

## 「施策」総括票

施策展開	1-(5)-イ	伝統工芸品等を活用した感性型ものづくり産業の振興	
施策	②感性型ものづくり産業の育成		56頁
対応する 主な課題	<p>○本県の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、独自に対応することが困難な状況にある。</p> <p>○伝統工芸を持続的に発展出来る産業として競争力を高めるには、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>		
関係部等	商工労働部		

### I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成24年度				
主な取組		決算見込額	推進状況	活動概要
<b>○感性型製品の開発支援</b>				
1	工芸製品新ニーズモデル創出事業	6,769	大幅遅れ	○工芸産業を振興するため、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。8事業者程度を採択し、50製品の製品開発支援を行う目標に対し、高い事業化の実現性が見込まれる5事業者を支援することとしたため、製品開発数は29製品に留まり、大幅遅れとなったが、市場ニーズに対応した完成度の高い商品が開発されており、早期の事業化が見込まれている。(1)
2	工芸縫製・金細工技術者養成事業	12,130	順調	○工芸縫製製品、金細工製品の製造が出来る技術者を養成するため、工芸縫製及び金細工の研修を実施し、14名の技術者を養成した。(2)
<b>○工芸技術分野に研究開発の推進</b>				
4	工芸研究事業	1,237	順調	○工芸業界に成果を普及することを目的に染織、木漆工に関し、県産材による漆器の塗装試験等のほか4つのテーマの試験研究、開発研究を行った。(4)
5	技術支援事業	1,793	順調	

様式2(施策)

Ⅱ 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

		成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1		工芸品生産額	41.3億円 (22年度)	33.4億円 (23年度)	52億円	△7.9億円	7,001億円 (18年度)
	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ことから、工芸産業の振興の一助とするため、工芸製品新ニーズモデル創出事業などの取組みによりマーケティングのノウハウなどを習得した人材を工芸産業へ輩出することにより、ニーズを意識した製品の開発を促す必要がある。					
		成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
2		従事者一人当たりの工芸品生産額	2,422千円 (22年度)	1,999千円 (23年度)	2,800千円	△423千円	6,109千円 (18年度)
	状況説明	震災の影響による工芸品等の高級品消費の低迷(全国的な傾向)や、観光客の減少による県内観光土産品販売量の低下が原因と見られる工芸品生産額の減少があった。従事者の減少より生産高の減少幅が大きく、従事者一人当たりの生産額は基準値より減少となった。1人当たりの生産額減少は年収の低下に影響することから、従事者の業界離れも懸念される。雇用事業や交付金事業等も活用した行政支援を強化して、軌道修正を図る必要がある。					

(2) 参考データ

参考データ名	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
工芸品生産額「工芸産業実態調査」(県商工振興課)	41.1億円 (21年度)	41.3億円 (22年度)	33.3億円 (23年)	↓	7,001億円 (18年度)
従事者一人当たりの工芸品生産額 「工芸産業実態調査」(県商工振興課)	2,244千円 (21年)	2,422千円 (22年)	1,999千円 (23年)	↓	6,109千円 (18年度)
「工芸産業施策の概要」(県商工振興課) 染織産地の生産額	1,484百万円 (20年)	856百万円 (23年)	—	↓	—
「入客観光客数概況」(県観光政策課) 観光客数	593万人 (20年)	552万人 (23年)	592万人 (24年)	↗	—

### Ⅲ 内部要因の分析 (Check)

#### ○感性型製品の開発支援

・工芸製品新ニーズモデル創出事業における製品開発数の増加を図るため、当事業に採択された事業者への支援や連携について検討する必要がある。

#### ○工芸技術分野の研究開発の推進

・工芸研究事業においては、工芸産業を取り巻く厳しい現状を踏まえ、工芸産地支援に繋がる緊急性の高い研究テーマの設定と実施、十分な予算の確保が必要である。

・技術支援事業において、工芸品の販売をコーディネートする人材の不在により、製品開発後の販路開拓が進んでいないケースがある。

### Ⅳ 外部環境の分析 (Check)

#### ○感性型製品の開発支援

・従事者1人当たりの工芸品生産額の減少等、伝統工芸産業をとりまく環境は厳しく、ほぼ全ての工芸分野に共通する課題であることから、より多くの事業者に対して県の支援事業を周知する必要がある。

#### ○工芸技術分野の研究開発の推進

・ライフスタイルの変化による売れ筋商品の変化(和装→洋装、高級品→日用品、商品に対する要求の高度化)に対応する必要がある。

### Ⅴ 施策の推進戦略案 (Action)

#### ○感性型製品の開発支援

・工芸製品新ニーズモデル創出事業において早期の事業化を図るため、採択事業者に対し、支援開始当初から目標や課題を共有し、課題に即した支援プログラムやスケジュールを立てる。

・伝統工芸に携わる事業者に県の取組を知ってもらうために、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。

#### ○工芸技術分野の研究開発の推進

・工芸産地支援に繋がる研究テーマ実施のため、産地組合、個人事業者を定期的に訪問し、現場における課題等の収集を行うとともに、必要な予算の確保に努める。

・技術支援事業においては、県内外の流通業界とのネットワークを構築し、技術指導に留まらず、流通から販売支援までを総合的に支援する体制を整える。

・消費者のニーズを適時に捉えるため、県の支援により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。