

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | | |
| 施策 | ①県外市場等における県産品の販路拡大 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内事業者の販売力強化 | | | |
| 主な取組 | 県産品拡大展開総合支援事業 | 実施計画 記載頁 | 285 | |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売り上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|-----|------------------|--|
| 取組内容 | 県産品の販路拡大を総合的に支援するため、①県産品の商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業の展開 ②商品開発支援やビジネスマッチング、専門家による指導・助言、市場でのマーケティング調査を実施する。 | | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 | |
| | 2回 バイヤー招聘 | | | | → | → | 県 支援機関 企業等 | |
| | 2回 商談会 | | | | | | | |
| | バイヤー招聘・商談会開催 | | | | | | | |
| | 県外販売戦略アドバイザー設置、マーケティング支援 | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| 担当部課 | 商工労働部 国際物流商業課 ・ ものづくり振興課 | | | | | | | |

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 |
| 県産品拡大展開総合支援事業 | 127,603 | 121,538 | 県外小売店等への定番化を促進するため、県外のマーケティング、商品開発の専門家を設置し、県内企業22社に対し、マーケティング理論、商品開発のノウハウ、営業理論等の支援を行った。 また、県外小売店のキーパーソンを招聘し、県内企業との交流を図るほか、展示商談会へ出展し県外バイヤー等とのマッチングを促進した。 (招聘:16回、商談会:4回) | 一括交付金 (ソフト) |
| 県産工業製品海外販路開拓事業 | 99,382 | 83,587 | 県産工業製品における海外展開を促進するため、海外販路開拓アドバイザーを設置し、県内10社に対し、海外ビジネスに関するアドバイスや商談への同行等の支援を行った。 また、県内企業が実施する海外見本市への出展や海外営業活動、市場調査等を支援することにより、県産工業製品の海外展開を促進した。 (海外見本市:9回) | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| バイヤー招聘(県産品拡大展開総合支援事業) | | | 2回 | 16回 |

様式1(主な取組)

| | | |
|------------------------|---|----|
| 商談会(県産品拡大展開総合支援事業) | 2回 | 4回 |
| バイヤー招聘(県産工業製品海外販路開拓事業) | 2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 | <p>上記活動指標について、全体として計画値を上回る実績があることから順調に推進しており、バイヤー招聘、商談会、見本市への出展、プロモーション等を通して、県産品の認知度や理解が深まり、支援企業の県外及び海外展開が促進された。</p> <p>また、バイヤー招聘や見本市への出展により、新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものとする。</p> | |

(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 |
| 県産品拡大展開総合支援事業 | 151,030 | 県産品の商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業を展開するほか、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。 | 一括交付金(ソフト) |
| 県産工業製品海外販路開拓事業 | 98,142 | 本県経済の牽引役として県内製造業の活性化を図るため、県産工業製品の海外展開について、製品の特性や流通の特徴に応じた総合的な施策展開を実施する。 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

| |
|--|
| <p>大手小売業者との包括的連携協定による沖縄フェアについて、H24年度は国内6エリア、H25年度は国内6エリア海外1エリア、平成26年度は国内10エリア(海外は別事業へ統合)と毎年度拡大して開催することができた。それに伴いフェアにおける県産品の販売額も伸びており、沖縄県の歴史、文化、観光をはじめ、県産品の魅力を今まで以上に発信することができた。</p> <p>そのほか、持続的な県産品の販路拡大を図るため、マーケティング専門アドバイザーを設置し、県外小売店等への定番化による販路拡大に積極的に取組む県内企業に対し、マーケティング・商品開発セミナーを実施する企業育成の新たな取組みも行った。</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 |
|---------------|---|---------------------|---------------------|--------|-------|
| 泡盛の出荷数量 | 22,297kl (23年) | 20,157kl (26年) | 35,000kl (28年) | △2,140 | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 沖縄県物産公社総取扱額 | 5,984百万円 (24年度) | 5,910百万円 (H25年度) | 5,659百万円 (H26年度) | → | — |
| 泡盛等(焼酎を含む)輸出額 | 7,072千円 (24年) | 9,167千円 (25年) | 5,369千円 (26年) | → | — |
| ビール輸出額 | 150,995千円 (24年) | 201,333千円 (25年) | 275,619千円 (26年) | ↗ | — |
| 状況説明 | <p>若者のアルコール離れ等、全国的に酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を大きく受けており、現状としては厳しい状況である。県外出荷数量については平成26年度2,919klと前年度(3,146kl)を下回り、県内消費についても減少傾向にある。</p> <p>しかし、近年の好調な入域観光客数の増加や、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を背景として、泡盛に対する認知度、理解に着実に繋がっているものと考えており、また、海外においては、特に沖縄の観光イメージとマッチしたビール等の輸出額は前年より着実に増加していることから、引き続き、改善に向けて取組を推進する。</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)

- ・県外への販路拡大を推進するためには、生産側の視点だけではなく、県外市場(消費者、卸売業者、小売店等)のニーズを把握し、ニーズに合った商品開発が求められるが、零細企業が多く、マーケティング力が脆弱な企業が多い。
- ・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの観光プロモーションと連携した沖縄フェア、物産展等の開催実績を踏まえると、県外の消費者、バイヤー等が県産品に接する機会は着実に増えていることから、県産品の認知度は向上しているものと推察される。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・H26年度は新たにマーケティング・商品開発セミナーを実施し、自社商品の強み、競合商品との比較、ターゲット(消費者、チャネル)の設定等、マーケティングを強化する企業育成に取組んだが、ノウハウの蓄積には一定の期間を要するため、継続してセミナーを実施する必要がある。
- ・他の競合との差別化商品として、県産品の取扱いに積極的、協力的な小売店等との連携により、戦略的な販路拡大、プロモーション等を展開していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・マーケティング・商品開発のノウハウの蓄積には、一定の期間を要するため、引き続き県外専門アドバイザー等を設置し、県外展開の支援を展開する。
- ・これまでの沖縄フェア等のプロモーションを引き続き継続するほか、持続的な販路拡大につながるよう、県内企業(売り手)と県外小売店等(買い手)との相互理解を促進し、双方の協力・連携体制を強化を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | | |
| 施策 | ①県外市場等における県産品の販路拡大 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内事業者の販売力強化 | | | |
| 主な取組 | 物流高度化推進事業 | 実施計画 記載頁 | 285 | |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売り上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------------------|
| 取組内容 | 県産品の域外出荷拡大を促進するため、物流コスト最適化に向けたモデル構築、当該モデルに基づく実証実験、各種調査・シミュレーション等の総合的な物流対策を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 最適化モデル事業 | | | | | → | 県 支援機関 企業等 |
| | 低減対策 調査事業 | | | | | | |
| 担当部課 | 商工労働部 国際物流商業課 | | | | | | |

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 |
| 国際戦略推進企画事業 | 20,597 | 19,266 | 新たな物流モデルの構築・展開、新たな物流関連ビジネスの創出等に係る調査・検討を実施。 | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 最適化モデル構築 | | | — | — |
| 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 | H26年度は関係者(県内製造業者、卸売業者、船社、運輸業者、業界団体等)を対象に物流最適化に関する個別ヒアリング、意見交換等を実施。 県産品の物流環境の現状及び事業者のを把握することで、物流最適化モデル構築(物流共同化モデルの構築)へ向けた取組を事業化し、物流効率化によるコスト低減へ向けた取組が順調に進んでいる。 | | | |

(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 |
| 物流高度化推進事業 | 66,770 | 島しょ県である本県の抱える物流の諸課題に対応し、県産品出荷拡大等を推進すべく、新たな物流最適化モデル構築(物流共同化モデル)等、物流の高度化・コスト低減に向けた取組を実施する。 | 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

・物流環境の現状及び事業者の課題を分析・検討することで実効性の高い物流共同化モデルの構築(①梱包形態及び配送、輸送・保管時の温度管理に共通性があり、共同集荷、配送に馴染むもの②県産品として認知されているもの③継続して一定の県外出荷が見込まれる品目である泡盛等)が進展した。

(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 |
| 那覇港の外貿取扱貨物量 | 120万トン (23年) | 110万トン (25年) | 108万トン (26年) | → | 123,176万トン (22年) |
| 状況説明 | 平成26年の取扱貨物量は108万トンとなり平成23年度と比較し若干減少したものの、ほぼ例年並みの貨物量で推移している。 関係機関等とも連携を図りつつ、本事業で構築した物流モデルの実施・展開を含めた貨物創出策を推進することで、取扱貨物量の増加を図る。 | | | | |

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)

・物流最適化モデルの効果的な実施に際して、モデル事業に参加する事業者の特性(梱包、配送、温度管理の点における類似性、県産品として認知度が高い、県外での安定的な需要が見込める等)や、事業者間の調整を円滑に進めることが重要である。
・海上物流におけるモデルを構築し、他業種等へ波及することを目指す。
・また、利用する県外共同物流センター、利用船社の情報を正確に把握し、利用するノウハウが必要であるが、県内事業者では、難しい状況である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・多数の事業者が荷主となり、物流の各パートにおいて、既存の取引業者が存在することから、業界全体で物流高度化によるメリットを享受できるよう関係者の利害調整等を円滑に進める仕組み作りが必要である。
・県内事業者が県外共同物流センター等の運営ノウハウを有する者から情報等を入手し、協同する体制を県が支援する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・物流最適化モデル事業に参加する事業者で構成する運営委員会を発足させ、共同物流の実施段階における情報共有、意見交換、課題抽出を行うとともに、意思決定の迅速化を図る。また同モデルの効果的な実施へ向け、物流のノウハウ、経験を有するコンサルタント、等を活用し、事業の推進を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | | |
| 施策 | ①県外市場等における県産品の販路拡大 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内事業者の販売力強化 | | | |
| 主な取組 | 琉球泡盛県外展開強化事業 | 実施計画 記載頁 | 285 | |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着いたに伴い、県産品の売上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|---|---|----|-----------------------|-------------------|----|-----|------------------|
| 取組内容 | 泡盛のブランド力を向上させ、域外出荷拡大を図るため、泡盛の持つ、商品特性や歴史・文化的背景を活かして、商品開発・販売展開支援、プロモーションによる情報発信及び調査研究事業を総合的に実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 3件 支援企業数 | | | | | → | 県 支援機関 企業等 |
| | 2件 研究開発実施 件数 | | 5件 域外販路構築 参画企業数 | | | | |
| | 域外展開,企業の総合支援、ブランド力強化に向けた情報発信・研究開発 | | | | | | |
| | | | | 5回 講習会開催回 数 | | → | |
| 域外展開,企業の総合支援、 ブランド力強化に向けた情報 発信・研究開発 | | | | | | | |
| 技術課題解決等のための講 習会開催や製造従事者の ネットワーク構築 | | | | | | | |
| 担当部課 | 商工労働部ものづくり振興課 | | | | | | |

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 |
| 泡盛域外出荷拡大支援事業 | 121,867 | 120,306 | ①酒類流通事業者等と連携し、eコマースを活用した新たな販路を構築した。 ②雑誌等での泡盛の特性や新しい飲み方の紹介等のプロモーションを行った。 ③泡盛の付加価値向上に資する調査研究事業を実施した。 ④泡盛の普及啓発のため、商談会等への展示会への出展費用について酒造組合に対して補助を実施した。(補助率9/10)。 | 一括交付金(ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 域外販路構築参画企業数 | | | 47件 | 47件 |
| 研究開発実施件数 | | | 2件 | 2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 | 域外販路構築事業、調査研究事業とも計画に沿った活動を実施し、琉球泡盛の域外出荷拡大に向けた基盤を整備するとともに、首都圏において女性を対象としたプロモーションによる泡盛に対するイメージの改善を実施して体験度向上を図った。また、参加者には、ブログやSNS等で体験内容等を発信してもらい、泡盛の新しい楽しみ方などを広く紹介した。 | | | |

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 |
| 琉球泡盛県外展開強化事業 | 110,375 | <p>工業技術センターにおいて、泡盛の仕次ぎや熟成に関する研究を行い、業界の課題である古酒の付加価値向上に資するとともに、酒類製造業の経営状況、業界構造及び県経済に与える影響等について調査分析を行う。</p> <p>研究成果の製造現場への技術移転や、酵母や醸造機器のメーカー等様々な分野の講師を招聘し講習会を行い、泡盛製造従事者のネットワークを構築。</p> <p>類似酒類との差別化を図るため、富裕層・中高年、女性・若年層、観光客等のセグメント(年齢別)別に泡盛の特性を訴求し、認知度及び体験度の向上を図るため、消費者向けの試飲会や「泡盛フェスタ」の開催、若者向けの泡盛イメージ向上等プロモーション等を実施する。</p> <p>販売チャネル拡充のため、酒類流通事業者が主催する商談会の出展費用等について補助する。</p> | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

| |
|--|
| <p>泡盛カクテルづくり等体験するイベント開催を通じて試飲体験度を図るとともに、泡盛の認知度を向上させるため、新聞紙面での泡盛に関する連載広告やSNSを活用したイベント参加者の声を広げる取り組みを行った。</p> <p>また、新たな販路構築を支援するため、eコマースを活用し酒類流通事業者等とタイアップしたプロモーションを行い、721アイテムの新たな新規取引につながった。</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 |
|----------|---|-------------------|----------|----------|-------|
| 泡盛の出荷数量 | 22,297KL (23年) | 20,157KL (26年) | 35,000KL | △2,140KL | - |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 泡盛の県内出荷量 | 18,512KL (25年) | 17,238KL (26年) | 18,512KL | ↘ | - |
| 状況説明 | <p>県外出荷数量については平成24年度3,337klと前年度(3,282kl)を上回ったが、平成25年度3,146klで減少しており、<u>県内出荷数量についても前年度1.6ポイントの減少である。</u></p> <p>酒類全体においても、国内酒類市場の縮小等により、課税移出数量が減少傾向にあるため、平成28年目標値(35,000KL)を達成することは困難であるが、引続き県外における泡盛のプロモーションなどを実施し、市場開拓に取り組むとともに、新たに県内観光客及び消費者向けの試飲会などを開催することで、消費拡大を図り、出荷量回復に努めていく。</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)

- ・国内酒類市場の縮小傾向や消費者の嗜好の多様化により、市場競争が激化している。泡盛は、テレビ番組等の影響で沖縄ブームとなった平成16年をピークに、泡盛の出荷数量は減少を続けている。
- ・酒類は嗜好品であるため、継続的なプロモーションが必要であり、泡盛の特性や歴史的背景、飲み方の周知を通じて、泡盛の魅力を伝えることが重要である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・泡盛の熟成等、業界の新たな商品開発等に寄与する調査研究が必要。
- ・研究成果の製造現場への技術移転や、製造従事者間での技術課題の共有や解決を行える機会が必要。
- ・プロモーションについて、平成24年度まで県が委託事業として行ってきたが、平成27年度からは、業界の取り組みとし、それを支援する必要がある。
- ・出荷数量の増転を図るためには、若者等にイメージ向上プロモーションを行い、消費者の購買意欲を高めるとともに、販路を拡大する取り組みが必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・公設試験研究機関である工業技術センターにおいて、古酒に関する研究を行い、泡盛の仕次ぎや熟成に関する研究を行い、業界の課題である古酒の付加価値向上に資する研究を行う。
- ・研究成果の技術移転や酵母や醸造機器のメーカー等様々な分野の講師を招聘し、泡盛製造従事者を対象とした講習会を開催し、製造従事者のネットワークを構築し、技術課題の共有と解決を図る。
- ・プロモーションについて、平成24年度まで県が委託事業として行ってきたが、平成27年度からは、補助スキームに変更し、業界の自主的な取組を支援する。
- ・販路拡大のため、酒類流通事業者が実施する商談会等に出展を行う取組を支援する。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | | |
| 施策 | ①県外市場等における県産品の販路拡大 | | | |
| (施策の小項目) | ○県内事業者の販売力強化 | | | |
| 主な取組 | コンテナスペースの借り上げ事業 | 実施計画 記載頁 | 285 | |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売り上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|--|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 県が航空コンテナを借上げて県内生産者等にそのスペースを提供することで輸送コストを低減し、海外展開初期の小ロットの県産品も含めて、積極的に海外販路を拡大できるようにする。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 県内事業者の海外販路拡大支援等を目的とした航空機コンテナ借上 | | | | | → | 県 |
| 担当部課 | 商工労働部 国際物流商業課 | | | | | | |

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 |
| 沖縄国際航空物流ハブ活用推進事業 | 559,120 | 536,279 | 那覇空港からの国際航空貨物便就航地(香港、台湾、上海、バンコク、ソウル、シンガポール等)への貨物スペースを県が借上げて県内事業者等へ提供した。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 航空機コンテナ借上台数 | | | 560台 (26年) | 465台 (26年) |
| 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 | コンテナ借上によるコンテナ数が大幅に増加し、輸出重量も増加している。 (コンテナ数)H25年度 355台 → H26年度 465台 (重量)H25年度 269.5トン → H26年度 288.3トン | | | |

(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 |
| 沖縄国際航空物流ハブ活用推進事業 | 426,030 | 那覇空港からの国際航空貨物便就航地(香港、台湾、上海、バンコク、ソウル、シンガポール)への貨物スペースを県が借上げて県内事業者等へ提供し、輸出量を増やすことで貨物便の就航を推進する。 | 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

- ・香港や台湾などでは、沖縄県産品の認知度が一定程度高まっており、これまでの県産品全体のプロモーションから、商品や対象を絞って事業を実施した。具体的には、台湾においては健康食品に特化した見本市へ出展、香港では現地卸業者が主体となった商談会開催を支援するなど、取組みを進化させている。
- ・東南アジアにおいては、現地百貨店において県産品のテスト販売を実施したところ、モズク等の栄養素の高い加工食品や健康飲料等が好評であった。
- ・シンガポールでは農水部局と共同で加工品・農林水産物を揃えた見本市に出展し、台湾では観光プロモーションとあわせて県産品をPRするイベントを実施するなど、関係機関との連携を密にして事業を実施した。
- ・県産品輸出拡大と並行して、他都道府県と連携し、全国の特産品の海外輸出拠点化を進めることで、輸出総量の拡大とともに、県外品とのコラボレーションにより県産品の商品力強化を図るべく、県外におけるPR活動を強化している。

(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 |
|---------|--------------------|--------------------|----------|--------|-------|
| 泡盛の出荷数量 | 22,297kl (23年度) | 21,658kl (25年度) | 35,000kl | △639kl | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| — | — | — | — | — | — |

状況説明
 平成23年度及び24年度的那覇空港の国際貨物取扱量は14万トン前後にとどまっていたが、平成25年度は16万トンに増加し、国内では成田、関空に次いで3位の取扱量となった。平成26年度はシンガポール貨物便が開設され、取扱量が更に増加している見込み。今後ともANAと連携して海外路線拡大を推進し、さらなる貨物量増大を目指す。コンテナスペースの借り上げ事業では、平成23年度214トン、平成24年度238トン、平成25年度269トン、平成26年度288トンと順調に増加して輸出量拡大に寄与している。

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・コンテナスペースの借り上げ事業においては、県内事業者による海外販路拡大活動を支援することで現地との商流構築を進め、本事業の活用により取引初期における物流支援をうまく組み合わせることで、輸出量を増加させる必要がある。
- ・那覇空港における国際貨物取扱量はANAの国際物流ハブが整備される6年前と比較して飛躍的に増加しているが、県産品の輸出量は農林水産物を中心に生産量が限られていること等から大きく拡大することが難しいのが現状である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・コンテナスペースの借り上げ事業を実行する上で、沖縄県内の輸出品(農産品、加工品等)の増加が必要である。農林水産物等は天候や季節変動により急激な生産量の拡大は見込めないが、比較的安定的に供給可能な健康食品等の加工品や栄養分の高い食材については、その機能性を前面に出すことで付加価値を高め、輸出額の拡大が見込めると考えられる。
- ・県産品自体の魅力を高めるとともに、コンテナ借り上げ事業による物流支援を組み合わせることで、初期における価格競争力の優位性を支援し、今後の取引拡大及び輸出量増大へ繋げていく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・関係部署(沖縄県産業振興公社等)と連携して、健康食品等の加工品や栄養分の高い食材について、機能性を前面に出した海外プロモーションを実施し、ブランド化のための取組を進めることで、輸出額拡大を目指す。
- ・ブランド化により県産品自体の魅力を高めるとともに、コンテナ借上げ事業による物流支援を組み合わせることで、輸送コストを軽減により初期段階における価格競争力の優位性を支援し、今後の取引拡大及び輸出量増大へ繋げていく。

「主な取組」検証票

| | | | |
|--------------|--|--------------------|-----|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | |
| 施策 | ①県外市場等における県産品の販路拡大 | | |
| (施策の小項目) | ○物産展、商談会など県産品のPR支援 | | |
| 主な取組 | 物産展や沖縄フェア、商談会の開催 | 実施計画 記載頁 | 286 |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|------------------------|---|----|----|----|----|-----|------------------|
| 取組内容 | 県外における物産展や沖縄フェア等に対するプロモーション、商談会の開催等の支援を行うことにより、県産品の認知度向上、需要の創出をはじめ、販路拡大を図る。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 物産展12回 | | | | | → | 県 支援機関 企業等 |
| | 沖縄フェア4回 | | | | | | |
| | 商談会2回 | | | | | | |
| 国内外での物産展、沖縄フェア、商談会等の開催 | | | | | | | |
| 担当部課 | 商工労働部 国際物流商業課 | | | | | | |

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 |
| 物産振興対策事業 | 19,434 | 18,833 | 東京、大阪を中心とする都市部の百貨店において、沖縄物産展を開催し、県産品の認知度向上、販路拡大の支援を行った。 (物産展13回) | 県単等 |
| 県産品拡大展開総合支援事業 | 127,603 | 121,538 | 全国展開を行う量販店における北海道から九州までの全国10エリア約800店舗において、沖縄フェアを開催し、県産品の認知度向上、販路拡大の支援を行った。 (沖縄フェア10回) | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 物産展 | | | 12回 | 13回 |
| 沖縄フェア | | | 4回 | 10回 |
| 商談会 | | | 2回 | 3回 |
| 推進状況 | 進捗状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果 | | | |
| 順調 | 物産展、沖縄フェアについて、上記のとおり計画値を上回る実績となったことから、物産展、沖縄フェアのプロモーションを通して、県産品の販売だけでなく、認知度や理解が深まるとともに、支援企業の県外展開の促進につながったものとする。 また、商談会についても計画値を上回る実績となったこと、商談会を通して新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものとする。 | | | |

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 |
| 物産振興対策事業 | 21,134 | 東京、大阪を中心とする都市部の百貨店において沖縄物産展を開催するほか、民間企業が実施する沖縄物産展等とのタイアップ等を行うことにより、県産品の販路拡大を支援する。 | 県単等 |
| 県産品拡大展開総合支援事業 | 151,030 | 県産品の商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業を展開するほか、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。 | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

大手小売業者との包括的連携協定による沖縄フェアについて、H24年度の国内6エリアでの開催から、H25年度は国内6エリア、海外1エリアに拡大して開催することができ、沖縄県の歴史、文化、観光をはじめ、県産品の魅力を今まで以上に発信することができた。
また、民間主体の小規模な物産展等を活用した、沖縄の歴史、文化等の情報発信等のプロモーションを行うことにより、県産品の認知度向上、販路拡大を促進した。

(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 |
|---------------|--|---------------------|---------------------|--------|-------|
| 泡盛の出荷数量 | 22,297kl (23年) | 20,157kl (26年) | 35,000kl (28年) | △2,140 | — |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 沖縄県物産公社総取扱額 | 5,984百万円 (24年度) | 5,910百万円 (H25年度) | 5,659百万円 (H26年度) | → | — |
| 泡盛等(焼酎を含む)輸出額 | 7,072千円 (24年) | 9,167千円 (25年) | 5,369千円 (26年) | → | — |
| ビール輸出額 | 150,995千円 (24年) | 201,333千円 (25年) | 275,619千円 (26年) | ↗ | — |
| 状況説明 | <p>若者のアルコール離れ等、全国的に酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を大きく受けており、現状としては厳しい状況である。県外出荷数量については平成26年度2,919klと前年度(3,146kl)を下回り、県内消費についても減少傾向にある。 しかし、近年の好調な入域観光客数の増加や、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を背景として、泡盛に対する認知度、理解に着実に繋がっているものと考えており、また、海外においては、特に沖縄の観光イメージとマッチしたビール等の輸出額は前年より着実に増加していることから、引き続き、改善に向けて取組を推進する。</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)

・県外への販路拡大を推進するためには、生産側の視点だけでなく、県外市場(消費者、卸売業者、小売店等)のニーズを把握し、ニーズに合った商品開発が求められるが、零細企業が多く、マーケティング力が脆弱な企業が多い。

・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの観光プロモーションと連携した沖縄フェア、物産展等の開催実績を踏まえると、県外の消費者、バイヤー等が県産品に接する機会は着実に増えていることから、県産品の認知度は向上しているものと推察される。

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)

- ・H26年度は新たにマーケティング・商品開発セミナーを実施し、自社商品の強み、競合商品との比較、ターゲット(消費者、チャネル)の設定等、マーケティングを強化する企業育成に取組んだが、ノウハウの蓄積には一定の期間を要するため、継続してセミナーを実施する必要がある。
- ・他の競合との差別化商品として、県産品の取扱いに積極的、協力的な小売店等との連携により、戦略的な販路拡大、プロモーション等を展開していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・マーケティング・商品開発のノウハウの蓄積には、一定の期間を要するため、引き続き県外専門アドバイザー等を設置し、県外展開の支援を展開する。
- ・これまでの沖縄フェア等のプロモーションを引き続き継続するほか、持続的な販路拡大につながるよう、県内企業(売り手)と県外小売店等(買い手)との相互理解を促進し、双方の協力・連携体制を強化を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形式 | | |
| 施策 | ①県外市場等における県産品の販路拡大 | | | |
| (施策の小項目) | ○物産展、商談会など県産品のPR支援 | | | |
| 主な取組 | 優良県産品推奨制度の実施 | 実施計画 記載頁 | 286 | |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 ○特産品を含めた地域全体の魅力や総合力を高めて発信する地域ブランドの形成など、厳しい地域間競争の中で勝ち残るため地域・業界が一丸となった取組が求められている。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------------------|
| 取組内容 | 県産品の需要の拡大と品質の向上を図り、その販路開拓を促進するため、公的な試験研究機関による厳しい検査と選定審査会における厳正な審査を経て選定された製品を、沖縄県優良県産品として推奨する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | | | | | | → | 県 支援機関 企業等 |
| | 優良県産品推奨制度の実施による県産品の消費拡大 | | | | | | |
| 担当部課 | 商工労働部ものづくり振興課 | | | | | | |

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 |
| 製造業振興 対策事業 | 9,880 | 9,537 | 、飲食料品の部48点、生活用品の部17点、その他製品の部13点の合計78点を優良検査品として認定した。また、県庁ロビーと沖縄の産業まつり、県内わたしたショップにて推奨製品の展示を行った。 | 県単等 |
| te | | | 計画値 | 実績値 |
| 優良県産品推奨品数 | | | - | 78点 |
| 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年度は計78製品を優良県産品として認定し、県庁ロビーおよび沖縄の産業まつり等で展示会を実施し、県民に広く制度、推奨製品を周知することができた。 | | | |

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 |
| 製造業振興対策事業 | 12,920 | 引き続き、優良県産品推奨制度の実施及び推奨製品の展示会を行う。 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

県民ホール、工芸展示室、沖縄の産業まつりに加え、各地域の産業まつり(八重山、宮古)及び県内わたしたショップ(国際通り本店、空港店)での展示を行い、優良県産品の宣伝・普及を図った。

(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 |
|-------------|-------------------|-------------------|---------------|----------|-------|
| 泡盛の出荷数量 | 22,297KL (23年) | 20,157KL (26年) | 35,000KL | △2,140KL | - |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| かりゆしウェア製造枚数 | 35万枚 (23年) | 49万3千枚 (26年) | 40万枚 (28年) | ↗ | - |

状況説明
 優良県産品推奨制度は、商品力審査、表示・衛生審査等において厳しい基準を課しており、推奨製品には一定の品質と信頼性が担保されている。
 優良県産品として認定することにより、県産品の販路開拓やブランド力強化に寄与している。
 さらに当取組を推進し、県内にとどまらず、県外、国外での県産品の知名度の上昇、ブランド力強化を図り、平成28年度においては泡盛の出荷数量増加の目標を達成出来ると考えている。かりゆしウェアについては既に平成28年度の目標値を大きく上回っている。

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)

- ・平成26年度の申請製品数は94点、推奨製品数は78点となっており、前年度申請製品数52点、推奨製品数41件から大幅に上昇した。これは平成25年度に申請の要件としていた「商標登録」を平成26年度は要件から除外したことが一因と考えられる。
- ・琉球泡盛県外展開強化事業においては、泡盛の積極的な県外展開を推進している。今後は当事業との連携も視野に、泡盛にかぎらず県産品全般のさらなる県外市場開拓を図る余地がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・前年度と比較し、申請製品数が大幅に増加したため、製造所の衛生審査、内容分析審査について当初予定していたスケジュールでは間に合わず、スケジュールが後ろ倒しになる事態が生じた。

4 取組の改善案(Action)

- ・製造所の衛生審査は、本来2次審査であるが、これを便宜的に1次審査と並行して行うことにより、スケジュール通りの執行が出来るよう配慮することとする。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | | |
| 施策 | ①県外市場等における県産品の販路拡大 | | | |
| (施策の小項目) | ○物産展、商談会など県産品のPR支援 | | | |
| 主な取組 | 県産品拡大展開総合支援事業 | 実施計画 記載頁 | 286 | |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着いたに伴い、県産品の売り上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|---------------------------|--|----|----|----|----|-----|------------------|
| 取組内容 | 県産品の販路拡大を総合的に支援するため、①県産品の商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業の展開、②商品開発支援やビジネスマッチング、専門家による指導・助言、市場でのマーケティング調査を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 見本市2回 | | | | | → | 県 支援機関 企業等 |
| | メディア招聘 1回 | | | | | → | |
| 見本市出展、メディア招聘等によるプロモーション促進 | | | | | | | |
| 担当部課 | 商工労働部 国際物流商業課 ・ ものづくり振興課 | | | | | | |

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 |
| 県産品拡大展開総合支援事業 | 127,603 | 121,538 | 県外小売店のキーパーソンを招聘し、県内企業との交流を図るほか、展示商談会へ出展し県外バイヤー等とのマッチングを促進した。 (招聘:16回、商談会:4回) | 一括交付金 (ソフト) |
| 県産工業製品海外販路開拓事業 | 99,382 | 83,587 | 県内企業が実施する海外見本市への出展や海外営業活動、市場調査等を支援することにより、県産工業製品の海外展開を促進した。 (海外見本市:9回) | 一括交付金 (ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 見本市(県産品拡大展開総合支援事業) | | | 2回 | 4回 |
| メディア招聘(県産品拡大展開総合支援事業) | | | 1回 | 0回 |
| 見本市(県産工業製品海外販路開拓事業) | | | 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 | バイヤー招聘、商談会、見本市への出展、プロモーション等を通して、県産品の認知度や理解が深まり、支援企業の県外及び海外展開が促進された。 また、バイヤー招聘や見本市への出展により、新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものとする。 | | | |

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 |
| 県産品拡大展開総合支援事業 | 151,030 | 県産品の商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業を展開するほか、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。 | 一括交付金 (ソフト) |
| 県産工業製品海外販路開拓事業 | 98,142 | 本県経済の牽引役として県内製造業の活性化を図るため、県産工業製品の海外展開について、製品の特性や流通の特徴に応じた総合的な施策展開を実施する。 | 一括交付金 (ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

大手小売業者との包括的連携協定による沖縄フェアについて、H24年度の国内6エリアでの開催から、H25年度は国内6エリア、海外1エリアに拡大して開催することができ、沖縄県の歴史、文化、観光をはじめ、県産品の魅力を今まで以上に発信することができた。また、沖縄フェアの拡大に伴い、フェアにおける県産品の販売額も増加傾向にある。

(4) 成果指標の達成状況

| 成果指標 | 基準値 | 現状値 | H28目標値 | 改善幅 | 全国の現状 |
|---------------|--------------------|---------------------|--------------------|-----|-------|
| 泡盛の出荷数量 | 22,297kl (23年) | 集計中kl (26年) | 35,000kl (28年) | 集計中 | — |
| 参考データ | | 沖縄県の現状・推移 | | 傾向 | 全国の現状 |
| 沖縄県物産公社総取扱額 | 5,984百万円 (24年度) | 5,910百万円 (H25年度) | 6月末確定 (H26年度) | → | — |
| 泡盛等(焼酎を含む)輸出額 | 7,072千円 (24年) | 9,167千円 (25年) | 5,369千円 (26年) | → | — |
| ビール輸出額 | 150,995千円 (24年) | 201,333千円 (25年) | 275,619千円 (26年) | ↗ | — |

状況説明
 若者のアルコール離れ等、全国的に酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を大きく受けており、現状としては厳しい状況である。県外出荷数量については平成26年度2,919klと前年度(3,146kl)を下回り、県内消費についても減少傾向にある。
 しかし、近年の好調な入域観光客数の増加や、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を背景として、泡盛に対する認知度、理解に着実につながっているものと考えており、また、海外においては、特に沖縄の観光イメージとマッチしたビール等の輸出額は前年より着実に増加していることから、引き続き、改善に向けて取組を推進する。

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)

・県外への販路拡大を推進するためには、生産側の視点だけでなく、県外市場(消費者、卸売業者、小売店等)のニーズを把握し、ニーズに合った商品開発が求められるが、零細企業が多く、マーケティング力が脆弱な企業が多い。

・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの観光プロモーションと連携した沖縄フェア、物産展等の開催実績を踏まえると、県外の消費者、パイヤー等が県産品に接する機会は着実に増えていることから、県産品の認知度は向上しているものと推察される。

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)

・H26年度は新たにマーケティング・商品開発セミナーを実施し、自社商品の強み、競合商品との比較、ターゲット(消費者、チャネル)の設定等、マーケティングを強化する企業育成に取組んだが、ノウハウの蓄積には一定の期間を要するため、継続してセミナーを実施する必要がある。

・他の競合との差別化商品として、県産品の取扱いに積極的、協力的な小売店等との連携により、戦略的な販路拡大、プロモーション等を展開していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・マーケティング・商品開発のノウハウの蓄積には、一定の期間を要するため、引き続き県外専門アドバイザー等を設置し、県外展開の支援を展開する。

・これまでの沖縄フェア等のプロモーションを引き続き継続するほか、持続的な販路拡大につながるよう、県内企業(売り手)と県外小売店等(買い手)との相互理解を促進し、双方の協力・連携体制を強化を図る。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | | |
| 施策 | ①県外市場等における県産品の販路拡大 | | | |
| (施策の小項目) | ○物産展、商談会など県産品のPR支援 | | | |
| 主な取組 | 産業まつりの開催 | 実施計画 記載頁 | 286 | |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売り上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 生産者の生産意欲の高揚と県産品に対する消費者意識の啓発に努めると共に、時代のニーズに対応した新製品の開発と品質の向上を促進し、もって県内外市場の拡大を図り、特色ある本県産業の振興に資するため、県内各地において産業まつりを実施する。(沖縄本島・宮古・八重山各地域) | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 500社 沖縄の産業まつり出展企業 | | | | → | → | 企業団体 |
| | 産業まつりの開催による県産品の消費拡大 (沖縄本島・宮古・八重山各地域) | | | | | | |
| 担当部課 | 商工労働部ものづくり振興課 | | | | | | |

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 |
| 産業まつり推進事業費 | 10,418 | 10,276 | 各地で開催された産業まつりへ負担金を支出した。 平成26年度実績 第38回 沖縄の産業まつり 開催期間: 平成26年10月24日(金)～26日(日) 出展団体数: 533 入場者数: 244,400人 第37回 宮古の産業まつり 出展団体数: 72 入場者数: 14,000人 第37回 八重山の産業まつり 出展団体数: 140 入場者数: 20,000人 | 県単等 |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 沖縄の産業まつり出展企業数 | | | 500社 | 533社 |
| 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年度に開催された第38回沖縄の産業まつりは、過去最高の533団体の出展、入場者数は過去2番目に多く、244,400人であった。台風で2日間の開催となった平成25年度と比較して、出展企業数、入場者数ともに大幅に増加した。 県内産業を網羅した総合産業展として県民に向けて県内の産業や県産品、行政や研究機関の取組などを広くアピールすることができた。 | | | |

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 |
| 産業まつり推進事業 | 10,519 | 各地域(沖縄本島・宮古・八重山各地域)で開催される産業まつりへの負担金を支出する。 | 県単等 |

(3) これまでの改善案の反映状況

| |
|---|
| <p>沖縄の産業まつり、より効果的・効率的な運営を図るため、主に行政や教育機関等の取り組みを紹介する第一会場(アリーナ棟)の閉館時間について、「沖縄の産業まつり」屋内展閉館時間に関する検討委員会を設置し、同委員会において第一会場の閉館時間を協議した。</p> <p>これまで3日間とも午後8時閉館だったが、来場者のアンケート等から午後6時以降の第一会場への来場者数が極端に減少し、日中の客層と夕刻との客層の違いが明らかになり、夕刻の客層は飲食目的が多いため、平成27年度は、最終日のみ午後7時閉館とすることを予定している。</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 |
|--------------|---|-------------------|-------------------|----------|-------|
| かりゆしウェア製造枚数 | 35万枚 (23年) | 49万枚 (26年) | 40万枚 | ↗ | - |
| 泡盛の出荷量 | 22,297KL (23年) | 20,157KL (26年) | 35,000KL | △2,140KL | - |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| 沖縄の産業まつり入場者数 | 231,900人 (24年) | 163,000人 (25年) | 244,400人 (26年) | ↗ | - |
| 状況説明 | <p>平成26年度は3日間滞りなく実施され、出展企業数は過去最高の533団体、入場者数は過去2番目に多く、244,400人に上った。</p> <p>沖縄の産業まつりは、全産業を網羅した総合産業展として、県産品の展示即売会や商工会特産品フェア、産学官技術連携展など、多彩な内容で開催されており、県内産業に対する県民の意識を深める場となっている。</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)

| |
|---|
| <p>・産業まつりは、昭和52年から続いている県内産業振興の重要なイベントであり、県民に幅広く認知されている。単なる産業まつり実施の支援にとどまらず、生産者の生産意欲の高揚と県産品に対する消費者意識の啓発をより高め、県産品の普及促進という県の広報、情報発信ツールとしての役割を強める。</p> <p>・「沖縄の産業まつり」、「宮古の産業まつり」は平成16年度から、「八重山の産業まつり」は平成19年度から民間主導による実施となっており、普及啓発の場となっている。泡盛については厳しい状況が続いているものの、かりゆしウェアは製造枚数が急増している。泡盛については、来場者、特に若者等へ受け入れられやすいように展示等を工夫して、より多くの方に体験してもらえるようにする。</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)

・産業まつりの趣旨である、県、行政機関、研究機関等の取組、成果を県民に向けて発信する趣旨に基づき、展示会場(第一会場)のレイアウトを改善する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・優良県産品の展示スペースの拡大、各企業の担当者の配置等、優良県産品推奨制度や製品の魅力をより効果的に来場者へPRすることを目指す。

・工業技術センターや中城港湾地区立地企業、琉球大学やOIST(沖縄科学技術大学院大学)等の研究機関の研究成果を県民に広くPRするため、展示スペースを拡充する

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|--|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | | |
| 施策 | ②地域ブランドの形成促進 | | | |
| (施策の小項目) | ○地域ブランド構築に対する支援 | | | |
| 主な取組 | 地域イメージ向上・確立支援事業 | 実施計画 記載頁 | 286 | |
| 対応する 主な課題 | <p>○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。</p> <p>○地域団体商標制度を活用できる人材が乏しいため、制度の普及・啓発に取り組む必要がある。</p> | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------|
| 取組内容 | 地域のイメージ向上や地域産品等のブランド化を促進するため、地域ブランド化に取り組む地域共同体へ基礎講座やワークショップ、ハンズオン支援を実施する。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 3件 地域ブランド推進 団体支援件数 | → | | | | → | 県 |
| | 地域ブランドの確立に取り組む地域・団体・企業等への支援 | | | | | | |
| 担当部課 | 商工労働部 産業政策課 | | | | | | |

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 |
| — | — | — | 地域ブランド構築に向けて支援が必要な団体等に対して、沖縄県発明協会等の専門機関の紹介等を行った。 | — |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| — | | | — | — |
| 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 | 過去に実施した地域ブランド構築事業に対する問い合わせを元に、地域ブランドの確立に取り組む団体等に対して専門機関等の紹介等を行い、地域団体商標登録に対する課題の解決に向けた支援を実施した。 | | | |

(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 |
| — | — | 地域ブランド構築に向けて支援が必要な団体等に対して専門機関等の情報提供を行う。 | — |

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

地域ブランドの構築に向けて支援が必要な団体等に対して、他の専門機関等を紹介したほか、過去に実施した支援事業の成果や課題等の助言を行った。
また、支援事業実施期間中には、ブランドコンセプト作りやブランド構築に向けた推進体制構築支援等のハンズオン支援を実施した。

(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 |
|------------------------------|---|---------------------------|------------------|----------------|--------------------------------|
| 地域団体商標(地域ブランド商標)の出願・登録件数(累計) | 出願 38件 登録 15件 (23年) | 出願 41件 登録 15件 (26年) | 出願 45件 登録 17件 | 出願 0件 登録 0件 | 出願 1087件 登録 583件 (27年3月) |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| - | - | - | - | - | - |
| 状況説明 | 地域団体商標登録は一定の知名度が登録要件となることから、当面は一般商標の登録を目指す団体が多く、改善まで時間を要するため、当施策より、地域ブランドに向けた取組みを実施し、知名度向上に向けて持続的な展開を行っていく。 知名度向上に向けての継続的な広報活動により、出願数、登録数のH28目標は達成できる見込みである。 | | | | |

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)

・地域団体商標についての知識や技術が乏しく、また地域団体商標登録には他都道府県において一定の知名度を得る必要があるため、長期間にわたり継続的な活動が求められることなどから、登録に至るまでの活動資金の調達等に課題がある。
・地域ブランドは、個々の団体等が独自で行っても効果が薄く、また一定の知名度が必要となることから、短期間で地域団体商標登録までに持ち込む事は困難である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・地域ブランドの確立に取り組む団体等に対して、沖縄県発明協会などの専門機関や他の支援事業等の情報提供を行い、活動を支援する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・地域ブランドの確立に取り組む団体等に対して、沖縄県発明協会などの専門機関において、地域団体商標の登録を目指す団体毎の課題に応じた情報提供を行うとともに、関連する他事業の紹介を行うことにより、資金調達や知名度向上など、登録に向けて生じる課題の解決に向けた取組を実施し、地域ブランド構築活動を支援する。

「主な取組」検証票

| | | | | |
|--------------|---|--------------------|-----|--|
| 施策展開 | 3-(9)-イ | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | | |
| 施策 | ②地域ブランドの形成促進 | | | |
| (施策の小項目) | ○県産品のブランド化支援 | | | |
| 主な取組 | 県産品ブランド戦略事業 | 実施計画 記載頁 | 286 | |
| 対応する 主な課題 | ○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売り上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。 | | | |

1 取組の概要(Plan)

| | | | | | | | |
|-------|---|----|----|----|----|-----|------------------|
| 取組内容 | 地域資源を活用した商品のブランド確立により県産品の販路拡大を図るため、 ①「県産品ブランド戦略委員会」を立ち上げ、今後に期待できる県内事業者団体・事業者を支援対象者として選定を行う。 ②「ブランド戦略アドバイザー」を設置し、支援対象者の戦略に関する相談にアドバイスを行う。 ③県外市場、海外市場においてテストマーケティングやブランド戦略に合わせた情報発信等を行う。 | | | | | | |
| 年度別計画 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29～ | 実施主体 |
| | 地域資源を活用した商品のブランド確立による県産品の販路拡大 | | | | | → | 県 支援機関 企業等 |
| 担当部課 | 商工労働部 国際物流商業課 | | | | | | |

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 |
| 国際物流ハブ活用推進事業 | 559,120 | 536,376 | フェア、物産展のプロモーション等を通して、県産品の認知度や理解を深めるとともに、支援企業の県外展開・海外展開を促進した。 | 一括交付金(ソフト) |
| 物産振興対策支援事業 | 19,434 | 18,833 | | 一括交付金(ソフト) |
| 活動指標名 | | | 計画値 | 実績値 |
| 海外小売店での沖縄フェア(食品分野) ※沖縄国際航空物流ハブ活用推進事業 | | | - | 3件 |
| 物産展(国内) ※物産振興対策事業 | | | 12回 | 13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 | フェア、物産展のプロモーション等を通して、県産品の認知度向上を図り、支援企業の県外展開・海外展開を促進した。 東京、大阪を中心とする都市部の百貨店において、沖縄物産展を開催し、県産品の認知度向上、販路拡大の支援を行った。(物産展:計画値12回、実績値13回) 海外小売店で沖縄フェア(食品分野)を3件実施した。 | | | |

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 |
| 国際物流ハブ活用推進事業 | 426,030 | フェア、物産展のプロモーション等を通して、県産品の認知度や理解が深めるとともに、支援企業の県外展開・海外展開を促進する。 | 一括交付金(ソフト) |
| 物産振興対策事業 | 21,134 | | 一括交付金(ソフト) |

(3) これまでの改善案の反映状況

・県産品の消費拡大及び販路拡大に向けて、県外・海外で物産展等を行い、離島産品を含む県産品の情報発信を強化した。ブランド戦略事業については、既存の事業での取組みと成果を見据えた上で、検討を継続する。

(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 |
|------------------------------|--|-------------------------|----------------|--------------|-------------------------------|
| 地域団体商標(地域ブランド商標)の出願・登録件数(累計) | 出願38件 登録15件 (23年) | 出願41件 登録15件 (26年) | 出願45件 登録17件 | 出願3件 登録0件 | 出願1,087件 登録583件 (24年3月) |
| 参考データ | 沖縄県の現状・推移 | | | 傾向 | 全国の現状 |
| — | — | — | — | — | — |
| 状況説明 | 地域団体商標出願数は、平成23年の基準値から3件増と順調に増加しており、平成28年目標値の達成は可能と見込む。登録数の増加に向け、引き続き県内企業の支援に取り組む。 | | | | |

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)

・県産品については、原材料及び生産物の輸送コストや生産規模の零細さから、県外・海外市場において割高となっており、安定供給と輸送コスト削減、及びブランド化による差別化と高付加価値化を図る必要がある。

・入域観光客数の増加が好調に推移する中、観光客が現地又は本島で喫食、体験する機会も増えているため、観光客に着地型でPRすることも可能である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・県産品について、県外・海外市場でのテストマーケティングにより商品力を高め、プロモーションにより認知度を高めるとともに、他事業と連携した観光客向けの情報発信等についても検討する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・県産品について、県外・海外市場でのテストマーケティングにより商品力を高め、プロモーションにより認知度を高めるとともに、「旬」県産品消費拡大構築事業の特設webサイトを活用した観光客向けの情報発信についても検討する。