

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実施状況について

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23日滋賀県条例第12号。以下「条例」という。)第10条の規定に基づき、平成29年度の施策の実施状況をまとめました。

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製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製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. 基本指針の体系

■基本目標

- 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。

■施策の体系

- (1) 近江の地場製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
- (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
- (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
- (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
- (5) 近江の地場産業および近江の地場製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
- (6) 近江の地場産業および近江の地場製品に関する実態についての定期的な調査および分析

3. 取組の状況

- 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。
- 施策の実施状況をもとに、施策の体系ごとに、関連事業の取組実績および課題と今後の取組を総括。

■数値目標の達成状況

※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 未設定
(1) 需要拡大のための新商品開発支援、情報提供、販路開拓促進等	36	25	16 (64.0%)	3 (12.0%)	0 (0%)	2 (8.0%)	4 (16.0%)
(2) 経営基盤強化のための経営改善、合理化、資金供給の円滑化	5	3	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
(3) 新商品開発等に係る調査研究、多様な分野での事業展開の促進	16	9	6 (66.7%)	2 (22.2%)	0 (0%)	1 (11.1%)	0 (0%)
(4) 担い手人材の確保・育成、技術継承の推進等	12	5	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
(5) 普及啓発、多様な学習機会の提供等	13	8	7 (87.5%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (12.5%)
(6) 実態についての定期的な調査・分析	2	2	1 (50.0%)	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
(1)～(6) 全施策	64	35	25 (71.4%)	4 (11.4%)	0 (0%)	2 (5.7%)	4 (11.4%)

4. 今後の予定

平成30年9月頃	施策の実施状況を県ホームページにより公表
平成31年度以降	毎年度始めに、県政モニターアンケート調査を実施 前年度の実施状況とアンケート調査結果をとりまとめて公表
平成34年度9月頃	5年間の施策の実施結果をとりまとめて公表

関連事業の取組状況と課題、今後の取組

【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

【数値目標の達成状況】

※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	未集計未設定
(1) 需要拡大のための新商品開発支援、情報提供、販路開拓促進等	36	25	16 (64.0%)	3 (12.0%)	0 (0%)	2 (8.0%)	4 (16.0%)

【総括】

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〔実施事業数：16〕

近江の地場産品の需要を拡大するために、まずは認知度向上にむけ様々なPR活動に取り組んだ。県内商業施設での「滋賀の匠展」、近江米の消費を拡大するための県民向け啓発活動イベント、大学生を対象としたレシピコンテスト等、県内での消費拡大に向けた取り組みを実施した。これら取組は一定継続して行うことで効果が高まるものであるため、メディアやホームページ等を用いた発信も含め、手段を工夫し、今後も取り組みを進めていく。

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〔実施事業数：9〕

東京・日本橋に平成29年10月29日にオープンした「ここ滋賀」をはじめとする首都圏での滋賀の地場産品等を紹介するプロモーション映像の放映、企画催事や商品の展示・販売の支援などに取り組んだ。新たな需要開拓に向けた一大消費地である首都圏での取り組みは高い効果が期待でき、引き続き「ここ滋賀」等と連携し販路開拓に向けた取り組みを進めていく。

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〔実施事業数：5〕

地場産業事業者の海外展開の取り組みに対し助成を行った。また、近江牛については、和牛ブランドの産地間競争が激化している中、さらなるブランド価値の向上が必要であり、訪日外国人向けのツアーや海外の旅行業者を招聘してのファムトリップを実施した。今後は平成29年7月に開設された彦根市のジェトロ滋賀貿易情報センターとも連携を図りながら、海外展開への支援を継続していく。

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〔実施事業数：10〕

新商品の開発に対する支援として、工業技術総合センターや東北部工業技術センターで相談や助言、技術面での支援や企業との共同研究に取り組んだ。産地ごとに支援のあり方も異なることから、引き続き産地と協同し課題に取り組んでいく。

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〔実施事業数：10〕

産地や産品の情報提供として、滋賀の食材の魅力や特徴、購入場所等の情報をHPで発信したり、近江米振興協会が行うテレビCM放映への支援を行った。消費拡大のためにはそれぞれの地場産品のファンを増やしていくことが重要であり、今後も引き続き様々なツールを活用したPRを実施していく。

関連事業の取組状況と課題、今後の取組

【施策の内容（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

【数値目標の達成状況】

※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 未設定
(2) 経営基盤強化のための経営改善、合理化、資金供給の円滑化	5	3	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

【総括】

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〔実施事業数：3〕

中小企業の経営基盤の強化に向け、小規模事業者に対し団体が行う経営改善普及事業費の助成や、経営革新計画承認後の中小企業診断士によるフォローアップ、試作品製作や販路開拓に対しての補助金による支援を行った。今後も引き続き経営基盤の強化に向け、中小企業診断士のフォローアップ等の支援を実施していく。

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〔実施事業数：2〕

中小企業者の経営安定等を図るため制度融資を実施した。今後も利用者のニーズに沿った制度改善を検討しながら、資金供給の円滑化を図っていく。

関連事業の取組状況と課題、今後の取組

【施策の内容（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

【数値目標の達成状況】

※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 未設定
(3) 新商品開発等に係る調査研究、多様な分野での事業展開の促進	16	9	6 (66.7%)	2 (22.2%)	0 (0%)	1 (11.1%)	0 (0%)

【総括】

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〔実施事業数：12〕

公設試験研究機関において、地場産業の新商品開発等の調査研究として、信楽焼産地では坪庭用資材と海外原料を用いた新陶土の開発をおこなったり、高島綿織物産地では繊維新素材の試作と製品化、扇骨産地でのオリジナル扇子の作成、近江茶においては新香味茶の製造技術の開発など調査研究に取り組んだ。今後も引き続き新商品開発等に向けた調査研究に取り組むとともに、開発したそれぞれの商品の市場開拓に取り組んでいく。

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〔実施事業数：4〕

新ビジネスの創造に向け、関係者による研究会を母体とした新ビジネスの創造を検討するセミナーを開催したり、クリエイティブ企業と製造業者とのマッチング会を開催し、異業種交流で生まれた案件への事業化支援を実施した。今後は、新たなビジネスモデルのさらなる構築とビジネスモデルの実用化を支援していく。

関連事業の取組状況と課題、今後の取組

【施策の内容（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

【数値目標の達成状況】

※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	未集計未設定
(4) 担い手人材の確保・育成、技術継承の推進等	12	5	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

【総括】

ア 担い手となる人材確保のための情報提供〔実施事業数：5〕

担い手となる人材獲得に向け、農林水産業では、就業体験や青年農業者との交流、女性を対象としたアグリカフェや研修、就業体験談の講演、漁業就業者確保のための就業相談、短期・中期研修を実施した。どの業界においても人材確保は、喫緊の課題であり、事業継承のために今後も継続して取り組む必要がある。

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〔実施事業数：8〕

後継者育成、技術継承を目的に信楽窯業技術試験場においては窯業技術者養成研修を実施。農業では、就農者の確保育成に向けて、相談から定着にいたるまでの一貫した支援体制を整備し支援を実施した。技術の継承は一朝一夕にいくものではないため、これら取り組みを引き続き実施していく。

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〔実施事業数：1〕

将来の担い手である子どもたちに対し、モノづくりの喜び、感動を体感できるプログラムを提供した。今後も教育委員会と連携し、子どもたちに地場産業等について学習する機会を提供していく。

関連事業の取組状況と課題、今後の取組

【施策の内容（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

【数値目標の達成状況】

※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）				未集計 未設定
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	
(5) 普及啓発、多様な学習機会の提供等	13	8	7 (87.5%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (12.5%)

【総括】

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 [実施事業数：7]

近江の地場産業等への関心を高めていただくため、地酒では、一般消費者向けの地酒講習会・講座を開催したり、近江の野菜を使用した漬物イベントや漬物教室を開催した。平成30年度は大型観光キャンペーン開催時期に合わせて事業を行うことで、県内はもちろんのこと県外から来県された方々にも情報を発信していく。

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 [実施事業数：6]

小学生への取組として、県内199校で農業体験を実施したり、湖魚食材を学校給食へ提供したり、湖魚を学ぶ講座の実施や滋賀の農畜水産業の理解促進のための教材作成などに取り組んだ。今後もこれら取り組みを継続し、県内すべての小学校が農業体験を実施できるように市町やJA等と連携していく。

関連事業の取組状況と課題、今後の取組

【施策の内容（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

【数値目標の達成状況】

※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	未集計未設定
(6) 実態についての定期的な調査・分析	2	2	1 (50.0%)	1 (50.0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

【総括】

ア 実態について概ね５年を目安として調査を実施〔実施事業数：２〕

伝統的工芸品においては、県内の商業施設で開催した「滋賀の匠展」の来場者に対して、伝統的工芸品への印象等のアンケートを実施。「買ってみたい商品」の問いには「長い伝統と優れた技術を強く感じる重厚な商品」「今のライフスタイルに調和した商品」の回答がそれぞれ 20%、25%であった。今後も継続することで傾向を分析し、取り組みに活かしていく。

地場産業においては、滋賀県中小企業団体中央会が実施した「滋賀の名品フェア」への来場者に対して認知度の調査を実施した。結果は、信楽焼が 92%、彦根仏壇が 43%、浜ちりめんが 30%で、その他の地場産業の認知度は、30%未満であった。今後も機会あるごとに調査を実施し、結果を取り組みに活かしていく。