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）

県政経営会議　資料２
令和８年（２０２６年）９月１５日
商工労働部イノベーション推進課

● 今回の基本的な指針でふまえるべき変化

●ＡＩ技術の進化

ＡＩ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。

● 基本的な方向　※４つの柱は条例第３条の基本理念に準ずる

※下線部が現行指針からの主な変更点

(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、産品の価値・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

※下線部が現行指針からの主な変更点

■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のＰＲや販路拡大が進み、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
【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
【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

※今後、予算編成に併せて施策の内容を検討していく