

令和8年度年度中に策定・変更が予定されている計画等

計画等の名称	計画期間	区分	法律上の位置づけ				その他	備考(根拠法令、上位計画等)	所管部局名 所管課名
		策定 変更 廃止	法定 受託	義務	努力 義務	任意			
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	令和9年度～ 令和13年度	策定					○	上位計画： ・滋賀県産業振興ビジョン2030 ・滋賀県農業・水産業基本計画 根拠条例：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7条)	商工労働部 イノベーション推進課

近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する 基本的な指針の策定について

1 策定の趣旨

「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 月施行）」第 7 条に基づき、令和 4 年 3 月に「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」）を策定し、令和 4 年度から令和 8 年度まで（5 年間）を期間として事業を実施しているところ。

社会経済情勢の変化等を踏まえ、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ため、令和 9 年度から令和 13 年度までの 5 年間の期間とした新たな指針を策定する。

2 現行指針の概要

●基本目標

- (1) 県民の近江の地場産業および近江の地場産品についての理解がさらに進み、生活の中で日常的に地場産品を購入・使用し、触れる機会が増えている。
- (2) 社会情勢に合わせて全国や海外へ PR が進み、地場産品について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。
- (3) 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。

●実施事業（抜粋）

- ・地場産業組合等が実施する海外の販路開拓、持続的発展に向けた後継者育成や国内での販路拡大等、ブランド力向上を目指した取組を支援
- ・地場産業等の展示・販売・実演や製造工程等の体験ができる県内外での展示販売会の実施
- ・地場産業等の担い手を希望する学生等を対象とした実践的なインターンシップの支援

3 策定に向けたスケジュール（予定）

令和 8 年 6～7 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施策推進協議会※（以下、協議会と表記する）（基本指針について）
令和 8 年 8 月	協議会（基本指針（骨子案）について）
令和 8 年 9 月定例会議	厚生・産業常任委員会（基本指針骨子案について）
令和 8 年 11 月	協議会（基本指針（原案）について）
令和 8 年 11 月定例会議	厚生・産業常任委員会（基本指針（原案）について）
令和 8 年 12 月	県民政策コメント（1 か月間）
令和 9 年 2 月定例会議	厚生・産業常任委員会（基本指針（案）について）
令和 9 年 3 月末	基本指針策定・公表

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

- 滋賀県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7条に規定(滋賀県産業振興ビジョン、滋賀県農業・水産業基本計画等の各部門別計画の方向性を踏まえる)
- 基本指針の期間: 令和4年度～令和8年度の5年間(必要に応じて改定する)
- 対象とする地場産品などの範囲: ①近江の地場産業で製造される物品 ②伝統的工芸品 ③農林水産物等

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

○地場産業

生活様式の変化や安価な海外製品の台頭により、引き続き厳しい事業環境が続いており、さらに直近では、新型コロナウイルスの影響で売上減少に拍車がかかっている産地がある。

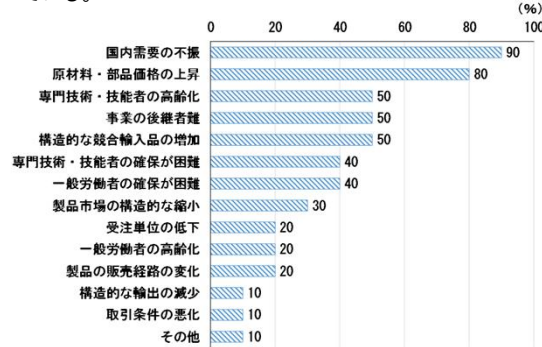
海外展開については新型コロナウイルスの影響で海外渡航ができずに足踏みが続いているが、一方で、繊維関連ではSDGs※1に対応するための取組が求められている。

コロナの影響については、在宅時間の増加による食器類陶磁器の需要増加や、不織布マスクの供給不足による布マスク需要の増加等、改めてニーズ喚起されたり、デジタル化による製造工程の効率化を行っている産地がある。

地場産業の販売形態としては、BtoB※2が多かったが、一般消費者の反応を直接受け取ることができるBtoC※3販売(ECサイト活用を含む)への注力を始めたり、需要喚起のために情報発信を始めた事業者がある。

担い手の確保について、引き続き厳しい状況にあり、その要因として、仕事量の不足や収入面の不安定さが挙げられるが、そのような状況下でも、後継者人材の育成やファンづくりに精力的に取り組んでいる産地がある。

地場産業は産地ごとに様々な課題を抱えているため、幅広い支援が必要となり、県では、地場産業組合が実施する国内外のPRイベントや展示会出展・開催、新商品開発、担い手人材の確保に対する取組等への支援を行っている。



業界を取り巻く状況(令和3年度 地場産業等実態調査*より)

- ※1 Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標
- ※2 Business to Business: 企業向けの商品やサービスの提供
- ※3 Business to Consumer: 消費者向けの商品やサービスの提供

産地の動向(生産額の推移)

(単位:百万円、%)

産地	平成22年	23年	24年	25年	26年	27年	28年	29年	30年	令和元年	2年	10年間の
	(2010年)	(2011年)	(2012年)	(2013年)	(2014年)	(2015年)	(2016年)	(2017年)	(2018年)	(2019年)	(2020年)	年平均伸率
1 長浜縮緬	1,680	1,416	1,278	1,116	1,064	838	762	724	726	550	216	-18.5
2 彦根バルブ	22,100	21,232	21,457	22,789	25,100	25,524	24,924	25,377	27,541	27,899	27,880	2.4
3 彦根仏壇	2,950	2,900	2,900	2,900	2,850	2,750	2,550	2,100	1,800	1,600	1,200	-8.6
4 彦根ファンデーション	2,900	3,200	3,000	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,500	-1.5
5 湖東麻織物	7,683	7,526	7,409	7,452	7,718	7,824	7,896	7,816	7,193	7,027	-	-1.0
6 甲賀・日野製菓	41,756	43,350	48,032	49,636	58,770	64,485	63,391	63,673	60,686	65,613	-	5.1
7 信楽陶器	4,084	4,147	3,850	3,786	3,450	3,491	3,472	3,443	3,319	3,134	2,923	-3.3
8 高島綿織物	6,323	6,455	6,408	6,205	6,686	6,827	6,572	7,517	6,969	6,644	5,683	-1.1
9 高島扇骨	-	-	-	-	-	350	350	350	350	350	200	-10.6

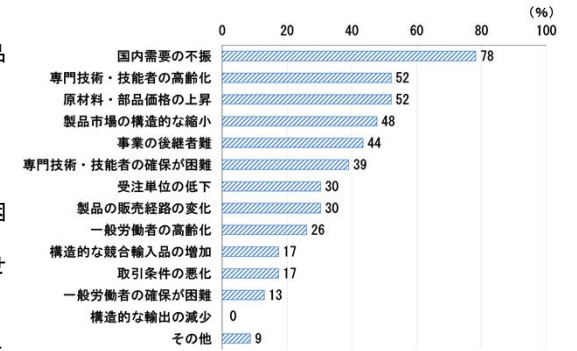
(「滋賀県の商工業」より)

○伝統的工芸品

生活様式の変化や安価な海外製品の台頭により厳しい状況にあり、新型コロナウイルスの影響や、原材料価格の高騰の影響を受けている。

事業の収入が不安定であり、新たな後継者の確保が困難な状況が続いており、そのため技術の伝承が、困難な事業者がある。

県では、今の生活スタイルに合わせた新商品開発を経て、その商品のテラマーケティングまでを一貫して伴走支援する事業や、展示販売会等への参加に対する支援を行っている。



業界を取り巻く状況(令和3年度 地場産業等実態調査*より)

○農林水産物等

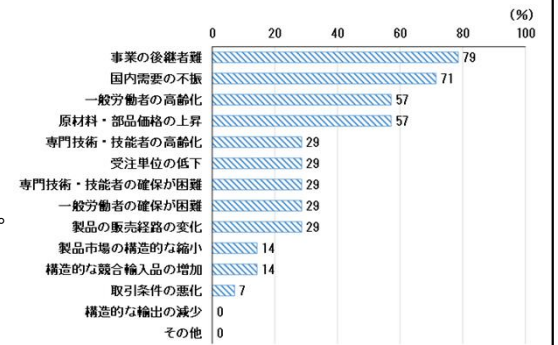
実態調査の結果(右図)からは「事業の後継者難」や「国内需要の不振」などの割合が、最も高い結果となった。

近江米や近江牛など各産品のブランド力向上に向けた取組としては、各産地が県内外でのPR活動や食育活動などを継続して実施している。

首都圏でのPRや販売等については、ここ滋賀などを活用したイベントや商談会等に参加した団体等がある。

また、コロナの影響は二極化している。近江の伝統野菜や近江牛ではその影響は限定的であったが、近江米や近江の茶、琵琶湖産魚介類、近江の地酒などでは、外食自粛等により大きな影響を受けた。

多くの地場産品で事業承継が進んでおらず担い手の確保・育成、人材育成等に取り組んでいる。



業界を取り巻く状況(令和3年度 地場産業等実態調査*より)

課題の抽出

地場産業

- ・消費者からのニーズを直接聞く機会がない
- ・IT活用(SNSやECサイトの利用)が不十分
- ・製造の効率化(デジタル活用等)
- ・海外展開への継続した取組
- ・ニーズに合わせた商品開発が困難
- ・技術者の高齢化
- ・後継者不足

伝統的工芸品

- ・消費者からのニーズを直接聞く機会がない
- ・IT活用(SNSやECサイトの利用)が不十分
- ・事業者間の連携不足
- ・収入の減少や設備が個人資産であるなど、事業承継については困難な状況であり、外部後継者の受け入れが困難
- ・技術者の高齢化

農林水産物等

- ・IT活用(SNSやECサイトの利用)が不十分
- ・製品の安定供給
- ・商品開発の難しさ
- ・収入の減少や設備が個人資産であるなど、事業承継については困難な状況であり、外部後継者の受け入れが困難

引き続き取り組む課題

- BtoBからBtoC(ECサイトの構築・運用等)への転換(→(1)需要の拡大)
- 海外展開への継続した取組(→(1)需要の拡大、(3)事業展開の推進)
- 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(→(1)需要拡大)
- 市場ニーズに対応した新商品開発(→需要拡大、事業展開の推進)
- 産地を支える担い手確保および育成にかかる取組(→(4)担い手)

新たな要素を含んだ課題

- 社会的課題(SDGs等)を意識した取組への支援(→(1)需要の拡大)
- 担い手(作り手、支え手、買い手)を創出するための取組に対する支援(→(4)担い手)

5 施策の内容

【施策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

- 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、地場産業事業者等のPR活動に対する支援
- 首都圏情報発信拠「ここ滋賀」を活用したPRイベントの開催等、首都圏における地場産業事業者等の販路開拓等取組支援
- 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
 - ・SDGsに対応するための取組にかかる支援
- 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
- 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

【施策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

- 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
- 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

【施策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

- 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
 - ・MLGsを活用した商品開発等の支援
 - ・AIやIoT等を活用した商品開発や業務効率化によるDX推進等への支援
- 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
- 地場産品等の地域にある資源を活用した観光産業との連携促進
 - ・観光産業と連携した取組への支援

【施策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

- 担い手となる人材の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等の地場産業等にふれる機会の提供
- 事業承継に向けた取組の支援
 - ・地場産業事業者等の事業承継に向けた取組への支援

【施策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

- 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
- 小中学生等が地場産業等にふれ、理解を深める機会の提供
 - ・地場産業等の関係人口創出を意識した取組への支援

【施策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

- 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

- 庁内検討会議(広報課、びわ湖村流通推進課、商工政策課、中小企業支援課、イノベーション推進課、観光政策局、農政課、みらいの農業振興課、畜産課、水産課、高校教育課、幼小中教育課、特別支援教育課)
- 施策推進協議会(関係団体代表者、学識経験者、行政)
- 関係機関・関係団体との連携

3 基本的な方向

(1) 近江の地場産品の需要の拡大

輸入品との競争、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、社会的課題を意識したブランド化等の取組を進め、需要拡大につなげます。

(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。

(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。

(4) 担い手の確保、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、後継者等の人材不足、取り巻く経済状況の変化への対応に悩む中で、将来の担い手となる人材の確保、育成、資質の向上に対する取組や、優れた技術の継承を推進し、一般の方々在地場産業等にふれる機会を提供するように図ります。

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

- (1) 県民の近江の地場産業および近江の地場産品についての理解がさらに進み、生活の中で日常的に地場産品を購入・使用し、触れる機会が増えている。
- (2) 社会情勢に合わせて全国や海外へPRが進み、地場産品について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。
- (3) 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。