

おきなわブランド戦略推進事業 令和7年度の実績

- 商工・観光・農林の分野を横断した関係者を委員として構成する「おきなわブランド戦略推進会議」を開催。おきなわブランド戦略の周知や浸透を目的に活発な議論を行った。

<第1回>

- 日時：令和7年7月25日（金）14：00～16：00
- 会場：みらいおきなわ
- 議題：
 - ✓ おきなわブランド戦略の概要説明
 - ✓ 令和7年度の主な取組
 - ✓ ブランドネットワークづくり
 - ✓ インナーブランディングと表彰制度（アワード）
- 主なご意見
 - ✓ ブランド戦略の軸の明確化（沖縄らしさの定義）
 - ✓ アンバサダー制度の役割定義（コーディネーターなのか発信者か）など、具体的な制度設計が必要
 - ✓ 表彰制度の審査基準・対象・特典の具体化が必要
 - ✓ 若者・教育機関との連携強化 など



全9講座（+特別講座1）の実施により、県内事業者の「おきなわブランド戦略」実践の機運を高め、ビジネスピッチにおいて自社事業での実践にむけた計画発表等を行った

Phase1 経営のデザイン

近藤清人

おきなわブランド戦略
地域理解
アイデンティティ抽出
地域における価値

(株) SASI代表取締役
起業プラザひょうごメインコーディネーター
阪神新地域ビジョン検討委員
岡山県六次産業化アドバイザー

Phase2 事業のデザイン

吉村正裕

産業間連携
マーケティング
ブランディング
プロモーション

(株) サイバー・アシスト代表取締役社長
吉村酒造(株)代表取締役会長
中小機構中小企業アドバイザー(経営支援)
1級ブランドマネージャー

Phase3 組織のデザイン

(株) 識学
上席コンサルタント
仲 悠将

リーダーシップ
組織づくり・人材育成

グループワーク等により
受講生のコミュニティ化を促進

時期	テーマ	講師
8/12	【オリエンテーション】	沖縄県、(株) SASI 近藤氏
8/28	【経営のデザイン】 自社アイデンティティの抽出、自社の特徴や強み 等	(株) SASI 近藤氏
9/11	【経営のデザイン】 変化する外部環境、・地域が持つ資源や強み（地域理解）等	(株) SASI 近藤氏
9/26	【事業のデザイン】 産業間連携によるイノベーション 等	(株) サイバーアシスト 吉村氏
10/10	【事業のデザイン】 ブランディング、マーケティング、プロモーションの設計 等	(株) サイバーアシスト 吉村氏
11/7	【組織のデザイン】 リーダーシップ、組織づくり、人材育成 等	(株) 識学 仲氏
11/20	【実地研修】 瑞穂酒造様、ゆいまーる沖縄様	仲里委員、鈴木委員
12/3	【ピッチ前講座】 ビジネスピッチ資料の作り方	(株) サイバーアシスト 吉村氏
12/22	【特別講座】 ビジネスにおける商標	内閣府沖縄総合事務局知的財産室 丸氏
R8.1/28	【ビジネスピッチ】 3分間発表	(株) サイバーアシスト 吉村氏

アカデミーへの参加を通して、ブランド戦略を自社ブランドの強化に繋げるための知識とスキルを習得するなど、受講者のブランド戦略実践の機運を醸成

→ブランド戦略の実践のメリットや産業を超えた異業種との連携の輪を地域に広げる中核人材（企業）として受講者を育成。

- ✓ 今後、アカデミー修了者を中心にブランド戦略実践の機運を高める施策を展開予定
→SNS等を活用したコミュニティ化など
- ✓ 県内29事業者 31名の参加
- ✓ ビジネスピッチを含む全10講座を開催
- ✓ 19名が修了（修了証を授与）
- ✓ 受講生の満足度も高く、次年度以降も引き続き実施していくことが重要

受講状況と受講生からの声



フレームワークを通じて多面的な見方や問い、考え方をすることで事業についてより鮮明に考える機会となり、事業にとって何が大事で何をすべきか、講義前よりも明確にすることが出来たように感じます。

自分の本当のやりたいこと、お金や環境などを考えなくて心の底から何をしていきたいか？とても楽しかったです。

普段の業務では自分のことについて考えたり振り返ったりする機会はほとんどないので、今回のワークショップはとても新鮮な気持ちで取り組むことができました。シートに書き込むだけでなくペアの人に話すことでクリアになっていく部分もあり、自分でも気づかなかった点を発見できたりと、とても良い機会になりました。これからも定期的に行いたいと思います。

- おきなわブランド戦略を産業まつり来場者へ知っていただくことを目的とした展示施策。
↳説明幕：①おきなわブランド戦略がなぜ必要か？
②「WHO」説明
③「WHAT」説明
④「HOW」事例紹介
- 公式インスタグラムのフォロワーを増やす施策を実施。公式インスタグラムフォローで優良県産品がもらえるガチャが回せる。
フォロー増加数：1,787名
- 簡単なクイズ（ブランドコンセプト）に回答でガチャが回せる。
【〇〇〇充ちる、〇〇〇躍る】
- ラジオ施策「丸ごと1日おきなわブランド戦略スペシャル」で紹介するメッセージ収集。メッセージを書いた方にオリジナルステッカー、ガチャコインをプレゼント。
収集コメント数：322枚



景品一覧

- 島果のしずく フィナンシェ（株式会社エーデルワイス沖縄）
- キャロットケーキ（株式会社ジミー）
- 沖縄風ぜんざい（株式会社 ホクガン）
- 黒糖蜜あんだぎー（株式会社 沖縄マツバラ）
- ラム香る黒糖ショコラ（株式会社KUON）
- 黒糖ちんすこう（南都物産株式会社）
- 島の飴 塩飴（竹商事）



背面パネル

おきなわブランド戦略

地域の観光収入・観光客数の増加に貢献しているものの、その影響は観光客が一人当たり消費額で必ずしも伸びていません。そこで、地域の観光客の嗜好と消費行動の向上を図ることを目的に「おきなわブランド戦略」を策定しました。

この戦略のもと、地産地消が推進の方向づけや全国的な認知度向上を図ります。地産地消が推進品に対する関心を高め、海外向け「おきなわブランド」の構築の推進を図ります。これにより、おきなわブランドが、おきなわの魅力を発信することができます。

ブランド戦略のフローチャート

WHO (ターゲット)

WHAT (ブランド価値)

HOW (推進方法)

事例01 瑞穂酒造・株式会社OneSpirit × 沖縄黒糖

〜沖縄が誇る素材が切り開いた世界へ通ずる道〜

瑞穂酒造株式会社
株式会社OneSpirit
仲里 彬 氏

沖縄産の黒糖・高糖力黒糖と、瑞穂酒造の、その地域とつながる精神を軸にした「OneSpirit」により、世界へ通ずる道「OneSpirit」が、沖縄が誇る素材が切り開いた世界へ通ずる道を築いた。

事例02 ていだもファーム × 観光

〜ハイテク農業体験から生まれる地域活性化の道〜

ていだもファーム
荒木 俊之 氏

高糖力黒糖を軸にしたハイテク農業体験から生まれる地域活性化の道。観光客の体験を軸にした「ていだもファーム」が、地域活性化の道を開いた。

事例02 ていだもファーム × 観光

〜ハイテク農業体験から生まれる地域活性化の道〜

ていだもファーム
荒木 俊之 氏

高糖力黒糖を軸にしたハイテク農業体験から生まれる地域活性化の道。観光客の体験を軸にした「ていだもファーム」が、地域活性化の道を開いた。

ラジオメッセージ募集パネル&カード

RBCラジオ × おきなわブランド戦略

メッセージ募集!

あなたのメッセージがRBCラジオの番組で読まれるかも?!

皆さまの考える【沖縄の魅力】を教えてください。

あなたが伝えたい【からだ充ちる、こころ躍る】沖縄の魅力とは?

【募集期間】2025.10/1 ~ 2026.3/31 (期間中毎日 12:00~)

【応募方法】RBCラジオのホームページから応募してください。

あなたが伝えたい【からだ充ちる、こころ躍る】沖縄の魅力とは?

募集期間: 2025.10/1 ~ 2026.3/31

応募方法: RBCラジオのホームページから応募してください。

クイズパネル

クイズに答えて、さらにガチャが回せる!!

下記に入る言葉を答えてください。

おきなわブランド戦略のブランドコンセプトです。

〇〇〇 充ちる、〇〇〇 躍る

おきなわブランド戦略 Okinawa_brand

その他装飾ツール

無料ガチャ開催中!

公式インスタグラムフォローしてね!

休憩所

公式インスタグラムフォローしてね!

設置イメージ



- ・ 県民・県内事業者とのタッチポイントを増やし、おきなわブランド戦略の「認知」を獲得することを目的にプロモーションを実施。
- ・ 関係者や事業者を巻き込み、取り組み事例や事業背景などを訴求することで「共感」を促す。

①丸ごと1日「おきなわブランド戦略スペシャル」
 沖縄県民・県内事業者へおきなわブランド戦略について
 まずは「広く知っていただく」ことを目的とし、
 RBCiラジオの人気ワイド番組（5番組）で1日を通して同
 じテーマで番組を進行。

放送日：2025年11月6日（木）
 メッセージテーマ：
 「あなたが伝えたい
 【からだ充ちる、こころ躍る】沖縄の魅力とは？」



番組名	放送時間	入り時間	出演場所	ご出演者
アソビ	① 8:27~	8:00	スタジオゲスト	県担当(伊敷知理さん)
	② 9:10~	—	スタジオゲスト	県担当(伊敷知理さん)
	③ 9:23~	8:50	ラジオカー	海人道 山城由希さん
	④ 9:33~	9:10	スタジオゲスト	美榮 大仲 祐紀さん
MUSIC SHOWER Plus+	⑤ 10:28~	10:10	スタジオゲスト	ファッションキャンディ 玉那覇幸江さん
	⑥ 11:15~	10:55	スタジオゲスト	育陶園 高江洲若菜さん
	⑦ 12:50~	12:20	ラジオカー	ハッピーモア 多和田敬子さん
	⑧ 13:20~	13:00	スタジオゲスト	ゆめじん 諸喜田栄さん
具志堅ストア	⑨ 14:20~	14:00	スタジオゲスト	事務局(みらいおきなわ) 吉永亮太さん
	⑩ 15:03~	14:40	スタジオゲスト (出演時間10-12分)	琉球プランテーションズ 林 誠 さん
民生活びのり	⑪ 16:10~	15:50	スタジオゲスト	RGC 川上英宏さん
おきなわDAY	⑫ 17:10~	16:40	ラジオカー	瑞穂酒造仲里さん
	⑬ 17:16~	16:50	スタジオゲスト	県担当(喜屋武班長)

メディアプロモーション

Phase 1 ~

2. プロモーション

②RBCiラジオ人気番組「具志堅ストアー」内でのコーナー展開
番組内で「おきなわブランド戦略」を分かりやすく紹介。
番組MCがリスナーと視線を合わせ、一緒に「おきなわブランド」への
理解を深め、ブランド戦略への実践を考える。

└コーナータイトル：具志堅ストアーおきなわブランド戦略部

└放送日：2025年10月1日（水）～2026年2月18日（水）隔週放送

放送日	カテゴリ	テーマ詳細	ゲスト出演者
10月1日	おきなわブランド戦略とは？	おきなわブランドってなに？ (策定理由、調査など戦略についての前段部分)	森山推進監
10月15日		おきなわブランド戦略の「WHO」「WHAT」「コンセプト」	森山推進監
10月29日	おきなわブランド戦略 実践事業者紹介・推進委員	各事業者のおきなわブランド戦略に基づく取組事例のご紹介	中村委員
11月12日			又吉コーヒー園 又吉さん
11月26日			多和田委員
12月10日			平良委員
12月24日			鈴木委員
1月7日			仲里委員
1月21日	大規模イベント周知	大規模イベント周知広報／何するのかの具体例	高橋さん
2月4日	おきなわブランド戦略 実践事業者紹介・推進委員	各事業者のおきなわブランド戦略に基づく取組事例のご紹介	高倉委員
2月18日	おきなわブランド戦略（総括）	おきなわブランド戦略の今期の取組について、未来への展望など	森山推進監



- ドメインの移管
- ドメイン移管後にWEBサイトの改修。
「事例」「インスタグラム」の入り口をTOPページに追加。重要なコンテンツに新たな動線を設けて、みてもらいやすい流れを作った。
- NEWSの更新：アカデミーの受講生の募集に際し、内容と申込フォームの設置
- 各事例集のページが見つらなかったため、「目次」を追加するとともに、「1行」の長さを短くし、文章を読みやすく調整・実装。
- トークイベント開催告知に際し、ファーストビューにバナーの設置と、すぐ事前予約ができるように、ボタンを設置。
- TOPページに「おきなわブランド戦略」の動画4本を追加実装。

ホームページ TOPページ



動画について

- 「おきなわブランド戦略」のパンフレットの内容を、わかりやすく伝えるための動画を作成。
- SNS、セミナー、サイネージ、Web広告等で流せるような動画（横型と縦型）を制作。
- 動画はなるべく短くするために、4つの項目に分けて制作。
 - 「なんでブランド戦略が必要なの？」
 - 「おきなわブランド戦略ってどんなもの？」
 - 「WHO（ターゲット）」
 - 「WHAT（ブランド価値）」
- 制作した動画は、SNSへの展開、HP上への展開、産業まつりの出展ブースでモニターで繰り返し流す、イベントでの上映等、最大限活用。
- トークイベント用に流す動画として、4本の動画を1本化した横型の動画を追加制作。



大規模周知イベント (参加者数：407名)

Phase 1 ~

2. プロモーション

- イベント名：
【おきなわブランド戦略2026
～からだ充ちる、こころ躍る 沖縄～】
- 開催日：2026年1月28日（水）
- 時間：14:30～17:00（開場14:00）
- 会場：琉球新報ホール
- 参加条件：無料※事前申込制

【実施内容】

- オープニング（動画＋知事プレゼンテーション）
- おきなわブランド戦略ご紹介
- 基調講演「沖縄の価値とブランド～その可能性」
株式会社かりゆし代表取締役社長 親泊昌代 氏
- トークセッション「沖縄の魅力を未来の価値へ」
（パネリスト）
 - 沖縄県知事 玉城デニー 氏
 - オリオンビール株式会社 湖東彰彦 氏
 - 株式会社沖縄ファミリーマート 岸本国也 氏
 - 有限会社育陶園 高江洲若菜 氏
（ファシリテーター）
 - 琉球放送アナウンサー 比嘉俊次 氏

A4チラシ / 2,000部



ラジオCM /
RBCラジオ・FM沖縄各局30本



A2ポスター / 200部



琉球新報・沖縄タイムス 各紙半3段 1/14掲載



琉球放送「Aランチ」内告知 1/17放送



- ・ インナーブランディングの促進に向け、おきなわブランド戦略に基づく取組や農林水産、商工及び観光分野における産業間連携した取組事例を収集。
- ・ 事例として整理のうえ、稼働中のおきなわブランド戦略公式ホームページへ掲載予定。
- ・ ヒアリング30社実施予定（実施済み15社）
- ・ 各取材先記事を作成中。
ホームページへの掲載は2月中を予定。

・ 沖縄のブランドは「人」じゃないかと思う。
・ 地域の有名人とコラボしながら、地域の面白い「人」に商品を通してフォーカスしたい。人の地産地消というイメージ。

・ どの分野も平等にブランディングすると特徴がなくなり、ブランド力が薄いものになってしまう。
・ たくさんの尖りがある中で、コアになるものが生まれれば、周りがついていき、インパクトのあるブランドができると思う。

・ 自分を表現することは大事なこと。売れるから続けるというのは長く続かない。ブランドは長い時間をかけて作るもので、それが一番難しく、一番大事なことであると考えている。
・ 沖縄ってこうだよねということを言葉にしてほしい。霧島市のガストロノミー戦略では10か条を言語化しているので、それを参考にしたい。

・ 自分たちの強みを最大限に生かせる壺屋という環境（街並み）を維持することが、育陶園のブランドを維持するために必要なことである。



ヒアリング内容（抜粋）

・ 伝えるためには、作り手の声を聞きながら、取引をすることが重要で、コミュニケーションをとることを重視している。

・ 一番伝えたいのは、沖縄の表面的なことだけではなく、一歩掘ったことを伝えたい。特に地元の人に伝えたい。（ターゲット）
・ 地元で根付いているものや地元の人が誇りに思っているものだからこそ発信できると感じている。

・ 世の中的なマーケティングは沖縄にははまらない。価値を売る必要がある。
・ 誰かの真似する必要はない。「沖縄には沖縄しかない」
・ 沖縄ではマーケットインではなく、プロダクトアウトが重要であると考えている。そのため、足元を掘る（沖縄の置かれた状況などから価値あるものを探してくる）必要がある。

- ✓ 各事業者がおきなわブランド戦略に基づく商品やサービスの開発ができるよう、相談窓口を設置し、事業者の課題に応じた支援策を実施し、産業間連携マッチングを進めました。
- ✓ 実績 5件（詳細は以下のとおり）



相談

相談窓口の設置

産業間連携マッチングサポート窓口

相談者のニーズや課題を把握し、事業者の課題に応じた支援を提供します。

リアル面談、オンライン面談、電話等での対応を想定

産業間連携マッチング相談窓口対応一覧

No.	社名	業種	相談内容
1	A社	小売業	【マッチング先探してほしい】 ・自社と新たなサービスを協業で展開できる事業者を探してほしい
2	B社	製造・小売業	【マッチング先を探してほしい】 ・沖縄らしい原料の仕入れがしたい
3	C社	製造・小売業	【マッチング先を探して欲しい】 ・販促物の作成（デザイナー、印刷会社の紹介要望） ⇒石垣らしさをコンセプトとしたブランディング
4	D社	製造業	【マッチング先を探して欲しい】 ・自社設備の導入希望先を紹介してほしい。
5	E社	製造業	【マッチング先を探して欲しい】 ・自社商品（フリーズドライ）の販路先を紹介してほしい

