

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			実施計画記載頁	202
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(H31)	R2(H32)	R3(H33)
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。		講習会・研修会の開催(1回)				
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- 】					
		企業等へのデザイン活用手法等の普及				

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						R元(H31)年度		平成30年度活動内容と令和元年度(平成31年度)の活動計画
主な財源	実施方法	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
県単等	委託	3,113	2,131	607	637	620	0		○H30年度: 離島地域において、デザインの活用を促進する。 ○R元(H31)年度: —
予算事業名							R元(H31)年度		平成30年度活動内容と令和元年度(平成31年度)の活動計画
主な財源	実施方法	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
		—	—	—	—	—	—		○H30年度: — ○R元(H31)年度: —

様式1(主な取組)

活動指標名	研修会及び技術講習会の開催				H30年度			H30年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	5	1	1	1	1	1	100.0%	620	順調	宮古島市において、織物事業者を対象に、工芸布(宮古上布)を活用したバッグ等の縫製の前段階に必要なデザイン及びパターン設計から、ミシン縫いによる製作工程について、研修会(講義及び試作品制作)を開催した。
活動指標名	—				H30年度					
実績値	—	—	—	—	—	—				進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
	—	—	—	—	—	—				宮古織物事業協同組合員を主とした7名の参加があり、バッグの製造過程(型紙の設計や素材の扱い)や、仕上げの上質感(高級感)を演出するためのデザインなどを理解することができた。
活動指標名	—				H30年度					
実績値	—	—	—	—	—	—				
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成30年度 of 取組改善案						反映状況				
①デザインの啓発については、ものづくりの技術支援機関でもなる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行う。						①研修会開催にあたっては、特に運営面において工芸振興センターの協力を得ながら実施している。				



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、外部要因の変化)

○内部要因

・離島地域においては、デザインに関する情報を得る機会が少なく、また商品とする際の二次加工業者の情報も乏しく、交流機会もほとんど無い。

○外部環境の変化

・ものづくりを行う企業等のデザインに対する意識が低く、企業の商品企画力の向上のため、デザイナーとの連携強化を推進していく必要がある。

・離島地域は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。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・実際にものづくりを行っている事業者との交流の機会を増やすことが必要。



4 取組の改善案(Action)

・当該事業は平成30年度で終了となるが、デザインの啓発については、引き続きものづくりの技術支援機関である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行う。

様式1(主な取組)

活動指標名	支援企業数(酒造所のマーケティング強化)				H30年度			H30年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	4件	5件	5件	4件	100.0%	78,199	順調	①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。 ②女性・若者層、観光客等に対し、対象者別プロモーションの実施。 ③酒造所が実施するマーケティングに対して、補助及び専門家によるハンズオン支援の実施。 ④経営状況の厳しい酒造所に対し、専門家による経営改革計画の策定支援の実施。
活動指標名	研究実施(酒質の整理、古酒の科学的解析)				H30年度					
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	—	2件	2件	100.0%			
活動指標名	支援企業数(酒造所の経営改革プラン策定)				H30年度					
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	10件	5件	5件	100.0%			
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成30年度 of 取組改善案						反映状況				
①先導的に泡盛業界を牽引する泡盛メーカーを育成するために、泡盛製造事業者が実施する製品開発等マーケティング強化に係る取り組みに対しても支援を引き続き実施するとともに、迅速に公募に取りかかり十分な実施期間を確保する。						①本年度は、前年度で改善した事業スキームを継続して実施し、公募には十分な期間を確保したが、事業者選定後の手続きに時間に時間を要したため、事業期間の十分な確保には至らなかった。事業の実施に関しては、適切なハンズオン支援や専門家の派遣により、企業へのマーケティング能力を習得させた。				
②経営が厳しい酒造所に対しては、経営に関する専門家を派遣し、中長期的な経営改善計画の策定を支援することで、酒造所の自発的な経営基盤を強化する。						②経営が厳しい酒造所に対しては、経営に関する専門家を派遣し、中長期的な経営改善計画の策定を支援することで、酒造所の自発的な経営基盤を強化した。				



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、外部要因の変化)

○内部要因

- ・酒類は嗜好品であるため、継続的なプロモーションが必要であり、泡盛の特性や歴史・文化的側面、飲み方の周知を通して、泡盛の魅力を伝えることが重要である。
- ・平成16年度から減少し続ける出荷数量等の影響により、経営が厳しい酒造所が多い。

○外部環境の変化

- ・国内酒類市場の縮小や消費者の嗜好の多様化により、市場競争が激化している。泡盛は、テレビ番組等の影響によりブームとなった平成16年度をピークに出荷数量の減少が続いている。
- ・一方、酒類市場は縮小しているものの、県内の酒類シェア率において、泡盛は12%台を維持している。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・泡盛離れを解消するために、若者や女性など、県内外の消費者ニーズに対応した商品開発、販促活動、情報発信等の取り組みを引き続き実施する必要がある。
- ・酒造所の経営を安定させるため、新規顧客の確保や、適切な販売価格の設定や製造コストの減少を図るため、引き続き経営に関する支援が必要である。
- ・消費者ニーズに対応する酒造所に対し、商品開発、ブランド力強化に繋がる取り組みに対しても引き続き支援が必要である。



4 取組の改善案(Action)

- ・経営改善及びマーケティング等個別酒造所に対して実施している支援について、事業の継続や自走化に向けたフォローアップを実施する。