

「施策」総括表

施策展開	1-(5)-ア	文化資源を活用したまちづくり		
施策	①地域文化資源の発掘及び相互交流の推進	実施計画掲載頁	57頁	
対応する主な課題	<p>○文化資源は人々を魅了し惹きつける力を持っているが、こうした文化資源の持つ様々な価値や魅力に地域の人々が気づかないことも少なからずあるため、地域外との交流を通じて地域文化の掘り起こしを図っていく必要がある。</p> <p>○沖縄県内では、一部市町村においてエイサーや地域の食文化を活用した地域づくりが進められているが、さらなる地域活性化を目指し、地域の個性豊かな文化資源を取り入れたまちづくりの取組はこれからの課題となっている。</p>			
関係部等	文化観光スポーツ部			

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成26年度				
	主な取組	決算見込額	推進状況	活動概要
1	地域文化継承支援事業 (文化観光スポーツ部文化振興課)	7,779	順調	<p>○県内各地域で実施されている伝統行事、伝統芸能、しまくとぅばの取組等の情報収集し、各地域における伝統行事の年間の実施日等をまとめ、データベースの基礎となる報告書を作成した。また、文化講演としてシンポジウムを3回実施し、計274名の来場者があった。さらに、各地域の伝統芸能を一カ所に集め、国立劇場おきなわで披露する公演「特選沖縄の伝統芸能」を実施した。(1)</p>
2	市町村文化行政との連携強化 (文化観光スポーツ部文化振興課)	—	順調	<p>○県・市町村間の相互交流を促進するため、各市町村の文化行政担当者と文化行政連絡会議を開催し、平成26年度の県の主な施策を周知し、文化行政に対する理解を深めるとともに、市町村の文化資源の活用事例を紹介し、意見交換を行った。(2)</p>
3	クリエイティブアイランド推進事業 (仮称) (文化観光スポーツ部文化振興課)	173,828	やや遅れ	<p>○クリエイティブアイランドを促進するため、東アジア文化都市の立候補に向け、各地域で取り組むアートフェスティバル、アートを取り入れた地域やまちづくりについて勉強会を開催した。また、離島過疎地域等の市町村(伊是名村、本部町、今帰仁村)において舞台芸術公演の鑑賞機会を提供した。しかし、計画では5地域を予定していたが、3地域での開催にとどまったため、やや遅れとした。(3)</p>

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

	成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1	県が支援した市町村主催の文化芸術関連イベントの来場者数	521人/年 (23年度)	16,412人/年 (26年度)	1,000人/年 (28年度)	15,891人	—
状況説明	<p>各市町村ごとにその特色を生かした文化事業やイベントが徐々に増え、地域の活性化につながりつつある。また、成果指標の大きな改善については、市町村が文化関係団体と連携し、演劇、ダンス、シンポジウム、展示会等趣向を凝らしたイベントを企画していることがあげられる。特にしまくとぅばと演劇をからめた企画が増えている。H28目標値は既に達成されており、今後も増えていくものと考えられる。</p>					

(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
	24年度	25年度	26年度		
地域の文化講座の参加者数等	165名 (24年度)	306名 (25年度)	274名 (26年度)	↗	—
(文化芸術による地域活性化事業における)公演入場者数	1,965名 (25年度)	1,130名 (26年度)	—	→	—

III 内部要因の分析 (Check)

・地域文化継承支援事業について、シンポジウムの開催にあたっては、集客(広報)の方法やシンポジウム参加者の今後の行動をどう促していくか検討する必要がある。
 ・クリエイティブアイランド縄推進事業(仮称)については、文化芸術をまちづくりに活かすことで、心の豊かさ、地域への愛情が育まれるという意識を認識させる必要がある。

IV 外部環境の分析 (Check)

・地域文化継承支援事業について、各地域の住民が、自らの地域の伝統行事・伝統芸能の重要性や価値を共有できていない。
 ・市町村文化行政との連携強化について、県の主要施策について周知を図っているが、市町村担当者がどう活用できるのかという視点に結びついていない現状がある。
 ・クリエイティブアイランド縄推進事業(仮称)については、市町村において、舞台芸術公演等の公演実績が少ないことから事業実施に結び付かないこともある。

V 施策の推進戦略案 (Action)

・地域文化継承支援事業について、各地域の特色・違いを再発見してもらい、愛着を持ってもらうため、地域ごとに特色がある「しまくとぅば」を絡めたシンポジウムを開催する。さらに、シンポジウムの効果を一層波及することと、どのようなインパクト(社会的影響)があったかなど、検証するためのアンケート調査を実施する。
 ・市町村文化行政との連携強化については、継続して連絡会議を開催し文化行政の情報交換の機会を創出するほか、あらたに観光分野に携わる市町村行政機関との連携に向け、関係機関を通じ県の文化関連主要施策の周知の機会を作る。連絡会議等において、特色を生かして成功している事例発表をするなど、情報共有・意見交換を促進する。
 ・クリエイティブアイランド縄推進事業(仮称)については、市町村の取組が円滑に実施できるように、県内に所属する芸能団体や過去の公演実績等に関する情報提供をおこなうとともに、地域の文化芸術を活用したまちづくりとなる取り組みをサポートしていく。

「施策」総括表

施策展開	1-(5)-ア	文化資源を活用したまちづくり		
施策	②地域文化を活用したまちづくりの促進	実施計画掲載頁	58頁	
対応する主な課題	<p>○文化資源は人々を魅了し惹きつける力を持っているが、こうした文化資源の持つ様々な価値や魅力に地域の人々が気づかないことも少なからずあるため、地域外との交流を通じて地域文化の掘り起こしを図っていく必要がある。</p> <p>○沖縄県内では、一部市町村においてエイサーや地域の食文化を活用した地域づくりが進められているが、さらなる地域活性化を目指し、地域の個性豊かな文化資源を取り入れたまちづくりの取組はこれからの課題となっている。</p>			
関係部等	文化観光スポーツ部、土木建築部			

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成26年度				
	主な取組	決算見込額	推進状況	活動概要
1	沖縄文化活性化・創造発信支援事業 (文化観光スポーツ部文化振興課)	170,937	順調	<p>○地域の文化資源を活用した事業について審査の結果3件を採択した。また、不採択となった事業については不採択の理由を含め、今後の事業採択、展開に繋がるよう助言指導を行った。(1)</p>
2	伝統食文化の保全・継承・活用の推進 (文化観光スポーツ部文化振興課)	2,111	順調	<p>○伝統食文化の課題の整理のため、食文化の保存・継承・活用に係る事業の必要性について検討を行い、シンポジウム、先進事例及び「食文化」の定義・普及啓発に関する調査研究、食文化関連団体への補助を実施した。(2)</p>
3	都市公園における風景づくり (土木建築部都市計画・モノレール課)	658,367	やや遅れ	<p>○首里城公園において文化財調査、園路整備、中城公園においては園路、休養施設整備、浦添大公園においては散策路整備等公園施設の整備を行った。首里城公園にて一部供用開始を行ったが、まとまった面積の供用開始とはなっておらず、微増にとどまっているためやや遅れとなった。(3)</p>
4	古民家を生かした地域活性化支援事業 (土木建築部住宅課)	1,427	順調	<p>○沖縄の伝統木造住宅等文化財建造物の保存修理や環境共生住宅に関する取り組みを紹介するシンポジウムを2月に1回開催した(受講者数201人)。また、「古民家再生活用部会」における情報交換や情報発信を通し、県民に対して古民家の魅力を発信することができた。(4)</p>

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

	成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1	伝統行事の伝承・復元等に関する事業を行う団体への助成件数(累計)	0件 (23年度)	5件 (26年度)	15件	5件	—
	状況説明	<p>地域の文化資源を活用した文化・芸能団体活動の支援を行うことにより、文化資源の持つ様々な価値や魅力を地域の人々に周知させることができた。引き続き関係団体へ事業内容の周知を行い、H28目標達成に向けた取組を行う。</p>				

様式2(施策)

成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
県が支援した市町村主催の文化芸術関連イベントの来場者数	521人/年 (23年度)	16,412人/年 (26年度)	1,000人/年	15,891人/年	—
2 状況説明	各市町村ごとにその特色を生かした文化事業やイベントが徐々に増え、地域の活性化につながりつつある。また、成果指標の大きな改善については、市町村が文化関係団体と連携し、演劇、ダンス、シンポジウム、展示会等趣向を凝らしたイベントを企画していることがあげられる。特にしまくとぅばと演劇をからめた企画が増えてきている。H28目標値は既に達成されており、今後も増えていくものと考えている。				

(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
歴史景観と調和する都市公園の供用面積	32.0ha (23年度)	32.0ha (24年度)	32.7ha (25年度)	→	—
古民家を保全・活用するシンポジウム受講者数	143名 (24年度)	172名 (25年度)	201名 (26年度)	↗	—

Ⅲ 内部要因の分析 (Check)

<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄文化活性化・創造発信支援事業については、文化振興会のPD(プログラムディレクター)やPO(プログラムオフィサー)を通じて、助成事業として採択されるよう、助言指導を丁寧に行っていく必要がある。 ・伝統食文化の保全・継承・活用の推進については、本県の食文化の保存・継承・活用の推進にあたっては、食文化のあるべき方向性、課題等が明確になっていない。 ・都市公園における風景づくりでは、中城公園について整備用地取得や物件補償の交渉に長期間を要していることから、計画的に工事を進めるため地権者等の協力が得られるよう公園事業の必要性、重要性等を説明するなど、早い段階から地元自治会等の関係者との協力体制が不可欠である。
--

Ⅳ 外部環境の分析 (Check)

<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄文化活性化・創造発信支援事業は文化関係事業者からの提案に対し、外部有識者の審査を経て事業実施される。 ・都市公園における風景づくりについては、発掘調査も併行しながら公園整備を進めており、文化的に貴重な財産が発見された箇所については慎重に調査を行うことから、計画的な整備が難しい。 ・古民家を生かした地域活性化支援事業では、伝統的軸組構法で木造住宅を建築できる大工や職人が、需要減少のためにほとんどいなくなっている。また、古材活用の課題として、古民家の解体、古材の加工や処理、保管や展示に手間と費用がかかり、販売価格が新材の利用に比べ割高である。

Ⅴ 施策の推進戦略案 (Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄文化活性化・創造発信事業については、応募時から文化関係団体へ助言、指導を行うことで、深く関わりを持ち、事業者へ5年後、10年後の目標を持たせるよう指導し、次に繋がる事業の考え方、取り組み方法を助言指導する。 ・伝統食文化の保存・継承・活用の推進にあたっては、食文化検討委員会において、食文化のあるべき方向性、課題等を明確にし、今後の事業の必要性、必要があると判断した場合の効果的な普及・継承事業を検討する。 ・都市公園における風景づくりについては、公園用地取得に向け、地権者、所有者等の協力が得られるよう粘り強く交渉を続け、事業が円滑に進められるよう地元自治会や関係者等の協力を得ながら推進する。また、管理区分の調整等の理由により未だ一部供用開始されていない公園もあることから、事業効果が発現できるよう部分的な供用の可能性についても検証する。また、発掘調査等を担当する関係機関と連携を密にすることで情報を共有し、今後とも事業進捗に向けて連絡調整を行い、文化財に対して適切な対応を図りながら、事業を推進していく。 ・古民家を生かした地域活性化支援事業では、古民家の再生に係る大工や職人を増加させるために建築技術者に向けて引き続き広く広報を行う。また、古民家の需要増及び古材の流通促進に資するため、シンポジウムの開催や関係機関で構成される「古民家再生生活用部会」への参加等、県民に対して古民家の魅力を引き続き発信することとする。
--

「施策」総括表

施策展開	1-(5)-イ	伝統工芸品等を活用した感性型ものづくり産業の振興	
施策	①伝統工芸産業の継承・発展	実施計画掲載頁	59頁
対応する主な課題	<p>○本県の多様で豊かな伝統工芸を継承・発展していくためには、技術・技法の継承と高度化、後継者の育成、原材料の安定確保、販路の開拓等が必要であるが、工芸事業者や産地組合等の経営基盤は脆弱であり、独自で対応することが困難な状況にある。</p> <p>○伝統工芸を持続的に発展できる産業として競争力を高めるためには、消費者の感性に働きかける魅力のある感性型製品の開発と、効果的な製品開発を進める環境の構築が求められている。</p>		
関係部等	商工労働部		

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成26年度				
主な取組	決算見込額	推進状況	活動概要	
○沖縄工芸の杜(仮称)の整備				
1	工芸産業振興基盤の整備 (商工労働部ものづくり振興課)	10,245	やや遅れ	<p>○年度別計画では、H26年度に拠点施設を整備する計画であったが、事業計画を変更し、平成29年度の完成を目標に整備スケジュールを修正した。業界や専門家による沖縄工芸産業振興拠点施設(仮称)基本計画策定委員会で、施設のイメージやコンセプト、規模・機能の検討を行い、基本計画を策定した。機能、設備や運営管理の方法を平成27年度に具体的に検討する。また、ソフト事業の計画を明確にすべく「展示・管理運営・ブランディング計画」を整備スケジュールに取り入れた。 (1)</p>
○安定的な生産基盤の確立				
2	後継者等人材の育成 (商工労働部ものづくり振興課)	24,779	順調	<p>○後継者育成事業の研修カリキュラムを改善し、長期的な指導体制を構築した結果、5産地組合が補助事業を実施し、24人の技術者を輩出した。工芸振興センターが実施する研修事業では、従来のものに製品開発企画等を加え内容を充実させ、15人の人材を輩出した。研修終了後はグループ化による生産活動に従事し、産地組合と協働で新製品開発や需要開拓等、業界活性化に寄与している。(2)</p>
3	県工芸士の認定 (商工労働部ものづくり振興課)	510	順調	<p>○現状と課題を把握するため、14産地組合にヒアリングを行い、今後の施策に向けた具体的内容を明らかにした。人的課題については、後継者育成研修(芭蕉)や技術者養成事業(宮古、八重山)等を通して、後継者の育成・確保を行っている。原材料確保の課題については、工芸振興センターにおいて、木材の特性を活かした様々な研究を行い、工芸製品の可能性を模索している。(4)</p>
4	原材料の安定確保 (商工労働部ものづくり振興課)	—	順調	<p>○産地組合の経営高度化を図るため、2産地組合への経営診断を実施し、それに基づく組合運営管理や販路開拓ハンズオン支援を実施した。組合経営のノウハウを取得するため、セミナーや先進地視察を行い、20名の次世代経営者を育成した。 (5)</p>
5	工芸産地組合高度化促進事業 (商工労働部ものづくり振興課)	18,786	順調	<p>○首都圏(東京都中央区)にて、本県の工芸品の常設展示・販売場を整備し、製作実演・政策体験等の企画展を実施した。 (6)</p>
6	工芸・ファッション宣伝普及事業 (商工労働部ものづくり振興課)	57,617	順調	

○新たな需要と販路の開拓					
7	織物検査事業 (商工労働部ものづくり振興課)	13,048	順調	○関係市町村や団体の意向調査を行い、検査規格を見直すことで、新製品の市場における信頼性を向上させた。県内9箇所 で13,872件の検査を実施。また、伝統工芸製品検査員の確保が困難になっていることから、当該検査員の任期を3年から最長4年とした。(7) ○首都圏(東京都中央区)で沖縄県の工芸品を一堂に集めた展示会を開催。各観光関連団体等への周知や、イベントの認知向上の結果、H26年度は催事3日間全体の来場者数が前年度比20%の増となった。(8)	
8	沖縄工芸ふれあい広場事業 (商工労働部ものづくり振興課)	3,000	順調		
9	沖縄県工芸公募展 (商工労働部ものづくり振興課)	1,533	順調		

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1	工芸品生産額	41.3億円 (22年度)	39.7億円 (25年)	52億円	△1.6億円	7,001億円 (18年度)
	状況説明	25年度における工芸品の生産額は39.7億円となり、不況の影響等による減少傾向がH24より少しずつ改善しつつある。引き続き沖縄工芸ふれあい広場等を活用し、工芸品の認知度向上、新たな販路開拓を行い消費につなげていく。				
成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
2	工芸産業従事者数	1,707人 (22年度)	1,723人 (25年)	1,800人 (28年)	16人	114,598人 (22年度)
	状況説明	高齢化や家庭環境の変化(親の介護など)による離職の影響もあり、工芸産業従事者数は直近10年ほどは一定程度の増減はあるものの、ほぼ横ばい状態である。本取組により後継者を継続的に輩出することで、同従事者数を増加させるとともに、技術だけではなく経営やマーケティング、販売等に関する研修も行うことで、育成した人材の定着を図る。				
成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
3	従事者一人当たりの工芸品生産額	2,422千円 (22年度)	2,306千円 (25年度)	2,800千円	△117千円	6,109千円 (18年度)
	状況説明	従事者一人当たりの工芸品生産額は2,306千円(25年度)となっており、ほぼ横ばいである。今後は、ヒアリングによる状況把握により、国や県、市町村、産地組合等とのネットワーク化を進め、原材料の安定確保を達成することで、成果指標の目標値達成を図る。				

(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
検査実績	13,460件 (24年度)	13,745件 (25年度)	13,872件 (26年度)	→	—

Ⅲ 内部要因の分析 (Check)

○沖縄工芸の杜(仮称)の整備

- ・利用可能時間帯を長めに設定する等柔軟に運営するため、指定管理者制度の活用等を検討する必要がある。
- ・工芸産地組合が所有する施設との連携を視野にいれた取り組みが必要である。
- ・高付加価値な商品開発及びその商品の認知度を高めるための発信力を強化する必要がある。
- ・基本計画を策定する中で、施設の機能を最大限に活用するため展示・管理運営・ブランディング計画の追加及び設計・工事時期の変更等、事業計画を変更する必要性が生じた。

○安定的な生産基盤の確立

- ・県工芸士の認定については、要綱上、工芸士の推薦依頼を市町村長または産地組合としているが、市町村では産地業界への貢献度や技術力の把握まで行き届かない面がある。
- ・原材料の安定確保については、各産地組合と意見交換を行い、課題を把握することで、人材育成事業や工芸研究事業に反映させる必要がある。
- ・工芸・ファッション産業宣伝普及事業については、消費者ニーズに対応した商品開発の遅れ、工芸品生産額及び従事者数の減少による生産基盤の弱体化及び製品をPRする情報発信力の弱さが課題になっている。

○新たな需要と販路の開拓

- ・織物検査事業については、対象品目によって受検のための負担が異なることから、検査実施箇所の増加や検査員確保等の課題に対応する必要がある。また、知花花織は伝統工芸製品に指定され、検査対象だが、地域に伝統工芸検査員を配置しておらず、事業者は首里織物検査場で受検し、時間的・経済的な負担が生じている。
- ・首都圏で開催される沖縄工芸ふれあい広場においては、沖縄の工芸品の特徴や日常生活への取り入れ方の提案など、限られた日程でさらに効果的にPRする方法を検討する必要がある。
- ・沖縄県工芸公募展については、県民に対し工芸品と本事業の周知強化を図り、応募者や来場者を増やす必要がある。また、応募者を増やすために、賞金以外のインセンティブについても検討する必要がある。

Ⅳ 外部環境の分析 (Check)

○取組全般

- ・本県には多彩な工芸品が存在するものの、県外のみならず県内においても工芸品の認知度や理解が充分ではなく、積極的に工芸品が生活に取り入れられていない。

○安定的な生産基盤の確立

- ・原材料の安定確保については、販路開拓等による生産量の増加に向けた取組並びに継続的な生産活動が可能な仕組み作りが必要である。
- ・後継者等人材の育成については、育成した人材が低収入や長期間を要する技術・技法の習得等の問題に直面する。
- ・工芸産地組合高度化促進事業においては、問屋主導の流通形態が続いており、製品の卸価格の値上げ等が難しい現状がある。
- ・工芸・ファッション産業宣伝普及事業については、消費者の生活スタイル変化や、膠着化した流通経路等が、需要の減少や販路拡大を阻害する課題になっている。

○新たな需要と販路の開拓

- ・織物検査事業においては、染織物従事者数が減少傾向にあり(昭和57年度2,536人、平成元年度1,325人、平成25年度773人)、伝統工芸品検査員の確保が困難になりつつある。
- ・沖縄県工芸公募展については、他の工芸関連イベント(芸大祭、首里城祭)と重ならないようにすることや、開催期間・時期を検討する必要がある。

V 施策の推進戦略案 (Action)

○取組全般

・技術だけでなく、経営面での支援も行い、販売促進や販路開拓に繋げる。それと同時に県内外で工芸品の良さをPRする。

○沖縄工芸の杜(仮称)の整備

・共同工房の利用者やインキュベーター入居者が利用しやすいよう、機能面、設備面及び運営管理の方法等をさらに検討し、充実した施設を設備する。
・ハード整備だけでなく、交流機能や情報発信機能を活用したビジネス開拓へ繋がる活動などソフト面の検討を行う。

○安定的な生産基盤の確立

・原材料の安定確保については、今後とも、国や工芸振興センター等と連携し、後継者育成・確保や原材料になりえる資材等の研究を通して、工芸生産額の向上を図る。
・後継者等人材育成については、育成した人材が直面する低収入や技術習得まで長期間を有する等の課題を解決するため、産地組合の定番商品発注を増やしたり、グループ化による製品開発や需要開拓の共同化、技術習得の機会を作ることに取り組む。
・県工芸士の認定については、当該事業について、ホームページや新聞などマスコミを通じて広報に努める。また、工芸産地組合等の推薦を中心とすることで、産地への貢献度や後継者の育成等の実態把握を確実にし書類審査時で候補者の現地調査を迅速に進め、認定要件に照らした確認作業を行う。
・工芸産地組合高度化促進事業においては、専門的な経営ノウハウを持たない産地組合に対し、専門員を派遣し、指導、支援を行い管理運営社の人材育成を実施する。
・工芸・ファッション産業宣伝事業については、SNSやHPを活用し、沖縄県工芸品の認知度を上昇させる。また、常設展示展での作品展示等を行い、ものづくり産業従事者の生産意欲の向上を図るとともに、首都圏や首都圏に訪れる海外からの観光客等に対して本県工芸品の魅力をアピールしていく。

○新たな需要と販路の開拓

・織物検査事業において、知花花織の検査を首里織物検査所で行っているが、今後地域に検査員を配置し、事業者の時間的・経済的負担を軽減する必要がある。また、検査員は各産地の染織物について専門的知識と技術、経験だけでなく、技術指導者として従事者からの信頼も不可欠である。これに応える技量と資質をもった検査員を確保するのは困難であるため、検査員の委嘱期間の延長を図る必要がある。
・沖縄工芸ふれあい広場事業においては、イベント告知について、各関係団体、民間事業者及び琉球伝統工芸館「fuzo」(銀座わしたショップ地下1階)等と連携し、広報の拡充を検討する。また、テーブルウェアコーナー等を設け、工芸品の日常使いを紹介する。
・沖縄県工芸公募展については、入賞者を県外への展示発表の場に繋げる等、県関連事業(県外工芸品常設展示場)との連携を検討する。また、他の工芸関連イベントと重ならないよう日程を調整し、応募者の増をねらう。

「施策」総括表

施策展開	1-(5)-イ	伝統工芸品等を活用した感性型ものづくり産業の振興	
施策	②感性型ものづくり産業の育成	実施計画掲載頁	60頁
対応する主な課題	<p>○本県の多様で豊かな伝統工芸を継承・発展していくためには、技術・技法の継承と高度化、後継者の育成、原材料の安定確保、販路の開拓等が必要であるが、工芸事業者や産地組合等の経営基盤は脆弱であり、独自で対応することが困難な状況にある。</p> <p>○伝統工芸を持続的に発展できる産業として競争力を高めるためには、消費者の感性に働きかける魅力のある感性型製品の開発と、効果的な製品開発を進める環境の構築が求められている。</p>		
関係部等	商工労働部		

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成26年度				
主な取組	決算見込額	推進状況	活動概要	
○感性型製品の開発支援				
1	工芸製品新ニーズモデル創出事業 (商工労働部ものづくり振興課)	6,701	やや遅れ	<p>○4地域(宮古、石垣、那覇、名護)で行われる工芸施策説明会で支援実績説明などを行い、広く応募を呼びかけた。4事業者(織3、塗1)を採択し、流通、マーケティング、試作品開発や販路開拓等の支援をした。現代の消費者ニーズに対応した完成度の高い商品が開発されたが、製品開発件数計画値50件より実績44件と下回ったため、「やや遅れ」となった。(1)</p>
2	工芸縫製・金細工技術者養成事業 (商工労働部ものづくり振興課)	14,542	順調	<p>○工芸縫製及び金細工研修、工芸振興センターについては11名、技術講習会については36名が参加した。</p>
3	工芸コンテンツ産業活用促進事業 (商工労働部ものづくり振興課)	27,160	順調	<p>基礎技術の習得に加え、工芸布を生かした縫製品制作や、沖縄の図案を取り入れた金工品制作等、研修生の個性が際立つものづくりが実践できた。また、限られた研修スペースの中、機会の配置や道具類の整理といった作業性の改善が図られた。(2)</p>
○工芸技術分野の研究開発の推進				
4	工芸研究事業 (商工労働部ものづくり振興課)	1,100	順調	<p>○産地組合(13件)、個人事業所(28箇所)の課題に沿った調査型、基礎型、実用型研究5件を行うとともに、技術支援に向けた訪問ヒアリングを行った。研究の成果(4件、染織、木漆工分野)を産地組合、個人事業所、企業に技術移転・普及させた。(4)</p>
5	技術支援事業 (商工労働部ものづくり振興課)	2,913	順調	<p>○工芸品の品質向上、事業者の問題解決、県外先進地調査で工芸情報の収集及びアドバイザーバンクの作成にむけ、工芸産地組合への技術指導や講習会の実施、事業者個々の要望に応じた技術相談(805件/年)、県外先進地の調査、アドバイザーバンク(専門家リスト)を作成した。(50件のリスト入力済み)(5)</p>

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

	成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1	工芸品生産額	41.3億円 (22年度)	39.7億円 (25年)	52億円	△1.6億円	7,001億円 (18年度)
	状況説明	25年度における工芸品の生産額は39.7億円となり、不況の影響等による減少傾向が24年度生産額36.4億円から改善しつつある。工芸製品新ニーズモデル創出事業によりマーケティングのノウハウなどを得た人材を工芸産業へ輩出することで、ニーズを意識した製品の投入を図り、工芸産業の振興につなげていく。				
	成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
2	従事者一人当たりの工芸品生産額	2,422千円 (22年度)	2,306千円 (25年度)	2,800千円	△116千円	6,109千円 (18年度)
	状況説明	近年の工芸品等の高級品消費の低迷(全国的な傾向)はあるが、県内の従事者一人あたりの工芸品生産額は2,306千円(25年度)となっており、ほぼ横ばいである。				

(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
工芸品生産額	33.4億円 (23年)	36.4億円 (24年)	39.7億円 (25年)	↗	—
従事者一人当たりの工芸品生産額「工芸産業実態調査」(県ものづくり振興課)	1,999千円 (23年)	1,960千円 (24年)	2,306千円 (25年)	→	—
沖縄県ものづくり振興課「工芸産業施策の概要」染織産地の生産額	1,425百万円 (21年)	856百万円 (23年)	1,528百万円 (25年)	→	—

III 内部要因の分析 (Check)

<p>○感性型製品の開発支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 工芸製品新ニーズモデル創出事業においては、試作品製作支援にとどまるのではなく、流通につなげ、早期の商品化を実現させるため、バイヤーとの接点になる展示会の出展先を検討する必要がある。 工芸縫製・金細工技術者養成事業においては、高度な技術習得が、研究カリキュラムの日数内で収まりきれなくなっている。 <p>○工芸技術分野の研究開発の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 工芸研究事業については、先進技術を導入するための県外研究機関等との連携強化が必要である。

IV 外部環境の分析 (Check)

<p>○取組全般</p> <ul style="list-style-type: none"> 拡大する観光需要や海外展開も考慮し、多様な消費者ニーズに応えるものづくりをする必要がある。 <p>○感性型製品の開発支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 工芸縫製・金細工技術者養成事業では、拡大する観光需要や海外展開にも考慮したうえで、本県独自の文化背景(伝統技術・衣装、歴史的要素、地域性)等を加味したストーリーのある製品構想を促す必要がある。 工芸コンテンツ産業活用事業では、データベースを活用するにあたって知的財産権に留意する必要がある。また、利用者(工芸従事者)がデータベースを活用して商品開発をする技術の習得が必要である。 <p>○工芸技術分野の研究開発の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 技術支援事業については、工芸品、特に染め織物の価格設定が長期にわたり固定化されている等、古い流通体制が残っている。また、ライフスタイルの変化による売れ筋商品の変化(高級品→日用品)が課題となっている。

V 施策の推進戦略案 (Action)

○取組全体

・蓄積したデータベースや技術等を活用し、現代の多様化するニーズに対応した商品開発を支援する。

○感性型製品の開発支援

・工芸製品新ニーズモデル創出事業では、県外展示会の出展先に「手工芸を中心とした製品づくり」「小規模生産」など工芸従事者の現状に合ったバイヤーが集まるものを選んだり、商談会の開催など展示会以外の方法について検討する。

・工芸縫製・金細工技術者養成事業においては、沖縄特有のモチーフを活用した製品の製作技術や、欧米での宝飾品に関する最新情報や技法等、幅広い分野の研修や講義を行う。また、研修日数に収まらない応用技術や更なる高度な技術項目は、「技術講習会」として研修生、研修終了生または業界関係者まで対象を広げて研修の合間に随時実施する。

・工芸コンテンツ産業活用促進事業において、県外識者から得られた助言は、主にデータベースの性質と運用方法に関するものであり データベースを管理する工芸振興センターにおいて、公開制限などを盛り込んだ利用要領等、仕組みを明確にして運用していく。

○工芸技術分野の研究開発の推進

・工芸研究事業については、県外見本市や技術研究会に技術職員を派遣し、先進地技術調査を行うとともに県外研究機関、先進地企業とのネットワークを構築する。

・技術支援事業については、技術指導や講習会を増やし、県外流通業界とのネットワークを構築する。古い流通体制については、工芸振興センターを核とし、業界団体並びにNPO等と連携し、県内産地問屋の確立に向けた取組を推進していく。売れ筋商品対策については、各組合等の売れ筋商品の調査やバイヤーとの連携で、今後の売れ筋商品を把握したうえで、新商品開発等を積極的に行っていく。

「施策」総括表

施策展開	1-(5)-ウ	文化コンテンツ産業の振興		
施策	①文化観光コンテンツの創出・育成	実施計画掲載頁	61頁	
対応する主な課題	<p>○本県には、琉球舞踊や空手などの、世界に誇れる優れた文化資源があり、これらは地域振興の資源として大きな可能性を秘めているが、文化を産業化するノウハウをもった人材が少なく、またビジネスを支える環境が不十分であることから、文化資源の多くが観光をはじめ産業化に結びついていない。</p> <p>○文化の産業化にあたっては、守るべき伝統文化を大切に継承しつつ、エンターテインメント性など新たな魅力が備わった文化コンテンツを創造し、伝統文化と新しい文化が相乗効果を生み出していくことが重要である。</p>			
関係部等	文化観光スポーツ部			

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成26年度				
	主な取組	決算見込額	推進状況	活動概要
○マグネットコンテンツの創造・育成・確立				
1	<p>沖縄の文化観光を先導するマグネットコンテンツの事業化促進 (文化観光スポーツ部文化振興課)</p> <p>※マグネットコンテンツ:観光客が見たい・触れたい・関わりたいと強く思う魅力的な舞台</p>	82,656	順調	<p>○沖縄県文化観光戦略に基づき、観光の新たなメニューとなる舞台公演などのマグネットコンテンツの作り込み、無料送迎バスや機内誌への掲載、国際通り大型ビジョンを活用する等のプロモーションの実施や沖縄芸能ガイドブックの作成各分野の専門家を構成員としたサポートチームを設置し、プロモーション手法等に関する助言・モニタリング等を実施した。また、公演については、継続公演を実施する演出家のほか、新たに公募により選定した演出家の公演を実施し、掘り起こしを行った。(1)</p>
2	<p>文化観光人材の育成 (文化観光スポーツ部文化振興課)</p>	396,887	順調	<p>○プロモーションチャンネルを増やし、効果的なプロモーションに繋げるため、旅行業界や観光業界、出版業界等様々な分野の実務者で構成するサポートチーム会議を5回開催し、マグネットコンテンツのプロモーションや事業化推進に係るトータル的なサポートを行うことで、文化団体のプロモーション担当職員等の育成を図った。また、宮古島における歴史や文化の総合的な知識を身につけた観光局ガイドの制度作りを行った。(2)</p>
○文化観光の総合的なおもてなしの向上				
3	<p>文化観光コンテンツの効果的なパッケージ化の促進 (文化観光スポーツ部文化振興課)</p>	82,656	順調	<p>○鑑賞者のニーズに合わせた公演メニュー提供体制作りのため、修学旅行やMICEメニューへ組み入れることが可能となるような利用者の要望に応じた組踊公演を提供するとともに、全国修学旅行研究協会の理事長等を招聘し、公演を鑑賞してもらおうとともに、意見交換を行った。(3)</p>
4	<p>文化観光コンテンツの情報連携の強化 (文化観光スポーツ部文化振興課)</p>	82,656	順調	<p>○舞台公演をはじめとした様々な文化関連イベントが開催されているものの、日程等の基礎情報がイベント主催者毎に発信されていた。舞台情報の一元化を図るため、新たな観光コンテンツとなる舞台公演専用ホームページを制作し他事業の公演と併せて情報発信を行ったほか、SNSを活用して県内各地で実施される舞台公演やコンサート等のイベントをはじめ沖縄芸能全般に係る情報発信を行った。(4)</p>

様式2(施策)

5	多種多様なタッチポイント機能の拡充 (文化観光スポーツ部文化振興課)	170,937	やや遅れ	○芸術文化チケットシステムに関する普及啓発への取組として、県内のニーズを把握、また試験的にWEBマガジンを運用することでより効果的なシステム構築を検討した。宿泊施設等のタッチポイントの拡充についてまだ業界内で情報、意識の共有には至っていないため進捗状況はやや遅れとした。(5)
○沖縄の文化観光商品の販売促進強化				
6	国内観光客等に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション (文化観光スポーツ部文化振興課)	82,656	順調	○国内の観光客に積極的なプロモーションを行うため、文化資源を活用した新たな観光コンテンツとなる舞台公演に関する情報発信について、ホームページ作成やFacebookを活用したプロモーション、その他ラジオCMだけでなく、国際通り大型ビジョンを活用したプロモーションや機内誌への広告掲載や特集記事として取り上げられるなど、様々なプロモーションを実施した。(6)
7	外国人観光客に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーション (文化観光スポーツ部文化振興課)	116,283	順調	○海外の観光客に積極的なプロモーションを行うため、海外重点市場及び海外新規市場6カ国(地域)10都市で、沖縄の古典舞踊や創作舞踊、地域に根付いている伝統芸能や歌舞劇などの舞台公演を実施した。また、派遣団体の一部を前年度中に選定することにより、プロモーションなど事業準備期間の確保を図った。(7)

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1	文化コンテンツ関連産業事業所数	257事業所 (21年度)	—	282事業所	—
状況説明	ファンド(基金)による投資事業であるため、リスク分析した上で事業の主旨、要件に照らし、投資決定されるため、ハンズオン支援を行い目標値に向け取り組む必要がある。経済センサスは5年に1度行われ、H27.11月にH26年度版が公表予定となっており本年度の数字はないが、当該取組により一定の改善がはかられ、H28目標値達成が見込まれる。				
成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
2	県が支援したビジネスの事業化件数(累計)	3件 (23年度)	19件 (26年度)	18件	16件
状況説明	沖縄の文化資源を活用した現代の消費者ニーズを踏まえた独創性の高いビジネスプランの事業化や、情報通信サービスやハイテク技術等の異分野・新技術との連携・融合による付加価値の高い商品・サービスの商品化に向けた取り組み19件に対し支援を行い、目標値を達成している状況である。				
成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
3	観光客の「文化観光」の比率	4.3% (22年度)	3.7% (25年度)	10.00%	△0.6ポイント
状況説明	観光客の「文化観光」の比率が、平成22年度から平成24年度まで4%台で推移していたが、平成25年度は、3.7%となり、改善幅はマイナス0.6ポイントとなった。 観光客における文化公演等の認知度がまだ低いため、更なる観光客向けプロモーションを実施する。また、修学旅行のニーズをもとにプログラムを組成し、修学旅行生の誘客に繋げ、H28目標値達成を目指す。				

様式2(施策)

成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
観光客の「娯楽・入場費」の消費単価		7,831円 (22年度)	6,799円 (26年度)	8,500円	△1,032円 (△13.2ポイント)	—
4	状況説明	<p>総消費単価については、70,408円(22年度)から72,613円(H26年度)へと2,205円(3.1ポイント)増加している一方で、「娯楽・入場費」の単価は1,032円(13.2ポイント)の減となった。また、観光客における県内での消費動向として、宿泊費、県内交通費、飲食費に多く支出する傾向にある。</p> <p>県内における観光施設(娯楽)は、首里城、美ら海水族館等の定番コース+αと選択肢も限られていることから、より魅力的なコンテンツを創出するとともに、観光客に対するプロモーションを充実させ認知度の向上を図り、観光客の集客に繋げ、H28目標値達成を目指す。</p>				

(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
観光客の「文化観光」の比率(旅行中に行った活動 イベント・伝統行事)	4.9% (23年度)	4.6% (24年度)	3.7% (25年度)	→	—

Ⅲ 内部要因の分析 (Check)

<p>○マグネットコンテンツの創造・育成・確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄の文化観光を先導するマグネットコンテンツの事業化促進については、以前より、演出家の選定も早い時期に行う事が出来たため、一定の準備期間は確保することが出来たものの、十分な準備期間を確保するには至らなかった。また、継続して公演を行っても、マグネットコンテンツとして作り上げることが困難な公演があった。 ・文化観光人材の育成については、県内で実施している舞台公演をツアープログラムの中に組み込む等、観光(旅行)商品として売り出すためのノウハウをもった人材が不足している。 <p>○文化観光の総合的なおもてなしの向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多種多様なタッチポイント機能の拡充については、チケットングシステム導入に向け、観光情報、お勧め情報の提供の仕方やデータベース化の課題を整理していく必要がある。また、アンケートやニーズ調査、WEBチケット販売テストケースにおいて、システム導入による費用対効果、チケット購入の習慣がない等の課題があり、そうした課題と利点について関係団体の認識と理解が必要である。 <p>○沖縄の文化観光商品の販売促進強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行業関係者から「当該公演をツアーに組み込み送客したい」との話があるものの、定期的(ツアー組成時)に県内において公演が行われていないため、観光客送客に繋がらなかった。また、一部の都市への派遣について、団体選定の時期が少し遅かったため、十分な準備期間を確保することができなかった。
--

Ⅳ 外部環境の分析 (Check)

<p>○マグネットコンテンツの創造・育成・確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化観光人材の育成については、プロモーション担当者におけるノウハウの蓄積やプロモーションチャンネルが開拓されつつあるものの、県外でのプロモーションを効果的に実施するにはまだ不十分である。 <p>○文化観光の総合的なおもてなしの向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内観光客等に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーションについては、国土交通省が定める貸切バスの料金制度の変更に伴う値上げなどの影響もあり、修学旅行のプログラムの選定がこれまで以上に価格勝負となる傾向にある。 ・文化観光コンテンツの情報連携の強化については、ホームページを活用した公演等の基礎情報の発信が求められる中、情報が様々な媒体を介して溢れているため、伝えたい情報を発信することが困難になっている。 <p>○沖縄の文化観光商品の販売促進強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページを活用した公演等の基礎情報の発信が求められる中、情報が様々な媒体を介して溢れているため、伝えたい情報を発信することが困難になっている。

V 施策の推進戦略案 (Action)

○マグネットコンテンツの創造・育成・確立

・沖縄の文化観光を先導するマグネットコンテンツの事業化促進については、演出家の選定時期・方法等を検討し、前年度中に選定するなど、早期に選定することにより、十分な事業準備期間を確保し、より効果的なプロモーションを実施する。また、昨年度からの継続公演は更なるブラッシュアップを図る一方で、新たな演出家の掘り起こしを行い、公演制作を支援する。

・文化観光人材の育成については、旅行業、広告業、出版業関係者等で組織するサポートチームを組成し、継続的なサポート体制を構築し、担当者のプロモーション実施に係るノウハウのストックを図り、舞台公演が旅行商品として売り出せるよう、具体的な商談に繋げるマッチング等を行う。

○文化観光の総合的なおもてなしの向上

・国内観光客等に向けた文化観光コンテンツのセールスプロモーションについて、修学旅行やMICE等の多様なニーズに対応できるよう、複数のプログラムを提供出来る体制づくりや柔軟に対応出来るメニューの開発を行う。

・文化観光コンテンツの情報連携の強化について、ホームページやSNSを活用した情報発信を実施するとともに、旅行業・出版業などの実務者から構成されるサポートチーム会議において、効果的な情報発信手法などを検討し、情報発信媒体の検証を実施する。

・多種多様なタッチポイント機能の拡充について、チケットシステムの特長、デメリットについて認識し、今後、チケットシステムの普及、導入への道筋を関係者が共有するネットワークを構築する必要がある。また、宿泊施設等に講演の鑑賞機会を提供し、公演等の認知度を上げ、宿泊施設等へのタッチポイントの拡充に繋げる。

○沖縄の文化観光商品の販売促進強化

・ホームページやSNSを活用した情報発信を実施するとともに、効果的な情報発信手法や拡散方法の検討を行い、情報発信媒体の検証を実施する。また、派遣団体の選定時期・方法等を検討し、早期に選定することにより、十分な事業準備期間を確保し、より効果的なプロモーションを実施する。

「施策」総括表

施策展開	1-(5)-ウ	文化コンテンツ産業の振興		
施策	②文化資源を活用したコンテンツ及びビジネスの創造	実施計画掲載頁	62頁	
対応する 主な課題	<p>○本県には、琉球舞踊や空手などの、世界に誇れる優れた文化資源があり、これらは地域振興の資源として大きな可能性を秘めているが、文化を産業化するノウハウをもった人材が少なく、またビジネスを支える環境が不十分であることから、文化資源の多くが観光をはじめ産業化に結びついていない。</p> <p>○文化の産業化にあたっては、守るべき伝統文化を大切に継承しつつ、エンターテインメント性など新たな魅力が備わった文化コンテンツを創造し、伝統文化と新しい文化が相乗効果を生み出していくことが重要である。</p>			
関係部等	文化観光スポーツ部			

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成26年度				
	主な取組	決算見込額	推進状況	活動概要
1	沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業 (文化観光スポーツ部文化振興課)	30,073	順調	<p>○県の新たな成長産業としてコンテンツ産業を振興するため、沖縄の文化等を活用したコンテンツを創出し、投資ファンドによる制作資金の供給を行うとともに、事業者を対象としたコンテンツ制作プランのブラッシュアップ、市場を見据えた販路開拓の手法等のハンズオン支援を行い、県内で活動するプロデューサーの育成を図った。これまで映像系への出資が多かったことから、ゲーム、エンターテインメントへのハンズオン支援を強化することで他分野での出資、さらには産業創出を図った。(1)</p>
2	文化資源を活用した新事業の創出 (文化観光スポーツ部文化振興課)	170,937	順調	<p>○地域の文化資源を活用した文化活動を支援するため、沖縄関連書の書評HP作成と沖縄関連情報の集約・発信及び批評ライターの発掘と育成事業及び宮古島「綾道(あやんつ)マイスター」育成プロジェクト等を採用した。また、文化関係団体へは採択、不採択に関わらず事業がより充実したものとなるよう進め方、取組方法、次年度採択を受け実施する上での留意事項等助言と指導を行った。(2、3)</p>
3	沖縄文化活性化・創造発信支援事業 (文化観光スポーツ部文化振興課)	170,937	順調	<p>○アーツマネージャーのとして必要な講座を開講し、アンケートで評価の高かった講座については引き続き講座を実施。OJT研修においては、報告会を開催し、その内容をホームページに掲載した。また、ニーズ調査及び実証講座を踏まえ、検討委員会で講座カリキュラムの作成、OJT派遣プログラムの作成を行った。(4)</p>
4	アーツマネージャー育成事業(仮称) (文化観光スポーツ部文化振興課)	31,142	順調	

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

	成果指標名	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1	文化コンテンツ関連産業事業所数	257事業所 (21年度)	—	282事業所	—	32,003事業所 (21年度)
	状況説明	文化コンテンツ関連事業所数は、経済センサスが5年に1回行われるため、本年度の数字はないが、引き続き講座や研修などの人材育成、ビジネス支援など沖縄の文化等を活用した新たなコンテンツを創出することで、H28目標値達を目指す。				

(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
—	—	—	—	—	—

III 内部要因の分析 (Check)

・沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業については、ファンドの終期が迫ってきているため、収益回収へ取り組むことが必要であることから、今後それほど出資件数は増えないことが予想される。また、投資決定までのスキームが長い補助事業であるため申請件数自体が少ない。

・アーツマネージャー育成事業(仮称)については、専門家や実演家だけでなく企画、広報などマネジメントできる人材や組織運営能力を有する人材が不足していることから、OJT派遣で実践を経験した人材が求められている。また、長期研修が可能となるよう早い段階で公募、選考、研修派遣に進める事業スケジュールを検討する必要がある。

IV 外部環境の分析 (Check)

・文化資源を活用した新事業の創出については、文化関係事業者からの提案に対し、外部有識者の審査を経て、事業実施されている。

・アーツマネージャー育成事業(仮称)については、派遣事業に関しては、派遣元の文化芸術団体の多くが脆弱であり、長期的に研修に行かせるだけの余裕と理解が乏しい。

V 施策の推進戦略案 (Action)

・沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業については、ファンドの終期を意識し、出資した案件に対し、制作品の価値を高めるためアドバイザーボードやハンズオンマネージャーによる制作プランのブラッシュアップ、市場を見据えた販路開拓の手法、考え方など指導、助言を行うことによって、プロジェクトの塾度、ノウハウを高め人材育成につなげる。

・文化資源を活用した新事業の創出について文化関係団体へ応募時からPD(プログラムディレクター)やPO(プログラムオフィサー)による助言、指導を行うことで、深く関わりを持ち、事業採択にむけたポイントなど指導し、不採択となったあとも次年度につながるよう事業の考え方、取り組み方法を助言指導する。

・アーツマネージャー育成事業については、講座や研修への参加・応募状況によって広報の時期手法、日程等工夫、検討を行うことで受講者数を増やし、求められる研修内容となるよう引き続き講座受講者へアンケート調査を実施する。