

「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

令和3年(2021年)12月27日(月)から令和4年(2022年)1月27日(木)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、11者(市町、団体を含む)から46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	16件
3 基本的な方向	1件
4 基本目標	2件
5 施策の内容	20件
6 推進体制	1件
別表	2件
その他	4件
合 計	46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	3	コロナの影響でひこね繊維以外に高島織物や製菓も渡航できない状況となっている。3産地並列や対抗策として実施した事例を記載するなど工夫を。また9産地中、製菓、仏壇の事例がない。	御意見を踏まえ、以下のとおり記述を修正します。 【修正前】(3頁) …足踏みを余儀なくされました。一方で、… 【修正後】(3頁) …足踏みを余儀なくされました。また、「高島綿織物」では東南アジア諸国での現地商談を、試作品作製に切り替えて生地見本等の充実を行いました。「甲賀・日野製菓」では中国での視察調査をとりやめ、現地とのオンライン会議による情報収集や学習会、調査体制の整備等を行いました。一方で、… 【修正前】(3頁) …職人養成プロジェクトや短期研修を実施する「湖東麻織物」など、… 【修正後】(3頁) …職人養成プロジェクトや短期研修を実施する「湖東麻織物」や、技術伝承塾「ほんまもん工房」を開講する「彦根仏壇」など、…
2	3	DX、ECサイト、SNS、CO2ネットゼロ、アップサイクル、SDGsについて、本文中または欄外で用語の説明があれば、伝わりやすくなると思います。 また、3、4頁ではECサイト、SNSの順であるが、6頁では逆となっており、何か違いがあるのでしょうか。 ほか、同様の御意見 4件	御指摘を踏まえ、注釈を以下のとおり挿入いたします。 ・DX:Digital Transformation(デジタル技術により、生活やビジネスモデルに変化を起し、豊かで快適な生活を実現していくこと) ・ECサイト:Electronic commerceサイト(電子商取引サイト) ・SNS:Social Networking Service(登録された利用者同士が交流できるWebサイトの会員制サービス) ・CO2ネットゼロ(二酸化炭素排出量を実質ゼロにすること) ・アップサイクル(元の製品より価値の高いものを生み出すことを最終的な目的とするリサイクル) ・SDGs:Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標。詳細については、p21を参照。) また、ECサイト、SNSの記載順序については、3頁の順に統一し、修正いたします。
3	3	4物品のみ記載されており、残る35物品の記述がなく公平感に欠ける	地場産業については、No.1でいただいた御意見も踏まえ、反映しております。また、伝統的工芸品全体について、修正後の7頁にも現状と課題を記載しており、経済産業大臣指定の伝統的工芸品についての事例を記載しております。なお、知事指定滋賀県伝統的工芸品のリストについては、修正後の23～24頁に示しているところです。
4	3	BtoCやBtoB(6頁)については、あえて注釈は必要のない言葉ではないか。	分かりやすい表現とするために、原案のとおりとします。
5	4	「マーケティングや展示会による消費者ニーズの吸い上げや消費者の声を聞く機会作りが課題」とあるが、これらに加え、デザイン思考※の視点を加えてはどうか。 ※デザイン思考:市場と対話し、買い物客の観察を通じて、無意識下にある欲求を探り当て、特徴のあるユーザーに寄り添い、共感し、コンセプトを実現すること。 ほか、6、9頁でも同様の御意見3件	マーケティング手法の一つにデザイン思考も含まれると考えますので原案のとおりとし、いただいた御意見については、今後のマーケティングにおける取組支援の参考とさせていただきます。

6	6	県公設試との表記があるが、略されていて何かかわからない。 12頁、13頁、14頁には「公設試験研究機関」と記載されているが、これとは別のものなのか。	原案における6頁の「公設試」と12頁、13頁、14頁の「公設試験研究機関」は同一のもので、全文中の記載を公設試験研究機関に統一し、修正いたします。
7	7	各製品のブランド力向上に向けた取組としてPR活動と食育活動が列記されていますが、基本指針の対象農産物「伊吹そば」について、専門人材と連携したブランド価値の整理や市場調査など、産品が売れるための仕組みづくりに取り組んでいます。 そのため、「各産地がマーケティング、県内外でのPR活動や食育活動などを継続して実施…」と修正してください。	御指摘のとおり修正いたします。 【修正前】(7頁) 「各産地が、県内外でのPR活動や…」 【修正後】(9頁) 「各産地がマーケティング、県内外でのPR活動や…」
8	7	農林水産物等の課題として、「県外での認知度が低い」とありますが、基本指針の対象農産物「伊吹そば」の知名度は県内でも低いため、「県内外での認知度が低い」と修正してください。	「伊吹そば」はいわゆる地理的表示(GI)としても登録され、県内での知名度も一定あると考えられますが、御意見の趣旨を踏まえ、以下のとおり修正いたします。 【修正前】(7頁) 「産品によっては、県外での知名度が低いものがあり、…」 【修正後】(9頁) 「産品によっては、県内外での知名度が低いものがあり、…」
9	7	農林水産物等の課題として、担い手の確保・育成、人材育成が列記されていますが、基本指針の対象農産物「伊吹そば」は、天候に左右されやすい作物であるため、生産が不安定であることが課題となっています。そのため、「担い手の確保・育成、人材育成、生産の安定等が課題」と修正してください。	「伊吹そば」に限らず、生産の安定性は農林水産物に共通の課題であると考えられるので、御指摘のとおり修正いたします。 【修正前】(7頁) 「担い手の確保・育成、人材育成等が課題と…」 【修正後】(9頁) 「担い手の確保・育成、人材育成、生産の安定等が課題と…」
3 基本的な方向			
10	8	DX推進(デジタル技術による業務効率化、業務の変革、高付加価値の創造等)支援やメタバース等最先端テクノロジー推進への支援	経営改善、合理化、事業展開の推進等の一環として含まれている内容となり、また、公設試験研究機関においても指導・啓発を行っているところでありますので、5(3)アに以下のとおり追記いたします。 ・DXによる商品開発や業務効率化の支援
4 基本目標			
11	11	基本目標では「ブランド力強化」が示されているものの施策内容では表記がなく、つながらない印象。 施策の内容中(1)や(3)の文章内にブランド強化、ブランド発信等を入れてはどうか。	5(1)ア～オの全体的な取組によって、県のブランド力強化を図っているところですので原案のとおりとし、いただいた御意見については、今後の取組支援の参考とさせていただきます。
12	11	基本目標の3つ目について、表現面で「生産現場に触れる→地場産業に携わりたい」と直結した印象であるが、5年後の生産現場の魅力(地場産業の発展や仕事のやりがいなど)が伴っていることを盛り込んでどうか。	触れて体験していただく場を提供することが大事であると考えております。現場や現状を知っていただきながら、魅力を感じていただくことで携わりたいと希望するかたの増加につながることを想定しておりますので原案のとおりとし、いただいた御意見については、今後の取組の参考とさせていただきます。

5 施策の内容			
13	12	<p>施策の内容として、需要拡大のための支援が記載されていますが、マーケティングによっていくらか消費需要を喚起しても、それを充足する商品の生産量が十分でなければ、マーケティング活動は無駄になります。そのため、供給拡大や安定という視点での支援も必要と考えます。</p>	<p>供給拡大や生産の安定性については、5(2)アに記載のとおり経営基盤の側面における取組について記載しており、また、「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」の事業者アンケートの結果を鑑みましても、需要を拡大する取組が大事であると考えておりますので原案のとおりとし、いただいた御意見については、今後の取組の参考とさせていただきます。</p>
14	12	<p>2025年開催の大阪・関西万博出展等への支援について追加できないか。</p>	<p>3(1)ウにおいて、「2025年大阪万博等を控えて情報・人・モノが集中する海外や、国内の都市部・首都圏へ向けた販路拡大の取組を進めます。」と記載しており、5(1)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」や、5(1)ウ「近江の地場産業事業者等の海外展開戦略にかかる取組支援」のなかで取り組んでまいります。</p>
15	12	<p>県内外での展示会即売会の開催に「滋賀県中央会等との連携による」を追加できないか。</p>	<p>県内外での展示会即売会の開催については、個別の事業者様による取組や他の関連団体との連携も含むため、原案のとおりといたします。また、関連団体との連携につきましては、6(3)にも記載のとおり施策の推進を図るうえで、密に連携を行ってまいります。</p>
16	12	<p>「ここ滋賀」ECサイトの更なる活用および機能強化による事業者のBtoC(ECサイトの構築・運用等)への転換を促進する支援について検討いただきたい。</p>	<p>ECサイトの活用につきましては、地場産品のPRを行ううえでも重要な取組と考えられますが、「ここ滋賀」ECサイトに限らず取組を支援する内容と考えますので、5(1)オにおいて、以下のとおり修正します。</p> <p>【修正前】(12頁) ・SNS等の情報発信ツール、ホームページ、広報誌等の活用によるPRの実施</p> <p>【修正後】(17頁) ・SNS等の情報発信ツール、ホームページ、広報誌、ECサイト等の活用によるPRの実施</p>
17	12	<p>「ここ滋賀」について具体策に欠ける</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下のとおり修正します。</p> <p>【修正前】(12頁) ・ここ滋賀における展示会、イベント、ワークショップの開催</p> <p>【修正後】(16頁) ・ここ滋賀における県産品の販売促進や新商品・テストマーケティングコーナーの常設、運営事業者による販路開拓・拠点外販売の実施、首都圏での展示会や即売会等の開催支援</p> <p>また、施策における具体的な事業内容については、施策の実施状況を毎年まとめて施策推進協議会等で報告し、公表いたします。</p>
18	12	<p>地域団体商標制度の追加</p>	<p>御指摘を踏まえ、以下のとおり修正します。</p> <p>【修正前】(12頁) ・産地証明制度を活用した品質認定の取得等に対する支援</p> <p>【修正後】(16頁) ・産地証明制度や地域団体商標等を活用した品質認定の取得等に対する支援</p>

19	12	インターネット等の活用について、「近江の地場産品を取り扱うECサイトの活用」を挿入していただきたい。	御指摘を踏まえ、以下のとおり修正します。 【修正前】(12頁) ・SNS等の情報発信ツール、ホームページ、広報誌等の活用によるPRの実施 【修正後】(16頁) ・SNS等の情報発信ツール、ホームページ、広報誌、ECサイト等の活用によるPRの実施
20	12	海外展開戦略にかかる取組支援にSDGsが記述されているが、SDGsの概念は海外展開戦略に限られたものではないため、記述にあたっては注意を要すると思われる。	御指摘のとおり、SDGsについては海外展開に限ったものではございませんが、3頁の取り巻く現状において記載のとおり、海外市場では特にその重要性が顕著となっております。また、原案における17頁の(参考)において「SDGs達成のための取組」として全体にかかる取組内容を記載し、施策との関連を示しておりますので原案のとおりとし、いただいた御意見については、今後の取組支援の参考とさせていただきます。
21	13	5(3)アについて、公設試験研究機関の機能強化と近江の地場産業事業者等との連携を検討いただきたい。	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いるところです。また、5(1)工においても公設試験研究機関による支援を記載しておりますので、今後とも事業展開の促進に努めてまいります。
22	13	新商品の開発のためには、オープンイノベーション※を活用した「モノづくり」が有効であると思われるが、記述に反映してはどうか。 ※オープンイノベーション:製品開発や技術改革、研究開発や組織改革などにおいて、自社以外の組織や機関などが持つ知識や技術を取り込んで自前主義からの脱却を図ること。	御意見を踏まえ、以下のとおり修正します。 【修正前】(13頁) ・新商品開発や販路開拓などの取組や、様々な分野の事業者の参画による新ビジネス創造の発掘への支援 【修正後】(17頁) ・新たな技術やオープンイノベーション等の活用による新商品開発や販路開拓などの取組や、様々な分野の事業者の参画による新ビジネス創造の発掘への支援
23	13	新商品開発にデザイン思考を加えた事業展開の促進について加えてはどうか	マーケティング手法の一つと考えられますので、ここではデザイン思考も含んでいるものとして原案のとおりとし、いただいた御意見については、今後の取組支援の参考とさせていただきます。
24	13	MLGsについて、一般的に認知されていない場合は、用語の説明が必要であると思います。 ほか、同様の御意見1件	御指摘を踏まえ、以下のとおり修正します。 MLGs: Mother Lake Goals (琵琶湖版SDGs。「琵琶湖」を切り口とした2030年の持続可能社会へ向けた目標(ゴール))
25	13	MLGsに限定されているが、限定する意図が分からない。SDGsについても記述してよいのではないか。	No.20で示した回答のとおり、SDGsについては原案17頁の(参考)において「SDGs達成のための取組」として全体にかかる取組内容を記載し、施策との関連を示しております。ここでは特にMLGsを活用した商品開発を図るために原案のとおりとし、いただいた御意見については、今後の取組支援の参考とさせていただきます。
26	14	マーケティング、デザイン思考を実践する力をつけるための支援を追加してはどうか。	マーケティング手法の一つと考えられますので、ここではデザイン思考も含んでいるものとして原案のとおりとし、いただいた御意見については、今後の取組支援の参考とさせていただきます。
27	14	5(4)イの「地場産業組合が実施する後継者育成事業への取組支援」について、知らないからかもしれないが、内容が伝わってこない。	地場産業組合において実施されている研修会の開催等にかかる取組を支援しております。有効に活用いただけるように周知に努めてまいります。
28	14	5(5)アにおいて、もっと踏み込んでびわ湖放送で県内地場産品の紹介コーナーのシリーズ化など検討してはどうか。	地場産品の普及啓発や関心を高めるための取組には、様々な広報ツールを活用することが有効と考えられるので、いただいた御意見を今後の取組の参考とさせていただきます。

29	14	<p>給食で用いる食材を、農作物についてはすべて滋賀県産とし、有機農法(環境こだわり農産物認証制度を最低ライン)とすること。</p> <p>また、鶏卵や牛乳、肉、魚については飼育方法(動物福祉への配慮)、飼料(生産地や栽培方法)、収穫方法(持続可能な漁法であるか)などについてふさわしい基準を設けること。</p> <p>以上を年度目標を設定して実施すること。</p> <p>県内の複数の部門と連携して取り組まれてはいかがでしょうか。</p>	<p>これまで様々な主体が連携して取り組んできた結果、お米については全て滋賀県産、多くの市町で環境こだわり米を使用いただいているところです。また、パンもR4年度から県産小麦100%になる予定です。県産牛乳や湖魚も多くの市町で使用いただいています。</p> <p>その他の食材に関しましても、各市町で地元食材枠を設けるなど、入札の実施等の工夫により地場産品を推進いただいているところです。</p> <p>オーガニックについては量と価格に課題があり現状給食への提供についてハードルは高いところですが、現在県では環境こだわり推進計画に基づきオーガニック農業を推進しており、今後モデル的にオーガニック米を給食に提供する取組なども推進していく考えです。</p> <p>畜水産物の飼育方法や収穫方法の基準についてはこれからの取組になりますが、頂いた意見を参考とさせていただきます。</p>
30	15	<p>目標の設置や進捗の把握、また調査後の振り返りなど具体的内容を記載できないか。</p>	<p>目標設定や進捗把握は施策推進協議会等で報告しているところです。そのため、御意見を踏まえ、以下のとおり修正します。</p> <p>【修正前】(15頁) 「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」</p> <p>【修正後】(19頁) 「近江の地場産業および近江の地場産品の実態についての現状把握を目的とし、概ね5年を目安に調査を実施」</p>
31	14	<p>一般的な食器として使用される磁器物と違い、陶器である信楽焼は子どもたちの生活中で触れる機会が少ないのが現状です。給食に近江地場産品を使用したメニュー等を提供する際には信楽焼の器を使用いただくことで、地場産品の器に対して興味を持つ『きっかけ』としていただければ幸いです。</p>	<p>子どもが地場産品に触れ、理解を深めるための取組を推進するうえで食器の地産地消という観点から、いただいた御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。</p>
6 推進体制			
32	16	<p>提案された(1)～(3)に加え、(4)関係「外」の機関とのネットワークづくりは必要ないか。</p>	<p>関係外の機関等と連携については多岐におよぶこと、および各施策のなかでの必要な連携がすでに含まれていると考えておりますので、「推進体制」としては原案のとおりとし、各施策において連携を進めてまいります。</p>
別表			
33	18	<p>表に記載されている「綿クレープ」よりブランド化している「高島ちぢみ」に名称変更を</p>	<p>ご意見をいただいた表は、個別の商品名称等ではなく、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。</p> <p>商品PRやブランド化への施策を実施するにあたっては、地域団体商標でもある「高島ちぢみ」等の名称を積極的に使用してまいります。</p>
34	19	<p>原案18頁の地場産品では、高島綿クレープはあるが、19頁にはないのは伝統工芸ではないからか。</p>	<p>滋賀県の伝統的工芸品として指定するためには、製造工程の主要部分が手工的であることなど、滋賀県伝統的工芸品指定要綱に基づく要件を満たす必要があるため、高島綿クレープについては指定されていません。</p>
35	-	<p>「コロナの影響」と複数ページにわたっての表現を「新型コロナウイルス感染症拡大の影響」の表現に。</p> <p>ほか、同様の御意見 1件</p>	<p>ご指摘のとおり、「新型コロナウイルス感染症拡大の影響」と表現を統一し、修正いたします。</p>

36	-	<p>概要版に「令和3年度地場産業等実態調査」の結果の引用があり、本文に「令和3年度地場産業等実態調査」の結果の引用がないので、本文にも「令和3年度地場産業等実態調査」の結果を引用すべきと考えます。</p>	<p>原案の本文中におきましても6頁、7頁で実態調査結果を引用していますが、より理解を深めるために概要版に記載の「業界を取り巻く状況」等の図表を追記します。</p>
37	-	<p>デパートの特設コーナー等で地場産品をよく見かけるが、帆布製品等は全国に様々あるので、差別化ができればよい。海外展開のみならず、日常的に使ってもらうことが大事と思うので、子どもが日常的に接し、大人もそれを通じて親しむというプロセスを模索しても良いのではないかと感じます。</p>	<p>子どもが日常的に地場産品に接するための支援として、例えば5(5)に記載のものがあり、子どもが地場産業や地場産品に触れ、理解を深めていただく機会を提供するための施策を行っております。これらの取組が、子どもを含めた様々な方々にも効果が波及する事業となるように、いただいた御意見については、今後の取組支援の参考とさせていただきます。</p>