

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(4)-イ	県内事業者等による海外展開の促進		
施策	①海外展開に向けた総合的な支援			
(施策の小項目)	○県産品等海外展開に向けた戦略的取組			
主な取組	沖縄県農林水産物海外販路拡大支援事業	実施計画 記載頁	214	
対応する 主な課題	○県産品の海外市場における知名度は依然として低く、県産品ブランドイメージの保護・活用と定番商品化に向けた取組が課題となっていることから、ジェトロ沖縄貿易情報センター等の海外拠点に有する関係機関との連携により、海外見本市への出展サポートや観光誘客とのセットでのマーケティングなど、経済交流を促進する取組が必要である。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	本県農林水産物の海外への販路拡大を図るため、海外市場(主にアジア)におけるプロモーションを強化する。県産農林水産物の認知度向上を図るための現地量販店・飲食店等でのテストマーケティングや海外バイヤーと県内事業者とのマッチングを図るための商談会を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	現地調査			プロモーション・マッチング支援		→	県
	プロモーション活動						
	商談会・バイヤー招へい						
担当部課 農林水産部流通・加工推進課							

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産農林水産物輸出力強化事業	44,715	44,302	沖縄県産農林水産物について海外への販路拡大を図るため、当初の計画通り、テストマーケティング、商談会(香港・シンガポール)、バイヤー招聘商談会(県内)等を実施し、海外市場におけるプロモーション強化を図った。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
プロモーション活動			—	7回
商談会・バイヤー招へい			—	3回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果			
順調	香港・シンガポール・県内観光施設でテストマーケティングを行った結果、県産農林水産物の認知度向上及び定番化が図られた。また、香港・シンガポール・県内における商談会、見本市へ県内企業17社が参加したことで、県産農林水産物の販路拡大に寄与した。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産農林水産物輸出力強化事業	80,703	海外及び県内においてテストマーケティングや商談会を開催し、県産農林水産物のプロモーション強化を図る。併せて、新規販路開拓の可能性も調査し、輸出の際の効率的な輸送方法も検討する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
①県内観光施設等でのプロモーションや土産品開発を通じて、来沖観光客に対する県産農林水産物の認知度を向上させ、帰国後の現地需要の掘り起こしを図る。	①沖縄海洋博記念公園において、来沖外国人観光客に対して県産農林水産物及び加工品のPR、マーケティングを実施した。
②輸送に適した品目や梱包方法の提案や、輸送ルート毎の経済性、通関速度の比較検証を行う。	②香港への生鮮野菜の船舶による海上輸送実証を実施した。
③ロシアの経済動向を踏まえつつ、東南アジア以外への販路開拓可能性について、継続的に検討する。	③ベトナム、カンボジアにおいて市場調査を行い、県産農林水産物の輸出可能性を検討した。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
沖縄県から輸出される農産物の輸出額	肉類	15,508千円(22年)	377,763千円(28年)	増加	362,255千円	—
	果実・野菜	31,376千円(22年)	139,135千円(28年)	増加	107,759千円	—
参考データ		沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
商談会参加者数		18社(26年)	21社(27年)	17社(28年)	→	—
状況説明	那覇空港の国際物流ハブ化や香港の県産食肉流通保管施設の運用等により、沖縄県から輸出される農林水産物・食品の輸出額は年々増加し、H28目標値を達成した。 また、香港・シンガポール・県内における商談会、見本市へ県内企業が参加することで、県産農林水産物の販路拡大に寄与している。					

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)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農林水産物の輸出は、国や地域によって通関の所要時間や輸送方法が異なり、品質保持が難しい。</li> </ul>
<p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県産農林水産物は、海外バイヤーや消費者から一定の評価を得ている。</li> <li>・アジア各国の経済成長やクルーズ船の寄港増加を背景に、海外からの来沖観光客は増加傾向にある。</li> <li>・アジア市場については他県との競争もあり農林水産物の輸出は厳しい状況にある。</li> </ul>

## 様式1(主な取組)

### (2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・海外及び県内で、富裕層を中心にターゲットを絞ったプロモーションを実施し、付加価値の高い商品の提案が必要である。
- ・品目や、輸送方法(空路・航路・混載方法)毎に輸送に係る経費や鮮度保持の具合を比較検証する必要がある。
- ・県産農林水産物の高値での市場流通を目指し、品目が被らない国・地域への輸出を検討する必要がある。

## 4 取組の改善案(Action)

- ・県内観光施設等でのプロモーションを通じて、海外からの来沖観光客に対する県産農林水産物の認知度を向上させ、帰国後の現地需要の掘り起こしを図る。
- ・輸送に適した品目や梱包方法の提案や、輸送ルート毎の経済性、通関速度の比較検証を行う。
- ・アジアにおける新規市場開拓としてタイの経済動向を踏まえつつ、県産農林水産物販路開拓の可能性について検討する。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(4)-イ	県内事業者等による海外展開の促進		
施策	①海外展開に向けた総合的な支援			
(施策の小項目)	○県産品等海外展開に向けた戦略的取組			
主な取組	沖縄黒糖戦略的供給サポート事業	実施計画 記載頁	214	
対応する 主な課題	○県産品の海外市場における知名度は依然として低く、県産品ブランドイメージの保護・活用と定番商品化にむけた取組が課題となっていることから、ジェトロ沖縄貿易情報センター等の海外拠点を有する関係機関との連携により、海外見本市への出展サポートや観光誘客とのセットでマーケティングなど、経済交流を促進する取組が必要である。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	沖縄黒糖を原材料として使用するユーザーとの連携により、沖縄黒糖や黒糖使用商品を販売促進イベントやおきなわ花と食のフェスティバル等でPRするなど、販売強化を図るための取組を支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	黒糖の販売促進への支援					→	団体等
	担当部課 農林水産部 糖業農産課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄黒糖販売強化促進事業	9,678	8,995	沖縄黒糖販売促進キャンペーン期間に、県内及び県外にて「黒糖の日」のイベントをそれぞれ1回実施した。また、沖縄の産業まつりやおきなわ花と食のフェスティバルにて沖縄黒糖の販売促進活動を支援した。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
沖縄黒糖の輸出国数			—	5カ国
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果			
順調	沖縄黒糖の知名度向上を図るため、黒糖ユーザーと連携した販売促進活動を県内外で実施し、国内の消費者や外国人観光客に向けたPRを行った。 また、沖縄黒糖は、アジア地域の国を中心に輸出しており、平成28年度は5カ国に輸出を行ったことで、黒糖の販売促進に寄与した。			

#### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄黒糖販売強化促進事業	7,817	沖縄黒糖の知名度向上、販路拡大等を図るため、沖縄黒糖ユーザーと連携した沖縄黒糖及び黒糖使用商品の販売促進活動を支援する。	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
①沖縄黒糖を原材料として使用するユーザーと連携して、沖縄黒糖が使用されている商品の魅力を消費者にPRし、沖縄黒糖の消費拡大を図る。	①沖縄黒糖のユーザーと連携し、沖縄黒糖及び黒糖使用商品をPRするイベントを県内外で実施した。多くの外国人観光客も来客し、沖縄黒糖の知名度向上に寄与している。
②含蜜糖地域のさとうきびの生産回復や良質な黒糖生産に向け、生産現場の課題整理と、解決に向けた取組を支援する。	②含蜜糖地域のさとうきび生産量及び黒糖産糖量は、関係機関の連携による増産対策により回復傾向にある。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄県の甘しや糖の生産実績	83,163 <sup>トン</sup> (26年度)	82,924 <sup>トン</sup> (27年度)	114,353 <sup>トン</sup> (28年度)	↗	143,130 <sup>トン</sup> (27年度)
状況説明	平成28/29年期のさとうきび生産量は、さとうきび生産農家や関係機関が連携し、増産対策に取り組んだ結果、甘しや糖産糖量は前年から約38%の増産となった。引き続き、沖縄黒糖の知名度向上、ブランド力強化、さとうきびの生産回復に向け取り組む。				

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)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄黒糖は、生産量の約70%が菓子等の原材料として利用されており、直接食べるかち割り黒糖や家庭向けの粉糖としての利用は一部に留まっている。沖縄黒糖の販売拡大・販路確保のためには、黒糖使用商品と連携した沖縄黒糖の魅力を発信していく必要がある。</li> <li>・沖縄黒糖は、アジア圏の消費者において一定の知名度があり、輸出やインバウンド向けの販売が増加傾向にある。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県産黒糖については、気象災害等の影響により、原料となるさとうきびの生産が安定していないため、市場への安定的な供給に課題がある。</li> </ul>
---

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄黒糖を原材料として使用するユーザーと連携したPRの強化が必要である。</li> <li>・沖縄黒糖の輸出拡大、インバウンド向け販路の拡大に向けた取組の強化が必要である。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄黒糖の認知度向上、消費拡大等を図るため、沖縄黒糖を使用するユーザーとの連携により、沖縄黒糖及び黒糖使用商品の魅力をPRするとともに、輸出及びインバウンド向け販売の拡大に向けた検討を行う。</li> </ul>
--

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(4)-イ	県内事業者等による海外展開の促進		
施策	①海外展開に向けた総合的な支援			
(施策の小項目)	○県産品等海外展開に向けた戦略的取組			
主な取組	県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業	実施計画 記載頁	214	
対応する 主な課題	○県内事業者等が海外展開に取り組む際、市場ニーズの把握や取引先開拓等のノウハウ及び海外商習慣や法規制等の専門的知識を有する人材が乏しい状況にあるため、海外事務所等による補完・支援態勢の強化が求められている。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産食肉流通保管施設の運用やトレーサビリティシステム(流通経路情報把握システム)の構築によるアグー豚の個体管理を実施し、国内外において県産食肉の流通対策を強化するとともに、ブランド力の向上を図る。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	県産食肉流通保管施設の運用 1カ所						民間等
	トレーサビリティシステムの構築 アグー豚の管理						
担当部課	農林水産部畜産課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業	143,305	141,326	平成25年度より供用開始した県産豚肉流通保管施設で、供用開始から県産豚肉を常時3～4トンを保管し、定時・定量に対応すべく流通体制の強化を図った。 生産農場から卸事業者までのアグートレサビリティシステム開発および試験運用を行い、平成28年度は3万頭の個体を管理し、自走化に向けての対応を検討した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
個体管理頭数			—	3万頭
アグートレサビリティシステム開発			—	生産段階から卸段階でのシステム構築

様式1(主な取組)

推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果
順調	<p>流通保管施設を利用しながら、香港のハイミドル量販店向けに県産豚肉の販促活動を実施した。県産食肉等の輸出量は前年度の51.6トンから64.1トンまで増加した。</p> <p>また、アグートレーサビリティシステム開発事業(トレサ事業)については生産段階から消費段階までのシステム構築が完了し、同システムによる個体管理頭数は3万頭で自走化に向けて検討を行った。</p> <p>これらの流通対策の強化により、国内外における県産食肉の需要拡大とブランド力の強化が見込まれる。</p>

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	<p>食肉輸出に関しては、持続的な需要を確保するため、県内民間流通業者が香港現地バイヤーと取引出来る体制を支援する。</p> <p>アグートレーサビリティシステムを構築したことから、生産者を中心としてシステム運営の自立化を図る。</p>	—

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
<p>①畜産物の海外販路拡大の体制整備に向け、香港における流通保管施設によるストックシステムがある程度構築され、市場ニーズに対応した定時・定量供給体制が確立しつつある。今後はこれまでと同様の販促活動を推進しながら、保管施設に頼らない流通体系の構築についても検討する。</p> <p>②トレサ事業については、県内でのシステムの試験運用について目途が立ったことから、平成28年度中のシステム完成を目指す。また、国内外でのアグーのブランド力強化を図るため、県内生産者のシステム導入戸数を増やし、県内外の量販店等にも導入に向けた説明と協力を得られるよう取り組む。</p>	<p>①持続的な需要を確保するため、県内民間流通業者が香港現地バイヤーと取引出来る体制を構築したことにより、保管施設に頼らない流通体系が整った。</p> <p>②アグートレーサビリティシステムが完成したことにより、システムの自走化に向けた方策について検討した。また、県内生産者にはシステムの重要性や内容について、量販店等にはシステムを利用することでアグー豚肉の価値や信頼を得られることなどを説明し、システム採用に向けた取り組みを実施した。</p>

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
沖縄県から輸出される農産物の輸出額	肉類 15,508千円 (22年)	377,763 千円 (28年)	増加	362,255 千円	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
県産食肉等の輸出量	45.4 <sup>トン</sup> (26年)	51.6 <sup>トン</sup> (27年)	64.1 <sup>トン</sup> (28年)	↗	—
状況説明	<p>本県の地域資源であるアグーブランド豚については、全国的にもその知名度が高く、本事業によりブランド力が確立してきている。</p> <p>沖縄県から輸出される農産物の輸出額(肉類)については、県産豚肉等の海外輸出量の増加に伴い大幅に増加しており、H28目標値を達成した。</p>				

### 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

・香港流通保管庫施設を活用した現地発信型の販売手法の実証検証事業において、食肉事業者はこれまでの実績と経験により、保管施設に頼らない現地流通基盤が確立しつつあり、イベントに頼らない効果的な事業展開が必要である。

・母豚の更新の遅れや離農の影響で、県内全体において豚肉の生産量が落ち込んでおり、輸出量の確保が困難になりつつある。

・トレサ事業については、自走化に向けて、生産者へシステムの普及と消費者への普及・啓発が必要である。

##### ○外部環境の変化

・香港流通保管庫施設を活用した現地発信型の販売手法の実証検証事業において、ここ数年円安の影響もあり、現地倉庫周辺賃貸相場が値上がり傾向にある。

・畜産物の海外販路拡大に向けて、定時・定量という市場ニーズへの対応が求められているが、県内全体において豚肉の生産量が落ち込んでおり、輸出量の確保が困難になりつつある。

・香港では、健康志向が強いことからアグー豚肉の脂身の旨みと良さについての周知が必要である。

#### (2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・香港においては、量販店、飲食店への継続的かつ多様な販促活動が必要である。

・トレサ事業については国内外で活用でき、システムの運用には、生産者、卸加工業者、小売業者の参加・協力と実際利用する消費者への周知が必要である。

### 4 取組の改善案(Action)

・香港への県産食肉等の輸出に関しては、多様な販促活動を推進するため、他部署、他機関と連携を図りつつ、県内民間流通業者が香港現地バイヤーと継続して取引出来る体制を支援する。

・トレサ事業については、県内でのシステム運用の目途がたった。今後は、自立した運用に向けて生産者へのシステム普及と消費者への普及・啓発を図る。