

「施策」総括票

施策展開	3-(12)-ウ	特産品開発やプロモーションなどマーケティング支援等の強化	
施策	①離島の特色を生かした特産品づくりと販路の拡大		308頁
対応する 主な課題	<p>○離島特産品の製造業者が市場ニーズを把握することは困難であり、また、小規模零細業者が多いことから、独自に製品開発、販路拡大等を展開することは、資金力、生産力、人材、ノウハウ等の面から極めて厳しい現状にある。</p> <p>○本県の離島工芸産業は、宮古上布や久米島紬など全国的にも評価の高い品目があるものの、地理的制約により、市場ニーズの変化への対応不足や人材の確保難等の課題があり、生産額は大きく減少している。</p>		
関係部等	企画部、商工労働部		

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成24年度				
主な取組		決算見込額	推進状況	活動概要
○魅力ある特産品開発の促進				
1	地場産業総合支援事業	17,198	順調	○デザイン活用に関する研修会の開催(1月と2月に計3回)、企業とデザイナーのマッチング支援、普及啓発用パンフレットの配布等を行った。(2)
2	県産品のデザイン活用の促進	3,378	順調	○陶器や漆器の原材料安定確保に向けた県や工芸事業者等とのネットワークを構築するため、工芸事業者等へのヒアリングを実施した。(3)
3	原材料の安定確保	-	順調	○工芸産業を振興するため、流通やマーケティング、試作品開発、販路開拓等の支援を行った。8事業者程度を採択し、50製品の製品開発支援を行う目標に対し、高い事業化の実現性が見込まれる5事業者を支援することとしたため、製品開発数は29製品に留まり、大幅遅れとなったが、市場ニーズに対応した完成度の高い商品が開発されており、早期の事業化が見込まれている。(4)
4	工芸製品新ニーズモデル創出事業	6,769	大幅遅れ	

様式2(施策)

○販路拡大・プロモーション活動の支援						
5	離島特産品等マーケティング支援事業		58,445	順調	○外部専門家を配置し、個別指導や遠隔指導、助言を行ったほか、専門実践知識の習得や戦略構築の支援、さらには各地への出展等、実践力習得の支援や商品改良、新流通チャネル開拓、直販手法の構築支援(支援件数:計画値16事業者、実績値17事業者)を行った。(5)	
6	離島フェア開催支援事業		22,476	順調	○離島特産品の展示・即売、島々の伝統芸能の公演、離島市町村のPRコーナーの設置など、離島の魅力を発信するほか、流通相談会を開催し、販路拡大に結びつけた。(6)	
7	県産品拡大展開総合支援事業		187,305	順調	○FOODEX JAPAN 2013に出展するほか、全国メディアを招聘し、離島の商品のPRを行った。(7)	
8	沖縄工芸ふれあい広場事業		3,000	順調		

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

1	成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
	離島の製造品出荷額		387億円 (21年)	369億円 (22年)	459億円	△18億円	3,992億円 (21年)
状況説明	人口減少等が要因で離島の製造品出荷額は減少している。観光客などの消費者ニーズに対応した製品開発等の取組を進めることで、出荷額の増加を図る。						
2	成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
	離島の工芸品生産額		7.2億円 (22年度)	3.4億円 (23年度)	9億円	△3.8億円	33.4億円 (23年度)
状況説明	工芸品生産額は、景気の低迷等により織物を中心に減少が続く厳しい状況にある。そのため、市場ニーズに対応した付加価値の高い製品開発を促進するとともに、生産効率の向上に向けた原材料の安定確保が求められていることから、天然原材料の安定確保に向けた体制の構築に取り組む必要がある。						

様式2(施策)

成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
3	離島フェア来場者数	13万人 (23年)	14.9万人 (24年)	15万人	1.9万人	—
	状況説明	平成24年度の離島フェアの入場者数は14万8,685人で、前年度の13万365人と比較すると、約1万8,000人(約14%)の増加となっている。				

(2)参考データ

参考データ名	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
沖縄県物産公社総取扱額	6,626百万円 (22年度)	6,212百万円 (23年度)	5,984百万円 (24年度)	↘	—

Ⅲ 内部要因の分析 (Check)

<p>○魅力ある特産品開発の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県には特色のある地域資源や産学官連携等による事業化ニーズが存在するにもかかわらず、それに基づく高付加価値製品の開発などを行う体制が不十分であることが課題である。離島事業者においては、小規模・零細事業者が多く、経営資源に乏しいことから特にその傾向が顕著である。 ・県産品のデザイン活用について、デザインの重要性に対する企業の理解が十分ではなく、デザインを活用するノウハウが不足していることから、デザイナーとの連携強化を図り、企業の商品開発を推進していく必要がある。 ・工芸製品新ニーズモデル創出事業における製品開発数の増加を図るため、当事業に採択された事業者への支援や連携について検討する必要がある。 <p>○販路拡大・プロモーション活動の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・陶器や漆器、ガラス等と染織物とでは流通形態が異なることから、沖縄工芸ふれあい広場事業による展示会では、参加する産地組合が等しく効果が得られるよう催事内容を充実する必要がある。また、より多くの来場者を確保するため、パブリシティの活用も含め広報を充実させる必要がある。
--

Ⅳ 外部環境の分析 (Check)

<p>○魅力ある特産品開発の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光客について、入域数の回復や入域者の変化(外国人比率の増大・リピーター等)に伴う、消費者ニーズの変化を捉える必要がある。 <p>○販路拡大・プロモーション活動の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般に経営基盤が脆弱な離島地域の企業等においては、島外消費者に選ばれる特産品づくりや販路の拡大等に関して指導等を受ける場や環境が十分ではなく、各離島が有する魅力的な素材を活かしておらず、「地産地消」は進んでいるものの、島外消費者向けに広くブランド化されていない。
--

V 施策の推進戦略案 (Action)

○魅力ある特産品開発の促進

- ・地場産業総合支援事業については、離島政策担当部署と連携し、離島における事業者对新製品開発を検討している企業がないかを調査し、そのような企業・業界団体等が、ゆとりを持って、県庁内の関連部署や関連支援団体等に相談をした上で、ある程度の熟度に達した案件を確実に公募に結びつけられるよう支援に努める。支援終了後も、実際の事業化に着実に結びつくよう追跡調査等を通じてフォローする。
- ・県産品のデザイン活用の有用性について事業者に浸透を図るため、デザイン活用を促進するための研修会を継続的に開催するとともに、デザイン性を高めた製品の展示会等への出展を支援することにより、離島における製造事業者等への意欲喚起を図る。さらに、県内デザイナーを紹介するためのパンフレット等を作成し、離島企業に対して周知を図る。
- ・マーケティングやデザインに関する質の高いセミナーを開催するとともに、デザイナーと連携し現代のニーズにマッチした製品開発を促進する。
- ・工芸製品新ニーズモデル創出事業における製品開発数の増加を図るため、採択事業者において、支援開始当初から目標や課題を共有し、課題に即した支援プログラムやスケジュールを立てるよう促進を図る。

○販路拡大・プロモーション活動の支援

- ・沖縄工芸ふれあい広場事業による展示会において、催事内容については、展示・販売や製作体験、実演、セミナー、商談会等のメニューの中から、参加する産地組合が選択する方式を導入し、充実を図る。広報については、会場となる東銀座駅の構内に駅張り広告を実施するとともに、公式ホームページや公式フェイスブックを活用し、広く一般に周知する。
- ・地域ブランド力や地域イメージ等も加味した離島の魅力創出を図るため、関係者(行政や商工団体など)との連携強化を図りながら、離島地域ごとの地域版販売戦略の策定を促す。また、各離島において離島特産品等マーケティング支援事業への参加・エントリー等を促進し、外部専門家からの指導等を受ける機会を増やすことにより、「島外にモノを売る」人材の育成に取り組む。