

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○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			実施計画記載頁	221
対応する主な課題	③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		年度別計画				
		H29	H30	R元(H31)	R2(H32)	R3(H33)
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等を行う。						
実施主体	県	商談会・バイヤー招聘、マーケティング調査、プロモーション・マッチング支援、現地調査				
担当部課【連絡先】	農林水産部流通・加工推進課	【098-866-2255】				

2 取組の状況(Do)

(1)取組の進捗状況							(単位:千円)			
予算事業名 県産農林水産物輸出体制構築事業							R元(H31)年度		平成30年度活動内容と令和元年度(平成31年度)活動計画	
主な財源	実施方法	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算見込額	当初予算額	主な財源	○H30年度: 海外市場における県産農林水産物の輸出体制構築を目指し、テストマーケティング、プロモーション、輸出産地支援等を実施した。	
一括交付金(ソフト)	委託	—	—	—	—	26,926	48,175	一括交付金(ソフト)	○R元(H31)年度: 海外市場における県産農林水産物の輸出体制構築を目指し、テストマーケティング、プロモーション、輸出産地支援等を実施する。	
予算事業名 県産農林水産物輸出力強化事業							R元(H31)年度		平成30年度活動内容と令和元年度(平成31年度)活動計画	
主な財源	実施方法	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算見込額	当初予算額	主な財源	○H30年度: —	
一括交付金(ソフト)	委託	—	42,429	44,302	42,361	—	—		○R元(H31)年度: —	

様式1(主な取組)

活動指標名	バイヤー招へい				H30年度			H30年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	5回	3回	4回	3回	3回	100.0%	26,926	順調	活動概要 海外市場における県産農林水産物の輸出体制構築を目指し、当初の計画通り、海外バイヤー招へいによる生産者とのマッチング(香港、台湾、シンガポール)および海外でのテストマーケティング等(香港、台湾、シンガポール)を実施し、海外市場における県産農林水産物の販路拡大に取り組んだ。 進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果 香港・シンガポール・台湾から計6社を招聘し県内生産者等とマッチング等を行ったことで、産地モチベーションの向上や県産農林水産物の販路開拓・拡大に寄与した。また、香港・台湾・シンガポール・県内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が図られ、進捗は順調である。
活動指標名	プロモーション活動				H30年度					
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	5回	7回	5回	4回	4回	100.0%			
活動指標名	—				H30年度					
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	—	—	—				
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成30年度 of 取組改善案						反映状況				
①海外において県産農林水産物の定番化を促進する取組を行う。 ②輸出産地と海外バイヤーとのマッチング、産地に対する輸出情報の発信等により産地モチベーションの向上を図る。						①香港の量販店における定番化促進のためのプロモーションを行った。 ②香港・シンガポール・台湾から計6社を招聘し県内生産者等とマッチングや海外市場における輸出促進の取組等を生産者に情報発信を行ったことで、産地モチベーションの向上に取り組んだ。				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

- ・農林水産物の輸出は、輸出事業者にとって、相手国の輸入規制、両国間で決められた規制及び通関手続き等の負担が大きい。
- ・生産者が輸出するメリットを感じていない。

○外部環境の変化

- ・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。
- ・アジア市場については他県との競争もあり、県産農林水産物の定番化が厳しい状況にある。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・インバウンド客へのプロモーション強化が必要である。
- ・他産地との差別化を図る県産農林水産物のブランディングが必要である。



4 取組の改善案(Action)

- ・クルーズ船内を含めたインバウンド客向けテストマーケティングに取り組む。
- ・県産農林水産物のブランディング推進のための戦略的な情報発信に取り組む。

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○県産品等海外展開に向けた戦略的取組	
主な取組	沖縄黒糖の販売力強化			実施計画記載頁	221
対応する主な課題	③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の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		年度別計画				
		H29	H30	R元(H31)	R2(H32)	R3(H33)
沖縄黒糖を原材料として使用するユーザーと連携し、沖縄黒糖や黒糖使用商品の販売力強化を図るため、国内外の販売促進イベント等でのPR活動や販売促進ツールの作成に対する取組を支援する。						
実施主体	団体等	黒糖の販売促進への支援				
担当部課【連絡先】	農林水産部糖業農産課					
	【098-866-2275】					

2 取組の状況(Do)

(1)取組の進捗状況 (単位:千円)

予算事業名	沖縄黒糖ブランド力強化対策事業						R元(H31)年度		平成30年度活動内容と令和元年度(平成31年度)活動計画
主な財源	実施方法	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算見込額	当初予算額	主な財源	OH30年度: 沖縄黒糖のブランド力向上等による更なる販路の拡大を図るため、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した。 OR元(H31)年度: ブランド力向上等による更なる販路の拡大を図るため、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	補助	—	—	—	—	11,968	9,993	県単等	
予算事業名	—						R元(H31)年度		平成30年度活動内容と令和元年度(平成31年度)活動計画
主な財源	実施方法	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算見込額	当初予算額	主な財源	OH30年度: — OR元(H31)年度: —
		—	—	—	—	—	—		

様式1(主な取組)

活動指標名	沖縄黒糖の輸出国数				H30年度			H30年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	3カ国	5カ国	4カ国	3カ国	—	100.0%	11,968	順調	沖縄黒糖ユーザーと連携した県内、県外及び海外でのイベント等による沖縄黒糖及び黒糖使用商品の販売促進活動を支援し、海外での沖縄黒糖の知名度向上に取り組んだ。
活動指標名	—				H30年度					
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
	—	—	—	—	—	—				
活動指標名	—				H30年度					
実績値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	—	—	—				
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成30年度の取組改善案						反映状況				
①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。						①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PR活動を行った。				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

- ・沖縄黒糖の生産地は、小規模離島で生産条件等が不利な地域であり安定生産に課題がある。
- ・沖縄黒糖は、生産量の約7割が菓子等の原材料用途である。沖縄黒糖の販売力強化のためには、黒糖使用商品と連携した取組が必要である。
- ・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。

○外部環境の変化

- ・沖縄黒糖は、原料となるさとうきびの生産が気象災害等の影響により不安定なため、安定生産に課題がある。
- ・国内における従来の黒糖製品の消費動向が鈍化傾向にある。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・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。
- ・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。



4 取組の改善案(Action)

- ・沖縄黒糖の認知度向上による販売力強化を図るため、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。