

## 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

### 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、地域の個性や歴史的、文化的な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に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います。平成 29 年度に第一期を策定し、令和 4 年度からの第二期の策定を行います。

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、基本目標に向けた令和 4 年度から令和 8 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つて、知事が認めるもの（条例第 2 条第 3 項第 3 号関係）（以下「農林水産物等」という。）

上記のア～ウに該当する地場産品等については、別表に記載のとおりとする。

## 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。

生活様式の変化や安価な海外製品の台頭により、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感染症拡大の影響で売上減少に拍車がかかっている産地があります。「彦根ファンデーション」では、ニッチな市場に狙いを定めた海外展開に活路を見出して商品を開発してきましたが、渡航ができずに予定していた事業の見直しを行うなど、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、在宅時間の増加が食器類陶磁器の購入に結びついた「信楽陶器」や、それぞれに布マスク需要に応えた綿・麻・絹の3繊維などで、改めてニーズ喚起された分野がありました。

出勤者の削減や業務の自動化が求められる中、地場産業を支える中小企業においても、製造工程のデジタル化など、DX<sup>\*1</sup>を意識した取組が進められています。事業者の中には、ECサイト<sup>\*2</sup>やSNS<sup>\*3</sup>を活用して、一般消費者の反応を直接受け取ることができるB to C<sup>\*4</sup>販売形態への注力や、需要喚起のための情報発信を強化する動きがあります。

また、欧州をはじめとする海外市場を中心に、環境配慮やCO<sub>2</sub>ネットゼロ<sup>\*5</sup>への対応など、企業における社会的課題に対する取組が求められる状況があります。繊維産地では、商品の素材やその製造過程における社会的課題への貢献が商談において重要な要素となる中、「アップサイクル<sup>\*6</sup>」など、SDGs<sup>\*7</sup>を念頭においた取組が行われています。「彦根バルブ」では、環境負荷低減の観点から、東北部工業技術センターとともに、有害な鉛を含まない素材「ビワライト」を開発し、水道関連のバルブ等への販路拡大に取り組んでいます。

担い手の確保についても、仕事量の不足や収入面の不安定さがネックとなり、厳しい状況が続いていますが、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、後継者となる人材の育成に加え、産業を支える買い手となるファンづくりに精力的に取り組む産地があります。

地場産業は産地ごとに規模や業態、抱える課題も様々であり、各々の状況に合わせた振興策を講じる必要があります。県では、各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について、幅広く支援を行っています。

- ※1 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)
- ※2 ECサイト : Electronic Commerce サイト (電子商取引サイト)
- ※3 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)
- ※4 B to C : Business to Consumer (消費者向けの商品やサービスの提供)
- ※5 CO<sub>2</sub>ネットゼロ : (二酸化炭素排出量を実質ゼロにすること)
- ※6 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)
- ※7 SDGs : Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標。詳細については、p21 を参照。)

## イ 課題

新分野開拓や商品開発などに消費者の声を反映するため、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に取り組むが必要があり、消費者の声を直接聞く機会づくりや、デザイン思考を活用した商品開発等が課題となっています。

ECサイト、SNSの活用や、製造工程における3Dプリンターの活用などデジタル化への取組をさらに進める必要があります。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、海外渡航が制限される状況もありましたが、需要の拡大、事業展開の推進の観点から、継続的に海外展開を継続する必要があります。

技術者の高齢化や後継者不足の解消のために、「作り手」である後継者の確保・育成の取組に加え、産業を支える「買い手」となるファン作りなど、幅広い取組を強化する必要があります。

(参考) 地場産業産地の動向等

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 年平均伸率
	(2010年)	(2011年)	(2012年)	(2013年)	(2014年)	(2015年)	(2016年)	(2017年)	(2018年)	(2019年)	(2020年)	
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・日野製薬	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

(注)「長浜縮緬」は一反あたり2万円で計算。「湖東麻織物」「甲賀・日野製薬」は9年間、「高島扇骨」は5年間の平均伸率。

企業数の推移

(単位:社、%)

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 年平均伸率
	(2010年)	(2011年)	(2012年)	(2013年)	(2014年)	(2015年)	(2016年)	(2017年)	(2018年)	(2019年)	(2020年)	
1 長浜縮緬	19	19	19	16	16	13	13	12	12	12	11	-5.3
2 彦根バルブ	36	34	34	32	31	32	31	32	33	32	31	-1.5
3 彦根仏壇	45	44	42	42	41	40	35	31	29	26	26	-5.3
4 彦根ファンデーション	13	13	13	13	13	13	13	13	13	12	12	-0.8
5 湖東麻織物	28	27	27	27	27	26	26	26	25	25	-	-1.3
6 甲賀・日野製薬	18	17	17	17	17	17	17	16	16	15	15	-1.8
7 信楽陶器	89	79	81	84	83	79	76	76	69	67	68	-2.7
8 高島綿織物	41	38	35	34	32	32	32	32	32	29	28	-3.7
9 高島扇骨	-	-	-	21	20	20	20	21	21	21	20	-0.7

(注)「湖東麻織物」9年間、「高島扇骨」は7年間の平均伸率。

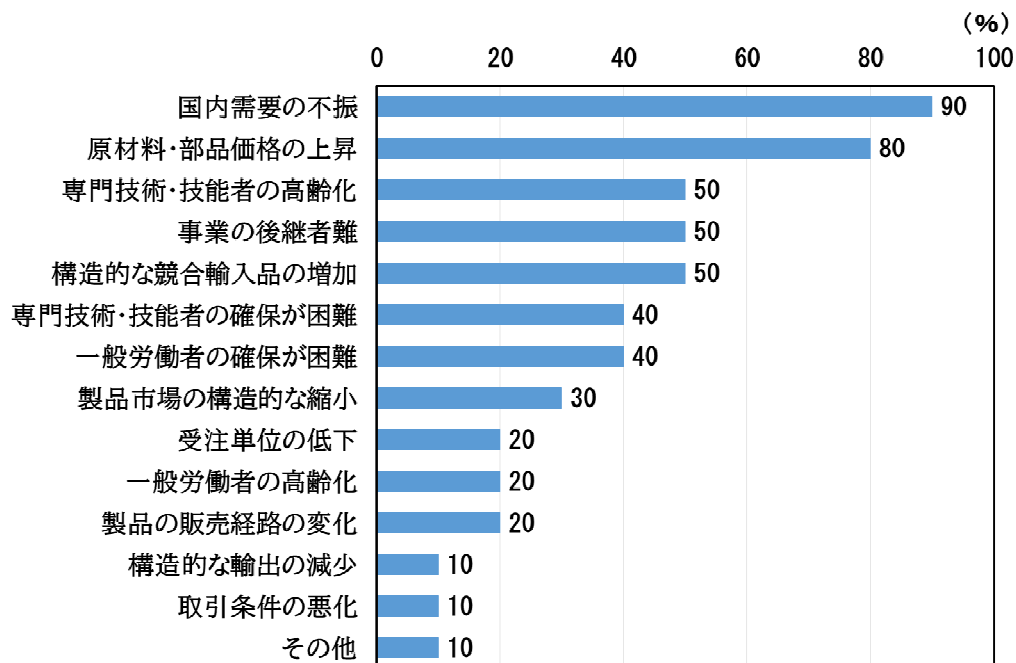
## 従業員数の推移

(単位:人、%)

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 年平均伸率
	(2010年)	(2011年)	(2012年)	(2013年)	(2014年)	(2015年)	(2016年)	(2017年)	(2018年)	(2019年)	(2020年)	
1 長浜縮緬	191	193	193	163	157	136	137	123	117	111	103	-6.0
2 彦根バルブ	1,115	1,089	1,046	1,093	1,083	1,184	1,173	1,202	1,214	1,145	1,146	0.3
3 彦根仏壇	577	551	548	548	491	476	437	365	161	135	134	-13.6
4 彦根ファンデーション	158	158	150	146	150	140	140	140	140	130	120	-2.7
5 湖東麻織物	498	452	470	469	486	490	489	497	462	455	-	-1.0
6 甲賀・日野製薬	1,665	1,688	1,688	1,530	1,549	1,565	1,569	1,640	1,647	1,424	1,419	-1.6
7 信楽陶器	553	492	492	464	482	463	486	495	448	428	413	-2.9
8 高島綿織物	535	542	508	494	508	502	502	470	478	462	452	-1.7
9 高島扇骨	-	-	-	-	-	24	24	25	25	25	21	-2.6

(注)「湖東麻織物」は9年間、「高島扇骨」は5年間の平均伸率。

## 地場産業産地を取り巻く状況についてのアンケート結果



(地場産業組合や生産者組合等を調査対象とした地場産業等実態調査より)

## (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。

生活様式の変化や安価な海外製品の台頭により、厳しい事業環境が続いており、新型コロナウイルス感染症拡大の影響に加え、原材料価格の高騰の影響が深刻です。令和3年度に実施した「地場産業等実態調査」におけるアンケート調査によると、売上が「減少傾向」にあると回答した事業者の割合は、前回調査時である平成28年度の50% (N=40) から88% (N=34) と増加しており、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により厳しい状況にあることが顕著となっています。

事業として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りますが、伝統工芸士が講師となり後継候補の発掘に努める「彦根仏壇」の技術伝承塾や、県公設試験研究機関が信楽焼の技術者の養成を行う窯業技術者養成研修など、様々な取組を行っています。

県の事業としては、今の生活スタイルに合わせた新商品開発を経て、その商品のテスト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おり、「上丹生木彫」のペット仏壇、「木珠」のアロマディフューザーなど、新しい感性による商品の開発が進んでいます。

### イ 課題

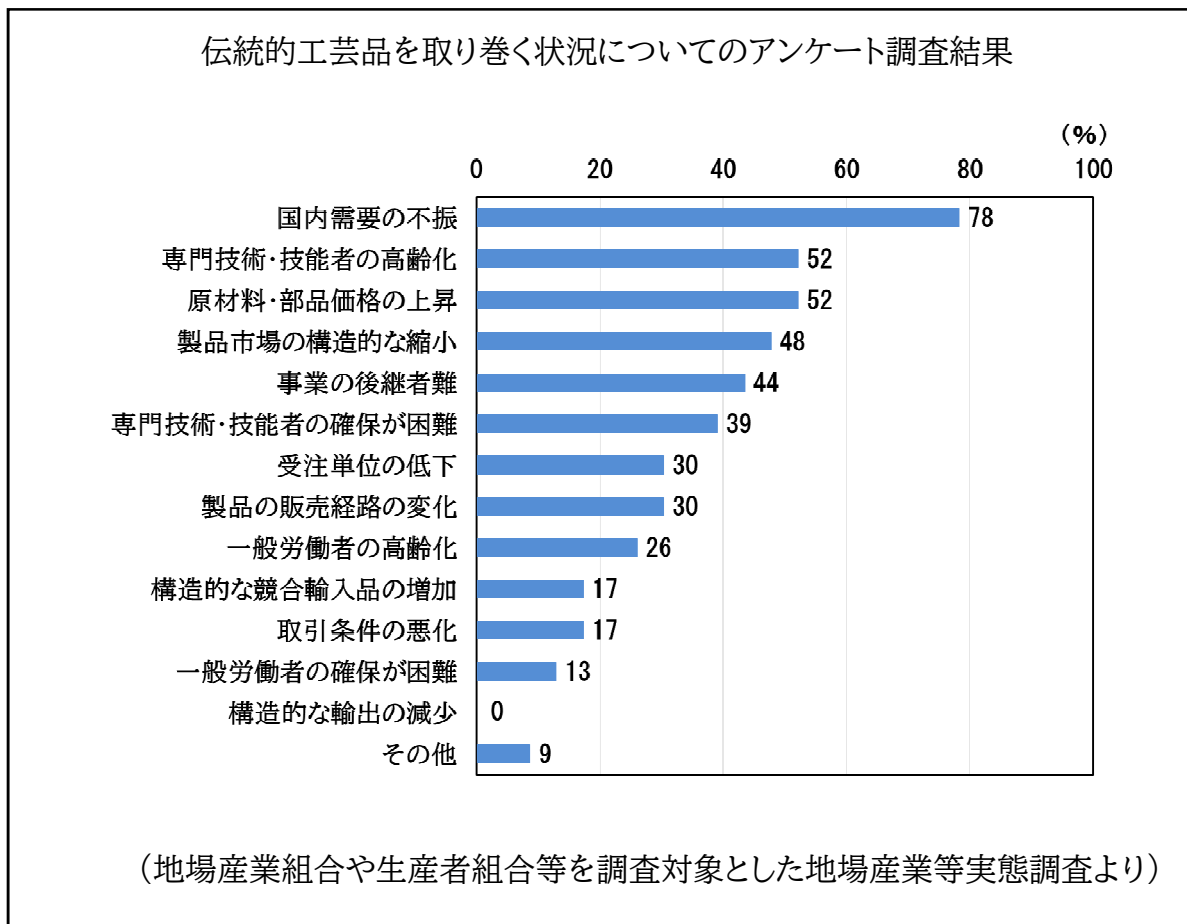
現代の生活様式にマッチした商品開発や商品改良のためには、消費者ニーズの把握が必要ですが、これまでB to B<sup>※8</sup>の業態を取ってきた事業者が多く、消費者の声を直接聞く機会づくりが課題となっています。

首都圏や海外への販路開拓や認知度の向上のため、ECサイト、SNSの活用が必要ですが、一方で、伝統的工芸品事業者間における連携のため、リアルで情報交換ができる場づくりが求められています。

また、慢性的な課題として、事業者の高齢化による後継者の育成、技術者の高齢化があります。これまで多かった家族での事業承継に加え、第三者への事業承継を検討していく段階にあると考えられますが、製造設備が個人資産となっているなど、様々な事情があり、きめ細かな支援が課題となっています。

※8 B to B : Business to Business (企業向けの商品やサービスの提供)

(参考)伝統的工芸品を取り巻く状況





### (3) 農林水産物等

#### 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、近江の地酒や漬物、鮎ずしなどの加工品が生産され、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。

実態調査の結果からは「事業の後継者難」や「国内需要の不振」などの割合が、最も高い結果となりました。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しています。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ている団体等があります。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響は二極化しており、近江の伝統野菜や近江牛では限定的でしたが、近江米や近江の茶、琵琶湖産魚介類、近江の地酒などについては外食自粛等により大きくなりました。

多くの地場産品に関わる担い手の確保・育成、人材育成等への取組が実施されていますが、事業承継については進んでいない状況にあります。

#### イ 課題

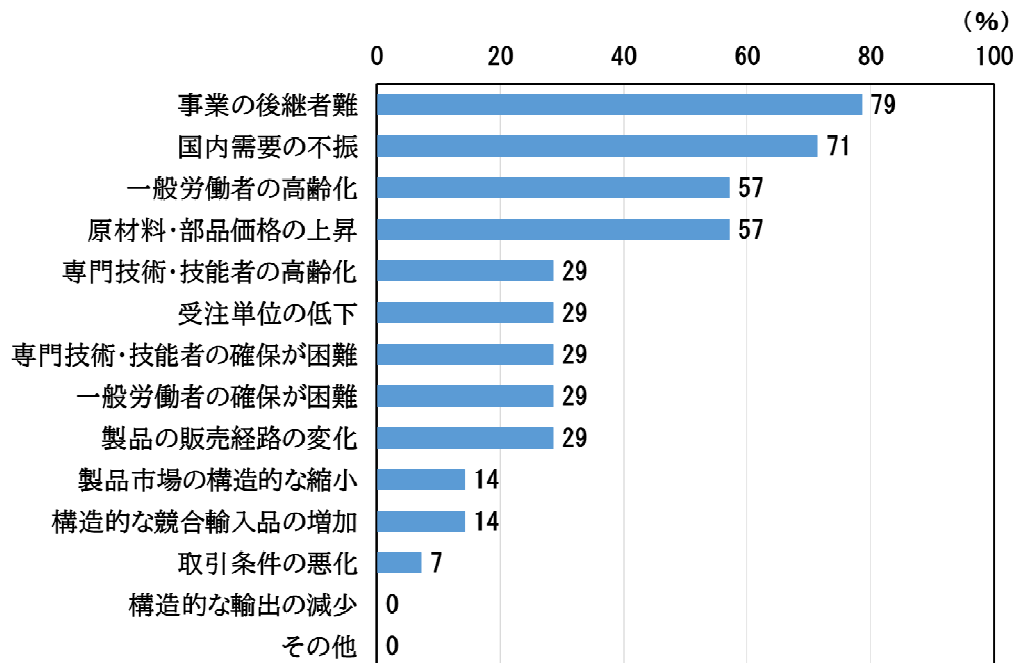
産品によっては、県内外での認知度が低いものがあり、引き続きその向上を図る必要があります。また、県外・海外での認知度向上や販路開拓が進んでいない産地があり、その取組の推進を図る必要があります。さらに、担い手の確保・育成、人材育成、生産の安定等が課題となっています。収入の減少や設備が個人資産であるなど、事業承継については困難な状況であり、外部後継者を受け入れにくいことが課題として挙げられます。

(参考) 農林水産物等の動向等

### 生産量推移

品目	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	年平均伸率(%)
	(2010年)	(2011年)	(2012年)	(2013年)	(2014年)	(2015年)	(2016年)	(2017年)	(2018年)	(2019年)	(2020年)	
1 近江米 (生産量:t)	167,700	164,700	170,300	169,300	157,100	158,500	170,300	163,900	162,300	161,400	158,300	-0.6
2 近江の伝統野菜 (生産量:t)	396	417	305	352	404	359	288	261	231	267	-	-4.3
3 近江の茶 (生産量:t)	755	718	805	685	682	695	689	768	788	767	581	-2.6
4 近江牛 (飼養頭数:頭)	11,361	11,167	11,768	11,904	11,684	12,165	11,818	12,478	13,458	14,016	14,411	2.4
5 近江しゃも (初生ひな供給羽数)	22,412	21,775	21,795	26,126	54,577	47,655	34,920	35,140	34,660	33,523	32,340	3.7
6 あゆ (漁獲量:t)	681	553	525	409	408	476	461	279	336	375	-	-6.4
7 ます (漁獲量:t)	31	52	23	17	14	22	36	17	13	29	-	-0.7
8 にごろぶな (漁獲量:t)	24	45	48	39	51	49	52	56	42	36	-	4.6
9 ほんもろこ (漁獲量:t)	10	14	14	16	14	16	15	19	30	32	-	13.8
10 すじえび、てながえび (漁獲量:t)	71	43	79	108	77	84	78	73	95	73	-	0.3
11 しじみ (漁獲量:t)	41	22	28	64	43	36	51	53	58	41	-	0.0
12 あゆ養殖 (生産量:t)	566	512	508	488	466	460	504	491	341	292	217	-9.1
13 近江の地酒 (生産量:kl)	3,147	3,573	3,258	3,545	3,516	3,592	3,235	3,253	-	-	-	0.3
14 近江つけもの (出荷額:百万円)	4,932	4,248	4,448	4,568	4,586	3,409	5,146	5,513	5,518	4,978	4,932	0.1
15 菓子 (出荷額:百万円)	20,283	16,520	19,883	15,885	16,326	19,073	22,447	21,776	20,969	21,590	-	0.7
16 びわ湖材 (産地証明数量(一次発行:m))	10,484	14,441	16,828	21,438	32,109	36,865	46,244	54,981	55,020	64,751	64,940	20.0

農林水産物等を取り巻く状況についてのアンケート調査結果



(地場産業組合や生産者組合等を調査対象とした地場産業等実態調査より)

### 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、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。

##### ア 近江の地場製品の有する歴史、伝統、文化や技術といった価値の発信

近江の地場製品の歴史、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

近江の地場製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、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。

#### (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、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

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かか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 多様な分野における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、地域や農商工連携など、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。

#### ウ 観光産業との連携による取組の促進

地場産業事業者等と観光関連事業者等の関係者が連携し、地域の価値ある資源を活用した滋賀らしいツーリズム「シガリズム」の展開に向けた取組を促進します。

### (4) 担い手となる人材の確保、育成および資質の向上、ならびに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かか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、将来的に産地の広義の担い手(買い手、担い手、支え手)として生産等に携わることにつなげるため、一般の方々が近江の地場産品にふれ、理解を深める機会を提供します。

エ 事業承継に向けた取組の推進

地場産業事業者等が地場産品にかかる技術および技能を後世に伝え残すために、関係機関との連携も行いながら、事業承継に向けた取組を推進します。

## 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、県内外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ふことが必要です。

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、地場製品について継続的に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
- ・県内外での展示会販売会の開催
  - ・国内における展示会やイベントへの出展にかかる取組への支援
  - ・生活と生産の距離が近い滋賀らしさを活かした地場産品の安定的市場流通などのための多様なサプライチェーンの実現への取組
  - ・地場産品を使ったフェア等の展開やPRにかかる取組への支援
- イ 首都圏情報発信拠点「ここ滋賀」を活用したPRイベントの開催等、首都圏における近江の地場産業事業者等の販路開拓等取組支援
- ・ここ滋賀での情報発信、観光誘客、企画催事、メディア発信等の実施
  - ・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
  - ・首都圏における展示販売会、実演、体験イベントの開催
  - ・首都圏における商談会開催や情報発信による販路開拓等への支援
- 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
- ・日本貿易振興機構（JETRO）との連携による取組、海外における調査、海外展示会出展等にかかる支援
  - ・海外における商品の販路拡充や需要拡大の促進
  - ・SDGsに対応するための取組にかかる支援
- 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
- ・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
  - ・多様なニーズに対する新製品や新技術の開発を活性化する取組への支援
  - ・公設試験研究機関等による助言、技術提供、共同研究、技術指導
  - ・地場産業組合が実施する商品開発等に対する取組への支援
  - ・市場動向や新技術についての講習会、セミナー、勉強会の開催



- ・デザイン思考を活用した商品開発による事業展開の促進
- 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
  - ・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
  - ・関係機関や関係団体、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、小規模事業者が新たに取り組む事業についての計画等の承認や策定、事業の実施、および専門家によるアドバイス等に要する経費に対する支援
  - ・普及事業や試験研究による技術・技術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
  - ・農業者等の経営基盤強化等にかかる資金の相談や、水産業等の近代化、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
  - ・MLGs<sup>※9</sup>を活用した商品開発等の支援
  - ・DXによる商品開発や業務効率化の支援
- 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
  - ・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

- ウ 地場産品の地域にある資源を活用した観光関連産業との連携促進
  - ・観光関連産業と連携した取組への支援

※9 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))

#### (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
  - ・担い手育成のための就業フェアの開催、就業相談会等の開催を支援
  - ・技術者の資質向上のためのセミナー等の開催
- 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
  - ・地場産業組合が実施する後継者育成事業への取組支援
  - ・公設試験研究機関における技術者養成研修の実施
  - ・就農に向けた相談活動、講座の開催、若手の事業者の交流等の支援
  - ・地場産業事業者等に対する巡回指導、フェアの開催、スキル向上のための催事の開催による支援
- ウ 未来の後継者確保に向けた小中学生や高校生等の地場産業等にふれる機会の提供
  - ・子どもを対象にした体験学習(制作体験や展覧会鑑賞など)の機会の提供
- エ 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の支援

#### (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
  - ・地場産品の認知度向上のためのイベントや研修会の開催
  - ・子どもや消費者に向けた地産地消および食育を推進するための取組に対する支援

- ・映像コンテンツの作成、SNS等の活用、広告掲載の展開
- ・地域の文化芸術活動における地場産品の活用等への支援

- イ 小中学生や高校生等が地場産業等にふれ、理解を深める機会の提供
- ・子どもを対象にした体験学習（制作体験や展覧会鑑賞など）の機会の提供
  - ・学校給食への地場産品の提供
  - ・県内の学校による、地元の事業所を中心とした職場体験の実施
  - ・地場産業等の関係人口増加を図るために、地域団体等が行う取組への支援

## （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の現状把握等を目的とし、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。

## (参考)

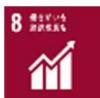
### SDG s 達成のための取組

SDG s は、2015 年 9 月の国連サミットにおいて採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」で設定された 2030 年を年限とする国際目標です。誰一人取り残さない持続可能な社会の実現のため、17 のゴール（目標）と 169 のターゲットが定められています。本指針における「基本目標」の達成に向けた取組を進めることにより、以下のとおり SDG s の達成に貢献します。



#### 4 質の高い教育をみんなに（施策 4、5）

4.4 技術的・職業的スキルなど、雇用、働きがいのある人間らしい仕事及び起業に必要な技能を備えた若者と成人の割合を大幅に増加させる。



#### 8 働きがいも経済成長も（施策 1、3、6）

8.9 雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。



#### 11 住み続けられるまちづくりを（施策 4、5）

11.a 各国・地域規模の開発計画の強化を通じて、経済、社会、環境面における都市部、都市周辺部及び農村部間の良好なつながりを支援する。



#### 12 つくる責任つかう責任（施策 1、4、5）

12.8 人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする。



#### 17 パートナリーシップで目標を達成しよう（施策 3）

17.14 持続可能な開発のための政策の一貫性を強化する。

17.17 さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。

(別表)

○基本指針の対象とする近江の地場産品

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)

	産地	地域	産地組合	代表的な産品
1	長浜縮緬	長浜市 他	浜縮緬工業協同組合	ちりめん、つむぎ
2	彦根バルブ	彦根市、犬上郡、愛荘町 他	滋賀バルブ協同組合	水道用弁、産業用弁、船用弁
3	彦根仏壇	彦根市、米原市、愛荘町 他	彦根仏壇事業協同組合	仏壇、仏具
4	彦根ファンデーション	彦根市、東近江市、犬上郡	ひこね繊維協同組合	ブラジャー、ガードル、ショーツ、ボディースーツ、キャミソール
5	湖東麻織物	東近江市、愛荘町 他	湖東繊維工業協同組合、滋賀県麻織物工業協同組合	服地、不織布・芯地、縫製、染色整理加工、原糸販売
6	甲賀・日野製薬	甲賀市、日野町 他	滋賀県製薬工業協同組合	医療用医薬品、一般用医薬品、配置用家庭薬
7	信楽陶器	甲賀市	信楽陶器工業協同組合	レンガタイル等建材類、庭園用品類、食卓用品類、花器類、植木鉢類
8	高島綿織物	高島市	高島織物工業協同組合	綿クレープ、厚織(ゴム資材、帆布、その他資材)
9	高島扇骨	高島市	滋賀県扇子工業協同組合	扇骨、扇子

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)

	工芸品名	製造地域	製造業者名	備考
1	近江上布	愛荘町	滋賀県麻織物工業(協)	国指定
2	網織紬	長浜市	奥田武雄 奥田重之	
3	秦荘紬	愛荘町	川口織物(有)	
4	綴錦	守山市・米原市	織匠[宗八](株)清原織物	
5	正藍染	湖南市	植西恒夫	
6	手織真田紐	東近江市	西村操	
7	草木染手組組紐	大津市	(有)藤三郎紐	
8	近江刺繍	愛荘町	近江美術刺繍工芸社	
9	彦根繡	彦根市	(有)青木刺繍	
10	楽器糸	長浜市	西山生糸組合 木之本町邦楽器原糸製造保存会 丸三ハシモト(株)	
11	鼻緒	長浜市	滋賀県花緒サンダル組合	
12	特殊生糸	長浜市	西村英雄	
13	押絵細工	近江八幡市	東川雅彦	
14	近江真綿	米原市	近江真綿振興会	
15	輪奈ビロード	長浜市	(株)タケツネ	
16	信楽焼	甲賀市	信楽陶器工業(協)	国指定
17	膳所焼	大津市	(有)膳所焼窯元 陽炎園	
18	近江下田焼	湖南市	近江下田焼陶房	
19	(再興)湖東焼	彦根市	中川一志郎	
20	提灯	長浜市	かさぜん中川澄美	
21	ろくろ工芸品	長浜市	片山木工所	
22	木製桶樽	竜王町	村田茂朋	
23	高島扇骨	高島市	滋賀県扇子工業(協)	
24	上丹生木彫	米原市	上丹生木彫組合	
25	八幡丸竹工芸品	近江八幡市	(有)竹松商店	
26	木珠(高級木製数珠玉)	近江八幡市	(株)カワサキ	
27	彦根仏壇	彦根市	彦根仏壇事業(協)	国指定
28	浜仏壇	長浜市	浜仏壇工芸会	
29	鍔金具	長浜市	辻清	
30	近江雁皮紙	大津市	(有)成子紙工房	

31	雲平筆	高島市	筆師第 15 世 藤野雲平	
32	和ろうそく	高島市	(有)大與	
		長浜市	北村雅明	
33	太鼓	愛荘町	正木専治郎	
			二代目 杉本才次	
34	大津絵	大津市	高橋松山	
35	長村梵鐘	東近江市	(株)金壽堂	
36	小幡人形	東近江市	細居源悟	
37	愛知川びん細工手 まり	愛荘町	伝承工芸愛知川びん細工手まり保存会	
38	いぶし鬼瓦	大津市	美濃邊鬼瓦工房	
39	神輿	野洲市	(株)さかい	
40	江州よしすだれ	東近江市	(株)タイナカ	
			よし藤 田井中憲一	



- 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）

①本県を代表する農林水産物

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

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（令和3年11月現在）

名称	登録年
近江牛	平成29年12月
伊吹そば	令和元年9月

- ③上記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