

【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

○近江の地場製品の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

→ **近江牛学校給食等提供事業（通番11）【畜産課】** など

○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

→ **オーガニック農業等産地育成事業（通番22）【みらいの農業振興課】** など

○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

→ **グローバル市場魅力向上支援事業（通番26）【商工政策課】** など

【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

○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

→ **地場産業の新たな流通ルート確立支援事業（通番56）【イノベーション推進課】** など

【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

○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

→ **地場産業 サステナビリティ対応支援事業費補助金（通番60）【イノベーション推進課】**

【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

○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

→ **地場産業・伝統的工芸品魅力発信ベース検討事業（通番91）【イノベーション推進課】**

○事業承継に向けた取組の支援

→ **北部地域事業承継促進事業（通番93）【中小企業支援課】**

【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

▶ 施策の数と当初予算

施策	事業数	予算額（千円）
施策 1	48	2,791,335
施策 2	10	31,167,090
施策 3	15	1,765,967
施策 4	20	1,644,089
施策 5	12	360,916
施策 6	1	13,850
合計	106	37,743, 247

（同一の「施策の内容」内で再掲は除く）

- 1 地場産業の新たな流通ルート確立支援事業について
- 2 地場産業・伝統的工芸品魅力発信ベース検討事業について

令和6年7月29日(月)
商工観光労働部 イノベーション推進課

地場産業の新たな流通ルート確立支援事業

令和6年度予算額: 6,000千円

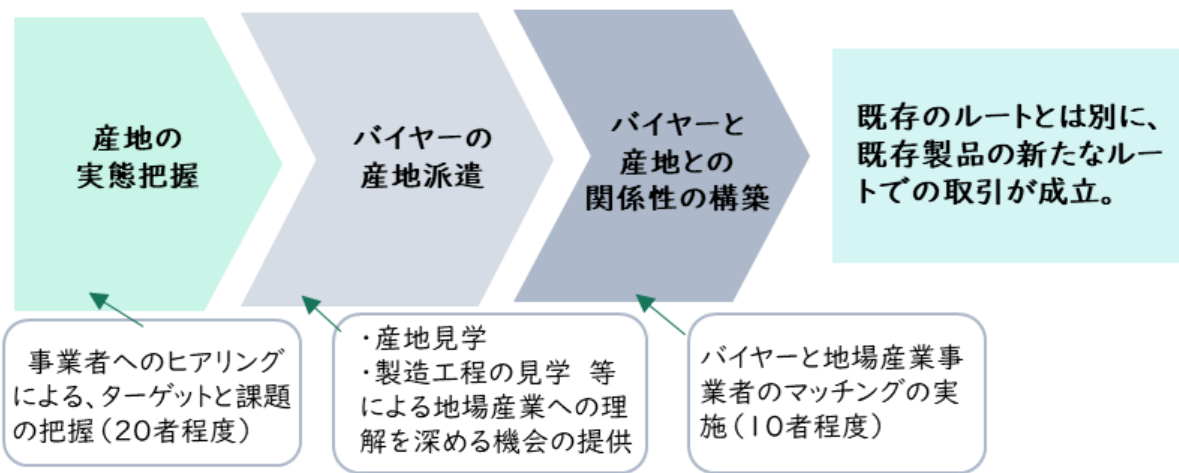
目的

地場産業事業者に対し、既存の卸売業への流通ルートに加えて、新たに製造小売業（SPA: specialty store retailer of private apparel）ならびに小売業との流通ルートの確立を支援し、近江の地場産品の需要拡大を図る。

現状と課題

県内地場産業は、新型コロナウイルス感染症の影響に加え、原油価格、原材料価格の高騰が価格転嫁に反映されないなど、厳しい事業環境が続いていることから、新たな販路の開拓や新商品開発に取り組む余裕のない事業者に対しては、既存製品での販路開拓に対する支援が必要とされている。

内容



事業効果

・近江の地場産業および地場産品を理解したバイヤーによる取引が成立し、新たな流通ルートが確立。



- ・バイヤーとのやり取りの中で、地場産業事業者が自社、および産地の強みを認識し、交渉能力が向上。
- ・地場産業に理解の深いバイヤーとのつながりを活かし、新たな流通ルートによる販路の拡大が図れる。



目指す姿



- ・既存製品での新たな流通ルートが確立することによって、経営基盤が安定化することで、新商品開発への道が拓かれる。
- ・消費者に近い製造小売業や小売業との取引により、より実態に近い消費者ニーズの把握が可能になる。

地場産業・伝統的工芸品魅力発信ベース検討事業

【施策の目的】

・地場産業・伝統的工芸品魅力発信拠点の設置により、担い手（作り手、支え手、買い手などの関係者）の育成・確保につなげる。

【現状と課題】

地場産業・伝統的工芸品について、歴史・文化を有し、地域経済や生活を支えてきたが、従事者の高齢化・後継者不足や売上不振による課題が多くある。地域独自の製法・技法を活かした施策と県内外への魅力の発信を促進させ、売上や担い手の育成・確保を図る取組が必要である。

【施策概要】

・県北部地域に地場産業・伝統的工芸品の展示・販売・実演、製造工程等の体験ができる拠点を期間限定で試行的に設置し、これらの成果を分析し、本格的な拠点整備（既存施設を活用）に向けた検討を進める。

【施策効果】

- 今までになかった地場産業・伝統的工芸品の拠点を設置することで、話題性とPR効果を高められ、県内外への魅力発信の場として活用できる。
- 常設での展示の加え、体験ができる場所としての活用により、地場産業・伝統的工芸品を知る機会・触れる機会が増え、担い手の育成・確保につながる。また、販売拠点としても活用できるため、販路開拓や売上にもつながり、事業展開の幅も広げられる。

実施イメージ（先進モデルより）

伝統産業ミュージアム【京都市】
（京都市左京区）

（体験）

（体験）



伝統工芸 青山スクエア
JAPAN TRADITIONAL CRAFTS AOYAMA SQUARE

（販売）

青山スクエア【（一社）伝統的工芸品産業振興協会】
（東京都港区）

（販売）

（展示）

地場産業・伝統的工芸品魅力発信ベース検討事業 概要

【会場】（予定）

- ◎BIWAKO PICNICBASE（長浜市）
〒526-0059 滋賀県長浜市元浜町7-5
- ◎伊吹薬草の里文化センター（米原市）
〒521-0314 滋賀県米原市春照37番地
- ◎新旭駅西ショッピングセンター エスパ（高島市）
〒520-1501滋賀県高島市新旭町旭1丁目8-5

【期間】（予定）

[BIWAKO PICNIC BASE（長浜市）]
2024年10月1日(火)－10月14日(月・祝)
10:00-16:00（祝日を除く月曜日は休業）

[伊吹薬草の里文化センター（米原市）]
2024年10月17日(木)－10月30日(水)
10:00-17:00（月曜日は休業）

[新旭駅西ショッピングセンター エスパ（高島市）]
2024年11月2日(土)－11月15日(金)
11:00-17:00（祝日を含む月曜日は休業）

【企画概要】（予定）

- 子ども・若者など地場産業・伝統的工芸品にあまり馴染みがない客層に対しても魅力が伝わる会場づくり
- 滋賀県の伝統的工芸品・地場産業の価値をより深く伝えるためのイベントとして、「実演」「体験」「スタンプラリー」「キッチンカー」「季節の工作」等の実施を予定
- 「琵琶湖の自然」をモチーフとした爽やかなグラフィックと、伝統的工芸品や地場産業の歴史や技術の魅力を伝えられる視認性の高いイベント内容で実施

（会場イメージ）

【長浜会場】



【米原会場】



【高島会場】



「令和6年度近江の地場産業および近江の地場産品の振興功労者表彰」について

【実施スケジュール（予定）】

- 10月～11月 関係各課、関係市町、関連団体、地場産業組合に表彰候補者の推薦依頼
- 11月～12月 選考会義・表彰者決定
- 1月～2月 表彰式

【表彰の対象となる取組】

- ①需要の拡大
- ②経営基盤の強化
- ③新商品の開発、新たな販路の開拓および多様な分野における事業の展開
- ④担い手人材の確保、育成および資質の向上、優れた技術等の継承

※「長年」とは概ね5年以上

