

令和 7 年度第 1 回沖縄県工芸産業振興審議会 議事概要

- 1 日時：令和 8 年 3 月 26 日（木）午前 10 時～午後 12 時
- 2 場所：沖縄県庁 6 階第 1 特別会議室
- 3 出席者：
（委員） 糸数政次委員、花城美弥子委員、宮城奈々委員、吉浜博子委員、玉城望委員、喜瀬涼子委員、大城秀子委員、大谷哲生委員、鈴木修司委員、上地啓子委員、田里宗章委員、大城敦史委員（※欠席：宮城守男委員）
（事務局） 沖縄県商工労働部長、商工労働部ものづくり振興課長、副参事、班長、主査、主任
- 4 議事概要：下記のとおり

【議題 1】会長、副会長選出

会長に糸数政次委員、副会長に吉浜博子委員が選出された。

【諮問】

沖縄県知事に代わり知念百代沖縄県商工労働部長から審議会へ第 10 次沖縄県伝統工芸産業振興計画の策定について諮問を行った。

【議題 2】第 9 次沖縄県伝統工芸産業振興計画の実績について

（事務局） 資料 1 及び参考資料 2 により説明を行った。

（委員からの主な意見）

- 工芸産業実態調査数値と調査手法の確認について。産地組合に属していない工芸従事者の数値は含まれているのか。

（事務局）

工芸産業実態調査は、産地組合からの報告に基づき市町村において取りまとめ、提出があった数値の積み上げとなっておりあくまで推計である。産地組合に属していない工芸従事者の方については、市町村で調査を行い、報告してきた数字である。報告漏れも考えられるため実態としてはこの数値以上の生産額があるものと認識している。

- 生産額について正確な数値を求めるのであれば、産地組合が取りまとめる必要があ

るのではないかと思います。調査の方法も検討できないか。

- 調査手法について、全国的にみられる状況だがここ2、30年で伝統工芸分野以外の生活工芸品（普段使いできる工芸品）分野の市場が拡大している一方で、その分野の生産者は組合に属さない方がかなり多い。これら数値を加えると生産額の実態としてはだいぶ大きくなるはずなので、調査は大変だとは思いますが組合加入者以外の生産者の生産額、人数等の実態把握についてもどう扱うか検討は必要と考える。

（事務局）

過去の数値と比較しながら推移をとらえるため、基本的にはこれまで大きく調査手法を変えてはいない。現在確認いただいている数値は工芸産業の現状として公表していくものとなる。ご指摘のあった非組合員の数値の把握は市町村にも相談しているが、個々の事業主の数値についてどこまで集計できるか、また、どのように集計項目として建てるべきか検討すべき点は多い。

- 実態調査の調査対象範囲をどう捉えているのか明記は必要。（組合加入者のみなのか、それ以外にも含まれているのかなど）また、傾向を見やすくするためにグラフ化などの工夫も必要ではないか。

（事務局）

次回までに整えたい。

- 各産地の構造的な脆弱性（人材定着、原材料確保、経営基盤や販路の弱さなど）は相変わらず大きな課題として残ったままとなっている。特に人材確保の面では、国、県では後継者育成事業を行ってはいるがなかなか効果が出ていない現状。根本的な解決に向けては定着の視点でなんらかの手立てが必要ではないかと考える。原材料確保についても、沖縄に限らず全国的にも、原材料や道具の入手困難性などが（原材料や道具の生産者の）高齢化や担い手不足により顕在化している。これらはもはや、一産地組合で解決できるレベルではなく、また、短期間に解決できるものではない。産地間を超えた連携と中長期的なビジョンが求められる。流通面では、以前より問屋依存は指摘されているところ。各産地において価格決定力が弱くイニシアティブが取れない課題についてどのような改善案を持つのか具体的な提案も必要ではないかと考える。

- 人材育成面では、工芸振興センターの高度工芸技術者研修などで育成した人材が、おきなわ工芸の杜の貸工房に入居するなどしている。そこには様々なジャンルの生産者がおりコラボした商品開発などの取り組みも期待できる。

原材料に関して個人的に思ったのは、難しいと思うが、共通で使う糸があれば、県が育成して各産地に配布という形ができればいいなと思った。

貸工房にはさまざまなジャンルの生産者がいるので、コラボした商品開発なども取り入れたら大いに参考にできるところはあるのではないかな。

- 従事者が少ない産地において生産額を上げているケース（芭蕉布など）もある。大いに生産額を向上させた産地に出向き直接聞き取りすることで参考にできることもあると考える。

- 第9次計画期間中に整備された「おきなわ工芸の杜」の特徴でもある貸工房に関しては、整備後にどのような環境で使用されてきたか実績として記載があれば、より活用促進の在り方が見えてくるので、第10次計画では検討してもらいたい。

（事務局）

工芸の杜は令和4年4月に整備されて本年度で満3年を過ぎた。貸工房等の活用状況について次回までに追記したい。

工芸の杜はインキュベート施設として安価に工房を貸し出ししながら、工房の経営支援として、工芸振興センターにおいてセルフプロデュース力強化研修を行っている。指定管理者において経営相談を受けるなど伴走支援を行っている。工芸の杜ができたことで担い手の定着に向けた支援は一定程度進んでいるものと考えている。

- 貸工房では作品を作りながら販売も行えるとのことだが、貸工房入居者において利益追求の意識は弱いように感じた。貸工房に入居しながら販売し利益を上げることが将来的な定着につながる。販売面での支援強化（バックアップ、指導など）の必要があるのではないかな。

（事務局）

指定管理者や工芸振興センターにおいて商談会出展に向けた準備やSNSでの発信方法などについて助言を行っている。引き続き販売面での支援について効果的に行えるよう検討したい。

- 海外の方の手作りに対するリスペクトはとても高く、その点の効果的なアピールが購買行動につながっている。工芸の杜にも多くのインバウンドに来ていただくような仕組みづくりが必要である。広告やHPなどでの周知の仕方、動画コンテンツの作り方など見せ方は重要。グローバル事業など他の事業とも連携しながら付加価値をつけて対外発信する力をつけることが、稼ぐ力のアップにつながると思う。

【議題 3】第 10 次沖縄県伝統工芸産業振興計画の骨子案について

（事務局）資料 3 及び資料 4 により説明を行った。

（委員からの主な意見）

- 骨子案 P 3 には条例指定外のその他工芸品として、ウージ染めなどの記載はあるがうらそえ織も販売は拡大しているので、現状・課題などの記載について検討してほしい。

（事務局）

うらそえ織協同組合に対してもヒアリングなども行ってきた。素案作成の際は、記述を行いたい。

- 骨子案 P 19 以降に「おきなわブランド戦略との連動」との記述が出てくる。「おきなわブランド戦略」とは何かの記載も必要ではないか。骨子案では具体的な記述の必要はないのかもしれないが、計画素案への記載内容として県としてどのようなイメージを持っているのか。

（事務局）

→ブランド価値提供の事例としては、漆器の重箱に盛り付けた県産料理を高価なメニューとして提供することなどが示されており、県産食材（農林水産分野）と伝統工芸品（商工分野）の連携で成功した事例とされている。

→本戦略はあくまで概念的なものとなっており、沖縄全体（県民、民間事業者等）で本戦略を理解しながら実践しましょうとされている。

→沖縄全体のブランド価値向上のため様々な分野とタイアップしながら工芸品も PR していきたいとのイメージは持っているが、第 10 次の計画中に個別具体的な施策として記載することは難しいと考えている。

→ただ、琉球王朝として栄えた時代に王府において使用されていた品物が、今に引き継がれてきた伝統工芸品であるとの文化的な歴史は、他の地域にはない沖縄独自のブランドであり様々な場面で発信していきたい。

- 「琉球文化ルネサンス」との記述があるが、なにかしらビジョンがあつての記載か。

- 現在の記述では、「琉球文化ルネサンス」の考えが伝わらないので、説明の追記が必要と考える。

（事務局）

当該記載は第 9 次からあるが、令和 5 年 3 月の「琉球文化ルネサンス」に関する万

国津梁会議提言を踏まえた記載となっている。提言では、ことば、食、祭祀・芸能などとともに工芸は琉球文化を構成する大切な要素とされ、各要素が連携しながら琉球文化全体の魅力を発信することなどがビジョン（将来像）として示されている。その提言なども踏まえた具体的な取り組みを素案へ盛り込みたいと考えている。素案において記述したい。

○P22の記述で道具に着目したのはとてもいいことだと思った。作り手の思いの下に手作りの技法・技能を注ぎ込んでいくことはもちろん重要であるが、一方、後継者育成で人材確保が厳しい中においては、使える機械（道具）は使っていく必要が出てきている産地もあるのではないかな。すべての工程を手作業で貫くこともありだとは思いますが、機械化できそうな部分（道具を使って効率化できる部分）を工業技術センターと連携しながら変えていく柔軟性があってもいいのではないかな。

○人材育成面では、「伝統工芸品生産者」や「機械（道具）の作り手」とともに生産者にとって使い勝手のよい機械（道具）とするためにマッチングしていく人材が必要ではないかな。

○生産者の思いをしっかりとくみ取ってマーケティングしていける人材も必要。

○工芸産業振興に向けては、様々な立場の人材育成が不可欠である。

○壺屋焼の課題として、登り窯で使用する薪が非常に入手しにくい状況となっている。これまで金武町の木工所の製材で出る端材を薪として調達していたが、当木工所が昨年廃業してしまった。このため、別の林業生産企業組合から直接調達しているがこの組合も高齢化でいつ廃業してもおかしくない。薪材の調達においても他の森林組合と連携して確保するような取り組みとして県の力添えがあるとありがたい。

○陶土に関しても、原料となる土を本島内から探しブレンドしているが、耐火性が高い恩納村の前兼久で採取された赤土は量が少なく希少なものとなっている。採れたとしても質が低下してきている状況もある。従来採取してきたエリアに住宅やゴルフ場などが立地し取れなくなったケースもある。継続的、安定的に陶土が確保できるように何かしらの手立てが必要である。

○また、組合が運営している製土工場の老朽化も著しい。組合として建て替えの経費負担も厳しく、また、人件費の高騰により組合運営も順風満帆ではない。

（事務局）

→原材料調達の面では、従来の供給先の廃業に対して、農林水産部など他部局にも確認しなら新規調達先を探す必要があると考えるが、計画素案としては、薪材や

原料土など必要量なども把握・調査する必要性がある旨の記述の追記を検討していきたい。その上で、原材料の安定的な確保に向けた具体的な支援に関しては次のステップとして打ち出していければと考えている。

- 原材料確保の面では、全国的に各産地で深刻な状況となっている。京都などは分業なのでさらに深刻な状況。根本的なところではあるが、製材屋などが廃業するのは稼げないから続けられないという事情がシンプルにある。現場をまわるとやはりそこに行き着く。
 - そこでいくとP24で記述する「稼ぐ力の強化、経営力の強化」が根本的な課題である。工芸事業者自らの稼ぐ力の向上（経営力）がなければ、どんなに県が公費を投じて、公費を注ぎ続けるだけになってしまう。
 - 県の事業を受託し生産者支援を行っていても、売り上げはあげているがいくら利益が出ているかは把握していない、人を雇用しているが雇用契約書がない、社会保険料が払いきれていない、など法令に沿った経費も賄えず、実態としては赤字で経営している事業者がほとんどである。今後のインボイス特例措置が切れた後のしわ寄せも心配である。
 - 「稼ぐ力の強化、経営力の強化」につながる施策をベース（土台）としてその上にPRや商品開発などの支援を行うことが、行政施策としての費用対効果は高いと考える。経営力強化にはもちろん生産者自身の意識が変わっていくことが必要だが、行政施策の効率的な後押しを期待したい。
- 織物産地の原料確保の現状としては、養蚕により繭から絹糸を紡ぐ久米島、浦添では年間で着尺1反分ほどしか自前では生産できない。このため「本物」として市場に出せる商品は限定的となっている。出している商品のすべてを自前で紡いだ糸を使っている訳ではない。糸原料の自前生産は人手が必要ではあるが、自前の糸は付加価値がつく商品にしか使えない。
- 委員より機械化の意見もあったがよい提案だと思う。国指定を受けている伝統的工芸品はそれぞれ伝統的な技術又は技法が指定されているが、指定されている範囲外で機械化できる部分があれば導入してもよい運用になっている。（※根本的な変化や製品の特長を変えることがなければ、改善や発展は差し支えないとされている。）
 - 首里織は、群馬県碓氷製糸工場から生糸を仕入れており国産にこだわっている。更に紡績された糸は撚り（より＝ねじり）をかけるため撚糸工場へ運ばれるが、やはり養蚕農家とともに撚糸工場も減ってきている。撚糸の工程も重要であり技術レベルが低い工房で撚った糸は使い物にならない。

- 首里織としては国産にこだわり調達先の多様化を目指して群馬周辺で他の工場を探しているがなかなかない。沖縄で調達できるようになるのが理想ではあるが、糸づくり様々な工程の人材は短期間で育成できるものではない。
 - 自分たちだけではどうしようもない、解決が難しい部分があるので、関係者と連携してどう解決していくが工芸の原材料や道具の課題かなと感じている。
 - 物ができるまでの工程で課題が多いので、その部分の取組みが本計画の記述の中心になるのだらうとは思いますが、委員から指摘があったように出口戦略をしっかり持たないと人材を確保しても定着しないという問題は解消しない。
- 観光振興計画の中でも消費単価をあげる目標はあるが、観光客の消費を上げるためにもモノが必要で、モノの良さが伝わらなければ消費にはつながらない。骨子では文案に“観光”の文字はあるが、観光との関連でわかりづらい表記なので、記載方法を検討してほしい。
- コロナ禍以降も観光への投資は旺盛で、宿泊施設はどんどん増え続け観光客を呼ぶ土台は充実してきている。富裕層を誘客できるホテルも出てきている。特に最近増えてきている英語圏以外の欧州の観光客は価値のあるモノに対してはいくらでもお金を払う。日本人の消費行動とは違う方々が増えてきている中では、大量生産で商品売るのはではなく、ものづくりを体験させ自分で制作したものを持ち帰りながら、合わせて消費行動としてその場に展示されているものを購入する方々が増えてきている。
- 日本人の人口は減っていくが、欧州からの観光誘客の未来は明るい見通しを持っており、そこに対して何らかのアプローチをしていくときに箱としてはホテルがある。ホテル側と連携しモデル的にホテル内で販売していくことで、マーケティングのノウハウを有するホテル側の意見を聞きながら観光客に買ってもらえる商品開発につながると考えられるので、そのような観点で取り組みを素案の中にしっかり盛り込んでほしい。
- 沖縄に1千万人の観光客が来ていることを念頭に持ってもらいながら、計画の中で観光との連携について記述があれば OCVB としても動きやすい。
- ホテルで工芸関連イベントのポップアップの依頼を受けた際に感じたが、国とか地域によって購入したい商品ニーズが全然違う。アジアの方々は自国でより安く購入できる商品とは違うモノを求めている。インバウンドに対するアンケートをしっかりと行いニーズを深掘することが必要ではないか。
- また、例えばバイヤーを招聘して直接ニーズを深掘り把握し、そのバイヤーと組合

（生産者）と繋げばニーズへの対応も早くなり生産性もあがるのではないか。