

「施策」総括票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化	
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大		229頁
対応する 主な課題	<p>○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。</p> <p>○県産農林水産物の消費拡大に向けて、県外市場への販路拡大と併せ地産地消を推進する必要がある、特に観光産業と連携した取組の強化が大きな課題である。</p> <p>○県内の木材産業は、小規模零細な事業者が多いことから、木製品に対する消費者ニーズへの対応が充分とはいえない状況にあり、加工技術の向上や販売力の強化、県民に対するPR不足が課題となっている。</p>		
関係部等	農林水産部		

I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成24年度				
	主な取組	決算見込額	推進状況	活動概要
○県内外市場への販路開拓				
1	沖縄県産園芸農作物販売促進事業	7,065	順調	○県内の農林水産物の振興を図るため、東京や大阪等、県外大消費地にて、消費者から小売店まで幅広い範囲で販売プロモーションを展開した結果、大手百貨店では沖縄フェアを独自で開催し、関東、関西の飲食店20店舗ではメニューフェアを開催するなど、県産農産物の認知度向上が図れた(セミナー・商談会開催7回)。(2)
2	県産農産物販売プロモーション強化対策事業	15,330	順調	

様式2(施策)

3	県産農林水産物販売力強化事業	51,926	順調	○県産農林水産物の県外における販売力強化に資する人材を育成するため、戦略人材育成にかかる県外流通状況等調査を行い、研修人材の募集・集約、事前研修の開催、研修人材を対象としたプロモーション及び実地研修を実施した。24年度は事前研修を修了した段階であるが、研修中に県外企業との商談を成立させたり、研修生同士で新たな取引を始めて商品開発を進めるなど、人材の育成とネットワークの形成が進みつつある(育成人材数10人)。(3)
4	国内外の市場分析調査事業	1,000	順調	
5	県産農産物付加価値向上推進事業	15,338	順調	○県内農林水産物を国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくため、県産農林水産物の消費拡大に繋がるような情報発信活動を実施。具体例として県外の特定の地域に限定して、同じエリア内で料理教室の実施と量販店でのフェアを行いそれぞれへの誘導を相互に行った。情報発信についても同じエリアのユーザーに限定して告知を行うなど連携した取組を行うことができた。(6)
6	県産農林水産物消費拡大のための情報発信事業	9,941	順調	
7	沖縄県食肉等需要開拓対策事業	45,608	順調	○県産食肉の販路開拓のため、県内外のフェア等での県産食肉の販売促進活動への助成により支援を行うとともに、総合的なマーケティング戦略の将来的な計画が必要であった。このため、国内外における県産食肉の需要動向及び流通実態等の調査を実施し、県産食肉需要開拓プログラムを策定した。今後は、本プログラムを活用し、県産食肉の更なる消費拡大への展開を図る。(7)
8	沖縄県農林水産物海外販路拡大支援事業	34,688	順調	

様式2(施策)

9	産地漁協ビジネス連携新商品開発支援事業	73,604	順調	○我が国唯一の熱帯性海域で漁獲される水産素材の付加価値向上と観光需要への対応を図るため、地先水産物の新商品開発支援(補助金)及び平成24年11月には水産物のご当地グルメナンバーワンを決める「Fish-1グランプリ」を開催した。平成24年度は、16団体から応募があり、そのうち7団体へ補助金を交付、計15個の新商品が開発された。このなかには、県内大手量販店との取引きが決定した商品もあり、県産水産物を使った商品開発と付加価値の向上が進んでいる。(9)
10	産地漁協水産物販路開拓支援事業	5,775	順調	
11	漁業生産拡大マーケティング支援事業	46,567	順調	
○地産地消等による消費拡大				
12	おきなわ花・食魅力発信事業	9,000	順調	○これまでの地産地消に加え、観光産業と連携することにより「県内で生産された食材を県内に来て消費する」という新たな地産地消の展開を図るため、平成25年2月に「おきなわ花と食のフェスティバル」を開催し、県内および観光客への県産農林水産物のPR活動を行った。(12)
13	直売所を核とした県産食材消費拡大事業	16,985	順調	
14	地産地消に取り組む飲食店等の拡大	9,085	順調	○直売所とホテルの需給マッチングを行い、2件の供給路線を構築することができた。また、「おきなわ食材の店」等のモニターツアーを実施し、アンケートでの満足度や感想から、商品化に必要なニーズが確認できた。(13)
15	木材利用推進事業	4,388	順調	○木製製品の良さについて県民への普及啓発を行い、木育を推進すると共に県産材料利用の拡大を図るため、沖縄大学において木育キャラバンを開催した。また、沖縄県木材需給情報システムを活用し、木育に関する情報を提供するなど、県産材に対する木育を通じた県民の意識の高揚を図った。(15)
16	楽ラクおさかな女子レシピおすすめ事業	15,755	順調	

様式2(施策)

Ⅱ 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

1	成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
	県中央卸売市場の取扱量(青果物)		7.4万トン (19年)	6.4万トン (24年)	7.4万トン	△1.0万トン	898.3万トン (19年)
	状況説明	近年の消費者ニーズの多様化、農林水産物流通チャネルの多様化等社会経済環境の変化に加え、青果物については一人当たりの消費量の減少などがあり、卸売市場取扱い実績が減少傾向にある。このような状況を改善するため、当施策においては、県内外への販路開拓に関する取組や消費拡大に関する取組等により、改善を目指す。					
2	成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
	県中央卸売市場の取扱量(花き)		64,677千本 (19年)	53,822千本 (24年)	65,040千本	△10,855千本	—
	状況説明	近年の消費者ニーズの多様化、農林水産物流通チャネルの多様化等社会経済環境の変化に加え、特に、花きについては景気動向に左右されやすいなどのことから、卸売市場取扱い実績が減少傾向にある。このような状況を改善するため、当施策においては、県内外への販路開拓に関する取組や消費拡大に関する取組等により、改善を目指す。					
3	成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
	水産卸売市場の取扱量		14,228トン (22年)	15,256トン (23年)	14,228トン	1,028トン	-
	状況説明	水産卸売市場の取扱量は、当施策の成果等もあり、22年に比べ、1,028トンの増となっており、目標達成に向けて順調に推移している。					
4	成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
	全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数		14品目 (22年度)	14品目 (23年度)	17品目	—	—
	状況説明	全国シェア上位の品目数については、当該施策の販路開拓や消費拡大に向けた各種取組等により、我が国唯一の亜熱帯性気候等を生かした県産農林水産物の品目拡大を平成28年度までの中期的な計画として3品目程度図っていく。					

様式2(施策)

成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
5	食肉加工施設における処理頭数	1,548頭/日 (22年)	1,548頭/日 (22年)	1,728頭	—	—
	状況説明	平成24年度において、ミートパッケージセンター整備事業により食肉加工施設を整備したところであり、今後、本施設の有効活用により、従来より市場ニーズにあった部分肉流通の促進が見込まれる。 当施策においては、引き続き、県産食肉の販売促進活動への支援を行うとともに、総合的なマーケティング戦略の将来的な計画が必要であったことから、国内外における県産食肉の需要動向及び流通実態等の調査を実施し、県産食肉需要開拓プログラムを策定した。				
成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
6	「おきなわ食材の店」登録店舗数(累計)	100店舗 (22年)	160店舗 (24年)	230店舗	60店舗	—
	状況説明	県ホームページで登録店舗のPRを行うとともに、関係機関やマスコミを通じた登録募集呼びかけを行うことで、160店舗の登録を達成した。				

(2)参考データ

参考データ名	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
販路拡大・販売促進を担う人材育成数	—	0人 (23年)	10人 (24年)	↗	—

Ⅲ 内部要因の分析 (Check)

<p>○県内外市場への販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県産農産物販売プロモーション強化対策事業において、これまでは、年度初めに立てた事業計画に沿って様々なプロモーションを展開していたが、台風被害や天候不順等のため、予定していた農作物が展示販売出来ない等の事例があったことから、予期せぬ県内の生産状況の変化にも対応出来るプロモーションを検討する必要がある。 ・沖縄振興特別推進交付金を活用した取組(沖縄県農林水産物海外販路拡大支援事業等)に関しては、交付金の交付決定時期が年度途中と遅かったため、夏に旬を迎える果樹に係る取組などが間に合わない結果となった。 ・県産農林水産物消費拡大のための情報発信事業においては、品目の絞り込みや実施する地域の絞り込みに時間がかかり、フェア開催等の告知について事前に期間を十分確保できなかった。 <p>○地産地消等による消費拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県には年間500万人もの観光客が訪れるが、滞在期間中に食事等で県産農林水産物と接する機会は限られており、農林水産物の消費拡大の観点からも観光産業と連携した地産地消拡大に関する取組の強化は大きな課題となっている。
--

IV 外部環境の分析 (Check)

○県内外市場への販路開拓

・水産関係の加工商品は、これまで、漁協や漁協女性部等において独自に開発を行うことが多かったことから、品質管理や消費者ニーズの取り込みが不十分であった。今後は、加工技術に長けた食品加工業者との連携を強化し、協働で商品開発を行う必要がある。

○地産地消等による消費拡大

・地産地消への関心は高まっているものの、県産食材を活用したメニュー作りや、観光業をはじめとする他産業と飲食店との連携を行う機会の創出が不足している。

V 施策の推進戦略案 (Action)

○県内外市場への販路開拓

・県産農産物販売プロモーション強化対策事業での県外量販店における「沖縄フェア」等の催事を通じた販促プロモーションは、効果は高いものの、取り扱われる商材(農林水産物)は量販店側の意向に拠るところが大きいことから、予期せぬ県内の生産状況の変化に合わせたプロモーションを展開するため、状況に応じて機動的に催事等を組むことが可能となるアンテナショップを設置する。常設店舗を設置することにより、各種取組の相乗効果も期待出来る。

・沖縄振興特別推進交付金を活用した取組(沖縄県農林水産物海外販路拡大支援事業等)に関しては、事業の開始時期を早めるほか、事業によっては、委託契約前に、県の広報等を用い、募集を先行させる等改善し、適時適切な取組の推進を図る。

・県産農林水産物消費拡大のための情報発信事業においては、平成24年度の実績をもとに早期に対象地域の絞り込みを行い、情報発信期間を十分に確保することにより、更なる消費行動につながるよう取り組む。

・水産関係について、消費者ニーズを取り込んだより魅力的な商品の開発を推進するため、加工技術や商品開発のノウハウに長けた民間食品加工業者と生産者団体との連携力の強化を図るビジネスマッチングフェアを開催して、加工業者と生産者団体との連携力の強化に取り組む。

○地産地消等による消費拡大

・観光客向けに県農林水産物のブランド浸透とイメージアップを図るために、「おきなわ花と食のフェスティバル」を通じて水産加工品など新たな県産食材を利用したメニュー提案の取組や、黒糖づくり体験や農業体験バスツアー等を含めた観光客向け催事の充実を図る。

・県産食材の飲食店における活用を進めるため、県内飲食店を対象とした県内産地での現地説明会の開催など、機会創出に向けた取組を進める。