

# 「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	293
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図るため、①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、③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、総合的な販路拡大支援を行う。						
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 アジア経済戦略課 ・ 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28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	254,656	236,017	全国の量販店チェーンにおいて沖縄フェアを9回開催するなど、プロモーションを展開するとともに、キーパーソン招聘や商談会出店等により県外バイヤーとのマッチングを促進するほか、専門アドバイザー等による商品開発支援や販路開拓支援等を実施した。 また、県内企業に対し、テスト販売、見本市参加、バイヤー招聘、商品開発等に係る補助を行い、販路拡大を支援した。	一括交付金 (ソフト)
県産工業製品海外販路開拓事業	98,054	75,861	県産工業製品における海外展開を促進するため、海外販路開拓の専門コーディネーターを配置し、12社の県内企業に対し、海外ビジネスに関するアドバイスや商談同行等の支援を行った。 また、県内企業の国際見本市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。	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	37件
商談会等(県産品拡大展開総合支援事業)	2回	95件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28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るなど、支援企業の販路拡大の促進につながった。</p>	

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29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	193,008	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	89,422	専門コーディネーターによるハンズオン支援を積極的に行うとともに、これまでの事業内容等を検証し、支援のあり方を検討する。 また、本事業で得た成果等を広く県内企業に周知し、支援企業の海外展開の促進を図る。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
<p>①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。</p> <p>②今後とも引き続き沖縄フェア等を実施するが、新たな顧客を獲得する必要があることから、商品の背景にあるストーリー、沖縄イメージを訴求するコンテンツ等を活用することにより、県産品イメージを向上させ、新たな客層のトライアル購入につなげる。</p>	<p>①県内企業を対象としたマーケティング・商品開発セミナーを実施し、マーケティング力、商品開発力の強化等、企業育成に取り組んでいるほか、商品開発等について専門家の個別指導・支援を実施している。</p> <p>②県産品のイメージ向上を図るためのコンテンツを作成し、プロモーションで活用するとともに、試食やレシピ提案等により県産品の魅力をPRした。</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年度)	18,694KL (28年)	35,000KL (28年)	△3,603KL	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	5.4百万円 (26年)	8.8百万円 (27年)	2.3百万円 (28年)	↘	—
ビール輸出額	275.6百万円 (26年)	380.7百万円 (27年)	409.1百万円 (28年)	↗	—
状況説明	<p>成果指標としている泡盛については、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、泡盛の出荷数量及び県外出荷数量も減少傾向にあり、厳しい状況である。しかし、その他県産品については、フェア開催数や見本市・商談会等補助金利用件数等は増加しており、沖縄県産品の認知度は向上しているものと推察される。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、県内には零細企業が多く、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)

・百貨店物産展、全国量販店チェーンだけではなく、他の販売チャンネルにおける新たな顧客を獲得する必要がある。

### 4 取組の改善案(Action)

・地域量販店チェーン等における沖縄フェア開催支援を強化し、県産品の特性の説明やプロモーションを展開することにより、認知度向上と満足度向上を図る。

# 「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	物流高度化の推進	実施計画 記載頁	293
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
	低減対策 調査事業				物流高度化 関連調査		
担当部課	商工労働部 アジア経済戦略課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成28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	19,851	19,851	那覇港及び那覇空港の機能活用による物流環境の改善・効率化に向けた沖縄型物流モデル構築等の取組を実施した。具体的には、県内企業の域外展開を支援するため、香港や台湾の企業向けに沖縄ハブや海上航路をPRする展示会への出展や県内物流企業と台湾物流企業による商談会を開催し、支援した。	県単等
物流高度化推進事業	58,244	58,244	島嶼県の課題である輸送コストの低減とリードタイムの短縮の解決へ向け、県外に設置した共同物流センターの取扱量増大、貨物集約による物流高度化モデル構築を目指した。また、構築されたモデルを効果的に波及させるため、業界別物流需要調査と物流アドバイザーの設置を実施した。	一括交付金(ソフト)
国際物流関連ビジネスモデル創出事業	207,497	207,497	沖縄の好調な観光や地場産業と国際物流拠点の機能と連携した海外ビジネスの展開の可能性を調査するとともに、官民一体となって新たなビジネスモデルの構築に繋げるため、①福建省等経済特区連携ビジネス展開可能性調査事業、②OKINAWA型インバウンド等活用新ビジネス創出事業等を実施した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
最適化モデル構築			—	—
物流高度化関連調査			—	—

推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果
順調	<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄一本土間の物流環境の改善に資する具体的な新たな物流モデルの構築に向け、物流高度化推進事業を実施。県外共同物流センターの取扱量増大に取り組んだ。また、構築されたモデル、ノウハウを効果的に波及させるため、業界別物流需要調査と物流アドバイザーの設置を実施した。</li> <li>・県内企業の販路拡大や域外展開を支援するため実施した香港や台湾企業向けの展示会において、沖縄ハブをPRし、認知度向上を図ることができた。</li> <li>・県内物流企業と台湾物流企業による商談会を開催し、域外展開を支援することができた。</li> <li>・中国、台湾、沖縄の経済特区連携による貨物量の増加に向けた新たな航路ネットワーク、物流サービス、ビジネス創出の可能性を調査できた。</li> <li>・外国人観光客(インバウンド)に対する県産品・全国特産品の消費拡大を契機とした輸出品・貨物量の創出を図るため、中国、台湾、香港等のインバウンドに対して、沖縄県産品・全国特産品の販路拡大・認知度向上を行うことができた。</li> </ul>

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
国際戦略推進企画事業	17,866	那覇港及び那覇空港の機能活用による物流環境の改善・効率化に向けた沖縄型物流モデル構築等の取組を実施する。	県単等
物流高度化推進事業	44,546	島嶼県である本県の抱える物流の諸課題に対応し、県産品出荷拡大等の産業振興を推進すべく、新たな物流モデル(共同物流等)の構築による更なる物流の高度化に向けた取組を実施する。	一括交付金(ソフト)
国際物流関連ビジネスモデル創出事業	213,063	沖縄の好調な観光や地場産業と国際物流拠点の機能と連携した海外ビジネスの展開の可能性を調査し、官民一体となって新たなビジネスモデルの構築を図る。具体的には、中国福建省等での県産品の販路拡大を目指すため、引き続き福建省、台湾、沖縄の経済特区の連携可能性を調査する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度取組改善案	反映状況
<p>①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活用し、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。また共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、事業の推進を図り、取扱量の増大による更なる物流高度化を進める。また、構築された物流高度化モデルのノウハウを他業種へ幅広く波及させるため、業界別物流需要調査と物流アドバイザーの設置を実施する。</p> <p>②貨物量の増加に向けた新たな航路ネットワークや物流サービスに関する調査・検討・ビジネス創出を実施する。</p> <p>③海外向けに販路拡大による取扱貨物量拡大に向け、福建省、台湾、沖縄の経済特区の連携によるビジネスモデルの構築の可能性を調査する。</p>	<p>①県外に設置した共同物流センターの取扱量増大、貨物集約による物流高度化モデル構築を目指し、参加事業者やコンサルタントの協力の下、関係者の意見集約、共同での費用低減交渉を実施し、実現した。また、構築されたモデルのノウハウ等を効果的に波及させるため、業界別物流需要調査と物流アドバイザーの設置を実施した。</p> <p>②国際物流関連ビジネスモデル創出事業において、中国、台湾、沖縄の経済特区連携による貨物量の増加に向けた新たな航路ネットワーク、物流サービス、ビジネス創出の可能性を調査した。</p> <p>③外国人観光客(インバウンド)に対する県産品・全国特産品の消費拡大をきっかけとした輸出品・貨物量の創出を図るため、県内外において各国のターゲットに応じたプロモーションを展開し、観光客の訪問前、訪問中、訪問後の各段階に沿ったキャンペーンを実施した。</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
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明					

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点 (内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・物流における物流高度化モデルを構築し、ノウハウを他業種等へ波及させることが重要である。</li> <li>・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、取扱量増大へ向けた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。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物流コスト低減に向けては、海外物流についても、那覇港の取扱貨物量拡大に向け、ビジネスモデルを構築し、ベースカーゴとなる貨物を創出する必要がある。</li> <li>・海外航空路線の新規就航・増便、クルーズの増加等により、消費性向が強い外国人観光客は急激に増加している。</li> </ul>
--

(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"> <li>・多数の(県内食品製造メーカーや商社等)事業者が荷主となり、物流の各パート(島内陸送、県外海外向け海運等)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公的な立場で関係者の利害調整等を行う専門知識を有する物流アドバイザー等を活用し、円滑に進める仕組み作りが必要である。</li> <li>・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、取扱量増大による更なる物流高度化を進める体制や物流における物流高度化モデルを構築し、ノウハウを他業種等へ幅広く波及させる体制の構築について、引き続き県が支援する必要がある。</li> <li>・販路拡大による貨物量の増加に向け、新たな航路ネットワークや物流サービスに関する調査・検討・ビジネスの創出が必要である。</li> <li>・各国における県産品・全国特産品の認知度向上には、継続的な取組が必要である。</li> </ul>
--

#### 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活用し、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、共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、事業の推進を図り、取扱量の増大による更なる物流高度化を進める。具体的には、共同物流センターから客先への共同配送や卸売業者など他の県産品取扱事業者の参加も促す。加えて、構築された物流高度化モデルのノウハウを他業種へ幅広く波及させるため設置した物流アドバイザーを活用する。

・海外向けに販路拡大による取扱貨物量拡大に向け、福建省、台湾、沖縄の経済特区の連携によるビジネスモデルの構築の可能性を引き続き調査する。

・県内外において各国のターゲットに応じたプロモーションを展開し、観光客の訪問前、訪問中、訪問後の各段階に沿ったキャンペーンを継続的に実施し、輸出産品・貨物量の創出を図る。

## 「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	294	
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  県 支援機関 企業等	
	3件 支援企業数					→		
	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28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
琉球泡盛県外展開強化事業	110,186	103,533	①泡盛の仕次ぎと熟成に関する研究を行い、古酒の付加価値向上に取り組むとともに、酒類製造業の経営状況や県経済へ与える影響等について調査分析を行った。 ②泡盛製造従事者向けに講習会を行い、製造技術の向上と製造従事者のネットワークの構築を図った。 ③他酒類との差別化を図るため、女性・若者層、観光客等のセグメント別に、泡盛の特性や新しい飲み方の紹介等のプロモーションや商談会等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)



様式1(主な取組)

活動指標名	計画値	実績値
支援企業数(個別酒造所のマーケティング強化)	3件	4件
研究実施(熟成と仕次ぎ、黒麹菌の独自性)	2件	2件
講習会開催回数	5回	7回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果	
順調	<p>「泡盛の仕次ぎと熟成に関する研究」では、熟成年数の異なる泡盛の香気成分の分析を行い古酒のブランド化や付加価値向上に繋げている。また、黒麹菌の独自性の研究では、ゲノム解析を行い県外に存在するものとの違いの解明に取り組んでいるところである。</p> <p>「泡盛製造従事者向けの講習会」に関しては、セミナー(1回)、講習会(7回)、県外製造所の視察や離島地域における技術者の討論会を行い泡盛製造の技術強化に繋げた。セグメント別プロモーションや商談会については、沖縄県酒造組合に経費補助を行い県外における泡盛の認知度及び体験度向上を図った。</p>	

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29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	97,667	<p>① 泡盛調査研究事業(直轄・委託) 泡盛の仕次ぎや熟成、黒麹菌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、これまでの泡盛のイメージから脱却するマーケティング支援を行うことで、新しい泡盛の価値創造を図る。</p> <p>② プロモーション事業(補助)(補助率9/10) 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とともに、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> <p>③ マーケティング強化事業(補助)(補助率9/10) 一般酒を含めた特徴ある泡盛のマーケティングにかかる経費について補助を行い、充分でない酒造所のマーケティング強化を図るとともに、既存のイメージから脱却をする泡盛を展開する。</p>	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
<p>① 公設試験研究機関である工業技術センターにおいて、これまで実施している泡盛の仕次ぎや熟成に関する研究に加え、黒麹菌の独自性に関する研究を行うことで、新たな付加価値の創造を図り、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。</p> <p>② 個々の泡盛メーカーが行うマーケティング調査に関して支援を行い、消費者ニーズに対応した商品開発等の取組を活発化させる。</p>	<p>① 工業技術センターにおいて、黒麹菌の独自性についてゲノム分析に取り組んでいる。</p> <p>② 個別4酒造所が取り組むマーケティング調査を支援し、商品開発の取組を促進している。</p>

様式1(主な取組)

(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
観光土産品に対する満足度 (国内客、「大変満足」の比率)	33.2% (21年)	32.5% (27年)	35% (28年)	△0.7%	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
泡盛の出荷数量	21,658KL (25年)	20,157KL (H26年)	20,061KL (27年)	→	—
泡盛の県内出荷量	18,512KL (25年)	17,238KL (26年)	17,159KL (27年)	↘	—
状況説明	泡盛の出荷数量から泡盛の県内出荷量を差し引いた県外出荷数量については、平成25年度3,146kl、平成26年度2,919kl、平成27年度2,902klと減少を続けている。県内出荷数量についても、平成25年度と比較して7.3ポイント減少している。 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。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
--

(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"> <li>・泡盛離れを解消するため、若者や女性など、県内外の消費者ニーズに対応した商品開発、販促活動、情報発信等の取組強化を図る必要がある。</li> <li>・業界の消費者ニーズに対応する動きを活発化させるために、個々の泡盛メーカーが行う消費者ニーズに対応した商品開発等の取組に対しても引き続き支援が必要。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・業界の消費者ニーズに対応する動きを活発化させるために、個々の泡盛メーカーが行う消費者ニーズに対応した商品開発等の取組に対しても支援を行ったが、公募に時間を要してしまい実施する事業期間が短くなってしまったため、補助事業者の負担となってしまった。次年度においては迅速に公募に取りかかる十分な実施期間を確保する。</li> </ul>
--

# 「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	294
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 アジア経済戦略課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄国際物流ハブ活用推進事業	445,964	415,045	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、クアラルンプール)への貨物スペースを県が借上げて県内事業者等へ提供する。	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			—	718台(28年度)
推進状況	進捗状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果			
順調	県内企業等の海外展開の拡大やシンガポール向けの輸出量が増えたことにより、コンテナ借上台数及び輸出重量の増加に寄与した。 (コンテナ数)H27年度 518台 → H28年度 718台			

### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄国際物流ハブ活用推進事業	388,006	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、クアラルンプール)への貨物スペースを県が借上げて県内事業者等へ提供する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
<p>①平成27年度に作成した長寿の島沖縄ブランド画像やそのバックデータ(沖縄が長寿であることや県産食材の機能性の高さに関するグラフ、データ等)を、海外メディアを活用した情報発信並びに海外見本市出展にあたっての装飾に活かすとともに、さらには物産フェアでの商品選定にもブランドテーマを反映させるなど、ブランド形成に向けた情報発信を進める。</p> <p>②県産品ブランディングによる高付加価値化とあわせ、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、県産品取扱事業者の取引拡大に向けた底上げを図る。</p>	<p>①沖縄県産品のブランドイメージである「長寿の島沖縄」をコンセプトとし、アジア地域での各フェア、商談会、見本市などに展開するとともに、ポスターやパンフレットはもちろん、SNS等を活用し県産品の機能性などをPRを実施した。</p> <p>②県産品のブランドイメージ「長寿の島沖縄」の機能性の高さを数値化し、情報発信を展開するとともに、アジア地域の方々に認知してもらうために、単発のフェアだけではなく、小売店舗に定番化につなげるために健康食品を中心に定期的にプロモーションを実施。その結果、定番商品に採用され、販路拡大につながった。</p> <p>③これまでの6路線(香港・上海・台北・バンコク・ソウル・シンガポール)に加え、平成29年2月よりクアラルンプールも新たな航路として追加した。</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
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明					

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><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテナスペース借上げ事業の利用申請企業数がH27年度の61社からH28年度は92社となり、制度が広く浸透してきている。</li> <li>・県シンガポール事務所の開設等により、県内事業者のASEAN地域に対する関心がこれまで以上に高まりつつある。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄への海外観光客数は約212万人(H28年度)と大幅に過去最高を更新しており、沖縄の認知度が向上している。</li> <li>・コンテナスペース借上げ事業で代表される業務用輸出(BtoB)が大幅増加している。</li> </ul>
---

(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"> <li>・アジア地域に安定して輸出するために、小売店舗等に定番商品を一品でも多く増やすことが必要である。定番化は、短期的な取組ではなく、長期的なビジョンを持ち戦略的に取り組む必要がある。</li> <li>・「長寿の島沖縄」のブランドイメージの情報発信を継続し、インバウンドの観光客に沖縄県産品の認知度を向上させる必要がある。</li> </ul>
---

#### 4 取組の改善案(Action)

・アジア地域に安定して輸出するために、小売店舗等に定番商品を一品でも多く増やすことが必要である。そのため、3年ほどの長期的なビジョンを持ち戦略的に取り組むための事業を展開する。その間、海外のニーズを捉えた商品を開発するため、海外でのテスト販売やマーケティング、プロモーションを継続して実施していく。

・外国人観光客が200万人を超え好調であり、今後沖縄の知名度が向上すると推測される。このため、今後も沖縄県産品のブランドイメージである「長寿の島沖縄」を情報発信を継続しつつ、外国人観光客に沖縄県産品の認知度を向上させるため、インバウンド事業との連携も図る。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(9)-1	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	地域力活用型販路拡大応援事業	実施計画 記載頁	294	
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	地域の優れた特産品を対象に、地域の魅力や各地域の支援機関等による経営支援を活用した包括的な県外販路開拓支援施策を開発及び実施する中小企業支援機関の取組を支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
				1件 販路開拓パッケージの開発及び実施	→		県 支援機関 等
担当部課	商工労働部 中小企業支援課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
-	-	-	前年度同様、国の補助事業を活用し、事業実施する予定であったが、事業採択に至らなかったことから、平成28年度は、前年度に開発した販路開拓パッケージを既存事業の中で活用することで販路開拓支援に取り組んだ。	-
活動指標名			計画値	実績値
開拓販路パッケージの開発及び実施			1件	1件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果			
順調	前年度同様、国の補助事業を活用し、事業実施する予定であったが、事業採択に至らなかったことから、平成28年度は、前年度に開発した販路開拓パッケージを既存事業の中で活用することで販路開拓支援に取り組んだ。具体的には、前年度開発した販路開拓パッケージを、沖縄県商工会連合会が毎年開催する「ありんくりん市」や個別の商工会で行う商談会等において活用し、販路開拓支援に取り組んだ。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
-	-	-	-

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
①より効果的に販路開拓支援を行うため、本事業による商談マッチング機会の提供や展示会出展支援等と、沖縄県商工会連合会による既存の販路開拓支援を組み合わせることを検討する。	①より効果的に販路開拓支援を行うため前年度開発した販路開拓パッケージを、沖縄県商工会連合会が毎年開催する「ありんくりん市」や個別の商工会で行う商談会等において活用し、販路開拓支援に取り組んだ。

(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
-	-	-	-	-	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
本事業支援による販路開拓パッケージの開発及び実施	1件 (H27年度)	1件 (H28年度)	-	-	-
状況説明	平成28年度は、前年度に開発した販路開拓パッケージを既存事業の中で活用することで販路開拓支援に取り組んだ。具体的には、前年度開発した販路開拓パッケージを、沖縄県商工会連合会が毎年開催する「ありんくりん市」や個別の商工会で行う商談会等において活用し、販路開拓支援に取り組んだ。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <p>・本事業は、平成28年度で事業終了となるが、平成27年度に開発した販路開拓パッケージを各商工会の経営指導員の巡回指導に繋げ、引き続き効果的な販路開拓支援が行えるよう取り組んでいく必要がある。</p> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <p>・近年の好調な入域観光客数の増加や、他県での沖縄フェア、物産展等の開催状況を踏まえると、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。</p>
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>・企業に対する販路開拓支援は、県内中小企業の経営革新の促進や経営基盤の強化に向けた必要な取り組みであることから、引き続き効果的な支援に取り組んでいく必要がある。</p>
---

4 取組の改善案(Action)

<p>・開発した販路開拓パッケージを各商工会の経営指導員の巡回指導に繋げ、効果的な販路開拓支援が行えるよう取り組んでいく。</p> <p>・また、販路開拓支援については、新規事業による新たな支援を含め検討していく。</p>
---

# 「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	294
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 アジア経済戦略課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成28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	21,134	20,772	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	254,656	236,017	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9エリア約500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9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	9回
商談会等			2回	95件



推進状況	進捗状況の判定根拠及び平成28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、商談会を通して新たな取引につながるなど、支援企業の販路拡大の促進につながった。

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29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	22,305	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	193,008	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

平成28年度取組改善案	反映状況
①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。 ②今後とも引き続き沖縄フェア等を実施するが、新たな顧客を獲得する必要があることから、商品の背景にあるストーリー、沖縄イメージを訴求するコンテンツ等を活用することにより、県産品イメージを向上させ、新たな客層のトライアル購入につなげる。	①県内企業を対象としたマーケティング・商品開発セミナーを実施し、マーケティング力、商品開発力の強化等、企業育成に取り組んでいるほか、商品開発等について専門家の個別指導・支援を実施した。 ②県産品のイメージ向上を図るためのコンテンツを作成し、プロモーションで活用するとともに、試食やレシピ提案等により県産品の魅力をPR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年度)	18,694KL (28年)	35,000KL (28年)	△3,603KL	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	5.4百万円 (26年)	8.8百万円 (27年)	2.3百万円 (28年)	↘	—
ビール輸出額	275.6百万円 (26年)	380.7百万円 (27年)	409.1百万円 (28年)	↗	—
状況説明	成果指標としている泡盛については、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、泡盛の出荷数量及び県外出荷数量も減少傾向にあり、厳しい状況である。しかし、その他県産品については、フェア開催数や見本市・商談会等補助金利用件数等は増加しており、沖縄県産品の認知度は向上しているものと推察される。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、これに合った商品開発が求められるが、県内には零細企業が多く、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)

・百貨店物産展、全国量販店チェーンだけではなく、他の販売チャンネルにおける新たな顧客を獲得する必要がある。

### 4 取組の改善案(Action)

・地域量販店チェーン等における沖縄フェア開催支援を強化し、県産品の特性の説明やプロモーションを展開することにより、認知度向上と満足度向上を図る。

## 「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	294	
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
	優良県産品推奨制度の実施による県産品の消費拡大					→	県 支援機関 企業等
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28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	13,123	13,123	飲食料品の部37点、生活用品の部17点、その他製品の部13点の合計67点を優良県産品として認定した。また、県庁ロビーと沖縄の産業まつり、県内及び東京銀座わしたショップにて推奨製品の展示を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
優良県産品推奨品数			-	67点
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果			
順調	平成28年度は計67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。			

#### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29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	17,963	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

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
①広報及び周知を徹底し、更に展示即売会を積極的に行う等推奨制度や製品をPRする機会を増やす。	①県民ホール、工芸展示室、沖縄の産業まつりに加え、県内わたしたショップでの展示を行い、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)	20,061KL (27年)	35,000KL	△2,236KL	-
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	49.3万枚 (26年)	43.3万枚 (27年)	45.0万枚 (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、泡盛の出荷量回復に努めていく。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、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本制度は、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、推奨製品は一定の品質と信頼性を保つ必要がある。</li> </ul> <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・推奨製品について、他事業で実施しているイベント等での展示も含め、効果的な宣伝・普及方法を検討し、実際の消費拡大につながる工夫を講じる必要がある。</li> </ul>
--

(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"> <li>・優良県産品として、県内外で広く周知され、購買されることが製品のブランド化と安定生産につながることから、より多くの製品が推奨されるよう、申請数を増加させることが必要である。</li> </ul>
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報及び周知を徹底し、更に展示即売会を積極的に行う等推奨制度や製品をPRする機会を増やす。</li> </ul>
--

# 「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	294
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図るため、①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、③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、総合的な販路拡大支援を行う。						
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 アジア経済戦略課 ・ 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28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	254,656	236,017	全国の量販店チェーンにおいて沖縄フェアを9回開催するなど、プロモーションを展開するとともに、キーパーソン招聘や商談会出店等により県外バイヤーとのマッチングを促進するほか、専門アドバイザー等による商品開発支援や販路開拓支援等を実施した。 また、県内企業に対し、テスト販売、見本市参加、バイヤー招聘、商品開発等に係る補助を行い、販路拡大を支援した。	一括交付金 (ソフト)
県産工業製品海外販路開拓事業	98,054	75,861	県産工業製品における海外展開を促進するため、海外販路開拓の専門コーディネーターを配置し、12社の県内企業に対し、海外ビジネスに関するアドバイスや商談同行等の支援を行った。 また、県内企業の国際見本市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。	一括交付金 (ソフト)

活動指標名	計画値	実績値
見本市等(県産品拡大展開総合支援事業)	2回	37件
メディア招聘	1回	0回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28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るなど、支援企業の販路拡大の促進につながった。	

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29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	193,008	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	89,422	専門コーディネーターによるハンズオン支援を積極的に行うとともに、これまでの事業内容等を検証し、支援のあり方を検討する。 また、本事業で得た成果等を広く県内企業に周知し、支援企業の海外展開の促進を図る。	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度 of 取組改善案	反映状況
<p>①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。</p> <p>②今後とも引き続き沖縄フェア等を実施するが、新たな顧客を獲得する必要があることから、商品の背景にあるストーリー、沖縄イメージを訴求するコンテンツ等を活用することにより、県産品イメージを向上させ、新たな客層のトライアル購入につなげる。</p>	<p>①県内企業を対象としたマーケティング・商品開発セミナーを実施し、マーケティング力、商品開発力の強化等、企業育成に取り組んでいるほか、商品開発等について専門家の個別指導・支援を実施している。</p> <p>②県産品のイメージ向上を図るためのコンテンツを作成し、プロモーションで活用するとともに、試食やレシピ提案等により県産品の魅力をPRした。</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年度)	18,694KL (28年)	35,000KL (28年)	△3,603KL	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	5.4百万円 (26年)	8.8百万円 (27年)	2.3百万円 (28年)	↘	—
ビール輸出額	275.6百万円 (26年)	380.7百万円 (27年)	409.1百万円 (28年)	↗	—
状況説明	成果指標としている泡盛については、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、泡盛の出荷数量及び県外出荷数量も減少傾向にあり、厳しい状況である。しかし、その他県産品については、フェア開催数や見本市・商談会等補助金利用件数等は増加しており、沖縄県産品の認知度は向上しているものと推察される。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、県内には零細企業が多く、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)

・百貨店物産展、全国量販店チェーンだけではなく、他の販売チャンネルにおける新たな顧客を獲得する必要がある。

### 4 取組の改善案(Action)

・地域量販店チェーン等における沖縄フェア開催支援を強化し、県産品の特性の説明やプロモーションを展開することにより、認知度向上と満足度向上を図る。

## 「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	294		
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数				→	→	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28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	10,483	9,687	各地で開催された産業まつりへ負担金を支出した。 平成28年度実績 ○第40回 沖縄の産業まつり 開催期間: 平成28年10月21日(金)～23日(日) 出展団体数: 552 入場者数: 242,500人 ○第39回 宮古の産業まつり 出展団体数: 69 入場者数: 14,799人  ※2016八重山の産業まつりは開催中止	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	552社
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果			
順調	平成28年度に開催された第40回沖縄の産業まつりは552団体の出展、入場者数は242,500人であった。 今年度は、第40回記念大会ということで、沖縄海洋特別展を開催し、集客を図った。開催期間中、晴天に恵まれ、来場者数、出展企業をもに昨年度を上回った。 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周知することができた。 八重山の産業まつりについては、出展企業不足のため開催をやむなく中止した。			



様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29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	10,483	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

平成28年度の取組改善案	反映状況
<p>①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を行い、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周知することを目指す。</p> <p>②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周知するため、展示スペースを拡充する。</p>	<p>①優良県産品の展示ブースを拡大した結果、来場者が閉塞感を感じず展示品を鑑賞でき、スムーズに来場者の往来ができていた。</p> <p>②40回記念大会企画として、海洋資源からダイビングまで海洋にまつわる幅広い産業のブースを展開する「海洋産業特別展」を実施し、工業技術センターや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周知する展示スペースを確保することができた。</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
かりゆしウェア製造枚数	35万枚 (23年)	45.0万枚 (28年)	40万枚	10.0万枚	-
泡盛の出荷量	22,297KL (23年)	20,061KL (27年)	35,000KL	△2,236KL	-
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	244,400人 (26年)	230,100人 (27年)	242,500人 (28年)	→	-
状況説明	<p>平成28年度は、晴天に恵まれ、3日間滞りなく実施された。出展企業数は552団体、入場者数は242,500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> <p>成果指標のかりゆしウェアについては、屋内展示場で県産衣料品展示商談会を行い、1年を通じて着用できるかりゆしウェアを紹介し、県内小売店のバイヤーや県外からも取材にきていたことで、広いPRに繋がった。</p> <p>泡盛については、屋内展示場にて泡盛鑑評会出品酒一般公開を行い、広く消費者にPRを行った。来場者は約3,000人で、泡盛の貯蔵方法等につて、多くの人が関心を持って聞いていた。</p> <p>泡盛については厳しい状況が続いているものの、かりゆしウェアは既に目標値を大幅に上回っている。</p>				

### 3 取組の検証(Check)

#### (1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

##### ○内部要因

・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。

##### ○外部環境の変化

・「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。

・「2016八重山の産業まつり」については、出展企業の不足により開催がやむなく中止となった。要因の一つとしては、観光客の増加等による人手不足から、出展を見送る業者が増えていることが考えられる。

#### (2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・八重山地域における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、県産品の普及促進を図るため、八重山の産業まつりの実施は必要である。「2017八重山の産業まつり」開催に向け、開催中止となった経緯と要因を引き続き検証するとともに、実施方法、開催時期等について検討を行う必要がある。

### 4 取組の改善案(Action)

・引き続き、関係者による意見交換会等を行い、八重山の産業まつりが中止に至った経緯の検証を行うとともに、実施体制、開催時期、開催場所、実施内容などについて検討し、「2017八重山の産業まつり」を開催する。

## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(9)-イ	県内事業者等による海外展開の促進		
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	県産工業製品海外販路開拓事業	実施計画 記載頁	295	
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	県産工業製品における海外展開を促進することで、ものづくり産業を移外型産業として成長させ、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、県内ものづくり企業の海外販売展開を支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
				県内ものづくり企業の海外展開に要する費用の助成、ハンズオン支援		→	県 支援機関 企業等
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28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産工業製品海外販路開拓事業	98,054	75,861	県産工業製品における海外展開を促進するため、海外販路開拓の専門コーディネーターを配置し、12社の県内企業に対し、海外ビジネスに関するアドバイスや商談同行等の支援を行った。 また、県内企業の国際見本市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。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
海外展開する県内ものづくり企業の支援件数			-	12件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果			
順調	平成28年度は、12件の県内ものづくり企業に対し、国際見本市出展や海外営業活動、市場調査等に要する経費を支援するとともに、海外販路開拓の専門コーディネーターによる積極的なハンズオン支援を行い、県内ものづくり企業の海外展開を促進した。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産工業製品海外販路開拓事業	89,422	専門コーディネーターによるハンズオン支援を積極的に行うとともに、これまでの事業内容等を検証し、支援のあり方を検討する。 また、本事業で得た成果等を広く県内企業に周知し、支援企業の海外展開の促進を図る。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
—	—

(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
製造品出荷額(石油・石炭除く)	3,992億円(21年)	4,147億円(26年)	4,800億円	155億円	2,864,809億円(26年)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	製造品出荷額は、H26年度は鉄鋼業、食料品、金属製品等の12産業で出荷額の増加があり、前年度と比較して175億円の増加であった。H28目標値の達成は困難であるが、本事業を通じて、県内ものづくり企業を移出型産業への展開を図り、現状値のさらなる改善に寄与する。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <p>・海外市場は魅力的な反面、市場の動向や国民性等日本と異なることが多く、企業の狙いと海外展開国の実情が乖離しているなどから、思うようにビジネスが進まないのが現状である。</p>
<p>○外部環境の変化</p> <p>・人口減少に転じた日本経済は、成長著しいアジアを初め海外に市場を求めて展開せざるを得ない状況にあり、日本経済の更なるグローバル化が促進されるものと思われる。</p>

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>・県内企業の海外展開が着実に進むよう、専門コーディネーターによるハンズオン支援を積極的に行う必要がある。</p> <p>・県内ものづくり企業に対し、事前に現地ニーズや規制等を把握し、着実な事業計画を策定するとともに、費用対効果の高い事業活動を促す必要がある。</p>
--

4 取組の改善案(Action)

<p>・専門コーディネーターによるハンズオン支援を積極的に行い、県内企業の海外展開の促進を図る。</p> <p>・補助金の交付限度額を設定するとともに、経費によって異なる補助率を一律8/10以内に改正し、県内企業の海外展開を支援する。</p>
---

## 「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	295	
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。 ○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。			

### 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28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28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29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

平成28年度の取組改善案	反映状況
①引き続き、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い、各団体の地域ブランド構築活動を支援する。	①県内支援機関等と連携出来るよう、地域団体商標の登録を目指す団体の支援体制を整備した。

(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 (27年)	出願 45件 登録 17件	出願 3件 登録 0件	出願 1,130件 登録 587件 (27年)
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、周知に時間を要している。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・支援施策が平成25年度末に終了した。</li> </ul> <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域団体商標についての知識や技術が乏しく、地域団体商標登録には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、登録に至までの活動資金の調達等に課題が生じている。</li> <li>・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ことは困難である。</li> <li>・全国傾向と同様に沖縄県内においても新規の出願・登録が減少している。</li> </ul>
---

(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"> <li>・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。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、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い、各団体の地域ブランド構築活動を支援する。</li> </ul>
--

## 「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	健康食品ブランド化推進基盤構築事業	実施計画 記載頁	295	
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>○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。</p>			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	健康食品の沖縄ブランドを確立・強化し、他地域との差別化により販路拡大を図るとともに、健康食品産業の自立的成長を促すためのブランド推進基盤を整備する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
					ブランド推進 基盤の構築	→	県 支援機関 企業等
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28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
健康食品ブランド化推進基盤構築事業	79,784	78,812	ブランド認証制度を含めた効果的なプロモーション方策の検討、産学官連携により事業者の商品開発等を支援する仕組みの構築、県産素材の機能性に関する科学的根拠の収集・評価のための文献調査及びヒト介入試験、事業者向け講演会を開催した。 また、沖縄ブランド商品の先行モデルを創出するため、3件の商品開発プロジェクトについて補助金交付及びハンズオン支援を行った。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
-			-	-
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成28年度取組の効果			
順調	沖縄に適合したブランド認証制度のあり方やターゲット顧客に応じた効果の高いプロモーション方法等の沖縄ブランド認知度向上方策が取りまとまった。また、県内事業者全体で共有できる機能性エビデンスの蓄積や、業界や支援機関が連携して課題解決を行う体制づくりが進展した。さらに、沖縄ブランドの価値を可視化するための先行モデル商品が3件開発され、県内事業者の目標とすべき水準が明確化された。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
健康食品ブランド化推進基盤構築事業	76,549	業界団体が実施するブランド認証制度の検討、沖縄ブランドの発信、事業者支援等の取組に対して支援を行う。また、沖縄ブランド商品の先行モデルを創出するため、商品開発プロジェクトについて補助金交付及びハンズオン支援を行う。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度取組改善案	反映状況
—	—

(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	
健康食品出荷額	97.8億円(H25年)	91.9億円(H26年)	95.0億円(H27年)	→	118.7百億円(H27年)
状況説明	沖縄県の健康商品出荷額は100億円弱の水準で推移している。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄には他地域にはない、特有かつ健康食品素材として有望な農林水産物が豊富に存在しており、健康食品産業は本県経済振興の一翼を担う移住型産業として成長する高いポテンシャルを有している。</li> <li>・一方、県内の健康食品企業は規模が小さく、個々の企業単独では、機能性表示食品制度への対応、消費者ニーズの変化に迅速に対応した商品開発、機能性エビデンスの取得等の課題に取り組むことは、依然としてハードルが高い。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・機能性表示食品制度の開始等により、今後ますます健康食品市場の活性化とともに、製薬企業や一般食品メーカーをはじめとする他分野からの新規参入が活発化し、競争の激化が予想される。</li> </ul>
--

(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"> <li>・県内健康食品産業の自立的成長に向けた基盤として、県産健康食品総体でのブランド確立・強化や、機能性エビデンスの構築、販路拡大等の課題を業界一体となって解決する体制の構築が必要である。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・業界団体が主体的となってブランド化に向けた取組を実施できるように、平成29年度は、新たに業界団体に対する補助金交付と専門家によるハンズオン支援を行う。</li> </ul>
--



# 「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	沖縄国際物流ハブ活用推進事業	実施計画 記載頁	295	
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	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。②SNSや越境ECを活用し「長寿の島沖縄」のコンセプトに沖縄県産品の発信を行う。						
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		海外販路拡大のためのプロモーションを通じた県産品のブランド化支援		→	県
担当部課	商工労働部 アジア経済戦略課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成28年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄国際物流ハブ活用推進事業	445,964	415,046	フェア、物産展のプロモーション等を通して、離島産品を含む県産品の認知度や理解を深めるとともに、支援企業の海外展開を促進した。	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
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27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、支援企業の海外展開を促進した。 この中で海外小売店では沖縄フェア(食品分野)を12件実施した。			

### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成29年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄国際物流ハブ活用推進事業	388,007	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、支援企業の海外展開を促進する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成28年度の取組改善案	反映状況
<p>①県外、海外市場でのテストマーケティングにより県産品の商品力を高めるとともに、プロモーションの実施により認知度を高める。</p> <p>②「旬」県産品消費拡大構築事業の特設webサイトを活用した国内観光客向けの情報発信を実施するとともに、海外旅行サイトを活用した外国人観光客向けの情報発信を実施し、県産品のブランド化に取り組む。</p>	<p>①県外、海外市場でのテストマーケティングを実施し、県産品の商品力を高めるとともに、フェアや商談会、プロモーションを実施し、沖縄県産品の認知度向上に努めた。</p> <p>②「旬」県産品消費拡大構築事業の特設webサイトを活用した国内観光客向けの情報発信を実施するとともに、海外旅行サイトを活用した外国人観光客向けの情報発信を行い、県産品のブランド化推進に取り組んだ。</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
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 (27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。				

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <p>・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、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。</p> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <p>・入域観光客数の増加が好調に推移する中、観光客が現地や本島で飲食するなど、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。</p>
---

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>・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。</p>
---

4 取組の改善案(Action)

<p>・県外、海外市場でのテストマーケティングにより県産品の商品力を高めるとともに、プロモーションの実施により認知度を高める。</p> <p>・「旬」県産品消費拡大構築事業で構築した特設webサイトを活用した国内観光客向けの情報発信を実施するとともに、海外旅行サイトを活用した外国人観光客向けの情報発信を実施し、県産品のブランド化に取り組む。</p>
---