

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(2)	特産品開発などマーケティング支援等の強化		
主な取組 (施策名)	410	知的所有権センター事業	離島振興 計画記載頁	107
対応する 主な課題	<p>○特産品を含めた地域全体の魅力や総合力を高めて発信する地域ブランドの形成など、厳しい地域間競争の中で勝ち残るため地域・業界が一丸となった取組が求められている。また、その一方で、地域団体商標制度を活用できる人材が乏しいため、制度の普及・啓発に取り組む必要がある。</p> <p>○県産品の海外市場における知名度は依然として低く、県産品ブランドイメージの保護・活用と定番商品化に向けた取組が課題となっていることから、ジェトロ沖縄貿易情報センター等の海外拠点に有する関係機関との連携により、海外見本市への出展サポートや観光誘客とのセットでのマーケティングなど、経済交流を促進する取組が必要である。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県内における知的財産の普及啓発を図るため、県内中小企業等に対し、産業財産権制度の概要説明等セミナーを実施するとともに、開放特許や未利用特許を活用した新規事業や技術開発の促進を図る。						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	200件 相談件数				→	→	県 受託者
	産業財産権等の利活用に関する企業等からの相談等の実施						
担当部課	商工労働部産業政策課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
知的所有権 センター事 業	8,083	7,748	県内中小企業等に対し、産業財産権制度の概要説明や特許等の出願に関するセミナー・相談会等を開催した。	-
活動状況			活動実績値	
産業財産権等の利活用に関する企業等からの相談等の実施			205件	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	県内中小企業等の知的財産に関する理解を深めるため、産業財産権セミナー(6回)には61名の参加があり、相談会(6回)には、17名の参加があった。			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	県内中小企業等の知的財産に関する理解を深めるため、産業財産権セミナー(12回)・相談会(9回)を開催し、17企業・161名(個人含)の参加があった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
知的財産活用促進支援事業(新規)	13,181	県内中小企業等に対し、産業財産権制度の概要説明等セミナーを実施するとともに、開放特許や未利用特許を活用した新規事業や技術開発の促進を図る。また、人材育成や農商工連携支援を通して、県内における知的財産の普及・啓発を推進する。	—

(3) これまでの改善案の反映状況

○知的財産と関連する事業を実施している支援機関に対し、セミナーや相談会等の共同開催を提案し、事業の相乗効果を図る。

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
97	地域団体商標(地域ブランド商標)の登録件数	5件 (23年)	5件 (24年)	6件	—	15件
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
—		—	—	—	—	—
状況説明	目標達成へ向け順調に推移。					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

○知的財産制度の理解が県内ではまだ不足している。
○知的財産制度の理解はあるものの、出願や権利化のための資金や人材が不足している企業が多い。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

知的財産の意識が低い県内中小企業等に対し、無料広告等のマスメディア媒体を活用した、知的財産の利活用に係る周知広報の強化を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

広報番組や新聞広告、公共交通機関等による無料等広報媒体を活用することにより、県内中小企業への更なる知的財産の普及・啓発に努める。

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(2)	特産品開発などマーケティング支援等の強化		
主な取組 (施策名)	412	県産品のデザイン活用促進	離島振興 計画記載頁	107
対応する 主な課題	離島地域は、主要市場から遠く離れているため、原材料の仕入れ、出荷に係る物流コストが割高にならざるを得ず、市場競争力を低下させる要因となっている。 また、離島特産品等の製造業者が市場ニーズを把握することは容易ではなく、独自に製品開発、販路拡大等を展開することは、資金力、生産力、人材、ノウハウ等の面から極めて厳しい現状にある。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産品の製品開発等におけるデザイン活用を促進し、県産品の差別化、高付加価値化を目指し、県内デザイナーのデザイン力の向上と県内企業に対するデザイン活用の普及を図る。						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	1回 展示会・研修 会の開催				→	→	県
	企業等へのデザイン活用手法等の普及						
担当部課	商工労働部 ものづくり振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
県産品デザイン活用促進事業	3,825	3,378	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン活用に関する研修会の開催 ・企業とデザイナーのマッチング支援 ・普及啓発用パンフレットの作成(増刷)等 	
活動状況			活動実績値	
展示・研修会の開催			1回	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	研修会等の実施により、県内製造事業者がデザインの重要性に対する理解を深めている。 また、県内企業とデザイナーとのマッチングが促進される。			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	研修会等の実施により、県内製造事業者がデザインの重要性に対する理解を深めている。 また、県内企業とデザイナーとのマッチングが促進される。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
県産品デザイン活用促進事業	3,825	・デザイン活用に関する研修会の開催 ・企業とデザイナーのマッチング支援 ・普及啓発用パンフレットの作成(増刷)等	

(3) これまでの改善案の反映状況

年度のごとの成果、改善点等を踏まえ、事業の実施方法、研修会等の内容を再検討し、企業のデザイン力向上、デザイナーと企業とのマッチング強化を図っていく。

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
93	製造品出荷額(離島)の増加	387億円 (21年)	369億円 (22年)	459億円	△18億円	3,992億円 (21年)
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
	-	-	-	-	-	-
状況説明	観光客などの消費者ニーズに対応するため、デザイン性を高めた製品開発が必要となる。そのため、セミナー等の開催を通じ、県内製造事業者に対してデザインの重要性に関する再認識を促進する。					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

未だ、企業のデザインに対する意識が低く、企業の商品力の向上のため、デザイナーとの連携強化を推進していく必要がある。
観光客数の回復にともなう、消費者ニーズの変化を捉える必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・県産品の高付加価値化に向け、引き続きセミナー等の開催により、製造事業者へのデザインの活用促進を図る必要がある。
・また、製造事業者等とデザイナーを効果的にマッチングする仕組みを検討する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・デザイン活用を促進するための研修会を継続的に開催する。
・デザイン性を高めた製品の展示会等への出展を支援し、県内製造事業者等への意欲喚起を図る。
・県内デザイナーを紹介するためのパンフレットを作成し、周知を図る。

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(2)	特産品開発などマーケティング支援等の強化		
主な取組 (施策名)	413	健康食品産業元気復活支援事業	離島振興 計画記載頁	107
対応する 主な課題	離島地域は、主要市場から遠く離れているため、原材料の仕入れ、出荷に係る物流コストが割高にならざるを得ず、市場競争力を低下させる要因となっている。 また、離島特産品等の製造業者が市場ニーズを把握することは容易ではなく、独自に製品開発、販路拡大等を展開することは、資金力、生産力、人材、ノウハウ等の面から極めて厳しい現状にある。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県内健康食品産業が国内外市場等で勝ち残るために、沖縄に適したビジネスモデルの構築等の差別化を図るための支援を実施する。							
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29～	実施主体	
	事業支援	→					→	県 受託企業
	沖縄に適したビジネスモデルの構築							
担当部課	商工労働部 ものづくり振興課							

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
健康食品産業 元気復活 支援事業	49,775	49,560	<ul style="list-style-type: none"> ・事業実施主体(委託業者)が公募を行い、企業が提案するビジネスモデルを採択する。 ・採択企業に対し専門コーディネーター等によるハンズオン支援を実施しビジネスモデルの精度を上げる。 ・商品開発に係る専門家による講演会、報告会を実施する。 	-
活動状況			活動実績値	
・離島(八重山)の企業のビジネスモデルが採択され、商品開発及び販路拡大について、専門家によるハンズオン支援を行った。			ハンズオン支援の他講演会への参加、事業内容の報告会を実施。	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	<ul style="list-style-type: none"> ・コーポレートブランド及び新商品ブランドの開発 ・国内及び海外流通戦略の確立 ・プロモーションツールの確立 上記による商品の製造、販売までの新たな戦略が構築された。			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	-			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
健康食品産業元気復活支援事業	42,219	<ul style="list-style-type: none"> ・事業実施主体(委託業者)が公募を行い、企業が提案するビジネスモデルを採択する。 ・採択企業に対し専門コーディネーター等によるハズオン支援を実施しビジネスモデルの精度を上げる。 ・商品開発に係る専門家による講演会、報告会を実施する。 	—

(3) これまでの改善案の反映状況

—

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H26目標値	改善幅	沖縄の現状
	なし					
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
事業採択件数		1件 (24年)	0件 (25年)	1件 (26年)	→	3件 (25年)
状況説明	<ul style="list-style-type: none"> ・事業のスキームが県全体を対象としているため、離島に特化した成果指標はない。 ・本事業の効果として、企業に商品開発やブランドコンセプトの開発、販売戦略に係るノウハウが蓄積された。 					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

<ul style="list-style-type: none"> ・離島企業は、事業が採択された本島内企業と違い、コーディネーター等の専門家によるハズオン支援の密度がどうしても薄くなり、支援内容が的確に活かされていない事もあった。
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> ・離島企業の提案事業が採択された場合、コーディネーター等が直接指導できる回数を増やすための旅費の増額も含め、効果的な事業実施方法を検討する。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・早期に事業効果を上げるために、採択するビジネスプランの選定方法、採択のポイント等について改めて検証する必要がある。
--

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(2)	特産品開発などマーケティング支援等の強化		
主な取組 (施策名)	414	離島特産品等マーケティング支援事業	離島振興 計画記載頁	107
対応する 主な課題	離島地域は、主要市場から遠く離れているため、原材料の仕入れ、出荷に係る物流コストが割高にならざるを得ず、市場競争力を低下させる要因となっている。 また、離島特産品等の製造業者が市場ニーズを把握することは容易ではなく、独自に製品開発、販路拡大等を展開することは、資金力、生産力、人材、ノウハウ等の面から極めて厳しい現状にある。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	離島の特産品等の販売拡大を促進し、産業の振興を図るため、外部専門家を効果的に活用し、離島地域の企業等において販売戦略を構築し、実施できる人材の育成を支援する。						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	16事業者 支援件数				→	→	県
	マーケティング等に関する支援						
担当部課	企画部地域・離島課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
離島特産品等マーケティング支援事業	66,833	58,445	外部専門家を配置し、個別指導や遠隔指導、助言を行ったほか、専門実践知識の修得や戦略構築の支援、さらには各地への出展等、実践力修得の支援や商品改良、新流通チャネル開拓、直販手法の構築支援を行った。【一括交付金(ソフト)】	—
活動状況			活動実績値	
外部専門家を配置し、個別指導や遠隔指導、助言を行ったほか、専門実践知識の修得や戦略構築の支援、さらには各地への出展等、実践力修得の支援や商品改良、新流通チャネル開拓、直販手法の構築支援を行った。			17事業者	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	目標とする16事業者への支援は達成したものの、17事業者の内訳は宮古島4事業者、石垣島7事業者、その他6事業者であり、その他離島の支援が当初目標より少ない実績となった。			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	目標とする16事業者への支援は達成したものの、17事業者の内訳は宮古島4事業者、石垣島7事業者、その他6事業者であり、その他離島の支援が当初目標より少ない実績となった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
離島特産品等マーケティング支援事業	49,000	離島の特産品等の販売拡大を促進し、産業の振興を図るため、外部専門家を効果的に活用し、離島地域の企業等において販売戦略を構築し、実施できる人材の育成を支援する。【一括交付金(ソフト)】	—

(3) これまでの改善案の反映状況

前年度採択された支援対象事業者のうち、引き続き課題を残していると判断した場合には、概ね16事業者を目途に次年度も当該事業の支援を受けることができるとした。

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
1	製造品出荷額(離島)の増加	387億円 (H21年)	369億円 (H22年)	459億円	↘	3,992億円 (H21年)
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
—		— (〇年)	— (〇年)	— (〇年)		— (〇年)
状況説明	離島特産品等マーケティング支援事業については、離島特産品等を取り扱う事業者が本事業実施期間内において、新規取引、取引見込み及び調整中を含む215件もの新規取引先等を開拓した。					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

一般に経営基盤が脆弱な離島地域の企業等においては、島外消費者に選ばれる特産品づくりや販路の拡大等に関して指導等を受ける場や環境が十分ではなく、各離島が有する魅力的な素材を活かしておらず、「地産地消」は進んでいるものの、島外消費者向けに広くブランド化されていない。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

本事業では、これまでに離島市町村18自治体(一部離島の自治体を含む。)のうち、8市町村の事業者を支援した。この割合を高めることは、離島地域に広く、販路の拡大等に関して指導等を受ける場を提供できることに繋がる。

4 取組の改善案(Action)

地域ブランド力や地域イメージ等も加味した離島の魅力創出を図るため、関係者(行政や商工団体など)との連携強化を図りながら、離島地域ごとの地域販売戦略の策定を促す。
また、各離島において離島特産品等マーケティング支援事業への参加・エントリー等を促進し、外部専門家からの指導等を受ける機会を増やすことにより、「島外にモノを売る」人材の育成に取り組む。

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(2)	特産品開発などマーケティング支援等の強化		
主な取組 (施策名)	415	離島フェア開催支援事業	離島振興 計画記載頁	107
対応する 主な課題	離島特産品等の製造業者が市場ニーズを把握することは容易ではなく、独自に製品開発、販路拡大等を展開することは、資金力、生産力、人材、ノウハウ等の面から極めて厳しい現状にある。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	離島フェア開催実行委員会(18離島市町村、沖縄県及び沖縄県離島振興協議会で構成)が開催している離島フェアの開催経費を支援する。						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29~	実施主体 県 市町村 沖縄県離島 振興協議
	15万人 来場者数					→	
	離島フェア開催経費の支援					→	
担当部課	企画部地域・離島課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
離島フェア 開催支援事 業	22,505	22,476	離島特産品の展示・即売、島々の伝統芸能の公演、離島市町村のPRコーナーの設置など、離島の魅力を発信するほか、流通相談会を開催し、販路拡大に結びつけた。【県単等】	—
活動状況			活動実績値	
離島特産品の展示・即売、島々の伝統芸能の公演、離島市町村のPRコーナーの設置など、離島の魅力を発信するほか、流通相談会を開催し、販路拡大に結びつけた。			入場者数は14万8,685人	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	平成24年度の離島フェアの入場者数は14万8,685人で、前年度の13万365人と比較すると、約1万8,000人(約14%)の増加となっている。また、特産品の売上実績は54,940千円で、前年度の49,970千円と比較すると、約4,970千円(約10%)の増額となっている。			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	平成24年度の離島フェアの入場者数は14万8,685人で、前年度の13万365人と比較すると、約1万8,000人(約14%)の増加となっている。また、特産品の売上実績は54,940千円で、前年度の49,970千円と比較すると、約4,970千円(約10%)の増額となっている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
離島フェア 開催支援事 業	23,289	離島特産品の展示・即売、島々の伝統芸能の公演、離島市 町村のPRコーナーの設置など、離島の魅力を発信するほか、 流通相談会を開催し、販路拡大に結びつける。【県単等】	—

(3) これまでの改善案の反映状況

計画どおり進捗しており、前年度同様、事業推進を図る。

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
9	離島フェアの来場者数	13万人 (23年)	14.9万人 (24年)	15万人	1.9万人	—
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
—		—	—	—	↗	—
状況説明	平成24年度の離島フェアの入場者数は14万8,685人で、前年度の13万365人と比較すると、約1万8,000人(約14%)の増加となっている。 目標の15万人に向け、計画どおり進捗しており、前年度同様、事業推進を図る。					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

平成21年度の離島フェア開催実行委員会において、会場や駐車場のキャパシティが十分ではない、また、観光面での対応が出来ていないなどの意見があったことから、会場をセルラーパーク那覇に変更した。(沖縄コンベンションセンターでの展示即売会場面積2,500㎡が3,254㎡となり、駐車場駐車可能台数2,282台が3,900台となった。) 今後の出展者数や来場者数の動向を踏まえ、会場等の選定について留意していく。
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

平成24年度は、出展者数は前年度の106業者から104業者へと減少したものの、来場者数は14万8,685人で、前年度の13万365人と比較すると、約1万8,000人(約14%)増加していることなどから、出展者数や来場者数の確保などの検討が必要である。

4 取組の改善案(Action)

離島フェア開催実行委員会(18離島市町村、県、離島振興協議会)において、前年度の離島フェアの総括を踏まえ開催方法の見直しを検討し、離島フェアをより効果的・効率的に開催できるように取り組む。
--

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(3)	伝統工芸品等を活用した感性型ものづくり産業の振興		
主な取組 (施策名)	416	原材料の安定確保	離島振興 計画記載頁	108
対応する 主な課題	<p>多様で豊かな伝統工芸を継承・発展していくためには、技術・技法の継承と高度化、後継者の育成、原材料の安定確保、販路の開拓等が必要であるが、工芸事業者や産地組合等の経営基盤は脆弱であり、独自で対応することが困難な状況にある。</p> <p>また、伝統工芸を持続的に発展できる産業として競争力を高めるためには、消費者の感性に働きかける魅力のある感性型製品の開発と、効果的な製品開発を進める環境の構築が求められている。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	<p>工芸分野において伝統的に使われてきた天然原材料の安定確保については、これまでに対処療法的に対応されてきており、植林、栽培など計画的な取り組みが必要で、また国、県、市町村、関連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。</p>						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	安定確保に向けた関係機関や事業組合等とのネットワークの構築					→	県 市町村 産地組合
担当部課	商工労働部 ものづくり振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
-	-	-	陶器や漆器の原材料安定確保に向けた県や工芸事業者等とのネットワークを構築するため、工芸事業者等へのヒアリングを行った。	
活動状況			活動実績値	
各産地組合等へのヒアリング件数			2件	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	<p>陶器の漆器の原材料調達状況等についてヒアリングを実施し、現状と課題の把握を行った。</p> <p>その結果を踏まえ、原材料の安定確保に向けたネットワーク構築やストックヤードの確保など、対応策の素案の検討が可能となった。</p>			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	<p>陶器の漆器の原材料調達状況等についてヒアリングを実施し、現状と課題の把握を行った。</p> <p>その結果を踏まえ、原材料の安定確保に向けたネットワーク構築やストックヤードの確保など、対応策の素案の検討が可能となった。</p>			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
-	-	陶器や漆器に加え、織物等についても、工芸事業者等へのヒアリング行う。 また、原材料の安定確保に向けた具体策を検討する。	

(3) これまでの改善案の反映状況

工芸品製造事業者だけではなく、糸の原材料製造者の団体にもヒアリングを実施し、より幅広い工芸品について、原材料安定確保に向けた現状と課題の把握を行った。
また、漆器については、都市公園の伐採木の利用可能性について検討を進めている。

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
98	離島の工芸品生産額	7.2億円 (22年度)	3.4億円 (23年度)	9億円	△3.8億円	33.4億円 (23年度)
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
	-	-	-	-	-	-
状況説明	<p>工芸品生産額は、景気の低迷等により織物を中心に減少が続く厳しい状況にある。 そのため、市場ニーズに対応した付加価値の高い製品開発を促進するとともに、生産効率の向上に向けた原材料の安定確保が求められていることから、本取組により、天然原材料の安定確保に向けた体制の構築に取り組む必要がある。</p>					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

公共工事から排出される陶土や伐採される街路樹などを、一時的に保管するストックヤードについても、確保や整備の必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

工芸品の原材料として、公共工事から排出される陶土や伐採される街路樹などを活用するためには、工芸事業者等が求める品質の原材料かを評価・判断する仕組みも構築する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

例えば、公共工事からは大量に陶土が排出されるが、陶芸事業者が求める品質なのかを見極める必要があるほか、使用するまでの保管場所の確保が必要になる。
そのため、国や県、市町村、産地組合等とのネットワーク化を進めるとともに、原材料の品質評価と保管のシステムを構築する必要がある。

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(3)	伝統工芸品等を活用した感性型ものづくり産業の振興		
主な取組 (施策名)	417	工芸製品新ニーズモデル創出事業	離島振興 計画記載頁	108
対応する 主な課題	本県の離島工芸産業は、宮古上布や久米島紬など全国的にも評価の高い品目があるものの、地理的制約により、市場ニーズの変化への対応不足や人材の確保難等の課題があり、生産額は大きく減少している。			

1 取組の概要 (Plan)

取組内容	生産額等の減少が続く本県工芸産業を振興するため、新たな製品開発を目指す工芸事業者から製品開発プランを公募し、採択された事業者には、流通やマーケティング、試作品開発、販路開拓等の支援を行うことにより、工芸分野における新たなニーズモデルの創出を図る						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	50製品 製品開発数				→		県
	市場ニーズに対応した製品開発					→	
担当部課	商工労働部 ものづくり振興課						

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
工芸品宣伝普及事業費(工芸製品新ニーズモデル創出事業)	7,165	6,769	5事業者を採択し、流通やマーケティング、試作品開発、販路開拓等の支援を行った。ただし、離島の事業者は含まれていない。	-
活動状況			活動実績値	
製品開発数				29製品
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	支援対象の工芸事業者により開発された製品数は計画値を下回ったものの、市場ニーズに対応した完成度の高い商品が開発され、早期の事業化が見込まれている。 また、本事業を通じて、マーケティング手法や県外展示会への出展などによる人材育成も行い、市場ニーズへの対応や販路開拓、デザイン等に関する意識の高い人材が工芸産業に蓄積されている。			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input checked="" type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	支援対象の工芸事業者により開発された製品数は計画値を下回ったものの、市場ニーズに対応した完成度の高い商品が開発され、早期の事業化が見込まれている。 また、本事業を通じて、マーケティング手法や県外展示会への出展などによる人材育成も行い、市場ニーズへの対応や販路開拓、デザイン等に関する意識の高い人材が工芸産業に蓄積されている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
工芸品宣伝普及事業費(工芸製品新ニーズモデル創出事業)	7,165	5事業者程度を採択し、流通やマーケティング、試作品開発、販路開拓等の支援を行う。ただし、離島の事業者は含まれていない。	-

(3) これまでの改善案の反映状況

離島においても公募説明会を開催するなど本事業の周知を図るとともに、離島の工芸事業者が採択された場合には、旅費の補助を行うなどの負担軽減を行うこととした。

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
98	離島の工芸品生産額	7.2億円 (22年度)	3.4億円 (23年度)	9億円	△3.8億円	33.4億円 (23年度)
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
-		-	-	-	-	-
状況説明	生活様式及び市場の変化や、安価な輸入品などの影響により、工芸産業の生産額は減少傾向にあるが、本事業によりマーケティングのノウハウなどを得た人材を工芸産業へ輩出することで、ニーズを意識した製品の投入が図られ、工芸産業の振興の一助とする。					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

工芸産業の厳しい状況は、ほぼ全ての分野に共通する課題であることから、より多くの工芸事業者に対して企画提案を促す必要がある。
 他の地域においても類似の取組が進められていることから、自らが目指す市場ニーズを意識した製品開発企画を検討し、ブラッシュアップしていく必要がある。
 試作品製作支援に止まるのではなく、流通に繋げ早期に事業化を実現する取組を検討する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

県内での説明会開催や企画提案に向けた応募書類の作成支援など、企画提案数を増やすためのきめ細かい支援が求められる。
 先進事例調査等においては、事前にマーケティング等に関する研修を受け、問題意識を醸成した上で調査に望む必要がある。
 製品開発企画のブラッシュアップにおいては、デザイナーや流通事業者等の専門家を活用するとともに、専門家の有するネットワークを販路開拓にも活用していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- 紙媒体、メディア、インターネットなど宣伝ツールを駆使し周知活動の強化を図るとともに、県内での説明会開催や企画提案に向けた応募書類の作成支援などに取り組む。
- 採択事業者に対しては、支援開始当初に目標や課題の共有を図る必要があることから、支援プログラムやスケジュールをより効果的なものに見直しを進める。
- マーケティングやデザインに関する質の高いセミナーを開催するとともに、デザイナーと連携した製品開発を促進する。
- 本事業を通じて得た知識と感性を試作品に盛り込むとともに、流通事業者とのマッチングまでのハンズオン支援を強化する。
- 自社の販売スタンスを明確に、売り先やどのような販売方法を選択するか、深掘りを促す。

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(3)	伝統工芸品等を活用した感性型ものづくり産業の振興		
主な取組 (施策名)	418	沖縄工芸ふれあい広場事業	離島振興 計画記載頁	108
対応する 主な課題	本県の離島工芸産業は、宮古上布や久米島など全国的にも評価の高い品目があるものの、地理的制約により、市場ニーズへの対応不足や販路の開拓等、人材の確保難等の課題があり、生産額は大きく減少している。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	沖縄の工芸品を一堂に会した展示紹介するほか、即売や実演・体験、産地講演会を行い、工芸品を暮らしの中へ活用する提案を行い消費拡大につなげる。						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29~	実施主体
	年1回開催					→	
	作り手と使い手との交流を促進する催事の開催					→	
担当部課	商工労働部 ものづくり振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
沖縄工芸ふれあい広場事業	3,000	3,000	東京銀座にて沖縄の工芸品を一堂に会した展示会を開催。	
活動状況			活動実績値	
沖縄工芸ふれあい広場の開催			1回	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	日本最大の消費地である東京での2回目の開催となり、首都圏の消費者に対して本事業の開催が定着しつつある。 また、本事業により、本県の多彩な工芸品の認知度が高まるとともに、販路の開拓が進んでいる。			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	日本最大の消費地である東京での2回目の開催となり、首都圏の消費者に対して本事業の開催が定着しつつある。 また、本事業により、本県の多彩な工芸品の認知度が高まるとともに、販路の開拓が進んでいる。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
沖縄工芸ふれあい広場事業	3,000	東京銀座にて沖縄の工芸品を一堂に会した展示会を9月に開催。	

(3) これまでの改善案の反映状況

本事業は、工芸品の作り手と使い手の交流の場を設けることにより、本県工芸品の認知度向上や愛用者の拡大等を目的に実施しており、県内においては、一定程度の成果を挙げたことから、平成23年度より東京で開催し、首都圏の消費者への認知度向上等に取り組んでいる。

また、本県工芸品の日常生活での利用や工芸品への理解を促進するため、利用シーンの提案や技術や技法、歴史等を伝えるセミナーの開催など、催事内容の充実に努めている。

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
98	離島の工芸品生産額	7.2億円 (22年)	3.4億円 (23年)	9億円	△3.8億円	33.4億円 (23年)
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
-		-	-	-	-	-
状況説明	<p>工芸品生産額は、景気の低迷等により織物を中心に減少が続く厳しい状況にある。しかしながら、手づくりの工芸品の良さを理解する本物志向や感性の高い消費者層など、顕在化しつつある購買層に対して、本事業を通じ本県工芸品の魅力を伝えるとともに販路を拡大することにより、工芸品生産額の増加をに取る必要がある。</p>					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

陶器や漆器、ガラス等と染織物とは流通形態が異なることから、参加する産地組合が等しく効果が得られるよう催事内容を充実させる必要がある。

また、より多くの来場者を確保するため、パブリシティの活用も含め広報を充実させる必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

首都圏の消費者に対して、本事業や本県工芸品の認知度を高めるためには、事業を継続していく必要がある。

また、工芸産業は地域に根ざした産業であることから、関係市町村との連携を強化する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

本事業を首都圏の消費者に定着させるため、同時期や同一の場所で継続して開催する。

また、催事内容については、展示・販売や製作体験、実演、セミナー、商談会等のメニューの中から、参加する産地組合が選択する方式で、充実を図る。

広報については、会場となる東銀座駅の構内に駅張り広告を実施し、また公式ホームページや公式フェイスブックを活用し、広く一般に周知する。

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(3)	伝統工芸品等を活用した感性型ものづくり産業の振興		
主な取組 (施策名)	419	工芸産業における後継者等人材の育成	離島振興 計画記載頁	108
対応する 主な課題	<p>多様で豊かな伝統工芸を継承・発展していくためには、技術・技法の継承と高度化、後継者の育成、原材料の安定確保、販路の開拓等が必要であるが、工芸事業者や産地組合等の経営基盤は脆弱であり、独自で対応することが困難な状況にある。</p> <p>また、伝統工芸を持続的に発展できる産業として競争力を高めるためには、消費者の感性に働きかける魅力のある感性型製品の開発と、効果的な製品開発を進める環境の構築が求められている。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	従事者の確保及び育成を図ることを目的に各産地が行う後継者育成事業に対する補助。						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	織物産地組合の後継者育成事業への補助						県 市町村 産地組合
担当部課	商工労働部 ものづくり振興課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
後継者育成 事業費	3,997	3,398	後継者育成事業を実施する各産地組合への補助。	—
活動状況			活動実績値	
補助組合数 育成人数			離島2組合(宮古、石垣) 6名(宮古、石垣 各3名)	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	継続的な取組の結果、後継者育成事業においては、平成23年度までに延べ3,278人(うち離島で育成1,377人)を輩出している。			
※参考 21世紀ビジョン実施計画における評価				
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	継続的な取組の結果、後継者育成事業においては、平成23年度までに延べ3,278人、工芸振興センターの研修事業においては、平成22年度までに延べ953人を輩出している。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
後継者育成事業費	3,997	後継者育成事業を実施する各産地組合への補助。 平成25年度は6名(宮古、石垣各3名)を育成予定。	

(3) これまでの改善案の反映状況

一部の組合では、技術水準の高い人材を多く輩出するため、初級と上級に分けて行っていた研修を1本化した。
--

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
99	離島における工芸産業従事者数	415人 (22年度)	445人 (23年度)	430人	30人	-
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
-		-	-	-	-	-
状況説明	八重山において従事者が増加したことから、平成28年度の目標を超えることとなった。(観光産業と連携し、織物の加工品の売上げが堅調なことから、離職者の再雇用が図られたと思われる。)					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・育成した人材が低収入や長期間を要する技術・技法の習得などにより、定着しない。 ・需要の減少により雇用側も育成した人材を雇用できない。
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・育成した人材が十分な収入を得られるよう、技術研修に加え、経営やマーケティング、販売等に関する知識を習得できるよう、研修内容の充実を図る必要がある。
--

4 取組の改善案(Action)

・育成した人材が一定水準の収入が得られ、継続的に従事できる環境の整備が求められていることから、他事業による販売促進や販路開拓に繋がる取組を実施する。 ・製作技術以外の経営・販売の知識を習得できるよう、研修内容の充実を図る。 ・離職者の再就労を促進する仕組みづくりの構築。

【離島】「主な取組」検証票

基本施策	2-3	離島を支える地域産業の振興		
施策	(4)	商店街・中心市街地の活性化と商業事業者の振興		
主な取組	421	商店街振興組合指導事業	離島振興計画 記載頁	109
対応する 主な課題	<p>商店街・中心市街地については、地域コミュニティの拠点や地域経済発展の基盤として重要な役割を担っているが、空き店舗が増加し、空洞化、衰退化が深刻な問題となっている。このような状況で、商店街・中心市街地を活性化させるには、地元自治体のイニシアティブのもと、商店街と地域住民等が密接に連携・協働した取組を促進するとともに、その活性化に不可欠な地域住民や観光客などの購買意欲を喚起する様々な取組を主体的・継続的に行っていく必要がある。</p> <p>今後は、少子高齢化や消費者ニーズの多様化等に対応した生活支援サービスや農林水産業、観光リゾート産業など他産業との連携等による新たな需要創出を図ることが一層重要であり、その担い手となる地域リーダーや商店街後継者の育成及び組織強化に向けた取り組みが不可欠である。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	商店街の組織強化・活性化を図るため、沖縄県商店街振興組合連合会が行う商店街振興組合の設立・運営等に関する指導、講習会・研修会等に要する経費に対して補助する。						
年度別 取組予定	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	組合設立・運営指導、セミナー等の開催					→	県 商店街振興 組合連合会
担当部課	商工労働部国際物流推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算	活動内容	備考
商店街振興組合指導事業費補助	1,539	1,539	商店街振興組合に対する巡回指導274回、講習会6回、研修会2回実施した。また、県外の講習会に2回、研修会に5回派遣した。【県単等】	全県対象
活動状況			活動実績値	
組合設立・運営指導			274回 (24年)	
講習会、研修会等の開催			8回 (24年)	
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 着手 <input type="checkbox"/> 着手予定 <input type="checkbox"/> 未着手	講習会や研修会に103人が参加し、商店街の活性化につながった。			
※参考 21世紀ビジョン計画における評価				
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	講習会や研修会に103人が参加し、商店街の活性化につながった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
商店街振興組合指導事業費補助	1539	商店街振興組合に対する巡回指導、講習会2回、研修会5回計画している。また、県外の講習会に4回、研修会に3回派遣する計画である。【県単等】	全県対象

(3) これまでの改善案の反映状況

○講習会については、H25年度は前年度開催しなかった宮古地区で開催する予定。

(4) 主な取組に対応する成果指標の達成状況

No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
1	商店街の空き店舗率 ※()内の数は空き店舗数	11% (756店舗) (21年)	11.8% (769店舗) (23年)	9% (617店舗)	-	11.8% (769店舗) (23年)
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
-		-	-	-	-	-
状況説明	商店街の空き店舗率は、大型店舗の進出による商業施設の郊外化等により、増加傾向にある。このため、当施策においては、商店街・中心市街地の環境整備や商店街等の人材育成や組織強化により、引き続き、改善に向け、取り組んでいく。					
No.	主な取組に対応する成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
2	商店街振興組合数 ※全国は都道府県平均	18組合 (22年)	15組合 (24年)	18組合	△3組合	15組合 (24年)
参考データ(離島分)		離島の現状			傾向	沖縄の現状
-		-	-	-	-	-
状況説明	商店街振興組合数は、3つの組合(名護十字路商店街振興組合、浦添市屋富祖大通り商店街振興組合、下里通り商店街振興組合)は役員も無く、事務所も存在しない、解散状態のため、減少となった。商店街・中心市街地は、後継者不足やリーダーの育成が不十分でなかなか組織できていないのが現状である。商店街振興組合として組織化するためには、どのような取組が必要か商店街組合等と協議し、進める必要があるが、人員、予算等の制約もあり、なかなかできていない。平成25年度は、限られた人員、予算の中で、商店街振興組合連合会と連携しながら組織化に向け取り組む必要がある。					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・商店街・中心市街地は、後継者不足やリーダーの育成が不十分でなかなか組織できていないのが現状である。
 ・商店街は来街者の減少、地域人口の減少、売上の低迷、空き店舗の増加、店主の高齢化など多くの課題を抱えている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

○商店街振興組合と連携し、新たに組織化を目指す任意の商店街に対して重点的に支援する必要がある。
 ○商店街振興組合の運営指導等、既存組合の強化を図る。

4 取組の改善案(Action)

○商店街の人材育成や組織強化、活性化
 ・新たに組織化を目指す任意の商店街を支援するため、商店街組織化のモデル事例を設定し、組織化のための指導や人材育成等による支援を行う。
 ・商店街への集客や魅力ある個店づくり、サービス向上等に関する講習会の開催や商店街振興組合に対する指導を通して商店街の活性化を図る。