報や産品情報のPR(10事業)

びわ湖材産地証明事業 (再掲)	びわ湖材産地証明制度の運営および品質認定の取得を支援するとともに、CLTをはじめとする新たな木材利用を普及啓発する。	(再掲)	森林政策課
びわ湖材魅力発信強化事業	びわ湖材の魅力を高め、利用拡大を促進するため、びわ湖材製品の募集と優れた製品の選考、冊子の作成などの情報発信を行う。	900	森林政策課
滋賀の感性を伝える「ココクール」事業(再掲)	滋賀らしい魅力をもつ商品やサービスの発展と販路開拓を促進するとともに、滋賀のブランド価値の向上を図るため、「ココクールマザーレイク・セレクション」の選定と、その広報を行う。	(再掲)	商工政策課
体感型「ココクール」魅力発信事業(再掲)	首都圏情報発信拠点と連携した「ココクール」の体験型イベントを開催する。また、「ココクール」のセレクションのデジタルストーリーブックを含んだWebサイトを構築し、リアルとネットでの情報発信を複合的に実施することで、滋賀のファン開拓および滋賀への誘客につなげる。	(再掲)	商工政策課
新 来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業(再掲)	県が新たに整備する首都圏情報発信拠点等において、本県の地場産業や伝統的工芸品の魅力を消費者等に発信し、体感いただくことで、県産品の消費拡大や本県への来訪者の拡大を図る。	(再掲)	中小企業支援課・モノづくり振興課
伝統の技と美「滋賀の匠展」開催事業(再掲)	県および国指定の伝統的工芸品の価値を広く県民に伝えるとともに販売を促進するため、展示をメインとして、実演や体験等を内容とした展示会を開催する。	(再掲)	中小企業支援課
伝統的工芸品産業振興事業	伝統的工芸品産業の振興を図るため、指定産地の調査や伝統的工芸品紹介冊子を制作する。	250	中小企業支援課
美味しい「食」の情報発信総合事業	滋賀の「食材」の魅力や特徴、購入できる場所等の情報をHPでタイムリーに発信する。	4,500	食のブランド推進課
琵琶湖の魚消費拡大PR事業(再掲)	「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚をより身近に魅力的に感じることでできる機会を創出する。	(再掲)	水産課
水産物流通促進対策事業(再掲)	滋賀県水産加工業協同組合が実施する湖魚の普及宣伝活動に対して支援する。	(再掲)	水産課

(2) 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

ア 近江の地場産業事業者等の経営改善および合理化推進のための支援(3事業)

中小企業経営革新支援事業	中小企業の新事業を促進するため、「中小企業等経営強化法」に基づく経営革新計画の承認および外部専門家による指導・助言を行うとともに、商品化、販路開拓等に要する経費の一部を助成する。	15,341	中小企業支援課
小規模事業経営支援事業費補助金	商工会、商工会議所および商工会連合会が小規模事業者のために行う経営改善普及事業等に要する経費に対し助成する。	1,500,275	中小企業支援課
中小企業連携組織対策事業費補助金	滋賀県中小企業団体中央会が中小企業の組織化、育成および指導のために行う事業に要する経費に対し助成する。	103,164	中小企業支援課

イ 近江の地場産業事業者等に対する、金融機関と協調した長期・低利の融資の活用促進(2事業)

中小企業振興資金貸付金	中小企業者の経営安定等を図るため、制度融資を実施する。	9,562,000	中小企業支援課
水産振興資金融資基金預託金	漁業経営の近代化、経営の安定および合理化等に必要資金の融資を行う。	14,788	水産課

(3) 新商品開発等に係る調査研究、多様な分野における事業展開の促進

ア 公設試験研究機関を中心として、高度化、多様化するニーズに対応した新商品開発のための調査研究の推進(11事業)

窯業技術研究開発事業費(再掲)	県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、新製品および新素材の研究開発を行う。	(再掲)	工業技術総合センター
地域産業育成指導事業費(再掲)	窯業関連事業者への技術情報の提供および窯業関連製品や素材の試験および研究を行う。	(再掲)	工業技術総合センター
モノづくり技術高度化事業(再掲)	繊維産業などのモノづくり技術の高度化を目指した技術開発と高性能・高機能な新規材料を創製し、県内企業の技術競争力の強化および新分野への進出を図る。	(再掲)	東北部工業技術センター
技術移転・共同研究事業(再掲)	地場産業事業者等の技術力の高度化や新製品開発を支援するために、産学官連携による共同研究を軸として技術移転を推進する。	(再掲)	東北部工業技術センター

地域産業支援事業(再掲)	本県の地場産業である繊維産業、パルプ産業を対象に、製品開発や技術開発を支援する。	(再掲)	東北部工業技術センター
新 環境こだわり農業の深化プロジェクト事業(再掲)	環境こだわり農業の深化に向け、有機農業等を含めた新たな推進方策の検討、および有機農業等の栽培技術の体系化を行う。	(再掲)	食のブランド推進課
新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業(再掲)	各地域の産地戦略に基づき、消費者や実需者のニーズを捉えた茶の生産拡大、有利販売により、「近江の茶」の産地活性化を図る。	(再掲)	農業経営課
みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業(再掲)	「みずかがみ」を守り、育てる生産者自らの組織的な活動を支援するとともに、マスメディアを利用したPRに対して支援を行う。	(再掲)	食のブランド推進課・農業経営課
近江牛の生産性の効率化に関する研究	発育状況や飼養管理方法の異なる肥育素牛に合致した飼養管理方法を確立する。	11,769	畜産課
高品質近江牛づくり推進事業	畜産技術振興センターで生産した高品質の雌子牛を農家へ譲渡するため、育成牧場での優良繁殖雌牛の整備と効率的な改良を図る。	43,763	畜産課
家畜の改良増殖と優良種畜の譲渡事業	近江しゃもの初生雛および種卵を生産者へ供給する。	6,297	畜産課

イ 新ビジネスの創造に向けた異分野・異業種の連携による商品開発等の促進(4事業)

滋賀のクリエイティブ産業振興事業	クリエイティブ産業の振興と、これとの連携による幅広い産業の高付加価値化を図るため、県内クリエイティブ事業者のネットワーク化の推進、事業所の設置・販路開拓に対する助成等を行う。	4,608	商工政策課
クリエイティブ産業活用モデル創出事業	クリエイティブ産業の振興と、これとの連携による幅広い産業の高付加価値化を図るため、クリエイター・クリエイティブ企業と製造業者とのマッチング会の開催、そのマッチング会と連動し、異業種交流で生まれた案件に対する事業化支援を行う。	4,900	商工政策課
6次産業化ネットワーク活動推進事業	6次産業化の推進体制を整備するとともに、市町や農林事業者が行う6次産業化のネットワークによる新商品開発や販路開拓などの取組、市町が行う戦略策定の取組を支援する。	17,250	農業経営課

農林水産業新ビジネス創造支援事業	農林水産業を基盤とした新ビジネスを生み出すことを目的に、農林水産業者や商工・観光等事業者、大学等が参画する農林水産業新ビジネス創造研究会を母体としたイノベーションを起こす取組を発掘・支援する。	13,000	農業経営課
------------------	--	--------	-------

(4) 担い手となる人材の確保、育成・資質向上に対する支援、優れた技術等の継承の推進等

ア 担い手となる人材の確保のための情報提供(3事業)

しがの農林水産業就業促進事業費	若い世代に就農・就業について情報を得る機会を提供し、農林水産業への関心を高め、新たな人材を確保する。	3,200	農業経営課
女性の力を活かしたアグリビジネス創出事業	アグリビジネスに取り組む女性を対象に、アグリカフェやアグリビジネス体験、女性経営力向上研修などを実施し、農業分野における女性の活躍を支援する。	6,090	農業経営課
しがの漁業担い手確保事業	漁業就業者確保を目指し、就業希望者に対する相談業務、短期体験研修および中期実地研修等を実施する。	8,400	水産課

イ 後継者育成や技術継承のための取組の実施および支援(7事業)

拡 滋賀の地域産業振興総合支援事業(再掲)	地場産業組合等が実施するブランド力の向上、後継者育成、海外展開や販路拡大等の戦略的、持続的な取り組みに支援する。	(再掲)	モノづくり振興課
地域連携型モノづくり人材育成事業	本県の窯業業界の振興を図るため、窯業技術者養成のための専門研修を実施する。	472	工業技術総合センター
青年農業者等育成確保推進事業費	就農に向けて、相談から定着にいたるまでの一貫した支援体制を整え、次代の優れた本県産業の担い手の育成確保を図る。	8,975	農業経営課
大家畜技術指導事業	近江牛生産農家に対して技術指導を行う。	772	畜産課
家畜衛生対策事業	家畜衛生の推進に向け、管理体制の整備や衛生指導を行う。	4,266	畜産課
しがの漁業担い手確保事業(再掲)	漁業就業者確保を目指し、就業希望者に対する相談業務、短期体験研修および中期実地研修等を実施する。	(再掲)	水産課

水産業の担い手育成委託	湖魚のPR催事の開催を通じて、水産業の担い手自身が水産業や湖魚の魅力の宣伝に必要なスキルの向上を図る。	380	水産課
-------------	---	-----	-----

ウ 未来の後継者確保に向けた小中学生等の地場産業等にふれる機会の提供(4事業)

世界にひとつの宝物づくり事業	陶芸作家やボランティア等との協働により、子どもや障が者が「土」とふれあい、モノづくりの喜び・感動や本物の芸術を体感できるプログラムを提供することにより、陶芸に理解のある次世代の人材育成を図る。	6,700	モノづくり振興課
しごとチャレンジ推進事業	小・中学校の児童・生徒を対象に、様々な職業を紹介するとともに、実際のしごとを体験する場として「しごとチャレンジフェスタ」を開催し、職業観・勤労観を育むきっかけ作りを行う。	12,225	労働雇用政策課
次代を担う生徒のキャリア教育推進事業	中学校での職場体験の経験を高校で継承させるとともに、課題解決型のインターンシップや起業体験などさらに発展した取組を行い、職業観や勤労観の育成を図る。	6,900	高校教育課
中学生チャレンジウィーク	子どもたちの職業観・勤労観を育むため、県内事業所に協力をいただき、中学生を対象に5日以上職場体験を実施する。	801	幼小中教育課

(5) 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

ア 地場産業等への関心を高め、理解を促進するPRイベント等の実施(6事業)

近江の地酒普及促進事業(再掲)	近江の地酒の魅力を県内外に発信し、県内においては県産日本酒への愛着と誇りを醸成するとともに、県内外での消費拡大を図る。	(再掲)	観光交流局
近江の野菜「漬物」で魅力発信事業(再掲)	地域の歴史や食文化などを色濃く反映する「漬物」を通して、伝統野菜をはじめとした滋賀の野菜の魅力を発信することで、県産野菜の生産を振興する。	(再掲)	食のブランド推進課
しがの地産地消・食育推進事業	市町や民間団体等が各地域で行う食育体験等の取組を支援するとともに、県域で事例報告や情報交換等を行うことにより、地産地消を核とした食育を推進する。	3,512	食のブランド推進課
「おいしが うれしが」キャンペーン推進事業(再掲)	地産地消の推進を図るため、「おいしが うれしが」キャンペーン推進店への登録の呼びかけ、情報発信等を行う。併せて、生産者と推進店の連携をより強化するための交流会を開催する。	(再掲)	食のブランド推進課

もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業(再掲)	関係機関・団体等と幅広く連携し、近江米の消費拡大に向けた県民運動の展開および外食等での近江米利用促進等に取り組むことにより、消費減退を食い止めるとともに、近江米の根強いファンを確保する。	(再掲)	食のブランド推進課
近江牛魅力発信事業(再掲)	国際的な視点に立ち近江牛のブランド価値の向上を図るため、東京における近江牛の魅力発信と訪日外国人向けインバウンド観光を実施する。	(再掲)	畜産課

イ 小中学生等が地場産業等にふれ、理解を深める機会の提供(7事業)

世界にひとつの宝物づくり事業(再掲)	陶芸作家やボランティア等との協働により、子どもや障が者が「土」とふれあい、モノづくりの喜び・感動や本物の芸術を体感できるプログラムを提供することにより、陶芸に理解のある次世代の人材育成を図る。	(再掲)	モノづくり振興課
しごとチャレンジ推進事業	小・中学校の児童・生徒を対象に、様々な職業を紹介するとともに、実際のしごとを体験する場として「しごとチャレンジフェスタ」を開催し、職業観・勤労観を育むきっかけ作りを行う。	(再掲)	労働雇用政策課
農畜水産業を通じた子どもたちへの食育推進事業	学校給食に供給する野菜生産の現場での食育や、小学生向け教材の活用等により、次代を担う子供たちの豊かな人間性や地域に対する愛着心を育み、滋賀の農畜水産業に対する理解を促進する。	1,755	食のブランド推進課
たんぼのこ体験事業	小学生自らが農産物を「育て」、「収穫し」、そして調理して「食べる」という一貫した体験学習を通して、農業への関心を高めるとともに、生命や食べ物大切さを学ぶ「農からの食育」を推進する。	自治振興交付金	食のブランド推進課
琵琶湖の魚消費拡大PR事業(再掲)	「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚をより身近に魅力的に感じることでできる機会を創出する。	(再掲)	水産課
次代を担う生徒のキャリア教育推進事業(再掲)	中学校での職場体験の経験を高校で継承させるとともに、課題解決型のインターンシップや起業体験などさらに発展した取組を行い、職業観や勤労観の育成を図る。	(再掲)	高校教育課
中学生チャレンジウィーク(再掲)	子どもたちの職業観・勤労観を育むため、県内事業所に協力をいただき、中学生を対象に5日以上職場体験を実施する。	(再掲)	幼小中教育課

(6) 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

ア 近江の地場産業および近江の地場産品の実態について概ね5年を目安として調査を実施