

第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画

平成19年6月

沖 縄 県

第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画 目 次

第1章 総説

1, 計画策定の意義	1
2, 計画の性格	1
3, 計画の期間	1

第2章 工芸産業の現状と課題

1, 工芸産業の現状	2
※ 工芸産業生産額の推移	3
※ 工芸産業従事者数の推移	5
2, 工芸産業の課題	7
※ 工芸品産地の現状と課題	12

第3章 計画の基本方向

1, 産業としての持続的発展と魅力ある就業の場の創出	17
2, 特色ある産地の形成及び伝統的な技術・技法の継承	17
3, 伝統と新しさが調和する新工芸品の開発支援及び振興	17
4, マーケティングの充実強化及びブランド力の向上	18
※ 主要指標	19

第4章 主要施策の推進方針 (工芸産業振興に向けた施策の展開)

1, 需要の拡大	20
2, 人材の確保・育成	23
3, 原材料の確保	24
4, 経営の近代化	25
5, 試験研究技術指導体制の強化	26
6, 工芸の拠点づくり・拠点施設の整備	27
7, 自立に向けた支援策	27
8, 工芸産業振興の推進体制のあり方	28
(付表) 第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業	29

(参考資料)

1, 沖縄県工芸産業振興審議会委員名簿	33
2, 第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画策定に関する審議の経緯	33

第1章 総説

1 計画策定の意義

本県の伝統工芸産業の振興については、これまで5次にわたる沖縄県伝統工芸産業振興計画に基づき、諸施策が講じられ、産地の努力と相まって、一定の成果を上げてきた。

しかし、本県伝統工芸産業を取りまく環境は、生産従事者の高齢化や原材料の確保難、経営近代化の遅れ、研究開発力の弱さ、県外からの類似工芸品の流入など、依然として厳しい状況にある。

本県の伝統工芸産業は、製造業全体に占める割合は小さいものの、製造産地は県内全域に点在し、地域経済の活性化や雇用の創出、観光・リゾート産業の振興に重要な役割を果たしている。

さらに、伝統工芸の優れた技術・技法を生かした、斬新なデザインや新たな用途の開発等による「新工芸品」は、観光土産品や生活必需品の市場、ファッションや高級インテリアの分野でも、大きな可能性を有している。

また、近年の消費生活者は、効率主義の見直しや量から質への志向の変化など「ゆとり」や「ゆたかさ」を求める傾向にあり、伝統工芸産業はこのような要望に応える役割も期待されている。

以上のことを踏まえ、これまでの5次にわたる沖縄県伝統工芸産業振興計画の成果と課題を受け継ぎ、今後とも伝統工芸産業の振興発展を図るため、引き続き第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画を策定し、種々の振興策を推進する。

2 計画の性格

この計画は、沖縄県伝統工芸産業振興条例に基づき、本県伝統工芸産業振興を図るために必要な基本となるべき計画を策定するものである。

県においてはその施策の基本となるものであり、業界においては、自発的活動の指針となるものである。

3 計画の期間

この計画の期間は、平成19年度から平成23年度までの5か年とする。

第2章 工芸産業の現状と課題

1 工芸産業の現状

本県の工芸品には、伝統的工芸品産業の振興に関する法律（以下「伝産法」という。）に基づき経済産業大臣の指定を受けた伝統的工芸品が、4種13品目、沖縄県伝統工芸産業振興条例（以下「条例」という。）に基づき指定された伝統工芸製品が5種24品目、伝産法及び条例指定外のその他工芸品として、小木工、ウージ染め・その他染め織物等がある。

これら工芸品を製造する工芸産業については、その伝統性や文化性を尊重し、技術・技法を将来に亘って保持するとともに、産業として維持・発展させる観点からこれまで各種振興事業が実施されてきた。

本県工芸産業の生産額は、昭和57年度の57億5,500万円をピークとして、その後、37億8,000万円まで落ち込んだが、ここ数年は持ち直す傾向にあり、平成17年度は47億9,500万円となっている。

また、工芸産業に携わる従事者の数はピークを迎えた昭和56年度以降、減少の一途を辿っていたが、平成13年度の1,836人を境に徐々に持ち直している。

しかし、平成17年度の従事者数は2,213人と、ピーク時の6割程度である。

さらに、従事者の年齢構成も後継者育成事業による若手従事者の確保に成果が見られる産地もあるが、後継者不足による産地としての存続が懸念される産地もある。

一方、最近の消費者のニーズとして、製品やサービスに質的充足を求める傾向がますます浸透しつつあり、大量生産の工業製品にない手作りの工芸品の持つ素朴さや個性が見直されている。

本県においてもこのような傾向を捉え、消費者ニーズにあった様々な商品開発を行い、新たな需要や消費市場を開拓して、地域経済の活性化や雇用の創出に貢献している産地も誕生している。

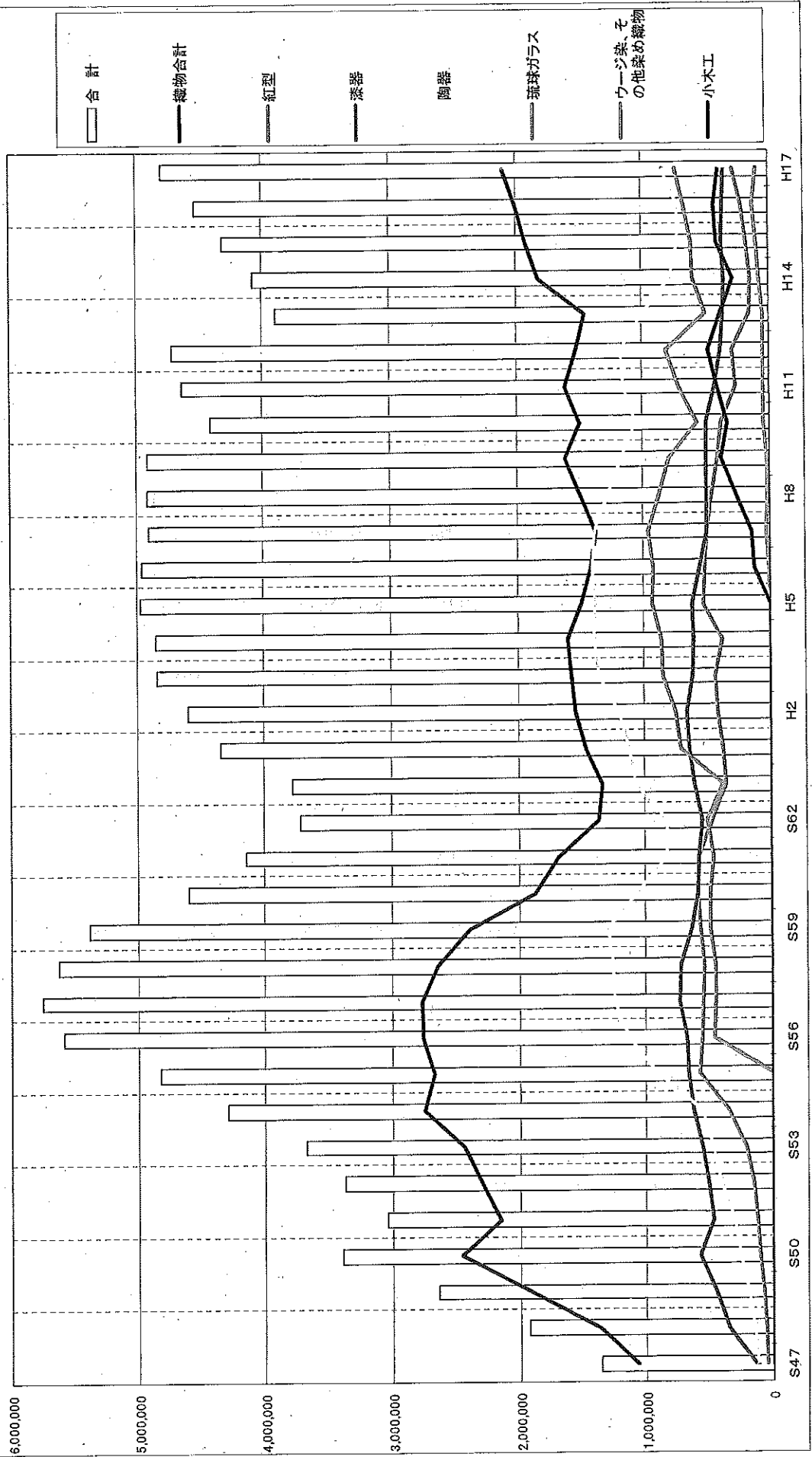
工芸産業生産額の推移

(単位:千円)

品名		H13	H14	H15	H16	H17
伝織	芭蕉布	75,216	76,030	77,336	62,291	62,292
	読谷山花織・ミンナ	114,294	152,000	160,000	167,875	186,354
	首里織	55,356	96,421	103,925	133,706	120,672
	琉球絣	425,000	614,600	616,278	633,757	718,270
	久米島紬	148,400	154,220	157,359	182,143	162,148
	宮古上布	34,240	46,790	62,582	77,895	101,584
	八重山上布・ミンナ	564,510	643,957	696,859	676,096	665,524
	竹富織物	13,128	15,084	13,882	20,505	28,962
	与那国織	26,248	21,828	28,653	44,822	48,787
	計	1,456,392	1,820,930	1,916,874	1,999,090	2,094,593
製	びんがた	162,140	150,531	177,502	219,536	289,613
	漆器	362,722	355,858	375,066	361,540	353,525
	陶器	991,951	778,103	719,375	722,824	831,861
	琉球ガラス	498,600	599,580	606,743	668,343	735,404
	小計	3,471,805	3,705,002	3,795,560	3,971,333	4,304,996
その他	ウーシ染、その他染物	45,119	81,963	98,369	124,472	99,935
	小木工	381,932	285,580	410,321	428,010	389,807
	小計	427,051	367,543	508,690	552,482	489,742
合計		3,898,856	4,072,545	4,304,250	4,523,815	4,794,738

単位：千円

生産額の推移(品目別)



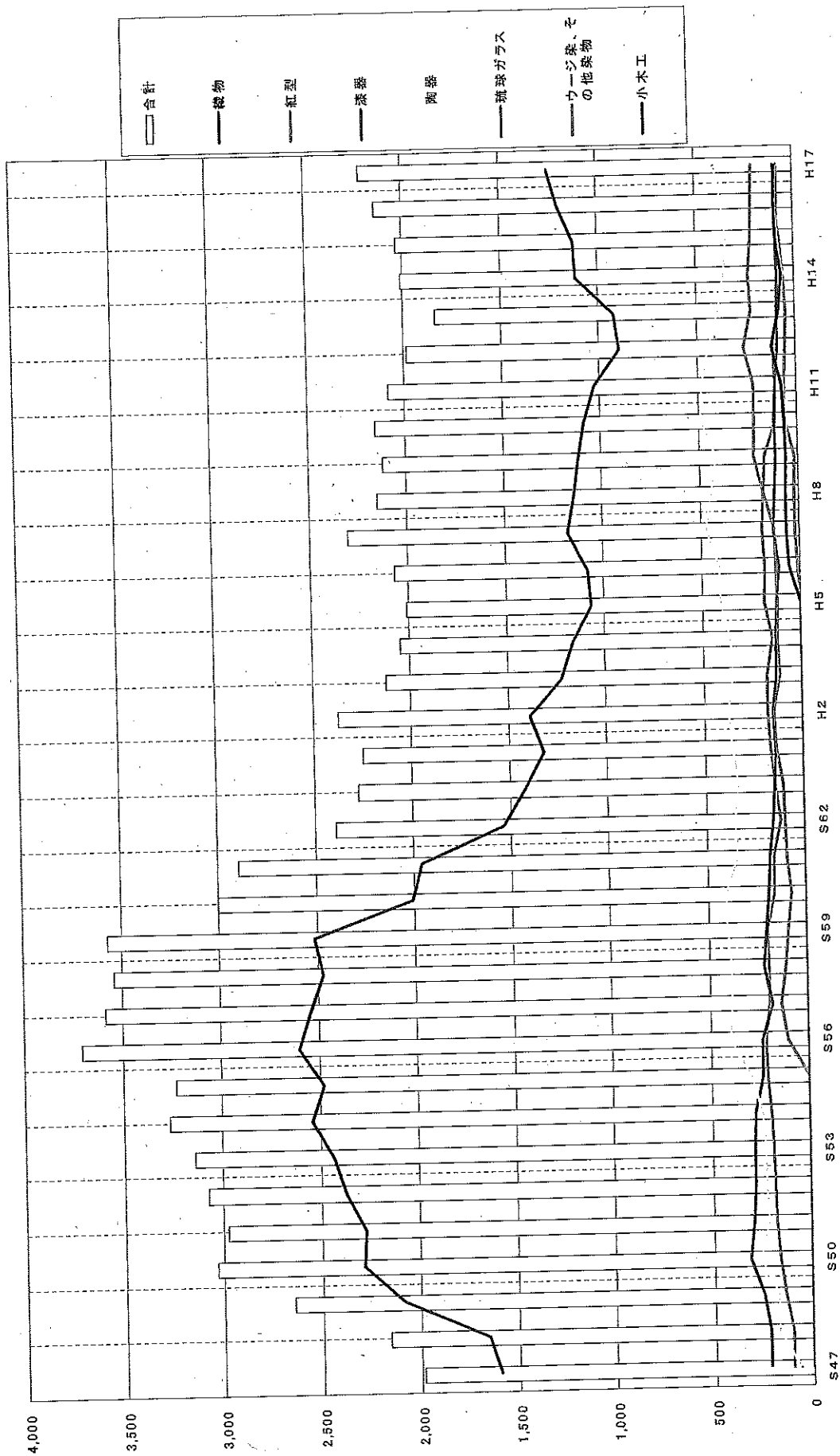
工芸産業従事者数の推移

(単位:人)

品名		H13	H14	H15	H16	H17
伝織	芭蕉布	49	47	50	40	38
	読谷山花織・ミナー	140	141	140	155	152
	首里織	89	106	112	97	109
	琉球絣	212	218	226	271	285
	久米島紬	142	141	131	154	154
	宮古上布	42	55	59	62	73
	八重山上布・ミナー	133	292	275	290	310
	竹富織物	80	80	90	87	87
	与那国織	35	34	38	43	45
	計	922	1,114	1,121	1,199	1,253
製	びんがた	81	89	89	83	98
	漆器	94	89	94	84	82
	陶器	391	357	342	365	402
	琉球ガラス	224	238	223	217	208
	小計	1,712	1,887	1,869	1,948	2,043
その他	ウーシ染、その他染物	44	57	71	95	80
	小木工	80	67	90	95	90
	小計	124	124	161	190	170
合計		1,836	2,011	2,030	2,138	2,213

従事者数の推移(品目別)

単位：人



2 工芸産業の課題

(1) 売上の低迷

全国的に伝統的工芸品の生産額が低迷するなど工芸産業をめぐる環境は厳しいが、本県の工芸産業は生産額、従事者数ともに増加傾向にある。

しかしながら、県内総生産との比較や観光土産品におけるシェア等から見た場合、産業としてのポテンシャルが十分に生かされているとは言えない。

① 外的要因

(ア) 生活用品に対する国民意識の変化

生活様式の洋風化とこれに伴う生活空間の変化や大量消費社会・情報化社会の進展により、デザインや機能性、価格、新規性等の面から、日常生活品としての工芸品に対する消費者の関心が低下し、活用の場が減少していることが一要因として考えられる。

(イ) 安価な輸入品の台頭

グローバル化の進展により、アジア諸国等から本県工芸品の類似品や代替品が輸入され安い価格で流通していることが一要因になっているものと考えられる。

② 内的要因

(ア) マーケティングの弱さ

製品が安定的に販売され、消費に結びつくためには、製品が市場に広く認知されていること、製品の品質・機能・価格等が消費者のニーズにマッチしていること、質・量ともに市場の要求に安定的に応えられること、販売ルートが確立していること等が重要である。

消費者の嗜好の多様化、産地間競争の活発化、流通形態の多様化等が進んでいる現在、産地においては積極的なマーケティング活動、ノウハウの蓄積がますます必要となってきたが、これについての取組みは十分になされていない。

(イ) 商品開発の遅れ

各産地では、流通業者からの情報、各種展示販売会の開催等をとおして、消費者ニーズの把握に取り組み、公設試験研究機関も活用しながら商品開発に取り組んでおり、一定の成果が認められる。

しかしながら、消費者の具体的評価や要望等を直接把握、分析する取り組みが未だ不十分であり、結果的に消費者ニーズに適合した商品開発が遅れている状況である。

(ウ) 新たな流通経路開拓の遅れ

伝統工芸産業においては、長年に亘って培われてきた流通経路が存在し、産地の振興に重要な役割を果たしている。

しかし、伝統工芸品の全国的な売上の減少を背景に、既存の流通経路の役割や機能は相対的に低下しており、流通市場においては情報ネットワークの進展に伴い低コストかつ迅速な流通システムが次々と生まれている。

工芸産業においては、従来の流通経路は今後とも重要な機能を果たすところではあるが、他方、新たな流通システムの活用等による流通コストの削減を図る必要があるが、その取り組みは十分進んでいない。

(エ) 認知度・情報提供の不足

本県工芸品は、本県に対する全国的な関心の高まりから、各種メディア等への露出機会も多く、消費者の認知度を高める機会に恵まれている。

しかし、長い歴史に育まれた各工芸品の持つ地域特性や魅力、素材、制作プロセス等、より細やかで的確な情報の提供が市場や消費者に対して効果的に行われていない。

③ 観光土産品市場におけるシェアの低さ

本県工芸品の県内市場では、観光土産品市場が大きなウェイトを占めている。沖縄県工芸産業実態調査によると、平成17年度の出荷額ベースで、ガラスで8割、陶器で6割、染物及び漆器で3割、織物で2割、木工で1割が観光土産品となっており、工芸品全体の約4割が観光土産品として出荷されている。

しかし、観光土産品市場全体では、工芸品の占めるシェアは1.5%程度となっており極めて低い状況にある。

また、観光客1人当たりの土産品購入経費の減少や海外からの安価な類似品の流入等、県産工芸品の土産品市場における環境は厳しくなっており、観光土産品市場はポテンシャルの高い市場であるにもかかわらず展開が不十分となっている。

(2) 従事者数の減少

後継者育成事業では、復帰後、3,084人が養成されており、産地形成に一定の成果が認められるものの、事業修了後に数年で離職するものも多く、定着率向上が大きな課題となっている。

非定着の主な要因としては、工芸産業の収入の低さによる転職、技術的な確立に年数を要すること、より高い収入を求めて産地から移住すること等が挙げられる。

(3) 原材料の確保難

伝統工芸品の原材料は、伝統的に使用されてきた天然の原材料が主として用いられ、伝統工芸品の持つ独特の味わいを醸し出す重要な役割を果たしている。

これら天然原材料の中には、生産不足、資源枯渇化等の傾向が見られ、入手困難となっている原材料も少なくない。

① 原材料製造従事者の人材確保難

植物染料については各産地組合で個別に調達されているが、近年、都市化の進行により入手が難しくなっており、今後は市町村、森林組合等と連携し、安定確保を図る必要がある。

また、当面の緊急な課題としては、苧麻手績糸及び芭蕉手績糸の確保、琉球藍製造技術の後継者の育成が依然として挙げられる。

(ア) 苧麻手績糸の確保

手績者の高齢化と減少により、供給不足に直面し、製品作りそのものに影響している。特に宮古上布は、工程が分業化しており、手績者の減少は、産地の存続に係わる緊急な課題である。宮古島市や宮古苧麻績み保存会、宮古織物事業協同組合等関係者により、手績者の育成が取り組まれているが、良質の手績糸の生産には熟練を要するため、未だ問題の解消には至っていない。

(イ) 芭蕉手績糸の確保

芭蕉布は、糸の原料となる糸芭蕉の植え付けから栽培管理、刈り入れ、繊維の取り出し、糸績みから製品の完成まですべての工程を産地の職人が自らこなしている。それが独特の製品価値を生み出し、市場の評価に繋がる大きな要因ともなっている。

しかし、産地において従事者の高齢化と後継者不足が進んでおり、糸芭蕉の栽培や糸績みの担い手が限られてきており、糸の供給体制が悪化してきている。

(ウ) 琉球藍製造技術の後継者の育成

琉球藍は、本県染め織りの染料として重要な地位を占めており、染め織り事業者にとって不可欠のものである。現在、市場への供給は主に1事業所により行われているが、従事者も高齢化している。製造技術には熟練を要するものであり、後継者の確保が課題となっている。

② 安定確保の仕組みが未整備

(ア) 陶土

壺屋陶器事業協同組合は、製土工場を有し、主に県内に賦存する10種類程の原土を用途にあわせてブレンドし陶土としており、組合員及び組合員外にも販売され、県内消費量の大部分を担っている。

原土は、恩納村近辺を中心に沖縄本島全域から土木工事等に伴い生じた排

土を確保しているが、継続的、安定的な陶土の確保が課題となっている。

(イ) 漆器原材料

漆器に使用されている伝統的な原材料の木材としてはデイゴ、エゴノキ、センダン、ハマセンダン、ガジュマル等の県産木材があるが、デイゴ、エゴノキの入手が困難になりつつある。

各事業所ごとに、木材の台湾、中国、ベトナム等からの輸入、加工製品の県外からの移入、バガス等県産の代替原料の使用を進めるなど独自に対策を行っている。

(4) 経営近代化の遅れ

本県工芸産業の生業的、零細、経営基盤の脆弱という従来からの課題は依然として解決されていない。

これまで、産地の事業協同組合の設立等組織化を促進し、組合を核にした経営の近代化を推進してきたところであるが、十分な成果を上げられない産地組合もある。

① 生産性の低さ

平成17年度の本県伝統工芸産業の従事者1人当たりの生産額は211万円となっており、ウージ染めや小木工等のその他の工芸品を含めると217万円となっている。全国伝統的工芸品産業平均（平成16年度）194万円と類似しているが、本県製造業平均（平成17年度製造品出荷額速報値）1,933万円と比べると著しく低い水準にある。

1人当たり生産額は、ここ数年間210万円程度で推移している。

② 組合機能の停滞

工芸関係事業者は個々では経営力及び信用力が弱く、事業活動に支障を来すことも少なくない。そのため、産地では中小企業事業協同組合法に基づく事業協同組合を設立し、各種共同事業を実施している。事業協同組合は個々の組合員の不利性を補完し、共存共栄を推進する重要な役割を担っている。

伝統工芸産地では、概ね組合が設立され組織化されているが、組合が行う共同事業は各産地の状況に応じて取り組まれており、事業内容や規模は相違がみられる。

また、組合加入率についても産地ごとに大きな差異があり、総体的には組合のメリットが十分生かされていない状況にある。

③ 外部専門機関等の活用が不十分

経営の近代化には、税制、金融、産地診断、経営指導等に関する外部専門機関をとおした中小企業施策の活用が有効であるが、十分に活用されているとはいえない。

(5) 試験研究技術指導体制

公的試験研究・技術支援機関である沖縄県工芸指導所は、昭和49年に設立され、織物、びんがた、漆器、木工等に関する試験研究及び技術指導、技術者の養成、情報の提供等を主要業務として、本県工芸産業の振興に尽くしてきた。

工芸指導所は平成19年度から試験研究業務の一部を沖縄県工業技術センターへ移管し、技術支援部門を中心に新たに工芸技術支援センターとして再出発したところである。

多様化する公設試験研究・技術支援機関に対するニーズに応じていくため、試験研究を担う工業技術センターと連携を図り、技術支援をさらに充実強化していくことが求められている。

(6) 拠点施設

産地の伝統工芸産業の中核施設として、地元市町村または組合が事業主体となって、共同展示室、後継者養成室、共同染色室及び共同作業場等の機能を有する伝統工芸館の整備が行われており、現在、12産地に16施設がある。施設は概ね整備されているが、一部の産地では施設の老朽化の進行や共同作業場の新規確保が課題となっている。

また、これらの施設については共同製造や共同販売のほか、消費者ニーズの把握や観光客等への宣伝普及を図る場として活用することが望ましいが、現在、十分に生かされていない状況にある。

(7) 支援制度の活用

工芸産業の産地に対する県の直接的な支援体系は、主に以下の3点である。

- ①「伝産法」に基づき、伝統的工芸品として指定された工芸品の産地に対する支援
- ②上記以外の条例指定に基づく工芸品の産地への支援
- ③上記①②以外の工芸品の産地や製造事業者に対する支援

「伝産法」の指定を受けた産地の協同組合は、産地振興計画を策定し、経済産業大臣の認定を受けて振興事業を実施しているが、組織力や企画力が未だ弱く、支援制度による事業展開は、後継者育成事業及び展示会開催事業等に偏る傾向がある。

今後は、新商品開発や認知度の向上を目的とした支援事業や産地プロデュース事業など、新たな事業展開に向け積極的な取組が求められる。

工芸品産地の現状と課題

産地名	現 状	課 題
喜如嘉の芭蕉布	<p>生産額は平成7年から平成15年度頃にかけて7千万円台で推移していたがここ数年は6千万円台である。1人当たりの年間生産額は150万円前後となっている。</p> <p>従事者数は、同時期に40～50人台で推移していたが、平成17年度の従事者は30人台となった。</p>	<p>従事者の高齢化が顕著であり、このため原材料の糸の確保が十分でなく、需要に応じきれない状況である。</p>
読谷山花織・読谷山ミンサー	<p>復帰直後の復興以来、概ね順調に成長し続け、平成17年度には生産額は1億8千万円あまりに達した。しかしながら、平成18年は全国的な和装市場の縮小に伴い他の染織物産地同様、減少に転じる見込みとなっている。1人当たりの年間生産額は、100万円前後となっている。</p> <p>従事者数は近年は140人台から150人台で推移している。</p>	<p>組合員のほとんどが家庭の主婦であることもあり消費者ニーズの把握やこれを踏まえた商品開発への取り組みが十分でない。</p>
首里織	<p>生産額は昭和57年頃2億円に達したあと5千万円台まで落ち込んだが、ここ数年は1億円を超えるまでに回復している。1人当たりの年間生産額は100万円前後となっている。</p> <p>従事者数は、平成13年度からは増加に転じ、平成16年度に減少したものの平成17年度には増加している。</p>	<p>若々しい色調の着尺や帯を中心に、タペストリーやショール等の小物類の製品開発が活発である。琉球王府時以来の地域ブランド性もあり、潜在的需要が見込まれるところであるが、製造事業者ごとの個別取引も多く、産地全体についての市場の認知度は未だ十分ではない。</p>

工芸品産地の現状と課題

産地名	現 状	課 題
琉球絣・南風 原花織	<p>県産織物の中で最大の生産額を占めている。生産額は復帰直後より昭和57年頃まで10数億円で推移していたが、その後4億円台まで落ち込み、近年は6～7億円で推移している。1人当たりの生産額は200～250万円程度となっている。</p> <p>従事者数は、近年は増加しており、平成17年度の従事者数は280人を超えている。</p>	<p>分業による製造が行われてきたが、従事者の高齢化が顕著であり、高齢化とともに現行体制の維持が難しくなっている。</p>
久米島紬	<p>生産額は57年頃7億円近くに達したあと急激に落ち込み、近年では1億5千万円余りで推移している。1人当たりの年間生産額は100万円前後となっている。</p> <p>従事者数は、近年は130人台～150人台で推移している。</p>	<p>販路開拓やデザイン開発活動が功を奏し、需要が高まってきているが、対応しきれない状況である。</p>
宮古上布	<p>生産額は昭和50年頃2億円に達したあと徐々に落ち込み、平成10年には1千800万円まで落ち込んだが、平成17年には、1億円余りまで回復してきている。1人当たりの年間生産額は100万円前後となっている。</p> <p>従事者数については、近年は増加傾向である。</p>	<p>分業体制の中で績み手の高齢化により原材料の苧麻糸が不足しており、需要に対応しきれない状況である。</p> <p>また、事業協同組合への加入率が低く、共同事業が十分に展開されていない。</p>

工芸品産地の現状と課題

産地名	現 状	課 題
八重山上布・ ミンサー	<p>生産額は復帰後、概ね順調な伸びを示し、近年は6～7億円で推移している。1人当たりの年間生産額は200～300万円程度となっている。</p> <p>平成17年度の従事者数は397人で織物の産地の中では最も多い。</p>	<p>上布とミンサーの品目間の格差、生産地である石垣市と竹富町との地域間格差、大規模事業者と零細事業者との製造事業者間の経営規模の格差などが指摘されている。</p>
与那国織	<p>生産額は昭和57年頃に7千万円に達したあと1千300万円まで落ち込んだが、平成17年には5千万円近くまで回復した。1人当たりの年間生産額は、100万円弱となっている。</p> <p>従事者数は、近年は増加傾向にあり、30人台から40人台で推移している。</p>	<p>消費者ニーズの把握をほぼ卸問屋からの情報、要望のみに頼っている状況にある。</p>
琉球びんがた	<p>生産額は昭和55年から昭和61年頃まで5億5千万円超で推移したあと1億5千万円まで落ち込んだが、平成17年には3億円近くまで回復した。1人当たりの年間生産額は、200～300万円程度となっている。</p> <p>従事者数は、近年は80～90人台で推移している。</p>	<p>事業者の協同組合への加入率が低く、組合の共同事業が十分に展開されていない。</p>

工芸品産地の現状と課題

産地名	現 状	課 題
琉球漆器	<p>生産額は平成元年から平成5年頃にかけて6億円台で推移していたが近年では3億5千万円程度にとどまっている。1人当たりの年間生産額は400万円前後となっている。従事者数はここ2～3年は減少している。</p>	<p>器物としては比較的高価なこと、扱いにそれなりの注意が必要なこと、あるいは飾り物としてのイメージが強いことなどの理由により、商品の回転率が低い状況になっているものと想定される。</p> <p>新たなデザインや消費者が使いやすい商品の開発、店舗内のディスプレイ方法の改善など消費意欲を刺激する工夫が必要である。</p>
壺屋焼 琉球焼	<p>本県の陶器生産額全体をみると、昭和50年代後半から平成12年頃にかけては10億円超で推移していたが、近年は7～8億円ほどで推移している。1人当たりの年間生産額は200万円弱となっている。</p> <p>従事者数についてみると、平成15年度からは増加している。</p>	<p>事業者の中心となる壺屋陶器事業協同組合では、陶土の製造販売や需要開拓のための展示会開催などの取り組みを積極的に行っており、近年は食器類を中心に新しいデザインもみられるようになってきている。引き続き商品開発やマーケティングの充実、ブランド形成による類似品との差別化に向けた取り組みに取り組む必要がある。</p> <p>また、組合の製土工場が移転を求められており、新たな設置場所の確保等が大きな課題となっている。</p> <p>琉球焼については、製造事業者の中心となっていた琉球焼事業協同組合が解散したため、現在では事業者個人あるいは小規模グループ単位で製造販売活動が行われている状況である。</p> <p>事業者が県内全域にわたっているため、全事業者一体となつての取り組みを行うことは難しい状況である。</p>

工芸品産地の現状と課題

産地名	現 状	課 題
琉球ガラス	<p>生産額は平成7年頃1.0億円近くに達したあと5億円まで落ち込んだが近年は7億円台まで回復してきている。1人当たりの年間生産額は2.00～3.00万円となっている。</p> <p>従事者数は近年は200人台で推移している。</p>	<p>観光需要に支えられて市場に比較的活気があり、製造事業者はそれぞれ独自のスタンスで製造販売活動を行っている状況である。現在中心となっている雑器類に加え、建築資材やパッケージ商品など新たな商品展開に取り組む必要がある。</p> <p>また、中国等から安価な類似品が流入しており、差別化が求められている。</p>
その他 (ウージ染め等、小木工)	<p>県工芸指導所の技術者養成及び技術者支援活動を踏まえ業界が形成されてから比較的日子が浅いが現在まで概ね堅調に推移しているところである。</p>	<p>引き続き積極的に販路開拓に努める必要がある。</p>

第3章 計画の基本方向

本県の工芸産業は、県内全域に点在し、雇用の場の創出など地域経済を支え、さらに、工芸品産地としての魅力ある観光資源となっており、自立型経済を目指す本県にとって、地域特性を生かした比較優位性のある産業として今後の振興発展が期待されている。

本県の工芸産業が発展していくためには、伝統的な「技術」「技法」を継承することは最も重要であるが、時代の変化に適切に対応して、消費者に受け入れられる新たな工芸品の展開も必要である。

工芸産業に携わる者や県・市町村等が従来の発想や仕組みにとどまることなく、相互の連携、協力を強化しつつ、外部の機関や専門家の活用も図りながら、工芸産業の振興発展と魅力ある産地の形成を促進していくため、次の基本方向の下、効果的な施策、事業展開を図ることとする。

1 産業としての持続的発展と魅力ある就業の場の創出

伝統工芸産業の持続的発展を図るため、安定した供給体制の確立に努めるとともに、工芸品及び産地の特性に即した事業戦略を展開し、需要及び販路の拡大に努める。

また、技能集約的な特性を生かし、若者や女性の活躍できる、安定した魅力ある就業の場の創出に努める。

2 特色ある産地の形成及び伝統的な技術・技法の継承

伝統工芸の産地は独特の生活空間、生活文化を形成しており、このことが地域の活性化や本県の観光産業の振興に寄与している。

特色ある産地として発展していくため、伝統工芸品のもつ歴史的価値を認め、その文化性や技術・技法を将来に亘って継承していくことが重要であり、後継者の育成・確保に努める。

3 伝統と新しさが調和する新工芸品の開発支援及び振興

伝統工芸の持つ特色や本来の伝統性を損なうことなく、時代の変化に適切に対応して消費者に受け入れられる商品を開発していくことは、伝統工芸産業の存続・発展に不可欠な要素である。

本県においても、伝統工芸の優れた技術や技法を取り入れつつ、斬新なデザインや新たな用途に向けて開発された多様で多彩な工芸品が誕生している。

このような新たな工芸品は、手作りのぬくもりや豊かさを求める消費者や観光関連市場を中心に大きく伸びる可能性を有している。

これらの新工芸品については、消費者ニーズに対応した商品の開発や未利用資源を活用した新たな工芸品の研究開発を促進し、観光関連市場や日常生活品市場への積極的な展開を図る。

4 マーケティングの充実強化及びブランド力の向上

伝統工芸産業を発展させるためには、安定的な需要を確保することが重要である。

需要を開拓し、販路の拡大を図るため、デザイナー、インテリアコーディネーター、バイヤーなどの専門家や伝産法に基づく需要開拓事業等を積極的に活用してマーケティングの充実強化に努めるとともに、宣伝・販売方法等の改善に努め、ブランド力の向上を図る。

※ 主要指標

本計画の目標を明らかにし、達成状況の確認や効果的な事業を推進するための主要指標として、目標年次の平成23年度における生産額及び従事者数を次の通り設定する。

伝統工芸産業の生産額は、生産性の向上及び観光需要の伸び等を背景に、平成17年度の43億500万円から平成23年度には56億4,000万円を見込む。

従事者数は平成17年度の2,043人から平成23年度には2,448人を見込む。

その他工芸を含めた工芸産業全体では、生産額は平成17年度の47億9,500万円から平成23年度には62億8,200万円を見込む。

従事者数は平成17年度の2,213人から平成23年度には2,652人を見込む。

(1) 生産高 (単位：百万円)

品目	項目 年度	実績	計画目標
		平成17年度	平成23年度
織物		2,095	2,744
びんがた		290	379
陶器		832	1,090
漆器		353	463
琉球ガラス		735	964
伝統工芸産業	小計	4,305	5,640
その他工芸		490	642
工芸産業	合計	4,795	6,282

(2) 従事者数 (単位：人)

品目	項目 年度	実績	計画目標
		平成17年度	平成23年度
織物		1,253	1,468
びんがた		98	120
陶器		402	482
漆器		82	98
琉球ガラス		208	280
伝統工芸産業	小計	2,043	2,448
その他工芸		170	204
工芸産業	合計	2,213	2,652

第4章 主要施策の推進方針 (工芸産業振興に向けた施策の展開)

本県工芸産業の現状・課題及び計画の基本方向を踏まえ、今後の主要施策を以下の通り展開する。

なお、課題については、既に十分な認識の下に様々な工夫努力を通じて積極的に取り組んでいる製造事業者又は産地組合もあり、今後こうした積極的な対応が県内工芸産業全体の動きとして波及することが必要であり、県としても様々な支援措置を講ずることに努めることとする。

1 需要の拡大

全国的に工芸産業の売上が低迷している中で、需要の拡大を図ることが本県の工芸産業振興を図るうえで最も重要であり、今後は、以下の施策を積極的に展開していく。

(1) 事業戦略の構築

製造事業者及び組合は、販売は流通業者に託している場合が多く、このことが消費者のニーズを十分に把握できず、売上の低迷に繋がっているという指摘が従前よりなされている。この傾向は、流通システムの変革が進んでいる今日においても基本的に続いている。

総合的な事業経営の感覚を一層取り入れ、消費者ニーズの後追いとどまらず、工芸製品の魅力を新たな形で積極的に消費者に紹介、提案する働きかけが必要である。

そのため、事業戦略の構築とマーケティング活動の強化が不可欠である。

- ・ 現在の消費者ニーズの把握とそれを踏まえた商品開発（販売ターゲットの明確化）
- ・ 伝統工芸品と新工芸品の特色を生かしたそれぞれの事業戦略の構築
- ・ 消費者への能動的働きかけ（商品力、提案力、メッセージ力）

(2) 新しい視点に立った販路・市場の拡大

経済社会環境が大きく変化している中で、既存システムの活用だけでは十分でない。製造事業者及び組合においては、新たな販路・市場の拡大への取組や需要の開拓を可能とする魅力ある商品の開発が必要となっている。

県民や観光客等が工芸品に気軽に触れあい購入できる場の創出が必要である。また、ファッション、インテリア、建築などの高級素材としての活用が期待されており、新たな販路を開拓するため以下のことを推進する。

- ・ 本県のリーディング産業である観光・リゾート産業と工芸産業のリンクを促進し、工芸産業の振興を図る。
- ・ ファッションや食文化等を組み合わせ観光客にアピールするストーリー性やコンセプトを打ち出し、観光イベントへの出展や観光施設、販売施設等への出店を展開する。
- ・ IT化の進展とともに既存の流通業界に変化が生じており、工芸分野に関しても従来からの卸問屋等に加え新たな流通経路や情報の流れが次々に誕生している。
新たな商品を開発し、これらの流通システムを有効に活用した新たな販売システムの構築を推進する。
- ・ ファッション市場（服地、インテリア等）については、近年、業界により伝統的工芸品の技法を生かしたかりゆしウェアやバック、アクセサリ等の小物類、室内インテリアなど新たな商品の開発が進められている。現代の消費者のライフスタイルに応じた商品づくりに取り組み、市場の開拓を推進する。
- ・ 業務用（飲食店、ホテル等）、公的機関（学校給食、庁舎食堂等）における工芸品の使用に向けた市場の開拓を促進する。
- ・ インテリア、建築素材等に向けた市場の開拓を促進する。
- ・ 米軍軍人・軍属およびその家族に対する工芸品の販路開拓を促進する。
- ・ 海外市場動向の研究を進め海外販売を促進する。

(3) 観光土産品市場におけるシェアの拡大、観光関連産業との連携の強化

観光立県である本県には、大きな観光土産品市場が存在しており、工芸品がそのシェアを拡大することは工芸産業の売上に直結することから、その実現に向け以下のことを推進する。

また、近年急成長を遂げている、リゾートウェディング、コンベンションなど観光関連産業との連携を強化し、新たな工芸品の活用分野を開拓する。

- ・ 観光土産品市場、リゾートウェディング、コンベンションなど観光関連産業での工芸品の現状、課題等を調査・分析し、購買意欲を刺激する商品の開発、販売していくための事業戦略を構築する。
- ・ 観光土産品や記念品等、それぞれに特化した流通、販売事業者、ホテル事業者、旅行業者等の関連業界と生産者、組合及び関係機関や団体等との連携体制を構築する。

(4) 消費者に対する効果的なPR・販売方法の工夫

日常生活品としての工芸品に対する一般消費者の認知度が十分でなく、量産品との違いが浸透していないことから単に価格を基準とした消費行動に組み込まれている現状がある。

工芸品の持つ文化、歴史、技術等の魅力を伝えることが重要である。

また、工芸品であることの認識はあってもその魅力や使い方が十分に知られてなく購入に結びつかないことが指摘されている。

これらのことから製造事業者及び組合は、消費者に対し工芸品の持つ魅力を伝える工夫や新鮮味のある効果的な広報・宣伝、販売に努めることが重要である。

- ・ 歴史や文化的価値、技術・技法等の魅力を伝え、量産品等との違いの明確化（価値情報の提供、高級感の演出、類似品との差別化等）
- ・ 製造工程や商品の概要、取り扱いや手入れの方法等に関する知識の広報、啓発
- ・ 消費者が工芸品に触れる機会の提供
- ・ 祭りをはじめ各種文化行事における積極的活用の促進
- ・ 日常生活における新たな使用方法の提案
- ・ 学校現場における郷土学習や体験学習の素材としての活用の促進、生涯学習の教材としての活用の促進
- ・ IT等各種媒体を通じた国内外へのPR

(5) 未利用資源を活用した新たな工芸品の研究開発

本県には、伝統的に用いられてきた工芸品原材料以外にも未利用となっている有用資源がまだまだ眠っている。工芸産業の活性化を図るためには、これらを用いた新商品の開発を推進し、需要の開拓を図ることも重要である。

- ・ 未利用資源の調査・研究
- ・ 製造事業者及び組合等と試験研究・技術支援機関との連携の強化

(6) ブランド力の向上

① 表示制度の啓発と普及

経済のグローバル化により、国外や県外からの類似工芸品等が流入しており、県産工芸品と県外類似品との差別化を図るため、産地の識別表示を徹底する必要がある。

- ・ 県民に対し表示事業の普及に努めるとともに、工芸品への証紙等の貼付率の向上に努める。また、県の検査制度及び貼付事業のあり方を検証し、必要に応じて改善を行う。
- ・ 消費者が工芸品を安心して購入したり、製品に対する信頼性を高めるため、生産地や制作者の顔が見える情報の提供、表示に努める。

② 産業財産権制度の啓発と活用

国外や県外からの類似工芸品等との差別化を図り、ブランド力を向上させるため、地域団体商標制度や、特許権、意匠権等の産業財産権の積極的活用を図る。

- ・ 工芸関係者の産業財産権（特許権、意匠権、実用新案権、商標権）に関する

る知識を深めるための啓発事業を行う。

- ・ 地域団体商標制度の理解を深めるための講習会等を実施し、各産地の登録に向けた取り組みを積極的に支援する。

2 人材の確保・育成

本県の伝統工芸産業は手作業を中心とした伝統的な技術・技法によって生産されており、優秀な技術を保持する従事者の確保が必要である。

このため、産地研修や公的研修を強化するとともに産・学・官の連携を密にし、後継者の効果的な確保及び育成に努める。

併せて、経済社会情勢の変化に対応し、産地の振興を担う人材の育成も不可欠であることから新たな視点に立った人材の育成に努める。

(1) 後継者育成事業の拡充

従事者の減少はある程度の歯止めが掛かっているが、引き続き産地後継者育成事業を拡充する。

- ・ 初心者研修を継続して実施するとともに、次代を担う中堅技術者の育成のため再受講者研修を行う。
- ・ 各組合は、産地に必要な人材の設定を行い、それに沿った事業計画を作成し、産地の実情に即した即戦力となる人材の育成・確保に努める。

(2) 公的試験研究・技術支援機関における技術者養成の拡充

本県の試験研究・技術支援機関では、産地・企業現場における中堅技術者としての技術力の向上を目的として、工芸技術者の養成を行い、各産地の核となる人材が輩出されるなど一定の成果を挙げているが、今後は、生産現場の実情に応じた技術者の養成に努める。

- ・ 工芸技術支援センターにおける、生産者の実情や時代のニーズを踏まえた研修の内容、カリキュラムの見直しに努める。

(3) 県立芸術大学等と工芸産地の連携強化

県立芸術大学には、デザイン工芸学科が設置され、毎年多くの人材が輩出されているが、伝統工芸の制作現場や伝統工芸産業に進む人材が少なく、その結びつきを如何にするかが問われている。

- ・ 芸大や県内大学等、工芸産業に関連する教育機関と産地の連携を図り、試験・研究の成果等を活用するとともに、工芸分野における人材の確保に努める。
- ・ 漆芸については、歴史、デザイン、技術、技法など総合的に学習、研究する場が求められており、芸大における漆芸コースの設置について検討を行う。

(4) 販売・流通・情報化分野の人材の育成

生産額については産地毎に差異はあるものの、平成13年度を境として概ね上昇傾向にある。

しかし、今後さらなる発展を目指すには、技術者の養成に加えて、マーケティングやその手段としての情報化に対応する人材が不可欠であることから、産地の取組が求められるとともに支援策について検討する。

(5) 後継者育成事業修了生定着率の向上

後継者育成事業の修了生は、産地毎にかなりの差異があるものの、大多数の産地で修了後10年間の内に約半数が工芸品生産から離職している。主な理由としては、より高収入を求めた転職、技術習得に長い年数を要すること、育児・介護による離職等が挙げられる。中でも経済的な理由により他産業に人材が流出するケースが多いことから、産地の受け入れ体制や関係機関による支援の在り方等について検討する。

(6) 児童・生徒に対する体験学習、魅力の啓発

児童・生徒がもの作りの楽しさを体験することや、工芸品の魅力を理解することは、今後の工芸産業の振興に重要であり、体験の場や学習機会を提供する。

- ・ 児童・生徒が参加して工芸品にふれあえる場の提供に努める。
- ・ 教育機関や学校現場と連携し、体験学習や自由研究に活用できる環境を整える。

3 原材料の確保

工芸品の市場的価値が形成されるに当たって原材料の占める比重は大きい。このため原材料の確保には十分に配慮する必要がある。グローバル化が進展しており、原材料の確保については国内外の状況を視野に入れて対応する必要がある。

(1) 分業化等を念頭に置いた製造者の確保

苧麻や芭蕉の繊維系など製造者の減少等から原材料の供給が十分に行えず製品の生産そのものに影響を及ぼしているものについては、産地及び関係機関が連携して早急に実効性のある対応策を講ずる必要がある。

- ・ 従事者を確保し原材料の供給を十分とするため、必要な対策を行う。
- ・ 産地の工芸品生産体制の分業化を推進し効率化を図り原料製造者の育成・確保を促進する。
- ・ 県内産での調達が困難な原材料については、移輸入も検討する。

(2) 原材料の賦存状況や国内外の状況把握

産地はじめ関係者は、原材料の中長期的な安定確保を図るため、県内における資源の賦存状況を適切に把握するとともに、そのほか国内外の状況についても把握する必要がある。

(3) 品質の改善及び代替材等に関する試験研究の推進

原材料の品質や量の改善に繋がる試験研究や消費者ニーズに応える商品開発のための代替材等に関する試験研究を引き続き行う。

(4) 安定確保の仕組みの整備

原材料については、個人、組合を問わず、対処療法的な調達がなされており、植林・栽培による計画性のある原材料確保の取り組みが必要である。

また、国・県・市町村等の農林水産担当部署や森林組合など関係機関等との連携を密にし、原材料に関する情報が迅速に把握できるネットワークの形成など、安定確保の仕組みを検討する。

移転が求められている製土工場については、県内への陶土の供給が滞ることがないように、関係者は密接に連携し、事態の解決に努める必要がある。

4 経営の近代化

製造事業者及び組合は、経営コンサルタント等の専門家や外部機関を積極的に活用し、経営マインドの強化や施設の共同化等経営基盤の強化に取り組むとともにマーケティングの強化に努めることが不可欠である。

このため、県においても事業者等のマーケティング能力の向上を図るための支援策を推進する。

(1) 生産性の向上

製造事業者及び組合は、国、県の支援事業や県、公庫等の融資事業等を積極的に活用し、伝統的な技術や技法、手作り感を損なわない範囲で、ハード、ソフト両面から製造供給体制の強化を図り生産性を向上させる必要がある。

- ・ 生産機材の導入、共同作業場の拡充等
- ・ 分業化や工程の見直し

(2) 組合機能の強化

産地組合を中心にそれぞれの状況に応じた効果的な振興事業を主体的に推進し、組合運営のメリットを十分に発揮することにより、組合未加入者の加入を促し、一層の組合機能の強化を図る。

また、税制、金融、産地診断及び経営指導等、組合を対象とした中小企業施策の活用をとおして組合員の経営基盤の整備を図る。

さらに、経営知識に長けた人材の育成を図る。

(3) 産地をプロデュースできる人材の育成

工芸産業を担う事業所や産地組合は零細で財政、経営基盤が脆弱である。事業所や産地組合の財政力や経営基盤を強化していくため、生産や販売さらには経営管理などを総合的にプロデュースできる人材の育成・確保が必要である。

- ・ 県内外からの外部専門家の活用
- ・ 産地内における人材の育成

5 試験研究技術指導体制の強化

本県工芸産業の技術研究、支援機関においては、伝統的技術・技法を基本とした新しい原材料の開発、技術・技法の改善など生産現場の技術水準の向上を図るとともに消費者動向を的確に把握したデザイン及び製品開発や、未利用資源を活用した新たな工芸品の研究開発等が重要である。

試験研究・技術支援機関では、関係組合や企業等との連携を図り、一体となった試験研究や技術支援等を積極的に推進する。

(1) 組織・体制・施設整備の強化

工芸産業においても、消費者ニーズの把握と新たな商品開発に継続的に取り組む事が重要であり、製造事業者はマーケティング能力の修得、発揮が一層必要とされている。

沖縄県工芸技術支援センターは、企画機能や養成研修機能、施設設備等の強化を図り、技術支援や技術者養成等を積極的に推進し、製造事業者の能力向上に取り組んでいく。

また、工芸産業全体を見据えた事業展開を可能にするため、陶芸及びガラスについても対応可能な体制の構築に向けた検討を行う。

(2) ネットワーク構築による情報体制の充実

IT機器を活用し、デザイン、技術、生活及び流通などの関連情報の収集・整備を行い、産地への情報提供及び技術相談を積極的に行う。

また、産地事業協同組合とのネットワーク構築により、情報発信基地としての機能の拡充を図る。

(3) 研究員の資質向上

試験研究・技術支援機関研究員の資質向上を図るため、製品開発やデザイン及び流通などの先進地域及び関係機関・団体への派遣研修を積極的に推進する。

6 工芸の拠点づくり・拠点施設の整備

(1) 工芸の集積による拠点づくりの促進

近年、民間により観光客等を対象とした工芸品の展示販売施設や体験学習施設等が数多く整備されるとともに、工芸まつりや展示即売会等も頻繁に開催され、観光客の人気を博している。

工芸産業は直接的な販売のみならず、本県の魅力的なイメージの形成に大きな役割を果たしている。

このような状況の中で、工芸によるまちづくり構想を有する市町村もあり、一部には工房の集積等もみられる。

本県のリーディング産業である観光産業と工芸産業がリンクした工芸の集積による拠点づくりや、地域づくりを促進する。

(2) 各産地の拠点施設の整備

① 産地ごとの課題に応じた施設の整備

各産地においては施設整備についてはひとつとおり済んでいるが、産地によっては施設の老朽化や共同作業所の未整備等の課題もみられる。

産地の拠点施設については、観光産業との相乗効果も期待できる施設として整備し、特色ある地域作りに貢献することが望ましい。

② 情報化の促進

情報機器及び対応できる人材の不足から情報化が大きく遅れている。

機器類の設置及び人材の育成を促進し、消費者への情報発信及び試験研究・技術支援機関との技術情報の交流等を促進する。

7 自立に向けた支援策

(1) 伝産法指定の国庫補助制度の効果的な活用

「伝産法」では、事業の実効性をより高めるため、産地のグループや企業も事業主体となり、流通業者やプロデュース能力を有する異業者や専門家を活用した事業を実施することが可能であり、産地組合等においては、同制度を積極的に活用し、産地の活性化を図ることが望ましい。

(2) 県独自の支援制度の検討

伝産法指定外の工芸品として、条例指定品目の琉球焼、琉球ガラス等がある。

また、その他の品目として、小木工、ウージ染めその他の染め織物等を対象として実態調査を実施してきた。

これらの工芸品については県が主催または委託して行う展示販売会等への出展の機会を提供しているところであり、新たな工芸品を含めて、さらなる支援のあり方を検討する。

8 工芸産業振興の推進体制のあり方

伝統的工芸産業に対する政策的支援は、当該産業の歴史的・文化的価値に着目し、産業活動として維持・発展させることを目的に実施されてきた。

製造事業者及び産地組合が、自立的発展を目指した産業としての主体的努力を行うことを基本とし、国・地方公共団体が側面的に支援をするという形を取る事が望ましい。

また、工芸品は地域の風土と歴史の中で育まれてきたものであり、地域の産業資源・観光資源として、本県の魅力的な地域づくりに貢献している。

また、工芸産業は、地域で生まれ、地域に支えられてきた産業であり、その振興には県民一人一人の支援が不可欠である。

(1) 製造事業者・組合等

工芸産業の担い手であり、主体者であることから事業経営の感覚を一層取り入れ振興を図る必要がある。しかし、単独の取組には財政や人材面での厳しさもあることから関係機関との連携を密にし、支援制度や中小企業の施策等を活用するとともに、専門家の活用や異業種等との交流を積極的に推進する必要がある。

(2) 県及び市町村

本県の自立型経済の構築を実現するため、工芸産業の振興発展を推進し、魅力ある産地を形成することが重要である。

県及び市町村は、製造事業者・組合の取組状況を常に把握し、課題を整理し、相互の連携を密にし効果的な支援に努める必要がある。

さらに、県民が誇りを持って日常生活の中で工芸品を利・活用するような環境整備に努めるべきである。

(3) 県民

工芸品は、地域の資源、歴史、風土に生まれ、今日に受け継がれた文化的価値を有する日常生活品であることから、県産品の中の県産品である。

工芸産業が地域経済を支える産業であり、魅力ある産地を形成しているとの認識に立ち、生活の中で工芸品を積極的に取り入れ、利・活用していくことが求められる。

第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業

◎印は新規

施策事項	事業名等	事業内容	事業主体	備考
1 需要の拡大	①事業戦略の構築	工芸品及び産地の特性を活かした事業戦略の構築	組合等	
		需要開拓等共同展開事業等による需要開拓	組合等	
	②新たな視点に立った販路・市場の拡大	百貨店取引・宅配・直売等、新たな販売システムの構築	組合等	
		デザインの振興	県・組合等	
		消費者ニーズに応じた新商品の開発	組合等	
		業務用、公的機関における使用の拡大	県・組合等	◎
		インターネット、建築素材等への市場の開拓	組合等	◎
	③観光土産品市場におけるシェアの拡大	海外市場の開拓に向けた戦略の策定	県	◎
		観光土産品に特化した事業戦略の構築	組合等	
		製造、流通・販売、観光、行政等の関係者間の連携強化	県・関係事業者等	
		宣伝普及事業の実施	組合等	
		・沖縄工芸ふれあい広場	実行委員会	
		・沖縄の伝統工芸品展(県外展)	県	
④効果的なPR・販売方法の工夫	・沖縄県工芸公募展	県		

第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業

◎印は新規

施策事項	事業名等	事業内容	事業主体	備考
1 需要の拡大 (続き)	④効果的なPR・販売方法の工夫 (続き)	・全国伝統的工芸品まつり	伝産協	
		・パンフレット、ポスター作成、各種広告、インターネット等の活用による宣伝	組合等	
	⑤未利用資源を活用した新たな工芸品の研究開発	未利用資源の調査・研究	県	◎
		製造事業者及び組合等と試験研究・技術支援機関との連携の強化	県・組合等	◎
		試験研究・技術支援機関によるデザイン研究開発	県	
		海外、県外からの類似工芸品の流入の実態把握、差別化の徹底	県・組合等	◎
2 人材の確保・育成	⑥ブランド力の向上	「伝統的工芸品之証」等各種証票の貼付	組合	
		染織物検査の実施	県	
		産業財産権制度の啓発事業	県・国	
		地域団体商標等の産業財産権の取得	組合等	◎
		後継者育成事業費補助 (初心者、再受講者研修)	組合	
		上記事業の拡充 (研修期間の延長)	組合	
	①後継者育成事業	織物・紅型・木漆工技術者の研修 (一般・特別・短期)	県	
	②公的試験研究・技術支援機関による技術者養成			

第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業

◎印は新規

施策事項	事業名等	事業内容	事業主体	備考
2 人材の確保・育成(続き)	③児童・生徒に対する体験学習、魅力啓発	イベント等における、工芸体験コーナーの設置	県	
		児童・生徒への体験学習の実施	組合	
		伝統的工芸月間図画・作文コンクールの実施	伝産協	
		県立芸大、産地、関係機関等の協議	県	
④その他		新分野の人材の育成(販売・流通・情報化等)	組合	
		分業化・アウトソーシングの活用も含めた原材料確保策の検討	組合等	
		天然資源の県内外における賦存状況の把握	組合等	
		木質加工技術の研究、漆器の新素材の開発、高品質な陶土の研究等	県・組合	
3 原材料の確保	④安定確保の仕組みの整備	情報ネットワークの構築	関係事業者等	◎
		伝産法上の認定振興計画に基づく振興事業の実施を通じた体質強化	組合等	
4 経営の近代化	①産地振興事業 ②産地組合指導事業 ③制度金融の活用 ④診断事業 ⑤組合機能の強化 ⑥プロデュース能力の養成	経営健全化指導、販路開拓の支援	県・中央会	
		国・県の中小企業等施策による融資制度の活用	組合等	
		産地、企業診断指導	県	
		共同購入、共同販売事業の実施	組合等	
		産地を総合的にプロデュースできる人材の育成	組合等	

第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業

◎印は新規

施策事項	事業名等	事業内容	事業主体	備考
5 試験研究技術指導体制の強化	①施設設備の充実	試験研究・技術支援機関の施設整備及び組織体制の充実	県	
	②研究開発事業	工芸産業部門、観光土産品産業界の研究開発	県 ◎	
	③技術支援事業	事業者への技術指導、講習会の実施、情報の提供、加工・試験機器の貸与	県	
	④人材育成事業	初心者あるいは経験者等への技術研修の実施。技術指導生受け入れの実施	県	
	⑤ネットワークの構築	産地組合とのネットワークの構築、情報発信	県、組合等 ◎	
	6 拠点施設の整備及び工芸の拠点づくり	①各産地拠点施設の整備	遊休施設の活用による共同利用施設等の整備	市町村、組合
②情報化の促進		情報機器の整備、商品情報の発信の拠点づくり	組合等	
③工芸の集積による拠点づくり		工芸によるまちづくりの促進	県、市町村	
7 自立に向けた支援策	①伝産法指定の国庫補助制度の効果的な活用	流通業者やプロデューサー等の異業種や専門家の活用による事業の実効性の向上	組合等	
	②県独自の支援制度の検討	伝産法指定外の工芸品に対する支援措置の検討	県	
8 工芸産業振興の推進体制のあり方	①製造事業者・組合等	支援制度や中小企業施策の積極的な活用	製造事業者・組合	
	②県及び市町村	工芸品の地域における利・活用の積極的推進	県・市町村	
	③県民	沖縄らしさを表現する工芸品の活用のもたらし、県民意識の醸成及び国際化への貢献	県民	

1 沖縄県工芸産業振興審議会委員名簿

(任期：平成19年4月23日～平成21年4月22日)

氏名	代表区分	備考
◎ 前田 孝允	学識経験者	浦添市美術館館長
片岡 淳	〃	琉球大学教育学部教授
福島 康文	〃	弁理士
池原 正治	〃	知花花織発展支援の会副会長
比嘉 明	〃	公募により選考
○ 山口 良子	関係業界	那覇伝統織物事業協同組合理事長
島袋 常栄	〃	壺屋陶器事業協同組合理事長
金城 博之	〃	デザインオフィス think of 代表
屋富祖 幸子	〃	琉球びんがた事業協同組合理事長
桑江 修	〃	社団法人沖縄県工業連合会事務局長
平良 由乃	〃	株式会社プラザハウス専務取締役
仲宗根 幸子	〃	社団法人日本デザイナークラブ沖縄支部長
仲嶺 朋広	〃	株式会社アイアム 代表取締役
仲嶺 英世	関係行政機関	内閣府沖縄総合事務局経済産業部地域経済課長

◎会長 ○副会長

2 第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画策定に関する審議の経緯

期日	会議等 (場所)	審議内容
平成19年4月23日	第1回審議会 (県庁6階第2特別会議室)	1 事業説明 2 第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画 (素案)について
平成19年6月5日	第2回審議会 (県庁6階第2特別会議室)	1 第6次沖縄県伝統工芸産業振興計画 (素案)修正案について