

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-イ	市場特性に対応した誘客活動の展開	
施策	②海外誘客活動の戦略的展開		
(施策の小項目)	○海外誘客の推進		
主な取組	海外事務所等による海外誘客支援(海外展開支援事業)	実施計画 記載頁	185
対応する 主な課題	○海外からの誘客については、アジアからの観光客が増加傾向にあるが、海外における沖縄の認知度は依然として低い状況にあることから、観光マーケティング力を強化し、アジア諸国や欧米を中心に誘客ターゲットを絞り込み、効果的で戦略的なプロモーション活動を展開することが重要である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	海外誘客の促進や路線の増設・新規路線の拡充並びに観光と連動した県産品の販路拡大、県内企業の進出支援業務等を行う目的で海外事務所及び委託駐在員を設置する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	海外事務所・委託駐在員の設置及び運営					→	県 産業振興 公社
	現地旅行社、航空会社・メディアへの営業活動・事務調整等、 観光セミナー・観光見本市の出展支援等						
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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
海外事務所等管理運営事業	240,328	240,000	海外事務所を設置している地域(北京、上海、香港、台北、シンガポール)を中心に、国際観光展等の現地イベント出展や航空会社等と連携した沖縄PRイベントの実施、チャーター便の造成や直行便及び経由便就航への働きかけを実施するとともに、海外駐在員(タイ、福州、オーストラリア、北米、フランス)を配置し、情報収集、旅行商品造成支援等を実施した。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
現地旅行社、航空会社・メディアへの営業活動・事務調整等、観光セミナー・観光見本市の出展支援等			—	926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	海外事務所等が行う現地支援・活動件数等は926件となり、順調に推移している。これらの取り組みなどにより、外国人観光客数が対前年比で68万4,300人増加(+69.4%)している。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
海外事務所等管理運営事業	196,489	海外事務所を設置している地域(北京、上海、香港、台北、シンガポール)を中心に、国際観光展等の現地イベント出展や航空会社等と連携した沖縄PRイベントの実施、チャーター便の造成や直行便及び経由便就航への働きかけを実施するとともに、海外駐在員(タイ、オーストラリア、北米、フランス、インドネシア)を配置し、情報収集、旅行商品造成支援等を実施する。	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①海外事務所や駐在員等により現地の情報やビジネスニーズ等を広く収集してターゲットの絞り込みや、国際観光展等における出展など、(一財)沖縄観光コンベンションビューローとの連携をより強化し、ターゲットとなる国・地域のニーズ等に対応した誘客活動を実施する。</p> <p>②東南アジア地域における観光客の誘客を推進するため、シンガポール事務所を設置し体制強化を図る。</p>	<p>①(一財)沖縄観光コンベンションビューローとの連携を強化することにより、中国、東南アジア地域など有望市場において、ターゲットを絞った誘客活動を展開したほか、欧米豪の富裕層をターゲットにした誘客活動を展開した。</p> <p>②平成27年4月にシンガポール事務所を設置・運用を開始し、同年7月には、物産と連動した知事トップセールスを実施し、観光地沖縄を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
外国人観光客数	30.1万人 (23年度)	167.3万人 (27年度)	120万人	137.2万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	国際観光展等の現地イベント出展や航空会社等と連携した沖縄PRイベントの実施、チャーター便の造成や直行便及び経由便就航への働きかけを実施したことにより、外国人観光客数が対前年比で68万4,300人増加(+69.4%)しており、H28目標値(120万人)を達成しているが、引き続き、観光誘客の取組を強化する必要がある。				

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>○内部要因 ・海外からの観光誘客を推進するためには、精度の高い現地の経済情報やビジネスニーズ等を広く収集するためのネットワーク形成を図る必要がある、海外事務所の体制強化が重要となる。</p> <p>○外部環境の変化 ・海外事務所の設置地域を中心に観光マーケティングを実施しつつ、近隣や新たな地域においても(観光地)沖縄の認知度を向上させる必要がある。</p>
--

(2) 改善余地の検証（取組の効果の更なる向上の視点）

- ・海外からの観光客の誘客は、マーケット分析に基づきターゲット層を絞り込む必要がある。
- ・経済成長が著しく所得水準が向上している中国及び東南アジア地域において誘客活動を強化し、沖縄ブランドの浸透を図るため、事務所の体制見直し、新たな委託駐在員の配置など、海外における体制を強化する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・海外事務所や駐在員等により現地の情報やビジネスニーズ等を広く収集してターゲットの絞り込みや、国際観光展等における出展など、(一財)沖縄観光コンベンションビューローとの連携をより強化し、ターゲットとなる国・地域のニーズ等に対応した誘客活動を実施する。
- ・引き続き中国における観光誘客の推進を図るとともに、東南アジア地域における観光誘客を推進するため、新たに配置したインドネシア委託駐在員を活用した取組を行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-オ	産業間連携の強化		
施策	①観光リゾート産業と多様な産業との連携			
(施策の小項目)	○観光土産品の開発・販売促進支援			
主な取組	地場産業総合支援事業	実施計画 記載頁	195	
対応する 主な課題	○観光土産品については、観光客に選ばれる魅力的な観光土産品の開発販売の促進や観光土産品の域内調達率の向上が課題となっており、沖縄らしさを感じられる地域特産品の開発やブランド化、農商工連携等を含めた事業者間の連携を促進し、産業間相互の振興に努める必要がある。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	地域資源活用による付加価値の高い商品、沖縄らしさを表現したデザイン、機能性や時代性を取り入れた感性型製品などの開発に取組む県内事業者を対象に、試作品開発に係る技術指導や市場調査等に係る経費の一部を補助する。これにより、事業者の新分野進出の円滑化や基盤技術の高度化を図るとともに、魅力的な商品の創出による県産品の県外出荷及び域内シェアの拡大を目指す。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	5件 支援件数				→		県
	企業等が行う新製品開発に係る経費に対する助成による新分野進出の円滑化、事業成果のPRなど販路拡大に向けたフォローアップ					→	
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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	一括交付金等を活用した様々な類似の補助事業があるため、予算確保なし。 「観光土産品対策検討委員会」等で中・長期的な観光土産品対策について検討した。	—
活動指標名			計画値	実績値
県産品のデザイン活用展示・研修会の開催			1回	1回
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			
未着手	一括交付金等を活用した様々な類似の補助事業があるため、予算の確保はなかったが、観光や中小企業支援に係る関係機関と連携し、観光土産のニーズ把握や、それを地場の中小企業が事業化するまでの支援策について検討した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	ひきつづき本県の観光や中小企業支援に係る関係課と連携し、観光土産のニーズ把握や、それを地場の中小企業が活用できるように支援する策を検討する。	—

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
①既存の一括交付金を活用した支援事業でもなお解決できない地場産業特有の課題があるか検討する。	①既存の一括交付金を活用した類似の補助事業等を活用しながら取組を進めた。

(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
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年度)	32.5% (27年度)	35% (28年度)	-0.7%	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	現状値において、H28目標値35%を達成している。関係する取組を通し、事業者による観光ニーズにあった新製品開発支援を行うことで、現状値の増加に寄与していく。				

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"> ・沖縄県の製造業においては、中小・零細規模の事業者が多く、公的機関による委託事業の受託経験や、補助金事業を受けた経験のない事業者がほとんどであるため、制度に関心が薄い場合や手続きに不慣れな事業者が多い。 ・案件の採択にあたっては、事業実施体制や自己負担資金の調達元、適切な事業規模になっているか等の視点から精査が必要である。 ・観光客ニーズ・トレンドを把握し、観光土産品の消費額及び満足度の向上を図る「沖縄観光消費額向上モデル事業」や、県産品の販路拡大を総合的に支援する「県産品拡大展開総合支援事業」等、一括交付金を活用した類似の補助金メニューが増えてきており、当事業については平成25年度で区切りをつけた。 <p>○外部環境の変化</p>

(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"> ・事業実施体制の変更や計画の遅れ等の事態に迅速に対処し、適切な事業執行管理を行うため、定期的に訪問したりメールで進捗報告を受けるなどの、きめ細かな対応が必要である。 ・また、事業の規模や支援スキームが中小・零細規模の事業者にとって使いやすいものとなっているか再考する必要がある。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、既存の一括交付金を活用した支援事業でもなお解決できない地場産業特有の課題があるか検討する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-オ	産業間連携の強化		
施策	①観光リゾート産業と多様な産業との連携			
(施策の小項目)	○観光土産品の開発・販売促進支援			
主な取組	県産品のデザイン活用の促進	実施計画 記載頁	195	
対応する 主な課題	○観光土産品については、観光客に選ばれる魅力的な観光土産品の開発販売の促進や観光土産品の域内調達率の向上が課題となっており、沖縄らしさを感じられる地域特産品の開発やブランド化、農商工連携等を含めた事業者間の連携を促進し、産業間相互の振興に努める必要がある。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産品の製品開発等におけるデザイン活用を促進し、県産品の差別化、高付加価値化を目指し、県内デザイナーのデザイン力の向上と県内企業に対するデザイン活用の普及を図る。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	1回 展示会・研修会 の開催				→	→	県
	企業等へのデザイン活用手法等の普及						
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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産品デザイン活用促進事業	2,131	2,131	冠婚葬祭用のかりゆしウェアの商品開発をとおして、デザイナー、工芸事業者、縫製工場のマッチング連携を図り、今後の商品開発におけるデザイン活用促進に繋げる。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
県産品のデザイン活用展示・研修会の開催			1回	1回
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	かりゆしウェアの商品開発において、デザイナー主導のもと、伝統工芸織物を活用し、縫製工場とのマッチングを図り、9タイプの冠婚葬祭用のかりゆしウェアの高付加価値商品の開発を支援した。工芸産地においても、デザイナーの活用、縫製工場との連携が図られた。また、試作品のウェアについての県内百貨店において展示発表会を開催した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
ファッション・デザイン普及事業費	634	離島地域において、デザインを活用した商品開発の事例や講師を招いたセミナーを開催する。	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27年度の取組改善案	反映状況
<p>①これまでデザイナーと工芸事業者、縫製事業者と工芸事業者との連携が行われている「かりゆしウェア」について、3者を連携させた商品開発を行う。</p> <p>②個別の商品のデザインにとどまらず、着こなし、着用シーン、素材や製法などのストーリー性など、全体をトータルコーディネートする。</p>	<p>①伝統工芸品の織物を使用した冠婚葬祭用かりゆしウェアについて、量産型とオーダーメイド型の合わせて9タイプの試作品開発を行った。</p> <p>②50代男性の結婚式参加用などの具体的な着用シーンを設定しての、展示等を行った。</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
観光客一人当たりの土産品等購入費	16,526円 (23年度)	17,149円 (27年度)	19,000円	△148円	—
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年度)	32.5% (27年度)	35%	-0.7%	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	<p>成果指標を増加させるためには、デザイン性の向上等により商品の付加価値を高め、観光客などの消費者ニーズに対応した製品開発を進める必要がある。</p> <p>今後、デザインを活用した製品開発が促進されることで観光土産品の満足度や購入費の向上に繋がり現状値の改善に寄与するものと思われる。</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)

<p>○内部要因</p>
<p>○外部環境の変化</p> <p>・本島地域においては、別事業においてデザイン講師の活用、セミナー開催の実績があるが、離島におけるデザインに関する講習会開催の実績がない。</p>

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>・商品開発におけるデザインの普及については、デザイン活用の重要性とともに、その受け入れ先となる事業への導入が必要。</p>
--

4 取組の改善案(Action)

<p>・デザインの活用を行っている商品開発事業の案内やデザインセミナーを合わせて行うことで、効果的な普及に繋げる。</p>

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-才	産業間連携の強化		
施策	①観光リゾート産業と多様な産業との連携			
(施策の小項目)	○観光土産品の開発・販売促進支援			
主な取組	泡盛域外出荷拡大支援事業	実施計画 記載頁	195	
対応する 主な課題	○観光土産品については、観光客に選ばれる魅力的な観光土産品の開発販売の促進や観光土産品の域内調達率の向上が課題となっており、沖縄らしさを感じられる地域特産品の開発やブランド化、農商工連携等を含めた事業者間の連携を促進し、産業間相互の振興に努める必要がある。			

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
	3件 支援企業 数					→	県 支援機関 企業等
	2件 研究開発 実施件数					→	
域外展開の総合支援、ブランド力強化に向けた情報発信・研究開発							
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27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	110,375	108,192	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)
活動指標名			計画値	実績値
域外販路構築参画企業数			47件	47件
研究開発実施件数			2件	2件

様式1(主な取組)

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	<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、酒類製造業の調査分析では、泡盛製造業等振興策検討委員会を設置し、委員会から泡盛製造業振興策の提言の報告を受けた。</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(6回)、県外製造所の視察を行い泡盛製造の技術強化に繋げた。</p> <p>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28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	110,186	<p>①泡盛の仕次ぎと熟成、黒麹菌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、各酒造所が行うマーケティング調査について支援を行う。</p> <p>②泡盛製造従事者向けに講習会を行い、製造技術の向上をともに製造従事者のネットワークを構築し、技術課題の共有と解決を図る。</p> <p>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する。(補助率9/10)</p> <p>④多様化する消費者ニーズに対応するためのマーケティング調査に対して各酒造所へ経費補助を行い、マーケティング強化を図る。(補助率9/10)</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27年度の取組改善案	反映状況
<p>①泡盛の熟成等、業界の新たな商品開発等に寄与する調査研究が必要。</p> <p>②研究成果の製造現場への技術移転や、製造従事者間での技術課題の共有や解決を行える機会が必要。</p> <p>③プロモーションについて、平成24年度まで県が委託事業として行ってきたが、平成27年度からは、業界の取り組みとし、それを支援する必要がある。</p> <p>④出荷数量の増転を図るためには、若者等にイメージ向上プロモーションを行い、消費者の購買意欲を高めるとともに、販路を拡大する取り組みが必要である。</p>	<p>①工業技術センターにおいて、熟成による泡盛の香気成分分析を行い指標を作成している。</p> <p>②製造従事者向けに講習会やカリキュラムを実施し、技術課題の共有と技術向上を図っている。</p> <p>③酒造組合が行うプロモーション活動について補助を行い、業界の取組を支援している。</p> <p>④業界が実施する若者向けのプロモーション活動や商談会について経費の補助を行っている。</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年度)	32.5% (27年度)	35%	-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 (H25年)	20,157KL (26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>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。
--

(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"> 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、情報発信等の取組を強化を図る必要がある。 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組に対しても支援が必要。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。
--

「主な取組」検証票

施策展開	3-(2)-才	産業間連携の強化
施策	①観光リゾート産業と多様な産業との連携	
(施策の小項目)	○観光土産品の開発・販売促進支援	
主な取組	「旬」県産品消費拡大構築事業	実施計画 記載頁 195
対応する 主な課題	○観光土産品については、観光客に選ばれる魅力的な観光土産品の開発販売の促進や観光土産品の域内調達率の向上が課題となっており、沖縄らしさを感じられる地域特産品の開発やブランド化、農工商連携等を含めた事業者間の連携を促進し、産業間相互の振興に努める必要がある。	

1 取組の概要(Plan)

取組内容	より戦略的に観光需要を取り込んでいくため、観光に関わる様々な場面において、旬の県産食材・県産品の消費を促す等、効果的なプロモーションを実施し、観光客を核とした需要を掘り起こし、県内消費拡大及び県産品の販路拡大を促進する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		四半期1回 キャンペーン 実施				→	県
	旬の県産食材・県産品プロモーション					→	
飲食店・小売等と連携したキャンペーン							
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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
「旬」県産品消費拡大構築事業	69,577	67,737	飲食店と連携した県産食材メニュー提供キャンペーンを4回、物産PR・販売イベントを県内観光施設等で7回実施した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
飲食店・小売店等と連携したキャンペーン			四半期1回	4回
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	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食店55店舗と連携した県産食材メニュー提供キャンペーンを2回、沖縄そば店11店舗で県産食材メニューを提供するキャンペーンを1回、ホテルレストラン12店舗で県産食材を活用した鍋料理キャンペーンを1回行った。 ・1事業所当たりのキャンペーンメニュー販売数は、目標の90件に対し250件、観光客アンケートにおけるメニューの満足度も、満足約94%、やや満足4%と好評だった。 ・出張物産PR・販売イベント「島いろマルシェ」を県内観光施設等で8回実施し、地域や事業者へPR・販売ノウハウ、インバウンド対応の支援を行った。 			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
「旬」県産品消費拡大構築事業	38,186	特設サイト等による県産食材・県産品のPRを実施するほか、民間事業者の県産品の活用を促進するための補助金を創設する。 また、観光客が多い施設等において県産品の出張物産PR・販売イベント(島いろマルシェ)を実施するほか、そのイベントの効果を高めるため、事例報告会を開催する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度 of 取組改善案	反映状況
<p>①観光客へ県産食材・県産品の魅力を伝えるため、観光客へ訴求力の高い媒体を使った広報に取り組むとともに、キャンペーン参加店へのフォローを強化する。</p> <p>②飲食店と取引のある卸事業者等における県産食材・県産品の取扱量や商流・物流システムに関する実態を調査し、飲食店キャンペーンの効果拡大及び飲食店・卸・生産者間の流通円滑化のための方策を検討する。</p> <p>③事業主体となりうる民間(各種組合、商工会、商店街、観光施設等)から提案を募り、民間主導での県産食材・県産品にかかる商品やサービスの造成。定着を図る。</p>	<p>①観光客が見る確率の高い既存媒体(るるぶ沖縄、リッカドッカ等の情報誌、沖縄都市モノレール広告等)の活用や、web、SNSでの沖縄の食に関する情報発信を行うとともに、キャンペーン参加店の巡回フォローを行った。</p> <p>②飲食店チャネルを活用した県内流通実態調査を行い、飲食店・卸・生産者間の流通円滑化のための方策を検討した。</p> <p>③民間により県産食材・県産品にかかる商品やサービスが造成され、定着することを目的として、民間事業者の連携組織等から提案を募り、県事業と連携してプロモーションを行った。</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
観光客一人当たりの土産品等購入費	16,526円(23年度)	17,149円(27年度)	19,000円(28年度)	623円	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	観光客数が増加傾向にある中、平成27年度の観光客1人あたり土産品購入費は基準値と比べ623円増加した。更なる増加に向け、観光客の飲食や購買の機会に県産食材・県産品の魅力をPRすることで消費を促し、観光消費額の増加に繋げる。				

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)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光客へ旬の県産食材メニューをPRし提供する飲食店キャンペーンを実施しているが、多種多様な観光商品や民間のキャンペーン、広告等に埋もれがちで事業効果が計りづらい。 ・そもそも旬の県産食材(特に島野菜)の県内流通量が少なく高コストであるため、県内飲食店で積極的に活用しづらい状況がある。 ・平成28年度は事業最終年度であることから、民間主導の取組へと移行させることを考慮する必要がある。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内観光客の消費額が伸び悩んでいる一方、外国人観光客の消費額は国内客よりも高い。(外国人客(空路)の土産・買い物費31,773円/人:速報値)

(2) 改善余地の検証（取組の効果の更なる向上の視点）

- ・飲食店キャンペーンを含め、民間主導の取組にシフトさせるため、県事業として実施するスキームから民間へ補助するスキームに見直す。
- ・出張物産PR、販売イベントとして実施している「島いろマルシェ」については、成功事例・成功パターンも増えてきているため、販売ノウハウ等を中小企業者や地域等に共有する必要がある。
- ・国内客のみならず外国人観光客へも県産品をPRし、土産品として持ち帰れるもの、旅行後も購入できる県産品として認知度向上を図りたい。

4 取組の改善案(Action)

- ・平成27年度の「食に関する民間プロジェクト造成促進」については、民間へ補助するスキームに見直し、飲食店キャンペーンについても同補助金の中で民間主導の取組として支援する。
- ・「島いろマルシェ」については、県産品の海外認知度向上も念頭に、インバウンド客へのテスト販売の場としても活用を図る。