

近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する 基本的な指針の改定について(骨子案)

1 基本的な指針の趣旨・位置づけ

- ・「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 条に基づき策定しているもの。
- ・現在は、令和 4 年 3 月に策定した指針に基づき施策を実施。（令和 4～8 年度：5 年間）
- ・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、今年度末の指針の改定を目指す。

2 基本的な指針の期間

令和 9 年(2027 年)度から令和 13 年(2031 年)度(5 年間)

3 改定のポイント(今回の改定にふまえるべき変化)

●A I 技術の進化

A I 技術は近年急激に加速しており、「人間が教えたルール通りに動く道具」から「自ら学び、新しい価値やコンテンツを自律的に作り出すパートナー」へと進化を遂げている。

●国が進める地域未来戦略

令和 8 年 7 月に「地域未来戦略」が閣議決定された。その中で、地場産業の成長や発展に向けて市町等で策定した「地場産業成長プラン」を強力に後押しすると示している。

●インバウンド(訪日外国人観光客)の増加

令和 7 年には年間訪日客数過去最高(4,000 万人)を更新した。滋賀県でも、外国人観光客数は 61 万人(前年比 19%増)で、うち外国人の日帰り客数は 36 万人(前年比 25%増)で過去最多となった。

●滋賀 DC(デスティネーションキャンペーン)

令和 9 年度に本番を迎える。令和 8 年度はプレ DC、令和 10 年度はアフター DC として、3 か年で集中的な誘客を図る。

4 策定に向けた今後のスケジュール

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 10 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（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	基本指針公表

【参考】

➤ 基本指針の対象とする近江の地場産業

長浜縮緬、彦根バルブ、彦根仏壇、彦根ファンデーション、湖東麻織物、甲賀・日野製薬、信楽陶器、高島綿織物、高島扇骨

➤ 基本指針の対象とする近江の地場産品

● 近江の地場産業で製造される物品

① 代表的な産品

長浜縮緬、彦根バルブ、彦根仏壇、彦根ファンデーション、湖東麻織物、甲賀・日野製薬、信楽陶器、高島綿織物、高島扇骨

② 近江の地場産業で培われた技術および技能を活用した新たな取組による産品

（例）アパレル生地、アパレル製品および雑貨類（長浜縮緬）、漆塗り食器（彦根仏壇）、ニットおよびニット用糸（湖東麻織物）等

● 伝統的な技術、技能等を用いて県内で製造される工芸品（伝統的工芸品）

39 品目 45 事業者（令和 7 年度第 13 次指定後）

● 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

① 本県を代表する農林水産物

近江牛、近江しゃも、近江の茶、近江の伝統野菜、近江米、環境こだわり農産物、びわ湖材、琵琶湖のヨシ、琵琶湖産魚介類、養殖アユ、養殖ビワマス、琵琶湖産淡水真珠

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

③ 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、鮎ずし 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 基本的な指針の改定について(骨子案)

● 今回の基本的な指針でふまえるべき変化

● A I 技術の進化

A I 技術は近年急激に加速しており、「人間が教えたルール通りに動く道具」から「自ら学び、新しい価値やコンテンツを自律的に作り出すパートナー」へと進化を遂げている。

● 国が進める地域未来戦略

令和8年7月に「地域未来戦略」が閣議決定された。その中で、地場産業の成長や発展に向けて市町等で策定した「地場産業成長プラン」を強力に後押しすると示している。

● インバウンド(訪日外国人観光客)の増加

令和7年には年間訪日客数過去最高(4,000万人)を更新した。滋賀県でも、外国人観光客数は61万人(前年比19%増)で、うち外国人の日帰り客数は36万人(前年比25%増)で過去最多となった。

● 滋賀DC(デスティネーションキャンペーン)

令和9年度に本番を迎える。令和8年度はプレDC、令和10年度はアフターDCとして、3か年で集中的な誘客を図る。

● 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いる。
- ・多くの組合で生産額が減少傾向となっている。
- ・近年は、海外情勢等の影響により原材料価格や機器・設備価格の高騰が著しい。
- ・担い手確保については、職人の高齢化や仕事量の不足、収入面の不安定さ等の要因から引き続き厳しい状況。
- ・多くの産地でSNSでの発信やECサイトを有効的な活用が出来ていないと感じている。

伝統的工芸品

- ・市場の縮小や原材料価格の高騰が課題となっている。
- ・別業界や海外への進出の取組等、販路開拓を進める事業者もいる。
- ・職人の高齢化等により担い手の確保が問題となっているが、収入の不安定さや将来展望の不透明さ等から、後継者の確保や事業承継が困難。
- ・アンケート調査では、県外在住者の8割以上に認知されていない品目が大多数を占めていた。

農林水産物等

- ・原材料・資材価格の上昇については、飼料原料のうち輸入割合が多い畜産業や魚類養殖業、米を原料とする酒造業や製菓業界等が特に影響を受けている。
- ・多くの地場産品で事業承継が進んでいない。
- ・アンケート調査では、「近江牛」「近江米」以外の品目について、県外在住者の6～8割以上に認知されていない結果となった。

(1)近江の地場産品の需要の拡大

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等により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やインバウンド需要の取り込み、体験価値やストーリー性に着目したマーケティングの推進などにより、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が安定し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雇用を損なうことなく、攻めの経営戦略の選択が可能となるよう市町や組合等とも連携し、国の支援等も活用しながら、産業構造や事業規模に応じた事業者等の取組を支援します。

(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

急速に変化する社会情勢や市場のニーズに対応するため、新商品の開発に係る調査研究や産学官連携、異分野・異業種間連携などによる新たな事業展開を促進します。特に、滋賀DC（本番・アフター）の機会を捉えた観光分野との連携により、製品の価値・ブランドイメージ発信とファンの拡大に取り組みます。

また、デザインやマーケティング、技術の伝承の強化や、作業を補完し効率化するための手法として、AIをはじめとする新技術の積極的な活用を促します。

(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

多くの事業者の課題である高齢化、後継者等の人材不足に対応するため、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、若い年齢層から地場産業にふれる機会づくりに取り組みます。また、優れた技術等の継承を推進します。

● 基本目標

■将来の姿

※下線部が現行指針からの主な変更点

県民の近江の地場産業や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異分野・異業種間の連携の推進による新たな取組によって需要が拡大し、技術の継承や経営基盤の強化、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製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のPRや販路拡大が進み、地場製品について継続的な取引が行われるとともに「近江の地場製品」として消費者の需要が拡大している。
- (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。

● 施策の内容 ※6つの施策の柱は条例第8条の基本的な施策に準ずる

- 【施策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
- 【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
- 【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
- 【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
- 【施策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
- 【施策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

※今後、予算編成に併せて施策の内容を検討していく