

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（全文）

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

(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目的

長い歴史や独特の風土、文化等の中で生まれ、近江商人により全国に広められたことなどにより地域産業として定着した近江の地場産業および近江の地場産品は、地域の住民にとっての誇りです。その力を最大限に発揮させ、成長産業となるようにさらに育成していくとともに、関係者が互いに連携・協働して豊かな地域づくりを進め、地域の個性と特色を生かした地方創生を実現していくことが必要です。

このため、滋賀県では、近江の地場産業および近江の地場産品がこれまで培われた優れた技術および技能を活用して時代の変化に適合していくため、新たな取組を積極的に推進し、地域経済および地域社会の発展に寄与することを目的として「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」（以下、「条例」という。）を平成 28 年 3 月に施行しました。

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」という。）は、条例第 7 条に基づき、現状と課題を明らかにし、県が目指すべき方向性と必要な施策の内容を示すことにより、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ことを目的として策定します。

なお、施策の推進に当たっては、滋賀県産業振興ビジョンや滋賀県農業・水産業基本計画等の部門別計画に定める方向性を踏まえることとします。

(2) 基本指針の期間

本基本指針は、基本目標に向けた平成 29 年度から平成 33 年度までの 5 年間の方針とし、今後の諸情勢の変化を踏まえて必要に応じ見直しを行います。

(3) 対象とする近江の地場産品等の範囲

ア 近江の地場産業で製造される物品（条例第 2 条第 3 項第 1 号関係）

イ 伝統的な技術、技能等を用いて県内で製造される工芸品（条例第 2 条第 3 項第 2 号関係）（以下、「伝統的工芸品」という。）

伝統的工芸品産業の振興に関する法律（昭和 49 年法律第 57 号）第 2 条第 1 項の規定により経済産業大臣が指定した伝統的工芸品およびこれに掲げる伝統的工芸品に準ずるものとして知事が別に定める伝統的な工芸品。

ウ 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（条例第 2 条第 3 項第 3 号関係）（以下、「農林畜水産物等」という。）

中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律（平成 19 年法律第 39 号）第 4 条に基づき地域産業資源として指定された農林水産物のうち県下全域または複数市町にまたがる品目、特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（平成 26 年法律第 84 号）第 6 条に基づき農林水産大臣の登録を受けた品目およびこれらを使用し、製造・加工した物品。

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）近江の地場産業で生産される物品

ア 現状

地場産業は、地域の歴史、風土などの地域資源を反映し、地域経済の基盤となっている産業であり、滋賀県では 9 つの産地が形成されています。

産地ごとの動向は、甲賀・日野の薬産地では中堅企業を中心にジェネリック医薬品などへの進出により生産額を伸ばしています。他の産地では、バブル崩壊以降長期にわたった景気低迷の影響や低価格輸入品との競合、また生活様式の変化や消費者ニーズの多様化の影響も加わって、生産額は横ばいまたは減少傾向となっています。

こうした中で、地域に培われた独自の技術やノウハウを活かし、高付加価値化、ブランド化を目指した新商品の開発や海外販路開拓を行う企業もみられます。

高島綿織物では、平成 24 年 1 月に「高島ちぢみ」が登録商標に認可され、新たな市場開拓に向けた取組等を進めています。湖東麻織物や信楽陶器では、産地の有する技術を活かした新商品の開発や海外展開（ヨーロッパ、アジア地域）への試み等がなされており、長浜縮緬では、純白のウェディングドレスや光る縮緬等のように新たな技術・製品開発にチャレンジしています。彦根仏壇では、地元に着した七曲がり彦根仏壇展や後継者育成のための仏壇技術伝承塾の開講等を行っています。彦根ファンデーションでは、海外の人材を紹介する等の人材確保に力をいれており、高島扇骨では、地元産の竹を

材料としたブランド化等に取り組んでいます。これらの取組は、一定の成果を上げている産地もありますが、多くは緒についたばかりであり、事業の継続的推進に向けた支援とその拡充が必要とされています。

イ 課題

新たな需要開拓に向けた取組のなかで、新分野への進出や販路開拓は新商品開発と「車の両輪」として捉えるべきですが、市場調査等が不十分なまま、生産者の発想のみで事業が進められるケースも存在しています。これらの需要開拓の取組は、市場への浸透、ブランディングといった時間を要するため、各産地で苦心している状況にあり、加速化に向けて各産地の有する高度なものづくりの技術を十分に活かした市場へのアプローチが課題となっています。

(2) 伝統的工芸品

ア 現状

滋賀県には、琵琶湖を中心とした自然環境や歴史に育まれ、実用性と美しさを兼ね備えた工芸品が数多く存在しており、伝統性と手工業的な要素を継承しつつ、地域に根ざした資源として地域経済の発展に寄与するとともに、人々の生活に潤いと豊かさを実現するものとして大きな役割を果たしてきました。

前項の地場産業と同じく、伝統的工芸品についても厳しい経営環境に置かれており、売上動向や経常利益については、ほとんどの事業者が横ばい、または減少傾向となっています。また、熟練技術を要する伝統的工芸品において従事者の高齢化が進んでおり、確保も困難な状況です。

また、県が今年度実施した実態調査からは、今後の事業の方向性について、「伝統を守りながら、これを高めていきたい」や「これまで守ってきた伝統を維持していきたい」という思いが強い一方で「伝統的工芸品に限らず、新しい技術・デザインとの融合を図っていきたい」と新たな商品開発、事業展開に対して関心を持っている事業者も約3割存在しています。

後継者が決まっている事業者は約3割で、約2割の事業者については「事業に将来性がない」等の理由により事業を継続するつもりがないとしています。

イ 課題

経営面においては、国内需要全体の低迷やライフスタイルの変化などに対応するため、営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓および新商品の開発が、また、人材面では、従事者の高齢化、後継者の不足といった問

題により技法の伝承や技術力の維持・強化等が課題となっています。

さらに、販売面においては、情報発信力やPR力等の弱さからメディアやホームページ等を用いた発信が課題であり、対応が必要です。

(3) 農林畜水産物等

ア 現状

滋賀県では、豊かな自然の恵みを受けて、近江米をはじめ、近江の伝統野菜、近江の茶、近江牛、琵琶湖産魚介類、びわ湖材など、滋賀ならではの多彩な農林畜水産物が生み出されています。また、これらの食材等を原材料として、滋賀の地酒や漬物、鮎ずしなどの加工品も生産され、本県が誇る特産品として消費者のもとに届けられています。

これら製品の消費拡大に向けてブランド力向上などの取組が進められているが、需要の縮小とともに、生産・供給面において、担い手の減少、高齢化や後継者不足、生産コストの増大など、安定供給に向けた問題があります。

こうした中、各関連団体では、製品のブランディング強化、新品種の導入・開発や販売、生産コストの削減等に注力されて取り組まれており、産学連携の取組みにも積極的です。また、地元地域との連携については、地域イベントでの販売促進活動、学校等との連携による食育・木育活動や農業体験学習、地元直売所などを通じた地産地消に向けた活動を推進されています。

イ 課題

製品によっては、県外での認知度が低く、その向上を図る必要があります。また、地産地消とともに首都圏を中心とする県外や海外市場への販路開拓・拡大を図る必要があります。さらに、製品の安定供給や技術伝承のため、担い手の確保・育成、人材育成に取り組む必要があります。加えて、販売価格の低迷や生産コストの増大等に対応するため経営基盤の強化が急務です。

3 基本的な方向

(1) 近江の地場製品の需要の拡大

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、ブランド化の取組を進め、需要拡大につなげます。

ア 近江の地場産品の有する歴史、伝統、文化や技術といった価値の発信
近江の地場産品の歴史、伝統、文化や技術、商品や生産者のもつ物語といった他にはない価値を守りつつ掘り下げることによって、これまで見落とされがちであった古くて新しい魅力をPRすることで、新たなファンの獲得に向けた取組を進めます。

イ 県民の地場産業等に対する認知度向上と地産地消の推進
近江の地場産品の需要拡大に向けて、まずは県民が愛着を持ち、日常生活において購入・使用することが重要であることから、県民向けの一層のPRと地産地消の推進に向けた取組を進めます。

ウ 首都圏や海外といった新たな市場への販路拡大
近江の特産品をもって全国を渡り歩いた近江商人のように、2020年東京オリンピック等を控えて情報・人・モノが集中する首都圏や未開拓の海外市場へ向けた新たな販路拡大の取組を進めます。

(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。

ア 経営改善および合理化の支援
経営革新、販路拡大、研究開発など様々な経営上の課題を解決して安定的な事業展開を進めるための経営改善および合理化に向けた支援や経営に携わる人材育成の取組を進めます。

イ 資金供給の円滑化
中小、小規模事業者が多い近江の地場産業事業者等が積極的な事業展開に向けて必要な資金を確保できるよう金融機関と協調して資金供給の円滑化の取組を進めます。

(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。

ア 消費者の嗜好や社会情勢の変化に応じた新商品・新技術の開発促進

近江の地場産品のもつ優れた品質や長い歴史の中で培われた技術を活かしつつ、産学官の連携等により、めまぐるしく変化する消費者の嗜好や社会情勢に対応した新しい商品・技術の開発促進、デザイン力の強化に向けた取組を進めます。

イ 新ビジネスの創出に向けた多様な主体の連携による取組の促進

新たな視点からのビジネスの創出に向け、地域や観光産業との連携、農工商連携など、既存の枠組みにとらわれない異分野、異業種の連携を促進します。

(4) 担い手となる人材の確保・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や後継者等の人材不足に悩む中で、技術人材の確保につなげるため、後継者の技術力向上と併せて、将来の後継者確保に向けて、小中学生や高校生が地場産業等にふれる機会を提供します。

ア 担い手となる人材の確保

担い手の高齢化、人材不足等により、将来的な生産力の低下などが危惧されることから、産地等の魅力を発信することなどにより人材確保につなげます。

イ 後継者の育成および技術の継承の推進

優れた技術や技能を後継者に確実に継承する必要があることから、近江の地場産業事業者等の後継者育成や技術継承に係る取組を促進します。

ウ 未来の後継者の確保に向けた取組の推進

地場産業等に興味を持ち、将来的に後継者として生産等に携わることにつなげるため、小中学生や高校生が近江の地場産品にふれる機会を提供します。

4 基本目標

近江の地場産業および近江の地場製品の持つ力を最大限に発揮してこれらを活性化し、雇用の機会を創出できる成長産業となるように更に育成していくとともに、関係者が互いに連携を図りながら協働して、地場産業等が主体となった豊かな地域づくりを進め、地域の個性と特色を生かした地方創生を実現していくことが必要です。

そのために、近江の地場産業および近江の地場製品が目指す将来の姿を、次のとおりとします。

【将来の姿】

県民の近江の地場産業および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業種間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ている。また、それらを通じて滋賀県全体のブランド力強化につながっている。

近江の地場産業および近江の地場製品の魅力を県外へ向けて発信するためには、まずは県民自らがそれらを日々の暮らしの中で購入・使用することによって良さを体感し、県外からの来訪者や県外を訪れた際に周囲に向けて発信することが必要です。

また、首都圏等や海外への販路開拓は一過性の取組で終わることなく近江の地場産業事業者等による独り立ちした取組として継続的に行われることが重要です。さらに、県のブランド力強化につなげるためには、ただ商品売るだけでなく「近江の地場製品」として認知していただいた上で購入していただくことが必要です。

さらに、これまで培われてきた技術と伝統を継承するためには、需要の拡大等による経営の安定化に加えて県民がその歴史や地域とのつながりといった魅力に触れる機会を増やし、地場産業等に関わる仕事に携わりたいという気持ちをもってもらうことが必要です。

こうしたことから、5年後の基本目標を以下のとおり設定します。

- 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。

5 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

- 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
- ・ 伝統的工芸品展等の近江の地場産品のPRイベントの開催
 - ・ 滋賀らしい価値観を持つ商品等の募集およびセレクションの実施
 - ・ しがの農畜水産物マーケティング戦略に基づく、生産から流通・販売、総合的なPR活動の実施
 - ・ 農林畜水産物を中心とした地産地消を推進するキャンペーンの展開
 - ・ 近江の地場産業事業者等の広報宣伝活動や販売促進活動に対する支援
- 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
- ・ 首都圏情報発信拠点における情報発信ツール等を活用したプロモーションの実施
 - ・ 首都圏情報発信拠点における近江の地場産品の展示・販売等
 - ・ 首都圏における展示・実演・体験イベントの開催
 - ・ 首都圏における近江の地場産業事業者等の展示会の開催、見本市の出展等に対する支援
- 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
- ・ 滋賀県農畜水産物輸出戦略に基づく、海外に向けたPRと輸出拡大の促進
 - ・ 海外における製品販売に係る国際規格対応への指導助言
 - ・ JETRO活用促進や海外市場調査、海外向け商品開発、海外見本市の出展等に係る支援
- 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
- ・ 公設試験研究機関等による助言、技術提供、共同研究
 - ・ 工業系公設試験研究機関による試験分析機器等の開放
 - ・ オリジナル商品の生産体制整備に対する支援
 - ・ 市場動向や新技術についてのセミナー、勉強会の開催
 - ・ 地域が一体となったGI等知的財産取得の支援
- 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
- ・ 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

- ・関係機関・関係団体、近江の地場産業事業者等と連携したイベント情報等のPR

(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

- 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
 - ・中小企業支援との連携による企業ニーズに応じた相談事業や情報提供の実施
 - ・専門家の派遣や企業OB人材の活用等による、専門的・実践的アドバイスの実施
 - ・普及事業・試験研究による技術・経営革新に対する総合的な支援
- 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
 - ・中小、小規模事業者が経営安定化、体質改善を図るための必要な資金融資
 - ・農業者の経営基盤強化等にかかる資金の相談や林業・水産業の近代化、就業支援等にかかる資金融資

(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

- 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
 - ・品質の高い商品の開発や生産コストの低減等に向けた新たな生産技術に関する調査研究の実施
- 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
 - ・産学官連携や農商工連携などによる産業の垣根を越えた共同研究等の実施
 - ・ブランディングデザイナーとの連携や地場産品同士、その他の産品と連携した新たな商品開発や販路の開拓に向けたコーディネートの実施およびその支援

(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

- ア 担い手となる人材の確保のための情報提供
 - ・就農・就業フェアの開催
 - ・新規参入希望者の獲得のためのセミナーの開催等
 - ・女性の起業や新規参入に向けた講座、体験事業の実施等
- 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
 - ・公設試験研究機関における技術者養成研修の実施
 - ・近江の地場産業事業者等による担い手養成講座や技術講習会等の実施支援
 - ・就農・就業者に対する実地研修等の実施支援
 - ・後継者養成にかかる移住のための支援
- 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
 - ・小学生等を対象とした体験学習プログラムの実施
 - ・小学生等を対象とした仕事体験イベントにおける体験教室の場の提供
 - ・近江の地場産業事業者等が実施する体験学習事業に対する支援
 - ・近江の地場産業事業者等による高校生や大学生のインターンシップ受入れ促進

(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

- 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
 - ・伝統的工芸品展等の近江の地場産品のPRイベントの開催（再掲）
 - ・農林畜水産物を中心とした地産地消を推進するキャンペーンの展開（再掲）
 - ・農林畜水産物および加工品を活用した食育や体験活動の促進
- 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
 - ・小学生等を対象とした体験学習プログラムの実施（再掲）
 - ・小学生等を対象とした仕事体験イベントにおける体験教室の場の提供（再掲）
 - ・近江の地場産業事業者等が実施する体験学習事業に対する支援（再掲）
 - ・近江の地場産業事業者等による高校生や大学生のインターンシップ受入れ促進（再掲）

**(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**

ア 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

(1) 庁内推進体制

庁内の関係課で構成する「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推進にかかる庁内検討会議」を設置、運営します。

ア 所掌事務

- ・近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関すること
- ・基本指針の検討に関すること
- ・その他条例の施行にあたり必要な事項

(2) 関係者による協議会

地場産業・地場産品関係団体の代表者、学識経験者、行政からなる「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」を設置、運営します。

ア 所掌事務

- ・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推進に関する事項
- ・近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する調査および研究に関する事項
- ・その他近江の地場産業および近江の地場産品の振興のために必要な事項

(3) 関係機関・団体との連携

県は、地場産業・地場産品関係団体や関係市町および県内経済団体、産業支援機関等との連携を密にして施策の推進を図るものとします。