

事務事業評価シート

評価実施年度：平成30年度

| | |
|---------|------------------------------|
| 上位の施策名称 | 施策I-4-1 経営革新及び経営基盤の強化への支援 |
|---------|------------------------------|

1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長 しまねブランド推進課長 福岡 直 電話番号 0852-22-6858

| | | |
|---------|--|----------------------|
| 事務事業の名称 | 未来へつなぐ工芸品総合振興事業 | |
| 目的 | (1) 対象 | 県内の伝統工芸品製造業 |
| | (2) 意図 | 伝統工芸品の販売促進と後継者の育成を図る |
| 事業概要 | 県内工芸品の販路拡大、認知度向上のため支援を行う。 ○ 首都圏を中心とした展示会等への出展支援 ○ 後継者確保のための雇用就業資金貸付 ○ 認知度向上を図るための情報発信 | |

2. 成果参考指標

| 成果参考指標名等 | | 年度 | 27年度 | 28年度 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 単位 |
|----------|------------------------------|-------|----------|----------|----------|----------|----------|----|
| 1 | 指標名 一般社団法人島根県物産協会での伝統工芸品の販売額 | 目標値 | | 65,000.0 | 65,000.0 | 65,000.0 | 65,000.0 | 千円 |
| | | 取組目標値 | | | | | | |
| | 式・定義 伝統工芸品の年間販売額 | 実績値 | 68,916.0 | 62,754.0 | 46,944.0 | | | |
| | | 達成率 | - | 96.6 | 72.3 | - | - | % |
| 2 | 指標名 新たに確保した後継者 | 目標値 | | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 人 |
| | | 取組目標値 | | | | | | |
| | 式・定義 後継者育成支援等の実績 | 実績値 | 4.0 | 3.0 | 3.0 | | | |
| | | 達成率 | - | 150.0 | 150.0 | - | - | % |

3. 事業費

| | 前年度実績 | 今年度計画 |
|-------------|--------|--------|
| 事業費(b) (千円) | 11,255 | 12,877 |
| うち一般財源(千円) | 11,255 | 12,877 |

4. 改善策の実施状況

| | |
|---------------------|----------|
| 前年度の課題を踏まえた改善策の実施状況 | ③改善策を検討中 |
|---------------------|----------|

5. 評価時点での現状 (客観的事実・データなどに基づいた現状)

○生活様式や価値観の変化などにより、工芸品・日用品に求められるニーズは大きく変化している。更に、海外からの安価な輸入品の増大もあり、消費者ニーズを捉えることができていない事業者においては、販売額が落ち込んでいる。
 ○一方で、デザイン性やストーリー性により注目を浴び、独自に有効な販路を確立している事業者もある。
 ○県内ふるさと伝統工芸品指定事業者（H28時点96事業者）のうち、聞き取り調査によると4割近くが後継者が確保できておらず、今後、事業者数の減少が懸念される。
 ○2020東京オリンピック・パラリンピックに向けて訪日観光客の増加が見込まれ、日本の工芸品が海外の注目をこれまで以上に受ける可能性はある。

6. 成果があったこと (改善されたこと)

・貸付制度により後継者確保につながる雇用が生まれた。

7. まだ残っている課題 (現状の何をどのように変更する必要があるのか)

- ①困っている「状況」
- ・見本市や展示会、イベント等は県外で実施されることが多く、一人事業者などは参加しづらい
 - ・需要の低迷や新たな販売先を確保できないことによって販売額が落ち込んでいる
 - ・後継者が確保できていない
- ②困っている状況が発生している「原因」
- ・見本市等へ出展する場合は出展料に対する助成を行っているが、人手や旅費の事業者負担が必要となる県外での見本市等が中心で、負担の少ない県内では展示会・商談の機会及び支援が少ない。
 - ・年々多様化する消費者のニーズを把握する機会が少ない。
 - ・（輸出を含め）バイヤーや店舗との接点が少ない。
 - ・伝統工芸品が生活や日常に取り込まれていない。
 - ・伝統工芸が「魅力ある産業」として、後継者世代（若者）に捉えられていない。
 - ・貸付制度の利用が少なく、後継者候補の育成ができていない。また、活用する事業者が限られている。
- ③原因を解消するための「課題」
- ・事業者とバイヤーや店舗を直接つなぐ取組が必要である。
 - ・消費者に対して、伝統工芸への興味や価値への理解を促す必要がある。
 - ・バイヤーや店舗に対して、島根の伝統工芸品の魅力を伝えるための情報発信の強化が必要である。
 - ・伝統工芸の可能性を探るための取組が必要である。
 - ・若者に対し、「伝統工芸」の魅力や可能性を伝える取組が必要である。
 - ・貸付制度の周知が不足している。

8. 今後の方向性 (課題にどのような方向性で取り組むのかの考え方)

・後継者の確保につながる貸付制度を引き続き行い、さらに制度の周知を強化することにより雇用拡大を促す。
 ・出展者が固定化されている見本市や展示会等への出展助成について、助成制度のあり方を見直す。
 ・展示会等へ参加しなくても販路開拓に繋がるよう、店舗・バイヤー（輸出を含む）招請等の取組を実施する。
 ・消費者（若者を含む）に対して、伝統工芸の魅力が伝わるよう、情報発信を行う。
 ・工芸を志すことの魅力や、成功事例を併せて紹介するなど、若者の選択肢に上がるよう取り組む。
 ・伝統工芸の可能性を探るため、異業種（食・観光等）との連携を図る。