

の推進方策検討調査 特集Ⅰ

に向けた基礎調査について)

1. 調査の内容

内閣府沖縄総合事務局では、沖縄地域が目指すべき将来像を示すための「沖縄地域経済産業ビジョン(中間報告)」を昨年3月にとりまとめ、今後の沖縄の重要な産業分野のひとつとして「沖縄感性・文化産業」を位置づけています。

沖縄感性・文化産業とは

工芸品、美術・骨董品、織物、出版物などのほか、芸能、音楽、映像、ファッション、デザインなど、生活者の感性に訴える商品・サービスを創出する産業をいいます。

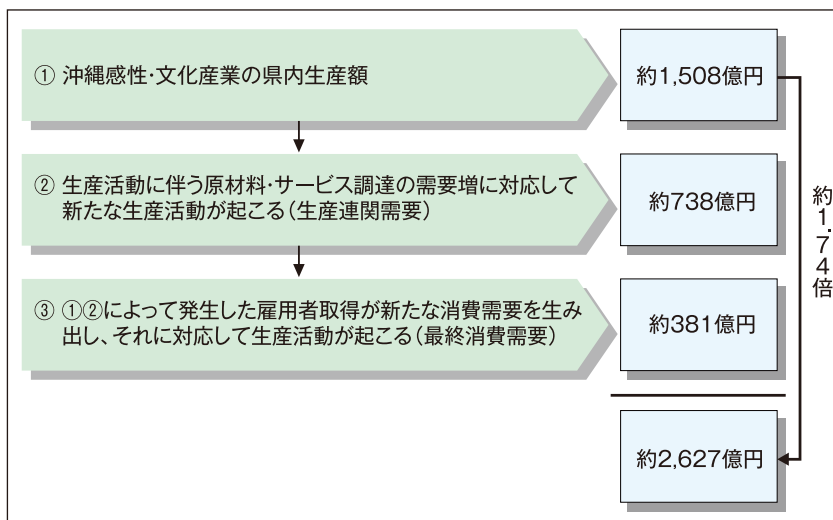


本調査は、この「沖縄感性・文化産業」に注目し、市場規模の分析や関連業界の方へのヒアリングを行いました。そして、沖縄感性・文化が今後産業として発展し、また沖縄の観光振興につなげていくためにはどうすればよいのかを検討しました。

2. 沖縄感性・文化産業の現状と課題

沖縄感性・文化産業の市場規模は約1,508億円と求められます。これは沖縄県全体の産業の市場規模の2.6%にあたります。また、沖縄感性・文化産業は約1,119億円の経済波及効果をもたらし、県内生産と合わせて約2,627億円と約1.74倍の乗数効果があることがわかりました。これは、一般にすそ野が広いとされる観光関連産業や建設業と同程度で、地域経済に及ぼすインパクトは大きいといえます。(表1)

(表1) 沖縄感性・文化産業の市場規模と経済波及効果



3. 沖縄感性・文化産業の基盤となるプラットフォーム構築のあり方

プラットフォームとは、地域内の商品の提供者と市場をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体のことです。今回の調査では、このプラットフォームの役割を重視し、観光客を魅了する沖縄感性・文化を今後どのように発展させていけばよいのか、金沢の事例を踏まえ、その方向性を検討しました。

また、これらのデータ分析に加えて、沖縄感性・文化産業の関係者へヒアリング調査を行ったところ、それぞれの業種について現状や課題が明らかになりました。(表2)

(表2) 沖縄感性・文化産業の構築に向けた現状と課題

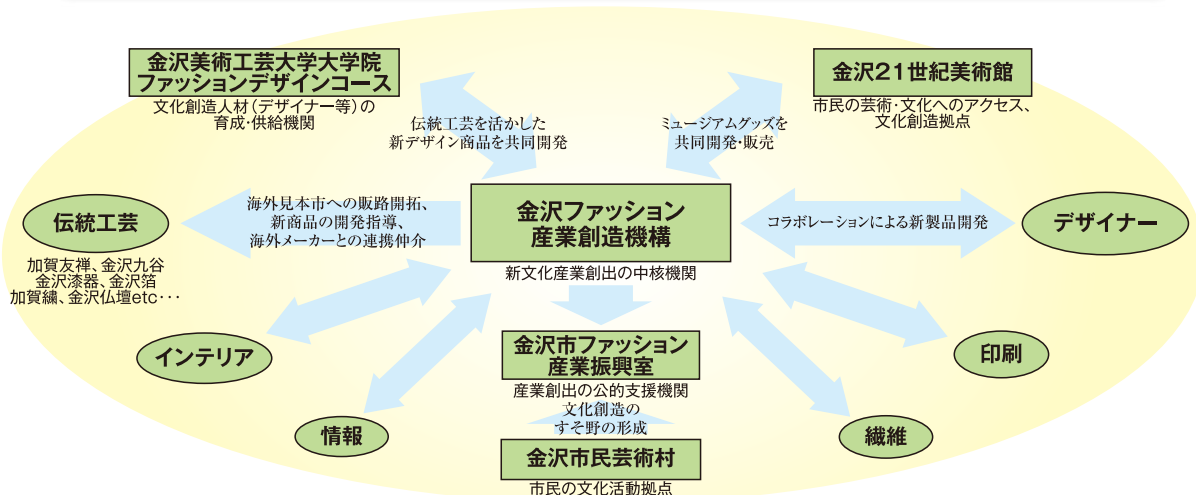
業種分類	現状と課題
衣料・ファッション	・ かりゆしウェアの浸透は頭打ちであり、新商材の開発が求められる。
工芸品	・ 市場で出回る量産型の工芸品はリピーター観光客にとって必ずしも魅力的なものではなく、県民も好んで買うような新商材の開発が必要。
出版	・ 沖縄関連書籍では県外出版社の本で占められ、「沖縄県産本」の県外市場への展開が課題。
ソフトウェア	・ 収益性の低い受注開発の業態が多く、自社製品開発など付加価値の高い業態への転換が求められる。
映像・写真	・ 映像は部分的な受注業務が大半で低収益体質。写真はフィルム現像の需要が減っており、新サービスの開発が求められる。
音楽	・ 沖縄出身のアーティストの多くが東京から全国展開しており、今後沖縄を拠点に全国展開できるかが課題。
放送	・ ネット配信の拡大で地上波放送はメディアとしての優位性が揺らいでおり、事業モデルの転換が迫られている。
芸能	・ 舞台で生計を立てられる実演家は全体の数%程度。仕組みとして、観客に見せる場とそれをマネジメントする人材が求められる。
建築設計	・ 県内住宅市場はRC造から木造へのシフトがみられ、本土の大手ハウスメーカーにシェアを奪われる可能性がある。そもそもの建築需要も減っているため、技術開発や市場開拓が課題。
広告	・ 企業が広告費を削り、さらに県外大手や異業種が参入してきているため厳しい状況であり、新しいビジネスモデルの構築が求められる。

◆金沢市の例

石川県金沢市は、金沢漆器、九谷焼、加賀友禅などの伝統工芸が盛んなところで有名ですが、文化のビジネス化にいち早く取り組んでいます。同市は、2009年に伝統工芸の品格、伝統に革新を重ねた文化創造がユニスコに評価され、クラフト(工芸)分野で「ユニスコ創造都市ネットワーク」に登録認定されました。

持続可能な沖縄観光 (沖縄感性・文化産業の構築)

創造都市・金沢を支えるプラットフォーム



- 〈創造都市・金沢が目指す将来像〉
1. 文化とビジネスをつなぐまち
(文化のビジネス化)
 2. 創造の担い手を育てるまち(人材の育成)
 3. 世界をひきつけるまち(世界への発信)

〈参考)にすべきポイント(一例)〉

ミュージアムグッズ開発では、産業創造機構自ら積極的に支援に動いています。たとえば、デザインを公募する際、デザインが優れ、収益が見込めそうな作品については、デザイナーやメーカーに生産コストを負担する資金がない場合であっても、機構は自ら地元企業に出資を募り、受け皿となる新会社を作つて量産体制を整え、グッズの収益の一部を出資者に還元しています。

〈金沢市プラットフォーム「キーマンの存在」〉

また、金沢市がこうした成果を上げている背景には、優れたキーマンの存在が挙げられます。

◎金沢ファッション産業創造機構(2005年1月設立)(プラットフォーム)

国際観光イベント出展のための支援、金沢21世紀美術館に対するミュージアムグッズの開発指導、海外一流工芸メーカーとの提携仲介などの実績があり、金沢文化をビジネス化する中心的な役割を担う。2010年4月に「金沢クラフトビジネス創造機構」に改編。

◎金沢21世紀美術館(2004年10月開設)

市民の芸術・文化へのアクセス、文化創造拠点。金沢ファッション産業創造機構と連携でミュージアムグッズの開発・販売を行う。

◎金沢美術工芸大学大学院ファッションデザインコース(2005年4月新設)

専門人材の育成・供給機関。国立大学大学院修士課程では初めてのファッション分野のコース。

◎「金沢ファッション産業創造機構」機構長：藤村盛造 氏(2005年4月～現在)

6年間スイスでデザイン修行を積み、帰国後もオフィスや店舗等の空間デザインを手がける。欧州デザイナー関係に人脈がある。金沢美術工芸大学の経営審議会委員でもある。

◎「金沢21世紀美術館」前館長：養豊 氏(2004年4月～07年3月)

モントリオール美術館、インディアナポリス美術館の東洋部長などを歴任。大阪市立美術館の運営で成功し、全国美術館会議会長も務める。2005年には「セールスマン館長」の手腕を買われて金沢市の助役に抜擢され、就任早々、市の「ファッション産業振興室」を創設した。

◎「金沢美術工芸大学大学院修士課程ファッションデザインコース」専任教授：永澤陽一 氏(2005年～現在)

パリを始め世界各都市で高く評価される一流ファッションデザイナー。2004年に毎日ファッション大賞受賞。

◆沖縄感性・文化産業を支えるプラットフォームとは

「金沢ファッション産業創造機構」の例にみられるように、文化のビジネス化を目指す場合、プラットフォームが果たす役割は大きいといえます。

これを沖縄にあてはめると、沖縄感性・文化産業を商材として観光客に売り込むとともに、市場と県内関係者をワンストップでつなぐ窓口機能が必要であると考えられます。そして、こうした窓口機能には、観光客の誘客プロモーションなどを行う財団法人沖縄観光コンベンションビューロー等の役割がさらに期待されます。