



# 動画について

Phase 1 ~

2. プロモーション

## 動画について

- 「おきなわブランド戦略」のパンフレットの内容を、わかりやすく伝えるための動画を作成。
- SNS、セミナー、サイネージ、Web広告等で流せるような動画（横型と縦型）を制作。
- 動画はなるべく短くするために、4つの項目に分けて制作。
  - 「なんでブランド戦略が必要なの？」
  - 「おきなわブランド戦略ってどんなもの？」
  - 「WHO（ターゲット）」
  - 「WHAT（ブランド価値）」
- 制作した動画は、SNSへの展開、HP上への展開、産業まつりの出展ブースでモニターで繰り返し流す、イベントでの上映等、最大限活用。
- トークイベント用に流す動画として、4本の動画を1本化した横型の動画を追加制作。

なんでブランド戦略が必要なの？

なんでブランド戦略が必要なの？  
沖縄県民の1人あたりの県民所得  
全国の約7割程度



おきなわブランド戦略ってどんなもの？

おきなわブランド戦略ってどんなもの？  
「地域の稼ぐ力」を強化するためには？



WHO（ターゲット）

WHO（ターゲット）

沖縄の魅力が響くのは  
どのような人たち？



WHAT（ブランド価値）

WHAT（ブランド価値）

消費者が沖縄に期待していること



# 大規模周知イベント (参加者数：407名)

Phase 1 ~

2. プロモーション

- イベント名：【おきなわブランド戦略2026 ~からだ充ちる、こころ躍る 沖縄~】
- 開催日：2026年1月28日(水)
- 時間：14:30~17:00(開場14:00)
- 会場：琉球新報ホール
- 参加条件：無料※事前申込制

## 【実施内容】

- オープニング(動画+知事プレゼンテーション)
- おきなわブランド戦略ご紹介
- 基調講演「沖縄の価値とブランド~その可能性」  
株式会社かりゆし代表取締役社長 親泊昌代 氏
- トークセッション「沖縄の魅力を未来の価値へ」  
(パネリスト)
  - 沖縄県知事 玉城デニー 氏
  - オリオンビール株式会社 湖東彰彦 氏
  - 株式会社沖縄ファミリーマート 岸本国也 氏
  - 有限会社育陶園 高江洲若菜 氏
  - (ファシリテーター)
  - 琉球放送アナウンサー 比嘉俊次 氏

A4チラシ / 2,000部

おきなわブランド戦略2026  
からだ充ちる、こころ躍る 沖縄

2026.1.28(水) 琉球新報ホール  
開場 14:00 開演 14:30~17:00

1. オープニング  
2. 基調講演  
3. トークセッション

同時開催  
事前登録者専用ネット配信(無料)  
基調講演ライブ配信(無料)

ラジオCM /  
RBCラジオ・FM沖縄各局30本

沖縄県高工労働部グローバルマーケット戦略課  
おきなわブランド戦略2026(確定)

ラジオCM  
沖縄の自然を感じさせる、  
誇りかな

DMXカード  
「からだ充ちる、こころ躍る」沖縄。

1月28日、琉球新報ホールにて  
「おきなわブランド戦略」トークイベントを開催!

かりゆし、オリオンビール、  
沖縄ファミリーマート、育陶園。

各社の取組から  
沖縄の魅力を価値に変えるヒントを紐解きます。

詳しくはウェブで発表。

A2ポスター / 200部

おきなわブランド戦略2026  
からだ充ちる、こころ躍る 沖縄

2026.1.28(水) 琉球新報ホール  
開場 14:00 開演 14:30~17:00

1. オープニング  
2. 基調講演  
3. トークセッション

同時開催  
事前登録者専用ネット配信(無料)  
基調講演ライブ配信(無料)

琉球新報・沖縄タイムス 各紙半3段 1/14掲載

おきなわブランド戦略2026  
からだ充ちる、こころ躍る 沖縄

各社の取組から、沖縄の魅力を価値に変えるヒントを紐解く!

基調講演 沖縄の価値とブランド~その可能性 トークセッション 沖縄の魅力を未来の価値へ

基調講演 株式会社 代表取締役社長 親泊昌代 氏  
トークセッション 株式会社 代表取締役社長 岸本国也 氏

沖縄県 2026.1.28(水) 開演 14:30

琉球放送「Aランチ」内告知 1/17放送

琉球放送「Aランチ」内告知 1/17放送

おきなわブランド戦略2026  
からだ充ちる、こころ躍る 沖縄

2026.1.28(水) 琉球新報ホール  
開場 14:00 開演 14:30~17:00

トークイベント登壇者  
玉城デニー 親泊昌代  
岸本国也 湖東彰彦  
高江洲若菜

# 各社ヒアリング及び記事化に向けた取材状況

Phase 1 ~

2. プロモーション

- ・ インナーブランディングの促進に向け、おきなわブランド戦略に基づく取組や農林水産、商工及び観光分野における産業間連携した取組事例を収集。
- ・ 事例として整理のうえ、稼働中のおきなわブランド戦略公式ホームページへ掲載予定。
- ・ ヒアリング30社実施予定（実施済み15社）
- ・ 各取材先記事を作成中。  
ホームページへの掲載は2月中を予定。

・ 沖縄のブランドは「人」じゃないかと思う。  
・ 地域の有名人とコラボしながら、地域の面白い「人」に商品を通してフォーカスしたい。人の地産地消というイメージ。

・ どの分野も平等にブランディングすると特徴がなくなり、ブランド力が薄いものになってしまう。  
・ たくさんの尖りがある中で、コアになるものが生まれれば、周りがついていき、インパクトのあるブランドができると思う。

・ 自分を表現することは大事なことで、売れるから続けるというのは長く続かない。ブランドは長い時間をかけて作るもので、それが一番難しく、一番大事なことでと考えている。  
・ 沖縄ってこうだよねということを言葉にしてほしい。霧島市のガストロノミー戦略では10か条を言語化しているので、それを参考にしたい。

・ 自分たちの強みを最大限に生かせる壺屋という環境（街並み）を維持することが、育陶園のブランドを維持するために必要なことである。



・ 一番伝えたいのは、沖縄の表面的なことだけではなく、一歩掘ったことを伝えたい。特に地元の人に伝えたい。（ターゲット）  
・ 地元で根付いているものや地元の人が誇りに思っているものだからこそ発信できると感じている。

## ヒアリング内容（抜粋）

・ 伝えるためには、作り手の声を聞きながら、取引をすることが重要で、コミュニケーションをとることを重視している。

・ 世の中的なマーケティングは沖縄にはまらない。価値を売る必要がある。  
・ 誰かの真似する必要はない。「沖縄には沖縄しかない」  
・ 沖縄ではマーケットインではなく、プロダクトアウトが重要であると考えている。そのため、足元を掘る（沖縄の置かれた状況などから価値あるものを探していく）必要がある。

# 産業間連携マッチング相談窓口

Phase 2 ~

6. エコシステム構築

- ✓ 各事業者がおきなわブランド戦略に基づく商品やサービスの開発ができるよう、相談窓口を設置し、事業者の課題に応じた支援策を実施し、産業間連携マッチングを進めました。
- ✓ 実績 5件（詳細は以下のとおり）



相談

**相談窓口の設置**

**産業間連携マッチングサポート窓口**

相談者のニーズや課題を把握し、事業者の課題に応じた支援を提供します。

リアル面談、オンライン面談、電話等での対応を想定

産業間連携マッチング相談窓口対応一覧

No.	社名	業種	相談内容
1	A社	小売業	【マッチング先探してほしい】 ・自社と新たなサービスを協業で展開できる事業者を探してほしい
2	B社	製造・小売業	【マッチング先を探してほしい】 ・沖縄らしい原料の仕入れがしたい
3	C社	製造・小売業	【マッチング先を探して欲しい】 ・販促物の作成（デザイナー、印刷会社の紹介要望） ⇒石垣らしさをコンセプトとしたブランディング
4	D社	製造業	【マッチング先を探して欲しい】 ・自社設備の導入希望先を紹介してほしい。
5	E社	製造業	【マッチング先を探して欲しい】 ・自社商品（フリーズドライ）の販路先を紹介してほしい

# 浸透度調査について

Phase1~

## 1. おきなわブランド戦略策定・推進

- 前年度と同様のアンケート調査を実施し、浸透度の経年変化を測定する。
- アウター調査の海外対象地域に米国を追加。
- 調査時期については前年同時期（1-3月）とし、各種イベントの効果も反映できるタイミングで実施予定。
- アウター調査はGMOリサーチ社にてWEB用設問画面および海外用の翻訳を実施中。
- インナー（事業者）はビジネスクラブ向け発信済み。回収状況に応じて業界団体等へも協力を依頼していく。



R7 おきなわブランド戦略 浸透度調査							2026/1/12	2026/1/19	2026/1/26	2026/2/2	2026/2/9	2026/2/16	2026/2/23	2026/3/2
<b>アウター調査、県民調査</b>	<b>担当者</b>	<b>進捗状況</b>	<b>工数</b>	<b>開始日</b>	<b>終了日</b>									
調査票の設計	みらい	100%	20	2025/11/1	2025/12/12									
GMOとの契約	みらい, GMO	90%	80	2025/12/1	2026/1/29									
調査画面作成	GMO	0%	5	2026/1/30	2026/2/4									
海外用の翻訳	GMO	0%	5	2026/2/5	2026/2/10									
国内・県民 実査	GMO	0%	9	2026/2/5	2026/2/14									
海外 実査	GMO	0%	9	2026/2/11	2026/2/20									
データクリーニング	GMO	0%	4	2026/2/15	2026/2/19									
集計・分析	みらい	0%	5	2026/2/20	2026/2/25									
調査結果取りまとめ	みらい	0%	4	2026/2/26	2026/3/2									
納品	みらい	0%	3	2026/3/3	2026/3/6									
<b>インナー調査（事業者）</b>	<b>担当者</b>	<b>進捗状況</b>	<b>工数</b>	<b>開始日</b>	<b>終了日</b>									
調査票の設計	みらい	100%	0	2025/12/18	2025/12/18									
アンケートツール選定	みらい	100%	30	2025/12/16	2026/1/13									
申込・審査	みらい	100%	0	2026/1/14	2026/1/14									
調査画面、QR・URL作成	みらい	100%	1	2026/1/15	2026/1/16									
配布先の調整・依頼	みらい	50%	14	2026/1/14	2026/1/28									
実査	みらい	0%	21	2026/1/28	2026/2/18									
データクリーニング	みらい	0%	2	2026/2/19	2026/2/21									
集計・分析	みらい	0%	3	2026/2/22	2026/2/25									
調査結果取りまとめ	みらい	0%	3	2026/2/26	2026/3/1									
納品	みらい	0%	3	2026/3/2	2026/3/5									