

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○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	289
対応する主な課題	①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		年度別計画					
		29	30	31	32	33	
県産品の県外販路拡大を図るため、①沖縄フェアの開催、②県内企業を対象としたマーケティングノウハウの向上と商品開発支援、③バイヤー招聘や見本市・商談会出展補助等を実施する。		バイヤー招聘30回					>
		見本市・商談会90回					>
実施主体	県、支援機関、企業等		バイヤー招聘・見本市・商談会出展支援				
担当部課【連絡先】	商工労働部アジア経済戦略課 【098-866-2340】		県外販売戦略支援、マーケティング支援				

2 取組の状況(Do)

(1)取組の進捗状況 (単位:千円)

予算事業名							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	○H29年度: 沖縄フェア開催28回、バイヤー招聘支援33件、見本市・商談会出展支援98件を実施した。 ○H30年度: 沖縄フェア開催16回、バイヤー招聘支援30件、見本市・商談会出展支援90件を実施する。
							一括交付金(ソフト)	委託	
予算事業名 -							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	○H29年度: -
							-	-	-

様式1(主な取組)

活動指標名	バイヤー招聘支援				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	実施なし	実施なし	25	37	33	30	100.0%	187,140	順調	バイヤー招聘支援を33件実施し、県内企業との商談・マッチングを支援した。 また、見本市・商談会出展支援を98件実施し、県内企業の商談・マッチングの機会を創出した。
活動指標名	見本市・商談会出展支援				H29年度					
実績値	実施なし	実施なし	74	95	98	90	100.0%			進捗状況の判定根拠と取組の効果
活動指標名	-				H29年度					
実績値										
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成29年度の取組改善案						反映状況				
①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実施することにより、認知度向上と満足度向上を図る。						①地域量販店チェーン等における沖縄フェアについて、当支援により、試食説明員の配置や商品説明POPを強化したことにより、県産品の売上拡大に繋がった。				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

・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、県内にはマーケティング力が脆弱な零細企業が多い。

○外部環境の変化

・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)

・県外消費者にとって沖縄県産品は馴染みが少なく、食し方がわからない方も多いため、商品特性や魅力、調理方法等について効果的にPRする必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・沖縄フェアにおいては、県外消費者向けのメニュー提案、商品説明員の配置、商品特性を説明するPOPなど、県産品のお試し購入につながる取組を図る。

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○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	289
対応する主な課題	①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		年度別計画				
		29	30	31	32	33
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と、当該モデルに基づく実証実験や各種調査・シミュレーション等の総合的な物流対策を実施する。						
最適化モデルの構築と他産業への波及						
実施主体	県、支援機関、企業等					
担当部課【連絡先】	商工労働部アジア経済戦略課 【098-866-2340】					

2 取組の状況(Do)

(1)取組の進捗状況							(単位:千円)		
予算事業名	国際戦略推進企画事業								
主な財源	実施方法	H25年度 決算額	H26年度 決算額	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算見込額	H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
							当初予算額	主な財源	
県単等	委託	20,064	19,266	19,929	19,126	17,866	27,027	県単等	○H29年度: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。 ○H30年度: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。
予算事業名	物流高度化推進事業								
主な財源	実施方法	H25年度 決算額	H26年度 決算額	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算見込額	H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
							当初予算額	主な財源	
一括交付金(ソフト)	委託	-	-	17,910	52,051	44,546	60,790	一括交付金(ソフト)	○H29年度: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、物流高度化や高度化事例の波及に向けた取組を実施した。 ○H30年度: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、物流高度化や高度化事例の波及に向けた取組を実施する。

様式1(主な取組)

予算事業名							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画	
国際物流関連ビジネスモデル創出事業							当初予算額	主な財源	○H29年度:沖縄の好調な観光や地場産業と国際物流拠点の機能が連携した海外ビジネスの展開の可能性を調査し、新たなビジネスモデルの構築を図った。 ○H30年度: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、新たなビジネスモデルの構築を図る。	
主な財源	実施方法	H25年度 決算額	H26年度 決算額	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算見込額				
一括交付金 (ソフト)	委託	-	-	-	201,934	312,117	256,396	一括交付金 (ソフト)		
活動指標名	最適化モデル構築				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
		実施	実施	実施	実施	実施	実施	100.0%	374,529	順調
活動指標名	物流高度化関連調査				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
				実施	-	-				
活動指標名	-				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
進捗状況の判定根拠と取組の効果 ・①県外共同物流センターにおける取扱量増加、②物流アドバイザーによる77件の物流改善指導を実施した。 ・国際物流関連ビジネスモデル創出事業において、①中国、台湾と連携したビジネス推進方策をとりまとめた。②中古車輸出実証事業において、435台の車両を3カ国へ輸出し、輸出額を4.5億円増加させた。③外国人観光客に向け消費拡大を目指した取組を実施した。④商流・物流拡充に向けた連携体制を構築した。										

様式1(主な取組)

(2)これまでの改善案の反映状況	
平成29年度の取組改善案	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。また本事業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とともに、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活用を促進する。</p> <p>②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。</p> <p>③急激に変化するインバウンドの消費性向を的確に把握し、「販路拡大に向けたビジネスモデルの提言」も含め、民間事業者のノウハウを活用したビジネスモデルの構築に取り組むため、新たに民間プロジェクト造成促進事業を実施する。</p>	<p>①物流専門家によるハンズオン支援の結果、共同物流センターの取扱量が増加するとともに、物流アドバイザーにより、企業や団体に対して見込みを大幅に上回る77件の物流改善を実施した。</p> <p>②福建省との貿易促進に向けた調査を実施し、商流・物流構築の観点から、台湾を経由したビジネス推進方策をとりまとめた。</p> <p>③民間プロジェクト造成促進事業により、4事業を採択しそのノウハウを活用したビジネスモデルの構築に向けた取組を実施した。</p>



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

・物流における物流高度化モデルを構築し、ノウハウを他業種や企業等へ波及させ、販路拡大へ繋げることが重要である。

・また、県外共同物流センターや物流の情報を正確に把握し、取扱量増大へ向けた取組が必要であるが、県内事業者では、そのノウハウが不足し難しい状況である。

○外部環境の変化

・物流コスト低減に向けては、海外物流についても、那覇港、中城湾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。

・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。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・物流企業を中心に連携した新たなアイデアによる課題解決へ向けた実証、②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公的な立場で専門知識を有する物流アドバイザー等を活用した仕組み作り、③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入手し、取扱量増大による更なる物流高度化に向け、引き続き県が支援する必要がある。

・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・検討によるビジネスの創出が引き続き必要である。

・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。

4 取組の改善案(Action)

・物流の高度化による県産品の販売量の増加へ向けた取組を専門家におけるハンズオン支援の下に実施する。

・国際物流の取扱量増加を目指した①中国への輸出拡大に向け台湾を経由した輸出プラットフォーム構築に向けた調査、②中古車輸出ビジネスモデル活用支援、中古車等部品輸出実証事業、③OKINAWA型インバウンド等活用新ビジネス創出事業、④沖縄活用型商流・物流拡充ビジネスモデル実証事業を引き続き実施する。

「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	
			施策の小項目名	○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	289
対応する主な課題	①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		年度別計画				
		29	30	31	32	33
泡盛のブランド力を向上させ、域外出荷を図るため、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。		4件 個別酒造所のマーケティング強化支援				
		琉球泡盛の県外展開強化の総合支援、ブランド力強化に向けた情報発信・研究開発				
実施主体	県、支援機関、企業等					
担当部課【連絡先】	商工労働部ものづくり振興課 【098-866-2337】					

2 取組の状況(Do)

(1)取組の進捗状況 (単位:千円)

予算事業名							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画	
主な財源	実施方法	H25年度 決算額	H26年度 決算額	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	○H29年度: ①調査研究、②沖縄県酒造組合への泡盛の特性や新しい飲み方紹介のプロモーションへの補助、③酒造所に対するマーケティング及び経営に対する支援 ○H30年度: 平成30年度からは、後継事業として「琉球泡盛再興プロジェクト支援事業」を実施し、個別酒造所に対する取り組みを強化する。	
							一括交付金(ソフト)	補助		
予算事業名							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画	
—							当初予算額	主な財源	○H29年度: —	
—							—	—	○H30年度: —	

様式1(主な取組)

活動指標名	支援企業数(個別酒造所のマーケティング強化)				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	-	-	-	4件	5件	4件	100.0%	105,791	順調	活動概要 ①泡盛の仕次と熟成に関する研究を実施した。 ②女性・若者層、観光客等に対し、対象者別プロモーションを実施した。 ③酒造所が実施するマーケティング活動に対して補助及び専門家によるハンズオン支援を実施した。 ④経営環境の厳しい酒造所に対し、専門家による経営改善計画の策定支援を実施した。 進捗状況の判定根拠と取組の効果 ・マーケティング支援では、基礎的なマーケティング能力を習得させ、泡盛業界における先導的な役割を担う企業としての成長の足がかりがつかめた。 ・泡盛に関する研究では、泡盛の香気成分の分析により付加価値向上に繋げた。また、黒麹菌の研究では、ゲノム解析を行い、県外に存在するものとの違いの解明へ進展があった。 ・経営改善支援においては、個別の酒造所に対し、経営の課題を明確化し、改善プロセスを示した。
活動指標名	研究実施(熟成と仕次ぎ、黒麹の独自性)				H29年度					
実績値	-	-	-	2件	2件	2件	100.0%			
活動指標名	支援企業数(個別酒造所の経営改革プラン作成)				H29年度					
実績値	-	-	-	-	10件	10件	100.0%			
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成29年度の取組改善案						反映状況				
①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り組み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。						①本年度は、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り組みに対し、事業スキームの見直しを図ったため、平成29年度と同様、十分な事業期間の確保に至らなかった。しかしながら、事業スキームの見直しにより、業界の先導的役割を担う成長性のある取り組みに対し、支援を行うことができた。 さらに、個別酒造所が抱える経営に関する課題に対し補正予算を計上し、売上の増加等経営課題の改善に資する経営改革プランの策定支援を実施した。				



様式1(主な取組)

3 取組の検証 (Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

- ・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、文化的側面、飲み方の周知を通して、泡盛の魅力を伝えることが重要である。
- ・平成16年度から減少し続ける出荷数量等の影響により、経営が厳しい酒造所が増加傾向にある。

○外部環境の変化

- ・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によりブームとなった平成16年をピークに出荷数量は減少を続けている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・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、情報発信等の取り組みを引き続き実施する必要がある。
- ・個別酒造所の出荷数量を増加させるために、新規顧客の確保や適切な販売価格の設定等の見直しを図るため、経営に関する支援が必要である。
- ・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り組みに対しても引き続き支援が必要

4 取組の改善案(Action)

- ・先導的に泡盛業界を牽引する泡盛メーカーを育成するために、泡盛製造事業者が実施する商品開発等マーケティング強化に係る取り組みに対しても支援を引き続き実施するとともに、迅速に公募に取りかかり十分な実施期間を確保する。
- ・経営環境が厳しい酒造所に対しては、経営に関する専門家を派遣し、中長期的な経営改善計画の策定を支援することで、酒造所の自発的な経営基盤強化を促進する。

様式1(主な取組)

活動指標名	コンテナ借り上げ台数(単位:台)				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	355	421	518	803	1045	290	100.0%	398,982	順調	<p>活動概要</p> <p>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ことで、県産品459tの輸出を支援した。</p>
活動指標名	参考:県産品の輸送量(単位:トン)				H29年度					
実績値	270	288	318	409	459	438	100.0%			進捗状況の判定根拠と取組の効果
活動指標名					H29年度					<p>商談会の開催、飲食店プロモーション、沖縄物産フェア等、様々な取組を通して、アジア地域でも県産品の認知度や理解が深まり、県内支援企業の県外及び海外展開が促進された。</p> <p>また、新たに海外展開する企業が増加しており、コンテナスペース確保事業は、過去最高の実績となっている。</p>
実績値										
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成29年度 of 取組改善案						反映状況				
<p>①県産品等をアジア地域へ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重要である。そのため、3年ほどの中期的なビジョンを持ち戦略的に取り組むための事業を実施する。</p> <p>②海外のニーズを捉えた商品を開発するため、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。</p> <p>③外国人観光客が200万人を超えるなど観光が好調であり、今後沖縄の知名度もさらに向上すると推測されることから、沖縄県産品のブランドイメージである「長寿の島沖縄」の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させるため、インバウンド事業との連携も図る。</p>						<p>①安定的な輸出を図り、商品の定番化を促進するために、3年間の中期的なビジョンで戦略的に取り組む事業を開始した。</p> <p>②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、現地バイヤー等から、商品開発に関する意見を聴取し、メーカーに対しフィードバックを行った。</p> <p>③県産品のブランドイメージである「長寿の島沖縄」の情報発信を継続しつつ、インバウンド事業との連携を図り、県産品の認知度向上に繋げた。</p>				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

・県産品の海外での売上拡大と定番商品化を図るため、商談会や見本市への出展やフェア開催など様々な取組を実施した。

○外部環境の変化

・沖縄への海外観光客数は約269.2万人(H29年度)と過去最高を更新しており、沖縄の認知度が向上している。
・コンテナスペース確保事業の実施により、県内からの輸出が増加している。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・アジア地域に安定的に輸出を行うためには、フェアや商談会の実施による認知度向上や、小売店舗等に商品の定番化を図る必要がある。
- ・県産品に関する情報発信を継続し、外国人観光客に対し県産品の認知度向上を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・県産品の認知度向上や商品の定着化を図るため、継続的にフェアや商談会を実施するとともに、昨年度作成した県産品の機能性を紹介する動画等を活用し、売場における商品PRを行う。
- ・好調な観光と連携し、県産品の認知度向上を図る。

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○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の開催、商談会の参加支援			実施計画記載頁	289
対応する主な課題	①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		年度別計画				
		29	30	31	32	33
県外における物産展や沖縄フェア等のプロモーション、県内企業に対する見本市・商談会出展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。		物産展8回				→
		沖縄フェア16回				→
実施主体	県、支援機関、企業等	見本市・商談会90回				→
担当部課【連絡先】	商工労働部アジア経済戦略課 【098-866-2340】	県外での物産展、沖縄フェアの開催				

2 取組の状況(Do)

(1)取組の進捗状況 (単位:千円)

予算事業名							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
県産品拡大展開総合支援事業									
一括交付金(ソフト)	委託	201,142	121,537	136,527	236,017	187,140	132,849	一括交付金(ソフト)	○H29年度:沖縄フェア開催32回、見本市・商談会出展支援98件を実施した。 ○H30年度:沖縄フェア開催16回、見本市・商談会出展支援90件を実施する。
物産振興対策事業									
県単等	委託	22,919	18,833	19,309	20,774	20,912	18,804	県単等	○H29年度:物産展を10回開催した。 ○H30年度:物産展を8回開催する。

様式1(主な取組)

活動指標名	物産展の開催				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	6	12	13	12	10	8	100.0%	208,052	順調	県外にて、物産展を10回、沖縄フェアを32回開催し、県産品のPR及び販路拡大に繋がった。 見本市・商談会の出展補助を98件を実施し、県内企業の商談・マッチングの機会を創出した。
活動指標名	沖縄フェアの開催				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	7	9	16	20	32	16	100.0%			進捗状況の判定根拠と取組の効果 物産展・沖縄フェア開催、見本市・商談会出展支援とも、計画値を上回り、順調である。
活動指標名	見本市・商談会出展支援				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	実施なし	実施なし	74	95	98	90	100.0%			
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成29年度の取組改善案						反映状況				
①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実施することにより、認知度向上と満足度向上を図る。						①地域量販店チェーン等における沖縄フェアについて、当支援により、試食説明員の配置や商品説明POPを強化したことにより、県産品の売上拡大に繋がった。				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

・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、県内にはマーケティング力が脆弱な零細企業が多い。

○外部環境の変化

・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)

・県外消費者にとって沖縄県産品は馴染みが少なく、食し方がわからない方も多いため、商品特性や魅力、調理方法等について効果的にPRする必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・沖縄フェアにおいては、県外消費者向けのメニュー提案、商品説明員の配置、商品特性を説明するPOPなど、県産品のお試し購入につながる取組を図る。

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○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	290
対応する主な課題	①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。 ②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		年度別計画				
		29	30	31	32	33
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。						
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【連絡先】 商工労働部ものづくり振興課 【098-866-2337】						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位:千円)

予算事業名 沖縄県優良県産品推奨事業							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
県単等	委託	7,308	6,670	6,670	7,463	7,463	7,700	県単等	○H29年度: 3部門合計95点を優良県産品として認定した。また、県庁ロビーやわしたショップ等にて推奨製品の展示を行った。 ○H30年度: 引き続き、優良県産品を推奨するとともに、周知活動に努める。
予算事業名 —							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
		—	—	—	—	—	—		○H29年度: — ○H30年度: —

様式1(主な取組)

活動指標名	優良県産品推奨数				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
		41	78	57	67	95	—	100.0%	7,463	順調
活動指標名	—				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
活動指標名	—				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成29年度 of 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する機会を増やす必要がある。						①本年度は、産業まつりが台風の影響により中止となったが、県民ホールや県庁1階工芸展示室、県内外のわ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。				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

・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。

○外部環境の変化

・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を含め、効果的な宣伝・普及方法を検討し、実施の消費拡大に繋がる工夫を講じる必要がある。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・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繋がることから、より多くの製品が推奨されるよう申請数を増加させる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・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。
- ・展示即売会を開催しづらい「その他製品の部」において、販売等に繋がるよう効果的な展示機会を設ける必要がある。

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○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	290
対応する主な課題	①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		年度別計画				
		29	30	31	32	33
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。		500社				
実施主体		企業団体				
担当部課【連絡先】		商工労働部ものづくり振興課 【098-866-2337】				
		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)				

2 取組の状況(Do)

(1)取組の進捗状況 (単位:千円)

予算事業名	産業まつり推進事業費						H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
県単等	補助	10,310	10,276	10,350	9,687	10,191	10,483	県単等	○H29年度: 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。 ○H30年度: 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。
予算事業名	-						H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
		-	-	-	-	-	-		○H29年度: - ○H30年度: -

様式1(主な取組)

活動指標名	沖縄の産業まつり出展企業数				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
		485	533	522	552	538	500	100.0%	10,191	順調
活動指標名	宮古の産業まつり出展企業数				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	58	72	81	69	80	-				
活動指標名	八重山の産業まつり出展企業数				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	149	140	-	-	30	-				
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成29年度の取組改善案						反映状況				
①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。						①産業まつり担当者連絡会議を行い、八重山の産業まつりが中止に至った経緯の検証を行った。八重山事務所が主導となって関係者意見交換会を行い、実施体制を検討した結果、石垣市商工会を中心に八重山の産業まつり実行委員会を発足し、「2017八重山の産業まつり」を開催した。				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○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。
・まつり会場の全体設営や警備などの人件費高騰や、シャトルバスの運行法改正による経費増等により運営状況が厳しいことから、平成28年度より20年ぶりの出展料の値上げを行った。

○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、県産品普及啓発の場となっている。
・「2016八重山の産業まつり」は観光客の増加による人手不足等から、出展を見送る業者が増えたため中止となった。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・従来どおり、工業製品の展示、食品等の地域特産品の販売をはじめ、企業や研究機関の取組の成果発表等、県内のあらゆる産業を県民に発信すると共に、販路拡大につながるよう産業まつり実行委員会事務局と連携して実施していく。
・八重山地区の産業まつりの継続に向け、運営体制の基盤を安定させる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・県内産業振興のイベントとして販路開拓につなげるため、産業まつり会場に商談スペースを設けるなど、商談機能の拡充に取り組んでいく。
・引き続き各地域の産業まつりの情報を共有し、実績報告の検証等を行う。

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○物産展、商談会など県産品のPR支援	
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	290
対応する主な課題	①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、ブランド強化が課題である。				

1 取組の概要(Plan)

取組内容		年度別計画				
		29	30	31	32	33
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户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。						
実施主体 県、支援機関、企業等		・海外展開する県内ものづくり企業に対するハンズオン支援 ・国際見本市出展、海外営業活動、市場調査等に要する経費の支援				
担当部課【連絡先】	商工労働部ものづくり振興課 【098-866-2337】					

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位: 千円)

予算事業名	県産工業製品海外販路開拓事業						H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
一括交付金(ソフト)	補助		83,586	88,512	75,860	81,274	59,227	一括交付金(ソフト)	○H29年度: 県内製造業事業者13社に対し、海外展開に要する経費の支援を行うと共に、専門員を配置し海外展開に係るハンズオン支援を実施した。 ○H30年度: 県内製造業事業者10社に対し、海外展開に要する経費の支援を行うと共に、専門員を配置し海外展開に係るハンズオン支援を実施する。
予算事業名	—						H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画
主な財源	実施方法	H25年度決算額	H26年度決算額	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
		—	—	—	—	—	—		○H29年度: — ○H30年度: —

様式1(主な取組)

活動指標名	海外展開する県内ものづくり企業の支援件数				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
		8件	10件	12件	12件	13件	12件	100.0%	81,274	順調
活動指標名	—				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
活動指標名	—				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成29年度の取組改善案						反映状況				
<p>①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>②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>						<p>①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13社の海外展開の促進を図ることができた。</p> <p>②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した。</p>				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

- ・企業が実施する海外展開の活動内容によっては、補助金の対象とならない案件がある
- ・事業所内に外国語対応が出来る職員がいない為、見本市への出展、海外営業活動後のフォローアップがうまくいかず商談が続かないことがある。

○外部環境の変化

- ・人口減少による国内市場の縮小化が懸念される中、成長著しいアジアをはじめ海外市場に展開することが求められる。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・企業の海外展開に係る活動実態にあわせて、補助対象内容変更の検討を行う必要がある。
- ・継続的に海外との商談が行えるよう、専門コーディネーターによるフォローアップを積極的に行う必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・補助金交付要綱における支援企業旅費1回あたりの限度人数の緩和等、補助金要綱を改正し、県内企業の海外展開の支援を行う。
- ・専門コーディネーターによる積極的にフォローアップを行い、県内企業と海外企業等との継続的な取引に繋げる。

様式1(主な取組)

「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	
			施策の小項目名	○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	290
対応する 主な課題	①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。 ②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		年度別計画				
		29	30	31	32	33
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。						
実施主体		県、支援機関、企業等				
担当部課【連絡先】		商工労働部ものづくり振興課 【098-866-2337】				
		ブランド推進基盤の構築				

2 取組の状況(Do)

(1)取組の進捗状況							(単位:千円)			
予算事業名 健康食品ブランド化推進基盤構築事業							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画	
主な財源	実施方法	H25年度 決算額	H26年度 決算額	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算見込額	当初予算額	主な財源		
一括交付金 (ソフト)	補助	-	-	-	78,812	73,566	47,729	一括交付金 (ソフト)	○H29年度:業界団体等のブランド化に向けた取組に対し、補助金交付を行った。また、これらの取組に対し、支援機関によるハンズオン支援を行った。 ○H30年度:業界団体を実施するブランド認証制度を含めたブランド化に向けた取組に対して補助を行うとともに、支援機関によるハンズオン支援を行う。	
予算事業名 —							H30年度		平成29年度活動内容と平成30年度の活動計画	
主な財源	実施方法	H25年度 決算額	H26年度 決算額	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算見込額	当初予算額	主な財源		
		-	-	-	-	-	-		○H29年度: — ○H30年度: —	

様式1(主な取組)

活動指標名	ブランド推進基盤の構築				H29年度			H29年度 決算見込額 合計	進捗状況	活動概要
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
				ブランド化推進基盤運用モデル策定	ブランド化推進基盤構築	—	100.0%	73,566	順調	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、業界団体等のブランド化に向けた取組に対し、補助金交付を行った。また、これらの取組に対し、支援機関によるハンズオン支援を行った。
活動指標名	—				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
										進捗状況の判定根拠と取組の効果
									業界団体において県外展示会等でプロモーションの実施やブランド認証制度の創設に向け、認証基準・審査方法等の検討・策定を行った。 また、支援機関と連携して事業者向け相談窓口を設置し延べ120件の相談対応を行うほか、セミナーを3回開催し、ブランド化推進基盤を構築・運用した。	
活動指標名	—				H29年度					
実績値	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
(2)これまでの改善案の反映状況										
平成29年度の取組改善案						反映状況				
① 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。						①業界団体のブランド化に向けた主体的な取組に対し、補助金交付を行った。また業界団体の取組に対し、専門家によるハンズオン支援を行った。				



様式1(主な取組)

3 取組の検証(Check)

(1)推進上の留意点(内部要因、外部要因の変化)

○内部要因

- ・ブランドの認知・浸透には時間を要するため、年度内での効果検証は困難である。
- ・ブランド化は実施主体である業界団体と事業者による持続的な取組が必要不可欠である。
- ・県内の健康食品企業は規模が小さいため、企業単独では機能性の科学的根拠の取得等に取り組むことは、資金及び人材確保の面でハードルが高い。

○外部環境の変化

- ・平成27年度より始まった、国の機能性表示食品制度により、製菓企業や一般食品メーカー等が参入し、健康食品市場の競争が激化している。

(2)改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・実施主体である業界団体が、事業者と合意形成を図りながらブランド化に取り組み、効果検証について検討する必要がある。
- ・ブランド化の推進基盤として構築した、業界団体と専門機関の連携体制を引き続き強化する必要がある。



4 取組の改善案(Action)

- ・ブランド化の取組として業界団体による認証制度を開始し、業界団体と事業者から構成されるプロジェクトチームによる検討を行う。
- ・プロジェクトチームに対し専門機関によるハンズオン支援を行い、ブランド化の実施体制の強化を図る。