

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							R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画	
主な財源	実施方法	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算見込額	当初予算額	主な財源		
ファッション・デザイン普及事業									OR2年度： 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。	
県単等	委託	607	637	620	0	0	0		OR3年度： 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する。	
工芸製品新ニーズモデル創出事業									令和2年度活動内容と令和3年度活動計画	
主な財源	実施方法	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算見込額	当初予算額	主な財源		
県単等	委託	8,271	8,372	8,622	9,380	8,269	7,517	県単等	OR2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件実施するとともに、工房運営セミナーを開催した。	
									OR3年度： 工芸産業の振興を図るため引き続き、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する。	

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				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	1	1	1	0	0	0		8,269	順調	事業終了により、デザイン活用に特化した研修会、技術講習会の開催はなかった。 なお、工芸産業における新ニーズを捉えた荒なた商品開発（新ニーズモデル創出事業）を通じて、6事業者を対象とするデザインやマーケティング手法の勉強会を行った。
活動指標名	製品開発数				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	48	48	32	38	38	30	100.0%			進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果 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38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、工芸事業者が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	—				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	—	—	—				
(2) これまでの改善案の反映状況										
令和2年度の取組改善案						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に対応した。 				



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、外部環境の変化)

○内部要因

・工業技術センターでは、デザイン担当が不在のため、工業デザインに関する試験研究及び技術支援が機能していない。

○外部環境の変化

・近年の先進的な取組としてデザイン経営理論が活況を呈し、デザイン技術に関する応用範囲が更なる広がりを見せるなど、企業活動におけるデザインの重要性が再認識されてつつある。

(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・デザイン技術に関する研究・支援体制について、工芸分野に止まらず工業分野においても機能させるようにしなければならない。
- ・県内企業（製造業）が時流や様々な変化に対応できるようにするためには、デザイン経営なども含めたデザイン・マインドを啓蒙する必要がある。

4 取組の改善案 (Action)

- ・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。

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
		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				
実施主体	県、支援機関、企業等					
担当部課【連絡先】	商工労働部ものづくり振興課 【098-866-2337】					
					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	

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位：千円)

予算事業名	琉球泡盛再興プロジェクト支援事業						R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画
	主な財源	実施方法	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算見込額	当初予算額	
一括交付金(ソフト)	補助	103,481	105,791	76,689	79,917	62,469	51,590	一括交付金(ソフト)	OR2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及び経営改善支援 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

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)				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	4件	5件	5件	5件	5件	4件	100.0%	62,469	概ね順調	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)				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	実施	実施	実施	実施	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)				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	10件	5件	3件	1件	2件	50.0%			
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和2年度 of 取組改善案								反映状況		
<ul style="list-style-type: none"> 業界全体で泡盛のブランディング構築に取り組む。 個別酒造所への支援において、支援対象を見直すことで経営改善支援とマーケティング支援の相乗効果を図る。 								<ul style="list-style-type: none"> 泡盛のブランディングのため、泡盛の市場調査と課題整理を行った。 個別酒造所に対するハンズオン支援の業務委託を一つにまとめるとともに、担当者同士の情報共有を進め、個別酒造所に対する支援の相乗効果を図った。 		



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

- ・ 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、飲み方提案の周知を通して、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)

- ・ 泡盛の市場調査、課題整理の結果を踏まえ、業界が主体となって泡盛の本質的価値を明確化し、泡盛のブランディングに取り組むとともに、あわせて市場毎、ターゲット毎のマーケティング戦略を策定する必要がある。

4 取組の改善案 (Action)

- ・ 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。