

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 これまでの経過

「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、「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（平成 29 年 3 月）」（以下「基本指針」）を策定した。

この基本指針では、「近江の地場産品の需要の拡大」「近江の地場産業事業者等の経営基盤の強化」「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」「担い手となる人材確保・育成・資質の向上および優れた技術等の継承の推進」の 4 つの基本的な方向を定めており、その期間は平成 29 年度から令和 3 年度までの 5 年間としている。

そのため、次期基本指針は令和 4 年度からとなるため、現在の市場動向等の実態を踏まえた内容として令和 3 年度中に策定する。

平成 28 年 3 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条例」の施行
平成 29 年 3 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基本的な指針」の策定（～令和 3 年度）

2 策定に向けたスケジュール（予定）

令和 3 年 7 月～9 月	市場動向調査の実施
令和 3 年 9 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）（基本指針構成案について）
令和 3 年 10 月	厚生・産業常任委員会（基本指針構成案について）
令和 3 年 11 月	協議会（基本指針（原案）について）
令和 3 年 12 月	厚生・産業常任委員会（基本指針（原案）について）
令和 3 年 12 月	県民政策コメント（1 か月間）
令和 4 年 2 月	協議会（基本指針（案）について）
令和 4 年 3 月	厚生・産業常任委員会（基本指針（案）について）
令和 4 年 3 月	基本指針策定・公表

※ 協議会の構成員：学識経験者 3 名、地場産業・地場産品関係者 9 名、行政関係者 2 名。
計 14 名。

近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する

基本的な指針 概要版

1 基本指針の位置づけ等

- 目的：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、施策の総合的な推進を図ることを目的とする。
- 期間：基本目標に向けた平成 29 年度から 33 年度（令和 3 年度）までの 5 年間

2 近江の地場産業および近江の地場製品を取り巻く現状と課題

- 近江の地場産業で生産される物品
 - ・ 生産額は横ばいまたは減少傾向となっているが、高付加価値化やブランド化を目指した取り組みも行われている。
 - ・ 各産地では、販路開拓や商品開発といった需要開拓に苦心しており、各産地の有する高度なものづくり技術を十分に活かした市場へのアプローチが課題。
- 伝統的工芸品
 - ・ ほとんどの事業者で売上や利益は横ばいまたは減少傾向で、経営環境が厳しく、また、後継者の確保に課題を抱えている。
 - ・ 経営面では営業力・販売力の維持強化、人材面では技法の伝承・技術力の維持等が、販売面では情報発信力やPR力の弱さが課題。
- 農林畜水産物等
 - ・ 消費拡大に向けブランド強化などが進められているが、需要の縮小とともに、担い手減少、生産コストの増大など、安定供給に向けた問題がある。
 - ・ 県外での認知度向上、地産地消とともに県外・海外市場への販路開拓、担い手の確保・育成、人材育成等が課題。

3 基本的な方向

- 近江の地場製品の需要の拡大
 - ・ 近江の地場産業が有する歴史、伝統、文化や技術といった価値の発信
 - ・ 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
 - ・ 首都圏や海外といった新たな市場への販路開拓
- 近江の地場産業事業者等の経営基盤の強化
 - ・ 経営改善および合理化の支援
 - ・ 資金供給の円滑化
- 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
 - ・ 消費者の嗜好や社会情勢の変化に応じた新商品・新技術の開発やデザイン力強化
 - ・ 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
- 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
 - ・ 担い手となる人材の確保
 - ・ 後継者の育成および技術の継承の推進
 - ・ 未来の後継者の確保に向けた取組の推進

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

- ・ 県民の地場産業や地場産品についての理解が進み、生活の中で日常的に地場産品を購入・使用している。
- ・ 全国や海外へのPRが進み、一部の地場産品については継続的な取引が行われるとともに、「近江の地場産品」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、新たに地場産品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

○ 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

- ・ PRイベントや地産地消を推進するキャンペーンの実施、PR活動に対する支援
- ・ 首都圏情報発信拠点等を活用したPRイベントの開催、販路開拓等取組支援
- ・ 海外展開戦略に係る取組支援
- ・ 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

○ 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

- ・ 経営改善および合理化推進のための支援
- ・ 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

○ 新商品開発に係る調査研究、多様な分野における事業展開の促進

- ・ 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
- ・ 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

○ 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や高校生の地場産業等にふれる機会の提供

○ 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
- ・ 小中学生や高校生が地場産品にふれ、理解を深める機会の提供

○ 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

- ・ 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

○ 庁内推進体制の整備、関係者による協議会の運営、関係機関・団体との連携