

様式1(主な取組)

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-カ	産業間連携の強化	施策	① 観光リゾート産業と多様な産業との連携
			施策の小項目名	○観光土産品の開発・販売促進支援
主な取組	県産品のデザイン活用の促進			
対応する主な課題	②観光土産品については、観光客に選ばれる魅力的な観光土産品の開発販売の促進や観光土産品の域内調達率の向上が課題となっており、沖縄らしさを感じられる地域特産品の開発やブランド化、農商工連携等を含めた事業者間の連携を促進し、産業間相互の振興に努める必要がある。また、アジア展開や外国人観光客等の増加を踏まえ、食嗜好やパッケージなど新たなニーズ・課題に対応した商品開発、デザイン開発等に取り組む必要がある。			

1 取組の概要 (Plan)

取組内容		年度別計画				
		H29	H30	R元	R2	R3
県産品の製品開発等におけるデザイン活用を促進し、県産品の差別化、高付加価値化を目指し、県内デザイナーのデザイン力の向上と県内企業に対するデザイン活用の普及を図る。		1回 展示会・研修 会の開催			30製品 デザインを活用 した製品開発	
実施主体	県					
担当部課【連絡先】	商工労働部ものづくり振興課		【098-866-2337】			
		企業等へのデザイン活用手法の普及				

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位：千円)

予算事業名	ファッション・デザイン普及事業						R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
県単等	委託	637	620	0	0	0	0	県単等	OR3年度： H30年度で事業終了 OR4年度： H30年度で事業終了
予算事業名	工芸製品新ニーズモデル創出事業						R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
県単等	委託	8,372	8,622	9,380	6,892	6,017	6,048	県単等	OR3年度： 工芸産業の振興を図るため、新たなニーズに対応した製品開発を6件を実施するとともに、工房運営セミナーを開催した。 OR4年度： 工芸産業の振興を図るため、工芸工房6事業者の課題解決を実施するとともに、工房運営セミナーを開催する。

様式1(主な取組)

活動指標名	製品開発数				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	48	32	38	38	54	30	100.0%	6,017	順調	6事業者を採択し、流通やマーケティング、試作品開発、販路開拓等の支援を行った。支援対象の工芸事業者により現代の消費者ニーズに対応した完成度の高い商品が54アイテム開発された。また、Webで工房運営セミナーを開催した。
活動指標名	研修会及び技術講習会の開催				R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
	1	1	0	0	—	—			市場ニーズに対応したより完成度の高い製品が、計画値を超える54アイテム開発され、商品化に繋がった。 また、本事業を通じて、デザインやマーケティング手法等の勉強会や、県外展示会への出展などによる人材育成も行い、市場ニーズへの対応や販路開拓、デザイン等に関する意識の高い人材が工芸産業に蓄積された。 さらに、工房運営セミナーの開催は、工芸事業者に工房経営者としての認識を広める第一歩となった。	
活動指標名					R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和3年度 of 取組改善案						反映状況				
<ul style="list-style-type: none"> デザインに関する技術支援に関しては、工芸振興センターや工業技術センターなど出先機関と連携して実施する。 県内企業（製造業）へのデザインマインドの啓発については、関係機関や県内の関係団体と連携しながら推進していく。 						<ul style="list-style-type: none"> 工芸振興センターにおいて、技術支援の一環でデザイン思考に関する人材育成の実施や、デザインに関する技術相談など随時対応した。 工房運営セミナーをWebで開催し、25名の参加があった。工房運営セミナーの開催は、工芸事業者に工房経営者としての認識を広める第一歩となった。 				



様式1(主な取組)

3 取組の検証 (Check)

(1) 推進上の留意点 (内部要因、外部環境の変化)

○内部要因

・補助金の交付決定が9月となり、補助事業の実施期間が6ヶ月と短期間であったため、補助事業者のスケジュールがタイトとなった。

○外部環境の変化

・本事業の支援を受けて工房経営の改善や取引先が増加した事業者が出て来ており、成果が現れてきている。

・工房運営セミナーの開催や、事業者募集の説明会や成果報告会で支援を受けた事業者を招き体験談を紹介する機会を設けたことで、工芸事業者に工房運営に対する関心が広がり始めている。

(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・事業者採択者が余裕を持って事業を実施できるように、採択を早期に行う。
- ・補助事業の効果的な遂行にあたり、各事業採択者の意識改革が求められる。
- ・引き続き、セミナーの開催等により工房運営への関心を高める必要がある。

4 取組の改善案 (Action)

- ・事業者採択者が余裕を持って事業を実施できるように、採択を早期に行えるよう検討する。
- ・効果的な製品開発だけでなく、安定した工房運営を行うための原価計算、販路開拓、サービスなどの課題解決が必要であることから、工芸事業者の工房運営に対する関心や意識をさらに高める必要がある。

様式1(主な取組)

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-カ	産業間連携の強化	施策	① 観光リゾート産業と多様な産業との連携
			施策の小項目名	○観光土産品の開発・販売促進支援
主な取組	琉球泡盛の販路拡大に係る戦略的支援			
対応する主な課題	②観光土産品については、観光客に選ばれる魅力的な観光土産品の開発販売の促進や観光土産品の域内調達率の向上が課題となっており、沖縄らしさを感じられる地域特産品の開発やブランド化、農商工連携等を含めた事業者間の連携を促進し、産業間相互の振興に努める必要がある。また、アジア展開や外国人観光客等の増加を踏まえ、食嗜好やパッケージなど新たなニーズ・課題に対応した商品開発、デザイン開発等に取り組む必要がある。			

1 取組の概要 (Plan)

取組内容		年度別計画				
		H29	H30	R元	R2	R3
泡盛を継承発展させるため、泡盛の科学的解析を進める調査研究事業や業界が実施するプロモーション等への支援及び個別酒造所に対するマーケティング活動支援や経営改革促進支援など、戦略的な支援を実施する。		4件 個別酒造所の マーケティング 強化支援				5件 個別酒造所の マーケティング 強化支援
実施主体	県、支援機関、企業等					泡盛のリブランディング及びプロモーション支援、研究開発
担当部課【連絡先】	商工労働部ものづくり振興課 【098-866-2337】					
		琉球泡盛の県外展開強化の総合支援、ブランド力強化に向けた情報発信・研究開発				

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位：千円)

予算事業名							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画	
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	当初予算額	主な財源		
一括交付金(ソフト)	補助	105,791	76,689	79,917	62,429	51,590	40,397	一括交付金(ソフト)	OR3年度：①調査研究、②沖縄県酒造組合が実施するブランディング及びプロモーションへの補助、③酒造所へのマーケティング支援 OR4年度：①調査研究、②沖縄県酒造組合が実施するブランディング及びプロモーションへの補助、③酒造所へのマーケティング支援	

様式1(主な取組)

予算事業名							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画	
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	OR3年度 :	
									OR4年度 :	
活動指標名	支援企業数 (酒造所のマーケティング強化)				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	5件	5件	5件	5件	5件	5件	100.0%	51,590	順調	①酒造所が実施するマーケティング活動に対して、補助及び専門家によるハンズオン支援の実施。 ②泡盛の酒質の整理、古酒の科学的分析に関する調査の実施。 ③酒造所の経営改革プラン策定は、令和2年度で終了。
活動指標名	研究実施 (酒質の整理、古酒の科学的解析)				R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	—	実施	実施	実施	実施	実施	100.0%			進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
活動指標名	支援企業数 (酒造所の経営改革プラン策定)				R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			①マーケティング支援では、事業化に向けたマーケティング強化を目的に、5件の計画値に対し5件の支援を実施した。 ②泡盛に関する研究では、泡盛の酒質の整理及び古酒の科学的解析に向けた研究を実施した。 ③酒造所の経営改革プラン策定は、令和2年度で終了した。
	10件	5件	3件	1件	—	—				

様式1(主な取組)

(2)これまでの改善案の反映状況	
令和3年度の取組改善案	反映状況
<ul style="list-style-type: none">・酒造組合内にプロジェクトメンバーを立ち上げ、外部専門家を活用しながら泡盛のブランディングとマーケティング戦略の策定に取り組む。	<ul style="list-style-type: none">・南・中・北部、宮古、八重山それぞれの圏域ごとに勉強会を実施し、業界全体で泡盛のブランドアイデンティティ等を策定した。



3 取組の検証 (Check)

(1) 推進上の留意点 (内部要因、外部環境の変化)	
<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none">・復帰特別措置法による酒類の軽減措置が事業者の規模に応じて低減し、令和14年5月で終了となる。	<p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none">・国内酒類市場の縮小や消費者嗜好の多様化により、市場競争が激化している。泡盛の出荷量は、平成16年度をピークに出荷数量の減少が続いている。・新型コロナウイルスの影響により、特に飲食業、土産品向けの出荷量が減少した。
(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)	
<ul style="list-style-type: none">・業界全体で泡盛のブランディングに継続して取り組むとともに、戦略的なマーケティング及びプロモーションにより出荷量をコロナ禍以前に戻す必要がある。・個別酒造所においては、消費者ニーズに対応した商品開発や新たな手法の販売促進などマーケティングの強化に取り組む必要がある。	

様式1(主な取組)



4 取組の改善案 (Action)

- ・ 外部専門家を活用しながら泡盛のブランディングを継続して進め、マーケティング戦略に基づくプロモーションを展開する。
- ・ 新商品の開発や新たな飲み方の提案などにより、泡盛を飲まない若年層に訴求していく。