

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進 | | | |
| (施策の小項目) | ○流通条件不利性の解消 | | | |
| 主な取組 | 農林水産物流通条件不利性解消事業 | 実施計画 記載頁 | 244 | |
| 対応する 主な課題 | ○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 本土向けに出荷する農林水産物の輸送コストを直近他県と同一条件になるよう、沖縄ー本土間の輸送費の一部に対する補助を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 出荷に要する輸送コストの一部を補助 (対象品目:野菜、果樹、花き、水産物) | | | | | → | 県 |
| | 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26年度実績 | | | | |
|------------------|---|-----------|--|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 農林水産物流通条件不利性解消事業 | 2,814,583 | 2,648,979 | 県産農林水産物を県外出荷する出荷団体の輸送費の一部を補助した(128件)。本事業により出荷団体の輸送コストの低減が図られ、前年度を上回る県外出荷量となった。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 出荷団体への補助 | | | — | 128件 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 平成26年度は、補助事業者である出荷団体は昨年度の110団体から128団体に増加し、実績に応じて2,630,886千円の補助金を交付した。このことにより、出荷団体の輸送負担の軽減が図られ、出荷団体の県外出荷量は対前年比約13%増の約57,000トンとなった。 | | | |

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|------------------|-----------|---------------------------------|----------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 農林水産物流通条件不利性解消事業 | 2,814,999 | 県産農林水産物を県外出荷する出荷団体の輸送費の一部を補助する。 | 一括交付金 (ソフト) |

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成26年度は、補助対象品目の見直しを行い、肉用牛や豚といった畜産物をはじめ、花卉、果樹などの8品目を追加し、水産物の3品目を削除した。
また、本事業の効果を検証するため調査事業を実施しており、平成26年度の調査事業で、新たな事業効果の指標を抽出した。

(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 |
|------------|---|-------------------|-------------------|-----|-------|
| — | — | — | — | — | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 出荷団体の県外出荷量 | 43,700トン (24年) | 50,300トン (25年) | 57,000トン (26年) | ↗ | — |
| 状況説明 | 平成26年度においては、対前年比約13%増の約57,000トンの増加となった。 出荷団体においては、本事業を通して、輸送コスト負担の軽減が図られ、県外出荷が促進されたものと考えている。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・本事業における事業効果を図る指標が、県外への出荷量のみであることから、台風等による自然災害の影響による県外出荷量の落ち込みを考慮し、新たな事業効果の指標設定について検討を行う必要がある。
- ・平成26年度に補助対象品目を8品目追加したところであるが、追加を含めた補助対象品目のあり方について検討する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・本事業の効果を検証し、県外出荷量以外の新たな指標について、活用が可能かどうか検討する。
- ・補助対象品目については、品目毎の生産量・県外出荷量の事業実績の推移を中期的に分析し、優先度を考慮しつつ、補助対象品目の選定等を検討していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・本事業の効果を示す指標について、検証結果を踏まえた上で、複数の項目による事業効果の指標が設定できるよう取り組む。
- ・補助対象品目の見直しにおいては、本事業の効果検証を進めながら、関係課等と協議し、意見の集約に努め、生産拡大や付加価値の向上が期待できる品目の追加や、県外出荷量の少ない品目等の削除を検討していく。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進 | | | |
| (施策の小項目) | ○生鮮食品の品質の保持 | | | |
| 主な取組 | 中央卸売市場活性化事業 | 実施計画 記載頁 | 244 | |
| 対応する 主な課題 | ○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。 また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|--|----|---------------------|----|-----|------|
| 取組内容 | 県中央卸売市場に出荷される県産農産物を、県内実需者(学校給食、ホテル、小売店等)を対象として長期安定的に供給できるようにするため、市場に冷蔵配送施設を整備するとともに、冷蔵配送車を導入し、産地から消費地までをコールドチェーン化(青果物の品質を保持するための低温物流)することにより、青果物の高品質化を図る。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 低温管理 施設整備 710m ² | 出荷情報システムの導入 | | 電動フォークリフトの導入 30台 | | → | 県 |
| | | 配送センターを兼ねた冷蔵 施設整備(915m ²) 配送システムの一元化 | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|---|------|---|------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 中央卸売市場活性化事業 | 644,501 | 0 | <ul style="list-style-type: none"> ・冷蔵配送施設については、事業実施に向けた関係機関との調整に時間を要したため事業を繰越し、平成27年度に実施予定である。 ・出荷情報システム市場導入については、関係機関と検討を行っている。 | 一括交付金(ソフト) |
| | | | 計画値 | 実績値 |
| 中央卸売市場の青果物の取扱量 | | | — | 6.2万トン |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| やや遅れ | <ul style="list-style-type: none"> ・冷蔵配送施設整備を予定していたが、事業実施に向けた関係機関との調整に時間を要した結果、年度内での適正工期の確保及び完了が困難なことから繰越しを行い、平成27年度の完成に向け取り組む。 ・出荷情報システム市場導入については、関係機関と検討を行っている。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|-------------|---------------|---|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 中央卸売市場活性化事業 | — (644501) | 中央卸売市場に配送センターを兼ねた冷蔵施設を整備するとともに、冷蔵配送車10台を導入する。 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

消費者に鮮度の高い青果物を供給するため、産地から消費地までをコールドチェーン化できるよう、冷蔵配送施設の整備、冷蔵配送車の導入を計画した。
出荷情報システム市場導入については、関係機関と検討を行っている。

(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 |
|-----------------|--|-------------------|-------------------|-----------|--------------------|
| 県中央卸売市場の青果物の取扱量 | 74,428トン (19年) | 62,423トン (26年) | 74,000トン | △12,005トン | 80,850千トン (23年) |
| 県中央卸売市場の花きの取扱量 | 64,677千本 (19年) | 52,301千本 (26年) | 65,000千本 (27年) | △12,376千本 | — |
| 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を背景に、卸売市場の取扱い実績が減少傾向にあるが、青果用の冷蔵配送施設や花きの温度帯別冷蔵施設の整備により、流通過程における鮮度保持の拡充を図り、市場取扱量の増加と市場活性化を図る。 現状値は成果指標の目標は達成しておらず、目標達成のためにも一層の取り組みが必要である。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・消費者ニーズの多様化、農水産物流通チャネルの多様化等、社会経済環境の変化を背景に、卸売市場の取扱実績が減少傾向である。
- ・生産者及び実需者を中心に、食の安全安心の確保、消費者ニーズの多様化から卸売市場におけるコールドチェーンシステムの確立が求められている。
- ・コールドチェーンシステムの確立のため、流通環境や品物に対し、適切な温度管理を図る必要がある。
- ・コールドチェーンシステムを活用し、流通コストの低減を図る必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・コールドチェーンシステムの導入において、冷蔵配送施設は、外気の影響を極力遮断する閉鎖型の施設とする必要がある。
- ・市場への搬入、市場からの搬出についても冷蔵配送車を導入し、生産者から実需者まで一貫した鮮度保持を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・卸売市場のクールチェーン化を生産者や実需者へPRし、農水産物の市場経由率向上を目指す。
- ・施設の運用体制について効率的かつ円滑な運用が図られるよう、市場関係者と協議を行い、連携を強化していく。
- ・生産者や実需者のニーズの変化に対応できるよう、定期的に流通状況を調査・検証の上、クールチェーンシステムの確立を図る。
- ・共同配送の導入など、物流の効率化を図り、流通コストを低減する。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進 | | | |
| (施策の小項目) | ○生鮮食品の品質の保持 | | | |
| 主な取組 | 卸売市場対策事業費 | 実施計画 記載頁 | 244 | |
| 対応する 主な課題 | ○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。 また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | ①県内卸売市場の健全な運営を確保するための指導監督等。 ②県中央卸売市場における取引の円滑化及び活性化を図るため、中央卸売市場精算株式会社が買受人に代わって卸売業者に一時立替払いを行うために必要な資金の貸付。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 県内卸売市場の運営指導 中央1、地方3、その他19カ所 | | | | | → | 県 |
| | 販売促進対策資金貸付 1カ所(中央卸売市場) | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|---|---------|--|----------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 卸売市場対策事業費 | 167,881 | 167,402 | 県中央卸売市場における取引の円滑化及び活性化を図るため、沖縄県中央卸売市場精算株式会社が買受人に代わって卸売業者に一時立替払いを行うために必要な資金の貸付を行い、当該資金を原資として、約90億円の立替え払いを行った。 また、運営指導については、条例及び規則の規定に基づき、適宜、助言等を行った。 | 県単等 |
| | | | 計画値 | 実績値 |
| 立替払い実績(平成25年度) | | | — | 9,081百万円 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 市場を取り巻く環境の変化から市場取扱量は減少傾向にあるが、市場活性化に向けて取り組んでいるところである。 貸付金を原資として、銀行から貸付金の3倍の協調融資枠を設定することにより、中央卸売市場における取引の円滑化を図ることができた。 毎年、沖縄県卸売市場条例に基づき、地方卸売市場より事業報告書提出を依頼し、状況把握に努めている。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|-----------|---------|--|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 卸売市場対策事業費 | 166,955 | 県中央卸売市場における取引の円滑化及び活性化を図るため、中央卸売市場精算株式会社が買受人に代わって卸売業者に一時立替払いを行うために必要な資金の貸付を行う。 また、条例及び規則の規定に基づき運営指導を行う。 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

他県中央卸売市場における、指定管理者制度の導入状況を調査し、導入による効果について検証を行っている。検証結果を踏まえ、今後の市場管理、運営のあり方について引き続き検討を行う。
更に、沖縄県中央卸売市場整備計画に基づき、取扱数量の変化、商品形態の変化、小売形態の変化、情報化の進展、食品の安全性の確保等の課題に対応するため検討を行っている。
また、水産物卸売市場においては、施設の老朽化や市場用地及び停泊地の狭隘化が著しいことから、市場の移転と統合を含め検討を行っている。

(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 | |
|-----------------------|---|-------------------|-------------------|------------------|--------------------|---|
| 県中央卸売市場の青果物の取扱量 | 74,428トン (19年) | 62,423トン (26年) | 74,000トン | △12,005トン | 80,850千トン (23年) | |
| 県中央卸売市場の花きの取扱量 | 64,677千本 (19年) | 52,301千本 (26年) | 65,000千本 (27年) | △12,376 千本 | — | |
| 水産卸売市場の取扱量 | 14,228トン (22年) | 14,469トン (25年) | 14,228トン | 241トン | — | |
| 参考データ | | 沖縄県の現状・推移 | | 傾向 | 全国の現状 | |
| 地方卸売市場の取扱量 (水産3市場) | | 7,806トン (23年) | 7,150トン (24年) | 7,193トン (25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など、社会経済環境の変化を背景に、卸売市場取扱い実績が減少傾向にあるが、生鮮食料品の流通における卸売市場の役割は大きいことから、現状の取組と併せて、市場機能の強化が図れるよう、市場関係者との連携を図っていく。青果物、花きについては、成果指標の目標は達成しておらず、目標達成のためにも一層の取組みが必要である。 | | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・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など社会経済環境の変化を背景に、卸売市場取扱量が減少傾向にある。
- ・生産者や実需者のニーズがどのように変化しているのか把握し、卸売市場の取引にどのような影響を与えているのか検証する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・取扱数量の減少など、卸売市場を取り巻く状況は厳しいが、卸売市場は生鮮食品等の流通の基幹的インフラであることから、生産者及び実需者のニーズに的確に対応し、市場運営の改善を図っていく必要がある。
- ・品目、取扱量、取扱金額の推移から、増減理由について検証を行う必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・定期的に市場関係者と情報交換することで、生産者及び実需者のニーズに的確に対応し、市場運営の改善を図る。
- ・毎年整理する市場データの分析から、取扱量減少の理由を検証し、対応策を検討する。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進 | | | |
| (施策の小項目) | ○畜産流通体制の整備 | | | |
| 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 | 244 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|-----|-----|----------|
| 取組内容 | 県産豚肉流通保管施設の設置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 |
| | 0頭 個体管理 頭数 | | | → | 2万頭 | | 県 民間等 |
| | トレーサビリティシステムの構築によるアグー豚の個体管理 | | | | | → | |
| | 県産豚肉流通保管施設の設置(1カ所) | | | | | | |
| 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26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 | 146,538 | 146,129 | 平成24年度に設置した県産豚肉流通保管施設については平成25年度より供用開始となり、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26年度は5,000頭の個体管理を行った。 | 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 | | | 5千頭 | 5千頭 |
| 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26年度取組の効果 |
|------|--|
| 順調 | 流通保管施設を利用しながら、香港現地のハイミドル量販店向けに県産豚肉の販促を実施。県産食肉等の輸出量は前年度の48.4トンから45.4トンと微減した。平成26年度の事業目標は35トンとしており、ほぼ計画通り進捗している。また、トレサ事業については生産段階から消費段階までシステム構築が完了し、北部地域については1事業者において試験運用を開始し、システムによる個体管理頭数は5,000頭であった。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。 |

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|---------------------|---------|---|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 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 | 157,249 | トレサビリティ事業についてはと畜から流通段階でのシステム開発および実証検証を実施する。また流通保管施設について運用開始するとともに販促等の実証検証を実施する。 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

| |
|---|
| <p>・流通保管施設がH25.5.1から稼働したため、販促活動の自由度が増え、積極的な販促活動へつながった。また、他部局や畜産振興公社等の事業を活用できたことから目標の成果が得られた。</p> <p>・トレサシステムについては、消費段階までの基本システム構築はほぼ完了した。また、生産現場等において、それぞれの運営状況の聞き取りを行いながら適切な方法を模索し、ある地点までは個体管理、その先はロット管理(仕入・製造等の業務で発生する製品単位(ロット)ごとに製品を管理)というように事業者が負担のかからない方法を見いだした結果、トレサシステムの意義を損なうことのない体制を構築している。</p> <p>・南部の大手事業者である沖縄県食肉センターのシステム導入に目途が立ち、県全域での導入へ向けて前進している。</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 |
|----------------|--------------------|--------------------|----------------|---------|-------|
| 食肉加工施設における処理頭数 | 1,548頭/日 (22年度) | 1,251頭/日 (26年度) | 1,728頭/日 | △297頭/日 | — |
| 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 | 26.6t (24年) | 48.4t (25年) | 45.4t (26年) | → | — |

| |
|--|
| <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、本事業によるブランド力の確立が求められている。</p> <p>また、県産食肉等の海外輸出量の減少理由については、県内の養豚農家数の減少及び生産性の低下により、県内の豚肉の出荷量が減少したためである。</p> <p>成果指標のH28年度目標については、畜産農家の高齢化による離農等により家畜飼養頭数が減少しているため、食肉加工処理施設における処理頭数も減少していることから目標達成は困難と見込まれる。</p> <p>しかし、豚肉の輸出については定時定量出荷が重要であることから、養豚施設等総合整備事業等を活用し、生産基盤の強化を図り飼養頭数の増加に取り組んでいるところである。</p> |
|--|

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・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、現地倉庫周辺賃貸相場が値上がり傾向にあり、円安の影響もある。事業者は過去2年間の実績と経験により、保管施設の効果的な活用方法と商品の定番化と現地流通基盤が確立しつつあり、フェアに頼らない効果的な事業展開が実施可能となっている。

・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、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県北部地域についてシステム全体を通じた試験運用が可能な状況となっている。昨年度からは南部にある食肉センター関連でのシステム導入に向けて事業者の同意が得られたため、本島地区について本格的な導入が開始された。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・施設の効率的運用のため県産食肉の流通量を増加させる施策が必要。そのため、引き続き、販促活動を推進する必要がある。

・トレサ事業については国内・国外で活用でき、意味のあるシステムにするために、生産者、卸加工業者、小売業者の参加・協力を促す必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・流通保管施設の継続的利用をするために、他部署、他機関の事業等も活用するなど安定的な事業推進を図る。

・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。しかしながら、現状の豚肉生産量減少は定時定量供給体制を図る上で影響が大きく、養豚施設等総合整備事業等の諸施策を通じて、県内の生産基盤強化と生産量増加を図っていく。

・トレサについては沖縄県食肉センターがシステム導入を了承したことから、県内でのシステムの試験運用について目途が立った。今後は国内外でのアグーのブランド力強化を図ることから、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図っていく。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進 | | | |
| (施策の小項目) | ○畜産流通体制の整備 | | | |
| 主な取組 | ミートパッケージセンター整備事業 | 実施計画 記載頁 | 244 | |
| 対応する 主な課題 | <p>○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。</p> <p>○県産農林水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産農林水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産農林水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による農林水産物の高付加価値化が重要である。</p> | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|-----|----|----|----|-------------------|-----------------|
| 取組内容 | 低価格で取引されていた経産牛の高付加価値及び農家所得向上を目的とし、南城市に部分肉処理加工施設を整備する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 1,135頭 部分肉処理頭数 | 1施設 | | | → | 4,700頭 (H29目標) | 県 公社等 農協等 |
| | 食肉加工処理施設の整備 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------|---|------|---|--------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| — | — | — | 平成24年度に部分肉処理加工施設の整備を行い、平成25年度より供用開始となった。 平成26年度は、繁殖経営農家及び各関係機関等に対し、農家説明会の実施や事業実施団体であるJAおきなわのHPにおいて施設の周知を図った。 | — |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 部分肉処理頭数 | | | 2,750頭 | 1,258頭 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 大幅遅れ | 平成24年度(平成25年3月)、事業完了し、平成25年度より供用開始。 平成26年度の部分肉処理頭数については、平成24年度より繁殖経営農家及び各関係機関等へ施設の供用開始等の周知を行ったが、子牛セリ価格の高騰により県内肥育経営体において肥育素牛の導入頭数が減少したことによる肥育牛出荷頭数の減少があったことや、経産牛のセリ価格高騰等の影響により経産牛が県外等へ流出したため、計画は達成出来なかった。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------|------|---|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| — | — | 部分肉処理頭数の確保に向けて、引き続き繁殖経営農家及び各関係機関等への周知を行う。 | — |

(3) これまでの改善案の反映状況

施設の整備については平成24年度に完了、平成25年度より供用開始している。
 平成26年度の部分肉処理頭数については、繁殖経営農家及び各関係機関等に対し、農家説明会の実施や事業実施団体であるJAおきなわのHPにおいて周知を図ったが、経産牛のセリ価格高騰等の影響により経産牛が県外等へ流出したため、計画値より少なかった。

(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 |
|----------------|--------------------|--------------------|-------------------|---------|-------|
| 食肉加工施設における処理頭数 | 1,548頭/日 (22年度) | 1,251頭/日 (26年度) | 1,728頭/日 (28年) | △477頭/日 | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 部分肉処理頭数の推移 | 0頭 (24年) | 1,204頭 (25年) | 1,258頭 (26年) | ↗ | — |

状況説明

平成24年度に施設整備を実施。
 平成25年度より供用開始となり、施設利用の周知を図ったが経産牛のセリ価格高騰の影響により、部分肉処理頭数は計画値より少なかった。
 経産牛のセリ価格下落時等においても、低価格で取引される経産牛の高付加価値により農家所得向上が見込まれ、家畜飼養頭数の増加に繋がるため、引き続き施設利用の周知を実施する。
 食肉加工施設における処理頭数については、肉用牛のみならず肉豚等も含まれることから、各畜種における増頭対策が必要となる。
 特に、と畜頭数の大部分を占める肉豚については養豚施設等総合整備事業の実施により増頭対策を行っているが、飼養農家の高齢化等により減少傾向に歯止めが効かない状況であることから平成28年度の目標値の達成は困難である。

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・部分肉処理加工施設では経産牛の搬入が主となる。現在、経産牛についてはセリ価格が高騰し、県外等へ流出しているため、部分肉処理加工施設へ搬入される頭数が少なく処理頭数が計画値を達成出来ない。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・経産牛のセリ価格高騰が続く現状においては県外等への流出は不可避であるが、今後も繁殖経営農家等への施設利用について周知を図り、処理頭数の増加に繋げる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・経産牛のセリ価格高騰が続く現状においては県外等への流出は不可避であるが、引き続き、事業実施団体であるJAおきなわ等各関係機関によりパンフレット配布等を行い、繁殖経営農家等への周知を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | | |
| 施策 | ①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進 | | | | |
| (施策の小項目) | ○水産物流通基盤の整備 | | | | |
| 主な取組 | 水産物流通基盤整備事業 | 実施計画 記載頁 | 244 | | |
| 対応する 主な課題 | ○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。 | | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|-----|------------|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 本県唯一の第3種漁港である糸満漁港において、流通拠点としての衛生管理対策を図るため、高度衛生管理型荷捌施設や関連する漁業施設の整備を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | | 1施設 | | | | | 県 |
| | 糸満漁港における高度衛生管理型荷捌施設等の整備 | | 卸売市場 開設 | | | | |
| 担当部課 | 農林水産部漁港漁場課(水産課) | | | | | | |

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

| 平成26年度実績 | | | | |
|-------------------------|---|------|---|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 新市場基本設計事業 | 17,550 | 315 | 那覇空港に近接する糸満漁港に、国際航空物流ハブを生かした新たな水産物の流通拠点を形成するため、亜熱帯型高度衛生管理型荷捌き施設の基本設計委託契約を行った。また、関係市町村、漁業団体及び流通関係者との意見交換を行い、市場移転の意向調査及び今後の対応を検討した。 | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 糸満漁港における高度衛生管理型荷捌施設等の整備 | | | 1施設 | 0施設 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 県漁連、関係漁協、関係市町村等との調整に時間を要したが、平成27年3月31日付けで、基本設計委託契約(改定)を締結し、予算は平成27年度に繰り越した。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|-----------|--------------------|---|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 新市場基本設計事業 | 17,550 (16,820) | 糸満漁港に市場機能を移転させるため、市場移転に係る各関係団体(市場開設者団体、生産者団体、買受人団体等)と調整を行いながら、高度衛生管理型荷捌施設等の基本設計を行う。 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

市場移転に係る各関係団体(市場開設者団体、生産者団体、買受人団体等)と、新糸満市場建設ワーキングチームを設置し、合意形成に向けて調整を行った。また、沖縄県水産物流通問題検討会等で移転後の市場関連施設について議論を進めており、移転に向けて前進した。

(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 |
|------------|---|-------------------|----------|-------|-------|
| 水産卸売市場の取扱量 | 14,228トン (22年) | 14,469トン (25年) | 14,228トン | 241トン | — |
| 状況説明 | <p>本県近海は優良なマグロ漁場が形成され、県外からもマグロを求めて多くの船が操業している。しかし、県外船は県内へ水揚げせず、県外で水揚げするケースが多々見受けられる。そのため、高度衛生管理型荷捌施設をはじめとする水産物流通拠点を整備し、水産物の付加価値を高めることにより、県外船水揚げを誘致する。</p> | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・本事業は泊漁港にある市場を糸満漁港へ移転することを前提としているが、現段階では市場移転に係る各関係団体の合意形成は進んでいるものの、まだ最終合意には至っていない状況である。市場移転に係る各関係団体のそれぞれの意見・要望があるため、各関係団体がそれぞれの課題を整理し、市場移転を「行う場合」と「行わない場合」の想定を示しながら協議を重ねる必要がある。
- ・合意形成後は、高度衛生管理型荷捌施設をはじめとする市場関連施設が速やかに整備できるよう、各関係団体と調整を進める必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・移転についての理解を深めるため市場移転に係る各関係団体で協議する頻度について見直す。
- ・関係漁協の合意形成が図られるよう、関係各課と連携して働きかけていく。

4 取組の改善案(Action)

- ・施設建築課等、施設整備に向けて関係各課と連携しつつ、市場移転に係る各関係団体に対しては、本県の水産業振興の観点から市場移転の必要性を説明し、引き続き、合意形成の為の協議を継続する必要がある。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進 | | | |
| (施策の小項目) | ○水産物流通基盤の整備 | | | |
| 主な取組 | 水産業構造改善特別対策事業 | 実施計画 記載頁 | 244 | |
| 対応する 主な課題 | ○県産農林水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産農林水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産農林水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による農林水産物の高付加価値化が重要である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|-----|------------|
| 取組内容 | 本県における水産物の安定供給及び水産業の健全な発展に資する基盤整備のため、生産基盤施設、水産業近代化施設、漁村生活環境の改善施設および漁業者の組織的な活動の促進等、本県水産業の構造改善に必要な事業を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 5箇所 施設整備 | | | | → | → | 市町村 漁協等 |
| | 各産地漁港等における流通関連施設等の整備 | | | | | | |
| 担当部課 | 農林水産部水産課 | | | | | | |

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

| 平成26年度実績 | | | | |
|---------------|--|----------------------|---|----------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 水産業構造改善特別対策事業 | 1,556,408 (807,212) | 720,078 (708,896) | 県内8地区(伊江、糸満、与那国、久米島、石垣、宮古島、与那原、細崎)において、水産物加工処理施設、水産物鮮度保持施設等の整備および推進事業の実施を行った。 | 各省 計上 |
| | | | 計画値 | 実績値 |
| 施設整備 | | | 5箇所 | 5箇所 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 県内8箇所において水産物鮮度保持施設及び水産物加工処理施設等を整備を進めた。うち4箇所については、計画策定の遅れ等により翌年度へ繰越したが、実施設計および一部工事着手は行っている。平成25年度の6箇所の繰越を含めると、平成26年度の整備数は10箇所となり、平成24年度から平成26年度の3年間の整備計画15箇所に対し、整備数は13箇所となったため、取組の推進状況を順調とした。本施設の整備により、品質・衛生管理の徹底、安定した商品供給が可能となり、販売単価の向上及び漁労所得の向上等が見込まれる。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|---------------|----------------------|--|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 水産業構造改善特別対策事業 | 766,030 (670,117) | 県内離島8箇所(国頭、久米島、伊江、糸満、宮古、伊良部、石垣、与那国)において水産物加工処理施設、漁船漁業用作業保管施設等の整備および推進事業の実施を行う。 | 各省計上 |

(3) これまでの改善案の反映状況

| |
|--|
| ・補助事業の円滑な実施のため、実施主体からの毎月の進捗報告に基づく進捗確認を行った。 |
|--|

(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 |
|------------|---|-------------------|-------------------|-------|-----------------|
| 水産卸売市場の取扱量 | 14,228トン (22年) | 14,469トン (25年) | 14,228トン | 241トン | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 漁業生産量 | 29,235トン (23年) | 32,753トン (24年) | 32,228トン (25年) | → | 469万トン (23年) |
| 状況説明 | 漁船保全修理施設及び水産物鮮度保持施設、水産物加工処理施設などの生産及び流通基盤の整備を行い、漁業者の所得の向上と6次産業化を推進した。 成果指標の水産卸売市場の取扱量は基準値の14,228トンから241トン増加し、H28目標値を達成している。漁業生産量は29,235トンから32,228トンと、安定した生産量を維持している。引き続き、水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るため、流通関連施設等の整備を行う。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

| |
|--|
| ・県内で行われた大型工事等により、本事業で必要となる鉄骨や型枠工等の作業員の確保が困難となり、工事進捗の遅れが見受けられた。 |
|--|

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

| |
|--|
| ・今後、首都圏における大規模工事の増加等が見込まれ、資材や人工の確保がより困難となることが予想される。事業開始前において、より早期の綿密な計画が必要となる。 |
|--|

4 取組の改善案(Action)

| |
|---|
| ・事業工程について、今後の資材確保困難等を見据えた策定を行うよう実施主体に対し指導を行う。 |
|---|

「主な取組」検証票

| | | | |
|--------------|---|---------------|-----|
| 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 | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | | |
| 主な取組 | 沖縄県産園芸農作物販売促進事業 | 実施計画 記載頁 | 245 |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 県内外の大消費地等において、県産農林水産物の販売促進活動を実施し、優位販売と消費拡大を促進することにより、本県農水産物の振興に資する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 6回 キャン ペーン 実施数 | | | | → | → | 県 |
| | 販売促進活動(キャンペーン等)の実施 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|-----------------|---|-------|---|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県産農林水産物販売促進事業 | 8,104 | 7,845 | ①JAなど生産・流通団体と連携した県内外消費地での旬の農林水産物のトップセールス等の販促キャンペーン ②市町村と連携した県内外むけ販促活動の実施 | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| キャンペーン実施数 | | | 6回 | 47回 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 県内外で40件近くの販促キャンペーンを行い、戦略品目を中心とした県産農林水産物の販路強化及びおきなわブランドの周知を図った。 平成26年度は、夏と冬に東京都にて2回のトップセールスを行い、夏場のマンゴー・パイナップル、冬場の野菜といった旬の品目のプロモーション活動を行い、消費者へPRできた。 | | | |

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|-----------------|-------|---|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県産農林水産物販売促進事業 | 8,111 | ①JAをはじめとする生産・流通団体・自治体と連携した県内外消費地での販促キャンペーン ②マンゴーやシークワサーといった喫緊の販路拡大が求められる戦略品目の効果的な広報活動。 | 県単等 |

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

「ゴーヤーの日」や「マンゴーの日」等に合わせた販促活動を県内外で実施し、消費者へのPRを行った。課題となっていたマンゴーの販促については、市町村や各団体と協力するとともに、夏場の県知事トップセールスにより県外市場や量販店での商流の拡大を図った。
 県産野菜のPR活動についても、東京でのフェアをはじめ、旬を迎える冬場の販促活動を強化した。

(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 |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|------|-------------------|
| 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) | 14品目 (25年) | 17品目 | 増減なし | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 農業産出額 | 800億円 (23年) | 877億円 (24年) | 885億円 (25年) | ↗ | 85,742億円 (25年) |

状況説明

- ・平成25年の農業産出額は885億円で、前年に比べ約8億円の増加となった。台風等気象条件や飼料高騰といった外部条件の影響を受けつつも、園芸作物を中心に増加傾向にあり、継続的な販促活動が、産出額の維持・増加に対して一定の成果をあげている。
- ・平成25年度における全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物は14品目となっているが、トップセールス等の販促活動を継続して行い、県外における県産農林水産物の認知度向上を図ることで、全国シェア上位品目の増加に寄与するものとする。

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・県産果樹は台風等による天候の影響を受けつつも生産を伸ばしているが、県外消費者の認知度不足や販路の少なさといった販売面での課題がある。
- ・県産農林水産物の消費者むけ販促活動は盛んに行われているが、それぞれ個々の生産団体が品目毎に単発で行われることが多い。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・一般的に嗜好性の高いとされる果樹においては、需給のバランスを見据えて、年度ごとの生産計画と連動した機動的な販促活動が必要である。
- ・特定の品目を中心としたプロモーションだけでなく、各品目を組み合わせた食べ方の提案等、各分野が連携したプロモーションが求められる。

4 取組の改善案(Action)

- ・市町村やJAをはじめとする関係団体と連携し、県外(量販店)、県内(県民・観光客)むけにシークワサーをはじめとする県産果樹の機動的な販促活動を行う。
- ・農林水産物の分野をまたいだ品目横断的な県産食材の販促(沖縄フェアへの出展等)、レシピ提案、資材の制作等を行い、県産農林水産物の総合的な認知度向上を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路拡大 | | | |
| 主な取組 | 県産農林水産物多角的プロモーション事業 | 実施計画 記載頁 | 245 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|--------------------------------|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 県内の農林水産物の振興を図るため、県外大消費地において多角的な県産農林水産物のプロモーション活動を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 5回 セミナー・商談 会 | → | 5回 プロモーション 実施 | | | → | 県 |
| | セミナー・商談会 | | ・消費者向けプロモーション ・事業者向けプロモーション | | | | |
| | メディアPR | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------------|---|--------|---|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 県産農林水産物多角的プロモーション事業 | 33,331 | 30,652 | <ul style="list-style-type: none"> ・B to B支援プロモーション(事業者向け)及びマッチング支援 ・B to C支援プロモーション(消費者向け) ・アンテナショップを活用したプロモーション ・県内関係団体と連携したプロモーション | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| B to B支援プロモーション | | | 5回 | 6回 |
| B to C支援プロモーション | | | | 4回 |
| アンテナショップを活用したプロモーション | | | — | 10店舗 |
| 県内関係団体と連携したプロモーション | | | — | 1回 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | BtoB支援は計6回、BtoC支援は計4回、アンテナショップは計10店舗、関係団体連携は1回等、幅広い範囲で繰り返しプロモーション活動を展開出来た。 大手百貨店や飲食店からは、次年度以降も連携して欲しいなどの意見もあり、需要の喚起に繋がった。 さらに、県外の大型展示商談会では、各事業者が取引を成立させるなど、県外で認知度の低い商品の新たな販路拡大が図れた。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|---------------------|--------|--|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 県産農林水産物多角的プロモーション事業 | 32,444 | <ul style="list-style-type: none"> ○B to B支援プロモーション及びマッチング支援 ○B to C支援プロモーション ○生産者も含めた販促やマッチング ○県内関係団体と連携したプロモーション | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

他組織・他部署との連携に関しては委託業者と定期的に調整を行い、畜産・水産関連食品製造企業やJAおきなわ(主に果樹)と連携してプロモーション活動を展開した。

(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 |
|--------------------------|--|----------------|----------------|------|-------------------|
| 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) | 14品目 (25年) | 17品目 | 増減なし | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 農業産出額 | 800億円 (23年) | 877億円 (24年) | 885億円 (25年) | ↗ | 85,742億円 (25年) |
| 状況説明 | <p>平成26年度の全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数は、14品目となっているが、本事業での戦略人材の育成等を通じ、目標達成に寄与するものとする。</p> <p>平成25年の農業産出額は885億円で、昨年に比べ約8億円の増加となった。野菜や花き、豚等は減少したものの、さとうきびや葉たばこ、肉用牛等は増加した。</p> | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

○内部要因

- ・県産農林水産物のプロモーションについては各部署、各団体で実施しているが、連携して実施する事例が少ない。
- ・関係団体については、消費者に対して県産農林水産物のイメージを向上させるような取組が少ない。

○外部環境

- ・宮古島においては航空輸送能力の限界に伴うマンゴーの滞貨問題が発生しており、品質および取引価格の低下を招いている。
- ・本島においては冬春季の野菜品目において収穫ピークの集中に伴う取引価格の暴落が発生している。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・関係出荷団体や他部署でも独自のプロモーション活動を展開していることから、連携を強化することで効果を高めるような取り組みが必要である。
- ・消費者に対して県産農林水産物のイメージを高め、取引単価を高めるような戦略が必要である。
- ・各地域に顕在する農産物流通の課題を解決する技術導入が必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・部署間で実施する施策を連動させ、農業、水産業、畜産業等関連出荷団体との連携、生産者団体及び産地協議会等との連携を基にした販促活動やマッチングを実施する。
- ・出荷規格の統一、積極的な販促活動による農林水産物の地域ブランド化を推進する。
- ・各地域に顕在する農産物流通の課題に対応する鮮度保持技術及び出荷予測技術の実証および確立を推進する。

「主な取組」検証票

| | | |
|--------------|---|-----------------|
| 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 | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | |
| 主な取組 | 県産農林水産物販売力強化事業 | 実施計画 記載頁 245 |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|------------|----|-----|------|
| 取組内容 | 本県の農林水産業に精通し、自ら県外での販売戦略を立てることのできる人材(戦略人材)の育成を図るため、首都圏の飲食や販売等に関連する企業でOJT研修等を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 10名 育成数 | | → | | | → | 県 |
| | 販売力強化のための戦略的人材育 | | | 人材のネットワーク化 | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|---|--------|--|------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 県産農林水産物販売力強化事業 | 53,012 | 52,607 | <ul style="list-style-type: none"> ・県内事前研修14名、OJT研修14名 ・プロモーション支援の実施6回 ・持続的な戦略人材育成の受け皿組織の設立支援(活動報告会の開催3回) | 一括交付金(ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 育成数 | | | 10人 | 14人 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | <p>平成26年度に募集した、研修生14名の県内事前研修と県外OJT研修を実施した。研修の効果は個々で差があり様々であるが、各人とも自社の課題を認識し解決に向けて取り組み始めている。また、競争力の弱い商品を持つ研修生同士で連携し新たな商品開発を進めるなど、ネットワークの形成も進んでいる。</p> <p>また、研修生が扱う商品のプロモーション支援については、バイヤー生産現場視察商談会や、県外飲食店でのメニューフェアなど、計6回のプロモーション支援を行った。</p> <p>さらに、平成25年度より研修生によって立ち上げた人材育成の受け皿組織に関しては、研修生が中心となってネットワークを構築、販売促進活動を行っており、定期的な担当者会議等を開催する等、自主的に組織を運営している。当該組織の支援としては活動報告会を3回開催した。</p> | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------------|------|---|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 県産農林水産物販売力強化事業 | — | 平成25年度より研修生によって立ち上げた人材育成の受け皿組織が、平成27年度より自走化するため、引き続き情報交換等を行う。 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・研修生の募集期間に、テレビ放送を活用し事業の周知を強化したり、研修生の選考には面接を取り入れるなど意欲のある事業者を拾いあげる工夫を行ったところ、3期目にもかかわらず多くの事業者から応募があり、14名の研修生を確保した。 ・県外OJT研修の開始時期を早めるため、県内事前研修を2日間に短縮して7月に実施したところ、OJT研修の開始時期も早まり、結果的に31企業に240日間、研修を実施することができた。 ・県内事前研修において、商談のスキルを高めるため、研修内容に商談シートの作成や商談練習を取り入れるなど、効果的に研修を実施した。 |
|---|

(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 |
|--------------------------|---|-----------|----------|------|-------|
| 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) | 14品目(25年) | 17品目 | 増減なし | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 戦略人材の数 | 0人(24年) | 23人(25年) | 13人(26年) | → | — |
| 状況説明 | <ul style="list-style-type: none"> ・平成26年度の全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数は、14品目となっているが、本事業での戦略人材の育成等を通じ、目標達成に寄与するものとする。 ・実践的なビジネス知識を習得するOJT研修等を県産農林水産物販売力強化事業受託コンソーシアムへ業務委託する形で実施し、H26年は戦略人材として13名が研修を修了した。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・これまでの研修生等、戦略的人材については、引き続き人材育成の受け皿組織を通じて連携を維持する必要がある。 |
|---|

(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"> ・自立しつつある人材育成の受け皿組織の相互間ネットワークを維持・強化させる必要がある。 |
|---|

4 取組の改善案(Action)

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・研修生間の相互間ネットワークの維持・強化のため、人材育成の受け皿組織において、事務局の設置やFacebook等のSNSを介した情報発信・共有を行う。また、定期的に担当者会議等を実施し、年度毎の事業計画・成果について協議する。県は情報提供等、後方支援を継続して実施する。 |
|---|

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | | | |
| 主な取組 | 国内外の市場分析調査事業 | 実施計画 記載頁 | 245 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|-----|----------------|
| 取組内容 | 国内外市場ニーズの把握、多様な販売ルート開拓を行うため、畜産物の国内外における市場分析調査を行うとともに、香港における流通保管施設の運用及び『アグーブランド豚肉』トレーサビリティシステムの運用により、国内外における県産食肉の流通強化を図る。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 1回 海外調査 | 2回 | 2回 | 2回 | | | 県 公社 民間等 |
| | 国内外市場の分析調査 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|---------------------|---|---------|--|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県食肉等需要開拓対策事業 | 20,000 | 6,940 | 県産食肉の販売促進活動への支援を行うとともに、販路開拓のための市場調査を実施。 平成26年度は香港2回及び県外2回(東京・静岡)における市場調査を実施。 | 各省 計上 |
| 県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業 | 146,538 | 146,129 | 香港において流通保管施設の運用及び『アグーブランド豚肉』トレーサビリティシステムの運用により、国内外における県産食肉の流通強化を図った。 また、香港における市場調査を5回行った。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 国内外市場の分析調査 | | | 2回 | 9回 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 県産食肉の販促活動への支援を行うとともに、販路拡大のための市場調査を実施した。 平成26年度は香港、県外(東京・静岡)における市場調査を実施するとともに、香港におけるプロモーションを実施した。 市場調査、プロモーションの実施の結果、県産食肉については高価格帯での取引が見込まれ、バイヤー等から一定の評価を得た。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|---------------------|---------|---|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県食肉等需要開拓対策事業 | 50,000 | 平成26年度に引き続き、県産食肉の販売促進活動及び国内外販路開拓のための市場調査を実施し、平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づく施策展開の強化と輸出伸長への取り組みを支援する。 | 各省計上 |
| 県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業 | 157,249 | 平成26年度に引き続き、国内外における県産食肉の流通強化を図るため、香港において流通保管施設の運用及び『アグブランド豚肉』トレーサビリティシステムの運用を行う。 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

策定した県産食肉需要開拓プログラムや関連事業により、販促資材や新聞公告を活用したアンブレラブランド(まーさんブランド)の周知を図った。
 日本ドライエイジングビーフ普及協会とのパートナーシップ協定の締結により低利活用部位を活用したドライエイジングビーフの適切な技術開発・普及に向けて取り組んだ。
 県産食肉の生産拡大を図るため、畜舎整備等の生産基盤強化を行い県産畜産物の生産拡大に取り組んだ。

(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 |
|----------------|---|--------------------|-------------------|---------|-------|
| 食肉加工施設における処理頭数 | 1,548頭/日 (22年度) | 1,251頭/日 (26年度) | 1,728頭/日 | △297頭/日 | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 県内と畜頭数(牛) | 4,161頭 (24年) | 4,558頭 (25年) | 4,158頭 (26年) | → | — |
| 県内と畜頭数(豚) | 351,121頭 (24年) | 332,653頭 (25年) | 311,229頭 (26年) | ↘ | — |
| 状況説明 | 引き続き県産食肉の販売促進活動及び海外販路開拓のための市場調査を実施し、平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づく施策展開の強化と輸出伸長への取り組みを継続的に実施する。 現在、県内における飼養頭数の減少により、食肉加工施設における処理頭数は減少しているが、生産基盤の強化を図り、処理頭数の増加に取り組む。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・畜産農家戸数の減少に伴い、県産食肉生産量は減少傾向にあるため、県内外へのニーズに対応出来得る定時定量出荷に課題がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・定時定量出荷には飼養農家戸数・飼養頭数の増加が必須であるため、平成26年度に引き続き各種事業を活用し、県内における生産基盤の強化を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・平成26年度に引き続き、養豚施設等総合整備事業等の各種事業を活用し、県内における生産基盤の強化を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | | | |
| 主な取組 | 県産農産物付加価値向上 | 実施計画 記載頁 | 245 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|---------------------------------|----|---------------|----|-----|------|
| 取組内容 | 地域内の農業者、農産物加工グループ及び加工・流通業者等との相互連携による3つの商品開発モデル(地域内展開モデル・県内展開モデル・全国展開モデル)の構築を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | モデル開発 ・地域内展開 ・県内展開 ・全国展開 | 開発モデルの定着化促進・普及 (構築モデル数 7モデル) | | | | → | 県 |
| | | | | 商品開発支援、販路開拓支援 | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|--|------|--|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| — | — | — | 開発モデルの定着化や普及を図るため、商品開発人材育成研修の中で農業者等が開発した対象商品の課題等について、個別相談等を実施するなど人材育成に取り組んだ。 また、販路開拓支援のため商談会(本島1回)やテストマーケティング(東京・本島各1回)を実施した。 | — |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 開発モデルの定着化促進・普及 | | | 7モデル | 7モデル |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 商品開発人材育成研修の中で農業者等が開発した対象商品の課題等について、個別相談等を実施するなど人材育成に取り組んだ。 さらに販路開拓支援のため商談会(本島1回)やテストマーケティング(東京・本島各1回)を実施するなど、計画通り遂行できた。 その結果、付加価値を高める魅力的な商品開発へと導くことができた。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|------------------|---------|---|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわ型6次産業化総合支援事業 | 61,975 | 6次産業化における戦略的な商品開発と人材育成、販路開拓支援。加工品グランプリ(仮称)の開催 | 一括交付金(ソフト) |
| 6次産業化支援事業 | 126,915 | 6次産業化サポートセンターの設置(総合化事業計画作成支援、計画認定後のフォローアップ支援) 総合化事業計画認定事業者に対する新商品開発及び販路開拓支援(補助金) | 各省計上 |

(3) これまでの改善案の反映状況

商品開発人材育成研修では、より高い品質・高い完成度の商品開発支援ができるよう、これまで実施してきた基礎課程講座を縮小し、実践課程講座を充実させるなど、研修プログラムを再構築した。
また、認証取得商品及び開発商品の販路拡大支援として、県内だけでなく県外におけるテストマーケティングを実施した。
さらに、県内ではテストマーケティング(消費者向けの試食販売会)と商談会を同時開催することにより、招聘バイヤーが商品に対する消費者の反応を直に確認することが出来るように設定した。

(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 |
|--------------------------|---|------------|------------|------|-------|
| 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(25年度) | 17品目 | 増減なし | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 商品開発モデルの構築数 | 3モデル(22年度) | 3モデル(23年度) | 3モデル(24年度) | → | — |
| 説明 | 全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数については14品目となっているが、構築した開発モデルを活用して熱帯果樹や島ヤサイなど沖縄独自の品目において付加価値を高める商品開発支援を行うことにより、全国シェア上位品目の増加に寄与していく。 また、平成24年度までに構築した商品開発モデル(年3モデル実施)を活用して、今後も商品開発人材の育成支援に取り組んでいく。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・農業経営規模が小さい零細事業者が多いため、商品開発に必要な機材・施設の整備を行う際、資金面での課題が大きい。
- ・一定の経営基盤を有したうえで、今後は新たな商品開発や、他業種との連携で事業拡大を目指す等、更なるステップアップを目指す事業者もあり、個々の成熟度に合わせた支援が求められている。
- ・開発された商品については、テストマーケティングや販売会など、更なる県内外への販路開拓支援が求められている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・商品開発プロセスの実効性をより高めるためには、人材育成や販路拡大支援と併せて初期投資にかかる資金面をサポートできる施策が必要である。
- ・更なるステップアップに取り組む事業者に対しては、国の6次産業化ネットワーク交付金を活用できるよう、総合的なサポートが必要である。
- ・テストマーケティングや商談会と併せて商品PRを行う販促イベントの開催が必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・おきなわ型6次産業化総合支援事業において、人材育成と併せて商品開発に必要な機材等の整備を支援することにより、初期投資の負担軽減を行う。
- ・更なるステップアップに取り組む事業者に対しては、6次産業化支援事業において、総合化事業計画の認定に向けて、6次産業化サポートセンターによる支援や施設整備の補助等、フォローアップを実施する。
- ・開発商品のPRやテストマーケティング等の場として加工品グランプリ(仮称)を開催する。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | | | |
| 主な取組 | おきなわブランドに関する情報発信 | 実施計画 記載頁 | 245 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----------------|--------------------|----|-----|------------------------|
| 取組内容 | 県産農林水産物消費拡大のため、Webやメーカー等と連携した量販店での効果的な情報発信活動を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 → 県 |
| | 県外量販店での試験販売 | | 認知度調査分析・研修会開催 | | | → | |
| | web情報発信 (会員100名/年) | | 情報発信(web・イメージ) | | | | |
| | | | | 県の各サイトの 情報集約・誘導 | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------------------|--|--------|---|----------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわブランド情報発信強化推進事業 | 14,500 | 10,604 | 沖縄県産農林水産物に関する認知度調査により現状把握を行うとともに、Web等を活用したPR活動により「おきなわブランド」の情報発信強化を図った。 | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 認知度調査の実施 | | | — | 1回 |
| Web情報配信 (情報発信サイトのアクセス数) | | | — | 574,764件 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 調査により、県外消費者の県産農林水産物に対する認知度やイメージを確認できた。また、県内外の量販店や飲食店におけるイベントと県産食材を用いたレシピを掲載した情報発信サイトの連動により、プロモーションを効果的に行うことができた。同サイトのアクセス数も増加した。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|--------------------|--------|---------------------------------------|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわブランド情報発信強化推進事業 | 14,325 | Web等を活用したPR活動により「おきなわブランド」の情報発信強化を図る。 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・県外消費者を対象とした県産農林水産物に関する認知度調査を行い、現状の認知度やイメージ、ニーズ等を把握することで、コアとなるターゲット層や有効な情報発信の手段、発信する情報の内容を整理することができた。 ・県内外量販店におけるプロモーションイベントや県内外の飲食店におけるイベントにおいて、Webや広告媒体等を活用したPR活動を併せて実施することにより、効果的な情報発信につながった。 |
|---|

(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 |
|--------------------------|---|--------------------|--------------------|------|-------|
| 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 (25年度) | 17品目 | 増減なし | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 情報発信サイトのアクセス数 | 327,006件 (24年度) | 517,328件 (25年度) | 574,764件 (26年度) | ↗ | — |
| 状況説明 | 全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数については14品目となっているが、当取組を通し、熱帯果樹のブランド化や冬春期野菜において県産イメージを確立することにより、全国シェア上位品目の増加に寄与していく。 また、プロモーションイベントにおいてWeb等を活用したPR活動を併せて実施したことにより、アクセス数の増加につながった。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・マンゴーなど、高級フルーツのブランド化が進んでいない。 ・冬春期野菜について、「沖縄県産」のイメージが薄い。 |
|--|

(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"> ・パインやマンゴーの高級ブランド化が必要である。 ・冬春期野菜の「沖縄県産」イメージを確立する必要がある。 |
|--|

4 取組の改善案(Action)

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ネーミングや包装も含めた総合的なブランド化を推進する。 ・「沖縄県産」を前面に打ち出したプロモーションを展開する。 |
|---|

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | 県内外市場への販路開拓 | | | |
| 主な取組 | 県産食肉等需要開拓事業 | 実施計画 記載頁 | 245 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|----------------|
| 取組内容 | 国内外市場ニーズの把握、多様な販売ルート開拓を行うため、畜産物の国内外における市場分析調査を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 3回 調査回数 | | | → | | | 県 公社 民間等 |
| | 販路開拓のための調査 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|--|-------|---|----------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県食肉等需要開拓対策事業 | 20,000 | 6,940 | 県産食肉の販売促進活動への支援を行うとともに、販路開拓のための市場調査を実施。 平成26年度は香港2回及び県外2回(東京・静岡)における市場調査を実施。 | 各省 計上 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 販路開拓のための調査 | | | 3回 | 4回 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 県産食肉の販促活動への支援を行うとともに、販路拡大のための市場調査を実施した。 平成26年度は香港、県外(東京・静岡)における市場調査を実施するとともに、香港におけるプロモーションを実施した。 量販店において、県産食肉フェア等を実施し、県産食肉のPRを行った。 フェアにおいては県産食肉の評判はよく販路開拓に繋がった。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------------|--------|--|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県食肉等需要開拓対策事業 | 50,000 | 平成26年度に引き続き、県産食肉の販売促進活動及び国内外販路開拓のための市場調査(国外1回、県外2回)を実施し、平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づく施策展開の強化と輸出伸長への取り組みを支援する。 | 各省計上 |

(3) これまでの改善案の反映状況

策定した県産食肉需要開拓プログラムや関連事業により、販促資材や新聞広告を活用したアンブレラブランド(まーさんブランド)の周知を図った。
 日本ドライエイジングビーフ普及協会とのパートナーシップ協定の締結により低利活用部位を活用したドライエイジングビーフの適切な技術開発・普及に向けて取り組んだ。
 県産食肉の生産拡大を図るため、畜舎整備等の生産基盤強化を行った。

(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 |
|----------------|--|--------------------|-------------------|---------|-------|
| 食肉加工施設における処理頭数 | 1,548頭/日 (22年度) | 1,251頭/日 (26年度) | 1,728頭/日 | △297頭/日 | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 県内と畜頭数(牛) | 4,161頭 (24年) | 4,558頭 (25年) | 4,158頭 (26年) | → | — |
| 県内と畜頭数(豚) | 351,121頭 (24年) | 332,653頭 (25年) | 311,229頭 (26年) | ↘ | — |
| 状況説明 | 引き続き県産食肉の販売促進活動及び海外販路開拓のための市場調査を実施し、平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づく施策展開の強化と輸出伸長への取り組みを継続的に実施する。 現在、県内における飼養頭数の減少により、食肉加工施設における処理頭数は減少しているが、生産基盤の強化を図り、処理頭数の増加に取り組む。 成果指標のH28年度目標については、畜産農家の高齢化による離農等により家畜飼養頭数が減少しているため、食肉加工処理施設における処理頭数も減少していることから目標達成は困難と見込まれる。 しかし、県産食肉の輸出等については定時定量出荷が重要であることから、養豚施設等総合整備事業等を活用し、生産基盤の強化を図り飼養頭数の増加に取り組んでいるところである。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・畜産農家戸数の減少に伴い、県産食肉生産量は減少傾向にあるため、県内外へのニーズに対応できる定時定量出荷に課題がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・定時定量出荷には飼養農家戸数・飼養頭数の増加が必須であるため、平成26年度に引き続き各種事業を活用し、県内における生産基盤の強化を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・平成26年度に引き続き、各種事業を活用し養豚施設整備等を行い、県内における生産基盤の強化を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | | | |
| 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 | 245 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

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 | | | 輸出先の特性に応じたプロモーション・マッチング支援 | | → | 県 |
| | プロモーション活動 3回/年 | | | | | | |
| | 商談会・バイヤー招へい 3回/年 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|---------------------|---|--------|---|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県産農林水産物海外販路拡大支援事業 | 42,700 | 41,127 | 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(台湾)、見本市出展(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 | | | 3回 | 8回 |
| 商談会・バイヤー招へい | | | 3回 | 3回 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 前年度に一次的に絞り込んだ品目を中心に、テストマーケティングを行い、各地域における定番化・販路拡大可能性の高い品目について検証を行った。商談会は前年同様に、香港・シンガポール・県内の3カ所で開催し、18社が参加し、和牛やもずくを中心に約170万円の成約があった(年間約3,500万円見込)。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27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 | 43,128 | 引き続き海外における商談会の開催等により海外市場におけるプロモーションを強化し、県産農林水産物の海外への販路拡大を図る。併せて、新規販路開拓の可能性も調査する。 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

年度内の早い時期(5月)から事業を実施し、季節ごとの旬の品目のプロモーションを行うとともに、各地のテストマーケティングによる有望品目の絞り込み及びレシピの提案を実施した。また、商談会では、事前の周知により、前年を上回る18件の事業者が参加し、海外販路開拓のきっかけを作った。また、輸出セミナーの開催を通して事業者に対し海外市場や先進事例の紹介を行い、輸出業務への理解を深めた。

(4) 成果指標の達成状況

| 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 | | 10社 (24年) | 16社 (25年) | 18社 (26年) | ↗ | — |
| 沖縄県から輸出される農産物の輸出額 | 肉類 | 40,502千円 (24年) | 87,621千円 (25年) | 152,278千円 (26年) | ↗ | — |
| | 果実・野菜 | 40,722千円 (24年) | 71,033千円 (25年) | 119,524千円 (26年) | ↗ | — |
| 状況説明 | <p>那覇空港の国際物流ハブ化や香港の畜肉倉庫の整備等により、県から輸出される農産物の輸出額は年々増加しており、平成28年には相当量の増加が見込まれる。</p> <p>また、商談会の実施にあたっては、関係機関と連携し、海外展開に興味を持つ多くの県内生産者へ呼びかけを行うなど参加企業の増加に努めており、平成27年度は20社以上の参加を目標としている。</p> | | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・海外への農林水産物の輸出は、食文化や商流が日本と異なるため、国内とは異なるプロモーションが求められる。
- ・海外向け輸送では、手続きや荷物の扱いが国内と異なることから、現地に届くまでに中身が劣化してしまう事例が多い。
- ・主な輸出先である東南アジアでは、輸出品目が現地食材と被るため、価格面で競争力が弱い。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・量販店におけるテストマーケティングだけでなく、現地の食文化や商流に合わせて、他産地との差別化を図るプロモーションが必要である。
- ・海外向け輸送に耐えられる梱包資材や輸送方法の検討を行う必要がある。
- ・東南アジア以外で、県産農林水産物が競争力をもちうる有望な市場の開拓が求められる。

4 取組の改善案(Action)

- ・事業内で選定した品目を中心に、ギフト化や現地ホテル向けの食材提案など、県産食材の高付加価値化に繋がるプロモーションを行う。
- ・海外向けの出荷に適した輸送方法や梱包資材の調査・提案を行う。
- ・現在の主な輸出地である東南アジア以外で新たな販路開拓の可能性を探る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | | | |
| 主な取組 | 産地漁協ビジネス連携新商品開発支援事業 | 実施計画 記載頁 | 245 | |
| 対応する 主な課題 | ○県産農林水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産農林水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産農林水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による農林水産物の高付加価値化が重要である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 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、各地域の地先水産物の新商品開発を支援する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 10件 新商品開発支援数 | | → | | | → | 県等 |
| | 地先水産物の新商品開発支援 Fish-1グランプリの開催 | | | | | | |
| 担当部課 | 農林水産部水産課 | | | | | | |

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

| 平成26年度実績 | | | | |
|---------------------|---|--------|--|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 産地漁協ビジネス連携新商品開発支援事業 | 81,369 | 73,008 | <ul style="list-style-type: none"> ・地先水産物の新商品開発支援(補助金)を10団体に行った。 ・県産水産物を使用した水産加工品コンテスト「Fish-1グランプリ」を開催(1回、2月実施)した。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 商品開発支援数 | | | 10件 | 19件 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 平成26年度は、17団体から応募があり、そのうち10団体へ補助金を交付、計19件の新商品が開発され、取組を順調に推進した。また、開発された新商品は、Fish-1グランプリでのテストマーケティングを経て、さらに改良を重ね、より魅力的な商品へと仕上げられている。Fish-1グランプリ出展商品の中には、既に県内の量販店等との取引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。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------|------|-------------|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| — | — | 平成26年度で事業完了 | — |

(3) これまでの改善案の反映状況

Fish-1グランプリ出展者の募集にあたっては、これまで水産関係団体のみに通知していたが、漁業系統団体以外の加工事業者や飲食店業者などの幅広い業態からの応募を促すため、平成26年度から市町村を通して周知を図った。これにより、市町村等が実施する地元特産品開発の取り組みとの連携が図られ、19品目の加工品が開発された。

(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 |
|-------------------------|---|-----------------|-----------------|------|-------|
| 水産物卸売市場の取扱量 | 14,228t (22年) | 14,469 (25年) | 14,228t | 241t | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 水産物加工品目別生産量 (節製品を除く) | 3,820t (22年) | 3,976t (23年) | 3,918t (24年) | → | — |
| 状況説明 | 水産卸売市場の取扱量は、平成22年に比べ、241tの増となっており、目標を達成している。また、参考データとして示した、「水産加工品の生産量(節製品を除いた値)」についてみても、平成22年と比べ、98tの増となっており、市場取扱量の増加とともに、加工品の生産量も向上していると判断できる。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・主な加工事業主体である漁協は、零細であり、加工ノウハウの蓄積、人材確保、資金調達力が課題となっている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・平成26年度で事業は終了となるが、平成25年度から水産海洋技術センターにおいて加工機器を整備しており、加工事業を希望する漁協や各漁協女性部等への加工指導体制を整えている。今後も引き続き、本事業で育成された人材・団体を中心に商品開発の取り組みを支援することで、水産加工業の活性化が期待できる。

4 取組の改善案(Action)

・水産海洋技術センターにおいて整備された加工機器を活用し、本事業で育成された人材・団体を中心に引き続き商品開発の取り組みを支援していく。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | | | |
| 主な取組 | 県産水産物販売戦略構築事業 | 実施計画 記載頁 | 245 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|-------------------|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 持続的に漁業生産額の拡大を図るために、市場調査による魚種毎のマーケティング方策の作成、戦略的プロモーション、効率的な県産水産物物流システム構築のための実証試験を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | | 県産水産物の魅力ある販売戦略の構築 | | | | | 県 |
| 担当部課 | 農林水産部水産課 | | | | | | |

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

| 平成26年度実績 | | | | |
|----------------------------|--|--------|---|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 持続的な漁業生産額拡大のためのマーケティング支援事業 | 40,484 | 38,463 | <ul style="list-style-type: none"> ・魚種別のマーケティング戦略の策定 ヤイトハタ等4魚種について、消費地8箇所における調査を実施し戦略を策定した。 ・販売促進プロモーション活動の実施 メカジキ、クルマエビ、モズク、マチ類等について、県内外の飲食店や量販店等と連携したPRを実施した。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 魚種毎のマーケティング方策の作成 | | | — | 4種 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 平成26年度は、ヤイトハタ、ハマフエフキ、クビレズタ、ヒトエグサの計4魚種について、主要消費地での調査を行い、マーケティング戦略を策定した。今後、当該マーケティング戦略に基づく、販売促進のためのプロモーションを行っていくことにより、県産魚介藻類の県外での販路拡大と高付加価値化が進み、漁業生産額の拡大が図られる。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------------------------|--------|---|----------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 持続的な漁業生産額拡大のためのマーケティング支援事業 | 40,484 | 販売促進プロモーション活動の実施 メカジキ、クルマエビ、マチ類等について、県内外の飲食店や量販店等と連携したPRを実施する。 | 一括交付金 (ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

生産現場へ消費地の意見をフィードバックするプロモーションの施策展開を図るため、生産者等と連携した取り組みとすることに努めた。具体的には、モズクでは生産者、流通業者及び量販店の三者と連携し、クルマエビでは生産団体及び飲食店の二者と密に連携をとって実施した。

(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 |
|-------------|--|-----------------|---------|------|-------|
| 水産物卸売市場の取扱量 | 14,228t (22年) | 14,469 (25年) | 14,228t | 241t | — |
| 状況説明 | マーケティング戦略の策定及び販売促進プロモーション活動を順調に推進することで、国内外への販路拡大に寄与している。水産卸売市場の取扱量は、平成22年に比べ、241tの増となり、目標値達成に向けて順調に推移している。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・消費者が購入する水産物としては、ここ数年でサケやブリが増加する一方、イカ、マグロ、サンマが減少するなど、水産物の消費形態は年々変化している。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・平成26年度で市場調査及び魚種ごとのマーケティング戦略の策定は完了し、次年度以降はこれらの戦略に基づくプロモーションを実施することになる。戦略を策定した魚種は19魚種と多種に及ぶことから、プロモーションの方向性が類似する魚種については、可能な限りまとめてプロモーションを行うことにより、取り組み効果のさらなる向上が期待できる。

4 取組の改善案(Action)

・プロモーションを実施する中で、常に最新のトレンドの把握に努め、消費形態の変化へ柔軟に対応していく。

・プロモーションの実施にあたって、プロモーション戦略の方向性が類似する魚種については、可能な限りまとめてプロモーションを行うことにより、取り組み効果のさらなる向上を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内外市場への販路開拓 | | | |
| 主な取組 | 漁業生産拡大マーケティング支援事業 | 実施計画 記載頁 | 246 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 持続的に漁業生産額の拡大を図るために、市場調査による魚種毎のマーケティング戦略の作成、戦略的プロモーション、効率的な県産水産物物流システム構築のための実証試験を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 魚種別マーケティング方策策定 | | | | | 県 | 県 |
| | 販売促進プロモーション活動 | | | | | | |
| 担当部課 | 農林水産部水産課 | | | | | | |

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

| 平成26年度実績 | | | | |
|----------------------------|--|--------|---|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 持続的な漁業生産額拡大のためのマーケティング支援事業 | 40,484 | 38,463 | <ul style="list-style-type: none"> ・魚種別のマーケティング戦略の策定 ヤイトハタ等4魚種について、消費地8箇所における調査を実施し戦略を策定した。 ・販売促進プロモーション活動の実施 メカジキ、クルマエビ、モズク、マチ類等について、県内外の飲食店や量販店等と連携したPRを実施した。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 魚種毎のマーケティング方策の作成 | | | — | 4種 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 平成26年度は、ヤイトハタ、ハマフエフキ、クビレズタ、ヒトエグサの計4魚種について、主要消費地での調査を行い、マーケティング戦略を策定した。今後、当該マーケティング戦略に基づく、販売促進のためのプロモーションを行っていくことにより、県産魚介藻類の県外での販路拡大と高付加価値化が進み、漁業生産額の拡大が図られる。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------------------------|--------|---|----------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 持続的な漁業生産額拡大のためのマーケティング支援事業 | 35,626 | 販売促進プロモーション活動の実施 メカジキ、クルマエビ、マチ類等について、県内外の飲食店や量販店等と連携したPRを実施する。 | 一括交付金 (ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

生産現場へ消費地の意見をフィードバックするプロモーションの施策展開を図るため、生産者等と連携した取り組みとすることに努めた。具体的には、モズクでは生産者、流通業者及び量販店の三者と連携し、クルマエビでは生産団体及び飲食店の二者と密に連携をとって実施した。

(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 |
|-------------|---|-----------------|---------|------|-------|
| 水産物卸売市場の取扱量 | 14,228t (22年) | 14,469 (25年) | 14,228t | 241t | — |
| 状況説明 | マーケティング戦略の策定及び販売促進プロモーション活動を順調に推進することで、国内外への販路拡大に寄与している。水産卸売市場の取扱量は、平成22年に比べ、241tの増となっており、目標値達成に向けて順調に推移している。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・消費者が購入する水産物としては、ここ数年でサケやブリが増加する一方、イカ、マグロ、サンマが減少するなど、水産物の消費形態は年々変化している。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・平成26年度で市場調査及び魚種ごとのマーケティング戦略の策定は完了し、次年度以降はこれらの戦略に基づくプロモーションを実施することになる。戦略を策定した魚種は19魚種と多種に及ぶことから、プロモーションの方向性が類似する魚種については、可能な限りまとめてプロモーションを行うことにより、取り組み効果のさらなる向上が期待できる。

4 取組の改善案(Action)

・プロモーションを実施する中で、常に最新のトレンドの把握に努め、消費形態の変化へ柔軟に対応していく。
・プロモーションの実施にあたって、プロモーション戦略の方向性が類似する魚種については、可能な限りまとめてプロモーションを行うことにより、取り組み効果のさらなる向上を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○地産地消等による消費拡大 | | | |
| 主な取組 | おきなわ島フード利用促進事業 | 実施計画 記載頁 | 246 | |
| 対応する 主な課題 | ○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り、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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | これまでの地産地消に加え、花と食のフェスティバルにおいて、観光産業と連携することで、「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。 学校給食現場に対し、県産食材の情報提供等を行うことにより、地産地消の促進を図る。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 花と食のフェスティバル開催支援 | | | | | → | 県 |
| | 学校給食等における消費拡大 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|------------------------|---|--------|--|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわ島 フード利用 促進事業 | 30,000 | 29,322 | 奥武山公園において、2月に「おきなわ花と食のフェスティバル2015」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。 学校給食現場の栄養教諭等に対し、旬の県産食材の情報やサンプルの提供を行い、学校給食への県産食材の消費拡大を行なった。 県産農林水産物利用状況調査を行った。 | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 花と食のフェスティバル開催 | | | 1回 | 1回 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 「おきなわ花と食のフェスティバル」を通して、観光産業との連携により、新たな「地産地消」の展開と県産農林水産物の魅力を発信した。 学校給食現場の栄養教諭等に対し、産地研修会や食材提案会を行ない旬の県産食材の情報提供や、食材サンプルの提供を行い、学校給食への県産食材の消費拡大を図った。 県産農林水産物利用状況調査を行い、県内ホテル及び学校給食における県産農林水産物の利用状況の現状と課題を明確化することができた。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------------|--------|--|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわ島ふーど利用促進事業 | 27,900 | ①県産農林水産物利用状況調査(学校給食・ホテル) ②「おきなわ食材の店」における県産食材利用拡大支援 ③学校給食における県産食材消費拡大 ④花と食のフェスティバル、地産地消シンポジウム等 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

「おきなわ花と食のフェスティバル」に「おきなわ食材の店」としてブースを設けて出店し、沖縄食材をふんだんに使用したメニューを提供することにより、「おきなわ食材の店」制度と県産食材のPRを行った。
モノレールへの広告やテレビ、ラジオでのCM放送などを行い、広く誘客を図った。

(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 |
|---------------------|---|-------------|-------------|------|-------|
| 「おきなわ食材の店」登録店舗数(累計) | 100店(22年度) | 208店(26年度) | 230店(28年度) | 108店 | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 地産地消イベント来場者数 | 15万人(24年) | 14.3万人(25年) | 12.0万人(26年) | ↘ | — |
| 状況説明 | 県ホームページで登録店舗のPR活動を行なうとともに、関係機関やマスコミを通じた登録募集呼びかけを行なうことで、208店舗の登録を達成した。県民だけでなく観光客も多く訪れるホテルや飲食店において、県産食材を積極的に活用することにより一層の消費拡大が図られるものと考えられる。 「花と食のフェスティバル」は天候の影響で来場者数は減少したものの、前年度を上回る4000万円を売上げるなど、県産食材の消費拡大に貢献した。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・県内では多種多様な農林水産物を生産しており、そのニーズは高いが、定番食材を除いてそれぞれの時期や産地、調理法といった情報がまだまだ県民の間で認知されていない。
- ・本県には年間500万人もの観光客が訪れるが、旅行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。
- ・学校給食での県産食材利用促進のためには、実際にメニューを決める栄養教諭等への働きかけが重要である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・地産地消への関心は高まっており、県産食材やその活用法についての情報発信、飲食店やホテル、土産品店などをはじめとした観光業と連携した取組を行う必要がある。
- ・学校給食での県産食材利用促進については、栄養教諭等への情報提供が重要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・「おきなわ花と食のフェスティバル」において県内団体や飲食店等との連携をさらに強化し、島野菜をはじめとする県産食材新メニューを開発し、来場者へむけた実演販売や試食、販促資材の配布を通して、県産食材やその活用法に関する幅広い情報発信を行い、県産農林水産物のイメージアップを図る。
- ・部内他事業との連携により、県内消費者のみならず県内外のバイヤー向けに、県産農林水産物の多角的なプロモーション活動を行う。
- ・学校給食現場の栄養教諭等に対して、県産食材の旬や産地、料理方法について引き続き情報発信を行なっていく。

「主な取組」検証票

| | | |
|--------------|--|-----------------|
| 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 | |
| (施策の小項目) | ○地産地消等による消費拡大 | |
| 主な取組 | 直売所を中心とした地産地消の推進 | 実施計画 記載頁 246 |
| 対応する 主な課題 | ○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り、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。 | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----------------------------------|----|-----|------|
| 取組内容 | 地産地消の推進に対応した、直売所の活性化と観光産業との連携による県産食材の消費拡大を図るため、直売所の実態調査や飲食業界とのマッチング、県産食材フェアなどの誘客、販促イベントを実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 実態調査 | | | 10名 育成数 | → | | 県 |
| | 県産食材供給実証 2モデル/年 | | | 直売所の特性に応じた 直売所活性化支援及び 人材育成 | | → | |
| | 地域誘客支援 イベント開催1回/年 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|--------------------|---|--------|---|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 直売所を核とした県産食材消費拡大事業 | 28,650 | 27,520 | 地産地消の推進に対応した、直売所の活性化と観光産業との連携による県産食材の消費拡大を図るため、直売所の実態調査やホテル・学校給食への供給実証、県産食材フェア・ツアー等の誘客事業を行った。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 直売所を対象としたセミナーの開催 | | | — | 1回 |
| 県産食材供給実証 | | | 2モデル | 2モデル |
| 地域誘客支援 | | | 1回 | 4回 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | <p>特徴的な3直売所をモデル店舗に選び、コンサルタントのアドバイスを受けながら、発展の要となる「店舗コンセプト」づくりをはじめ、課題解決に向けた取組を行った。また、その取組をハンドブックにまとめ、事業報告会で紹介した。</p> <p>直売所と飲食店が連携し行なった誘客キャンペーンでは、地元客を中心に多くの方が参加し、期間中の総売り上げが前年を2割前後上回る結果となった。</p> <p>また、日帰りバスツアーに直売所を組み込んだツアーにも、計616人が参加した。</p> <p>ホテル、学校給食への県産食材供給実証では、新たな路線構築により、県産食材の利用促進につながった。</p> | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|-------------------|--------|--|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわ地産地消推進モデル構築事業 | 29,451 | ①地産地消コーディネーターの育成・確保(コーディネーター育成講座の開催) ②直売所におけるネットワーク強化・連携促進 ③離島推進モデル構築 ④沖縄型食事の料理講習会やコンテストの開催 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

地産地消の推進に対応した、直売所の活性化と観光産業との連携による県産食材の消費拡大を図るため、直売所の実態調査やホテル・学校給食への供給実証、県産食材フェア・ツアー等の誘客事業を行なった。
供給実証において、参加する直売所やホテル、飲食店を増やして供給ルートの拡大を図るため、新たにリゾートホテルレストラン、飲食店とのマッチングを行った。利用者との協議により料金を設定し、計108回の食材供給を行い、自走化可能な物流モデルの構築につながった。

(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 |
|---------------------|--|----------------|----------------|------|-------|
| 「おきなわ食材の店」登録店舗数(累計) | 100店(22年度) | 208店(26年度) | 230店 | 108店 | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 1直売所当たりの農林水産物売上高 | 12,191万円(24年度) | 14,819万円(25年度) | 15,645万円(26年度) | ↗ | — |
| 状況説明 | 直売所とホテルや飲食店が連携した取組を実施することで、誘客や販路の拡大につなげることができた。その結果、直売所売上高も順調に増加しており、平成28年度目標値230店舗の達成は十分見込めるものと考えられる。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・委託事業の中で、コンサルタントのアドバイス等を受け、直売所の課題解決や、その他の観光産業や飲食業との連携を行ない一定程度の効果があることが判明したが、それを継続的に行なっていけるかが課題である。
- ・離島において地産地消を推進するためには、直売所の働きが大きなポイントとなるが、連携が十分とれているとはいえない状況である。
- ・県産食材の中にはまだまだ認知度が低いものが多いため、地産地消が進まない。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・他業種との連携等を継続して行っていくためには、直売所の従業員等自らが、コーディネーターの役割を担えるようになる必要がある。
- ・離島の直売所と連携して、地産地消を促進する取組を行なうことが重要。
- ・地産地消を推進するためには、食材のPRと併せて、調理方法等の情報発信も行うことが重要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・直売所の従業員等を対象に、地産地消コーディネーターを育成するためのセミナー等を開催する。
- ・離島におけるモデル事業を実施し、離島において地産地消の促進する方法を検討する。
- ・県産食材を使用した料理講習会やコンテストを開催し、調理方法等の情報発信を行う。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 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 | | | |
| (施策の小項目) | ○地産地消等による消費拡大 | | | |
| 主な取組 | 地産地消に取り組む飲食店等の拡大 | 実施計画 記載頁 | 246 | |
| 対応する 主な課題 | ○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り、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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|--------------|-----|------|
| 取組内容 | 県産食材の利用拡大による地産地消の推進を目的として、県民のほか、観光客も数多く利用する県内飲食店における県産食材の利用拡大を促進する。 そのための取組として、県産農林水産物を積極的に活用した料理を提供している飲食店等を登録する「おきなわ食材の店」制度のPRと、登録促進を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 161件 登録店舗数 | | | → | 230件 (累計) | → | 県 |
| | 「おきなわ食材の店」への登録促進 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|---|--------|--|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわ島ふード利用促進事業 | 30,000 | 29,322 | 登録店舗と協力しキャンペーンや花と食のフェスティバルへの出店、のぼりや小冊子等を作成・イベント等で配布など、「おきなわ食材の店」のPRを強化した。 また、県産食材活用セミナーや産地視察ツアーなど、「おきなわ食材の店」登録店向けの活動も行った。 | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 登録店舗数 | | | 196件 | 208件 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 平成26年度の登録募集の際に、実施予定の取り組みを掲載した登録ガイドを作成し、「おきなわ食材の店」制度に登録することによるメリット等をわかりやすく提示した。 その結果、新たに33店舗の登録があり、「おきなわ食材の店」登録店舗数は平成26年10月時点で208件と順調に増加している。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------------|--------|--|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわ島ふーど利用促進事業 | 27,900 | ①県産農林水産物利用状況調査(学校給食・ホテル) ②「おきなわ食材の店」における県産食材利用拡大支援 ③学校給食における県産食材消費拡大 ④花と食のフェスティバル、地産地消シンポジウムの開催 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

おきなわ食材の店での特典付き「おきなわ食材いただきますマップ」の作成、花と食のフェスティバルへの出店、「知っ得キャンペーン」の実施など、おきなわ食材の店登録店と連携したPR活動を行なった。

スマートフォン向けにウェブサイトを最適化したほか、雑誌媒体(おきなわいちば、おきレシBOOK、沖縄エンジョイBOOK等)を利用したPR活動を行なった。

生産者とおきなわ食材の店登録店との繋がりを強化するため、登録店向けの情報誌(知産地消新聞)の発行(年4回)、産地視察ツアーを行なった。

他部の事業と連携し、取組状況や店舗情報などを共有しながら、事業を実施した。

(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 |
|---------------------|--|----------------|--------|------|-------|
| 「おきなわ食材の店」登録店舗数(累計) | 100店 (22年度) | 208店 (26年度) | 230店 | 108店 | — |
| 状況説明 | 県ホームページで登録店舗のPR活動を行なうとともに、関係機関やマスコミを通じた登録募集呼びかけを行なうことで、208店舗の登録を達成した。県民だけでなく観光客も多く訪れるホテルや飲食店において、県産食材を積極的に活用することにより一層の消費拡大が図られるものと考えられる。 登録店舗数については、これまでも順調に増加しており、平成28年度の目標である230店舗は達成出来る見込みである。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・「おきなわ食材の店」登録制度は平成20年度に始まり、PR資材や小冊子等、ホームページによる情報発信等を実施してきたが、食材の店からは認知度の低さが指摘されている。
- ・県産食材の中にはまだまだ認知度が低いものが多いため、飲食店側に十分な情報がない場合が多い。
- ・外国からの観光客の増加に伴い、外国人観光客に対する取り組みの必要性も増えている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・「おきなわ食材の店」の認知度を上げるためには、登録店とも協力しながら、様々な手法でPR活動を行っていく必要がある。
- ・飲食店側に積極的に県産食材の情報提供をすることが利用促進に繋がる。
- ・観光担当部署や商工担当部署と情報共有を行うなどの連携を強化し、利用できる事業や支援制度の情報を提供していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・花と食のフェスティバルへの共同出店や地産地消シンポジウムの開催など、登録店同士交流しながら「おきなわ食材の店」のPR活動を行っていく。
- ・食材の店登録店向けに、県産食材のセミナーや産地視察会を開催するなど、様々な方法で県産食材の情報を発信し、県産食材の利用促進に繋げる。
- ・沖縄県コンベンションビューローが行っている飲食メニューの外国語翻訳支援事業について、情報提供することで利用を促進し、外国からの観光客に対する取り組みを強化する。

「主な取組」検証票

| | | | |
|--------------|--|---------------|-----|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工体制の強化 | |
| 施策 | ②農林水産物の戦略的な販路拡大 | | |
| (施策の小項目) | ○地産地消等による消費拡大 | | |
| 主な取組 | 県産材需要拡大促進事業 | 実施計画 記載頁 | 246 |
| 対応する 主な課題 | ○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十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。 | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 木育キャラバンの開催及び沖縄県木材需給情報システムを活用し、木製品の良さについて県民への普及啓発を行い、木育を推進するとともに、県産材料利用の拡大を図る。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 木育イベントの開催、webによる県産木材の需給情報発信 | | | | | → | 県 |
| | | | | | | | |
| 担当部課 | 農林水産部森林管理課 | | | | | | |

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

| 平成26年度実績 | | | | |
|------------------|--|--------|---|-------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄型県産材活用システム構築事業 | 13,147 | 12,757 | <ul style="list-style-type: none"> ・広葉樹の特性を活かした家具等の市場調査・分析を実施した。 ・商品開発(試作品製作)については、成分分析した15種の樹木から6種の精油を抽出し、アロマオイルとしての可能性を検討した。 | 内閣府計上 |
| 県産材需要拡大促進事業 | — | — | <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄県木材需給情報システムにより県内の木工事業者や作品の紹介及び木育イベント等の情報発信を行った。 ・小学生、中学生を対象とした木育講座(出前講座)を実施した。 ・県が実施する木育キャラバンは平成24年度に終了したため、フェスティバル、祭り会場、商業施設等において木エクラフトの開催や県産木製品の積木貸出を実施した。 | — |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 木育イベントの開催 | | | — | 15件 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | <ul style="list-style-type: none"> ・小中学校を対象とした木育出前講座を実施した結果、森林機能の理解や木材を活用する重要性について意識の向上が図られた。 ・フェスティバル、祭り会場、商業施設における木エクラフト開催や県産木製品の積木貸出しにより、県産木材利用に対する意識の向上が図られた。 ・インターネットを活用した沖縄県木材需給情報システムを確立し、木イベントなど情報発信を行うことで、林業関係者の木材の販売の促進や県民の木材に対する意識の高揚に繋がった。 ・広葉樹の特性を活かした家具等の市場調査・分析の実施し及び有望分野について商品開発(試作品)を実施した結果、県産木材需要拡大の促進が図られた。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|-------------|-------|--|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 県産材需要拡大促進事業 | 8,869 | <ul style="list-style-type: none"> ・森林認証制度支援、沖縄県木材需給情報システムの改良等 ・沖縄県木材需給情報システムによる県内の木工事業者や作品の紹介及び木育イベント等の情報発信 ・小学生、中学生を対象とした木育講座(出前講座) ・フェスティバル、祭り会場、商業施設等における木工クラフト開催や県産木製品の積木貸出 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

小学校等を対象にした木育出前講座を積極的に実施し、県民の木材に対する意識の高揚に繋がった。広葉樹の特性を活かした家具や木工芸用材等の市場調査・分析を実施し、有望分野であるアロマについて試作品を製作した。

(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 |
|------|--|-----|--------|-----|-------|
| — | — | — | — | — | — |
| 状況説明 | 県民への県産材の普及啓発、広報活動を行ったことにより、森林・木材への理解が深まり、県産木材の利用拡大に繋がっている。 また、沖縄県木材需給情報システムを活用し、県内の木工事業者や作品の紹介及び木育イベント等の情報発信を行うことで、県産木材の利用推進、流通・販売体制の強化に繋がっている。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・本県は広葉樹が主体であり、生産される木材は曲り材が多いことから、その特性を生かし、県産木材の品質向上及び付加価値の増大等を図る必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・県産木材の需要拡大を図るため、県民の木材に対する意識を高揚する必要がある。
 ・価格の安い外材等に対抗できるよう県産木材の特性をうまく生かし、県産木材の品質向上及び付加価値の増大等を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・イベントや祭り会場における木工クラフトの開催、商業施設等を対象とした積木の貸出、沖縄県木材需給情報システムの活用、小学校等を対象とした木育出前講座を引き続き実施し、主に県産木製品の良さについて普及啓発を行い、県産木材利用の拡大を図る。
 ・県産木材の品質向上及び付加価値の増大等を図る必要があるため、北部地域の森林資源に応じた認証制度の調査及び基本方針の検討を実施する。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ③農林水産物の高付加価値化対策 | | | |
| (施策の小項目) | — | | | |
| 主な取組 | 県産畜産物を利用した機能性食品の開発 | 実施計画 記載頁 | 246 | |
| 対応する 主な課題 | ○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。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|----------------|
| 取組内容 | 県産食肉の新たな需要を創造するため、経産牛や豚肉の低利活用部位を生かした機能性食品の開発等を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 1件 支援件数 | | | | → | → | 県 公社 民間等 |
| | 機能性食品の開発・販売支援 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|--|-------|---|----------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県食肉等需要開拓対策事業 | 20,000 | 6,940 | プロモーションの実施、販促資材の作成等により、県産食肉ブランド(まーさんブランド)の周知を図った。 また、日本ドライエイジングビーフ普及協会とのパートナーシップ協定の締結により、低利活用部位を活用したドライエイジングビーフの適切な技術開発・普及に向けて取り組んだ。 | 各省 計上 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 機能性食品の開発・販売支援 | | | 1件 | 1件 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 日本ドライエイジングビーフ普及協会とのパートナーシップ協定の締結により低利活用部位を活用したドライエイジングビーフの適切な技術開発・普及に向けて取り組んだ。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------------|--------|--|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄県食肉等需要開拓対策事業 | 50,000 | 平成26年度に引き続き、県産食肉の新たな需要を創造するため、経産牛や豚肉の低利活用部位を生かした調理方法・食べ方を検討し、試食販売等を支援する。 | 各省計上 |

(3) これまでの改善案の反映状況

プロモーションの実施、販促資材の作成等により県産食肉ブランド(まーさんブランド)の周知を図るとともに、日本ドライエイジングビーフ普及協会とのパートナーシップ協定の締結により低利活用部位を活用したドライエイジングビーフの適切な技術開発・普及に向けて取り組んだ。

(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 |
|----------------|--|--------------------|-------------------|---------|-------|
| 食肉加工施設における処理頭数 | 1,548頭/日 (22年) | 1,251頭/日 (26年度) | 1,728頭/日 (28年) | △477頭/日 | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 県内と畜頭数(牛) | 4,161頭 (24年) | 4,558頭 (25年) | 4,158頭 (26年) | → | — |
| 県内と畜頭数(豚) | 351,121頭 (24年) | 332,653頭 (25年) | 311,229頭 (26年) | ↘ | — |
| 状況説明 | <p>現在、県内における飼養頭数の減少により、食肉加工施設における処理頭数は減少しているが、生産基盤の強化を図り、処理頭数の増加に取り組む。</p> <p>食肉加工施設における処理頭数については、肉用牛のみならず肉豚等も含まれることから、各畜種における増頭対策が必要となる。</p> <p>特に、と畜頭数の大部分を占める肉豚については養豚施設等総合整備事業の実施により増頭対策を行っているが、飼養農家の高齢化等により減少傾向に歯止めが効かない状況であることから平成28年度の目標値の達成は困難である。</p> | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・飲食店等においてドライエイジングビーフを活用するにあたり、ドライエイジングの熟成技術に課題がある。
- ・県内においてドライエイジングビーフの認知度はやや向上しているが、未だに低い状況である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・日本ドライエイジングビーフ協会による技術の開発等支援により、『沖縄型ドライエイジングビーフ』の確立を図る必要がある。
- ・販促ツールの作成等によりドライエイジングビーフの普及・啓発を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・日本ドライエイジングビーフ協会とのパートナーシップ協定を活用した技術の開発等支援により、『沖縄型ドライエイジングビーフ』の確立を図る。
- ・販促ツールの作成等によりドライエイジングビーフの普及・啓発を図る。

「主な取組」検証票

| | | |
|--------------|--|-----------------|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 |
| 施策 | ③農林水産物の高付加価値化対策 | |
| (施策の小項目) | — | |
| 主な取組 | 県産農産物付加価値向上 | 実施計画 記載頁 246 |
| 対応する 主な課題 | ○県産農林水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産農林水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産農林水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による農林水産物の高付加価値化が重要である。 | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|---------------------------------|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 地域内の農業者、農産物加工グループ及び加工・流通業者等との相互連携による3つの商品開発モデル(地域内展開モデル・県内展開モデル・全国展開モデル)の構築を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | モデル開発 ・地域内展開 ・県内展開 ・全国展開 | 開発モデルの定着化促進・普及 (構築モデル数 7モデル) | | | | → | 県 |
| | | 商品開発支援、販路開拓支援 | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|--|------|--|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| — | — | — | 開発モデルの定着化や普及を図るため、商品開発人材育成研修の中で農業者等が開発した対象商品の課題等について、個別相談等を実施するなど人材育成に取り組んだ。 また、販路開拓支援のため商談会(本島1回)やテストマーケティング(東京・本島各1回)を実施した。 | — |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 開発モデルの定着化促進・普及 | | | 7モデル | 7モデル |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 商品開発人材育成研修の中で農業者等が開発した対象商品の課題等について、個別相談等を実施するなど人材育成に取り組んだ。 さらに販路開拓支援のため商談会(本島1回)やテストマーケティング(東京・本島各1回)を実施するなど、計画通り遂行できた。 その結果、付加価値を高める魅力的な商品開発へと導くことができた。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|------------------|---------|---|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわ型6次産業化総合支援事業 | 61,975 | 6次産業化における戦略的な商品開発と人材育成、販路開拓支援。加工品グランプリ(仮称)の開催 | 一括交付金(ソフト) |
| 6次産業化支援事業 | 126,915 | 6次産業化サポートセンターの設置(総合化事業計画作成支援、計画認定後のフォローアップ支援) 総合化事業計画認定事業者に対する新商品開発及び販路開拓支援(補助金) | 各省計上 |

(3) これまでの改善案の反映状況

商品開発人材育成研修では、より高い品質・高い完成度の商品開発支援ができるよう、これまで実施してきた基礎課程講座を縮小し、実践課程講座を充実させるなど、研修プログラムを再構築した。
また、認証取得商品及び開発商品の販路拡大支援として、県内だけでなく県外におけるテストマーケティングを実施した。
さらに、県内ではテストマーケティング(消費者向けの試食販売会)と商談会を同時開催することにより、招聘バイヤーが商品に対する消費者の反応を直に確認することが出来るように設定した。

(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 |
|-------------|---|----------------|----------------|-----|-------|
| — | — | — | — | — | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 商品開発モデルの構築数 | 3モデル (22年度) | 3モデル (23年度) | 3モデル (24年度) | → | — |
| 状況説明 | 全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数については14品目となっているが、構築した開発モデルを活用して熱帯果樹や島ヤサイなど沖縄独自の品目において付加価値を高める商品開発支援を行うことにより、全国シェア上位品目の増加に寄与していく。 また、平成24年度までに構築した商品開発モデル(年3モデル実施)を活用して、今後も商品開発人材の育成支援に取り組んでいく。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・農業経営規模が小さい零細事業者が多いため、商品開発に必要な機材・施設の整備を行う際、資金面での課題が大きい。
- ・一定の経営基盤を有したうえで、今後は新たな商品開発や、他業種との連携で事業拡大を目指す等、更なるステップアップを目指す事業者もあり、個々の成熟度に合わせた支援が求められている。
- ・開発された商品については、テストマーケティングや販売会など、更なる県内外への販路開拓支援が求められている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・商品開発プロセスの実効性をより高めるためには、人材育成や販路拡大支援と併せて初期投資にかかる資金面をサポートできる施策が必要である。
- ・更なるステップアップに取り組む事業者に対しては、国の6次産業化ネットワーク交付金を活用できるよう、総合的なサポートが必要である。
- ・テストマーケティングや商談会と併せて商品PRを行う販促イベントの開催が必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・おきなわ型6次産業化総合支援事業において、人材育成と併せて商品開発に必要な機材等の整備を支援することにより、初期投資の負担軽減を行う。
- ・更なるステップアップに取り組む事業者に対しては、6次産業化支援事業において、総合化事業計画の認定に向けて、6次産業化サポートセンターによる支援や施設整備の補助等、フォローアップを実施する。
- ・開発商品のPRやテストマーケティング等の場として加工品グランプリ(仮称)を開催する。

「主な取組」検証票

| | | |
|--------------|--|-----------------|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 |
| 施策 | ③農林水産物の高付加価値化対策 | |
| (施策の小項目) | — | |
| 主な取組 | 6次産業化支援 | 実施計画 記載頁 246 |
| 対応する 主な課題 | ○県産農林水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産農林水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産農林水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による農林水産物の高付加価値化が重要である。 | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|--------|----|-----|------|
| 取組内容 | 農林漁業者等が、県産農林水産物を利用した加工品の商品力を引き上げる研修会や、販路を拡大するマッチング支援を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 10件 支援件数 | | | | | → | 県 |
| | プレミアム認証支援 | | | 販路開拓支援 | | | |
| | 商品開発人材育成 | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|----------------|--|--------|---|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| プレミアム加工品開発支援事業 | 35,562 | 32,193 | 県産農林水産物を活用した加工品のプレミアム認証に向け、12事業者に対し、集合研修(本島・宮古各1回)と、個々の課題に合った個別研修(本島・宮古・石垣地区各3回)を実施するとともに、販路開拓支援のため商談会(本島1回)やテストマーケティング(東京・本島各1回)を実施した。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 支援件数 | | | 10件 | 12件 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 魅力ある商品を開発できる人材を育成するため、12事業者に対し、集合研修(本島・宮古各1回)と、個々の課題に合った個別研修(本島・宮古・石垣地区各3回)を実施。さらに販路開拓支援のため商談会(本島1回)やテストマーケティング(東京・本島各1回)を実施するなど、計画通り遂行できた。 その結果、魅力的な商品開発や国際認証取得へと導くことができた。 | | | |

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|------------------|---------|---|----------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| おきなわ型6次産業化総合支援事業 | 61,975 | 6次産業化における戦略的な商品開発と人材育成、販路開拓支援。加工品グランプリ(仮称)の開催 | 一括交付金 (ソフト) |
| 6次産業化支援事業 | 126,915 | 6次産業化サポートセンターの設置(総合化事業計画作成支援、計画認定後のフォローアップ支援) 総合化事業計画認定事業者に対する新商品開発及び販路開拓支援(補助金) | 各省 計上 |

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

より高い品質・高い完成度の商品開発支援ができるよう、これまで実施してきた基礎課程講座を縮小し、実践課程講座を充実させるなど、研修プログラムを再構築した。
 また、認証取得商品及び開発商品の販路拡大支援として、県内だけでなく県外におけるテストマーケティングを実施した。
 さらに、県内ではテストマーケティング(消費者向けの試食販売会)と商談会を同時開催することにより、招聘バイヤーが商品に対する消費者の反応を直に確認することが出来るように設定した。

(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 |
|--------------------|---|--------------|--------------|-----|-------|
| — | — | — | — | — | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| モンドセレクション・iTQiへの申請 | 2件 (24年度) | 3件 (25年度) | 3件 (26年度) | ↗ | — |
| 状況説明 | 全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数については14品目となっているが、当取組を通し、熱帯果樹や島ヤサイなど沖縄独自の品目において付加価値を高める商品開発支援を行うことにより、全国シェア上位品目の増加に寄与していく。 | | | | |
| | 付加価値の高い商品の開発支援として、国際的な評価認証取得支援を実施し、モンドセレクションへ2件申請し「銀賞」を受賞、iTQi(優秀味覚賞)へ1件申請し、「一つ星」を受賞した。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・農業経営規模が小さい零細事業者が多いため、商品開発に必要な機材・施設の整備を行う際、資金面での課題が大きい。
- ・一定の経営基盤を有したうえで、今後は新たな商品開発や、他業種との連携で事業拡大を目指す等、更なるステップアップを目指す事業者もあり、個々の成熟度に合わせた支援が求められている。
- ・開発された商品については、テストマーケティングや販売会など、更なる県内外への販路開拓支援が求められている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・商品開発プロセスの実効性をより高めるためには、人材育成や販路拡大支援と併せて初期投資にかかる資金面をサポートできる施策が必要である。
- ・更なるステップアップに取り組む事業者に対しては、国の6次産業化ネットワーク交付金を活用できるよう、総合的なサポートが必要である。
- ・テストマーケティングや商談会と併せて商品PRを行う販促イベントの開催が必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・おきなわ型6次産業化総合支援事業において、人材育成と併せて商品開発に必要な機材等の整備を支援することにより、初期投資の負担軽減を行う。
- ・更なるステップアップに取り組む事業者に対しては、6次産業化支援事業において、総合化事業計画の認定に向けて、6次産業化サポートセンターによる支援や施設整備の補助等、フォローアップを実施する。
- ・開発商品のPRやテストマーケティング等の場として加工品グランプリ(仮称)を開催する。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ④製糖業企業の高度化促進 | | | |
| (施策の小項目) | — | | | |
| 主な取組 | 分みつ糖振興対策事業 | 実施計画 記載頁 | 247 | |
| 対応する 主な課題 | ○さとうきびは本県の基幹作物であり、特に産業構造の脆弱な本県の離島においては生産農家の所得や製糖事業関連による雇用も含め、地域経済上極めて重要な作物となっている。一方で、食の安全・安心への対応、製糖施設の老朽化など、安定的かつ高品質な甘味資源の生産に向けてはなお多くの課題が残されている。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|-----|----------|
| 取組内容 | 分みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、気象災害等影響緩和対策や製造合理化対策などに必要な支援措置を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 分みつ糖製糖事業者の経営安定への支援 (支援事業者:9社10工場) | | | | | → | 県 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26年度実績 | | | | |
|---------------|--|------------------------|---|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 分みつ糖振興対策支援事業費 | 1,753,150 (498,147) | 1,752,492 (498,147) | 分みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、 ①気象災害等によるコストの増嵩分の一部助成、 ②省エネルギー、環境対策に資する施設整備経費の一部助成、 ③現状のコストが著しく高く、急激なコスト低減が困難な糖業者を対象にコストの一部助成、等を実施した。 経営安定対策支援事業者数は、計画値10工場に対し、実績値10工場と全工場に対して支援した。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 経営安定対策支援事業者数 | | | 10工場 | 10工場 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 分みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、県内10工場に対する支援を行った結果、適正操業が図られ、さとうきび農家の経営安定に寄与されている。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|---------------|-----------|---|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 分みつ糖振興対策支援事業費 | 1,987,153 | 分みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、①気象災害等によるコストの増嵩分の一部助成②省エネルギー、環境対策に資する施設整備経費の一部助成③現状のコストが著しく高く、急激なコスト低減が困難な糖業者を対象にコストの一部助成等を実施。 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

省エネルギー化や自然環境保護及び品質管理に資する設備の整備における補助対象設備を拡充し、建屋及び設備の修繕等についても追加支援を行った。
また、事業実施主体である(公社)沖縄県糖業振興協会や分蜜糖製造事業者等関係団体と事前協議を重ね、事業の早期着手が図られた。

(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 |
|--------------|---|--------------------|---------------------|-----------|---------------------|
| 甘しや糖の産糖量 | 96,608トン (22年度) | 83,163トン (26年度) | 119,650トン (28年度) | △13,445トン | 142,786トン (25年度) |
| 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産糖量 | 83,269トン (24年度) | 81,679トン (25年度) | 83,163トン (26年度) | → | 142,786トン (25年度) |
| さとうきびの生産量 | 67.5万トン (24年度) | 68.3万トン (25年度) | 68.9万トン (26年度) | → | 119.1万トン (25年度) |
| 状況説明 | 平成26年度のさとうきび生産量は、一部離島における干ばつや10月に襲来した台風等の影響により、前年並みの生産量となった。また、平成26年度の甘しや糖の産糖量についても一部で歩留まりが向上しているものの、全体では、前年並みとなった。 甘しや糖の原料であるさとうきびの生産量は、気象災害等の影響による減産からの回復が遅れていることから、目標値の達成は厳しい状況にあるが、種苗の確保や単収向上対策、機械化の推進等、生産回復に向けた取組みを推進し、甘しや糖産糖量の目標達成に向けて増産に取り組む。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・沖縄県におけるさとうきび産業を支える分みつ糖製造事業者は、一般の民間企業とは大きく異なり、生産環境に大きく左右される脆弱な経営体質でありながら、収穫期間に限られるさとうきびにおいて、操業期間中の操業停止等のトラブルを回避するため、毎年度のメンテナンスや老朽化に伴う使用限界にある設備更新等多大な設備投資が必要不可欠となっている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・分みつ糖製造事業者においては、毎年12月～3月の約4ヶ月の製糖期が終了した後、4月～11月までの間に、製糖設備等のメンテナンスや更新が完了し、次期製糖期に備える。通常の事業執行期間4月～3月の12ヶ月間と比較し、7ヶ月間という非常に短期間での整備が必要であるため、施設整備が遅れることにより、次期製糖期開始の遅れにつながり、生産者の適期収穫、株出し管理作業の遅れに伴う収入源や遅滞による製造事業者の経営圧迫が懸念される。そのため、計画的な事業執行及び早期の事業効果の発現に向け、関係団体と連携し随時、進捗状況の把握に努める必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・引き続き、事業の早期着手及び効率的な執行に向けて、事業実施主体である(公社)沖縄県糖業振興協会や分みつ糖製造事業者等関係団体と随時協議を行うなど、事業執行の体制の強化を図っていく。
・引き続き、省エネルギー化や自然環境保護対策及び品質管理に資する設備整備に対する高率補助での支援を引き続き実施していく。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ④製糖企業の高度化促進 | | | |
| (施策の小項目) | — | | | |
| 主な取組 | 含みつ糖振興対策事業 | 実施計画 記載頁 | 247 | |
| 対応する 主な課題 | ○含みつ糖生産については、沖縄黒糖ブランドが国内外の認知度は高いものの、需給のミスマッチや黒糖の安定供給等への課題があるため、消費者等の信頼と満足度を高め、消費拡大へとつなげていくための取組が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|-----|----------|
| 取組内容 | 含みつ糖地域は、地理的、自然的、社会的条件が不利なことから、生産者や製糖業の経営は著しい不利益を伴っている。その不利性を解消し、製糖事業者の経営の安定化を図るため、製造コスト等の助成を行う。 また、含みつ糖製糖施設は老朽化が著しいことから、食の安全・安心を図るための近代的な施設を整備する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 含みつ糖製造事業者の経営安定への支援 (支援事業者:4社8工場) | | | | | → | 県 団体等 |
| | 近代的な含みつ糖製糖施設の整備(施設整備箇所:5箇所) | | | | | | |
| 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26年度実績 | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--|----------------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 含みつ糖振興対策事業費 | 4,777,702 (1,649,500) | 3,037,661 (1,648,287) | 含みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、 ①含みつ糖の製造コストに関する不利性の緩和、 ②気象災害等によるコスト増嵩分、 ③含みつ糖の安定供給・差別化等に向けた協同の取組、 ④食の安全、安心に対応しうる近代的な製糖施設の整備、 など製糖業者に対して経費の一部支援を行った。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 経営安定対策支援事業者数 | | | 8工場 | 8工場 |
| 近代的な製糖施設の整備 | | | 1工場 | 1工場 |

様式1(主な取組)

| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 |
|------|--|
| 順調 | 含みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、県内含みつ糖製造事業者4社8工場に対する支援を行った結果、適正操業が図られ、さとうきび農家の経営安定に寄与されている。 老朽化した竹富町西表地区の製糖施設を、繰越事業となったものの、食の安全・安心に対応できる近代的な製糖施設に建替えた。また、同じく老朽化している与那国町の製糖施設を整備しているところである(H27年度へ繰越)。 |

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|-------------|-----------|---|------------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| 含みつ糖振興対策事業費 | 4,031,891 | ・製造コスト不利補正の緩和対策 ・気象災害等影響緩和対策 ・製造合理化対策 ・安定供給対策 ・近代的な製糖施設の整備(H27~H28) | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

| |
|--|
| <p>含蜜糖の原料となるさとうきび生産量の減少による製品当たりの製造コスト増大の緩和対策などの実施による含みつ糖製造事業者の経営支援や、含蜜糖を安定的にユーザーに対して供給するための体制強化を図ることで、安定した販路の確保につながり、製糖事業者の経営安定につながった。 また、事業実施主体である(公社)沖縄県糖業振興協会や含蜜糖製造事業者等関係団体と事前協議を重ね、事業の早期着手が図られた。</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 |
|--------------|--|--------------------|---------------------|-----------|---------------------|
| 甘しや糖の産糖量 | 96,608トン (22年度) | 83,163トン (26年度) | 119,650トン (28年度) | △13,445トン | 142,786トン (25年) |
| 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産糖量 | 83,269トン (24年度) | 81,679トン (25年度) | 83,163トン (26年度) | → | 142,786トン (25年度) |
| さとうきびの生産量 | 67.5万トン (24年度) | 68.3万トン (25年度) | 68.9万トン (26年度) | → | 119.1万トン (25年度) |
| 状況説明 | <p>平成26年度のさとうきび生産量は一部離島における干ばつや10月に襲来した台風等の影響により、前年並みの生産量となった。また、平成26年度の甘しや糖の産糖量についても一部で歩留まりが向上しているものの、全体では、前年並みとなった。 甘しや糖の原料であるさとうきび生産量は、気象災害等の影響による減産からの回復が遅れていることから、目標値の達成は厳しい状況にあるが、種苗の確保や単収向上対策、機械化の推進等生産量の回復に向けた取組みを推進し、甘しや糖産糖量の目標達成に向けて増産に取り組む。</p> | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

| |
|---|
| <p>・本県の離島地域に点在する含蜜糖地域は、さとうきび生産者と製糖業が、地域に根ざした農業・経済を支える重要な産業となっている。一方、含蜜糖の生産は、地理的、自然的、社会的条件が不利なことから、安定生産・安定供給に課題を抱えていることから、支援体制の継続が必要である。</p> |
|---|

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)

- ・含蜜糖製造事業者においては、毎年12月～4月の製糖期が終了した後、4月～11月頃までに次期製糖期に向け工場のメンテナンス等の整備を行っている。
- ・製糖終了後、実績の取りまとめを基に製糖事業者への支援額の交付や、製造合理化事業の導入準備等の事務手続きが必要であり、着手時期が遅れることにより、含蜜糖事業者の資金繰りの悪化や、メンテナンスの遅れによる次期製糖開始の遅れにつながり、さとうきび生産者や製糖事業者の経営圧迫が懸念される。そのため、計画的な事業執行及び早期の事業効果の発現に向け、関係団体と連携し随時、進捗状況の把握に努める必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・引き続き、事業の早期着手及び効率的な執行に向けて、事業実施主体である(公社)沖縄県糖業振興協会や含蜜糖製造事業者等関係団体と随時協議を行うなど、事業執行の体制の強化を図っていく。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ④製糖業企業の高度化促進 | | | |
| (施策の小項目) | — | | | |
| 主な取組 | 黒糖の力・安定化支援事業 | 実施計画 記載頁 | 247 | |
| 対応する 主な課題 | <p>○さとうきびは本県の基幹作物であり、特に産業構造の脆弱な離島においては生産農家の所得や製糖事業関連による雇用も含め、地域経済上極めて重要な作物となっている。一方で、食の安全・安心への対応、製糖施設の老朽化など、安定的かつ高品質な甘味資源の生産に向けてはなお多くの課題が残されている。</p> <p>○含みつ糖生産については、沖縄黒糖ブランドが国内外への認知度は高いものの、需給のミスマッチや安定供給等への課題があるため、消費者等の信頼と満足度を高め、消費拡大へとつなげていくための取組が課題である。</p> | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|------------|--|----|----|----|----|-----|----------|
| 取組内容 | 黒糖原料となるさとうきびを生産している離島地域(多良間島、波照間島等8島)において、環境負荷低減と品種の選定により、黒糖の魅力を高め、持続的に安定生産を可能とするための支援を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 黒糖の安定生産に向けた品種の現地適応調査や害虫防除実証 | | | | | → | 県 市町村 |
| | 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26年度実績 | | | | |
|-------------------|---|-------|---|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 黒糖の力・安定化支援事業 | 5,397 | 4,041 | 環境負荷低減の取組による付加価値向上支援として、展示ほ設置及び販売促進活動等を実施(伊江村、多良間村) 黒糖原料品種の現地適応調査を実施(多良間村、竹富町(波照間島)) | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 環境負荷低減による付加価値向上支援 | | | 3町村 | 2村 |
| 黒糖原料品種の現地適応調査 | | | 3箇所 | 2箇所 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| やや遅れ | <p>環境負荷低減の取組みによる付加価値向上支援として展示ほ設置及び販売促進活動等を実施(伊江村、多良間村)し、黒糖の安全安心をPRすることができた。また、差別化により知名度も上がってきている。</p> <p>黒糖原料品種の現地適応調査を実施(多良間村、竹富町(波照間島))し、黒糖向けの品種の選抜が進んできている。</p> <p>しかし、他の黒糖工場地域でも同様の取組を予定していたが、上記の地区のみの実施となった。</p> | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27年度計画 | | | |
|----------|------|---|------|
| 事業名 | 当初予算 | 活動内容 | 主な財源 |
| — | — | 本事業は平成26年度限りで終了となる。 今後は、育種委員等による品種の選抜や、通常の営農指導の中で環境負荷軽減に向けた栽培技術を定着させていく。 | — |

(3) これまでの改善案の反映状況

事業実施主体及び関係機関等へのヒアリングを実施し、事業内容の周知を図った結果、新規の地区にて事業を実施することができた。

(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 |
|--------------|---|--------------------|---------------------|-----------|---------------------|
| 甘しや糖の産糖量 | 96,608トン (22年度) | 83,163トン (26年度) | 119,650トン (28年度) | △13,445トン | 142,786トン (25年度) |
| 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産糖量 | 83,269トン (24年度) | 81,679トン (25年度) | 83,163トン (26年度) | → | 142,786トン (25年度) |
| さとうきびの生産量 | 67.5万トン (24年度) | 68.3万トン (25年度) | 68.9万トン (26年度) | → | 119.1万トン (25年度) |
| 状況説明 | 平成26年度産のさとうきび生産量は、一部離島における干ばつや10月に襲来した台風等の影響により、前年並みの生産量となった。また、平成26年産の甘しや糖の産糖量についても一部で歩留まりが向上しているものの、全体では、前年並となった。 甘しや糖の原料であるさとうきびの生産量は、気象災害等の影響による減産からの回復が遅れていることから、目標値の達成は厳しい状況であるが、種苗の確保や単収向上対策、機械化の推進等、生産回復に向けた取組みを推進し、甘しや糖産糖量の目標達成に向けて増産に取り組む。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・町村役場が事業実施主体となるが、役場職員のみでは人員等の制限があるため、計画や事業推進が制限される。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・市町村、製糖企業等の関係機関が一体となり、生産者と共にさとうきび生産向上に取り組む必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・本事業はH26年度限りで終了となるが、実証展示ほの生産物収穫はH27年産となるため、引き続き事業実施主体との連携・指導に努め、結果を踏まえて今後の展開を検討する。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|---------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(7)-イ | 流通・販売・加工対策の強化 | | |
| 施策 | ④製糖企業の高度化促進 | | | |
| (施策の小項目) | — | | | |
| 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 | 247 | |
| 対応する 主な課題 | ○含みつ糖生産については、沖縄黒糖ブランドが国内外の認知度は高いものの、需給のミスマッチや安定供給等への課題があるため、消費者等の信頼と満足度を高め、消費拡大へとつなげていくための取組が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 沖縄黒糖戦略的供給サポート事業により、沖縄県黒砂糖協同組合を実施主体に、①沖縄黒糖供給安定化事業、②沖縄黒糖需給マッチング対策事業を実施した。 ①沖縄黒糖供給安定化事業：沖縄黒糖の安定供給体制を構築するための調査などを行う。 ②沖縄黒糖需給マッチング対策事業：沖縄黒糖のブランド力向上のために県内外の需要創出を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 黒糖の安定供給及び消費拡大に対する取組みの支援 | | | | | → | 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26年度実績 | | | | |
|------------------------|---|-------|--|------|
| 事業名 | 予算 | 決算見込 | 活動内容 | 主な財源 |
| 沖縄黒糖戦略的供給サポート事業 | 5,759 | 5,351 | ①沖縄黒糖供給安定化事業 産糖量は減産したが、沖縄黒糖一元販売により一定割合の沖縄黒糖の販路確保及び拡充を図った。 ②沖縄黒糖需給マッチング対策事業 ユーザーとの連携や各種イベント等を活用した需要の創出 | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 黒糖の安定供給及び消費拡大に対する取組の支援 | | | — | 12回 |
| 推進状況 | 推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 以下の取組を実施し、新たな需要創出や沖縄黒糖の認知度向上を図った。 ・一元販売促進による一定割合の沖縄黒糖の販路確保及び拡充を図った。 ・「黒糖の日」消費拡大イベントにより、沖縄黒糖の認知度向上を図った。 ・県内外のイベントでのPR(沖縄、北海道、東京)において、沖縄観光誘致とセットで取り組みを行った。 ・海外のイベントでのPR(シンガポール、マレーシア)において沖縄フェアや商談会を行った。 | | | |

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

| 平成27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 | 9,978 | 沖縄黒糖ユーザーと連携した沖縄黒糖のPRを図り、販売強化を図る。 沖縄黒糖の安定供給体制の確立に向け関係団体・機関と連携した取り組みを図る。 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

・沖縄黒糖の安定供給体制の取組については、平成26年度の含蜜糖生産地域の干ばつによる被害によりさとうきび生産量減産したことにより、沖縄黒糖の生産量の見通しや、生産回復に向けた課題解決の成果が未だ達成出来ていない。今後の関係機関による検討会でさとうきび生産回復等について深めていく必要がある。

・沖縄黒糖をPRし、ブランド力向上のため県内外でのPR活動を行い消費拡大の取組を行った。平成26年度のPR活動では、沖縄黒糖の表示や純黒糖マークなどの周知の徹底を課題として取り組むなかで、海外消費者向けに沖縄黒糖PRパンフレット(英語版)を作成し活用した。

(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 |
|--------------|---|--------------------|---------------------|-----------|--------------------|
| 甘しや糖の産糖量 | 96,608トン (22年度) | 83,163トン (26年度) | 119,650トン (28年度) | △13,445トン | 142,786トン (25年) |
| 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産糖量 | 83,269トン (24年度) | 81,679トン (25年度) | 83,163トン (26年度) | → | 142,786トン (25年) |
| 状況説明 | 平成26年度のさとうきび生産量は一部離島における干ばつや10月に襲来した台風等の影響により、前年並みの生産量となった。また、平成26年度の甘しや糖の産糖量についても一部で歩留まりが向上しているものの、全体では、前年並みとなった。 さとうきびの生産量は、気象災害等の影響による減産からの回復が遅れていることから、さとうきびの生産量及びそれを原料とする甘しや糖の産糖量の目標値の達成は厳しい状況にあるが、種苗の確保や反収向上対策、機械化の推進等により生産量の回復及び目標値達成に向けた取り組みを推進していく。 | | | | |

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・沖縄黒糖の安定供給体制の取組については、沖縄黒糖の生産量の見通しや、生産回復に向けた課題解決の成果が未だ達成出来ていないため、今後の関係機関による検討会で深めていく必要がある。

・沖縄黒糖の生産量の約70%が菓子等の原材料用として利用されていることから、直接食べるかち割り黒糖以外の用途においても、沖縄黒糖を使用するメリットをPRし原料用としての魅力をPRする必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・含蜜糖地域の生産量の安定と、黒糖の安定供給体制の検討

・原料用として沖縄黒糖を使用するユーザーと連携したPRの強化

4 取組の改善案(Action)

・黒砂糖協同組合、農業団体、製糖工場、県等により、国外の需要創出等、連携した取組を実施してきたが、これに加えて沖縄黒糖を原材料として使用するユーザー(沖縄黒糖使用商品・企業とのコラボ)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。

・含蜜糖地域のさとうきび生産回復・品質の良い黒糖生産に向け、生産現場の課題整理と、解決に向けた取組を支援する。