

様式 1 （主な取組）

「主な取組」 検証票

施策展開	3-(4)-ウ	県内事業者の海外展開促進とビジネス交流拠点の形成	施 策	①海外展開に向けた総合的な支援
			施策の小項目名	○農林水産物の販路拡大
主な取組	県産農林水産物の他県との差別化の推進		対応する成果指標	県内輸出事業者等による沖縄からの年間輸出額
施策の方向	・ 農林水産物の販路拡大については、他の都道府県との競争激化を踏まえた県産農林水産物のブランディングによる差別化を推進します。			

1 取組の概要（Plan）

主な取組（アクティビティ）	実施主体	年度別計画		
		活動指標（アウトプット）		
		R7	R8	R9
海外における県産農林水産物の他県との差別化を図るため、販促物を作成して情報発信を行う。	県	海外への県産農林水産物の情報発信		
		販促物の作成回数（累計）		
		2回	2回（4回）	2回（6回）
担当部課【連絡先】	農林水産部流通・加工推進課 【 098-866-2255 】		関連URL	—

様式 1（主な取組）

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況

予算事業名

県産農林水産物輸出体制構築事業

主な財源

実施方法

R6年度
決算額

R7年度
決算見込額

一括交付金
(ソフト)

委託

13, 247

13, 269

令和7年度活動内容

海外市場における県産農林水産物の輸出体制構築を目指し、
定番化プロモーション、ブランディング、輸出産地支援等を実施した。

予算事業名

県産農林水産物輸出体制強化事業

R8年度

主な財源

実施方法

当初予算額

一括交付金
(ソフト)

委託

15, 335

令和8年度活動計画

海外市場における県産農林水産物の輸出体制構築を目指し、
定番化プロモーション、ブランディング、輸出産地支援等を実施する。

活動指標名

販促物の作成回数（累計）

R7年度

実績値 (A)

目標値 (B)

達成割合
A/B

進捗状況

活動概要

実績値

R5年度

R6年度

6回

2回

100.0%

順調

シンガポール、韓国のバイヤー向けに生産地案内ツアーを開催した（各1回）。
また、香港、シンガポール、韓国、ベトナムにおいて商品開発やテスト販売等に取り組み（各1回）、定番化促進を図った。

進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果

令和7年度の販促物の作成回数の目標値2回に対し、実績値は6回であり進捗状況は「順調」であった。また、現地でのプロモーション活動において、他産地との差別化のために特徴等を紹介する共通販促ツール（リーフレット、POP等）により情報発信を行った。

(2) これまでの改善案の反映状況

令和7年度の取組改善案

反映状況

他産地との差別化を図るため、継続した県産農林水産物のブランディングが必要である。

他産地との差別化を図るため、香港、シンガポール、韓国で販売会やSNSプロモーションを実施して県産農林水産物の情報発信を行い、県産品のブランディングに繋げた。

様式 1 （主な取組）

3 取組の検証（Check）		4 取組の改善案（Action）	
類型	内容	類型	内容
③ 他地域等との比較 （内部要因）	他国産や日本の他県との競争も激化しており、県産農林水産物の定番化が厳しい状況にある。	⑤ 情報発信等の強化・改善	他産地との差別化を図るため、継続した県産農林水産物のブランディングが必要である。