

県内伝統工芸産業の現状と課題

1 工芸産業実態調査

- 生産額合計 R1:3,660,980 千円、R3:2,374,609 千円、R6:3,949,036 千円
- 従事者合計 R1:1,669 人、R3:1,432 人、R6:1,661 人
- 一人あたり生産額 R1:2,194 千円、R3:1,658 千円、R6:2,378 千円
- 第9次計画策定時(R3)と比較すると、生産額、従業者数、一人あたり生産額が増加しているが、同時期は新型コロナ渦期で経済活動の自粛等がなされ、生産額等が落ち込んでいた時期に当たる。コロナ渦以前(R1)と比較すると、生産額は増加、従業者数は若干の減少。一人あたり生産額は増加となっており、コロナ渦以前の水準までようやく回復してきたといった状況である。
- 従事者の年齢構成割合を第9次計画策定前(R3)と比較すると、30代、50代、60代が減少し、20代、40代、70代が増加している。60代以上の割合はR3:39.5%に対し、R6:39.6%となっている。
- 従事者の経験年数構成割合を第9次計画策定前(R3)と比較すると、10年未満の割合がR3:37.8%(553人)に対し、R6:40.6%(674人)となっており増加傾向にある。

【参考】全国の状況(伝統的工芸品産業振興協会の公表数値)

生産額 H28:960 億円、R4(推計):1,050 億円(+9.4%)

事者数 H28:6万3千人、R:48,334 人(△23.3%)

2 第9次計画策定時の課題と県の主な取組及び現状・課題

(1) 市場変化への対応

<9次の課題>

- 消費者指向の多様化が進み、各産地や工芸従事者が市場の変化を把握・分析し市場展開していく必要があるが、工芸従事者の多くが消費者との接点がなく、ニーズに合致する商品製作に結び付きにくい。また、自らターゲット層に合わせた販路開拓を行うことは製作技術と異なる知識・技能のため、高い障壁となっている。

<県の主な取組>

- プロデューサー(バイヤー、デザイナー等)と協働した商品開発等の支援を実施。(島工藝おきなわ販路拡大推進事業)
- 沖縄県の工芸産業の振興を図るため、伝統的な歴史を有する金細工と伝統染織物の二次加工技術である工芸縫製の2分野の技術者を養成。(金細工工芸縫製研修事業)
- 技術指導や依頼試験の実施。(工芸振興センター技術支援)
- おきなわ工芸の杜の貸し工房入居者が連携した商品の開発、県内外の工芸従事者、支援者等のネットワークとおきなわ工芸の杜入居者との交流を目的としたセミナーおよびワークショップを開催。(おきなわ工芸の杜指定管理費)

<現状・課題>

- 多くの産地組合では、問屋からの注文によって商品を生産しており、既存の流通や市場以外の情報は得られにくい状況にあることは変わらない。
- 組合や作り手がそれぞれ自らマーケティングやプロモーションなど行うことは、ノウハウがなく難しい。また、生産時間が奪われてしまうことへの懸念が強い。

- 一部の産地組合や個々の事業者で展示会やセミナーでの積極的な市場動向の把握や製品開発を行っている事例が見受けられ、このような動きを産地全体に波及することが望まれる。

(2) 人材の確保と育成

<9次の課題>

- 県においては、後継者育成事業や人材育成事業などにより、人材の育成に取り組んでいるものの、技術・技法の習得に長期間を要することや、定収入などの理由により、定着しない場合も多い。
- 事業者側においては、需要の減少により雇用を継続できないなどの課題を抱えている。
- 工芸事業者における工房経営や消費市場に関する知識や感覚も重要である。

<県の主な取組>

- 各産地が行う後継者育成事業に対する補助を行った。(後継者育成事業)
- 織物、紅型、漆芸、木工芸の各分野における工芸技術者に対して技術研修を行い、工芸産業を担う高度な技術を持った中核人材(技術者)を養成する。(高度工芸技術者養成事業)
- おきなわ工芸の杜における貸し工房入居者のスタートアップ支援(おきなわ工芸の杜指定管理費)

<現状・課題>

- 新しく始める人は一定数いるものの、高齢化などで離職する人も一定数あり、全体的には従事者は現状維持または減少傾向である。
- 研修期間中は無収入となるため、不安を抱えられることがある。
- 研修終了後、若手の仕事が少なく、低収入などの理由により定着しないことも多い。他方で、その対策として、1年から3年の間、組合において若手の仕事を斡旋する取り組みに着手し、効果が見え始めた産地が見受けられる。

(3) 原材料の課題

<9次の課題>

- 芭蕉糸や苧麻手績糸では、手績み従事者の高齢化と減少により良質な手績糸の生産が減少するなど、産地事業者や市場が求める品質の原材料が不足しており、原材料製造事業者における後継者の確保と育成が課題となっている。
- 移入・輸入原材料を中心に仕入れ価格が高騰しており、伝統工芸事業者の収益を圧迫している。そのため、良質・安価で安定確保が可能な代替原材料の開発や利用促進が求められている。

<県の主な取組>

- 伝統工芸品に使用される原材料の持続的供給ができるように枯渇状況に合わせた施策を実施するため、ハンズオン支援等により、各産地組合の原材料確保計画策定に向けた支援をするとともに、技術講習等を実施。(工芸原材料供給強化・調査事業)
- 壺屋焼の原材料となる化粧土の賦存量調査を実施。(工芸原材料供給強化・調査事業)
- 製造者や使い手等にヒアリング調査を実施。またシンポジウムや情報交換会等を行い、関係者間のネットワーク構築の取り組みを実施。(工芸原材料供給強化・調査事業)
- 調達難となっている森林木材の代替として市街地材の活用について、乾燥、防虫などの技術検証を実施。(工芸研究費)
- 技術検証結果についての技術指導の実施。(工芸振興センター)

<現状・課題>

- 芭蕉布、宮古上布、八重山上布は依然として良質な糸が不足しており、注文に対応できていない。
- その他産地においては、絹糸、綿糸の生産量が減少し価格が上がっているが商品に反映できていない。また、壺屋焼の陶土の確保、三線の黒檀の確保や代替材の検討が必要である。
- 生産に使用する道具や、燃料等の供給不足の問題も新たに生じてきている。

(4) 経営力の強化

<9次の課題>

- 本県の工芸事業者は1名から数名規模の工房が多く、法人形態をとる事業者は非常に少ない。経営基盤の脆弱性という以前からの課題が解決されていない。
- 工芸従事者の多くは、財務や労務など事業所運営の知識はほとんど学ぶ機会がないまま工房等を経営しており、利益率やコスト計算などが十分にできているとは言いがたい状況にある。
- 新たな市場ニーズに対応した商品開発や販路開拓などに関する知識を習得する機会もほとんどなく、収益力の向上が意識されにくい。

<県の主な取組>

- 工芸事業者に対し、工芸生産技術以外の企画力や表現力などのスキルの習得や、異業種交流、ネットワーク形成などのスキルを習得させる「自己プロデュース力」を強化する研修を実施。(セルフプロデュース事業)
- 経営も含めて長期的に持続し活躍できる強い工芸事業者を育てるため、ブランディング、マーケティングや工房経営など工房運営の課題解決のセミナー等を実施。(沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業)

<現状・課題>

- 事業で得られた成果やノウハウを工芸産地組合の経営改善に繋げるための自主的な取組が必要である。
- 組合基盤は十分ではなく、組合役員や事務局体制が弱い。新しい組合員の加入が少ない。
- 生産に集中しながら安定して経営するためには、経営知識等を有する外部人材の確保等の検討も必要。
- 組合と組合以外の生産者同士の交流の機会が少ない。
- IT化への対応が遅れており、機器の導入や人材に投入する資金面が課題である。

(5) 販売力の強化と販路開拓

<9次の課題>

- 多くの工芸従事者は製作活動が本業であり、零細なために市場調査や営業等の外注も困難な状況にあることから、観光市場向けの販路を開拓する体制が弱く、一部を除き観光需要を充分に取り込めていない。
- 着物市場における沖縄県伝統工芸品のシェア拡大のために、引き続き販売力の強化を図るとともに、特定の市場や販路に依存せずリスク分散を図ることも必要。

<県の主な取組>

- 工芸品の展示販売会における広報費や販売促進の取り組み強化への支援。(島工藝おきなわ販路開拓推進事業)

- セミナー、試作品支援、展示会等の支援による人材育成や商品開発の事業を実施。(沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業)
- インターネットを活用した自己認識、情報収集、価値づくり、販売方法(SNS 情報発信等)、ネットワークづくり等に関するスキルやノウハウを習得の支援。(セルフプロデュース力強化工芸研修事業)
- 県外での展示販売会の開催。(工芸品宣伝普及事業費、沖縄工芸フェア事業)

<現状・課題>

- 染織の産地では、依然として問屋への販売の割合が大きいが、卸価格を上げることが難しく、収入の向上につながらない。直接販売やインターネットによる販売など、流通経路の多様化が課題である。
- 個々の工房、産地ではマーケティングや販路開拓のノウハウが乏しい。

(6) ブランド力の向上

<9次の課題>

- 消費者の認知度を高める機会や購入機会に恵まれているものの、一部工芸品を除いて認知度及び購入経験率は低い状態である。
- 長い歴史の中で育まれた地域特性や素材、作り手、丁寧な製作プロセス等、本県伝統工芸品の付加価値と魅力を消費者に対して効果的に情報発信していくことが必要。
- モノとしての価値だけではなく、新分野展開によって新たなブランド価値の創造に取組み、収益の選択肢を広げることも必要。

<県の主な取組>

- 県内外の展示会等を開催し伝統工芸品等の普及宣伝に取り組んだ。(沖縄工芸ふれあい広場、工芸公募展)
- 染織物の県営検査を引き続き実施した。
- 工芸品の広報物制作等によるPR。(島工藝おきなわ販路拡大推進事業、工芸品宣伝普及費)
- おきなわ工芸の杜 HP や SNS を活用した情報発信。(おきなわ工芸の杜指定管理費)
- 観光PR イベントや、沖縄文化PR イベントと連携した情報発信。(島工藝おきなわ販路拡大推進事業)

<現状・課題>

- 染織の県営検査は、検査数量及び受検率の向上が課題である。
- 類似品との差別化や、地域団体商標登録等の制度を活用し、ブランド価値の保全を図る必要がある。
- 工芸品は沖縄を象徴するブランド価値があり、首里城をはじめとする琉球文化や観光PRとの連携を強化し、沖縄ブランド全体としての魅力発信にも取り組む必要がある。

(7) 経済的・社会的危機等への対応力

<9次の課題>

- 新型コロナウイルス感染症の影響等を踏まえ、経済的・社会的危機等に臨機応変に対応する経営感覚が求められる。

<県の主な取組>

- 工芸品の展示販売会における広報費や販売促進の取組み強化への支援。(再掲:島工藝おき

なわ販路開拓推進事業)

- セミナー、試作品支援、展示会等の支援による人材育成や商品開発の事業を実施。(再掲:沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業)
- 工芸事業者に対し、工芸生産技術以外の企画力や表現力などのスキルの習得や、異業種交流、ネットワーク形成などのスキルを習得させる「自己プロデュース力」を強化する研修を実施。(再掲:セルフプロデュース力強化工芸研修事業)

<現状・課題>

- 個々の工房、産地のマーケティングや販路開拓のノウハウを強化する取り組みが引き続き必要。

3 県に期待する支援策

産地組合等にヒアリングを実施したところ、主に以下のような取組の要望があった。

- 各産地間の交流や、沖縄の工芸を集約して発信するなど県内工芸産業全体で実施するプロジェクト等の取組
- 後継者育成における、研修生の収入確保方法の検討。育成途中人材への支援。職業訓練等、新しいスキームでの人材育成事方法等の検討
- 組合への支援の強化。組合組織の強化、新商品開発、原材料確保への支援など、組合や産地に還元される取組の強化。
- 支援事業実施後の後年のフォローアップ
- 物価高騰、原材料高騰対策。共通で使用する物等は複数産地で協力して発注等をする仕組みが作れないか。
- 県外での展示販売会等の回数増
- 公共事業発注

4 まとめ

- 県では第9次計画策定時の課題に対応し取り組んできたところ、一定の成果が現れているものの、工芸事業者の経済的自立はなお道半ばである。
- 第9次計画策定時の課題に引き続き取り組むため、次期第10次計画では、第9次計画の基本構成を維持し、
 - ①伝統的な技術・技法の継承
(人材育成、原材料の確保、基盤強化など)
 - ②伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的なものづくり産業の振興
(マーケティング、商品開発、流通の多様化、販売力の強化など)の2つを柱として施策を展開していきたい。
- それぞれの取組みは、おきなわ工芸の柱を中心とし、各産地、関連事業者の交流を促進し、様々な分野が協同して面として支援する体制を整える。
- 次期計画の施策展開は、首里城復興基本計画とも連動させて取り組んでいく。

第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画 主要施策事業 一覧表

| 通し番号 | 施策 | 推進方針 | | 事業・事業内容 | 事業主体 | 事業名 | 取組(事業)内容 | 予算状況(当初予算額:千円) 不要 ※該当ない場合は記入 | | | | | 成果 | 課題 |
|------|----|------------|----------------------|----------------------------|-------------|----------------------|--|------------------------------|--------|--------|--------|--------|---|---|
| | | | | | | | | R4 | R5 | R6 | R7 | R8(見込) | | |
| 1 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (1) 工芸従事者の確保と育成 | 事業終了後の定着率の向上 | 国、県、市町村、組合等 | 高度工芸技術者養成事業 | 織物、紅型、漆芸、木工芸の各分野における工芸技術者に対して技術研修を行い、工芸産業を担う高度な技術を持った中核人材(技術者)を養成する。 | 23,019 | 26,681 | 30,567 | 30,324 | 30,324 | ・研修受講者は、研修を通じて各分野ごとの専門技術を修得。 ・R4～R6年度までの研修修了生38名 ・研修修了生のR7.5月時点の定着率は68% (全体:26/38名、R4:5/12名、R5:13/13名、R6:8/13名) | 研修終了後に工芸事業者として円滑な活動を開始するための多様な情報・知識を習得させる内容が十分ではないため、これらの習得に関する研修内容を強化する必要がある。 |
| | | | (1) 工芸従事者の確保と育成 | 事業終了後の定着率の向上 | 国、県、市町村、組合等 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | 貸し工房による若手工芸従事者の起業支援・インキュベーション | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | R4～R7までに貸し工房へ入居した27工芸事業者に対して支援を実施。 | 貸し工房による若手工芸従事者の起業支援インキュベーター施設としてのPRは継続して行う必要がある。 |
| 2 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (1) 工芸従事者の確保と育成 | 後継者(作り手、原材料製造)育成事業の実施 | 国、県、市町村、組合等 | 工芸人材育成事業(後継者育成事業) | 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を行う。 | 5,013 | 6,152 | 5,418 | 13,337 | 13,337 | R4～R6まで延べ5産地組合から49人の後継者を輩出 | 事業終了後の継続的な支援策の検討 研修終了後も生産活動を続けていける環境作り 育成後継者の産地組合への定着化促進 |
| | | | (1) 工芸従事者の確保と育成 | 後継者(作り手、原材料製造)育成事業の実施 | 国、県、市町村、組合等 | 工芸原材料供給強化・調査事業 | 伝統工芸品に使用される原材料の持続的供給ができるように枯渇状況に合わせた施策を実施するため、ハンズオン支援等により、各産地組合の原材料確保計画策定に向けた支援をするとともに、技術講習等を実施する。 | 9,090 | 8,585 | 9,532 | 8,180 | 6,127 | 八重山地区の産地組合へ原材料確保に向け現状把握等支援を実施するとともに、経糸技術講習会2回開催した。また、R7においては、苧麻栽培の改善を目的に専門家を活用した支援を実施している。 | 原材料確保は栽培など課題改善に時間を要するため、継続的な取組が必要である。そのため、産地組合の原材料確保に向け、原材料確保計画等の策定に向けた支援および技術講習等を引き続き実施する必要がある。 |
| 3 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (1) 工芸従事者の確保と育成 | 高度人材育成事業の充実化 | 県 | 高度工芸技術者養成事業 | (再掲) 織物、紅型、漆芸、木工芸の各分野における工芸技術者に対して技術研修を行い、工芸産業を担う高度な技術を持った中核人材(技術者)を養成する。 | 23,019 | 26,681 | 30,567 | 30,324 | 30,324 | ・R4～R6年度までの研修修了生38名 | 研修終了後に、より効果的に活用できる具体的な技術を特定し、研修カリキュラムに盛り込むため、工芸職員による情報収集と検証が必要。 また、通年の研修を希望する受講生が減少傾向にある。短期間で特定のテーマに絞った研修カリキュラムを盛り込むことが必要。 |
| | | | (1) 工芸従事者の確保と育成 | 高度人材育成事業の充実化 | 県 | 金細工工芸縫製研修事業 | 沖縄県の工芸産業の振興を図るため、伝統的な歴史を有する金細工と伝統染織物の二次加工技術である工芸縫製の2分野の技術者を養成する。 | 0 | 8,645 | 7,597 | 8,527 | 8,527 | ・R5～R6年度までの研修修了生16名 ※金細工工芸縫製研修事業はR5年度開始 | (再掲) 研修終了後に、より効果的に活用できる具体的な技術を特定し、研修カリキュラムに盛り込むため、工芸職員による情報収集と検証が必要。 |
| 4 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (1) 工芸従事者の確保と育成 | 工芸従事者の就労環境の向上 | 組合、工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 5 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (2) 工芸従事者の技術向上 | 工芸振興センターにおける技術指導の拡充 | 県 | 工芸技術指導費 | 工芸事業者のニーズに対応した技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | ・R4～R6年度までに技術相談対応(914件)、技術指導(238事業所)、講習会(13件:502事業所)を実施 | 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 |
| 6 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (2) 工芸従事者の技術向上 | 技術指導や講習会等における外部専門家等の活用 | 用県、組合等 | 高度工芸技術者養成事業 | (再掲) 織物、紅型、漆芸、木工芸の各分野における工芸技術者に対して技術研修を行い、工芸産業を担う高度な技術を持った中核人材(技術者)を養成する。 | 23,019 | 26,681 | 30,567 | 30,324 | 30,324 | ・研修の中で外部講師を招聘した専門技術研修を実施 | 研修終了後に、より効果的に活用できる具体的な技術を特定し、研修カリキュラムに盛り込むことが必要であり、そのためには、工芸事業者と外部専門家とのネットワーク構築の中核となる工芸振興センターの工芸職員による情報収集と検証が必要。 |
| | | | (2) 工芸従事者の技術向上 | 技術指導や講習会等における外部専門家等の活用 | 用県、組合等 | 金細工工芸縫製研修事業 | (再掲) 沖縄県の工芸産業の振興を図るため、伝統的な歴史を有する金細工と伝統染織物の二次加工技術である工芸縫製の2分野の技術者を養成する。 | 0 | 8,645 | 7,597 | 8,527 | 8,527 | ・研修の中で外部講師を招聘した専門技術研修を実施 | (再掲) 研修終了後に、より効果的に活用できる具体的な技術を特定し、研修カリキュラムに盛り込むことが必要であり、そのためには、工芸事業者と外部専門家とのネットワーク構築の中核となる工芸振興センターの工芸職員による情報収集と検証が必要。 |
| | | | (2) 工芸従事者の技術向上 | 技術指導や講習会等における外部専門家等の活用 | 用県、組合等 | 工芸技術指導費 | 産地組合への技術要望調査などに基づき、工芸事業者のニーズに対応する講習会開催を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | ・産地技術向上の為に専門家派遣 ・R4～R6までに外部専門家を招聘した講習会開催12回 | 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 |
| 7 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (2) 工芸従事者の技術向上 | 工芸士認定制度 | 県 | 工芸人材育成事業(沖縄県工芸士認定事業) | 沖縄県工芸士の認定による製造者を奨励するとともに、社会的評価を高め、工芸技術技法の維持向上と習得意欲促進を図る。 | 5,013 | 6,152 | 5,418 | 13,337 | 13,337 | R4～R6まで延べ10ジャンルから23人の沖縄県工芸士を輩出 | 認定後、技術の維持確認がない(国の伝統工芸士は5年毎に技量確認) 沖縄県工芸士としてのPRの場の創出 |
| 8 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (2) 工芸従事者の技術向上 | 先進技術の情報収集及び導入促進 | 県、工芸事業者 | 高度工芸技術者養成事業 | (再掲) 織物、紅型、漆芸、木工芸の各分野における工芸技術者に対して技術研修を行い、工芸産業を担う高度な技術を持った中核人材(技術者)を養成する。 | 23,019 | 26,681 | 30,567 | 30,324 | 30,324 | ・研修の中で外部講師を招聘した専門技術研修を実施 | (再掲) 研修終了後に、より効果的に活用できる具体的な技術を特定し、研修カリキュラムに盛り込むことが必要であり、そのためには、工芸事業者と外部専門家とのネットワーク構築の中核となる工芸振興センターの工芸職員による情報収集と検証が必要。 |
| | | | (2) 工芸従事者の技術向上 | 先進技術の情報収集及び導入促進 | 県、工芸事業者 | 金細工工芸縫製研修事業 | (再掲) 沖縄県の工芸産業の振興を図るため、伝統的な歴史を有する金細工と伝統染織物の二次加工技術である工芸縫製の2分野の技術者を養成する。 | 0 | 8,645 | 7,597 | 8,527 | 8,527 | ・研修の中で外部講師を招聘した専門技術研修を実施 | (再掲) 研修終了後に、より効果的に活用できる具体的な技術を特定し、研修カリキュラムに盛り込むことが必要であり、そのためには、工芸事業者と外部専門家とのネットワーク構築の中核となる工芸振興センターの工芸職員による情報収集と検証が必要。 |
| | | | (2) 工芸従事者の技術向上 | 先進技術の情報収集及び導入促進 | 県、工芸事業者 | 工芸技術指導費 | センターのネットワークを活かし、得られたシーズに基づく技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | ・R4～R6年度までに技術相談対応(914件)、技術指導(238事業所)、講習会(13件:502事業所)を実施。 | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 |
| 9 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (3) 教育機関等と工芸事業者の連携強化 | 教育機関等と工芸事業者、関係機関等との連携体制の構築 | 関係機関、工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 10 | 1 | 1 人材の確保・育成 | (3) 教育機関等と工芸事業者の連携強化 | 教育機関等と工芸事業者との共同製作等の促進 | 関係機関、工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 11 | 1 | 1 需要の拡大 | (3) 教育機関等と工芸事業者の連携強化 | 体験学習の受入拡充促進 | 工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 12 | 1 | 1 需要の拡大 | (3) 教育機関等と工芸事業者の連携強化 | 学生や工芸従事希望者に対するセミナー・情報発信等 | 県、関係機関等 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | 近隣小学校や修学旅行生の工芸の杜見学の受け入れ等 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | R4～R7まで 小学校7校477人 中学校7校36人 高校10校217人 大学・専修学校7校114人 計31校844人受入。 (うち修学旅行生等9校受入延べ約200人) | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、当施設の認知度向上に努めるとともに、教育機関との連携を図る。 |

第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画 主要施策事業 一覧表

| 通し番号 | 施策 | 推進方針 | | 事業・事業内容 | 事業主体 | 事業名 | 取組(事業)内容 | 予算状況(当初予算額:千円) ※該当ない場合は記入不要 | | | | | 成果 | 課題 |
|------|----|------------|--------------------|-----------------------------|----------------|---------------------|---|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--|--|
| | | | | | | | | R4 | R5 | R6 | R7 | R8(見込) | | |
| 13 | 1 | 1 需要の拡大 | (4) 工房経営等に関する知識習得 | 工房経営等に関する研修内容の充実化 | 県 | 沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業 | 経営も含めて長期的に持続し活躍できる強い工芸事業者を育てるため、ブランディング、マーケティングや工房経営など工房運営の課題解決のセミナー等を実施 | 0 | 12,860 | 13,344 | 13,780 | 14,230 | R5～R7まで述べ25回の研修を実施し、693人が参加。(R7年11月末時点) | 物価高や市場の変化に対応するセミナーの実施。 |
| | 1 | 1 需要の拡大 | (4) 工房経営等に関する知識習得 | 工房経営等に関する研修内容の充実化 | 県 | 高度工芸技術者養成事業 | (再掲) 織物、紅型、漆芸、木工芸の各分野における工芸技術者に対して技術研修を行い、工芸産業を担う高度な技術を持った中核人材(技術者)を養成する。 | 23,019 | 26,681 | 30,567 | 30,324 | 30,324 | (再掲) 研修の中で外部講師を招聘した専門技術研修を実施 | (再掲) 研修終了後に工芸事業者として円滑な活動を開始するための多様な情報・知識を習得させる内容が十分ではないため、これらの習得に関する研修内容を強化する必要がある。 |
| | 1 | 1 需要の拡大 | (4) 工房経営等に関する知識習得 | 工房経営等に関する研修内容の充実化 | 県 | セルフプロデュース力強化工芸研修事業 | 工芸事業者に対し、工芸生産技術以外の企画力や表現力などのスキルの習得や、異業種交流、ネットワーク形成などのスキルを習得させる「自己プロデュース力」を強化する研修を実施 | 12,500 | 15,069 | 14,132 | 11,702 | 5,327 | ・カリキュラムを通して、自己認識、情報収集、価値づくり、販売方法(SNS情報発信等)、ネットワークづくり等に関するスキルやノウハウを習得し、研修終了後に実践的に活用している。 ・R4～R6年度までに基礎コース36名、強化コース20名が研修終了 | 異なる工芸分野や観光等の異業種等のネットワーク構築の中核となる工芸振興センターの工芸職員の情報収集スキルの向上が必要。 ものづくり振興課などが実施している、より具体的な工房経営に直結した支援策への連携に資する内容の整理が必要。 |
| 14 | 1 | 1 需要の拡大 | (4) 工房経営等に関する知識習得 | 産業支援機関によるセミナー等の活用 | 工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 15 | 1 | 2 原材料の安定確保 | (1) 原材料生産従事者の確保・育成 | 原材料生産における後継者育成・確保の促進 | 県、原材料製造事業者 | 工芸原材料供給強化・調査事業 | (再掲) 伝統工芸品に使用される原材料の持続的供給ができるように枯渇状況に合わせた施策を実施するため、ハンズオン支援等により、各産地組合の原材料確保計画策定に向けた支援をするとともに、技術講習等を実施する。 | 9,090 | 8,585 | 9,532 | 8,180 | 6,127 | 八重山地区の産地組合へ原材料確保に向け現状把握等支援を実施するとともに、経系技術講習会2回開催した。また、R7においては、苧麻栽培の改善を目的に専門家を活用した支援を実施している。 | 原材料確保は栽培など課題改善に時間を要するため、継続的な取組が必要である。そのため、産地組合の原材料確保に向け、原材料確保計画等の策定に向けた支援および技術講習等を引き続き実施する必要がある。 |
| 16 | 1 | 2 原材料の安定確保 | (1) 原材料生産従事者の確保・育成 | 原材料生産技術の改善による品質の向上 | 原材料製造事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 17 | 1 | 2 原材料の安定確保 | (1) 原材料生産従事者の確保・育成 | 原材料供給における分業化、外注の導入促進 | 原材料製造事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 18 | 1 | 2 原材料の安定確保 | (2) 安定確保に向けた取組 | 原材料の必要量、賦存状況の把握 | 原材料製造事業者、工芸事業者 | 工芸原材料供給強化・調査事業 | 工芸原材料供給強化・調査事業において、壺屋焼の原材料となる化粧土の賦存量調査を実施 | 9,090 | 8,585 | 9,532 | 8,180 | 6,127 | R5に壺屋焼の原材料となる化粧土の賦存量調査(ポーリング調査)を実施。R6においては、出土した土の試験研究を行い、化粧土の評価結果に関する講習会を組合へ行った。 | 伝統工芸品に使用される原材料の持続的供給を可能とするため各原材料の枯渇状況に合わせた施策を長期・具体的な取組計画を立て実施する必要がある。 |
| 19 | 1 | 2 原材料の安定確保 | (2) 安定確保に向けた取組 | 原材料の栽培、植林等の推進 | 原材料製造事業者、工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 20 | 1 | 2 原材料の安定確保 | (2) 安定確保に向けた取組 | 伝統工芸事業者と関係機関とのネットワーク構築 | 県、関係機関、工芸事業者 | 工芸原材料供給強化・調査事業 | 工芸品原材料確保事業において、製造者や使い手等にヒヤリング調査を実施し、またシンポジウムや情報交換会等を行い、関係者間のネットワーク構築の取り組みを実施。 | 9,090 | 8,585 | 9,532 | 8,180 | 6,127 | R4に泥藍使用者の意見交換会、苧麻糸績み手のフォーラム開催 | 藍、苧麻の栽培、製造方法等について手法の周知・検証を事業者と連携し引き続き行うとともに、今後は生産事業者当事者間でのネットワークづくりによる実践的な意見交換の場が必要。 |
| 21 | 1 | 2 原材料の安定確保 | (3) 代替原材料の開発と利用の促進 | 代替原材料に関する試験研究・製品開発の実施 | 県、関係機関等 | 工芸研究費 | 工芸に関する試験研究を行い、その成果の指導普及により生産技術の向上及び工芸製品の品質の維持改善を図り、工芸産業の振興発展に寄与する | 1,160 | 1,090 | 1,090 | 1,242 | 1,038 | 調達難となっている森林木材の代替として市街地材の活用について、乾燥、防虫などの技術検証を行った。 | 従来の原材料が確保できない場合、代替材の活用は、工芸の分野を問わず必須であるため、工芸職員による研究開発のほか、情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化が必要。 |
| 22 | 1 | 2 原材料の安定確保 | (3) 代替原材料の開発と利用の促進 | 代替原材料の情報提供及び利用促進 | 県、関係機関、工芸事業者 | 工芸技術指導費 | (再掲) 工芸事業者のニーズに対応した技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | 技術検証を行った結果について、ウッドクラフト組合など工芸事業者へ技術指導を行った。 | 研究成果の普及には、適切な創出、効率的・着実な周知・指導、そして産地・事業者による実践・応用というプロセスが必要であり、これらを推進するには、産地の実態を把握し、課題を的確に抽出できる工芸職員が不可欠だが、現在そうした経験を持つ職員が不足しているため、若手職員の早急な育成が必要。 |
| 23 | 1 | 3 工芸的価値の強化 | (1) 品質の維持・向上 | 安全な製品を提供できる体制の構築 | 県、工芸事業者 | - | 本文中の前置き部分の記載? 取り組み(箇条書き)部分ではない所を誤り整理されていると思われる | - | - | - | - | - | - | - |
| 24 | 1 | 3 工芸的価値の強化 | (1) 品質の維持・向上 | 県営検査制度の徹底と拡充 | 県、組合等 | 織物検査事業 | 織物及び紅型の品質の維持・向上及びブランド化を図ることを目的とした県営検査の実施。 | 21,084 | 21,625 | 24,518 | 26,904 | 28,632 | 検査を行い証紙を貼付することで、差別化や信頼性確保が図られる。 | 検査数量及び受検率の向上が課題。検査制度及び証紙の認知度の向上を図る必要がある。 |
| 25 | 1 | 3 工芸的価値の強化 | (1) 品質の維持・向上 | 各産地組合における検査制度確立への支援 | 県、組合等 | 織物検査事業 | 平成31年4月に沖縄県知花花織検査所を新設。それまで首里織物検査所で行っていた知花花織の県営検査が知花花織検査所で受けられるようになった。 | 21,084 | 21,625 | 24,518 | 26,904 | 28,632 | 受検者の沖縄市から那覇市までの移動の時間的・経済的な負担が解消された。知花花織の経験者が検査員を務めるため、技術の向上に貢献していると考えられる。 | 特になし |
| 26 | 1 | 3 工芸的価値の強化 | (1) 品質の維持・向上 | 検査制度に関する情報発信の強化 | 県、組合等 | 織物検査事業 | (再掲) 織物及び紅型の品質の維持・向上及びブランド化を図ることを目的とした県営検査の実施。 | 21,084 | 21,625 | 24,518 | 26,904 | 28,632 | 県HPにて検査事業の情報を発信 | 検査数量及び受検率の向上が課題。検査制度及び証紙の認知度の向上を図る必要がある。 |
| | 1 | 3 工芸的価値の強化 | (1) 品質の維持・向上 | 検査制度に関する情報発信の強化 | 県、組合等 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 工芸品のPRパンフレット等の制作、工芸品展示販売会の実施等 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R6に製作したタブロイド紙において検査制度を紹介 | 検査数量及び受検率の向上が課題。検査制度及び証紙の認知度の向上を図る必要がある。 |
| 27 | 1 | 3 工芸的価値の強化 | (2) 知的財産制度の活用促進 | 模倣品の流入実態の把握 | 県、組合等 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 28 | 1 | 3 工芸的価値の強化 | (2) 知的財産制度の活用促進 | 知的財産制度の普及・啓発と活用促進 | 県、関係機関等 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | 工芸従事者向けのセミナーの開催 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | R6に知的財産の基礎&著作権トラブル回避セミナーを開催 | セミナー終了後、個別の事案については、個別相談会などを活用し、専門家への相談に繋ぐ必要がある。 |
| 29 | 1 | 3 工芸的価値の強化 | (2) 知的財産制度の活用促進 | 県検査制度の徹底と拡充及び県証紙に関する情報発信の促進 | 県、組合等 | 織物検査事業 | (再掲) 織物及び紅型の品質の維持・向上及びブランド化を図ることを目的とした県営検査の実施。 | 21,084 | 21,625 | 24,518 | 26,904 | 28,632 | 検査を行い証紙を貼付することで、差別化や信頼性確保が図られる。 | 検査数量及び受検率の向上が課題。検査制度及び証紙の認知度の向上を図る必要がある。 |
| | 1 | 3 工芸的価値の強化 | | | | | | | | | | | | 工芸価値の強化を図るためには、工芸価値を認知向上を図る必要がある。そのためには県民の更なる工芸品の価値について理解や認識を向上させる必要がある。また、インバウンドによる工芸品の需要増を図るためにも関係者の理解や認識を高める必要がある。 |

第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画 主要施策事業 一覧表

| 通し番号 | 施策 | 推進方針 | 事業・事業内容 | 事業主体 | 事業名 | 取組(事業)内容 | 予算状況(当初予算額:千円) ※該当ない場合は記入不要 | | | | | 成果 | 課題 | |
|------|----|------------|--------------------------|--------------------------------------|--------------|---------------------|--|--------|--------|--------|--------|--------|---|---|
| | | | | | | | R4 | R5 | R6 | R7 | R8(見込) | | | |
| 30 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (1) 市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開 | 市場情報に関する情報発信、セミナー・研修 | 県、関係機関等 | 沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業 | (再掲) 経営も含めて長期的に持続し活躍できる強い工芸事業者を育てるため、ブランディング、マーケティングや工房経営など工房運営の課題解決のセミナー等を実施 | 0 | 12,860 | 13,344 | 13,780 | 14,230 | 市場情報やブランディングに関するセミナーをR5～R7まで述べ5回実施、100人参加。(R7年11月末時点) | より安く良いものが手に入りやすい市場に対し、どのように自社製品をブランディングするべきか、事業者が自律的に考えられる環境の構築。 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (1) 市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開 | 市場情報に関する情報発信、セミナー・研修 | 県、関係機関等 | セルフプロデュース力強化工芸研修事業 | (再掲) 工芸事業者に対し、工芸生産技術以外の企画力や表現力などのスキルの習得や、異業種交流、ネットワーク形成などのスキルを習得させる「自己プロデュース力」を強化する研修を実施 | 12,500 | 15,069 | 14,132 | 11,702 | 5,327 | (再掲) ・カリキュラムを通して、自己認識、情報収集、価値づくり、販売方法(SNS情報発信等)、ネットワークづくり等に関するスキルやノウハウを習得し、研修終了後に実践的に活用している。 ・R4～R6年度までに基礎コース36名、強化コース20名が研修修了 | 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸製品生産の現状を把握し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化が必要。 |
| 31 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (1) 市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開 | 商品開発補助金 | 県、関係機関等 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | プロデューサー(バイヤー、デザイナー等)と協働した商品開発の補助 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4～R7まで述べ19事業者の商品開発を支援 | 補助金の手続きに不慣れな事業者へのサポート 商品開発に意欲がある工房が、協働可能なプロデューサーを見つけられず、補助金を活用できないことがある。 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (1) 市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開 | 商品開発補助金 | 県、関係機関等 | 沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業 | (再掲) 経営も含めて長期的に持続し活躍できる強い工芸事業者を育てるため、ブランディング、マーケティングや工房経営など工房運営の課題解決のセミナー等を実施 | 0 | 12,860 | 13,344 | 13,780 | 14,230 | R4～R7まで述べ30者の商品開発を支援。(R7年11月末時点) | 個別コンサルティング、事業者ごとの課題の洗い出しをより細かく実施する必要がある。 |
| 32 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (1) 市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開 | 新たな製品開発を支える技術・技法の開発 | 県 | 工芸研究費 | (再掲) 工芸に関する試験研究を行い、その成果の指導普及により生産技術の向上及び工芸製品の品質の維持改善を図り、工芸産業の振興発展に寄与する | 1,160 | 1,090 | 1,090 | 1,242 | 1,038 | ・R4～R6年度において、琉球藍だての技術、漆の下地材の活用、森林木材材の代替として市街地材の活用等の試験開発を行った。 ・R4年度(3件)、R5年度(2件)、R6年度(3件) | 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸製品開発の現状を把握し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 |
| 33 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (1) 市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開 | 商品開発・デザイン・ICT・営業・金融・販売等の人材とのネットワーク構築 | 県、関係機関、工芸事業者 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | おきなわ工芸の杜において工芸と異業種との協働を目的とした交流を促すため、セミナーやワークショップを開催する。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | 県内外の工芸従事者、支援者等のネットワークと入居者との交流を目的としたセミナーおよびワークショップを開催した。 | 引き続き、入居事業者の収益向上、販路拡大に向けて、工芸とは異なる分野の事業者との交流・連携の機会の創出を図る。 |
| 34 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | 歴史や特性、原材料、技法などストーリー性のある魅力の表現 | 工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 35 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | 情報発信の強化と認知度向上 | 県、市町村、工芸事業者 | 工芸品宣伝普及事業費 | 工芸品のPRパンフレット等の制作、工芸品展示販売会の実施等 | 18,931 | 26,977 | 19,971 | 17,175 | 13,991 | 工芸公募展を毎年開催したほか、R4～R7まで述べ県内2回、県外4回の工芸品展示販売会を開催し、沖縄工芸の魅力発信 既存リーフレットの多言語化、増刷による宣伝普及の取り組みを実施 | ・展示販売後の継続的な販路の構築 ・販売商品の確保 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | 情報発信の強化と認知度向上 | 県、市町村、工芸事業者 | 沖縄工芸フェア事業 | 工芸品展示販売会の開催 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 4,000 | 4,000 | R4～R7まで述べ県内2回、県外4回の工芸品展示販売会を開催し、沖縄工芸の魅力発信 | ・展示販売後の継続的な販路の構築 ・販売商品の確保 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | 情報発信の強化と認知度向上 | 県、市町村、工芸事業者 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し情報を発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | 情報発信の強化と認知度向上 | 県、市町村、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 工芸品のPRパンフレット等の制作、工芸品展示販売会の実施等 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4～R7まで述べ述べ18種類のパンフレット・販促物を作成、17件の広報等を実施。他課、民間事業者等との連携を含め、延べ37件の展示会・販売会を実施し、沖縄工芸の魅力発信した。 | より効果的な情報発信手段や出展イベントの選定 イベントにおける周知効果把握方法の検討 |
| 36 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | ICT活用などによる県内外への情報発信の強化 | 県、工芸事業者 | 工芸品宣伝普及事業費 | 県HP、SNS等による県県工芸品・工芸関連イベント等の周知・PR | 18,931 | 26,977 | 19,971 | 17,175 | 13,991 | facebook、Instagramを活用し、県内2回、県外4回開催の工芸品展示販売会の周知・PRを実施した。 | ・魅力的なコンテンツ制作 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | ICT活用などによる県内外への情報発信の強化 | 県、工芸事業者 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し情報を発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | ICT活用などによる県内外への情報発信の強化 | 県、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | インスタグラム等を活用した県工芸品・工芸関連イベント等のPR | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | PR事業や民間事業者との連携事業において、SNS等を活用した本県工芸品のPRや、イベントPR強化を複数回実施した。 | より効果的なSNS発信方法や連携イベントの選定 公報強化による効果把握方法の検討 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | ICT活用などによる県内外への情報発信の強化 | 県、工芸事業者 | セルフプロデュース力強化工芸研修事業 | (再掲) 工芸事業者に対し、工芸生産技術以外の企画力や表現力などのスキルの習得や、異業種交流、ネットワーク形成などのスキルを習得させる「自己プロデュース力」を強化する研修を実施 | 12,500 | 15,069 | 14,132 | 11,702 | 5,327 | (再掲) ・カリキュラムを通して、自己認識、情報収集、価値づくり、販売方法(SNS情報発信等)、ネットワークづくり等に関するスキルやノウハウを習得し、研修終了後に実践的に活用している。 ・R4～R6年度までに基礎コース36名、強化コース20名が研修修了 | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸製品開発の現状を把握し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化が必要。 |
| 37 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | 条例や伝産法に基づく伝統工芸品の指定促進 | 県 | 沖縄県工芸産業振興審議会費 | 産地から申請のある伝統工芸品の指定に向けた審議 | 358 | 337 | 337 | 342 | 360 | R4以降、新規の指定申請はなし | 新規指定があった場合にスムーズに対応ができるよう、情報収集に努める必要がある。 |
| 38 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (2) ブランド力の向上と情報発信の強化 | 検査制度の充実など品質の維持・向上に向けた取り組みへの支援 | 県、組合等 | 織物検査事業 | (再掲) 織物及び紅型の品質の維持・向上及びブランド化を図ることを目的とした県営検査の実施。 | 21,084 | 21,625 | 24,518 | 26,904 | 28,632 | 検査を行い証紙を貼付することで、差別化や信頼性確保が図られている。 | 検査数量及び受検率の向上が課題。検査制度及び証紙の認知度の向上を図る必要がある。 |
| 39 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (3) ICT活用 | ICT活用に関する情報発信、セミナー・研修 | 県、関係機関等 | 沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業 | (再掲) 経営も含めて長期的に持続し活躍できる強い工芸事業者を育てるため、ブランディング、マーケティングや工房経営など工房運営の課題解決のセミナー等を実施 | 0 | 12,860 | 13,344 | 13,780 | 14,230 | SNSの運用、マーケティングについてのセミナーを、R5～R7まで延べ8回実施。183人が参加。(R7年11月末時点) | SNSの競争や複雑化に伴う研修内容の高度化。 |
| | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (3) ICT活用 | ICT活用に関する情報発信、セミナー・研修 | 県、関係機関等 | セルフプロデュース力強化工芸研修事業 | (再掲) 工芸事業者に対し、工芸生産技術以外の企画力や表現力などのスキルの習得や、異業種交流、ネットワーク形成などのスキルを習得させる「自己プロデュース力」を強化する研修を実施 | 12,500 | 15,069 | 14,132 | 11,702 | 5,327 | (再掲) ・カリキュラムを通して、自己認識、情報収集、価値づくり、販売方法(SNS情報発信等)、ネットワークづくり等に関するスキルやノウハウを習得し、研修終了後に実践的に活用している。 ・R4～R6年度までに基礎コース36名、強化コース20名が研修修了 | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸製品開発の現状を把握し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化が必要。 |
| 40 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (3) ICT活用 | おきなわ工芸の杜 ホームページにおける工芸関連情報のプラットフォーム | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し情報を発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 |
| 41 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (4) 販売力の強化と販路開拓 | 市場ニーズに応じた商品開発・販路開拓や工房経営等に関する研修内容の充実化 | 県、関係機関等 | 沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業 | (再掲) 経営も含めて長期的に持続し活躍できる強い工芸事業者を育てるため、ブランディング、マーケティングや工房経営など工房運営の課題解決のセミナー等を実施 | 0 | 12,860 | 13,344 | 13,780 | 14,230 | 採択事業者向けの個別コンサルティングを実施している。採択事業者数はR5～R7まで延べ30事業者。(R7年11月末時点) | 製品の価値向上だけでなく、生産性の向上、価格転換についてもコンサルティングの必要がある。 |

第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画 主要施策事業 一覧表

| 通し番号 | 施策 | 推進方針 | | 事業・事業内容 | 事業主体 | 事業名 | 取組(事業)内容 | 予算状況(当初予算額:千円) ※該当しない場合は記入不要 | | | | | 成果 | 課題 |
|------|----|----------------|------------------------|-----------------------------------|--------------|---------------------|--|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--|--|
| | | | | | | | | R4 | R5 | R6 | R7 | R8(見込) | | |
| 42 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (4) 販売力の強化と販路開拓 | インターネット等を活用した販売システムの構築促進 | 県、関係機関、工芸事業者 | セルフプロデュース力強化工芸研修事業 | (再掲) 工芸事業者に対し、工芸生産技術以外の企画力や表現力などのスキルの習得や、異業種交流、ネットワーク形成などのスキルを習得させる「自己プロデュース力」を強化する研修を実施 | 12,500 | 15,069 | 14,132 | 11,702 | 5,327 | (再掲) ・カリキュラムを通して、自己認識、情報収集、価値づくり、販売方法(SNS情報発信等)、ネットワークづくり等に関するスキルやノウハウを習得し、研修終了後に実践的に活用している。 ・R4～R6年度までに基礎コース36名、強化コース20名が研修修了 | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸製品開発の現状を把握し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化が必要。 |
| 43 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (4) 販売力の強化と販路開拓 | 流通事業者と連携した販路拡大・販売促進の促進 | 県、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 民間事業者主催の工芸品展示販売会とタイアップした広報の実施等 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | 民間事業者主催の工芸品展示販売会と連携した本県工芸品の広報等強化を複数回実施した。 | より効果的な情報発信手段や出展イベントの選定イベントにおける周知効果把握方法の検討 |
| 44 | 2 | 1 「稼ぐ力」の強化 | (4) 販売力の強化と販路開拓 | 販売促進支援補助金(仮) | 県 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 工芸品の展示販売会における広報費や販売促進の取り組み強化への補助 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4～R7まで述べ31事業者の工芸品展示販売イベントでの広報や販売促進への取り組みを支援 | 補助金の手続きに不慣れた事業者へのサポート 県内イベントについては、要件が厳しく活用が難しい。 |
| 45 | 2 | 2 経営力の強化 | (1) 経営感覚に基づいた事業運営・工房経営 | 工房経営等に関する研修内容の充実化 | 県、関係機関等 | 沖縄工芸モノ・コト開発課題解決支援事業 | (再掲) 経営も含めて長期的に持続し活躍できる強い工芸事業者を育てるため、ブランディング、マーケティングや工房経営など工房運営の課題解決のセミナー等を実施 | 0 | 12,860 | 13,344 | 13,780 | 14,230 | 工房運営、経営改善に関するセミナーをR5～R7まで述べ8回実施し、248人が参加。(R7年11月末時点) | 技術のみならず、経営に関する自発的思考の構築や、情報共有ができるコミュニティ形成の支援。 |
| 46 | 2 | 2 経営力の強化 | (1) 経営感覚に基づいた事業運営・工房経営 | 産業支援機関によるセミナー等の活用 | 工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 47 | 2 | 2 経営力の強化 | (1) 経営感覚に基づいた事業運営・工房経営 | 中小企業診断士や経営コンサルタント等の活用促進 | 工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 48 | 2 | 2 経営力の強化 | (1) 経営感覚に基づいた事業運営・工房経営 | おきなわ工芸の杜ホームページにおける工芸関連情報のプラットフォーム | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し情報を発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 |
| 49 | 2 | 2 経営力の強化 | (2) 各分野の人材との協働体制 | 流通事業者と連携した商品開発・販路開拓体制 | 県、関係機関、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | (再掲) プロデューサー(バイヤー、デザイナー等)と協働した商品開発の補助 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | (再掲) R4～R7まで述べ19事業者の商品開発を支援 | (再掲) 補助金の手続きに不慣れた事業者へのサポート 商品開発に意欲がある工房が、協働可能なプロデューサーを見つけられず、補助金を活用できないことがある。 |
| 50 | 2 | 2 経営力の強化 | (2) 各分野の人材との協働体制 | 工芸振興センター及びおきなわ工芸の杜を活用したネットワーク構築 | 県、関係機関、工芸事業者 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | おきなわ工芸の杜において工芸と異業種との協働を目的とした交流を促すため、セミナーやワークショップを開催する。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | 県内外の工芸従事者、支援者等のネットワークと入居者との交流を目的としたセミナーおよびワークショップを開催した。 | 引き続き、入居事業者の収益向上、販路拡大に向けて、工芸とは異なる分野の事業者との交流・連携の機会を創出を図る。 |
| 51 | 2 | 2 経営力の強化 | (2) 各分野の人材との協働体制 | 異分野・異業種とのマッチング | 県、関係機関、工芸事業者 | 工芸品宣伝普及事業費 | 異業種・異分野の事業者との商談会開催 | 18,931 | 26,977 | 19,971 | 17,175 | 13,991 | R4～R7まで、計2回県外にて商談会を実施し、延べ55件の商談があった。 | ・商談募集の周知の強化 ・産地組合における商談に向けた体制づくり |
| 52 | 2 | 2 経営力の強化 | (2) 各分野の人材との協働体制 | 外部資金獲得、活用に向けたノウハウの蓄積 | 県、関係機関、工芸事業者 | - | 産地組合屋工房が外部資金を獲得・活用した事例の収集 | - | - | - | - | - | 適宜、クラウドファンディング実施事例や、ものづくり振興課以外の活用可能性のある補助事業等の情報を収集し、必要に応じて産地組合へ情報提供している。 | 担当事業以外の補助事業の情報収集は難しいところもある |
| 53 | 2 | 2 経営力の強化 | (3) 収益力の向上と経営基盤の強化 | 中小企業診断士や経営コンサルタント等の活用促進 | 工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 54 | 2 | 2 経営力の強化 | (3) 収益力の向上と経営基盤の強化 | 中小企業施策の利活用促進 | 工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 55 | 2 | 2 経営力の強化 | (3) 収益力の向上と経営基盤の強化 | 事業体制のICT化の促進 | 県、工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 56 | 2 | 2 経営力の強化 | (4) 組合運営機能の強化 | 組合運営機能の強化 | 県、市町村、組合等 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 57 | 2 | 2 経営力の強化 | (4) 組合運営機能の強化 | 中小企業団体中央会による組合向けセミナー、各種補助金等の活用 | 組合等 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 58 | 2 | 2 経営力の強化 | (4) 組合運営機能の強化 | 共同事業及び講習会等の拡充 | 組合等 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 59 | 2 | 2 経営力の強化 | (4) 組合運営機能の強化 | 組合員の福利厚生改善 | 組合等 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 60 | 2 | 2 経営力の強化 | (4) 組合運営機能の強化 | 産地組合における社会保険制度導入の促進 | 組合等 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 61 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (1) 観光産業との連携、観光需要の取り込み | 観光市場向けの様々な新商品・サービス開発 | 工芸事業者 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 62 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (1) 観光産業との連携、観光需要の取り込み | 観光プロモーションにおける伝統工芸品活用 | 県、関係機関等 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 観光PRイベント等と協働した工芸品のPR | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4～R7まで述べ9件の観光PRイベントとの協働したPRを実施 | 工芸への興味が高い層へのアプローチを行う観光PR事業の選定アンケート収集手段等の検討(ノベルティなど) イベントにおける周知効果把握方法の検討 |
| 63 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (1) 観光産業との連携、観光需要の取り込み | ターゲット客層毎に対応するPR素材等の整備 | 県、関係機関等 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 観光客層に向けた県工芸品の宣伝広告 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | 観光コース想定工芸パンフレット等の作成、多言語化、観光雑誌タイアップ記事制作等 | モデルコース等の定期的な見直し・更新 |

第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画 主要施策事業 一覧表

| 通し番号 | 施策 | 推進方針 | 事業・事業内容 | 事業主体 | 事業名 | 取組(事業)内容 | 予算状況(当初予算額:千円) ※該当ない場合は記入不要 | | | | | 成果 | 課題 | |
|------|----|---------------------------------|----------------------------|---|---------------|--|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--|---|--|
| | | | | | | | R4 | R5 | R6 | R7 | R8(見込) | | | |
| 64 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (1) 観光産業との連携、観光需要の取り込み | 観光関連事業者との連携体制構築 | 県、関係機関、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 観光関連事業者との協働でのイベント実施、観光業界との連携・マッチングの検討 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4~R7まで述べ9件の観光PRイベントとの協働したPRを実施 R7に観光業界との連携・マッチングに向けたヒアリングを実施 | 工芸への興味が高い層へのアプローチを行う観光PR事業の選定 アンケート収集手段等の検討(ノベリティなど) イベントにおける周知効果把握方法の検討 |
| 65 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (1) 観光産業との連携、観光需要の取り込み | 消費客向け(製作体験、観光土産品、贈答用商品など)のプロモーション強化への支援 | 県、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 観光消費促進に係る補助事業の実施 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4~R7まで述べ5件の観光消費促進の取り組み支援を実施。 | 補助金の手続きに不慣れた事業者へのサポート要件が厳しく、対象となる事業が少ない。 |
| 66 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (2) 文化芸能等他分野との連携 | 歴史・文化施設等との相互連携 | 県、関係機関 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 沖縄文化PRイベント等と協働した工芸品のPR | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4~R7まで述べ8件の沖縄文化PRイベント等での工芸品のPR や展示販売を実施 | 工芸への興味が高い層へのアプローチを行う文化PR事業の選定 PRのためのノベリティ等の必要性 |
| 67 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (2) 文化芸能等他分野との連携 | 相互の客層・愛好家向けに、魅力の情報発信 | 県、関係機関 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 沖縄文化PRイベント等と協働した工芸品のPR | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | (再掲) R4~R7まで述べ5件の沖縄文化PRイベント等での工芸品のPRや展示販売を実施 | (再掲) 工芸への興味が高い層へのアプローチを行う文化PR事業の選定 PRのためのノベリティ等の必要性 |
| 68 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (2) 文化芸能等他分野との連携 | 若手同士の異分野・異業種交流による次世代育成 | 県、関係機関、工芸事業者 | 工芸品宣伝普及事業費 | 工芸展示販売イベントにおける琉球文化分野の人材の招聘 | 18,931 | 26,977 | 19,971 | 17,175 | 13,991 | 県外で開催した沖縄工芸展示班会において、工芸と親和性の高い琉球文化分野の専門家等を招聘し、公演会やイベントをとおして交流を実施 | イベント以外での交流の場の創設 |
| 69 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (2) 文化芸能等他分野との連携 | 未利用資源を活用した新たなビジネスモデルの創出 | 県、関係機関、工芸事業者 | - | 琉球料理、伝統芸能、空手等と工芸を絡めた事業の実施 | - | - | - | - | - | 沖縄県産業振興基金事業補助金を活用し、沖縄の工芸品、食、伝統芸能等の文化を連携させたコンテンツの制作や、県内カフェでの琉球漆器を活用したメニュー提供等、ものづくり振興課以外の予算を活用した展開を実施 | 活用可能な補助事業等の情報収集 |
| 70 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (3) 沖縄のソフトパワーを生かした工芸産業の活性化 | 他分野と連携した様々な新商品・サービス開発 | 県、関係機関、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | (再掲) プロデューサー(バイヤー、デザイナー等)と協働した商品開発の補助 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | (再掲) R4~R7まで述べ19事業者の商品開発を支援 | (再掲) 補助金の手続きに不慣れた事業者へのサポート 商品開発に意欲がある工房が、協働可能なプロデューサーを見つけられず、補助金を活用できないことがある。 |
| 71 | 2 | 3 沖縄工芸の面としての展開 | (3) 沖縄のソフトパワーを生かした工芸産業の活性化 | 異業種間ネットワークによる新商品開発・新分野展開の促進 | 県、関係機関、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | (再掲) プロデューサー(バイヤー、デザイナー等)と協働した商品開発の補助 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | (再掲) R4~R7まで述べ19事業者の商品開発を支援 | (再掲) 補助金の手続きに不慣れた事業者へのサポート 商品開発に意欲がある工房が、協働可能なプロデューサーを見つけられず、補助金を活用できないことがある。 |
| 72 | 3 | 1 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 工芸振興センターによる研修事業、技術支援、試験研究等 | 県 | 工芸技術指導費 | (再掲) 工芸事業者のニーズに対応した技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | (再掲) ・R4~R6年度までに技術相談対応(914件)、技術指導(238事業所)、講習会(13件:502事業所)を実施。 | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 | |
| 72 | 3 | 1 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 工芸振興センターによる研修事業、技術支援、試験研究等 | 県 | 工芸研究費 | (再掲) 工芸に関する試験研究を行い、その成果の指導普及により生産技術の向上及び工芸製品の品質の維持改善を図り、工芸産業の振興発展に寄与する | 1,160 | 1,090 | 1,090 | 1,242 | 1,038 | (再掲) ・R4~R6年度において、琉球藍だての技術、漆の下地材の活用、森林木材の代替として市街地材の活用等の試験開発を行った。 ・R4年度(3件)、R5年度(2件)、R6年度(3件) | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 | |
| 73 | 3 | 1 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 工芸従事者等の集積 | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | おきなわ工芸の杜において工芸と異業種との協働を目的とした交流を促すため、セミナーやワークショップを開催する。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | 入居者、県内事業者、異業種等との交流を目的としたセミナーおよびワークショップを開催した。 | 工芸とは異なる分野の事業者との交流・連携の機会の創出につながった。事業者としての経営力強化や販路拡大につながる効果的な交流の場となるよう、引き続き取り組む必要がある。 | |
| 74 | 3 | 1 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 貸し工房等による起業支援 | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | 貸し工房入居者のスタートアップ支援 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | 貸し工房入居者の支援として、ハンズオン支援や専門家を招いたセミナーを実施。 | 貸し工房入居者の経営力強化や販路拡大につながる機会となるよう、引き続き取り組む必要がある。 | |
| 75 | 3 | 1 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 共同工房等による商品開発促進 | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | 貸し工房入居者が連携した商品の開発 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | これまで入居者間でのコラボ商品は、3点开発されている。 | 引き続き、入居者間の連携強化及び連携促進を図る必要がある。 | |
| 76 | 3 | 1 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 情報の集約と発信機能の充実 | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 | |
| 77 | 3 | 2 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 試験研究・製品開発、技術支援体制の強化 | 県 | 工芸研究費 | (再掲) 工芸に関する試験研究を行い、その成果の指導普及により生産技術の向上及び工芸製品の品質の維持改善を図り、工芸産業の振興発展に寄与する | 1,160 | 1,090 | 1,090 | 1,242 | 1,038 | (再掲) ・R4~R6年度において、琉球藍だての技術、漆の下地材の活用、森林木材の代替として市街地材の活用等の試験開発を行った。 ・R4年度(3件)、R5年度(2件)、R6年度(3件) | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 | |
| 77 | 3 | 2 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 試験研究・製品開発、技術支援体制の強化 | 県 | 工芸技術指導費 | (再掲) 工芸事業者のニーズに対応した技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | (再掲) ・R4~R6年度までに技術相談対応(914件)、技術指導(238事業所)、講習会(13件:502事業所)を実施。 | 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証を強化。内容に応じて事業化などが必要。 | |
| 78 | 3 | 2 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 専門技術員の支援ノウハウ力等の向上 | 県 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 79 | 3 | 2 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 他の公設試験研究機関との連携強化 | 県、関係機関 | 工芸研究費 | (再掲) 工芸に関する試験研究を行い、その成果の指導普及により生産技術の向上及び工芸製品の品質の維持改善を図り、工芸産業の振興発展に寄与する | 1,160 | 1,090 | 1,090 | 1,242 | 1,038 | 全国の公設研究機関の情報ネットワークである「産業技術連携推進会議」にて塗装、繊維、デザインの分野において情報収集と発信を行った。 | リモート会議が中心となるなか、円滑性は得られるものの、踏み込んだ課題についての情報交換が難しくなっている。 | |
| 80 | 3 | 2 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 工芸振興センター等によるコーディネート機能 | 県 | 工芸技術指導費 | (再掲) センターのネットワークを活かし、得られたシーズに基づく技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | 輪島と首里城復興の交流事業、AI技術を活用した社会課題のための大学との連携、県立芸大との人材育成に係る連携等を実施。 | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 | |
| 81 | 3 | 2 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 伝統工芸事業者等による共同研究の促進 | 県、工芸事業者 | 工芸技術指導費 | (再掲) センターのネットワークを活かし、得られたシーズに基づく技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | AI技術を活用した製品検査の研究について、大学と工芸産地組合のマッチングを実施した。 | (再掲) 工芸産地組合および工芸事業者の課題となっている工芸技術を特定し、解決策を講じる必要があるため、工芸職員による情報収集、検証の強化、内容に応じて事業化などが必要。 | |
| 82 | 3 | 3 工芸関連情報の集約・発信 | おきなわ工芸の杜ホームページの充実化 | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 | |
| 83 | 3 | 3 工芸関連情報の集約・発信 | 消費者・観光客向け工芸イベント等情報発信の拡大 | 県 | 工芸品宣伝普及事業費 | 工芸品展示販売会の実施等 | 18,931 | 26,977 | 19,971 | 17,175 | 13,991 | R4~R7まで述べ県内2回、県外4回の工芸品展示販売会を開催し、沖縄工芸の魅力を発信 | ・展示販売後の継続的な販路の構築 ・販売商品の確保 | |

第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画 主要施策事業 一覧表

| 通し番号 | 施策 | 推進方針 | 事業・事業内容 | 事業主体 | 事業名 | 取組(事業)内容 | 予算状況(当初予算額:千円) ※該当しない場合は記入不要 | | | | | 成果 | 課題 |
|------|----|-------------------------|---------------------------|--------------|-----------------|--|------------------------------|--------|--------|--------|--------|---|---|
| | | | | | | | R4 | R5 | R6 | R7 | R8(見込) | | |
| 83 | 3 | 3 工芸関連情報の集約・発信 | 消費者・観光客向け工芸イベント等情報発信の拡大 | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し情報を発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 |
| | | 3 工芸関連情報の集約・発信 | 消費者・観光客向け工芸イベント等情報発信の拡大 | 県 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 工芸品のPRパンフレット等の制作、工芸品展示販売会の実施等 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | (再掲) R4～R7まで述べ述べ18種類のパンフレット・販促物を作成、17件の広報等を実施。他課、民間事業者等との連携を含め、延べ37件の展示会・販売会を実施し、沖縄工芸の魅力発信した。 | (再掲) より効果的な情報発信手段や出展イベントの選定イベントにおける周知効果把握方法の検討 |
| 84 | 3 | 3 工芸関連情報の集約・発信 | 工芸従事者向け支援情報の一元化 | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し情報を発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 |
| 85 | 3 | 4 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 工芸振興センターによるコーディネート機能 | 県 | 工芸技術指導費 | (再掲) センターのネットワークを活かし、得られたシーズに基づく技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | (再掲) 輪島と首里城復興の交流事業、AI技術を活用した社会課題のための大学との連携、県立芸大との人材育成に係る連携等を実施。 | (再掲) 工芸振興センターの職員体制が整っていないため、技術指導や試験開発を含む産地や工芸事業者に対する支援や課題解決に対する遅れが生じている。 |
| 86 | 3 | 4 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 伝統工芸事業者、研究機関等との共同研究の促進 | 県、関係機関、工芸事業者 | 工芸技術指導費 | (再掲) センターのネットワークを活かし、得られたシーズに基づく技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | (再掲) 輪島と首里城復興の交流事業、AI技術を活用した社会課題のための大学との連携、県立芸大との人材育成に係る連携等を実施。 | (再掲) 工芸振興センターの職員体制が整っていないため、技術指導や試験開発を含む産地や工芸事業者に対する支援や課題解決に対する遅れが生じている。 |
| 87 | 3 | 4 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 新たな支援体制の構築 | 県、関係機関 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) おきなわ工芸の杜において工芸と異業種との協働を目的とした交流を促すため、セミナーやワークショップを開催する。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | 入居者、県内事業者、異業種等との交流を目的としたセミナーおよびワークショップを開催した。 | 工芸とは異なる分野の事業者との交流・連携の機会の創出につながった。事業者としての経営力強化や販路拡大につながる効果的な交流の場となるよう、引き続き取り組む必要がある。 |
| 88 | 3 | 4 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 新ビジネスや新商品のシーズの事業化 | 県、関係機関、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 県内ホテル等と連携した工芸品導入の促進検討 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R7に観光業界との連携・マッチングに向けたヒアリングを実施、R8年度に具体化を予定 | 供給側、需要側双方にメリットがある形での事業化 |
| 89 | 3 | 4 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 異分野・異業種とのマッチング | 県、関係機関、工芸事業者 | 工芸技術指導費 | (再掲) センターのネットワークを活かし、得られたシーズに基づく技術相談、依頼試験、技術指導、講習会開催などの各項目を実施する。 | 2,101 | 1,982 | 1,921 | 2,087 | 2,291 | (再掲) 輪島と首里城復興の交流事業、AI技術を活用した社会課題のための大学との連携、県立芸大との人材育成に係る連携等を実施。 | (再掲) 工芸振興センターの職員体制が整っていないため、技術指導や試験開発を含む産地や工芸事業者に対する支援や課題解決に対する遅れが生じている。 |
| 90 | 3 | 4 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 外部資金獲得、活用に向けたノウハウの蓄積 | 県、関係機関、工芸事業者 | - | 産地組合屋工房が外部資金を獲得・活用した事例の収集 | - | - | - | - | - | 適宜、クラウドファンディング実施事例や、ものづくり振興課以外の活用可能性のある補助事業等の情報を収集し、必要に応じて産地組合へ情報提供している。 | 担当事業以外の補助事業の情報収集は難しいところもある |
| 91 | 4 | 1 多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識 | おきなわ工芸の杜における、展示、情報発信、工芸体験 | 県 | おきなわ工芸の杜指定管理費 | (再掲) 本県工芸産業振興を図るため、おきなわ工芸の杜Webサイト等において工芸品やイベント情報等の発信をする。 | 81,369 | 74,873 | 69,257 | 66,959 | 63,819 | おきなわ工芸の杜で開催されるイベントやセミナー等に関する情報などを定期的に更新し情報を発信した。併せて、体験工房や貸し工房入居者が実施する体験プログラムを掲載するなど、工芸体験の周知を強化した。 | SNSを活用した情報発信やイベント時の広報活動等、利用者がより使いやすいサイトとなるよう引き続き強化する。 |
| 92 | 4 | 1 多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識 | 本県工芸に関する情報発信の強化 | 県 | 沖縄工芸フェア事業 | 県外での工芸品展示販売会の開催 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 4,000 | 4,000 | R4～R7まで県外4回の工芸品展示販売会を開催し、沖縄工芸の魅力発信 | ・展示販売後の継続的な販路の構築 ・販売商品の確保 |
| | | 1 多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識 | 本県工芸に関する情報発信の強化 | 県 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 県外での工芸品展示販売会の開催 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4～R7まで述べ述べ11件の県外(内国外4件)の展示会・販売会を実施し、沖縄工芸の魅力発信した。 | より効果的な情報発信手段や出展イベントの選定イベントにおける周知効果把握方法の検討 |
| 93 | 4 | 1 多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識 | 工芸フェア出展等、工芸に触れる機会の創出 | 県 | 沖縄工芸フェア事業 | (再掲) 県外での工芸品展示販売会の開催 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 4,000 | 4,000 | R4～R7まで県外4回の工芸品展示販売会を開催し、沖縄工芸の魅力に触れる機会を創出 | ・展示販売後の継続的な販路の構築 ・販売商品の確保 |
| | | 1 多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識 | 工芸フェア出展等、工芸に触れる機会の創出 | 県 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | 工芸品展示販売会の実施等 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | R4～R7まで延べ37件の展示会・販売会を実施し、沖縄工芸の魅力発信した。 | より効果的な情報発信手段や出展イベントの選定イベントにおける周知効果の把握方法を検討が必要 |
| | | 1 多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識 | 工芸フェア出展等、工芸に触れる機会の創出 | 県 | 戦後80年沖縄の工芸企画展事業 | 戦後80年の沖縄工芸の歴史の企画展 | 0 | 0 | 0 | 18,973 | 0 | R7に、戦後80周年記念企画展として、沖縄工芸の歩みを紹介する企画展を開催 | 誘客・周知の取り組みの強化が必要 |
| | | 1 多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識 | 工芸フェア出展等、工芸に触れる機会の創出 | 県 | 首里城復興記念事業(仮) | 首里城正殿完成に合わせた工芸の広報及び企画展等の開催 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20,000 | R8の首里城正殿完成に合わせ、首里城と沖縄工芸の関り等をPRする企画展・工芸販売イベントを開催 | 誘客・周知の取り組みの強化が必要 |
| 94 | 4 | 2 琉球文化を活用した産業振興 | 他分野と連携した様々な新商品・サービス開発 | 県、関係機関、工芸事業者 | 首里城復興記念事業(仮) | 首里城正殿完成に合わせた工芸の広報及び企画展等の開催 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20,000 | R8の首里城正殿完成に合わせ、首里城を絡めた工芸品等を収集し、また新商品の作成を促し、企画展での展示及び販売を行う。 | 十分な製作期間を設ける必要がある |
| 95 | 4 | 1 琉球文化を活用した産業振興 | 異業種間ネットワークによる新商品開発の促進 | 県、関係機関、工芸事業者 | 島工芸おきなわ販路拡大推進事業 | (再掲) プロデューサー(バイヤー、デザイナー等)と協働した商品開発の補助 | 31,250 | 29,423 | 31,333 | 32,443 | 43,318 | (再掲) R4～R7まで述べ19事業者の商品開発を支援 | (再掲) 補助金の手続きに不慣れな事業者へのサポート商品開発に意欲がある工房が、協働可能なプロデューサーを見つけられず、補助金を活用できないことがある。 |

計画の構成案

| 第10次（令和9年～令和13年）（案） | 第9次（令和4年～令和8年） |
|----------------------------------|--|
| 第1章 総説 | 第1章 総説 |
| 1 計画策定の意義 | 1. 計画策定の意義 |
| 2 計画の性格 | 2. 計画の性格 |
| 3 計画の期間 | 3. 計画の期間 |
| 4 計画の目標（成果指標） | 4. 計画の目標（成果指標） |
| 第2章 伝統工芸産業の現状と課題 | 第2章 伝統工芸産業の現状と課題 |
| 1 伝統工芸産業の現状 | 1. 伝統工芸産業の現状 |
| ①伝統工芸産業生産額の推移 | ①伝統工芸産業生産額の推移 |
| ②1人あたりの生産額 | ②1人あたりの生産額 |
| ③伝統工芸産業従事者数の推移 | ③伝統工芸産業従事者数の推移 |
| ④伝統工芸産業事業所数の推移 | ④伝統工芸産業事業所数の推移 |
| 2 伝統工芸産業の課題 | 2. 伝統工芸産業の課題 |
| 各工芸品の現状と課題 | 各工芸品の現状と課題 |
| 第3章 計画の基本方針 | 第3章 計画の基本方針 |
| 1 伝統的な技術・技法の継承と発展 | 1. 伝統的な技術・技法の継承と発展 |
| 2 伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的な工芸産業の振興 | 2. 伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的な工芸産業の振興 |
| 3 おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進 | 3. おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進 |
| 4 琉球文化ルネサンスや沖縄ブランド戦略と連動した取り組み | 4. 首里城復興基本計画と連動した取り組み ※本文では「首里城復興と連動した琉球文化のルネサンス」 |
| 第4章 主要施策の推進方針（伝統工芸産業振興に向けた施策の展開） | 第4章 主要施策の推進方針（伝統工芸産業振興に向けた施策の展開） |
| 施策1 伝統的な技術・技法の継承と発展 | 施策1 伝統的な技術・技法の継承と発展 |
| 1 人材の確保・育成 | 1. 人材の確保・育成 |
| 2 原材料と道具の安定確保 | 2. 原材料の安定確保 |
| 3 品質確保と知的財産制度の活用 | 3. 工芸的価値の強化 |
| 施策2 伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的な工芸産業の振興 | 施策2 伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的な工芸産業の振興 |
| 1 「稼ぐ力」の強化 | 1. 「稼ぐ力」の強化 |
| 2 経営力の強化 | 2. 経営力の強化 |
| 3 沖縄工芸の面としての展開と工芸価値の強化 | 3. 沖縄工芸の面としての展開 |
| 施策3 おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進 | 施策3 おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進 |
| 1 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 1. 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり |
| 2 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 2. 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 |
| 3 工芸関連情報の集約・発信 | 3. 工芸関連情報の集約・発信 |
| 4 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 4. 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 |
| 施策4 琉球文化ルネサンスや沖縄ブランド戦略と連動した取り組み | 施策4 首里城復興と連動した琉球文化のルネサンス |
| 1 多様性・独自性をもつ琉球文化・伝統工芸の再認識 | 1. 多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識 |
| 2 琉球文化や沖縄ブランド戦略を活用した工芸産業振興 | 2. 琉球文化を活用した産業振興 |
| 第5章 伝統工芸産業振興の推進体制のあり方 | 第5章 伝統工芸産業振興の推進体制のあり方 |
| 1 工芸従事者 | 1. 工芸従事者 |
| 2 異分野・異業種等の専門的人材 | 2. 異分野・異業種等の専門的人材 |
| 3 国、県、市町村及び支援機関 | 3. 国、県、市町村及び支援機関 |
| 4 県民 | 4. 県民 |
| （付表） | （付表） |
| 第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業 | 第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業 |
| （参考資料） | （参考資料） |
| 1 沖縄県工芸産業振興審議会委員名簿 | 1. 沖縄県工芸産業振興審議会委員名簿 |
| 2 第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画策定に関する審議経緯 | 2. 第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画策定に関する審議経緯 |

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32

第9-10次沖縄県伝統工芸産業振興計画
(骨子案)

令和4〇年3〇月

沖 縄 県

第9-10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 |
| 4 | 計画の目標（成果指標） | 2 |

第2章 伝統工芸産業の現状と課題

| | | |
|---|---------------|----|
| 1 | 伝統工芸産業の現状 | 3 |
| ① | 伝統工芸産業生産額の推移 | 4 |
| ② | 1人あたりの生産額 | 5 |
| ③ | 伝統工芸産業従事者数の推移 | 6 |
| ④ | 伝統工芸産業事業所数の推移 | 7 |
| 2 | 伝統工芸産業の課題 | 8 |
| | 各工芸品の現状と課題 | 12 |

第3章 計画の基本方向

| | | |
|---|---------------------------------------|----|
| 1 | 伝統的な技術・技法の継承と発展 | 18 |
| 2 | 伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的な工芸産業の振興 | 18 |
| 3 | おきなわ工芸の柱を拠点とした工芸産業施策の推進 | 19 |
| 4 | 首里城復興基本計画と琉球文化ルネサンスや沖縄ブランド戦略と連動した取り組み | 19 |

第4章 主要施策の推進方針 (伝統工芸産業振興に向けた施策の展開)

| | | |
|-----|------------------------------|----|
| 施策1 | 伝統的な技術・技法の継承と発展 | 20 |
| 1 | 人材の確保・育成 | 20 |
| 2 | 原材料と道具の安定確保 | 22 |
| 3 | 工芸的価値の強化品質確保と知的財産制度の活用 | 23 |
| 施策2 | 伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的な工芸産業の振興 | 24 |
| 1 | 「稼ぐ力」の強化 | 24 |
| 2 | 経営力の強化 | 26 |

| | | | |
|----|-----|-------------------------------|----|
| 1 | 3 | 沖縄工芸の面としての展開と工芸価値の強化 | 27 |
| 2 | 施策3 | おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進 | 29 |
| 3 | 1 | 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 29 |
| 4 | 2 | 技術指導體制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 29 |
| 5 | 3 | 工芸関連情報の集約・発信 | 30 |
| 6 | 4 | 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 30 |
| 7 | 施策4 | 首里城復興と連動した琉球文化のルネサンスや沖縄ブランド戦略 | |
| 8 | | と連動した取り組み | 31 |
| 9 | 1 | 多様性・独自性をもつ琉球文化・伝統工芸の再認識 | 31 |
| 10 | 2 | 琉球文化や沖縄ブランド戦略を活用した産業振興 | 31 |

11

12 第5章 伝統工芸産業振興の推進体制のあり方

13

| | | | |
|----|---|----------------|----|
| 14 | 1 | 工芸従事者 | 32 |
| 15 | 2 | 異分野・異業種等の専門的人材 | 32 |
| 16 | 3 | 国、県、市町村及び支援機関 | 33 |
| 17 | 4 | 県民 | 33 |

18

19

20

| | | | |
|----|------|---------------------------|----|
| 21 | (付表) | 第9-10次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業 | 34 |
|----|------|---------------------------|----|

22

23 (参考資料)

| | | | |
|----|---|-------------------------------|----|
| 24 | 1 | 沖縄県工芸産業振興審議会委員名簿 | 39 |
| 25 | 2 | 第9-10次沖縄県伝統工芸産業振興計画策定に関する審議経緯 | 40 |

26

27

28

29

30

31

32

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8・9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、工芸従事者はじめ国・市町村の努力と相まって、一定の成果を上げてきた。

しかし、本県の伝統工芸産業は、生活様式の変化や廉価で使い勝手の良い生活用品の浸透、生産従事者の後継者の確保難、原材料価格の高騰や良質な原材料の入手難などを背景に、生産額や従事者数は最盛期に比べて減少しており、なお厳しい状況が続いている。

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、県内全域に歴史をもつ産地が点在し、さらに新たな工芸品目や産地が創出されるなど、地域経済の活性化や観光産業の振興に重要な役割を果たしている。また、伝統的な技術・技法を活用し現代の生活空間・生活様式・生活文化で日常的に愛用される工芸品の広がりや県外ファンを多く抱える工芸作家の出現など、伝統工芸産業は新たな成長段階にあると言える。

伝統工芸品は、海外から染料や技法などが移入された歴史を持ち、地域で手に入る身近な自然素材を主な原材料として創意工夫しながら技を磨き、庶民や上流階級の日常生活及び国外への贈答用として活用されてきたものである。沖縄の気候風土や生活文化に根ざした原材料や技法、活用様式など、長い年月を経てこの土地で生まれ愛用され続けてきた地域が誇る宝であると言える。

伝統的な技術・技法を活用しひとつひとつが丹精に手仕事で作られる伝統工芸品は、「ゆとり」や「手作りのぬくもり」など、生活に豊かさと潤いを与えるものである。また沖縄の独自の歴史や文化、豊かな自然環境を反映しており、まさに沖縄のソフトパワーを活かした産業であり、昔ながらの伝統工芸品のみならず、観光土産品や生活必需品、ファッション、インテリアなど幅広い分野において、大きな発展可能性を有している。そのため、本県では、新たな沖縄振興計画において、地理的・歴史的経緯から育まれてきた地域の魅力的な文化資源や長い歴史・風土の中で培われてきた伝統工芸の技術・技法を継承するとともに、これら資源を活用し、魅力的なものづくりを図ることとしている。

以上のことを踏まえ、これまでの8・9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9・10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、業界や市町村においては、活動の方向性を示すものである。

3 計画の期間

この計画の期間は、令和4・9年度から令和8・13年度までの5か年とする。

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12

4 計画の目標

この計画は、長い歴史・風土の中で培われてきた伝統工芸のソフトパワーを生かし、技術・技法の継承や原材料の安定確保、市場ニーズに対応した商品の開発、おきなわ工芸の杜等を活用したネットワーク強化等の諸施策に取り組み、伝統工芸産業のさらなる活性化を図ることを目標とする。

・ 5年後の目指す姿 工芸産業生産額 ~~3,363,318~~4,320,000千円

※ 本計画での使用用語について

本計画でいう「伝統工芸品」とは、沖縄県内で生産される「伝統的工芸品」「伝統工芸製品」「その他工芸品」を含めた全工芸品のこととする。

第2章 伝統工芸産業の現状と課題

1 伝統工芸産業の現状

(1) 県内の状況

本県の伝統工芸品には、令和4年3月時点において、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5種16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6種26品目、伝産法及び条例指定外のその他工芸品として、木竹工、金細工、ウージ染め等のその他染織物等がある。

これら伝統工芸品を製造する伝統工芸産業については、その伝統性や文化性を尊重し、技術・技法を将来にわた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。

令和6年度における本県伝統工芸産業の生産額は、~~36億5,666万~~**39億4,903万**円となっており、第8-9次沖縄県伝統工芸産業振興計画の開始時**前年度**の平成28**令和3**年度との対比では**8.966.3**ポイント（~~3億5,813万1~~**15億7,442**万円）**減少増加**している。なお、令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により**工芸生産額等が大きく落ち込んだ時期**である。コロナ渦以前の令和元年度（平成31年度）との対比では、**7.9**ポイント（**2億8,805**万円）増加しており、コロナ渦以前の水準までようやく回復してきたところといえる。

令和6年度生産額の工芸品別シェアでは、~~織物が最も多く34%、陶器28.5%、ガラス17.3%、小木工7.2%、びんがた6.2%~~**陶器が最も多く36.9%、ガラス26.3%、織物24.3%、小木工4.8%、びんがた4%**となっている。

生産額は、昭和57年度の57億5,500万円をピークに増減を繰り返しながらも、漸減傾向にあり、現在は、ピーク時の約**6.7**割まで縮小している。その中でも染織と漆器は昭和57年度の5割以下に減少している。

また、令和6年度における伝統工芸産業従事者数は1,661人、事業所数は**728**~~743~~事業所となっており、平成28**令和3**年度との対比では、従事者数は**8.3**~~16~~ポイント（~~151~~**229**人）の**減少増加**、事業所数は**4.8**~~3.5~~ポイント（~~37~~**25**事業所）の**減少増加**となっている。コロナ渦以前の令和元年との対比では、従業員数は**0.5**ポイント（**△8**人）の**減少**、事業所数は**1.9**ポイント（**14**事業所）の**増加**となっており、生産額と同様に、コロナ渦以前の水準まで回復してきたところである。

なお、従事者数のピークは昭和56年度の3,570人、事業所数のピークは昭和59年度の1,446事業所となっており、現在はそれぞれピーク時の半数程度である。

生産額については、品目や年度による多少の増減はあるものの、長期的には**減少傾向にある。—ったものが、回復に転じてきている。**

従事者については、年齢別では高年齢層**60代以上**の割合が増加し**約40%**となっており**一方**で、従事者の経験年数別割合では5年未満の割合が**減少増加**していることから、**若手従事者の確保と定着不足が懸念される。—への対応の効果が少しづつ示されてきていると思われる。**

1
2
3
4

伝統工芸産業の生産額・従事者数・事業所数等の推移

①業種別・年度別生産額

(単位:千円)

| 品名 | | R元 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | 対前年度比 | 対R3年度比 | 対R元年度比 |
|------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|--------|--------|
| 伝 統 工 芸 | 芭蕉布 | 68,979 | 77,021 | 68,273 | 68,166 | 63,390 | 71,464 | 112.7% | 104.7% | 103.6% |
| | 読谷山花織・ミサー | 25,435 | 25,255 | 32,383 | 40,650 | 36,464 | 41,930 | 115.0% | 129.5% | 164.9% |
| | 首里織 | 35,146 | 29,067 | 26,412 | 30,551 | 34,400 | 55,933 | 162.6% | 211.8% | 159.1% |
| | 琉球絣 | 146,836 | 144,668 | 162,279 | 170,829 | 163,194 | 164,954 | 101.1% | 101.6% | 112.3% |
| | 久米島紬 | 46,292 | 44,293 | 44,662 | 41,195 | 48,583 | 50,052 | 103.0% | 112.1% | 108.1% |
| | 宮古上布 | 42,656 | 26,886 | 32,706 | 11,440 | 25,707 | 34,666 | 134.9% | 106.0% | 81.3% |
| | 八重山上布・ミサー | 844,174 | 477,853 | 310,573 | 370,784 | 431,751 | 490,264 | 113.6% | 157.9% | 58.1% |
| | 竹富織物 | 6,379 | 6,659 | 9,361 | 11,490 | 5,318 | 12,888 | 242.3% | 137.7% | 202.0% |
| | 与那国織 | 27,701 | 18,919 | 18,454 | 18,356 | 18,966 | 18,207 | 96.0% | 98.7% | 65.7% |
| | 知花花織 | 12,114 | 9,383 | 11,231 | 11,860 | 17,155 | 17,718 | 103.3% | 157.8% | 146.3% |
| | 小計 | 1,255,712 | 860,004 | 716,334 | 775,321 | 844,928 | 958,076 | 113.4% | 133.7% | 76.3% |
| 製 | びんがた | 226,331 | 104,918 | 124,588 | 200,106 | 197,514 | 158,057 | 80.0% | 126.9% | 69.8% |
| | 小計 | 1,482,043 | 964,922 | 840,922 | 975,427 | 1,042,442 | 1,116,133 | 107.1% | 132.7% | 75.3% |
| 品 | 漆器 | 72,850 | 22,782 | 17,600 | 25,803 | 25,101 | 22,650 | 90.2% | 128.7% | 31.1% |
| | 陶器 | 1,043,375 | 816,469 | 911,091 | 1,236,849 | 1,386,550 | 1,457,866 | 105.1% | 160.0% | 139.7% |
| | 琉球ガラス | 634,008 | 307,052 | 273,049 | 370,133 | 809,471 | 1,039,342 | 128.4% | 380.6% | 163.9% |
| | 三線 | 94,334 | 116,075 | 116,615 | 54,100 | 91,785 | 38,021 | 41.4% | 32.6% | 40.3% |
| | 小計 | 3,326,610 | 2,227,300 | 2,159,277 | 2,662,312 | 3,355,349 | 3,674,012 | 109.5% | 170.2% | 110.4% |
| そ 他 | ウージ染、その他染織物 | 71,928 | 40,948 | 42,280 | 39,406 | 91,701 | 86,687 | 94.5% | 205.0% | 120.5% |
| | 小木工 | 262,442 | 234,591 | 173,052 | 222,425 | 217,734 | 188,337 | 86.5% | 108.8% | 71.8% |
| | 小計 | 334,370 | 275,539 | 215,332 | 261,831 | 309,435 | 275,024 | 88.9% | 127.7% | 82.3% |
| 合計 | | 3,660,980 | 2,502,839 | 2,374,609 | 2,924,143 | 3,664,784 | 3,949,036 | 107.8% | 166.3% | 107.9% |

5
6
7
8
9
10

注1：工芸産業実態調査からの抜粋である。
ここでは「伝統工芸産業」と表記する。
以下 ②、③、④ の表も同様である。

②一人あたりの生産額(生産額/従事者数)

(単位:千円)

| 品名 | | R元 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | 対前年度比 | 対R3年度比 | 対R元年度比 |
|-----|------------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 伝織 | 芭蕉布 | 2,555 | 2,656 | 2,626 | 2,435 | 2,264 | 2,464 | 108.8% | 93.8% | 96.5% |
| | 読谷山花織・ミンサー | 348 | 361 | 463 | 399 | 361 | 424 | 117.3% | 91.6% | 121.6% |
| | 首里織 | 689 | 484 | 550 | 710 | 819 | 543 | 66.3% | 98.7% | 78.8% |
| | 琉球絣 | 906 | 871 | 990 | 1,042 | 1,014 | 943 | 93.0% | 95.3% | 104.0% |
| | 久米島紬 | 472 | 466 | 465 | 420 | 511 | 725 | 141.8% | 155.9% | 153.6% |
| | 宮古上布 | 1,293 | 1,222 | 1,258 | 545 | 952 | 990 | 104.0% | 78.7% | 76.6% |
| | 八重山上布・ミンサー | 5,554 | 3,229 | 2,142 | 2,648 | 2,978 | 3,453 | 116.0% | 161.2% | 62.2% |
| | 竹富織物 | 319 | 162 | 213 | 287 | 140 | 339 | 242.3% | 159.4% | 106.3% |
| | 与那国織 | 1,319 | 485 | 513 | 540 | 677 | 674 | 99.6% | 131.5% | 51.1% |
| | 知花花織 | 209 | 156 | 173 | 180 | 256 | 268 | 104.8% | 155.4% | 128.5% |
| | 小計 | 1,807 | 1,178 | 995 | 1,053 | 1,154 | 1,224 | 106.0% | 123.0% | 67.7% |
| 製 | びんがた | 2,515 | 1,614 | 1,501 | 2,274 | 2,599 | 2,395 | 92.1% | 159.5% | 95.2% |
| | 小計 | 1,888 | 1,214 | 1,047 | 1,184 | 1,290 | 1,315 | 101.9% | 125.5% | 69.6% |
| 品 | 漆器 | 1,917 | 1,752 | 1,760 | 2,150 | 1,569 | 1,416 | 90.2% | 80.4% | 73.8% |
| | 陶器 | 2,490 | 2,001 | 2,581 | 3,455 | 3,357 | 3,328 | 99.1% | 129.0% | 133.7% |
| | 琉球ガラス | 2,272 | 1,583 | 1,883 | 2,804 | 4,706 | 4,225 | 89.8% | 224.4% | 185.9% |
| | 三線 | 2,419 | 3,414 | 5,070 | 3,006 | 4,831 | 2,535 | 52.5% | 50.0% | 104.8% |
| | 小計 | 2,132 | 1,542 | 1,619 | 1,981 | 2,350 | 2,349 | 100.0% | 145.1% | 110.2% |
| | その他 | ウージ染、その他染織物 | 1,332 | 871 | 846 | 804 | 1,609 | 1,885 | 117.1% | 222.9% |
| 小木工 | | 4,772 | 3,170 | 3,605 | 4,119 | 3,402 | 3,693 | 108.5% | 102.4% | 77.4% |
| 小計 | | 3,068 | 2,277 | 2,197 | 2,542 | 2,557 | 2,835 | 110.9% | 129.0% | 92.4% |
| 合計 | | 2,194 | 1,599 | 1,658 | 2,021 | 2,366 | 2,378 | 100.5% | 143.4% | 108.4% |

1

2

3

4

③業種別・年度別従事者数

(単位:人)

| 品名 | | R元 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | 対前年度比 | 対R3年度比 | 対R元年度比 |
|-----|------------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 伝織 | 芭蕉布 | 27 | 29 | 26 | 28 | 28 | 29 | 103.6% | 111.5% | 107.4% |
| | 読谷山花織・ミンサー | 73 | 70 | 70 | 102 | 101 | 99 | 98.0% | 141.4% | 135.6% |
| | 首里織 | 51 | 60 | 48 | 43 | 42 | 103 | 245.2% | 214.6% | 202.0% |
| | 琉球絣 | 162 | 166 | 164 | 164 | 161 | 175 | 108.7% | 106.7% | 108.0% |
| | 久米島紬 | 98 | 95 | 96 | 98 | 95 | 69 | 72.6% | 71.9% | 70.4% |
| | 宮古上布 | 33 | 22 | 26 | 21 | 27 | 35 | 129.6% | 134.6% | 106.1% |
| | 八重山上布・ミンサー | 152 | 148 | 145 | 140 | 145 | 142 | 97.9% | 97.9% | 93.4% |
| | 竹富織物 | 20 | 41 | 44 | 40 | 38 | 38 | 100.0% | 86.4% | 190.0% |
| | 与那国織 | 21 | 39 | 36 | 34 | 28 | 27 | 96.4% | 75.0% | 128.6% |
| | 知花花織 | 58 | 60 | 65 | 66 | 67 | 66 | 98.5% | 101.5% | 113.8% |
| | 小計 | 695 | 730 | 720 | 736 | 732 | 783 | 107.0% | 108.8% | 112.7% |
| 製 | びんがた | 90 | 65 | 83 | 88 | 76 | 66 | 86.8% | 79.5% | 73.3% |
| | 小計 | 785 | 795 | 803 | 824 | 808 | 849 | 105.1% | 105.7% | 108.2% |
| 品 | 漆器 | 38 | 13 | 10 | 12 | 16 | 16 | 100.0% | 160.0% | 42.1% |
| | 陶器 | 419 | 408 | 353 | 358 | 413 | 438 | 106.1% | 124.1% | 104.5% |
| | 琉球ガラス | 279 | 194 | 145 | 132 | 172 | 246 | 143.0% | 169.7% | 88.2% |
| | 三線 | 39 | 34 | 23 | 18 | 19 | 15 | 78.9% | 65.2% | 38.5% |
| | 小計 | 1,560 | 1,444 | 1,334 | 1,344 | 1,428 | 1,564 | 109.5% | 117.2% | 100.3% |
| | その他 | ウージ染、その他染織物 | 54 | 47 | 50 | 49 | 57 | 46 | 80.7% | 92.0% |
| 小木工 | | 55 | 74 | 48 | 54 | 64 | 51 | 79.7% | 106.3% | 92.7% |
| 小計 | | 109 | 121 | 98 | 103 | 121 | 97 | 80.2% | 99.0% | 89.0% |
| 合計 | | 1,669 | 1,565 | 1,432 | 1,447 | 1,549 | 1,661 | 107.2% | 116.0% | 99.5% |

1

2

④業種別・年度別事業所数

(単位:事業所)

| 品名 | | R元 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | 対前年度比 | 対R3年度比 | 対R元年度比 |
|-----|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|--------|--------|
| 伝織 | 芭蕉布 | 16 | 16 | 14 | 14 | 16 | 16 | 100.0% | 114.3% | 100.0% |
| | 読谷山花織・ミンサー | 73 | 70 | 70 | 102 | 101 | 99 | 98.0% | 141.4% | 135.6% |
| | 首里織 | 42 | 52 | 41 | 37 | 38 | 97 | 255.3% | 236.6% | 231.0% |
| | 琉球絣 | 46 | 46 | 43 | 45 | 45 | 46 | 102.2% | 107.0% | 100.0% |
| | 久米島紬 | 95 | 92 | 93 | 95 | 92 | 66 | 71.7% | 71.0% | 69.5% |
| | 宮古上布 | 15 | 11 | 21 | 17 | 17 | 29 | 170.6% | 138.1% | 193.3% |
| | 八重山上布・ミンサー | 75 | 74 | 73 | 65 | 75 | 70 | 93.3% | 95.9% | 93.3% |
| | 竹富織物 | 18 | 39 | 39 | 34 | 32 | 33 | 103.1% | 84.6% | 183.3% |
| | 与那国織 | 19 | 37 | 36 | 34 | 28 | 27 | 96.4% | 75.0% | 142.1% |
| | 知花花織 | 58 | 60 | 65 | 66 | 67 | 66 | 98.5% | 101.5% | 113.8% |
| | 小計 | 457 | 497 | 495 | 509 | 511 | 549 | 107.4% | 110.9% | 120.1% |
| 製 | びんがた | 30 | 28 | 31 | 29 | 30 | 30 | 100.0% | 96.8% | 100.0% |
| | 小計 | 487 | 525 | 526 | 538 | 541 | 579 | 107.0% | 110.1% | 118.9% |
| | | | | | | | | | | |
| 品 | 漆器 | 9 | 9 | 6 | 7 | 6 | 6 | 100.0% | 100.0% | 66.7% |
| | 陶器 | 142 | 127 | 108 | 95 | 101 | 102 | 101.0% | 94.4% | 71.8% |
| | 琉球ガラス | 18 | 15 | 9 | 10 | 11 | 11 | 100.0% | 122.2% | 61.1% |
| | 三線 | 24 | 21 | 17 | 15 | 15 | 13 | 86.7% | 76.5% | 54.2% |
| | 小計 | 680 | 697 | 666 | 665 | 674 | 711 | 105.5% | 106.8% | 104.6% |
| その他 | ウージ染、その他染織物 | 26 | 32 | 34 | 28 | 29 | 22 | 75.9% | 64.7% | 84.6% |
| | 小木工 | 23 | 21 | 18 | 16 | 14 | 10 | 71.4% | 55.6% | 43.5% |
| | 小計 | 49 | 53 | 52 | 44 | 43 | 32 | 74.4% | 61.5% | 65.3% |
| 合計 | | 729 | 750 | 718 | 709 | 717 | 743 | 103.6% | 103.5% | 101.9% |

1

2

1 (2) 全国の状況

2 全国には、伝産法に基づき経済産業大臣の指定を受けた伝統的工芸品が、令和
3 ~~3~~7年10月時点で236244品目あり、平成29令和4年度における推計生産額は
4 9271,050億円、従事者数は5万7千48,334人となっている。

5 また、全国の伝統的工芸品の生産額と従事者数の推移は、生産額のピークであ
6 った昭和58年度の5,405億6,400万円に比べ、平成29令和4年度は82.880.5ポイン
7 トの減少、従事者数のピークであった昭和54年度の28万7,956人に比べ同
8 ~~79.983.2~~ポイントの減少と、現在は何れもピーク時の1/4.5以下の大幅な減少
9 となっている。

10
11 一方、本県の伝統工芸品は、ピーク時と令和元6年度の比較において、生産額
12 で~~36.5~~31.4%、従事者数で~~53.5~~53.4%減少となっており、全国の推移に比べ減少
13 率は緩やかとなっている。全国の危機的状況と比較して本県生産額の減少率が比
14 較的緩やかとなっている原因は、一部工芸品が観光消費を取り込んできたためだ
15 と考えられる。

16 17 18 2 伝統工芸産業の課題

19 20 (1) 市場ニーズへの対応

21 国内の伝統工芸品を取り巻く環境は、戦後の復興から高度経済成長を経る過程
22 で、居住形態、産業構造、生活様式等の変化により、市場の縮小を余儀なくされ
23 てきた。本県でも同様に、戦後及び復帰後を経て、大量生産される手頃な価格の
24 食器や容器、外国製造の衣類の浸透、家庭における伝統的な行事の衰退、伝統工
25 芸品愛好家の減少等により、伝統工芸品は、生産額、従事者数、事業所数のい
26 ずれも最盛期と比べ減少している。一方で、土産品や体験商品などで観光客需要を
27 取り込んできた工芸品や、現代の生活様式にも馴染みやすくデザインの自由度も
28 高い工芸品などは、大きな減少を免れている。

29 消費者嗜好の多様化はますます進み、それに合わせて流通形態の多様化も進展
30 しており、本県の伝統工芸産業を振興するためには、工芸従事者が市場の変化を
31 的確に把握・分析し、それぞれの特色を生かした製品開発や市場展開、販路の開
32 拓を行うことが理想である。しかし、多くの工芸従事者は、直接消費者に接する
33 機会や業界の動向を把握する機会が少ないため、市場環境の変化を感じ取りにく
34 く、新たなニーズに合致する商品製作に結びつきにくい。さらに、新たなターゲ
35 ット客層に合わせた販路を自ら開拓することは製作技術とは全く異なる知識・技
36 術であり、工芸従事者にとって高い障壁となっている。

37 他方で、近年では、ゆとりと豊かさをもたらす質の高い製品を求めるニーズの
38 高まりや、地域独自の文化を見直そうとする風潮、「和」の暮らしや「ものづく
39 り」に対する再評価、欧米における「和」の生活様式に対する関心の高まり、循
40 環型経済社会を体現している産業であるという評価があるなど、国内の工芸産業
41 全体としての明るい兆しも見られる。

42 43 (2) 人材の確保と育成

1 生活様式の変化だけではなく、産業構造や雇用環境も変化しており、伝統工芸
2 産業の就労環境も大きく変化した。伝統工芸産業においては、従事者の後継者不
3 足が続いており、市場の縮小もあいまって、工芸従事者の確保が産業として持続
4 的発展を目指す上での大きな課題となっている。伝統工芸品は、熟練した職人の
5 手作業により生産されることが魅力であり、技術を継承し、高度化するためには
6 、後継者を確保し、育成することが不可欠である。

7 そのため本県においては後継者育成事業や人材育成事業などにより、人材の育
8 成に取り組んでいるものの、技術・技法の習得に長期間を要することや低収入な
9 などの理由により、定着しない場合も多い。また、需要の減少により雇用を継続で
10 きないなどの課題を抱えている事業者もある。

11 また、工芸事業者が、生産性の向上やコスト低減、市場ニーズに対応した新た
12 な商品開発等により収益を確保するには、製造技術のみならず工房経営や消費市
13 場に関する知識や感覚も重要となっている。

14 なお、このような課題について、生産活動に注力してきた工芸事業者等として
15 は、どのように対応してよいかわからず、解決に向けて十分に取り組めていなか
16 った部分があると思われる。行政機関等の支援を有効に活用できるよう、工芸事
17 業者自身が課題に向き合い、主体性をもって共に解決に向けて取り組める環境づ
18 くりが重要である。

20 (3) 原材料と道具の安定確保

21 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
22 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。

23 これら天然原材料の中には、従事者の高齢化や後継者不足などによる生産量の
24 不足や品質の不安定化等の傾向が見られ、良質の原材料（芭蕉糸、苧麻糸、琉球
25 藍、陶土、漆器素地材など）が入手困難となっているものも少なくない。

26 特に、芭蕉糸や苧麻手績糸では、手績み従事者の減少により良質な手績糸の生
27 産が減少するなど、産地事業者や市場が求める品質の原材料が不足しており、原
28 材料製造事業者における後継者の確保と育成が課題となっている。そのため、芭
29 蕉糸、苧麻糸や琉球藍の良質な原材料確保の試験研究や人材育成に取り組んでき
30 たが、原材料植物の栽培研究や、製造技術・技法の習得に長期間を要することか
31 ら引き続き中長期的に取り組む必要がある。

32 また、移入・輸入原材料を中心に仕入れ価格が高騰しており、工芸従事者の収
33 益を圧迫しているため、良質・安価で安定確保が可能な代替原材料の開発や利用
34 促進が求められている。

35 さらに近年では、直接的な原材料以外にも、染織産地で使用する織り機や糸車
36 などの道具の生産者の減少や、窯で使用する薪材の供給者の減少など、新たな問
37 題も生じており、対応が求められている。

39 (4) 経営力の強化

40 本県の工芸事業者は1名から数名規模の工房が多く、法人形態をとる事業者は
41 非常に少ない。工芸事業者のほとんどが零細な体制で事業を展開しており、経営
42 基盤の脆弱性という従来からの課題は依然として解決されていない。工芸事業者
43 は、個々では信用力が弱く、事業活動に支障を来すことも少なくないため、例え

1 ば、産地組合では中小企業等協働組合法に基づく事業協同組合を設立し、各種共
2 同事業を通してコスト低減を図っている。工芸事業者の産地組合加入率は工芸品
3 によりばらつきがある。

4 また、工芸従事者は製作者として伝統技術・技法を学んできているが、多く
5 は、財務や労務など事業所運営の知識はほとんど学ぶ機会がないまま工房等を
6 経営しており、利益率やコスト計算などが充分にできているとは言いがたい状
7 況にある。さらに新たな市場ニーズに対応した商品開発や販路開拓などに関す
8 る知識を習得する機会もほとんどなく、収益力の向上が意識されにくいことも
9 課題である。

11 (5) 販売力の強化と販路開拓

12 本県の入域観光客数が増加している一方で、工芸産業生産額は減少傾向大に
13 ~~ある。~~ようやくコロナ以前の水準まで回復したところで、大きくは増加していない
14 。これは、多くの工芸従事者は製作活動が本業であり、零細なために市場調査や
15 営業等の外注も困難な状況にあることから、観光市場向けの販路を開拓する体制
16 が弱く、一部を除き観光需要を充分に取り込むことができなくなったことが原因であ
17 ると考えられる。

18 近年、県内でも、現代の生活様式に合致する伝統工芸品や人気工芸作家の商品
19 を取り扱うセレクトショップや卸等の流通事業者が成長しており、また県外から
20 、工芸事業所に直接買い付けに来る流通事業者もいる。このような流通事業者は
21 顧客を抱えるなど消費者ニーズを把握しやすい立場におり、工芸事業者に顧客の
22 嗜好傾向を還元したり、売れ筋に沿った新商品製作・商品改善を依頼することも
23 多く、販路の拡大のみならず、消費者と工芸従事者とのギャップを埋める貴重な
24 存在となっている。

25 各染織物については、県外の着物市場を販路先として生産が飛躍的に拡大した
26 が、現在は着物市場の縮小とともに本県生産額も減少している。染織物は本県伝
27 統工芸産業生産額の中でも大きなシェアを占める工芸品であり、着物市場の動向
28 はそのまま本県生産額に影響している。着物市場における沖縄県伝統工芸品のシ
29 ェア拡大のために引き続き販売力の強化を図るとともに、特定の市場や販路に依
30 存せずリスク分散を図ることも必要である。

32 (6) ブランド力の向上

33 伝統工芸品はひとつひとつ手作業で製作することから、生産量も少なく高価格
34 となっている。低価格帯の生活用品等が市場に多く出回っているなかで、高価な
35 伝統工芸品の購入意欲を刺激するためには、商品そのものの魅力のみならず、沖
36 縄工芸品としてのブランド力向上は不可欠である。

37 本県の伝統工芸品は、気候風土や観光などに対する全国的な関心の高まりから
38 、各種メディア等への露出機会も多く、入域観光客数も増加しており、消費者の
39 認知度を高める機会や購入機会に恵まれているものの、一部工芸品を除いて認知
40 度及び購入経験率は低い状態である。長い歴史の中で育まれた地域特性や素材、
41 作り手、丁寧な製作プロセス等、本県伝統工芸品の付加価値と魅力を消費者に対
42 して効果的に情報発信していくことが必要である。

43 さらに、モノとしての価値だけではなく、新分野展開によって新たなブランド

1 価値の創造に取組み、収益の選択肢を広げることも必要である。
2 また、工芸品のブランド力を高めることで、地元の誇りある特産品としての認
3 知を促し、次世代の担い手などに裾野を広げていくことも重要である。

4
5 (7) 経済的・社会的危機等への対応力

6 ~~令和元年度末から始まった~~新型コロナウイルス感染症の拡大は、世界規模で未
7 ~~曾有のパンデミックとなり、~~世界経済及び社会生活に深刻な影響をもたらしてい
8 ~~るた。~~消費行動や企業の経済活動等も大きな影響を受けており、本県においても
9 、入域観光客の激減により観光客を対象としていた観光土産品や体験商品の売上
10 減、展示販売会等イベントの中止・縮小、高額商品の購入控えなどが問題となっ
11 ~~ている。~~このような状況において、いち早くSNSの充実やインターネット販売
12 ~~強化に取り組み、新たな商品やサービス、新たな顧客を獲得した事業者もある一~~
13 ~~方で、既存の販路先の縮小を受けても何らかの行動を起こせずにいる事業者も多~~
14 ~~い。~~により、令和2年度から令和4年度までの工芸品生産額・従業者数は大きく
15 ~~落ちこんだ。~~観光需要や特定販路の維持も重要であるが、経済的・社会的危機等
16 ~~の際にも、~~にも対応できるよう、複数販路を開拓しリスクを分散することや、臨
17 機応変に新たな情報発信方法や新たなサービスを開発するなどの対策、事業存続
18 のための資金や収益の確保など、経営感覚が求められている。

1
2

各工芸品の現状と課題

(産地への確認が必要なため、骨子案においては第9次計画の記載のまま掲載)

| 品名 | 現状 | 課題 |
|-------------------|--|---|
| 喜如嘉の芭蕉布 | <p>生産額、従事者数ともにほぼ横ばいで推移している。製品は、着尺、帯地が中心である。</p> <p>組合では、糸作りから織りまでの一連の工程を体験するワークショップを実施している。後継者育成事業は休止中。喜如嘉の芭蕉布保存会が文化庁の補助により伝承者養成事業で年1～3人の後継者を育成しており、北部地域で人材確保を行っている状況である。</p> <p>国指定重要無形文化財保持者がおり織物の中でも知名度が高く、メディア露出も多い。</p> | <p>組合においては、若手従事者の確保が課題となっており、生産額の増加が見込めない状況である。特に、原材料である着尺用糸の入手難のため、生産にも影響している。</p> <p>良質な手績み糸の確保のため取り組んでいるものの、依然技術者育成が課題であり、芭蕉の栽培・管理や芭蕉手績みによる採織、糸にする技術の継承が必要である。</p> <p>一方で、後継者育成事業及び伝承者養成事業修了者の状況を調査しつつ、業界全体の生産状況等を把握する必要がある。</p> |
| 読谷山花織 ・読谷山ミンサー | <p>ミンサーの半幅帯が人気だが、品薄で充分に対応できていない。着尺と帯の売上も、それほど落ちていない。</p> <p>組合では、新商品開発のために委員会を立ち上げるなど小物の商品開発に取り組んでいる。</p> <p>認知度を向上させるため、組合と村が協力して情報発信を行っている。</p> | <p>原材料である糸の品質（色ムラ、太さ）が一定しない、価格の上昇などの課題がある。</p> <p>花織とミンサーの技法が違うため、ミンサーの織り手の確保が必要である。</p> <p>インターネットの活用等、時代に合わせた取組や対応が課題である。</p> |
| 首里織 | <p>販売は、着尺・帯や小物が中心である。特に価格が手頃な半幅帯が人気だが、品薄で充分に対応できていない。小物は、かりゆしウエアやテーブルウエア等の需要が多い。</p> <p>組合員が自主的にグループを組んで製品開発を行い、ブランドを立ち上げ売り出している。</p> | <p>琉球びんがた組合と共同で整備する新しい拠点施設の運営のため、更なる商品開発等収益確保が課題であり、集客等の新しい取組も求められることとなる。</p> <p>Eコマースサイトの必要性は感じているが、資金や人材の確保が困難であるため、対応できていない。</p> |

3

各工芸品の現状と課題

| 品名 | 現状 | 課題 |
|-----------|---|---|
| 琉球絣・南風原花織 | <p>分業で生産しており、工房・組合ともに生産規模の大きい産地である。着尺を中心に、名刺入れ、ネクタイ、かりゆしウエアなどの小物の販売で、売上は横ばい状況を維持している。</p> <p>組合商品である琉球びんがたとのコラボ商品は好評で、組合の収入確保という点でもよい取組となっている。</p> | <p>原材料（糸、染料）の価格が上がっているが、問屋への出荷価格に反映できていない。</p> <p>後継者育成事業では、括りの研修を一旦終了したが、これまで学んできた研修生が、後輩に指導していただけるかが課題である。特にデザイン括りの技術継承が難しい。</p> |
| 久米島紬 | <p>生産規模・売上規模が大きく、組合体制も充実している。</p> <p>販売は、帯より着尺が主流である。</p> <p>さらに県や町の事業を活用して、ユイマール館で販売する新商品開発を行っている。</p> <p>ユイマール館への観光誘客とあわせて久米島紬の歴史背景に触れる観光コースを組合独自でも検討している。</p> | <p>原材料（絹糸）の価格が高騰し、確保も困難になってきている。</p> <p>後継者育成事業の応募者が少なく、確保が困難である。また、研修修了後、十分に収入が得られず、約半分が離職し、人材の定着が図れない。</p> <p>ユイマール館での物販・体験による収益増を図るため、観光事業者等とも連携して観光誘客と販売促進に取り組んでいく必要がある。</p> |
| 宮古上布 | <p>宮古上布十字絣はニーズが高いが、上布用の細い苧麻糸を手績みできる人材が少なくなっており、生産反数が減少し、供給が追いついていない。</p> <p>市場では高級品として高額で販売されているとはいえ、複雑で高度な技術と労力を要することと、販売を大きく問屋に依存しており出荷価格が低く労力に応じた収入にはなっていないことから、宮古上布制作に係る技術者の経済的な負担が大きい。</p> | <p>上布用の上質な苧麻糸の手績み技術者の確保、後継者育成が課題である。宮古苧麻績み保存会の伝承者養成事業への文化庁や市の補助により従事者の拡大を図るとともに、取引価格に関連する流通構造の課題解決に取り組む必要がある。</p> <p>草木染めの宮古上布は、ニーズがあるが、デザイン性の向上に課題がある。製品開発等、販路開拓に向けた取組を行っていく必要がある。</p> |

各工芸品の現状と課題

| 品名 | 現状 | 課題 |
|----------------|--|--|
| 八重山上布 ・ミンサー | <p>売上は安定していて、ほぼ横ばい状況を維持している。着尺・帯は問屋へ卸し、小物はお土産店やホテル等で販売している。特に八重山ミンサーは認知度も高く、商品も多く、売上を伸ばしてきた。</p> <p>上布着尺用の上質な苧麻糸を績める人材が少なく、八重山上布の生産が減少している。</p> <p>竹富産地は、八重山ミンサー半幅帯を中心に生産している。全て問屋へ卸しており、売上は横ばいの状況である。</p> | <p>上布は、着尺用の上質な苧麻糸の確保及び糸績みの技術者育成、後継者確保が課題である。また、タテ糸の手績み技術の復活の取組みが十分に進んでいない。</p> <p>糸績み人材確保のためには苧麻糸の買い取り価格を上げることが必要だが、帯・着尺の問屋への出荷価格が低いという流通構造の課題がある。</p> <p>竹富産地については、休職中の組合員が多いことから注文数に対応できていない部分があり、生産体制にも課題がある。</p> |
| 与那国織 | <p>ほぼすべてが問屋への出荷。売れ筋は絹の着尺（花織）。</p> <p>伝統工芸館はガイドブックにも掲載されており、まれに着物が好きな観光客が来ることもある。</p> <p>織り手が少なく、実働しているのは組合員の半数程度で、生産反数も減少傾向。織り手は初心者と熟練者しかおらず、中間層がいない。後継者育成事業は休止中。</p> | <p>後継者確保含め組合の組織力が弱く、伝統工芸館での販売促進等の新しい取組みをしようにも体制が脆弱で実施が不可能となっている。</p> <p>町の協力も得つつ、まずは組織体制の強化を図る必要がある。</p> |
| 琉球びんがた | <p>認知度が高く、小物類はプリントも含め観光土産品店等にも多く取り扱われている。</p> <p>紅型の伝統的なデザインを活用した新しい取組をコンソーシアム等で展開している。</p> <p>組合は、長年の課題であった共同作業場を備えた新しい拠点施設を首里織と共同して整備している。</p> <p>世代交代の時期であり、若手の組合員の確保が課題である。</p> | <p>組合への加入率が低く、組合の共同事業が十分に展開できていない。組合内外の交流等を促進するなど、特に若い世代が業界に関与できる体制を確保する必要がある。</p> <p>那覇伝統織物組合と共同で整備する新しい拠点施設の運営のため、商品開発等収益確保が課題であり、集客等の新しい取組も求められることとなる。</p> |

各工芸品の現状と課題

| 品名 | 現状 | 課題 |
|------|---|--|
| 知花花織 | <p>平成31年4月に知花花織検査所を設置した。受注生産が主で、帯地がよく売れている。地元企業からの記念品需要も多い。</p> <p>かりゆしウェアや洋装地の注文もあるため、対応する人材の確保が課題となっている。</p> <p>地元イベントのインターネット配信で知花花織が紹介されたことを機に、インターネット販売での注文も入るようになってきている。</p> | <p>地元の愛好者が多く、地元企業や行政からの厚い支持を得られている。今後はさらに地元以外の県内・県外での認知度を上げていく必要がある。</p> <p>後継者育成の研修修了後、組合の織機が使えなくなることで離職する場合があります、作業場の確保と人材の定着が課題であり、組合は拠点施設整備を要望している。</p> |
| 琉球漆器 | <p>生活様式の変化等により、ピーク時に比べて危機的に生産額が落ち込んでいる。</p> <p>組合では、漆器まつりや共同販売等を行っていたが、近年はほとんど活動ができていない。原材料の木地づくりを行う人材も減っている。</p> <p>琉球漆器普及事業の取組や、首里城再建で琉球漆器が注目されている。</p> | <p>組合は、原材料確保や後継者育成等の業界の取組が十分にできていない状況にある。</p> <p>漆器の売上拡大のためには、市場ニーズに合致した新商品開発や、魅力を知ってもらうイベント等の取り組みが必要である。</p> <p>一方で、若手従事者等によるネットワークもできており、それぞれがデザイン性の高い新商品開発等を行っている。</p> |
| 壺屋焼 | <p>陶器全般は「やちむん」の呼び名で親しまれ、県外ファンも多く、工芸品の中でも生産規模2位のシェアがある。</p> <p>壺屋焼については、多様化するニーズに応え、壺屋焼の技術、技法を駆使し、コロナ禍においても精力的に製造に取り組み、オンラインでの販売力も高めている。</p> <p>組合では、陶器まつりや若手による展示会を開催し、「壺屋焼」の認知度向上に取り組んでいる。</p> | <p>県産陶土の確保が年々厳しくなっており、原材料の価格も高騰している。製土工場の機器の老朽化による修繕費や買い換えの費用負担が懸念される。</p> <p>組合加入率が低く、若手の組合員の確保が課題である。後継者を育成し、次世代へ継承する必要がある。</p> <p>認知度向上を図るためにも、情報通信技術力を高めることが課題である。</p> |

各工芸品の現状と課題

| 品名 | 現状 | 課題 |
|-------|---|--|
| 琉球ガラス | <p>観光客をターゲットとした商品展開により、県内観光土産店への卸しや観光施設での製作体験などを行い、成長する観光需要を取り込んできた。</p> <p>コロナ禍で観光需要が落ち込み、ガラス溶解炉の燃料費がかかるため炉を止めざるを得ない状況であった。観光客の回復が見通せない中、県内需要の取り込みやインターネット販売による販路拡大に力を入れている。</p> | <p>観光市場だけでなく、テーブルウェアや建材、インテリアなどの新たな市場開拓が継続的に必要である。そのため、各事業所が異業種との連携や商品開発に取り組んでいく必要がある。</p> <p>インターネット販売の売上を上げるため、適切なターゲットの設定やプロモーションが課題である。</p> |
| 三線 | <p>原材料の黒檀が稀少で生産数が増えていないため、三線の単価が上がっている。海外産の安い三線や、県外でも三線が作られており、県内三線職人の収入は厳しい状況である。</p> <p>組合では、音楽イベント等を通して県外の沖縄民謡ファンに対する三線愛好者拡大と三線購入促進を図っている。インターネット活用のほか、企業連携などに意欲的に取り組み、県産三線の普及を促進している。</p> | <p>黒檀の生産数の増とともに、代替材の研究や実用化が課題である。</p> <p>県外、海外産との差別化をはかり、県産三線の魅力を発信する必要がある。</p> <p>県外や国外でも三線愛好家は増えているが、県産三線の情報発信の場が少なく、様々な機会をとらえた更なる普及啓発が課題となっている。</p> |
| ウージ染め | <p>指定伝統工芸品ではないが、組合を組織するなど精力的に取り組み、商品開発が進んでいる。小物類の中でも高額な商品が売れ始めている。優良県産品やデザイン賞など、地元の特産品としても認知度が上がってきている。</p> <p>販売は、直営店以外にも、観光施設やお土産店、ホテル等でも行っており、県外でも定期的に展示販売会を行っている。</p> | <p>技術力向上と上質な商品の開発が課題である。高額商品の商品展開やマーケットを模索しているところである。</p> <p>インターネット販売で発信できる新商品の開発も必要である。</p> |

各工芸品の現状と課題

| 品名 | 現状 | 課題 |
|------|---|---|
| 小木工 | <p>指定伝統工芸品ではないが、漆器生地 of 供給など漆工とも親和性の高い工芸品でもあり、工芸振興センター研修修了後に個人工房を立ち上げ活動する従事者が多い。</p> <p>工芸品目の中でも生産額は4位のシェアを占めているが、平成17年度ピーク時と比較すると2割以下に落ち込んでいる。</p> | <p>販路開拓面では、生産から流通まで工房独自で行うため、流通システムの改善が課題である。</p> <p>消費者に対して、量産工業製品との違いや魅力を効果的にPRする手法の導入が必要である。</p> |
| 金細工 | <p>指定伝統工芸品ではないが、琉球王国時代は多くの金細工職人が守礼門近くで工房を構えていた歴史ある伝統工芸品である。</p> <p>工芸振興センターでも、ジーファー、結び指輪、房指輪等伝統的な技術・技法の研修を行っており、修了生はアクセサリー作家として活躍している従事者も多い。</p> | <p>結び指輪・房指輪の現代版アレンジや琉球王国時代の古典柄のモチーフ、その他沖縄独自の素材等を題材にしたアクセサリー等が数多く製作されており、現代の生活様式や消費者ニーズに合致しやすく、購入しやすい価格帯であることから、販売チャンネルも拡大している。</p> <p>作りやすい一方で、沖縄工芸としての付加価値をどう付けるかが課題となる。</p> |
| 工芸縫製 | <p>指定伝統工芸品ではないが、工芸振興センターにおいて染織の二次加工促進のために技術研修が実施されており、修了生の多くは個人工房を立ち上げて活動している。</p> <p>染織の二次加工品は市場ニーズが少ないために製作の主は革縫製となっているが、伝統工芸を活用したデザイン性の高い二次加工品も製作している。</p> | <p>現代の生活様式や消費者ニーズに合致しやすい上に、デザイン性も高く、今後とも成長が見込まれる。</p> <p>配布用記念品等のニーズはあるが、大量生産体制が無く対応しきれていないことが課題となっている。複数事業者で製造を分担する体制や製造ライン化等、生産効率を高める対策が必要となっている。</p> |

第3章 計画の基本方向

本県伝統工芸品は、沖縄の独自の歴史や文化、豊かな自然環境の中で生み出され、熟達した職人により継承・発展してきた。染織物、陶器、漆器、ガラス、三線など多彩な品目があり、産地も県内各地に点在し、まさに地域に根ざした沖縄のソフトパワーを生かした産業として地域経済の原動力となっている。

今後とも持続的な発展を図るためには、長年の歴史の中で培われた伝統的な技術・技法を継承することは沖縄の独自性やブランド価値を維持するために重要であるとともに、消費者の感性に働きかける魅力ある商品の開発や新たな市場を切り開くことも必要である。

また、循環型社会への貢献性に注目した情報発信や、観光産業との連携や他分野との交流により、新しい消費者層の獲得及び新たな価値の付与などが期待される。このような連携によって、異分野・異業種も巻き込んで裾野の広い産業の振興を目指していく。

そのため、令和4年3月に開館する新たな「おきなわ工芸の杜」を沖縄工芸の拠点施設として、工芸従事者や、流通事業者、教育機関、工芸振興センター等支援機関などが連携を強化し、伝統工芸産業の振興発展と魅力ある産地の形成のため、次の基本方向のもとに、効果的な施策、事業展開に取り組むこととする。

1 伝統的な技術・技法の継承と発展

本県の長い歴史と風土の中で生まれ、熟達した職人により継承・発展してきた伝統工芸は、沖縄伝統文化の中心でもあり、本県の誇る宝である。

染織物、陶器、漆器、ガラス、三線など多彩な伝統工芸は、県内各地に点在し、地域の特性を反映した魅力に溢れ、本県産業のブランド化に寄与するとともに、地域文化の中心、地域経済発展の原動力となっている。長年の歴史の中で培われた伝統的な技術・技法を継承することは沖縄の独自性やブランド価値を維持するためにも重要である。

これらの伝統工芸の持続的な発展のため、その担い手となる後継者等の人材を育成するとともに、原材料の安定供給、工芸的価値や品質の認証等により、地域特性を反映した魅力溢れる伝統工芸の技術・技法の継承・発展に取り組む。

2 伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的な工芸産業の振興

伝統工芸産業は、生活様式の変化や、廉価な生活用品の浸透等により市場が縮小している。本県伝統工芸産業の振興発展のためには、伝統工芸品の持つ特色や伝統性を活かすなどその魅力を維持しつつ、時代とともに変化する市場ニーズに適切に対応し、消費者に受け入れられる商品開発及び新規の販路開拓を絶え間なく続けていく必要がある。また、伝統工芸品は高価格であることも購入に結びつきにくい要因となっているが、ブランド価値を上げることによって高価格に見合った価値あるものとして認知を広げることも有効である。

1 市場ニーズに対応した商品開発や販路開拓や、経営力の充実強化については以
2 前から提唱され続けている。工芸従事者向け人材育成においては、製作技術に関
3 する内容に加え、市場ニーズに応じた商品開発や販路開拓、工房経営に関する知
4 識を学ぶ機会を**引き続き**作る必要がある。また、工芸従事者は製作が主たる活動
5 であり、市場調査や営業・販売促進活動まで直接実施できるとは限らないため、
6 商品開発・デザイン・ICT・営業・販売等の人材が関わっていくことも有効であ
7 る。

8 さらに、伝統工芸品は、モノとしての価値のみならず文化的価値も認識されて
9 いることから、他業種や他分野との連携を進めることにより、新しい客層が工芸
10 品に触れる機会のみならず、既存商品・サービス等に新たな付加価値を付与する
11 ことにつながることを期待される。このような連携によって、伝統工芸文化・観
12 光産業の重要な資源としても、裾野の広い産業の振興を目指していく。

13 3 おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進

14
15
16
17 令和4年3月に開館する**した**「おきなわ工芸の杜」では、展示室、共同工房、
18 体験工房、貸し工房等が整備され**た**。工芸振興センターが入居し、情報発信、
19 人材育成、交流、商品開発などの機能が集約される**ている**。

20 工芸従事者向けセミナー・研修等の人材育成、貸し工房等の起業支援、貸し工
21 房による商品開発支援、関係機関・他業種とのネットワーク構築促進等、伝統工
22 芸に関するさまざまな段階に応じた支援機能を有する施設となる**として、県と**
23 **指定管理者において運営されている**。

24 また、これまでは、**工芸品への接点が少ない点に課題があった**。一部認知度の
25 高い工芸品は観光土産品店、有名作家の小物・食器・アクセサリ等はセレクト
26 ショップ等でも購入できるが、各地域に点在する伝統工芸品の多くは、産地組合
27 のショップや市町村イベント等が、消費者が触れることができる数少ない機会と
28 なっている**た**。「おきなわ工芸の杜」において県内各地の伝統工芸品を一堂に展
29 示でき**することにより、観光客はじめ多くの消費者が本県の伝統工芸の豊かさや**
30 **魅力を体感できるものとして期待されている**。**、工芸品へのアクセス施設として**
31 **認知が広まってきている。今後は、おきなわ工芸の杜から各産地等へ来場者を誘**
32 **導し、それぞれの魅力により深く触れる機会をより多く創出していくことが求め**
33 **られる**。

34 35 36 4 首里城復興と連動した琉球文化のルネサンスや沖縄ブランド戦略と連動し 37 た取り組み

38
39 本県伝統工芸品の多くは、琉球王国時代から培われてきた技術・技法を継承し
40 、今の時代にも生き生きと伝えてきた貴重な文化資源でもある。令和元年10月に
41 火災で焼失した首里城を再建するにあたり策定された「首里城復興基本計画」に
42 においては、首里城復元にかかる伝統技術の活用と継承や、琉球文化の復興と新た
43 な文化の創出による産業振興を図る基本施策を一体的に取り組んでいく役割と

1 して位置づけられている。た。本計画に基づき、これまで工芸振興センターと連
2 携した技術習得の取り組みなどが進められてきた。

3 さらに、首里城復元のみならず、首里城の焼失によって改めて価値が再認識さ
4 れた沖縄独自の文化について、琉球文化のルネサンスとして、伝統芸能や伝統工
5 芸などの魅力を世界へ発信していくこととしている。

6 加えて、令和5年度に発表された「沖縄ブランド戦略」では、沖縄の本質的な
7 価値を消費者に発信する戦略がまとめられた。工芸品ブランドは沖縄の本質的な
8 価値の一つであり、当該ブランド戦略を踏まえてた発信に取り組む。

9 令和8年度秋には首里城正殿の復元し、琉球の歴史・文化への注目が高まるこ
10 とが予想される。首里城復興を契機に、沖縄が誇る伝統文化に携わる人々が連携
11 を深め、また異分野の人々との交流を通して、新たな文化の創出を図り、本県伝
12 統工芸産業のさらなる発展につなげていく。

13 14 15 第4章 主要施策の推進方針

16
17 本県伝統工芸産業の現状と課題及び本計画の基本方向を踏まえ、今後の主要施
18 策を以下の通り展開する。主要施策の実施に当たっては、工芸従事者や関係機関
19 等との連携を図り、効果的な施策推進に取り組むこととする。

20 21 施策1 伝統的な技術・技法の継承と発展

22 23 1 人材の確保・育成

24
25 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
26 り、高度な技術を保持する従事者の確保が必要である。一部工芸品を除いて若手
27 の従事者の参入が少なく、研修修了生の定着不足も課題となっている。この要因
28 としては、伝統工芸品の製造技術の習得に長期間を要することと、低収入である
29 ことなどが挙げられている。根本的な対策としては商品開発や高付加価値化等
30 による収益増を図ることが重要ではあるが、伝統工芸品の価値の源のひとつは歴史
31 と風土によって育まれた伝統的な技術・技法であることから、技術・技法の人材
32 育成は重要である。更に工業製品分野や他県の工芸商品開発手法、マーケティング
33 に基づく製品企画など、工芸産業の自立・自走化にむけた工芸技術開発力の向
34 上が必要となっている。

35 経済・社会情勢の変化に対応しながら伝統工芸産業の振興に向けた多様な人材
36 の育成に取り組む必要があり、工芸振興センターによる中核人材の育成や教育機
37 関等との連携による工芸従事者の確保に努めるとともに、産地組合の後継者研修
38 の充実に努める。

39 40 (1) 工芸従事者の確保と育成

41 現在、各産地組合が実施している後継者育成事業や工芸振興センターが実施
42 する中核人材育成事業では、例年一定程度の応募があり工芸従事者を目指す人
43 材はいるものの、十分な人材確保に至っていない。そのため、引き続き後継者

1 育成事業への支援及び高度中核人材育成事業の充実化に取り組むとともに、収
2 益増に繋がる施策展開とあわせて、工芸従事者が生きがいをもって活動できる
3 よう、人材の確保・育成を図る。また、工芸従事者が各課題に主体性を持って
4 取り組むための課題解決の向上に向けて、工芸振興センターにて支援する。

- 5 ・事業修了後の定着率の向上
- 6 ・後継者(作り手、原材料製造)育成事業の実施
- 7 ・高度中核人材育成事業の充実化
- 8 ・工芸従事者の就労環境の向上
- 9 ・工芸従事者の課題解決能力の向上

11 (2) 工芸従事者の技術の向上

12 本県の伝統工芸には多様な技術や技法があり、それらを習熟するためには数
13 年から十数年程度の長期間を要している。また、市場ニーズの変化に対応した
14 新商品の製作や改良器械の操作方法、効率的な原材料栽培方法など、新たな技
15 術や技法の習得も必要である。

16 現在、各産地組合では組合員を対象とした技術や知識の向上を図る講習会等
17 、工芸振興センターにおいては技術研究や工芸従事者に対する技術指導が実施
18 されており、引き続き取り組んでいく。

- 19 ・工芸振興センターにおける技術指導の拡充
- 20 ・技術指導や講習会等における外部専門家等の活用
- 21 ・工芸士認定制度
- 22 ・先進技術の情報収集及び導入促進

24 (3) 教育機関等と工芸事業者の連携強化

25 県立芸術大学や工芸振興センターをはじめ、専門学校・各種学校等からも毎
26 年多くの工芸関係の人材が輩出されている。特に学生にとっては工芸従事者と
27 して活動していくイメージや実体験をする機会が少なく、教育機関・人材育成
28 機関等との連携を強化し、持続的に円滑な人材の確保と育成ができる仕組みの
29 構築に努める。

30 また、県内の博物館や美術館、研究機関等の知見も活用し、技術・技法の研
31 究や習得に活かしていくことも重要である。

32 加えて、工芸品のブランド価値・魅力への認知を促し、次世代の担い手など
33 、工芸産業の裾野を広げることが必要である。工芸振興センターにおいて、市
34 場以外へ情報発信し、工芸的価値教育の推進を図る。

- 35 ・教育機関等と工芸事業者、関係機関等との連携体制の構築
- 36 ・教育機関等と工芸事業者との共同製作等の促進
- 37 ・体験学習の受入拡充促進
- 38 ・学生や工芸従事希望者に対するセミナー・情報発信等
- 39 ・工芸振興センターにおける工芸価値教育等の推進

41 (4) 工房経営等に関する知識習得

42 工芸事業者が継続的に収益を確保するためには、工芸技術・技法の習得だけ
43 でなく、変化する市場環境に応じた商品開発や新たなブランディング等により

1 収入増加を図り、さらにコスト計算や生産管理、取引先との条件交渉、財務や
2 労務も含め、事業主として経営的な知識を学ぶことが求められる。

3 既存の人材育成研修等において工房経営に関する知識習得の充実化を図ると
4 ともに、起業支援やセミナーにおいて工房経営に関する情報を補足することも
5 有効だと考えられる。また、様々な産業支援機関により開催されている商品開
6 発セミナー・経営セミナー等の周知を図る。

- 7 ・工房経営等に関する研修内容の充実化
- 8 ・産業支援機関によるセミナー等の活用

10 2 原材料と道具の安定確保

11
12 伝統的に使用されてきた原材料は、沖縄の気候風土だからこそ手に入れること
13 ができたものであり、伝統工芸品の独特な味わいを醸し出す重要な役割を果たし
14 ている。しかしながら、天然原材料と道具の中には、生産従事者の後継者不足、
15 資源枯渇化等により、入手困難となっている原材料（芭蕉糸、苧麻糸、琉球藍、
16 陶土、漆器素地材、黒檀など）や道具（、木製機、糸巻き、漆刷毛など）も少な
17 くない。原材料の栽培技術の調査研究、原材料製造技術、道具の改善及び関係者
18 間の情報交換の場の提供等により安定供給を図る。更に廃材や不用品、副産物を
19 原材料として高付加価値な工芸品とする循環経済（サーキュラーエコノミー）の
20 取組の促進もますます重要となる。

22 (1) 原材料生産従事者の確保・育成

23 芭蕉及び苧麻については、手績糸や製造者の減少等から原材料の供給が充分
24 に行えないうえ、栽培から糸績みまでの工程の従事者不足により高品質の手績
25 糸が生産・供給困難になっている。琉球藍についても、栽培から製造まで対応
26 できる技術者が減少し、琉球藍供給に支障をきたしている。

27 そのため、引き続き文化財保護施策等とも連携しつつ原材料生産従事者の確
28 保及び育成を図ることが必要である。

- 29 ・原材料生産における後継者育成・確保の促進
- 30 ・原材料生産技術の改善による品質の向上
- 31 ・原材料供給における分業化、外注の導入促進

33 (2) 安定確保に向けた取組

34 計画的な原材料供給体制を図るためには、植林・栽培の段階から原材料製造
35 まで計画的に取組むことで、安定生産・安定供給を図る必要がある。

36 また、関係機関等と連携し、原材料に関する情報が迅速に把握できるネット
37 ワークの形成など、安定確保の仕組み作りを支援する。

38 加えて、近年では、直接的な原材料以外にも、染織産地で使用する織り機や
39 糸車などの道具の生産者の減少や、窯で使用する薪材の供給者の減少など、新
40 たな問題も生じている。これらのあらたな課題について調査し、現状を把握し
41 たうえで、対応を検討する必要がある。

- 42 ・原材料の必要量、賦存状況の把握
- 43 ・原材料の栽培、植林等の推進

- 1 ・伝統工芸事業者と関係機関とのネットワーク構築
- 2 ・**伝統工芸で使用する道具類等の必要量、生産状況の把握**

4 (3) 代替原材料品の開発と利用の促進

5 資源の枯渇化や原材料価格と**道具価格**の高騰といった問題に対し、伝統工芸
6 品の品質や量の維持・改善につながる代替原材料品の開発が求められている。

7 これまで、工芸振興センターや工業技術センターで実施している代替原材料
8 品等に関する試験研究・製品開発事業などを継続して実施するとともに、試験
9 製作や検証など工芸従事者の協力も得ながら、代替原材料品の利用促進に取り
10 組む。

- 11 ・代替原材料品に関する試験研究・製品開発の実施
- 12 ・代替原材料品の情報提供及び利用促進

14 3 工芸的価値の強化品質確保と知的財産制度の活用

15 伝統工芸品はひとつひとつ手作業で製作されるため高価格となっているが、特
16 に高価格商品の品質の悪化やばらつき、模倣品の流通等は消費者の信頼を失う危
17 険性があり、品質の維持・向上、知的財産制度の活用促進を図る必要がある。

19 (1) 品質の維持・向上

20 品質の悪化やばらつきは消費者の信頼を失う危険性があり、伝統工芸品に限
21 らず、どの分野でも高価格商品の品質保証は必須である。伝統工芸品の愛用者
22 拡大や固定客獲得のためには消費者が求める品質を確保し、維持することが重
23 要である。

24 現在、染織物については、品質の維持・向上のための県営検査制度を実施し
25 ており、市場での信頼を獲得している。その他、琉球ガラス、陶器、三線では
26 、独自の検査に基づき、品質の維持・向上が取り組まれている。伝統的工芸品
27 産業振興協会が発行する伝産マークや県証紙など品質の認証制度をはじめ、安
28 心・安全な製品を提供できる体制を構築する。

- 29 ・県営検査制度の徹底と拡充
- 30 ・各産地組合における検査制度確立への支援
- 31 ・検査制度に関する情報発信の強化

33 (2) 知的財産制度の活用促進

34 本県伝統工芸品の認知度やブランド力が向上するのに伴い、模倣品への対策
35 が求められている。伝統的な技術・技法に基づかない模造品等が低価格かつ伝
36 統工芸品と誤認されるような表示で販売されてしまうと、伝統工芸品の価格破
37 壊が発生するのみならず、消費者の信頼を失う危険性がある。模倣品への対策
38 としては、地域団体商標、意匠権等の知的財産権の取得が有効であることから
39 、伝統工芸事業者や組合への普及・啓発に努める。

40 また、染織物については、県の染織物検査制度に基づき、検査に合格したも
41 のには県証紙を貼付しており、この証紙は流通事業者には浸透しているもの
42 の、消費者の認知度は低い状況にある。そのため、検査制度の徹底と拡充及び県
43 証紙の認知度向上に取り組む。

- 1 ・模倣品の流入実態の把握
- 2 ・知的産業財産制度の普及・啓発と活用促進
- 3 ・県検査制度の徹底と拡充及び県証紙に関する情報発信の促進

6 施策2 伝統工芸を活用した感性に働きかける魅力的な工芸産業の振興

8 1 「稼ぐ力」の強化

10 後継者不足や経営基盤の脆弱さ等の課題についても、まずは収益を確保すること
11 が根本的な解決方法であり、「稼ぐ力」の強化は、本県の伝統工芸産業の持続
12 的な発展を図るうえで重要である。沖縄の独自性でもある伝統的な技術・技法を
13 活用し、これらを発展させ、市場ニーズに対応した商品開発やブランド力の向上
14 、ICT（インターネット等の情報通信技術）の活用、販売力の強化等に取り組む
15 ことにより、「稼ぐ力」の強化を図る。

17 (1) 市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開

18 伝統工芸品は、伝統の技術・技法を活用するなどその魅力を維持しつつ、時
19 代とともに変化する市場環境やターゲット客層に対応し、収益につながる商品
20 やデザイン開発、ブランディングが求められる。また、インテリアや建築資材
21 などの新分野への用途展開、現代の生活様式にも馴染みやすい二次加工品の開
22 発、デザイン活用による新事業展開、新素材による新しい工芸品の開発など、
23 既存の伝統工芸愛好家だけではなく、様々な消費者層を取り込むための市場開
24 拓と商品開発が重要となっている。

25 そのためには、工芸従事者が市場情報や新商品等に触れる機会を創出すると
26 ともに、商品開発・デザイン・ICT・営業・販売・金融・観光等の専門的人材と
27 出会う機会が重要であり、異分野・異業種とのコラボレーションが生まれやす
28 い環境を作っていく必要がある。

- 29 ・市場情報に関する情報発信、セミナー・研修
- 30 ・商品開発補助金
- 31 ・新たな製品開発を支える技術・技法の開発
- 32 ・商品開発・デザイン・ICT・営業・金融・販売等の人材とのネットワーク構
33 築

35 (2) ブランド力の向上と情報発信の強化

36 本県の伝統工芸品は、テレビや雑誌等での紹介や観光客など消費者の認知度
37 を高める機会や購入機会に恵まれているものの、一部工芸品を除いて認知度は
38 低い状態である。また、伝統工芸品は、高度な伝統的技術・技法を用いひとつ
39 ひとつ手作業で製作されるなど生産コストがかかるため高価格帯となっている
40 ものが多く、市場には廉価な大量生産の商品が浸透している中で、本県工芸品
41 の魅力やブランド価値について認知を広めることが重要である。

42 伝統工芸品の歴史や特性・原材料・技法のみならず、ターゲット層毎に合致
43 した媒体や手法、素材を用いるなど戦略的な情報発信を行い、工芸品の認知度

1 向上を図る。さらに、伝統工芸品は本来、自然と共生する素材と技法で製作さ
2 れるものであり、循環型社会の実現を目指す中で、自然との共生という点が工
3 芸品の新たな価値として再評価されつつある。このように時代とともに加わる
4 新たな価値も戦略的に情報発信していくことにより、さらなるブランド力の向
5 上を図る。

- 6 ・歴史や特性、原材料、技法などストーリー性のある魅力の表現
- 7 ・情報発信の強化と認知度向上
- 8 ・ICT活用などによる県内外への情報発信の強化
- 9 ・条例や伝産法に基づく伝統工芸品の指定促進
- 10 ・検査制度の充実など品質の維持・向上に向けた取り組みへの支援

11 12 (3) ICT活用

13 ICT(インターネット等の情報通信技術)は、経済活動やコミュニケーション
14 だけではなく、人々の働き方やライフスタイルにまで影響を与えている。イン
15 ターネット販売等により購買様式が変わったこともそうだが、生活で利用され
16 る製品の用途やデザイン、商品や情報に対する価値観にも影響を与えている。

17 工芸従事者の中でも若い世代は、ウェブ上でのブランド紹介ページ作成や
18 SNSでの情報発信、インターネット販売サイト構築に取り組んでいる人も多い
19 。一方で、高年齢層や工芸産地組合等はICT技術の担い手が不足していること
20 から、ICT導入及び活用が進んでいない。商品ブランディングや消費者コミュ
21 ニケーションツールとしても重要であるため、ICT活用メリットの周知や基礎
22 的なICT技術の浸透を図る。

23 さらに、ICTを活用したデザイン開発、顧客サービス、新分野展開など、様
24 々な可能性が期待できる。

- 25 ・ICT活用に関する情報発信、セミナー・研修
- 26 ・おきなわ工芸の杜ホームページにおける工芸関連情報のプラットフォーム

27 28 (4) 販売力の強化と販路開拓

29 工芸従事者の多くは製作が主たる活動ではあるが、増加する観光客やインタ
30 ーネット販売など、販売機会を捉えることが、収益増のためには重要である。
31 直接販路開拓に従事しなくとも、常に市場動向に注意し即座に対応できる知識
32 習得は重要であると言える。

33 また、県内外のセレクトショップや卸等の流通事業者は、自ら工芸従事者の
34 工房等を訪問して商品を買付けたり、消費者ニーズに合致する新商品製作を
35 依頼することも多く、販路拡大に繋げる重要な役割を担っている。このような
36 流通事業者の活躍を強化することにより販売力の強化と販路開拓を図ってい
37 く。

- 38 ・市場ニーズに応じた商品開発・販路開拓や工房経営等に関する研修内容の充
39 実化
- 40 ・インターネット等を活用した販売システムの構築促進
- 41 ・流通事業者と連携した販路拡大・販売促進の促進
- 42 ・販売促進支援補助金(仮)

2 経営力の強化

本県伝統工芸産業が抱える経営基盤の脆弱性という従来からの課題の克服に向け、工房経営等に関する知識習得や外部専門家の活用により収益力の向上を図り、安定的な事業運営基盤構築のための取り組みを支援する。工芸事業者の経営力強化により、伝統工芸産業が自立的に成長・発展していくことが期待される。

(1) 経営感覚に基づいた事業運営・工房経営

工芸事業者は製作者として高度な伝統技術・技法は学んできているが、事業所運営のための経営的な知識をほとんど学ぶ機会がないまま起業し、工房を営んでいることが多い。コスト計算、生産管理、販売計画、収益の意識、資金管理、労務管理など、長期的な事業所経営のための知識習得機会が必要である。

また、工芸事業者の収益確保のうえでは市場ニーズに応じた商品開発等が重要であり、業界の動向や支援情報など県内外の情報提供を図る。

- ・工房経営等に関する研修内容の充実化
- ・産業支援機関によるセミナー等の活用
- ・中小企業診断士や経営コンサルタント等の活用促進
- ・おきなわ工芸の杜ホームページにおける工芸関連情報のプラットフォーム

(2) 各分野の人材との協働体制

経営感覚や市場ニーズに応じた商品開発・販路開拓等の知識が重要とはいえ、工芸従事者は製作を得意とする技術者であり、市場調査や営業・販売促進のプロフェッショナルではなく、商品製作の時間を確保する必要がある。

そこで、流通事業者からの市場情報、デザイナーとのコラボレーションによる新商品開発、観光事業者とのツアー造成、金融機関から取引先紹介など、商品開発・デザイン・ICT・営業・販売・金融・観光等に秀でた専門的人材と協働体制を組むことにより、お互いの得意分野を活かしたビジネス展開が図れることとなる。

- ・流通事業者と連携した商品開発・販路開拓体制
- ・工芸振興センター及びおきなわ工芸の杜を活用したネットワーク構築
- ・異分野・異業種とのマッチング
- ・外部資金獲得、活用にむけたノウハウの蓄積

(3) 収益力の向上と経営基盤の強化

工芸事業者は、零細で財政・経営基盤が脆弱であることから、戦略的な事業運営を行うため、収益力の向上と経営基盤の強化を図る必要がある。

そのため、中小企業診断士や経営コンサルタント等の専門家や外部機関等の活用、税制、金融、産地診断及び経営指導等、中小企業施策の活用により、経営基盤の整備を促進する。

- ・中小企業診断士や経営コンサルタント等の活用促進
- ・中小企業施策の利活用促進
- ・事業体制のICT化の促進

1 2 (4) 組合機能の充実

3 産地組合について、工芸事業者の零細性などを補うため、事業協働組合を設
4 立し各種共同事業を実施しているものの、各産地で、流通機能の有無、事業内
5 容や組合員の利用割合、規模等が異なるほか、組合によって組合への加入率も
6 異なる状況にある。

7 伝統工芸産業の振興にあたっては産地組合の充実・強化が重要であることか
8 ら、共同購入や共同販売、後継者育成、流通やデザイン等の技術向上のための
9 講習会の実施などを通して組合の機能を強化するとともに、組合員の福利厚生
10 の向上など、組合への加入促進及び定着に向けた取り組みを実施する必要がある。
11 そのため、組合における安定的な事業運営基盤構築のための取り組みを支
12 援する。

- 13 ・ 組合運営機能の強化
- 14 ・ 中小企業団体中央会による組合向けセミナー、各種補助金等の活用
- 15 ・ 共同事業及び講習会等の拡充
- 16 ・ 組合員の福利厚生の改善
- 17 ・ 産地組合における社会保険制度導入の促進

18 19 3 沖縄工芸の面としての展開と工芸価値の強化

20
21 伝統工芸品は地域の歴史や風土に生まれ、伝統文化的な価値も有するため、モ
22 ノとしてのみならず、情緒的かつ文化的な要素まで波及させる可能性を有してい
23 る。

24 これまでも一部工芸品は、観光土産品として商品開発され定着し、観光客の工
25 芸体験メニューとして人気である。また、リゾートウエディング、MICEなどの新
26 たな観光産業分野が成長するに伴い、伝統工芸の魅力を生かしたウエディング衣
27 装や引き出物、食の演出、記念品・景品等が生まれてきた。新規の高級ホテル開
28 業に伴い、内装や調度品に工芸品が活用される事例も増加している。さらに、モ
29 ノとしての価値だけではなく、コトと組み合わせること、例えば、産地を訪れ、
30 職人とふれあい、製作工程を学び、地域に根付く工芸品の歴史を感じることで感
31 動につながり、工芸品の新たなブランド価値を生むこととなる。

32 さらに、観光分野以外においても、伝統工芸品は、他業種や他分野との連携を
33 進めることにより、新しい客層が工芸品に触れる機会だけではなく他分野におい
34 て文化的価値を付与することにつながることで期待される。このような連携によ
35 って、伝統工芸文化・観光産業の重要な資源としても、裾野の広い産業の振興を
36 目指していく。

37 38 (1) 観光産業との連携、観光需要の取り込み

39 伝統工芸は独自の歴史や風土に生まれ、地域らしい魅力あふれるコンテンツ
40 でもある。

41 しかし、本県入域観光客数が増加している一方で工芸産業生産額は減少傾向
42 にあり、一部の工芸品を除いては、本県の伝統工芸産業は観光需要を充分に取り
43 込みきれていない。

1 観光分野とは、特に伝統文化に関心がある層をターゲットに、観光客ニーズ
2 に対応した商品開発及び販路開拓、経験豊富な観光客でも楽しんで満足する新
3 しい工芸体験、普段経験できない特別感のある観光ツアー、ホテルやMICE等の
4 商品提案と商品開発など、多くの展開が期待できる。このように伝統的・文化
5 的要素が加わることによって、観光商品にブランド価値と地域らしい魅力を付
6 与することにつながる効果がある。

7 さらに、観光分野での商品開発等を進め、観光プロモーション等での露出や
8 観光関連施設での販売等、タッチポイントを増やすことによって、伝統工芸品
9 の認知度を高め、新たな工芸ファンの拡大に繋げることが期待できる。

- 10 ・観光市場向けの様々な新商品・サービス開発
- 11 ・観光プロモーションにおける伝統工芸品活用
- 12 ・ターゲット客層毎に対応するPR素材等の整備
- 13 ・観光関連事業者との連携体制構築
- 14 ・消費客向け(製作体験、観光土産品、贈答用商品など)のプロモーション
15 強化への支援

17 (2) 文化芸能等他分野との連携

18 伝統工芸と伝統芸能・文化はともに独自の歴史や風土に培われてきた。例え
19 ば、琉球舞踊が衣装や小道具と、三線が演奏と不可分であるように、もともと
20 一体的に育まれてきたもので、親和性が非常に高い。伝統芸能・文化の関係者
21 は、もともと伝統工芸への造詣が深く、身近な存在となっていることも多い。

22 また、伝統工芸と伝統芸能は愛好家も共通していると考えられ、歴史性・伝
23 統性の高いものについては、伝統工芸と伝統芸能等が連携することによって相
24 互に付加価値が高まることが期待できる。

- 25 ・歴史・文化施設等との相互連携
- 26 ・相互の客層・愛好家向けに、魅力の情報発信
- 27 ・若手同士の異分野・異業種交流による次世代育成
- 28 ・未利用資源を活用した新たなビジネスモデルの創出

30 (3) 沖縄のソフトパワーを生かした工芸産業の活性化

31 伝統工芸品は、モノとしての価値のみならず、沖縄の地域特性、伝統文化性
32 なども併せ持つため、連携によって異分野・異業種において「沖縄らしさ」や
33 文化的価値を付与することが期待される。

34 また、伝統工芸品そのものだけでなく、伝統工芸デザインを活用した二次的
35 な商品や工芸技術を活用した建築素材、新しい教育学習メニュー、産地を訪れ
36 歴史風土を感じる工芸ツアーなど、幅広い連携の広がりが想定できる。

37 伝統工芸が工芸品として評価されるだけではなく、工芸分野と異業種・異分
38 野とコラボレーションすることにより新事業展開を促進し、伝統工芸の新たな
39 価値を創造していくことが重要である。

- 40 ・他分野と連携した様々な新商品・サービス開発
- 41 ・異業種間ネットワークによる新商品開発・新分野展開の促進
- 42 ・[工芸振興センターにおける新たな工芸価値コンテンツづくり](#)

1 施策3 おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進

一部認知度の高い工芸品は観光土産品店等でも販売されているが、各地域に点在する伝統工芸品の多くは観光客や消費者の目に触れる機会があまりなく、産地組合施設まで行かないと見ることができない工芸品も多かった。おきなわ工芸の杜において県内各地の伝統工芸品が一堂に展示され、共同工房や貸し工房の作業風景の見学が可能になることによりとなり、多くの消費者が本県の伝統工芸の豊かさや魅力を体感できるものとして期待されている。、工芸品へのアクセス施設として認知が広まってきている。今後は、おきなわ工芸の杜から各産地等を誘導するため、産地情報の発信強化や産地との連携に取り組む。

おきなわ工芸の杜は、伝統工芸産業の人材育成、情報発信、交流の拠点として、伝統工芸事業者、流通事業者、消費者、関係機関等の有機的なネットワークの構築に取り組むとともに、本章の主要施策の着実な推進を図るため、工芸従事者に対し効果的な支援を行っていく。

また、隣接する沖縄空手会館及び豊見城城址のほか、近隣にある海軍壕公園、その他観光施設等を管理する関係機関等が連携を図り、沖縄観光の振興や伝統文化の発信に資する新たな交流拠点の形成に取り組む。

1 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり

おきなわ工芸の杜には工芸振興センターが入居することから、各種研修事業や技術支援、機械類の利用、試験研究のみならず、広く開かれた当施設を活用した新たな研修機会や交流機会が期待されている。

また、創業間もない工芸事業者等の事業が安定するまでの起業支援インキュベータースペースとしての貸し工房、工芸従事者の生産活動や研修のための各工芸品別共同工房も整備されており、起業・商品開発等が促進されるものと期待される。

- ・工芸振興センターによる研修事業、技術支援、試験研究等
- ・工芸従事者等の集積
- ・貸し工房等による起業支援
- ・共同工房等による商品開発促進
- ・情報の集約と発信機能の充実

2 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等

本県伝統工芸産業の技術的底上げを図るためには、工芸振興センター等の試験研究・製品開発機能の充実を図り、伝統的な技術・技法を基本に、新たな技術導入等により、技術・技法の向上と改善に取り組むとともに、新しい原材料の開発や消費者動向を的確に把握したデザイン及び製品開発、生産性の向上に向けた技術・技法の開発などに取り組む必要がある。

工芸振興センターは総合的な工芸産業技術支援機関として、人材育成、技術支援及び試験研究等を実施している。おきなわ工芸の杜の貸し工房入居者や共同工房利用者を始め、工芸従事者との接点がさらに増加し、今まで以上に技術指導業

1 務が重要になる。

2 おきなわ工芸の杜には工芸振興センターや工房が入居し、工芸従事者相互の連
3 携及び工芸振興センター等との密な連携が促進され、伝統工芸品の課題解決のた
4 めの共同研究や新たな商品開発が期待される。

- 5 ・試験研究・製品開発、技術支援体制の強化
- 6 ・**工芸振興センターにおける新たな工芸価値コンテンツづくり**
- 7 ・専門技術員の支援ノウハウ力等の向上
- 8 ・他の公設試験研究機関との連携強化
- 9 ・工芸振興センター等によるコーディネート機能
- 10 ・伝統工芸事業者等による共同研究の促進

11

12 3 工芸関連情報の集約・発信

13

14 多くの工芸事業者及び流通事業者等が工芸品展示会やポップアップ販売等の
15 情報をSNS等で個別に情報発信している。多くは工芸従事者やショップ等に関心
16 が高い人同士では共有されているが、初心者や観光客にはそれら情報に行き着く
17 ことが難しい。また、工芸従事者は産業支援の存在を知らないまま起業に至っ
18 ていることが多く、起業・商品開発・経営等に関するセミナーや補助金情報を入手
19 することが困難となっている。

20 これら展示会や販売イベント情報、セミナー・補助金等支援情報を一元的にお
21 きなわ工芸の杜ホームページにおいてプラットフォーム化し、ここを見れば消費
22 者も工芸従事者もワンストップで工芸関連情報を得ることができる、というよう
23 な体制を構築する。さらに、工芸従事者が必要な支援や情報を判別できるように
24 、工芸従事者同士のコミュニティへのわかりやすい情報伝達やアプローチ方法も
25 工夫が必要である。

- 26 ・おきなわ工芸の杜ホームページの充実化
- 27 ・消費者・観光客向け工芸イベント等情報発信の拡大
- 28 ・工芸従事者向け支援情報の一元化

29

30 4 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築

31

32 市場ニーズの多様化に伴い、これまでの伝統工芸品アイテムに留まらず工芸品
33 の面としての広がりを目指していくには、工芸従事者単独では難しく、異分野・
34 異業種との協働体制が重要なポイントとなる。

35 おきなわ工芸の杜に入居する工芸振興センターは工芸指導所として開所して
36 から長い歴史をもち、修了生も突出して多く、修了生同士の自然発生的なグルー
37 プ活動も行われており、工芸従事者ネットワークや交流の要となっている。

38

39 工芸産業が面として広がるためには、人材育成機関や研究機関をはじめ商品開
40 発・デザイン・ICT・営業・販売・金融・観光等を専門とする人材と工芸従事者
41 が出会う機会が重要であり、さらに各役割分担のバランス良く構成されたチーム
42 ができあがり、チームで新商品開発や新分野展開を進めることで、新たな「稼ぐ
43 力」となるとともに、工芸の新たなステージが切り開かれていく。おきなわ工芸

1 の杜には、情報が集まり、異分野・異業種人材も出入りしやすく多くのコラボレ
2 ションが生まれやすい環境を作っていく必要がある。

- 3 ・ 工芸振興センターによるコーディネート機能
- 4 ・ 伝統工芸事業者、研究機関等との共同研究の促進
- 5 ・ 新たな支援体制の構築
- 6 ・ 新ビジネスや新商品のシーズの事業化
- 7 ・ 異分野・異業種とのマッチング
- 8 ・ 外部資金獲得、活用にむけたノウハウの蓄積

11 施策4 首里城復興と連動した琉球文化のルネサンスや沖縄ブランド戦略と連 12 動した取り組み

14 首里城は、まさに琉球王国の伝統技術が活かされた場所であり、現在、最高の
15 技術を結集させて再建されようとしている。首里城そのものが最高級の伝統工芸
16 品でもあり、復元に携わる技術者のみならず伝統工芸に携わる人々の誇りとなっ
17 ている。

18 火災で焼失した首里城を再建するにあたり策定された「首里城復興基本計画」
19 においては、首里城復元にかかる漆工等の伝統技術の活用と継承が位置づけられ
20 ているが、加えて、沖縄独自の文化を、琉球文化のルネサンスとして、伝統芸能
21 や伝統工芸などの魅力を再認識し、自信と誇りを持ち、その価値を将来に向けて
22 高め、世界へ発信していくこととしている。

23 また、「沖縄ブランド戦略」では、おきなわブランドの価値を「心と体がゆっ
24 たりと解放され まっさらな自分にエネルギーがみなぎり 新しい出会いに
25 こころ踊る」と定義し、その価値を届ける手法の一つとして、工芸品ブランドを
26 位置づけている。

27 伝統工芸についても、沖縄の気候風土や生活文化に根ざし長い年月を経て育
28 まれ愛され続けてきた地域が誇る宝であり、琉球ルネサンスや沖縄ブランド戦略
29 の取り組みは、その普遍的価値が再認識される機会となる。さらにはこれら文化資
30 源を有効活用した新たなビジネス創出や新商品開発など、本県伝統工芸産業のさ
31 らなる発展につなげていく。

33 1 多様性・独自性をもつ琉球文化・伝統工芸の再認識

35 「首里城復興基本計画」においては、沖縄の伝統文化の多様性・独自性への認
36 識を広げるために、首里城及び周辺エリアでの文化イベント、デジタル技術等を
37 活用した理解促進、しまくとぅばの普及啓発など、伝統芸能や伝統工芸等に触れ
38 る機会を提供することとしている。

39 伝統工芸については、特色ある工芸品に触れる機会等を通して工芸品の特色や
40 魅力を感じてもらい、伝統工芸への興味を喚起していく。

- 41 ・ おきなわ工芸の杜における、展示、情報発信、工芸体験
- 42 ・ 本県工芸に関する情報発信の強化
- 43 ・ 工芸フェア出展等、工芸に触れる機会の創出

2 琉球文化や沖縄ブランド戦略を活用した産業振興

「首里城復興基本計画」においては、多様性・独自性を持つ本県文化資源を有効活用し、文化振興と産業振興の両面から相乗効果を生み出すよう、異分野・異業種間の連携を促進し、新たなビジネスモデルの創出や新商品開発を推進することとしている。

また、「沖縄ブランド戦略」においても、同様に琉球芸能や琉球料理、観光との起業連携等、様々な手法によって「おきなわブランド」を消費者に伝えることで価値が高まり、観光誘客や観光消費、県産品需要を押し上げていくことができるとしている。

工芸分野はまさに異分野・異業種連携による商品開発の成功に結びつきやすい分野であり、これまでもさまざまな新商品が開発されてきた。このような取り組みを推進することにより、工芸品のさらなる魅力や価値を高めていく。

- ・他分野と連携した様々な新商品・サービス開発
- ・異業種間ネットワークによる新商品開発の促進

第5章 工芸産業振興の推進体制のあり方

伝統工芸の産業振興施策は、伝統工芸の歴史的・文化的背景を踏まえつつも、産業としての自立的発展を目指して実施されてきた。

そのため、伝統工芸産業の振興に当たっては、工芸事業者の主体的取り組みに対して、県や市町村、国などが側面的な支援を行うことが望まれる。

また、伝統工芸産業は、地域で育まれてきた産業であり、県民一人一人が積極的に伝統工芸に触れ、日常生活の中で愛用していくことが工芸振興にも繋がっていく。時代とともに用途やデザインは変化していくが、その変わらない魅力と価値を共有し、次世代に伝えていくことも重要である。

1 工芸従事者

伝統工芸産業の担い手であり、伝統的な技術・技法を伝え育む貴重な技術保持者である。伝統工芸は長年の歴史の中で育まれた地域の宝であり、将来にわたって存続・発展することが望まれている。

課題となっている後継者不足や原材料不足は、収益が少ないために従事者が減っていることが要因のひとつであり、経営力の強化等による「稼ぐ力」を付けることも必要である。しかし、工芸従事者単独の取り組みには限界があることから、異分野・異業種人材との協働による機能の相互補完や新しい価値の創出が重要となっている。また、業界動向の情報や支援情報等を収集しやすい体制を作り、新商品開発やブランディングに役立てることも重要である。

2 異分野・異業種等の専門的人材

1 工芸品の魅力と可能性を十分に引き出すためには、工芸分野のみならず、異分
2 野・異業種とのコラボレーション等による新商品開発や新分野展開が鍵となる。
3 流通事業者からの市場情報還元やプロデュース、デザイナーとのコラボレーショ
4 ンによるデザイン開発、観光事業者とのツアー造成、金融機関からの融資、取引
5 先紹介など、商品開発・デザイン・ICT・営業・販売・金融・観光等の専門的人材
6 と協働体制を組むことにより、お互いの得意分野を活かしたビジネス展開が図れ
7 ることとなる。

8 また、近年では工芸縫製が可能な事業者が増加してきており、商品開発等にお
9 ける二次加工について、県内事業者間での連携を進めることが期待できる。

10 11 3 国、県、市町村及び支援機関

12 伝統工芸産業の自立的発展を目指すためには、施策は保護・保存のみを目的
13 とするのではなく、稼ぐ力を高め産業として持続的に発展していくための支援
14 が重要である。

15 国、県、市町村及び支援機関は、工芸事業者の熱意や主体的取り組みを常に把
16 握し課題を共有し、持続的発展に繋がるよう、連携して工芸産業振興施策に取り
17 組む必要がある。さらに、県民が誇りを持って日常生活の中で伝統工芸品の利活
18 用が図られるよう環境整備に努めることが重要である。

19 工芸振興センターで実施している中核人材育成は、他組織で代替できないこと
20 から今後も継続しつつ、工芸振興センターが有する技術力や研究成果、各種設備
21 や資料等に基づく技術開発力向上に係る工芸事業者等の育成及び次世代の作り
22 手や購買者等の育成を目的とした工芸価値の認知拡大の推進が必要である。

23 24 25 4 県民

26 本来工芸品とは、生活空間・生活様式・生活文化の中で日常的に活用されてこ
27 そ存在価値を高めていくものである。県民にとっての存在感が薄れてしまうと、
28 実態のない過去のものとなってしまう危険性がある。

29 伝統工芸品は高価格なため購入や活用が促進されにくいことが課題ではある
30 が、伝統工芸品は、地域の資源、歴史、風土に生まれ、今日に受け継がれた文化
31 的価値を有する重要な県産品である。また、物が乏しい時代に身近な自然素材で
32 製作されてきた伝統工芸品は、すべて自然に還っていく循環型の商品として近年
33 では再評価されている。例えば、地域の学校において、地元の自然素材で丁寧に
34 製作される伝統工芸品製作体験、歴史文化施設での学習など、伝統工芸品に親し
35 み、その価値を学ぶ機会になると考えられる。

36 デザイン性に優れたものや素材のぬくもりに安らぐもの、食卓に深みを増すも
37 の、気の利いた仕事グッズなど、さまざまな現代の生活様式に合致した工芸品が
38 開発されている。工芸品を身近に取り入れることで生活が豊かになると感じる人
39 も多く、工芸品が地元の人たちに愛され続け次世代に繋がっていくよう、県民一
40 人一人が魅力的な工芸品に出会い続けられる環境を作っていくことが必要であ
41 る。
42

第9-10次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業

| 推進方針 | 施策 | 事業・事業内容 | 事業主体 | |
|--------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------|------------|
| 施策1 1. 人材の確保・育成 | (1) 工芸従事者の確保と育成 | 事業終了後の定着率の向上 | 国、県、市町村、組合等 | |
| | | 後継者（作り手、原材料製造）育成事業の実施 | 国、県、市町村、組合等 | |
| | | 高度中核人材育成事業の充実化 | 県 | |
| | | 工芸従事者の就労環境の向上 | 組合、工芸事業者 | |
| | | 工芸従事者の課題解決能力の向上 | 県 | |
| | (2) 工芸従事者の技術向上 | 工芸振興センターにおける技術指導の拡充 | 県 | |
| | | 技術指導や講習会等における外部専門家等の活用 | 県、組合等 | |
| | | 工芸士認定制度 | 県 | |
| | | 先進技術の情報収集及び導入促進 | 県、工芸事業者 | |
| | (3) 教育機関等と工芸事業者の連携強化 | 教育機関等と工芸事業者、関係機関等との連携体制の構築 | 関係機関、工芸事業者 | |
| | | 教育機関等と工芸事業者との共同製作等の促進 | 関係機関、工芸事業者 | |
| | | 体験学習の受入拡充促進 | 工芸事業者 | |
| | | 学生や工芸従事希望者に対するセミナー・情報発信等 | 県、関係機関等 | |
| | | 工芸振興センターにおける工芸価値教育等の推進 | 県 | |
| | (4) 工房経営等に関する知識習得 | 工房経営等に関する研修内容の充実化 | 県 | |
| | | 産業支援機関によるセミナー等の活用 | 工芸事業者 | |
| | 施策1 2. 原材料と道具の安定確保 | (1) 原材料生産従事者の確保・育成 | 原材料生産における後継者育成・確保の促進 | 県、原材料製造事業者 |
| | | | 原材料生産技術の改善による品質の向上 | 原材料製造事業者 |
| | | | 原材料供給における分業化、外注の導入促進 | 原材料製造事業者 |

| 推進方針 | 施策 | 事業・事業内容 | 事業主体 |
|----------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|----------------|
| 施策1 2. 原材料と 道具の安定 確保 | (2)安定確保 に向けた取組 | 原材料の必要量、賦存状況の把握 | 原材料製造事業者、工芸事業者 |
| | | 原材料の栽培、植林等の推進 | 原材料製造事業者、工芸事業者 |
| | | 伝統工芸事業者と関係機関とのネットワーク構築 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | | 伝統工芸で使用する道具類等の必要量、生産状況の把握 | 県、工芸事業者、道具等生産者 |
| | (3)代替原材料品の開発と利用の促進 | 代替原材料品に関する試験研究・製品開発の実施 | 県、関係機関等 |
| | | 代替原材料品の情報提供及び利用促進 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| 施策1 3. 工芸的価値の強化 品質確保と知財権活用 | (1)品質の維持・向上 | 安全な製品を提供できる体制の構築 | 県、工芸事業者 |
| | | 県営検査制度の徹底と拡充 | 県、組合等 |
| | | 各産地組合における検査制度確立への支援 | 県、組合等 |
| | | 検査制度に関する情報発信の強化 | 県、組合等 |
| | (2)知的財産制度の活用促進 | 模倣品の流入実態の把握 | 県、組合等 |
| | | 知的産業財産制度の普及・啓発と活用促進 | 国、県、工芸事業者 |
| | | 県検査制度の徹底と拡充及び県証紙に関する情報発信の促進 | 県、組合等 |
| 施策2 1. 「稼ぐ力」の強化 | (1)市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開 | 市場情報に関する情報発信、セミナー・研修 | 県、関係機関等 |
| | | 商品開発補助金 | 県、関係機関等 |
| | | 新たな製品開発を支える技術・技法の開発 | 県 |
| | | 商品開発・デザイン・ICT・営業・金融・販売等の人材とのネットワーク構築 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | (2)ブランド力の向上と情報発信の強化 | 歴史や特性、原材料、技法などストーリー性のある魅力の表現 | 工芸事業者 |
| | | 情報発信の強化と認知度向上 | 県、市町村、工芸事業者 |
| | | ICT活用などによる県内外への情報発信の強化 | 県、工芸事業者 |
| | | 条例や伝産法に基づく伝統工芸品の指定促進 | 県 |

| 推進方針 | 施策 | 事業・事業内容 | 事業主体 |
|--------------------|------------------------|--------------------------------------|------------------|
| 施策2 1. 「稼ぐ力」の強化 | (3) ICT活用 | 検査制度の充実など品質の維持・向上に向けた取り組みへの支援 | 県、組合等 |
| | | ICT活用に関する情報発信、セミナー・研修 | 県、関係機関等 |
| | | おきなわ工芸の杜 ホームページにおける工芸関連情報のプラットフォーム | 県 |
| | (4) 販売力の強化と販路開拓 | 市場ニーズに応じた商品開発・販路開拓や工房経営等に関する研修内容の充実化 | 県、関係機関等 |
| | | インターネット等を活用した販売システムの構築促進 | 県、関係機関、 工芸事業者 |
| | | 流通事業者と連携した販路拡大・販売促進の促進 | 県、工芸事業者 |
| | | 販売促進支援補助金（仮） | 県 |
| 施策2 2. 経営力の強化 | (1) 経営感覚に基づいた事業運営・工房経営 | 工房経営等に関する研修内容の充実化 | 県、関係機関等 |
| | | 産業支援機関によるセミナー等の活用 | 工芸事業者 |
| | | 中小企業診断士や経営コンサルタント等の活用促進 | 工芸事業者 |
| | | おきなわ工芸の杜ホームページにおける工芸関連情報のプラットフォーム | 県 |
| | (2) 各分野の人材との協働体制 | 流通事業者と連携した商品開発・販路開拓体制 | 県、関係機関、 工芸事業者 |
| | | 工芸振興センター及びおきなわ工芸の杜を活用したネットワーク構築 | 県、関係機関、 工芸事業者 |
| | | 異分野・異業種とのマッチング | 県、関係機関、 工芸事業者 |
| | | 外部資金獲得、活用にむけたノウハウの蓄積 | 県、関係機関、 工芸事業者 |
| | (3) 収益力の向上と経営基盤の強化 | 中小企業診断士や経営コンサルタント等の活用促進 | 工芸事業者 |
| | | 中小企業施策の利活用促進 | 工芸事業者 |
| | | 事業体制のICT化の促進 | 県、工芸事業者 |
| | (4) 組合機能の充実 | 組合運営機能の強化 | 県、市町村、 組合等 |
| | | 中小企業団体中央会による組合向けセミナー、各種補助金等の活用 | 組合等 |
| | | 共同事業及び講習会等の拡充 | 組合等 |

| 推進方針 | 施策 | 事業・事業内容 | 事業主体 |
|---|--------------------------------|---|--------------|
| 施策2 2. 経営力の強化 | (4) 組合機能の充実 | 組合員の福利厚生改善 | 組合等 |
| | | 産地組合における社会保険制度導入の促進 | 組合等 |
| 施策2 3. 沖縄工芸の面としての展開と工芸価値の強化 | (1) 観光産業との連携、観光需要の取り込み | 観光市場向けの様々な新商品・サービス開発 | 工芸事業者 |
| | | 観光プロモーションにおける伝統工芸品活用 | 県、関係機関等 |
| | | ターゲット客層毎に対応するPR素材等の整備 | 県、関係機関等 |
| | | 観光関連事業者との連携体制構築 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | | 消費客向け(製作体験、観光土産品、贈答用商品など)のプロモーション強化への支援 | 県、工芸事業者 |
| | (2) 文化芸能等他分野との連携 | 歴史・文化施設等との相互連携 | 県、関係機関 |
| | | 相互の客層・愛好家向けに、魅力の情報発信 | 県、関係機関 |
| | | 若手同士の異分野・異業種交流による次世代育成 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | | 未利用資源を活用した新たなビジネスモデルの創出 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | (3) 沖縄のソフトパワーを生かした工芸産業の活性化 | 他分野と連携した様々な新商品・サービス開発 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | | 異業種間ネットワークによる新商品開発・新分野展開の促進 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | | 工芸振興センターにおける新たな工芸価値コンテンツづくり | 県 |
| | 施策3 1. 商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり | 工芸振興センターによる研修事業、技術支援、試験研究等 | 県 |
| 工芸従事者等の集積 | | 県 | |
| 貸し工房等による起業支援 | | 県 | |
| 共同工房等による商品開発促進 | | 県 | |
| 情報の集約と発信機能の充実 | | 県 | |
| 施策3 2. 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 試験研究・製品開発、技術支援体制の強化 | 県 | |
| | 専門技術員の支援ノウハウ力等の向上 | 県 | |

| 推進方針 | 事業・事業内容 | 事業主体 |
|---|---------------------------|--------------|
| 施策3 2. 技術指導体制の強化及び共同研究等による課題解決、商品開発等 | 他の公設試験研究機関との連携強化 | 県、関係機関 |
| | 工芸振興センター等によるコーディネート機能 | 県 |
| | 伝統工芸事業者等による共同研究の促進 | 県、工芸事業者 |
| 施策3 3. 工芸関連情報の集約・発信 | おきなわ工芸の杜ホームページの充実化 | 県 |
| | 消費者・観光客向け工芸イベント等情報発信の拡大 | 県 |
| | 工芸従事者向け支援情報の一元化 | 県 |
| 施策3 4. 工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築 | 工芸振興センターによるコーディネート機能 | 県 |
| | 伝統工芸事業者、研究機関等との共同研究の促進 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | 新たな支援体制の構築 | 県、関係機関 |
| | 新ビジネスや新商品のシーズの事業化 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | 異分野・異業種とのマッチング | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | 外部資金獲得、活用にむけたノウハウの蓄積 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| 施策4 1. 多様性・独自性をもつ琉球文化・伝統工芸の再認識 | おきなわ工芸の杜における、展示、情報発信、工芸体験 | 県 |
| | 本県工芸に関する情報発信の強化 | 県 |
| | 工芸フェア出展等、工芸に触れる機会の創出 | 県 |
| 施策4 2. 琉球文化やおきなわブランド戦略を活用した産業振興 | 他分野と連携した様々な新商品・サービス開発 | 県、関係機関、工芸事業者 |
| | 異業種間ネットワークによる新商品開発の促進 | 県、関係機関、工芸事業者 |

1
2
3
4
5
6

1 沖縄県工芸産業振興審議会委員名簿

(任期:令和8年3月26日から2年間)

| No | 氏名 | 代表区分 | 現職名 | 備考 |
|----|--------|--------|--------------------------------------|----|
| 1 | 糸数 政次 | 学識経験者 | 浦添市美術館 館長 | 新 |
| 2 | 花城 美弥子 | 学識経験者 | 沖縄県立芸術大学 教授 | 新 |
| 3 | 宮城 奈々 | 学識経験者 | 一般財団法人美ら島財団 | 3期 |
| 4 | 吉浜 博子 | 関係業界 | 那覇伝統織物事業協同組合 代表理事 | 新 |
| 5 | 宮城 守男 | 関係業界 | 琉球びんがた事業協同組合 理事長 | 新 |
| 6 | 玉城 望 | 関係業界 | 壺屋陶器事業協同組合 専務理事 | 新 |
| 7 | 喜瀬 涼子 | 関係業界 | (一財) 沖縄観光コンベンションビューロー 構内事業部 受入推進課 | 新 |
| 8 | 大城 秀子 | 関係業界 | 沖縄県文化協会 事務局次長 | 新 |
| 9 | 大谷 哲生 | 関係業界 | ファッションデザイナークラブ琉球 代表理事 | 3期 |
| 10 | 鈴木 修司 | 関係業界 | ゆいまーる沖縄(株) 代表取締役社長 | 3期 |
| 11 | 上地 哲子 | 関係業界 | 沖縄県中小企業団体中央会組織支援部長兼組織 支援課長 | 新 |
| 11 | 田里 宗明 | 消費者代表 | デザイナー | 新 |
| 13 | 大城 敦史 | 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 | 新 |

7
8
9
10
11
12

1 2 第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画策定に係る審議経過

2
3

| 期 日 | 会 議 等 (場 所) | 審 議 内 容 |
|---------------|-----------------------------|---|
| 令和8年 3月26日 | 第1回審議会 (県庁6階第1特別会 議室) | <ul style="list-style-type: none"> ・第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画の策定に係る諮問 ・第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画の実績 ・第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画(骨子案) |
| 令和8年 7月頃 | 第2回審議会 | <ul style="list-style-type: none"> ・第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画(素案) ・各工芸品の現状と課題 |
| 令和8年 11月頃 | 第3回審議会 | <ul style="list-style-type: none"> ・第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画(最終案) ・工芸従事者と異業種・異分野専門家とのネットワーク構築について |
| 令和9年 1月頃 | 県ホームページ等 | <ul style="list-style-type: none"> ・県民意見公募の実施 ・意見集約、最終案の修正 |
| 令和9年 3月頃 | 答申 (商工労働部部長室) | <ul style="list-style-type: none"> ・第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画の策定に係る答申 |

4
5
6
7
8
9
10

第 10 次沖縄県伝統工芸産業振興計画策定スケジュール

| 月 日 | 内 容 |
|--------------|---|
| 3 月 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄県工芸産業振興審議会委員委嘱 ・ 第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画の策定に係る諮問 ・ <u>第 1 回沖縄県工芸産業振興審議会</u> ・ 第10次工芸産業振興計画（骨子案）の検討 |
| 4 月～6 月 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 骨子案の意見集約及び修正 ・ 第10次工芸産業振興計画（素案）作成 ・ 産地組合等への再ヒアリング |
| 7 月 | <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>第 2 回沖縄県工芸産業振興審議会</u> ・ 第10次工芸産業振興計画（素案）の検討 |
| 8～9 月 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 素案の意見集約及び修正 ・ 第10次工芸産業振興計画（最終案）案作成 |
| 1 0 月 | <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>第 3 回沖縄県工芸産業振興審議会</u> ・ 第10次工芸産業振興計画（最終案）の検討 |
| 1 1 月 | <ul style="list-style-type: none"> ・ パブリックコメントの実施 |
| 1 2 月 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 最終案の意見集約及び案文修正 ・ 審議会答申案文検討、調整 ・ 第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画の策定に係る答申 |
| 令和 9 年 1～3 月 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画の策定 ・ 計画の決定、印刷原稿作成 ・ 印刷発注、納品 |