

令和3年度第3回沖縄県工芸産業振興審議会議事録

- 1 日時：令和3年11月29日（月）午前10時～午後12時
- 2 場所：沖縄県庁14階商工労働部会議室
- 3 出席者：
（委員）宮里正子委員、宮城奈々委員、赤嶺真澄委員、小渡晋治委員、大城亮子委員、
大谷哲生委員、鈴木修司委員、渡慶次憲夫委員、大城弘文委員
（事務局）商工労働部ものづくり振興課長、班長、主査
- 4 議事概要：下記のとおり

【議題1】第9次沖縄県伝統工芸産業振興計画（素案修正）について

（事務局）資料1及び資料2により説明を行った。

（委員からの主な意見）

- 情報集約・発信は非常に重要。支援を作っているほうはバラバラだが、支援を受ける人は、多くの情報にオーバーフローしてしまう。単にリンクを貼るだけではなく、あなたはこのことを受けられます、という整理までして、有機的に届ける必要がある。
- ネットワークは平等すぎるとイニシアティブを取れる人がいなくなる。最終的には売る人がイニシアティブを取ったほうが自走化しやすい。
- ポータルサイトは多く作られているが、予算が無くなると同時にメンテナンスされない、サイト自体が消費者に行き渡っていない、作っただけで放置している失敗事例がほとんど。ただ作りませんでした、どのように工夫するのか、HOWの部分が重要。
- 本当に支援が必要な人は情報を見ないことも多く、産地のコミュニティの口コミや紙など非デジタルも使い分けたほうがいい。ここに行くと言葉がもらえるよというのがインプットされたら情報収集しやすくなる。また、実際に使ってどうだったかなどの、より手触り感がある情報が、受ける側の目線から発信されると良いと思う。
- 異分野人材との交流について。工芸30人の中にマーケティング2人などだとアンバランス。例えば、デザイナー、プロデューサー、工芸の人などが集まっている中で作ると発展性が出るのではないかと。学びの場の設計の仕方が重要。もっと広い対象を呼び込んで研修機会を作ると新しい展開が見えると思う。
- これまでの意見は、売上がいかに伸ばすかがポイントだったが、2章の書きぶり比べると、第3章4章では売上の話のトーンが落ちている。売上が伸ばすという方向性の表現がもっとあったほうがいい。今回の計画は売上が伸ばしていく、その方向に基づいてこういう施策が展開されていく、というメッセージをどう出すのか。

○ 琉球国時代は海外との交流を通して技術も原材料も入ってきている。文化資源は途絶えていたものを戦後に復興させたもので、途絶えても復興したということが伝わるようにしたほうがいい。(その他、修正箇所指摘等)

○ 高齢化という表現があるが、誰でも高齢になるのは当然。高齢化を問題にするのではなく、後継者が不足している、消費者が減少している、という問題設定が適している。

○ 喜如嘉芭蕉布は、従事者の減少ではなくて組合員の減少ではないか。非組合員には若手従事者がいるので、問題を混同されないようにしたほうがいい。

○ 教育機関は県立芸大だけではなく、琉球大学教育学部、首里高校染織科、浦添工業高校、那覇工業高校でも伝統工芸を教えている。浦添市美術館、那覇市博物館、県立美術館博物館も充実しているので、研究機関の知見も活用すると良いと思う。

○ 金細工は作りやすく研修を終えてすぐに収入につながることは魅力的だが、何を沖縄の工芸として捉えるべきか、沖縄の工芸とは何か、ということは常に模索し議論を続けることが必要になると思う。

○ 教育機関について、デザイン系専門学校だけではなく、専門学校・各種学校と広げてもいいのかと思う。

○ 観光分野について、伝統文化の好きな客層や富裕層だけをターゲットと限定するのではなく関心のある層という表現に広げてもよいと思う。また、ファンを育てることも重要なので、観光も連携して沖縄工芸のファンを育てていくという視点もあると良いのでは。

○ 高齢化という表現については、若手が不足しているという統一した書き方などにして、支えてくれた人をリスペクトすることが大事かと思う。

○ 売上をあげていくという方向性は重要。他の産地では収入手段の多様化が進んでいる。ものづくりだけでは難しく、観光プログラム、教室ビジネス、スクールビジネスなどが行われている。多様化のための施策を行政で組んでいくことが必要だろう。

○ 県外ではオープンファクトリーといって、作り手、流通や異分野の人が一緒に活動していった繋がっている。これまでイベントというとPRイベントが多かったが、異分野の人たちが集まって協業を目的としてイベントを実施することに意義が出てくる。協業の際に、各工芸ジャンルのみなさんが各分野のアイデンティティを持っていないと巻き込まれたり流されたりする危険性がある。自分達の真意を再確認し、こういう方向にもっていくのだと確定したうえで連携していくことが重要。それがブランディングでもある。

○ 用語は英語やカタカナが多いと抵抗感じてしまう。括弧書きで補足したり図式するなど、わかりやすく説明する必要があると思う。

○ 工芸分野の振興には時間がかかるが、かりゆしウエアは工芸とコラボして早ければ1年2年で売り場に出せ、改善しやすく即効性がある。また、量産型かりゆしの次に欲し

いものは工芸かりゆしだと言われるので、タイミングもよい。

○ 織物には経糸（たていと）緯糸（よこいと）があり幅を少し増やすだけでも非常に大変。経は変えずに緯だけ色を変えてバリエーション作る、B反でもいい、など工芸事業者が無理のないようなコラボの仕方だと良い。

○ 基本的にはモノが無いと売れないので、工芸の人にイニシアティブがあるほうが良い。売り場に力があると作りたいものが作れなくなってしまう。

○ 毎年、後継者育成事業では技術習得を重点的に教えているために、活動するとき経営能力が備わっていない。工房経営的な内容を入れた方がいいかと感じた。

○ 工芸のファンを増やすとあるが、ふれあい広場のことが記載されていない。地元の人が工芸にふれあう機会、地元のファン作りは大事。（事務局補足：事業名まで計画に入れていない）

○ なじみが薄い外来語はわかりにくいと思う。

○ 計画は、ただ行政が作りました、というものではなく、誰が読むのか、これまで続けてきた人たちのプライドなども考えていかないといけない。英語やカタカナ用語なども含めて、誰に向けて発信するのかをもう一度練っていただけると良い。

【議題2】工芸従事者と異業種・異分野専門家とのネットワーク構築について（おきなわ工芸の杜について情報提供含む）

（委員からの主な意見）

○ 工芸の杜について、開館時間は9:00-18:00なのか。例えば、国立劇場の演者は夜間しか練習時間が取れないので、特別対応もしている。（事務局補足：入居者は24時間使える。外部の人は9-18時が基本だが指定管理者の裁量がきく）

○ 福井県のRENEWという工芸のイベントは、有名デザイナーが関わって、若い世代が魅力的に感じる商品開発と、展示販売イベントと、SNSや現場運営ルールも含め全体のプロデュースまでされている。新しいニーズや視点を取り込むという意味では、工芸従事者の目線ではない、消費者目線、若手目線、デザイナー視点など、の商品プロデュース、イベントプロデュースは重要になる。

○ 燕三条のオープンファクトリーは根付いていて、次は購買への展開が求められている。来てもらう、販わいができる、消費につながる、というワンステップが非常に大きい。例えば体験を仕掛けにして、購買まで繋げるのかなど。

○ 幅広い層に対応できるデザインの商品を単独で作るのは難しい。デザイナーはたくさんいるが、デザインのみの人、プロデュースまで手がけるデザイナー、売れる導線まで

作れるデザイナーなど、やれる幅がみな違ってくる。こういう外部の力を工芸に入れて商品を作り、出口としてのイベントがある。

○ 人が集まる理由を工芸の杜に埋め込まないと集まらない。例えば、有名なプロデューサーの相談ブースを設けてあげて予約制で会えるなど、工芸の杜に行く理由付けを設計する必要がある。また、このようなチームプロジェクトに入っていると行政の補助に採択されやすいなどのインセンティブがあると良い。

○ 工房には売り場、体験場所、商談場所などがなく、観光を前提としていない。作業場でしかない。見せる工房、商談できる工房というアイデアや、リノベーション費用を支援してもらえよう資金やプランが必要。

○ 工芸の杜は指定管理者や工芸振興センターが入居するが、どこを出口として誰が繋ぐのか。産業振興とは売ることなので、建物としての工芸の杜ではなく、売る組織や役割が無いと難しいのではないかと。流通がイニシアティブを取れるというのは、売るという責任を取れるから。指定管理という行政からの予算が出ている限りは、工芸の育成ではあるけど、産業とは言えない。本当に工芸のことを思って、沖縄の工芸を産業にしていく、工芸の杜を使ってそれをやれる流通事業者がいないのだろうか。

○ 工芸の杜の近くの空手会館や海軍壕などに来る人たちの取り込みや視点は入っているのか。空手会館は世界空手大会とかセット戦略があるのか。

○ ネットワークについて、これまで伝統工芸はクローズドだったが、第1段階は、関係者がオープンにならないといけない。各団体、業界、作り手、教育機関、関係者がまずオープンになる。次の段階では、オープンになったことにより意見の食い違いが見えてくるので、相互理解が必要になる。流通側の意見もある一方で、工芸では経済の概念では片付けられない要素があり、その衝突が常にある。勉強会やイベントを作り上げる段階で摩擦が必ず起こり、相互理解の場となる。そのハブが工芸の杜になっていくと思うので、指定管理者が協業するためのグランドデザインを作る。1年目オープンにして、2年目で相互理解し、3年目で何する、など進めていくと仕組みができあがるとよいと思う。

○ 沖縄の人は議論が苦手で自分の意見やPRをしないのでビジネスに繋がりにくい。県立芸大には、県外から沖縄に来ている人も多いので、いい方向に変わっていくといい。

○ 今年度、デザイナー・クリエイターを集めてプロデューサー的な思考を学ぶ勉強会を実施している。各業界の課題をデザイナー・クリエイター自身が探っていくところから始めている。作り手もデザイナーもお互いが「自分たちは何を知らないのか？」と認識し、お互いに教えあうようなコミュニケーションの土台ができるには時間がかかる。根気強く一歩ずつ進めていきたい。

○ 様々な意見が集約して、これら集まりの中からプロジェクトができてくるといいと

思う。流通が強いプロジェクトがあってもいいし、作り手が強いプロジェクトがあってもいい。工芸の杜をきっかけにできればいいと思う。

○ 例えば、観光関係者は工芸との連携によりオリジナル商品ができることがメリットとなる。量的には少なくとも限定的にこことだけだと両者の利害は一致する。そのような関係性の作り方を誰が繋げるのかということが問題。点と点はあるが誰が繋げるのか、指定管理者が仕事上イベントや異業種交流会をして、では販売は各人が頑張ってくださいね、とならないか。販売を自ら自動的に行えるのが流通事業者。

○ 5年前にヨネックスと首里織とコラボした事例ある。産地には必ず若い人も成功している人たちもいる。コアとなる人がいるかどうかをわれわれが知ることが大事。ネットワークを無理矢理作るのではなく、やっている人たちを可視化することが、ネットワークの1番最初のポイントではないか。

○ 「なは一と」では、シートカバーや外壁が浮き織りになっているし、多くのホテルが内装や調度品に工芸品を採用していて、工芸を応援している。

○ 工芸と組むのは、経済的メリット、ブランドを上げたい人、文化的活動をPRしたい人など、それぞれ違う。お互いの利害関係を可視化して明確にして組めばよいと思う。

【報告】織物検査規格見直しについて

(織物部会委員) 参考4により報告を行った。