

長野県伝統的工芸品産業振興方針【概要版】

産業技術課

策定の趣旨：この振興方針は、伝統的工芸品産業の振興に関する施策について、柱・方向性・展開を定めた上で効果的に実施するために策定するものです。

I 伝統的工芸品産業を取り巻く現状と課題

(令和4年度 伝統的工芸品産業実態調査結果 [長野県])

【県内指定産地】

国指定 7 産地、県指定 21 産地

【産業の規模等】

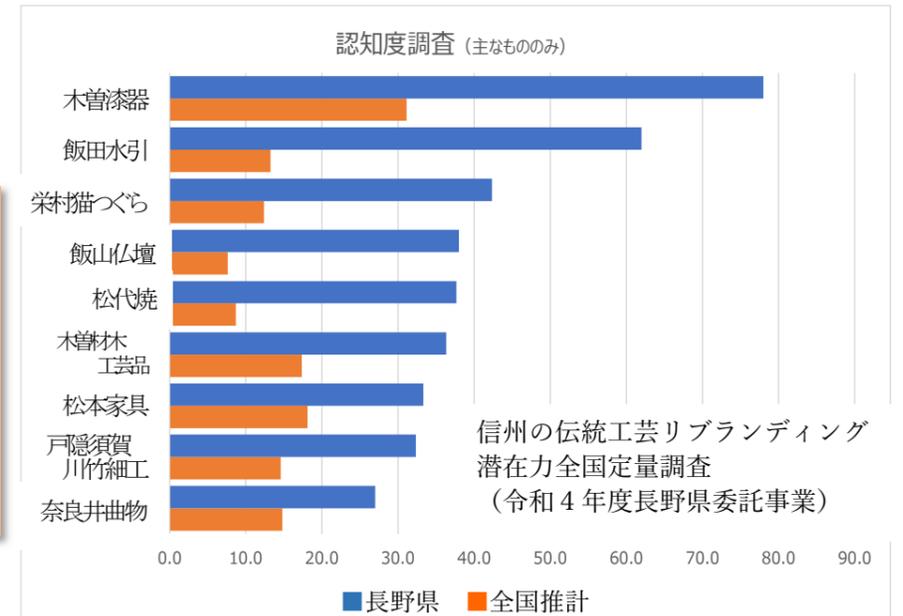
- (1) 事業者数 249 者
- (2) 従業員数 748 人
(回答事業所数 156 者)
- (3) 売上規模 約 66 億円
(回答事業者数 157 者)

【課題】

- ・需要低迷と担い手不足の悪循環
- ・生活様式や消費者ニーズなど、時代に合った商品づくり
- ・工芸品に対する低い認知度

【近年の社会背景】

- ・心の豊かさや温もりを求める時代
 - ・こだわりを持つ消費者が増加
 - ・SDGsやエシカル消費等環境意識の高まり
 - ・働き方の意識の変化
- 伝統的工芸品が再評価されつつある



II 施策の柱

1 ファンの拡大
(ひろげる)

2 後継者の確保・育成
(つなぐ)

3 売上の拡大
(のばす)

III 施策の方向性

① 認知度を上げる

② 友達の輪・知り合いづくり

① 後継者を確保する

② 後継者を育成する

① 魅力を伝え消費行動を促す

② 消費者の感性に届く新たな商品をつくる

- ・人的ネットワークの構築 (観光業、製造業、クラフトなど)
- ・歴史的背景、環境、気質、文化の背景を一体的に捉え伝える。
- ・他産業 (観光、サービス業等) との融合
- ・クラフト産業との交流

- ・若者、女性、移住希望者等へのアピール
- ・シルバー世代・副業を視野にいたった担い手の確保
- ・匠の技を学ぶ機会の創出
- ・製作工程やノウハウの見える化

- ・触れる場の創出 (展示商談会・物産展等での魅力発信)
- ・「見て知る場 (ホームページ・SNS等)」での情報発信
- ・感性価値の高い新たな商品づくり
- ・他業種とのコラボレーションを通じた消費拡大の仕組みづくり (伝統的工芸品活用PR)

IV 施策の展開

- ・次世代に工芸品の魅力を伝えるため、小さな頃から工芸品に触れる機会づくり
- ・インバウンドの活用・海外展開
- ・生業 (なりわい) として持続可能な環境の整備
- ・本物で上質な信州独自のオリジナル商品づくり
- ・国内外を想定した情報発信 (SNS・パンフレット・ホームページ)