資料２

第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画
(最終案)

令和○年○月

沖　　縄　　県

第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　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　2
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
　②１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　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　9
　各工芸品の現状と課題　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１３

第３章　　計画の基本方針

１．伝統的な技術・技法の継承及び~~と発展~~持続可能な発展と革新・・　２１
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・　２２
３．おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進　・・・・・　２２
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　・　２３

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・技法の継承及び~~と発展~~持続可能な発展と革新　２４
　１．人材の確保・育成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２４
　２．原材料と道具の安定確保・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２６
　３．品質確保と知的財産制度の活用　・・・・・・・・・・・・・・・　２８
　４．ＤＸによる技能継承と生産プロセス革新の推進・・・・・・・・２９
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３０
　１．「稼ぐ力」の強化　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３０
　２．経営力の強化　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３２
　３．観光産業・文化芸能等他分野との連携と工芸価値の向上・・・　３３
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　・・・　３５
　１．商品開発、人材育成、起業促進の拠点づくり　・・・・・・・　３６
　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３６

３．工芸関連情報の集約・発信・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３７
４．工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築　・・・・・・・・　３７
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　３８
１．多様性・独自性をもつ琉球文化の再認識　・・・・・・・・・・　３８
２．琉球文化や沖縄ブランド戦略を活用した産業振興　・・・・・　３８

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　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３９
２．異分野・異業種等の専門的人材・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４０
３．国、県、市町村及び支援機関・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４０
４．県民　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４０

（付表）第10次沖縄県伝統工芸産業振興計画主要施策事業・・・・・・・４２

（参考資料）
１．沖縄県工芸産業振興審議会委員名簿・・・・・・・・・・・・・・・・４８

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育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り出される伝統工芸品は、「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９年度から令和13年度までの５か年とする。

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８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、うらそえ織等がある。

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、39億2903万円となっており、第９次沖縄県伝統工芸産業振興計画の開始前年度の令和３年度との対比では66.3ポイント（15億5442万円）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（2億6,805万円）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、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745事業所となっており、令和３年度と令和６年度との対比では、従事者数は16ポイント（229人）の増加、事業所数は3.5ポイント（27事業所）の増加となっている。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（16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60代以上の割合が約40%となっている一方で、従事者の経年数別割合では５年未満の割合が増加していることから、若手従事者の確保と定着不足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。

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
伝統工芸品	織物	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・ミンサー	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・南風原花織	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%
		宮古上布等	42,656	26,886	32,706	11,440	25,707	34,666	134.9%	106.0%	81.3%
		八重山上布・ミンサー	850,553	484,512	319,934	382,274	437,069	503,152	115.1%	157.3%	59.2%
		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%
	びんがた		226,331	104,918	124,588	200,106	197,514	158,056	80.0%	126.9%	69.8%
	小計		1,482,043	964,922	840,922	975,427	1,042,442	1,116,132	107.1%	132.7%	75.3%
	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	1,019,342	125.9%	373.3%	160.8%
	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	3,654,011	108.9%	169.2%	109.8%
その他	ウージ染、その他染織物		71,928	40,948	42,280	39,406	91,701	86,686	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	275,023	88.9%	127.7%	82.3%
合計			3,660,980	2,502,839	2,374,609	2,924,143	3,664,784	3,929,034	107.2%	165.5%	107.3%

注１：【参考資料】工芸産業実態調査（各産地組合等からの報告に基づき市町村でとりまとめた数値）

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
伝統工芸品	織物	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・南風原花織	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%
		宮古上布等	1,293	1,222	1,258	545	952	990	104.0%	78.7%	76.6%
		八重山上布・ミンサー	4,945	2,564	1,693	2,124	2,388	2,795	117.0%	165.1%	56.5%
		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%
	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%
	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	4,144	88.0%	220.0%	182.3%
	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	2,336	99.4%	144.3%	109.6%
その他	ウージ染、その他染織物		1,332	871	846	804	1,609	1,884	117.1%	222.9%	141.5%
	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	2,365	100.0%	142.6%	107.8%

③業種別・年度別従事者数

（単位：人）

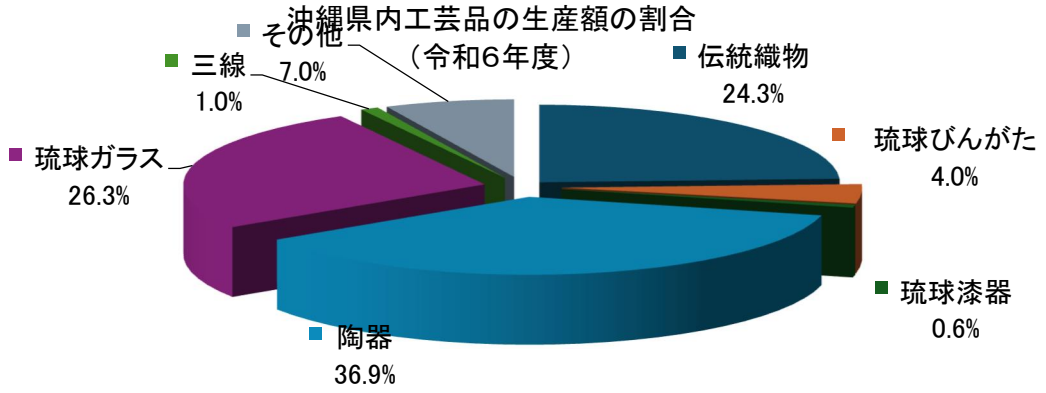
品名			R元	R2	R3	R4	R5	R6	対前年度比	対R3年度比	対R元年度比
伝統工芸製品	織物	芭蕉布	27	29	26	28	28	29	103.6%	111.5%	107.4%
		読谷山花織・ミンサー	73	70	70	102	101	99	98.0%	141.4%	135.6%
		首里織	51	60	48	43	42	103	245.2%	214.6%	202.0%
		琉球絣・南風原花織	162	166	164	164	161	175	108.7%	106.7%	108.0%
		久米島紬	98	95	96	98	95	69	72.6%	71.9%	70.4%
		宮古上布等	33	22	26	21	27	35	129.6%	134.6%	106.1%
		八重山上布・ミンサー	172	189	189	180	183	180	98.4%	95.2%	104.7%
		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%
	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%
	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%	85.2%
	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%

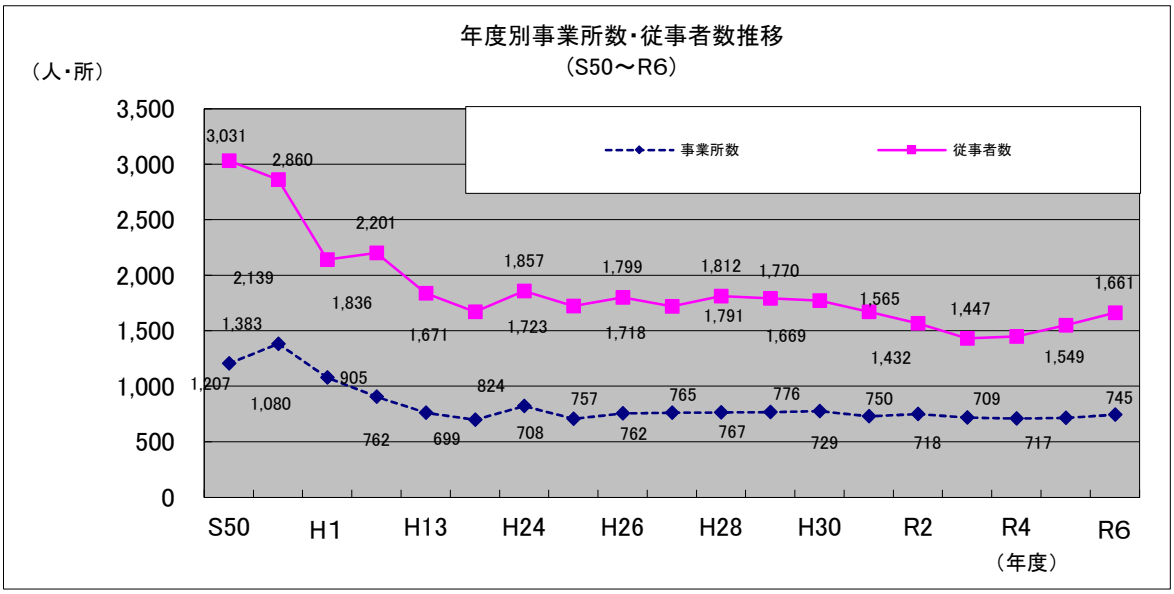
④業種別・年度別事業所数

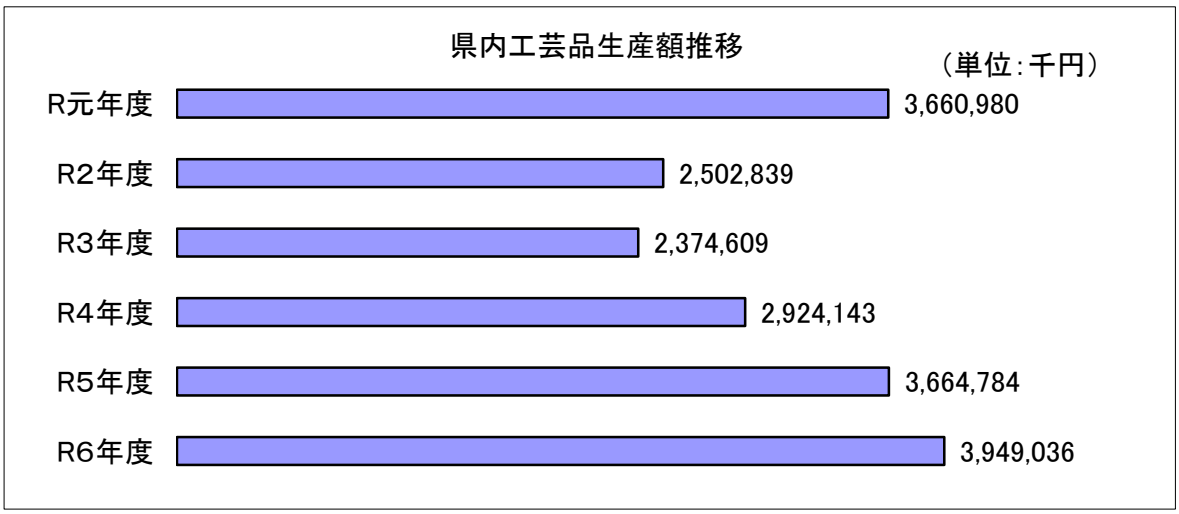
（単位：事業所）

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
伝統工芸製品	織物	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・南風原花織	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%
		宮古上布等	15	11	21	17	17	26	152.9%	123.8%	173.3%
		八重山上布・ミンサー	93	113	112	99	107	103	96.3%	92.0%	110.8%
		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	546	106.8%	110.3%	119.5%
	びんがた		30	28	31	29	30	31	103.3%	100.0%	103.3%
	小計		487	525	526	538	541	577	106.7%	109.7%	118.5%
	漆器		9	9	6	7	6	6	100.0%	100.0%	66.7%
	陶器		142	127	108	95	101	103	102.0%	95.4%	72.5%
	琉球ガラス		18	15	9	10	11	14	127.3%	155.6%	77.8%
	三線		24	21	17	15	15	13	86.7%	76.5%	54.2%
	小計		680	697	666	665	674	713	105.8%	107.1%	104.9%
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	745	103.9%	103.8%	102.2%

沖縄県内工芸品生産額割合、従事者数・事業所数、生産額推移グラフ







（２）全国の状況

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７年10月時点で244品目あり、令和４年度における生産額は1,050億円、従事者数は48,334人となっている。

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った昭和58年度の5,405億6,400万円に比べ、令和４年度は80.5ポイントの減少、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83.2ポイントの減少と、現在は何れもピーク時の１／５以下の大幅な減少となっている。

一方、本県の伝統工芸品は、ピーク時と令和６年度の比較において、生産額で31.4%、従事者数で53.4%減少となっており、全国の推移に比べ減少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と考えられる。

２　伝統工芸産業の課題

（１）市場ニーズへの対応

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高い工芸品などは、大きな減少を免れている。

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・技術であり、工芸従事者にとって高い障壁となっている。

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、国内の工芸産業全体としての明るい兆しも見られる。

（２）人材の確保と育成

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、後継者を確保し、育成することが不可欠である。

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きないなどの課題を抱えている事業者もある。

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場に関する知識や感覚も重要となっている。

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った部分があると思われる。行政機関主導の支援を有効に活用できるよう、工芸事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くりが必要である。

（３）原材料と道具の安定確保

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

これら天然原材料の中には、従事者の高齢化や後継者不足などによる生産量の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。

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。そのため、芭蕉糸、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ら引き続き中長期的に取り組む必要がある。

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促進が求められている。

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、びんがたで使用する型紙（渋紙やＳＴ紙）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、新たな問題も生じている。

県としても各産地組合と連携し、原材料の必要量なども把握・調査し、原材料

の安定的な確保の支援に向けて取り組む必要がある。

（４）経営力の強化

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。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、例えば、産地組合では中小企業等協同組合法に基づく事業協同組合（以下　産地組合という）を設立し、各種共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によりばらつきがある。

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充分にできているとは言いがたい状況にある。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課題である。

（５）販売力の強化と販路開拓

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。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むことができなったことが原因であると考えられる。

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、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存在となっている。

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である。

（６）ブランド力の向上

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、沖縄工芸品としてのブランド力向上は不可欠である。

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、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する中で、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である。

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。

また、伝統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。

（７）経済的・社会的危機等への対応力

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、世界経済及び社会生活に深刻な影響をもたらした。消費行動や企業の経済活動等も大きな影響を受けて、本県においても、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 各工芸品の現状と課題

2

品名	現状	課題
喜如嘉の芭蕉布	生産額、従事者数ともに減少傾向にある。高齢化による効率低下も一因となっている。製品は、着尺、帯地が中心である。 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等により、新たな参加者が増加している。 （従来の伝統的な後継者育成事業は休止中） 喜如嘉の芭蕉布への理解を深めるため、国内外での展示会開催、地元ホテル等の連携、海外への認知度向上に積極的に取り組んでいる。 知名度が高く、メディア露出も多い。	新規組合員を増やすための後継者育成事業が重要であるが、組合加入の要件が厳しく、新人が定着しにくい構造になっている。今後は組合加入要件の穏和など、受け入れ体制（仕組みづくり）の改善が急務である。 原材料（糸芭蕉）の確保においては、糸づくりから始まる工程を自前で賄わなければならず、非常に困難を極めている。この原材料不足が量産化・生産拡大の大きなボトルネックとなっている。 国内外を問わず、さらなる需要を喚起するための市場開拓と、それに応える生産体制の強化が必要。
読谷山花織・読谷山ミンサー	生産額は増加傾向にある。従事者数は令和４年度まで増加し、その後横ばいで推移。 製品は、着尺・帯、満遍なく人気がある。 綿糸のカラーバリエーションを増やし、新しいデザインも増えている。 近年は産地としての認知度が上がっており、地元のホテル等も連携しながら、観光消費の取り込みにも取り組んでいる。	組合の高齢化が進んでいる。 物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが著しく上がっている。 猛暑化の影響を受けて、夏物の需要が増しているため、涼しく着れるような商品開発が必要。

品名	現状	課題
首里織	生産額、従事者数ともにほぼ横ばいで推移している。※令和６年度は調査方法を見直したため、統計数値上は増加。 販売は、着尺・帯や小物が中心である。 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。 令和４年に開業した拠点施設を活用し、組合展等を開催しているほか、ブライダル商品を開発するなど、販路拡大に取り組んでいる。 質の高い商品づくりに向けて勉強会を定期的に開催するなど、組合員の技術向上にも力を入れている。	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが著しく上がっている。 後継者育成事業では、受入の人数を増やしていきたい。 拠点施設については、組合も運営に関与している。首里城復興も踏まえて、集客等の強化に取り組んでいく必要がある。
琉球絣・ 南風原花織	生産額、従事者数ともに微増で推移している。製品は、着尺、帯地が中心である。 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。 着尺を中心に安定した人気がある。特に壁上布の需要が高まっている。 後継者育成事業の見直し改善に取り組んでいる。	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが著しく上がっている。 また、近年では分業体制が維持できなくなってきている。 後継者育成事業では、受講後、既存の工房等へ入社することが多く、新規組合員の増に繋がらなかったため、独立の支援が必要で、その間の研修生の収入確保が課題。 ニーズはあるが、生産が追い付いていない。夏物の絣は、高い技術が必要で生産数が少ないことから、労力に見合った価格の見直しが必要。
久米島紬	反物を中心に人気がある。特に夏物・色物の人気が高い。組合ショップでは、かりゆしウェアが人気である。 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	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが著しく上がっている。原材料の品質も安定しなくなってきている。 後継者育成事業の応募者が少なく

品名	現状	課題
	積極的に行っている。 　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構築し観光商品としている。	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傾向が続いている。 　消費者ニーズに合った商品、特に近年は猛暑化に対応した商品ニーズが高まっているため、対応が必要。
宮古上布	宮古上布、宮古苧麻織、宮古麻織、宮古織の４種類の商品を展開しており、近年は宮古麻織の方へシフトし、認知度も上がってきている。 　苧麻糸が手に入りづらい状況でも、上布以外の商品作りで生産を続け、苧麻糸が入手できた際に安定した技術で上布生産ができるように取り組んでいる。 　組合の商品販売力を強化し、これまでのBtoBの取引に加え、一般消費者向けの直売についても増やしていっている。	上布用の上質な手績み苧麻糸の確保、上布製作工程の後継者育成が課題である。後継者育成事業では応募者が年々減っており、原材料不足と各工程の担い手の高齢化で上布生産数の維持が困難となってきている。 　手績み苧麻糸の買取価格等を上げて生産者に還元していくことが必要。 　絣模様の商品は最上級という認識ではあるが、絣が入らない場合でも、手績み苧麻糸で生産する布は宮古上布であるという認識のため、定義の見直しが必要。
八重山上布・ミンサー	生産額は令和２年に大きく落ち込み、その後は回復傾向にあるものの令和２年の水準に回復していない。従事者数は微減で推移している。 　着尺・帯着尺を中心に安定した人気がある。 　伝統工芸士が生まれ、消費者ニーズを反映した商品生産ができるようになり、デザインが洗練されてきている。 　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。 　竹富産地は、生産額は向上している	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが上がっている。 　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。 　後継者育成事業を卒業後、生産は続けているが、兼業等で生産数が少ない方が増えてきている。生産意欲向上、生産量の向上が課題。 　竹富産地については、後継者育成事業が実施できておらず、新規組合員の加入が見込めない状況にある。担い手が不足し、注文数に対応でき

品名	現状	課題
	が、従業員数は現状維持で推移。八重山ミンサー半幅帯を中心に生産している。全て問屋へ卸している。	ていないことから、生産体制に課題がある。
与那国織	生産額は減少傾向にある。従事者数はほぼ横ばいで推移。令和６年度から後継者育成事業を再開し、若手職人を確保し、組合体制の強化に取り組んでいる。 売れ筋は絹の着尺（花織）。草木染がブランド価値になっている。 近年、工芸館でのクレジット対応を導入し、小物等の販売が増えた。 伝統工芸館はガイドブックにも掲載されており、ダイビング等で来島するインバウンド客等の数も増えてきている。 好調な小物商品の開発に向けて、組合員で商品開発の体制を整えている。	後継者確保が進まず、組合の組織力が弱い。 需要に対して生産が追い付いておらず、新規販路開拓は取り組めていない。
琉球びんがた	生産額、従業員数は減少傾向にある。 認知度が高く、着尺や帯、小物類の生産が中心で、安定した人気がある。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。 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整備した。 拠点施設を活用し、後継者育成事業後も卒業生をサポートする仕組みを作り、安定してきている、 組合オリジナル商品の開発に加え、観光業界や飲食業界など、新たな販路開拓に向けて取り組んでいる。	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが上がっている。 後継者育成の研修修了後のサポート制度を設け、専任の指導員を配置し、組合施設でさらに技術向上できるよう支援している。 小物需要等が高まっているが、その都度の外注やサンプル作成に時間を要するため、生産体制の強化が必要。 需要に対して生産が追い付いておらず、積極的な新規販路開拓は取り組めていない。生産体制が安定し供給できるよう、従事者を確保、組合員数の増員が急務である。

品名	現状	課題
知花花織	生産額、従業員数は増加傾向にある。 帯地、着尺、小物は満遍なく人気がある。地元企業からの記念品需要も多い。 新商品の開発にも取り組んでおり、コマ糸を使用した夏物の着物商品を開発している。	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが上がっている。 後継者育成の研修修了後のサポート制度を設け、専任の指導員を配置し、組合施設でさらに技術向上できるよう支援している。 小物需要等が高まっているが、その都度の外注やサンプル作成に時間を要するため、生産体制の強化が必要。 需要に対して生産が追い付いておらず、積極的な新規販路開拓は取り組めていない。生産体制が安定し供給できるよう、従事者を確保、組合員数の増員が急務である。
琉球漆器	生産額、従業員数は令和２年に大きく落ち込み、その後は回復傾向にあるものの令和２年の水準に回復していない。 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。 また、事業者間の連携が十分にとられておらず、業界全体としての動きがつながっていない。	やんばるの森が世界自然遺産・国立公園指定で伐採が困難となり、木地の原材料となる沖縄県産材の安定確保が最大の課題である。調達の仕組み、製材・乾燥・木地挽きの共同基盤、代替樹種の検討が必要である。 また、首里城の再建作業に従事している若手について、再建事業終了後に漆器職人として活動できるようにする必要がある。 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。
壺屋焼	生産額、従業員数は増加傾向にある。 陶器全般は「やちむん」の呼び名	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。代替品等を使用している

品名	現状	課題
	で親しまれ、県外ファンも多く、工芸品の中でも生産規模１位のシェアがある。 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、販売力も高めている。 特にコロナ禍後、やちむんブームといえる状況が続いており、生産額が大きく伸びている。 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。また、首里城の再建にも携わり、新たな技術の習得に繋げている。	が、質が悪く、県産陶土の安定確保が課題である。近年は燃料である薪の確保も難しくなってきている。 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が、講師や作業場の確保が困難で、現在実施できていない。後継者育成事業の再開に向けて、カリキュラムや期間等を検討する必要がある。
琉球ガラス	生産額は令和２年に大きく落ち込んだが、その後は回復し、現在は令和２年度以前の水準を超える生産額となっている。他方で、従業員数は令和２年以前までは回復していない。 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。 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。 コロナ禍以降は、お土産需要に加え、自分用の新しいデザインやインテリアなど、より洗練された商品の人気が高まり、生産額が大きく回復した。	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが上がっている。 組合加入率が低いため、加入を促進し、組合体制を強化する必要がある。組合での原材料の共同購入等の可能性を研究中だが、保管場所等の課題がある。 また、これまでは各工房で従業員等を募集し、職人を育ててきたが、近年は応募がない工房が多いため、人材確保が課題となっている。 国の伝統的工芸品の指定を目指しているが、要件である100年前の現物や資料がないため、指定に至っていない。更なる調査が必要である。
三　　線	生産額、従業員数と減少傾向にある。 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	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。 組合では、組合員が減少傾向にあるため、未加入工房へ加入を呼びか

品名	現状	課題
	外でも三線が作られており、科学的な根拠に基づいた代替材を大学・民間企業と連携して研究している。 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、企業連携や組合オリジナル商品の開発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。	け、組合体制を強化する必要がある。 三線だけではなく、三線の備品である県産の「ウマ」「カラクイ」なども生産量が年々減少しており、後継者育成事業を実施し、若手人材を育成していく必要がある。 県内三線職人の収入は厳しい状況であり、今後は県内外・海外への販路開拓をさらに強化する必要がある。
ウージ染め	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んでいる。小物類ではのれん、タペストリーなどが人気。 後継者育成にも取り組んでおり、少しずつながら人員確保ができている。 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。	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが上がっている。 技術力向上と上質な商品の開発が課題である。近年、少額商品の発注量が増えており、生産に追われているものの利益が小さい。販売価格を上げていけるかが課題。 後継者育成を実施しているが、組合基盤の安定のためには更に人員が必要。人手が足りず、イベント等へ出展が減っている。イベント等に出れないため、組合施設への誘客の取り組みが必要。
うらそえ織	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くんでいる。 かりゆしウェアが人気だが、注文が止まる時期があるため、その期間に帯やドゥジンなどの新商品開発に取り組んでいる。 後継者育成にも取り組んでおり、少しずつながら人員確保ができている。 販売は、直営店以外にも、県内小売店、観光施設やお土産店など。 拠点施設を活用し、体験プログラムも展開している。	物価高の影響を受け、原材料価格など、生産コストが上がっている。 また、消費者ニーズとしても低価格商品の需要が高くなっているので、比較的安価な商品開発も検討している。 近年、注文数が減ってきており、新規販路拡大等の取り組みが必要。 組合員でまとまっての商品開発や、好調な観光インバウンド需要等を取り込む取り組みや、組合施設への誘客の取り組みが必要。

各工芸品の現状と課題

品名	現状	課題
小木工	指定伝統工芸品ではないが、漆器生地の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。 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。	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。 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。
金細工	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。 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。	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、販売チャネルも拡大している。 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。
工芸縫製	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。 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はいるが、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。	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。 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。

第３章　計画の基本方針

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月に開館した「おきなわ工芸の杜」を沖縄工芸の拠点施設として、各産地組合、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・技法の継承及び~~と発展~~持続可能な発展と革新

本県の長い歴史と風土の中で育まれ、熟達した職人により継承・発展してきた伝統工芸品は、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品は、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。

これらの伝統工芸産業の持続的な発展のため、各産地組合等で実施する後継者育成をはじめとして、工芸振興センターによる次世代中核人材の育成などを継続するとともに、代替材等を含む原材料の安定供給、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・技法の継承及び発展と革新に取り組む。

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。

市場ニーズに対応した商品開発、販路開拓や経営力の充実強化については以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、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る。

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ことにつながることが期待される。このような連携によって、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目指していく。

３　おきなわ工芸の杜を拠点とした工芸産業施策の推進

令和４年３月に開館した「おきなわ工芸の杜」では、展示室、共同工房、体験工房、貸し工房等が整備された。情報発信、人材育成、交流、商品開発などの機能を集約した施設として、指定管理者制度で運営されている。

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や、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、工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である。また、施設内には工芸振興センターが入居している。

引き続き、インキュベート施設としての機能を活かしながら、担い手の定着に向けた支援を継続していく。

おきなわ工芸の杜　貸工房入居者数

		令和4年度実績	令和5年度実績	令和6年度実績
入居数	貸工房 （18室）	15室	17室	15室
	体験工房 （5室）	4 室	5 室	5 室

また、これまでは、県民等と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・アクセサリー等はセレクト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なっていた。「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示することにより、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魅力を体感できる。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組合へ誘導し、それぞれの魅力により深く触れる機会を創出していくことが求められる。

４　琉球文化ルネサンス（注１）やおきなわブランド戦略（注２）と連動した取り組み

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

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れた沖縄独自の文化について、「琉球文化ルネサンス」として、伝統芸能や伝統工芸などの魅力を世界へ発信していくこととしている。

加えて、令和５年度に発表された「おきなわブランド戦略」では、沖縄の本質的な価値を消費者に発信する戦略がまとめられた。同戦略では、消費者は沖縄に対して「自己変革に導く沖縄」「知的好奇心を満たす沖縄」というイメージに加え、「日常生活に追われている自分を解放したい」という深層心理（インサイト）を求めていることが明らかになった。特に、工芸品は、「（知的好奇心）沖縄独自の歴史や文化を深く知る喜びとさらに知りたいと思う探求心」を満たす沖縄の本質的な価値の一つとして、当該ブランド戦略を踏まえたブランド力の向上や情報発信の強化に取り組む。

令和８年11月には、首里城正殿が復元し、琉球の歴史・文化への注目が集まっている。「琉球文化ルネサンス」や「おきなわブランド戦略」の取組は、本県の伝統工芸品の普遍的価値が再認識される機会となることから、伝統工芸産業の更なる発展につなげていく。

注１：【琉球文化ルネサンスとは】
「県民自ら歴史・文化への理解を深め、それを大切にしつつ、日々の生

活の中で関わりながら、新しい文化や生活スタイルを創造する、その大きな活動のこと」
（琉球文化ルネサンスに関する万国津梁会議提言書より）

注２：【おきなわブランド戦略とは】
「異なる産業間で統一のターゲットに向かい、沖縄の本質的な価値を発信するものである。連携による産業振興の施策効果向上を図るとともに、県民や民間事業者が沖縄の魅力を再認識し、県内外へその魅力を発信することで機運の醸成につなげていく。」
（沖縄県グローバルマーケット戦略課）

第４章　主要施策の推進方針

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。

施策１　伝統的な技術・技法の継承及び~~と発展~~持続可能な発展と革新

１　人材の確保・育成

伝統工芸品は手作業を中心とした伝統的な技術・技法によって生産されており、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による収益増を図る必要があるが、同時に伝統工芸品の価値の源のひとつは歴史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・技法の人材育成も極めて重要である。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上が必要となっている。

そのため、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、各産地組合の後継者研修の充実に努める。

（１）工芸従事者の確保と育成

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

材はいるものの、充分な人材確保に至っていない。そのため、引き続き後継者育成事業への支援及び中核人材育成事業の充実化に取り組むとともに、経営基盤の強化や収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もって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。

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

（２）工芸従事者の技術の向上

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、新たな技術や技法の習得も必要である。

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、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されており、引き続き取り組んでいく。

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

（３）教育機関、各産地組合等、関係機関との連携強化

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年一定数の工芸関係の人材が輩出されている一方、工芸従事者としての定着に課題がある。特に学生にとっては工芸従事者と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・各産地組合、人材育成機関等との連携の強化や、職場体験や体験学習、セミナーの開催等、持続的に円滑な人材の確保と育成や共同制作ができる仕組みの構築に努める。

また、県内の博物館や美術館、研究機関等の歴史資料や実物資料の調査研究、制作工程の科学解析による蓄積された知見を活用し、技術・技法の背景にある知識等の継承につなげることがとても重要である。

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、工芸産業の裾野を広げることも重要である。工芸振興センターにおいても、各研究機関と連携し、研究成果等を活用しつつ、小学校から大学までの各教育

機関指導者や伝統工芸ガイドなど観光関係事業者への工芸価値教育の推進に取り組む。
・教育機関、各産地組合、関係機関等の連携体制の構築
・教育機関と各産地組合や工芸事業者等との共同制作等の促進
・体験学習の受入拡充促進
・学生や工芸従事希望者に対するセミナー・情報発信等
・教育機関と工芸振興センターの連携による工芸価値教育等の推進

（４）工房経営等に関する知識習得

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。

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発セミナー・経営セミナー等の周知を図る。

・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

２　原材料と道具の安定確保

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、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、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間の情報交換の場の提供等により安定供給を図る。廃材や不用品、副産物を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）の取組の促進もますます重要となる。更に、工芸品の品質確保を担保したうえで、国内・海外で生産される原材料利用やグローバルな栽培技術の導入などの調査研究に取り組む必要がある。また、原材料の生産、加工、制作に係る技術や歴史的背景、地域に受け継がれた知識についても、各産地組合、研究機関等と連携して次世代へ継承していくことも重要である。

（１）原材料生産従事者の確保・育成

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

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糸が生産・供給困難になっている。琉球藍については、県で製造マニュアルの策定や関係者の協力により、生産・供給の改善傾向がみられる。

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保及び育成を図ることが必要である。

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

（２）安定確保に向けた取組

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。

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ワークの形成を図るとともに、各産地組合間の連携による共同調達や代替原材料の研究開発など、安定確保に向けた仕組み作りを支援する。

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、新たな問題も生じている。これらの新たな課題について県、産地組合等と連携し、現状を調査、把握したうえで、対応を検討する必要がある。

・原材料の必要量、賦存状況の把握
・原材料の栽培、植林等の推進
・伝統工芸事業者と関係機関とのネットワーク構築
・各産地組合間の連携による共同調達や代替原材料の研究開発の促進

（３）代替品の開発と利用の促進

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

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、試験製作や検証など工芸従事者の協力も得ながら、代替品利用促進に取り組む。

・代替品に関する試験研究･製品開発の実施
・代替品の情報提供及び利用促進
・国内外の原材料供給産地とのネットワーク構築
・廃材や不用品等の利活用やアップサイクル等、循環経済の促進

３　品質確保と知的財産制度の活用

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。

（１）品質の維持・向上

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、維持することが重要である。

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、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、安心・安全な製品を提供できる体制を構築する。

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

（２）知的財産制度の活用促進

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、伝統工芸事業者や組合への普及・啓発に努める。

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証紙の認知度向上に取り組む。

・模倣品の流入実態の把握
・知的産業財産制度の普及・啓発と活用促進
・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

４　ＤＸによる技能継承と生産プロセス革新の推進

伝統工芸は手しごとや長年継承されてきた技能そのものが価値の核であり、これを損なわないよう配慮しながらの継承が求められている。一方で、人口減少や後継者不足、作業効率等の課題が急速に顕在化している。伝統の価値を保持しつつ、技術・技法や道具等のデジタルデータ化、デジタルツールによる原材料や作業進捗等の管理、課題解決プロセスの可視化・共有化、ＡＩ画像認識を活用した品質管理の調査・検討など、ＤＸ活用を推進することで、持続可能な発展と革新を目指す。

（１）生産プロセス革新を目的とした人材育成

生産プロセス革新を目的に工芸従事者がＤＸ技術や工業的開発手法を実践的に学ぶ場を提供する。課題抽出から改善策の立案・実装・評価分析まで一連のプロセスを経験させ、技能継承とデジタル活用の両面での成長を促す。これにより、人材の専門性と問題解決能力を高め、持続可能な工芸振興の担い手育成を目指す。

・デジタル技術活用による課題解決能力の向上
・工芸振興センター職員の専門性の拡大と深化

（２）伝統的技術・技法のデジタルアーカイブ化とバーチャルによる継承

ＶＲ（仮想現実）やＡＲ（拡張現実）といった先進技術の活用を見据え、職人の手しごとや高度な技能などのデジタルアーカイブ化に取り組む。デジタルアーカイブ化により、伝統技術の詳細な動作や技法を視覚的に再現し、若手職人や学習者が容易にアクセスできるデジタル教材として整備する。従来の現場での直接指導に加え、場所や時間の制約を越えた効率的で継続的な技能習得が可能となり、これまで技術支援が難しかった離島地域等での技能習熟度向上を支援する。

・伝統技術・技法のデジタルアーカイブ化
・リモートによる離島地域等での人材育成

（３）ＡＩ画像認識を活用した品質管理の作業効率化

従来、人の目による検査に頼っていた部分を、ＡＩ画像認識技術を活用したデジタル化・自動化について、導入可能性を検討する。また、検査データを蓄積し分析により、品質向上に向けた課題解決等への活用可能性も検討する。

・ＡＩ画像認識の活用による品質管理とブランド力向上
・デジタルデータ活用による課題解決の検討

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

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、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ことにより、「稼ぐ力」の強化を図る。

（１）市場ニーズに対応した商品開発・新分野展開

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、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拓と商品開発が重要となっている。

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い環境を作っていく必要がある。

・市場情報に関する情報発信、セミナー・研修
・商品開発補助金
・新たな製品開発を支える技術・技法の開発
・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

（２）ブランド力の向上と情報発信の強化

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。

伝統工芸品の歴史や特性・原材料・技法のみならず、伝統工芸品は本来、自然と共生する素材と技法で製作されるものであり、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芸品の新たな価値として再評価されている。

このように時代とともに加わる新たな価値も、戦略的に様々な媒体や手法、素材を用いるなどして情報発信していくことにより、さらなるブランド力の向上を図る。

・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
・情報発信の強化と認知度向上
・ICT活用などによる県内外への情報発信の強化
・条例や伝産法に基づく伝統工芸品の指定促進
・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

（３）ＩＣＴ活用

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。

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。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的なICT技術の浸透を図る。

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、様々な可能性が期待できる。

・ICT活用に関する情報発信、セミナー・研修
・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

（４）販売力の強化と販路開拓

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。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習得は重要であると言える。

また、県内外のセレクトショップや卸等の流通事業者は、自ら工芸従事者の工房等を訪問して商品を買い付けたり、消費者ニーズに合致する新商品製作を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く。

・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
・インターネット等を活用した販売システムの構築促進

・流通事業者と連携した販路拡大・販売促進の促進
・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、工房を経営していることが多い。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

（４）組合機能の充実

産地組合について、工芸事業者の零細性などを補うため、事業協同組合を設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異なる状況にある。

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。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援する。

・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
・共同事業及び講習会等の拡充
・組合員の福利厚生の改善
・産地組合における社会保険制度導入の促進

３　観光産業・文化芸能等他分野との連携と工芸価値の向上

伝統工芸品は地域の歴史や風土に育まれ、伝統文化的な価値も有するため、モ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る。

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、「おきなわブランド戦略」にもある、知的好奇心を満たすため、産地を訪れ、職人とふれあい

、製作工程を体験し、地域に根付く工芸品の歴史を感じることで感動につながり、工芸品のブランド価値の向上となる。

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て文化的価値を付与することにつながることが期待される。このような連携によって、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目指していく。

（１）観光産業との連携、観光需要の取り込み

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

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込みきれていない。

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与することにつながる効果がある。

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。各産地や工芸事業者は、（一財）沖縄観光コンベンションビューローをはじめ、県内各観光協会や各市町村等と連携して、以下の取組を推進する必要がある。

・観光市場向けの様々な新商品・サービス開発
・観光プロモーションにおける伝統工芸品活用
・ターゲット客層毎に対応するPR素材等の整備
・各産地や工芸事業者と観光関連事業者との連携体制構築による需要に即した商品展開
・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

（２）文化芸能等他分野との連携

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。

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

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互に付加価値が高まることが期待できる。

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

（３）沖縄のソフトパワーを生かした工芸産業の活性化

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」や文化的価値を付与することが期待される。

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。

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、伝統工芸の新たな価値を創造していくことが重要である。

・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・新分野展開の促進
・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

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、沖縄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ト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務が重要になる。

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めの共同研究や新たな商品開発が期待される。

・試験研究・製品開発、技術支援体制の強化
・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
・専門技術員の支援ノウハウ力等の向上
・他の公設試験研究機関との連携強化
・工芸振興センター等によるコーディネート機能
・伝統工芸事業者等による共同研究の促進

３　工芸関連情報の集約・発信

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することが困難となっている。

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、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工夫が必要である。

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

４　工芸従事者及び異業種等とのネットワーク構築

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・異業種との協働体制が重要なポイントとなる。

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。

工芸産業が面として広がるためには、各産地組合、人材育成機関や研究機関をはじめ商品開発・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ーションが生まれやすい環境を作っていく必要がある。

・工芸振興センターによるコーディネート機能
・伝統工芸事業者、研究機関等との共同研究の促進
・新たな支援体制の構築
・新ビジネスや新商品のシーズの事業化
・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

施策４　琉球文化ルネサンスやおきなわブランド戦略と連動した取り組み

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ている。

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高め、世界へ発信していくこととしている。

また、「おきなわブランド戦略」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　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、工芸品ブランドを位置づけている。

伝統工芸は沖縄の気候風土や生活文化に根ざし長い年月を経て育まれ愛され続けてきた地域が誇る宝であり、琉球ルネサンスやおきなわブランド戦略の取組みは、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らなる発展につなげていく。

１　多様性・独自性をもつ琉球文化・伝統工芸の再認識

「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る機会を提供することとしている。

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魅力を感じてもらい、伝統工芸への興味を喚起していく。

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

２　琉球文化やおきなわ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、「おきなわブランド戦略」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。

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文化的歴史は、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く必要がある。

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

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。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。

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、商品開発等における二次加工について、県内事業者間での連携を深めることが期待できる。

３　国、県、市町村及び支援機関

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が重要である。

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用が図られるよう環境整備に努めることが重要である。

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。

４　県民

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、実態のない過去のものとなってしまう危険性がある。

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が、伝統工芸品は、地域の資源、歴史、風土に育まれ、今日に受け継がれた文化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、伝統工芸品に親しみ、その価値を学ぶ機会になると考えられる。

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

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る。

第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
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
		国内外の原材料供給産地とのネットワーク構築	県、組合等
	(3)代替品の開発と利用の促進	代替品に関する試験研究･製品開発の実施	県、関係機関等
		代替品の情報提供及び利用促進	県、関係機関、工芸事業者
		廃材や不用品等の利活用やアップサイクル等、循環経済の促進	県、組合等
施策１ 3.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	(1)市場ニーズに対応した	市場情報に関する情報発信、セミナー・研修	県、関係機関等

」の強化	商品開発・新分野展開	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
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	県、関係機関、

		たネットワーク構築	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
施策2 2.経営力の強化	(4)組合機能の充実	組合員の福利厚生の改善	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
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
		他の公設試験研究機関との連携強化	県、関係機関
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		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 事業・事業内容	県 事業主体
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.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　啓子	関係業界	沖縄県中小企業団体中央会組織支援部長	新
11	田里　宗章	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