

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			
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				
		H29	H30	R元	R2	R3
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プロモーションを実施推奨し販路開拓を図る。		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・商談会参加支援				
担当部課【連絡先】	商工労働部マーケティング戦略推進課 【098-894-2030】	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 県産品拡大展開総合支援事業							R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画	
主な財源	実施方法	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算見込額	当初予算額	主な財源	OR元年度：バイヤー招聘支援23件、見本市・商談会出展支援95件を実施した。 OR2年度：上記取組に加え、プロモーションを強化し当該制度の認知向上や商品の販路拡大に努める。	
一括交付金(ソフト)	委託	136,527	236,017	183,239	127,463	132,849	84,542	一括交付金(ソフト)		

様式1(主な取組)

活動指標名	バイヤー招聘支援				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	25	37	33	32	23	30	76.6%	132,849	概ね順調	<p>バイヤー招聘支援を23件実施し、県内企業との商談・マッチングを支援した。</p> <p>また、見本市・商談会出展支援を95件実施し、県内企業の商談・マッチングの機会を創出した。</p>
活動指標名	見本市・商談会出展支援				R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	74	95	98	111	95	90	100.0%			<p>進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果</p> <p>見本市・商談会出展は計画値以上の実績となったが、バイヤー招聘は計画値を下回った。引き続き補助金の周知活動を実施し目標達成を目指す。</p>
活動指標名					R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30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										
令和元年度の取組改善案						反映状況				
<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄フェア終了後、量販店に対して定番化に向けた商談や提案を実施する。</li> <li>・県内メーカーの商品開発力や営業力等の強化を図るとともに、商談支援を実施し、定番化の促進に取り組む。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄フェア終了後に定番化に向けた商談を実施し、定番採用が決まった商品があった。</li> <li>・商品開発支援を実施した商品について、県外問屋及び量販店との商談を実施した。</li> </ul>				



## 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、外部環境の変化)

##### ○内部要因

・ 県外への販路拡大を推進するためには、生産側の支店だけではなく、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)

・ 県産品の県外での販路拡大を図るためには、県外消費者のトレンド、ニーズを踏まえた商品作りが重要である。

### 4 取組の改善案 (Action)

・ 引き続きマーケティング・商品開発の専門アドバイザーを設置し、県内企業の商品開発支援及びノウハウ取得の促進を図る。

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			
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				
		H29	H30	R元	R2	R3
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】					



様式1(主な取組)

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							R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画		
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	OR元年度： 那覇港及び那覇空港の機能活用による物流環境の構築に向けた調査等を実施した。		
県単等	委託	19,929	19,126	17,866	24,291	23,401	15,330	県単等	OR2年度： 那覇港及び那覇空港の機能活用による物流量増加に向けた沖縄型物流モデル構築等を図る調査等を実施する。		
予算事業名 物流高度化推進事業							R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画		
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	OR元年度： 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。		
一括交付金(ソフト)	委託	17,910	52,051	37,987	26,971	41,985	30,998	一括交付金(ソフト)	OR2年度： 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。		
予算事業名 国際物流関連ビジネスモデル創出事業							R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画		
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	OR元年度： 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った。		
一括交付金(ソフト)	委託	-	201,934	312,117	170,286	205,338	68,358	一括交付金(ソフト)	OR2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。		

様式1(主な取組)

活動指標名	最適化モデルの構築と他産業への波及				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要		
	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B					
実績値	実施	実施	実施	v	実施	実施	100.0%	270,724	順調	物流改善実証実施、共同物流の活用促進及び物流アドバイザーによる県内企業への物流改善指導を実施した。 ①台湾と連携した中国への輸出拡大モデル構築、②中古車等輸出実証事業、③外国人観光客に向け消費拡大を目指した取組、④商流・物流拡充に向けた実証事業を実施した。		
活動指標名					R元年度							進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
実績値												物流アドバイザーによる64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台湾と連携した中国への輸出モデルを構築、②中古車等輸出実証事業を実施し、中古車部品の輸出货量が増加した。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、海外マーケット開拓等を実施し165tの輸出货量を創出した。
活動指標名					R元年度							
実績値												
(2)これまでの改善案の反映状況												
令和元年度の取組改善案						反映状況						
<ul style="list-style-type: none"> <li>・物流の高度化による物流課題解決へ向けた実証等の取組を専門家によるハンズオン支援の下に実施する。</li> <li>・物流課題の掘り起こしも兼ねた出張相談や、物流課題の解決に向けた人材育成講座を引き続き実施する。</li> <li>・国際物流の取扱量増加による物流コスト低減を目指した調査・検討、実証事業や販路拡大のためのプロモーションを引き続き実施する。</li> <li>・民間プロジェクト造成促進事業について、補助事業として引き続き実施する。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>・専門家によるハンズオン支援の下、物流改善実証を2件実施するとともに、物流アドバイザーによって企業や団体に対して64件の物流改善指導を実施した。</li> <li>・県内事業者を対象とした出張相談及び物流セミナーを6回実施した。</li> <li>・国際戦略推進企画事業において、那覇港及び那覇空港の機能活用による物流環境の構築に向けた調査等を実施した。</li> <li>・民間プロジェクト造成促進支援事業として、補助事業を4件実施した。</li> </ul>						



## 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、外部環境の変化)

##### ○内部要因

- ・企業や団体が物流量を増加できるよう物流高度化モデルを構築し、ノウハウを波及させることが重要であるが時間を要する。
- ・県内は小規模企業が多いため、共同物流などの効率化が重要であるが、できあがった既存の物流ルートの変更や商流の機密の関係上、他業者同士が共同して実践するのが難しい状況である。
- ・インバウンドを活用した県産品・全国特産品の販路拡大については、県内向けのPRとリピート購入の仕組みを構築する必要がある

##### ○外部環境の変化

- ・コンテナスペース確保事業の実施等により、県内からの輸出が増加しているものの、3月末より減便予定。
- ・新型コロナウイルス流行の経済面への影響により、インバウンドの減少、海外ニーズの縮小等が懸念される。
- ・沖縄への海外観光客数は約300万人(H30年度)を超え、過去最高となっており、インバウンドに対して県産品・全国特産品の認知度向上の機会となっている。

#### (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、物流高度化に向けた課題解決のための実証、専門知識を有する物流アドバイザーや専門家による物流改善事例の波及等による取扱量増に向けた取組を引き続き行う必要がある。
- ・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・検討によるビジネスの創出が継続的に必要である。
- ・海外各国における県産品・全国特産品の認知度向上や、リピート購入や輸出に繋がる仕組みの構築に向けた継続した取り組みが必要である。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・物流の高度化による課題解決へ向けた実証等の取組を専門家によるハンズオン支援の下に実施。
- ・物流課題の掘り起こしも兼ねた出張相談や物流改善事例の情報提供等、物流課題の解決に向けたセミナーの継続実施。
- ・国際物流の取扱量増加による物流コスト低減を目指した調査・検討、実証事業や販路拡大のためのプロモーションの継続実施。
- ・民間企業への補助事業と併せて、リピート購入の仕組みとしてECサイト活用を検討・実施。

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	琉球泡盛再興プロジェクト支援事業			
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				
		H29	H30	R元	R2	R3
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				
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】		琉球泡盛の県外展開強化の総合支援、ブランド力協会に向けた情報発信・研究開発			

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位：千円)

予算事業名 琉球泡盛再興プロジェクト支援事業							R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
一括交付金(ソフト)	補助	108,192	103,481	105,791	78,199	79,917	64,200	一括交付金(ソフト)	OR元年度：①調査研究、②沖縄県酒造組合への泡盛の特性や飲み方紹介等のプロモーションへの補助、③酒造所へのマーケティング支援、④酒造所への経営改善支援 OR2年度：①調査研究、②沖縄県酒造組合への泡盛の特性や飲み方紹介等のプロモーションへの補助、③酒造所へのマーケティング支援及び経営改善支援



様式1(主な取組)

活動指標名	支援企業数(酒造所のマーケティング強化)				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	-	4件	5件	5件	5件	4件	100.0%	79,917	順調	①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の実施。 ②泡盛の酒質の整理、古酒の科学的分析に関する調査の実施。 ③経営状況の厳しい酒造所に対し、専門家による経営改革計画の策定支援の実施。
活動指標名	研究実施(酒質の整理、古酒の科学的解析)				R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	-	-	-	実施	実施	実施	100.0%			進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
										①マーケティング支援では、事業化に向けたマーケティング能力を習得させることを目的に、4件の計画値に対し5件の支援を実施した。
										②泡盛に関する研究では、泡盛の酒質の整理及び古酒の科学的解析に向けた研究2件を実施した。 ③経営改善支援においては、3件の酒造所において、経営の課題を明確にした上で経営改革計画を策定した。
活動指標名	支援企業数(酒造所の経営改革プラン策定)				R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	-	-	10件	5件	3件	3件	100.0%			
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和元年度の取組改善案						反映状況				
<p>・経営改善及びマーケティング等個別酒造所に対して実施している支援について、事業の継続や自走化に向けたフォローアップを実施する。</p>						<p>・経営改善支援については、H30採択5社に対し、専門家を派遣によるフォローアップ支援を行い、結果、2社の営業利益率が改善した。</p> <p>・マーケティング支援については、平成30年度に採択した企業5社のうち、3社が令和元年度も継続支援となり、結果、新たな商品開発、販売ルートの開拓等につながった。残り2社について、自社取組での継続が1社、プロジェクト中止が1社となった。</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、外部環境の変化)

##### ○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多い。

##### ○外部環境の変化

- ・ 国内酒類市場の縮小や消費者嗜好の多様化により、市場競争が激化している。泡盛の出荷量は、平成16年度をピークに出荷数量の減少が続いている。
- ・ 令和元年5月に「琉球王国時代から連綿と続く沖縄の伝統的な『琉球料理』と『泡盛』、そして『芸能』」が日本遺産に認定された。

#### (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に、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。
- ・ 酒造所の経営を安定させるため、適切な販売価格の設定や製造コストの減少を図るため、引き続き経営に関する支援が必要である。
- ・ 消費者ニーズに対応する酒造所に対し、商品開発、ブランド力強化に繋がる取組に対しても引き続き支援が必要である。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・ 業界全体で泡盛のブランディング構築に取り組む。
- ・ 個別酒造所への支援において、支援対象を見直すことで経営改善支援とマーケティング支援の相乗効果を図る。

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	沖縄国際物流ハブ活用推進事業			
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				
		H29	H30	R元	R2	R3
県産品の販路拡大を総合的に支援するため、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、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。						
実施主体	県	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				
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	沖縄国際物流ハブ活用推進事業						R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	OR元年度： 県産品の海外販路拡大のため、コンテナスペース借り上げ、県内生産者等の海外渡航費等の助成、テスト販売、県産品プロモーション等を行った。 OR2年度： 県産品の海外販路拡大のため、コンテナスペース借り上げ、県内生産者等の海外渡航費等の助成、テスト販売、県産品プロモーション等を行う。
一括交付金(ソフト)	委託	349,204	415,046	395,327	297,574	288,235	272,500	一括交付金(ソフト)	

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)				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	518	803	1185	1691	2129	310	100.0%	288,235	順調	<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478tの輸出を支援した。</p>
活動指標名					R元年度					
実績値										<p>進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果</p> <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、県内企業の県外及び海外展開が促進された。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、コンテナ台数ベースで過去最高の実績となった。</p>
活動指標名					R元年度					
実績値										
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和元年度の取組改善案						反映状況				
<ul style="list-style-type: none"> <li>県産品の認知度向上や商品の定番化を図るため、継続的にフェアや商談会を実施するとともに、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を継続して行う。</li> <li>現在のコンテナスペース確保事業の貨物就航地域(香港、上海、バンコク、シンガポール、クアラルンプール)に以外への輸出促進を図るため、旅客便を活用した貨物輸送への補助金「輸出促進支援」の活用を促進する。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>県産品の認知度向上や商品の定番化を図るため、沖縄フェアや商談会を実施するとともに、県産品の機能性を紹介する動画等を活用し、県産品のブランドイメージである「長寿の島沖縄」の情報発信や商品PRを行った。</li> <li>コンテナスペース確保事業の就航地域以外を対象として旅客便を活用した輸送費の一部を補助金のメニューに追加し、物流支援を4件行った。</li> </ul>				



## 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、外部環境の変化)

##### ○内部要因

・平成21年度から、コンテナスペース確保事業が開始されたことにより、貨物の集約が図られるとともに、コンテナ利用台数が増加している。

##### ○外部環境の変化

- ・平成30年10月から台北、ソウルへの貨物便が運休となった。
- ・令和元年8月からタイにおける農林水産物の輸入に関する衛生基準が厳格化された。
- ・令和2年1月に県内で豚熱が発生し、豚肉の輸出が禁止された。
- ・新型コロナウイルスの流行。
- ・県内からの輸出が増加しているものの、令和2年3月末より減便予定。

#### (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、原料としての県産品輸出の拡大を図る必要がある。

・那覇空港に就航している旅客便を活用し貨物を増加させ、沖縄国際ハブ機能の強化を図る必要がある。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・県産品の認知度向上や商品の定番化を図るため、継続的にフェアや商談会を実施するとともに、県産品紹介動画等を活用し売場における商品PRを継続して行う。
- ・現地企業（飲食業や製造業など）への県産品を使った商品化への提案に取り組む。
- ・現在のコンテナスペース確保事業の貨物就航地域（香港、上海、バンコク、シンガポール、クアラルンプール）への輸出促進を図るため、那覇空港に就航している旅客便も活用した貨物輸送支援に取り組む。

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	沖縄県縫製業経営高度化推進事業			
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				
		H29	H30	R元	R2	R3
県内縫製業事業者の経営を改善するため、経営マネジメントやアパレルマーケティング等の専門家を派遣した研修を行い、県外等の新たな販路を開拓できる事業者の育成に取り組む。かりゆしウェアの着用普及促進を図るため、県外においてかりゆしウェアのイベントを実施する。			イベント来訪者6400名	イベント来訪者6400名	イベント来訪者6400名	
実施主体	県	アパレルマーケティング等研修及びかりゆしウェアPRイベントの実施				
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 沖縄県縫製業経営高度化推進事業									
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
							当初予算額	主な財源	
一括交付金(ソフト)	委託	—	—	—	17,559	17,559	16,557	一括交付金(ソフト)	OR元年度：経営マネジメントやアパレルマーケティング等の研修を行った。県外においてはかりゆしウェアの着用普及促進のイベントを実施した。 OR2年度：前年度の研修を踏まえ、新商品の具現化及び持続化を目指す研修を実施し、県外におけるかりゆしウェア着用普及促進のイベントを実施する予定

様式1(主な取組)

活動指標名	かりゆしウェアPRイベントの開催来場者数				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
				6876	5200	6400	81.3%	17,559	概ね順調	<p>県内縫製事業者の経営改善を行い、経営マネジメントやアパレルマーケティング等の研修を実施することにより、新たな販路開拓ができる事業者の育成を行う。また、かりゆしウェアのブランド向上及び普及促進のための、県外において普及促進イベントを実施し、かりゆしウェアの販路拡大・普及促進を図る。</p> <p>進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果</p> <p>かりゆしウェア着用普及促進の取組は、首都圏において実施しているが、イベント来場者数の計画数値6400名に対し実績5200名となった。</p> <p>集客力が高い曜日のイベントは他競合との競争が激しかったため、平日のイベント実施となり、計画値の未達となった。</p>
活動指標名					R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
活動指標名					R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30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										
令和元年度の取組改善案						反映状況				
<p>・縫製事業者の経営改善を行い、新たな市場として県外をターゲットに販路開拓を行うためには、研修や県外PRイベントなどにより県外市場の動向を踏まえて、これまでの培ってきたかりゆしウェアの概念や生産体制等を今一度見直すことで、かりゆしウェアの販路拡大が図られるものとする。</p>						<p>・県外市場におけるかりゆしウェアへの認知度等を把握しつつ、市場動向及びアパレルブランド等の概念を事業者が学び、今後のかりゆしウェアの方向性等を検討している。</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、外部環境の変化)

##### ○内部要因

- ・研修事業において、受講する縫製事業者の経営体力にばらつきがあり、研修内容を効果的に事業へ反映させるためには、それぞれの状況に合わせた工夫が必要と考える。
- ・かりゆしウェア着用普及の取組については、首都圏で実施するため沖縄にゆかりのない消費者へ、かりゆしウェアとはどのようなものか伝えるところからイベントを構築する。

##### ○外部環境の変化

- ・かりゆしウェアの県内市場は飽和状態になりつつある。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・研修内容を効果的に事業へ繋げるためにインプットだけでなく、アウトプットに主眼をおいた研修を行うことが必要。
- ・かりゆしウェア着用普及促進の取組については、イベント会場が好立地の場合、他イベントとの場所確保競争が激しく、平日の日程となる可能性が高いため、集客力が弱まり効果的なPRが行えない可能性がある。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・これまで研修内容を踏まえ、インプットしたノウハウ等を販路開拓へ繋げるため、新商品の具現化を行い、その仕様に合わせたサービスを展開・持続できるようにアウトプットに重点を置いた研修を行う。普及促進の取組は、かりゆしウェアの効果的なPRが行えるよう、会場、曜日設定及び他イベント等との連携など集客力が高まるような要素も考慮する。



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			
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				
		H29	H30	R元	R2	R3
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 見本市・商談会90回				
実施主体	県、支援機関、企業等					
担当部課【連絡先】	商工労働部マーケティング戦略推進課 【098-】					
		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 県産品拡大展開総合支援事業									
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
							当初予算額	主な財源	OR元年度： 沖縄フェア開催32回、見本市・商談会出展支援95件を実施した。
一括交付金(ソフト)	委託	136,527	236,017	183,239	127,643	132,849	84,542	一括交付金(ソフト)	OR2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。
予算事業名 物産振興対策事業									
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
							当初予算額	主な財源	OR元年度： 物産展を9回開催した。
一括交付金(ソフト)	委託	19,309	20,774	20,912	17,830	16,941	50,163	県単等	OR2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				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	13	12	10	10	9	8	100.0%	149,790	順調	<p>県外にて、物産展を9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95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。</p>
活動指標名	沖縄フェアの開催				R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	16	20	32	32	32	16	100.0%			<p>進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果</p> <p>物産展・沖縄フェア開催、見本市・商談会出展支援とも、計画値以上の実績となり、順調である。</p>
活動指標名	見本市・商談会出展支援				R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	74	95	98	111	95	90	100.0%			
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和元年度の取組改善案						反映状況				
<ul style="list-style-type: none"> <li>沖縄フェア終了後、量販店に対して定番化に向けた商談や提案を実施する。</li> <li>県内メーカーの商品開発力や営業力等の強化を図るとともに、商談支援を実施し、定番化の促進に取り組む。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>沖縄フェア終了後に定番化に向けた商談を実施し、定番採用が決まった商品があった。</li> <li>商品開発支援を実施した商品について、県外問屋及び量販店との商談を実施した。</li> </ul>				



## 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、外部環境の変化)

##### ○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)

・ 県産品の県外での販路拡大を図るためには、県外消費者のトレンド、ニーズを踏まえた商品作りが重要である。

### 4 取組の改善案 (Action)

・ 引き続きマーケティング・商品開発の専門アドバイザーを設置し、県内企業の商品開発支援及びノウハウ取得の促進を図る。

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			
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			

1 取組の概要 (Plan)

取組内容		年度別計画				
		H29	H30	R元	R2	R3
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プロモーションを実施推奨し販路開拓を図る。						
実施主体	県、支援機関、企業等	優良県産品推奨制度およびプロモーションによる県産品の消費拡大				
担当部課【連絡先】	商工労働部マーケティング戦略推進課 【098-894-2030】					

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況							(単位：千円)		
予算事業名							R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
主な財源	実施方法	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
県単等	委託	6,670	7,463	7,463	7,700	7,700	13,362	県単等	OR元年度：3部門合計52点を優良県産品として認定した。また、産業まつり会場やわしたショップ等にて推奨製品の展示を行った。 OR2年度：引き続き優良県産品の認定を推進すると共に、制度の認知向上や商品の販路拡大を行う。

様式1(主な取組)

活動指標名	優良県産品推奨数				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	57	67	95	63	52	—	100.0%	7,700	順調	飲食料品の部30点、生活用品の部15点、その他製品の部7点の合計52点を優良県産品として認定した。また、産業まつり会場や県内および東京銀座のわしたショップにて推奨製品の展示を行った。
活動指標名					R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30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、要因及び取組の効果 平成31年度は、計52製品を優良県産品として認定し、産業まつり会場や県内外のわしたショップなどで展示会を実施し、県民に広く制度、推奨製品を周知することができた。
活動指標名					R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30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										
令和元年度の取組改善案						反映状況				
・推奨制度そのものや、推奨を受けた製品についての周知・広報を積極的に行うとともに、推奨を受けた事業者に対して、既存の支援メニューの活用を促すなど販路開拓に繋がる取組を行っていく。						令和元年度は優良県産品のカテゴリーでわしたショップのWEBサイトにコーナーを設け宣伝・普及に加え、販売機会を図った。				



## 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、外部環境の変化)

##### ○内部要因

・推奨製品には、一定の品質を保つ必要があるため、商品力審査、表示・衛生審査等において、厳しい基準を設けている。

##### ○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ようECサイトの更なる活用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、更なる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や販売方法を検討する必要がある。

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			
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				
		H29	H30	R元	R2	R3
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祭りを実施する。		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							R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
産業まつり推進事業費									
県単等	負担	10,350	9,687	10,191	10,319	10,364	10,353	県単等	OR元年度：各地域（沖縄本島・宮古・八重山）で開催される産業まつりへの負担金を支出する。 OR2年度：各地域（沖縄本島・宮古・八重山）で開催される産業まつりへの負担金を支出する。

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				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	522	552	—	505	490	505	97.0%	10,364	順調	各地で開催された産業まつりへ負担金を支出した。
活動指標名	宮古の産業まつり出展企業数				R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	81	69	80	69	60	—				
活動指標名	八重山の産業まつり出展企業数				R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	30	33	23	—				
(2) これまでの改善案の反映状況										
令和元年度の取組改善案								反映状況		
<ul style="list-style-type: none"> <li>沖縄産業まつり会場におけるより一層の販売強化の工夫や、出展スペースを確保していく必要がある。</li> </ul>								<ul style="list-style-type: none"> <li>産業まつり展示ブース（県立武道館アリーナ棟）と販売ブース（屋外）との連携により、展示紹介された製品を見て関心を持った方に対し案内することで、販売に繋がった。（出展業者の売上額 2億1,815万円（昨年度 1億9,913万円））</li> <li>開催時期を固定化することで、会場の確保を円滑にし、出展スペースの確保に繋がった。</li> </ul>		





## 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、外部環境の変化)

##### ○内部要因

- ・開催前の実行委員会が開催1ヶ月前となっており、実行委員会内で販売強化に向けて、大きな工夫を講じたい場合に、事前に調整を行うのが困難である。
- ・開催時期と会場の固定化により、安定して出展スペースを確保できる状況である。

##### ○外部環境の変化

- ・全体として必要なスペースは確保しているものの、会場である奥武山公園の敷地内で借用できる場所が分散しており、目的の店舗が探しづらい状況となっており、販売強化における課題となっている。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・実行委員会同士で日頃から情報共有と意見の共有を図る必要がある。
- ・会場において、一目で目的のエリアが分かるよう、各エリアの要所毎に看板や地図の設置を検討する必要がある。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・実行委員会事務局である(公社)沖縄県工業連合会と情報を密にし、これまで以上に具体的な販売強化に向けた調整を行う。
- ・会場内において要所毎に看板と地図の設置を行う。

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			
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				
		H29	H30	R元	R2	R3
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。						
		→				
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							R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
主な財源	実施方法	H27年度 決算額	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
一括交付金(ソフト)	補助	88,512	75,860	81,274	50,135	48,626	29,700	一括交付金(ソフト)	OR元年度：県内製造業12者に対し、海外展開に要する経費の支援を行うと共に、専門コーディネーターを配置し海外展開に係るハンズオン支援を実施 OR2年度：県内製造業6者に対し、海外展開に要する経費の支援を行うと共に、専門コーディネーターを配置し海外展開に係るハンズオン支援を実施

様式1(主な取組)

活動指標名	海外展開に関する県内ものづくり企業の支援件				R元年度			R元年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	12	12	13	10	12	12	100.0%	48,626	順調	<p>平成31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共に、海外販路開拓の専門コーディネーターを配置して積極的なハンズオン支援を実施した。</p>
活動指標名					R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			<p>進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果</p> <p>海外展開する県内ものづくり企業の支援件数について、本事業を活用した企業売上額が約1億円であり、県内ものづくり企業の海外展開が促進できたことから、順調とする。</p>
活動指標名					R元年度					
実績値	H27年度	H28年度	H29年度	H30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										
令和元年度の取組改善案						反映状況				
<p>・専門コーディネーターによる積極的な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。</p>						<p>・専門コーディネーターによるハンズオン支援内容について、継続的な取引につながるよう展示会後のフォローも含めた内容のサポートを行う。</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、外部環境の変化)

##### ○内部要因

・事業所内に外国語対応ができる職員がないなど、社内体制が整っていないため、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事がある。

##### ○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。また、新型コロナウイルスに伴う海外活動の影響も懸念され、現地渡航せずとJETROを活用した現地情報の活用などの工夫を図る。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

継続的に海外企業との商談が行えるよう、今後の自走化に向けた専門コーディネーターによるハンズオン支援を行う必要がある。

### 4 取組の改善案 (Action)

専門コーディネーターによる積極的な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組につなげる。

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体制の強化			
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。 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				
県産健康食品のブランド力を確立・強化し、他地域との差別化により販路拡大を図るため、業界団体と支援機関で構築したブランド化推進体制の自立的運用に向けた取組の強化・支援を行う。		H29	H30	R元	R2	R3
		実施主体	県、支援機関、企業等	ブランド推進基盤の構築		ブランド推進体制の自立的運用に向けた取組の強化
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	健康食品ブランド化推進強化事業						R2年度		令和元年度活動内容と令和2年度活動計画
主な財源	実施方法	H27年度決算額	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算見込額	当初予算額	主な財源	OR元年度： 業界団体の支援機関から構成されるブランド化推進体制の自立的運用に向けた取組の強化・支援を行った。 OR2年度： 業界団体の支援機関から構成されるブランド化推進体制の自立的運用に向けた取組の強化・支援を行う。
一括交付金(ソフト)	補助	-	-	-	-	51,958	37,500	一括交付金(ソフト)	

様式1(主な取組)

活動指標名	ブランド推進体制の自立的運用に向けた取組の強化				R元年度			R元年度決算見込額合計	進捗状況	活動概要
	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合A/B			
実績値	—	—	—	—	業界団体によるブランド認証制度の運用開始	業界団体によるブランド認証制度の運用開始	100.0%	51,958	順調	健康食品の沖縄ブランドを確立するため、業界団体が行う、ブランド化推進及び事業者の相談窓口の設置等の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	ブランド推進基盤の構築				R元年度					
実績値	—	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	業界団体によるブランド認証制度の創設	—	—				進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
活動指標名	ブランド推進基盤の構築				R元年度					
実績値										
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和元年度の取組改善案						反映状況				
<ul style="list-style-type: none"> <li>業界団体のブランド確立に向けた取組に対し、補助金による支援を行うとともに、自立的運用が図れるよう支援を行う。</li> <li>ブランド確立に必要な要素である、県産素材の機能性の科学的根拠に関する調査を行い、県内事業者への活用を図る。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>業界団体のブランド確立に向けた取組に対し、補助金による支援を行うとともに、自立的運用が図れるよう支援を行った。</li> <li>ブランド確立に必要な要素である、県産素材の機能性の科学的根拠に関する調査を行った。さらに県内事業者への活用を図るため、セミナーを開催した。</li> </ul>				



## 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、外部環境の変化)

##### ○内部要因

・ 業界団体のブランド認証制度が開始されて間もないため、認知度を向上させる必要がある。

##### ○外部環境の変化

・ 令和元年度の消費税増税に加え、新型コロナウイルスによる影響が懸念される。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

・ ブランド認証制度の認知度向上に取り組む必要がある。

### 4 取組の改善案 (Action)

・ ブランド認証制度の認知度向上に向けた取り組みを行う必要があるため、業界団体に対し引き続き補助金及び専門家による助言等の支援を行う。