

「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)	○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	276	
対応する 主な課題	○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	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。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	2回 バイヤー招聘					→	県 支援機関 企業等
	2回 商談会						
	バイヤー招聘・商談会開催						
	県外販売戦略アドバイザー設置、マーケティング支援						
担当部課	商工労働部 国際物流商業課 ・ 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25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産品拡大展開総合支援事業	225,785	201,142	食品分野においては、バイヤー招聘、商談会、見本市出展をはじめ、県産品のプロモーションを促進する等、広く県外及び海外営業活動支援等を実施した。 工業製品の海外展開においては、支援企業8社に対し、海外見本市への出展支援や海外営業活動支援等を実施した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
バイヤー招聘(食品分野)			2回	9回
商談会(食品分野)			2回	2回
バイヤー招聘(工業製品)			2回	8回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	バイヤー招聘、商談会、見本市への出展、プロモーション等を通して、県産品の認知度や理解が深まり、支援企業の県外及び海外展開が促進された。 また、バイヤー招聘や見本市への出展により、新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものと考えている。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産品拡大展開総合支援事業	143,639	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、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。	一括交付金(ソフト)
県産工業製品海外販路開拓事業	99,382	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、県産工業製品の海外展開について、製品の特性や流通の特徴に応じた総合的な施策展開を実施する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

大手小売業者との包括的連携協定による沖縄フェアについて、H24年度の国内6エリアでの開催から、H25年度は国内6エリア、海外1エリアに拡大して開催することができ、沖縄県の歴史、文化、観光をはじめ、県産品の魅力を今まで以上に発信することができた。

(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
泡盛の出荷数量	22,297kl (23年)	21,658kl (25年)	35,000kl (28年)	△639kl	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄県物産公社総取扱額	6,212百万円 (23年度)	5,984百万円 (24年度)	5,910百万円 (H25年度)	→	—
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	2,630千円 (23年)	7,072千円 (24年)	8,917千円 (25年)	↗	—
ビール輸出額	113,855千円 (23年)	150,995千円 (24年)	201,333千円 (25年)	↗	—
状況説明	実体経済の回復遅れや若者のアルコール離れ等、酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を受けており、現状としては厳しい状況である。県外出荷数量については平成24年度3,337klと前年度(3,282kl)を上回ったが、県内消費が前年度0.1%減と伸び悩んでいる。 しかし、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を通して、泡盛に対する認知度、理解につながっているものと考えており、また、海外においては、事業を通して新たな取引、販売につながったこともあり、泡盛、ビール等の輸出額は前年より増加しており、引き続き、改善に向けて取組を推進する。				

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)

・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの沖縄フェア、物産展等の開催実績も踏まえると、県産品の認知度は向上しているものと思われるが、商品作りに当たっては、自社商品の強み、競合商品との違い等を十分に認識しておらず、または、県外展開等を図る上での明確なターゲット(消費者、チャネル)を設定していない企業も見受けられる。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・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)のニーズを調査し、商品開発、プロモーション等を戦略的に展開していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・マーケティング専門アドバイザー等を設置し、理論、戦略だけでなく、それを実践まで展開することができる支援を展開する。

「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)	○県内事業者の販売力強化			
主な取組	製造業振興物流対策事業	実施計画 記載頁	276	
対応する 主な課題	○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	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、当該モデルに基づく実証実験、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。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体 県 支援機関 企業等
	最適化モデル事業					→	
	低減対策 調査事業						
担当部課	商工労働部 国際物流商業課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
製造業振興 物流対策事業	15,700	13,470	県産品域外出荷拡大に向けた物流共同化の推進 (県外における保管・配送拠点となる共同物流センター設置等の検討)	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
物流最適化モデル構築			—	—
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	<ul style="list-style-type: none"> ・県産品域外出荷拡大に向けた輸送コスト低減、リードタイム短縮に対応する共同物流モデル構築に向けた検討を実施した。 ・具体的には、県産品の県外における保管・配送拠点となる共同物流センターの設置・運営を核とした物流共同化モデルの構築を進めた。 			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	事業対象を拡大し、製造業を含めた多業種をターゲットとする総合的・包括的な物流対策を新たに実施すべく所要の予算を確保する。	—

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

H24年度に実施した海上コンテナ共同輸送だけでは輸送コスト低減等の効率化の効果が域外出荷を促進するに十分ではないため、共同物流センターや共同配送等を含めた幅広い共同物流モデルの構築・展開を行った。

(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
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
那覇港の外貿取扱貨物量	120万トン (23年)	111万トン (24年)	110万トン (25年)	→	123,176万トン (22年)
状況説明	・H23年(基準値)より若干減少したものの、例年並みの貨物量で推移(H25年実績については速報値)。 ・関係機関等とも連携を図りつつ、本事業で構築した物流モデルの実施・展開を含めた貨物創出策を推進することで、取扱貨物量の増加を図る。				

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)

・輸送コスト低減を始めとする物流の改善・効率化を図るには貨物量の増加が必要であるが、対象を製造業に限定した取組では十分な物量の確保が困難である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・対象業種を製造業以外にも拡大し、流通業等の他業種にまたがる総合的な物流対策とすることが必要である。

4 取組の改善案(Action)

・製造業を含めた多業種をターゲットとする総合的・包括的な物流対策を新たに実施する。

「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)	○県内事業者の販売力強化			
主な取組	泡盛域外出荷拡大支援事業	実施計画 記載頁	277	
対応する 主な課題	○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着いたに伴い、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	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				→		
	域外展開企業の総合支援、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25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
泡盛域外出荷拡大支援事業	123,612	110,927	①積極的に域外展開する企業に対する商品開発、販売展開について支援。(企業は支援に係る事業費の1/3を負担) ②雑誌等での泡盛の特性や新しい飲み方の紹介等のプロモーション ③泡盛の付加価値向上に資する調査研究事業。 ④泡盛の普及啓発のため、展示会への出展費用について補助する。(補助率9/10)	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
支援企業数			3件 (25年)	3件 (25年)
研究開発実施件数			2件 (25年)	2件 (25年)
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	企業支援事業、調査研究事業とも計画に沿った活動を実施し、琉球泡盛の域外出荷拡大に向けた基盤を整備するとともに、プロモーションによる泡盛に対するイメージの改善、体験度の向上が図られた。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
泡盛域外出荷拡大支援事業	121,867	①酒類流通業者等に委託し、泡盛の域外出荷拡大の牽引役となる商品の開発、販路開拓を行う ②雑誌等での泡盛の特性や新しい飲み方の紹介等のプロモーション ③泡盛の付加価値向上に資する調査研究事業。 ④泡盛の普及啓発のため、展示会への出展費用について補助する。(補助率9/10)	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

H24年度の調査研究事業で得られた新規酵母を用いて、今年度は泡盛メーカー5社が商品化。また、H24年度に行った飲み方提案のイベントの期間を延長、沖縄食材を使った料理も併せて提供するなどし、プロモーションを行った。
また、県外での泡盛の認知度は約9割と高いが、実際に飲酒したことのある人の割合が約2割といわれているため、飲食店での泡盛カクテルの提供等、体験度の向上を図るための施策を行った。

(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
泡盛の出荷数量	22,297KL (23年)	21,658KL (25年)	35,000KL	△639KL	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
-	-	-	-	-	-
状況説明	県外出荷数量については平成24年度3,337klと前年度(3,282kl)を上回ったが、平成25年度3,146klで減少している。また、県内消費が前年度1.6%減と伸び悩んでいる。また、国内酒類全体の出荷量が落ち込んでいる状況である。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・消費者の嗜好の多様化による市場競争の激化、若者のアルコール離れ等により、全国における平成24年度の課税数量が前年度比の98.5%(国税庁発表)となっており、全国的に酒類市場の縮小傾向にある。
泡盛についても、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。
- ・酒類は嗜好品であるため、継続的なプロモーションにおいて、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。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・イベント等を通じて体験度の向上を図ってきたが、今後はその体験者の声を広く普及することでブランド力の向上を図るとともに、新たな販路を開拓する取り組みが必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・引き続き泡盛飲用の体験度を向上する施策に取り組むとともに、SNS等を活用した、体験者の声を広げる取り組みを行う。
- ・琉球泡盛の効果的な販路拡大を図るため、酒類流通事業者等とタイアップした施策を行う。

「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)	○県内事業者の販売力強化			
主な取組	コンテナスペースの借り上げ事業	実施計画 記載頁	277	
対応する 主な課題	○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	県が航空コンテナを借上げて県内生産者等にそのスペースを提供することで輸送コストを低減し、海外展開初期の小ロットの県産品も含めて、積極的に海外販路を拡大できるようにする。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	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					→	県
担当部課	商工労働部 国際物流商業課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄国際航空貨物ハブ活用推進事業	509,558	465,792	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)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。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
航空機コンテナ借上台数			—	355台 (25年)
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	コンテナ借上げによる輸出重量がH24より増加しており、順調に推移している。 H24年度 238,727kg → H25年度 269,451kg(12.9%増)			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄国際航空貨物ハブ活用推進事業	652,145	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)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。	一括交付金 (ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

産業振興公社と連携して県内生産者等の海外展開への補助を積極的に行った。生産者等が計画を立案したことで主体性が強化され、時期にあわせた物産展への出展など、機動的で旬な食材の展開等の可能な戦略的取り組みにつながった。
 また、海外バイヤーの招聘についても積極的に推進し、事業を活用した招聘人数は過去最多となった。バイヤー招聘は、県内事業者を現地に派遣するより成約率が高いことから、今後とも積極的に取り組んでいく。
 H23年度 73人 → H24年度 91人 → H25年度 93人
 上記とは別枠であるが、プレ大交易会が沖縄で開催され、商談会と連動して多くのバイヤーが招聘された。

(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
泡盛の出荷数量	22,297kl (23年度)	21,658kl (25年度)	35,000kl	△639kl	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	航空コンテナスペースの借り上げ事業では、23年度214トン、24年度238トン、25年度269トンと順調に増加して量的増加に寄与しており、特に魚介類、肉類など生鮮食品で多く活用されている。泡盛等の酒類は賞味期限が長いので一般的には船による輸出が中心であるが、若者のアルコール離れ等、酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を受けており、現状としては厳しい状況である。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・コンテナ借上を活用して海外販路を拡大し輸出量を増大させることにより、輸出者の価格競争力の強化を図る必要がある。
- ・海外販路拡大にあたっては、輸出先の輸入規制、嗜好等を踏まえた取り組みとなるよう留意する。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・コンテナ借上をより効果的、効率的に運営するため、県内事業者等の渡航支援や海外バイヤーの招聘、海外物産プロモーション支援など従来の取り組みとあわせ、東南アジア等今後伸びゆく市場における販路開拓にも取り組んでいく。
- ・これと並行して、海外からの需要に応える生産体制の構築、観光プロモーションともタイアップした取り組みについても、関係機関と連携して進めていく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・香港や台湾など一定程度沖縄県産品が浸透している国では、その国の嗜好にあわせて対象品目を絞る、あるいは物産展よりも商談会を開催するといった、よりビジネスに繋がりがやすい事業を実施する。一方東南アジア等これから伸びゆく市場においては、テスト的な販売から実施するなど、各国の熟度に応じた戦略を進める。
- ・あわせて、農水部局と連携した足腰の強い実施体制の構築や、観光部局との連携による効果的なプロモーションを行うなど、関係機関との連携を密にして事業を実施する。

「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)	○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、商談会の開催	実施計画 記載頁	277	
対応する 主な課題	○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	国内外における物産展や沖縄フェア等に対するプロモーション、商談会の開催等の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。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	物産展12回				→	→	県 支援機関 企業等
	沖縄フェア4回				→		
	商談会2回				→		
国内外での物産展、沖縄フェア、商談会等の開催							
担当部課	商工労働部 国際物流商業課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
物産振興対策事業	23,086	22,970	県外での物産展、沖縄フェアのほか、都内アンテナショップ等を活用したプロモーションの支援を行った。 (物産展6回、沖縄フェア2回)	県単等
県産品拡大展開総合支援事業	225,785	201,142	県外及び海外での物産展、沖縄フェア、商談会のほか、その他県産品のプロモーション等の支援を行った。 (物産展11回、沖縄フェア2回)	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
物産展			12回	17回
沖縄フェア			4回	10回
商談会			2回	2回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	物産展、沖縄フェアのプロモーションを通して、県産品の販売だけでなく、認知度や理解が深まるとともに、支援企業の県外及び海外展開が促進された。 また、商談会の開催により、新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものと考えます。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
物産振興対策事業	231,134	県外市場での物産展等を開催するほか、量販店での沖縄フェアや、民間企業が実施する沖縄物産展等とのタイアッププロモーション等を行うことにより、県産品の販路拡大を支援する。	県単等
県産品拡大展開総合支援事業	143,639	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、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

大手小売業者との包括的連携協定による沖縄フェアについて、H24年度の国内6エリアでの開催から、H25年度は国内6エリア、海外1エリアに拡大して開催することができ、沖縄県の歴史、文化、観光をはじめ、県産品の魅力を今まで以上に発信することができた。
また、民間主体の小規模な物産展等を活用した、沖縄の歴史、文化等の情報発信等のプロモーションを行うことにより、県産品の認知度向上、販路拡大を促進した。

(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
泡盛の出荷数量	22,297kl (23年)	21,658kl (25年)	35,000kl (28年)	△639kl	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄県物産公社総取扱額	6,212百万円 (23年度)	5,984百万円 (24年度)	5,910百万円 (H25年度)	→	—
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	2,630千円 (23年)	7,072千円 (24年)	8,917千円 (25年)	↗	—
ビール輸出額	113,855千円 (23年)	150,995千円 (24年)	201,333千円 (25年)	↗	—
状況説明	実体経済の回復遅れや若者のアルコール離れ等、酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を受けており、現状としては厳しい状況である。県外出荷数量については平成24年度3,337klと前年度(3,282kl)を上回ったが、県内消費が前年度0.1%減と伸び悩んでいる。 しかし、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を通して、泡盛に対する認知度、理解につながっているものと考えており、また、海外においては、事業を通して新たな取引、販売につながったこともあり、泡盛、ビール等の輸出額は前年より増加しており、引き続き、改善に向けて取組を推進する。				

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)

・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの沖縄フェア、物産展等の開催実績も踏まえると、県産品の認知度は向上していると思われるが、商品作りに当たっては、自社商品の強み、競合商品との違い等を十分に認識しておらず、または、県外展開等を図る上での明確なターゲット(消費者、チャネル)を設定していない企業も見受けられる。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・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)のニーズを調査し、商品開発、プロモーション等を戦略的に展開していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・効果的な販路拡大につなげるために、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、理論、戦略だけでなく、それを実践まで展開することができる支援を展開する。

「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)	○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	277	
対応する 主な課題	<p>○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。</p> <p>○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。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	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。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	優良県産品推奨制度の実施による県産品の消費拡大					→	県 支援機関 企業等
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25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
優良県産品 推奨事業	7,310	7,308	平成25年度は、飲食料品の部21点、生活用品の部13点、その他製品の部7点の計41点を優良県産品として認定した。また、県庁ロビーと沖縄の産業まつり、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。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
優良県産品推奨品数			-	41点 (25年)
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	H25年度は41点の製品を優良県産品として認定し、県庁ロビーおよび沖縄の産業まつりにて展示会を行い、県民に広く周知することができた。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
製造業振興対 策事業(優良県 産品推奨事業)	10,050	優良県産品推奨制度の実施及び推奨製品の展示会を行なう。	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

従来の県民ホール、工芸展示室、産業まつりに加え、各地域の産業まつり(八重山、宮古、やんばる)及びわしたショップ(国際通り本店、銀座店)での展示を行い、優良県産品の宣伝・普及を図った。

(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
泡盛の出荷数量	22,297KL (23年)	21,658KL (25年)	35,000KL	△639KL	-
かりゆしウェア製造枚数	35万枚 (23年)	38万6千枚 (24年)	40万枚	3万6千枚	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
優良県産品申請企業数	89社 (23年度)	84社 (24年度)	52社 (25年度)	↘	-
状況説明	平成25年度の申請企業は52社、推奨数は41点となっており、前年度より激減した。これは、申請の際に商標登録を義務付けたため、申請自体のハードルが上がったものと考えられる。 しかしながら、優良県産品として認定することにより、県産品の販路開拓やブランド力強化に寄与している。 さらに当取組を推進し、県内にとどまらず、県外、国外での県産品の知名度の上昇、ブランド力強化を図ることで成果目標の達成に資する。				

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)

- ・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。
- ・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も含め、効果的な宣伝・普及方法を検討し、実際の消費拡大につな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)

- ・H25年度は、認定後の商標に関するトラブルを防ぐため、申請時において該当製品の商標登録を要件として義務付けたが、結果として申請のハードルが上がり、申請数が激減したため、対策を講じる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・商標登録については申請時の要件とはせず、認定の際に他社の商標に抵触していないことを確認するよう指導することとする。

「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)	○物産展、商談会など県産品のPR支援			
主な取組	県産品拡大展開総合支援事業	実施計画 記載頁	277	
対応する 主な課題	○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	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。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	見本市2回					→	県 支援機関 企業等
	メディア招聘 1回						
見本市出展、メディア招聘等によるプロモーション促進							
担当部課	商工労働部 国際物流商業課 ・ 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25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産品拡大展開総合支援事業	225,785	201,142	食品分野においては、バイヤー招聘、商談会、見本市出展をはじめ、県産品のプロモーションを促進する等、広く県外及び海外営業活動支援等を実施した。 工業製品の海外展開においては、支援企業8社に対し、海外見本市への出展支援や海外営業活動支援等を実施した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
見本市(食品分野)			2回	12回
メディア招聘(食品分野)			1回	1回
見本市(工業製品)			2回	16回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	バイヤー招聘、商談会、見本市への出展、プロモーション等を通して、県産品の認知度や理解が深まり、支援企業の県外及び海外展開が促進された。 また、バイヤー招聘や見本市への出展により、新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものと考えます。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産品拡大展開総合支援事業	143,639	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、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。	一括交付金 (ソフト)
県産工業製品海外販路開拓事業	99,382	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、県産工業製品の海外展開について、製品の特性や流通の特徴に応じた総合的な施策展開を実施する。	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

大手小売業者との包括的連携協定による沖縄フェアについて、H24年度の国内6エリアでの開催から、H25年度は国内6エリア、海外1エリアに拡大して開催することができ、沖縄県の歴史、文化、観光をはじめ、県産品の魅力を今まで以上に発信することができた。

(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
泡盛の出荷数量	22,297kl (23年)	21,658kl (25年)	35,000kl (28年)	△639kl	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄県物産公社総取扱額	6,212百万円 (23年度)	5,984百万円 (24年度)	5,910百万円 (H25年度)	→	—
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	2,630千円 (23年)	7,072千円 (24年)	8,917千円 (25年)	↗	—
ビール輸出額	113,855千円 (23年)	150,995千円 (24年)	201,333千円 (25年)	↗	—
状況説明	実体経済の回復遅れや若者のアルコール離れ等、酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を受けており、現状としては厳しい状況である。県外出荷数量については平成24年度3,337klと前年度(3,282kl)を上回ったが、県内消費が前年度0.1%減と伸び悩んでいる。 しかし、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を通して、泡盛に対する認知度、理解につながっているものと考えており、また、海外においては、事業を通して新たな取引、販売につながったこともあり、泡盛、ビール等の輸出額は前年より増加しており、引き続き、改善に向けて取組を推進する。				

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)

・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの沖縄フェア、物産展等の開催実績も踏まえると、県産品の認知度は向上しているものと思われるが、商品作りに当たっては、自社商品の強み、競合商品との違い等を十分に認識しておらず、または、県外展開等を図る上での明確なターゲット(消費者、チャネル)を設定していない企業も見受けられる。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・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)のニーズを調査し、商品開発、プロモーション等を戦略的に展開していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・マーケティング専門アドバイザー等を設置し、理論、戦略だけでなく、それを実践まで展開することができる支援を展開する。

「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)	○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	277	
対応する 主な課題	○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	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。 (沖縄本島・宮古・八重山各地域)						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	500社 沖縄の産業まつり 出展企業数				→	→	企業団体
	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)						
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25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
産業まつり 推進事業費	10,402	10,310	平成25年度実績 第37回 沖縄の産業まつり (開催期間:平成25年10月26日(土)～27日(日)) ※25日(金)は台風のため中止) 出展団体数:485 入場者数:163,000人 第36回 宮古の産業まつり 出展団体数:58 入場者数:15,000人 第36回 八重山の産業まつり 出展団体数:149 入場者数:18,000人	県単等
活動指標名			計画値	実績値
沖縄の産業まつり出展企業数			500社	485社
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成25年度に開催された第37回沖縄の産業まつりは、台風の影響により設営が遅れ、開催日数が1日短縮されて、2日間となったため、入場者数が3割減の163,000人となった。 実施した2日間については問題なく、県内産業を網羅した総合産業展として開催し、幅広く県民にピーアールすることができた。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
産業まつり推進事業費	10,418	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。	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

沖縄の産業まつりにおいて、より効果的・効率的な運営を図るため、開催日数について1月28日に「沖縄の産業まつり」開催日数に関する検討委員会を設置し同検討委員会で開催期間の短縮について協議されたが、現行どおり3日間開催とすることで決定した。
 理由は、産業まつりは展示即売のみを目的とするのではなく、本県産業状況及び技術の紹介を行なう総合展示であるという趣旨をふまえれば、平日である金曜日を開催日に含め、ビジネスマンの商談や他地域からの視察を呼び込むことも産業まつりの重要な役割であることから。

(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
泡盛の出荷数量	22,297KL (23年)	21,658KL (25年)	35,000KL	△639KL	-
かりゆしウェア製造枚数	35万枚 (23年)	38万6千枚 (24年)	40万枚	3万6千枚	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄の産業まつり入場者数	249,000人 (23年)	231,900人 (24年)	163,000人 (25年)	↘	-
状況説明	平成25年度は台風27号の影響でテントの設営や搬入などが遅れ、開催日が1日短縮されて2日間の開催となったため、入場者数が減少した。一方、開催した2日間については滞りなく実施された。 全産業を網羅した総合産業展として、県産品の展示即売会や商工会特産品フェア、産学官技術連携展など、多彩な内容で開催されており、県内産業に対する県民の意識を深める場となっている。 成果指標の泡盛やかりゆしウェアについては県産品として屋内展示場で展示を行なったほか、即売も行なわれており、普及啓発の場となっている。泡盛については厳しい状況が続いているものの、かりゆしウェアは製造枚数が増加しているところである。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・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施策ツールとしての役割を強める。
 ・「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、民間の企画・運営により、商談会場としての活用など、多彩な内容で実施されているところである。今後も、魅力ある産業展となるよう連携して実施する。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・県民への認知度が高いことから、開催期間中だけでなく開催期間前から早めに報道機関等を通じて県産品普及につながる県の施策をピーアールし、来場者の県産品に対する意識啓発に努める。

4 取組の改善案(Action)

・例年開催期間中に行なっている優良県産品の表彰を産業まつり期間の前に実施し、取材依頼などを行なう。産業まつり前に報道機関を通じてPRし、県民に知ってもらうことで、産業まつり当日の見学を促し、生産者のよりよい製品開発への意欲高揚につなげる。

「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	②地域ブランドの形成促進			
(施策の小項目)	○地域ブランド構築に対する支援			
主な取組	地域イメージ向上・確立支援事業	実施計画 記載頁	277	
対応する 主な課題	<p>○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。</p> <p>○地域団体商標制度を活用できる人材が乏しいため、制度の普及・啓発に取り組む必要がある。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	地域のイメージ向上や地域産品等のブランド化を促進するため、地域ブランド化に取り組む地域共同体へ基礎講座やワークショップ、ハンズオン支援を実施。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	3件 地域ブランド推進 団体支援件数	→				→	県
	地域ブランドの確立に取り組む地域・団体・企業等への支援						
担当部課	商工労働部 産業政策課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
地域イメージ向上・確立支援事業	9,178	8,803	基礎講座を各団体3回開催、ハンズオン会議各団体2～4回開催した。 各団体のブランドコンセプト作り等への支援を実施した。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
地域ブランド推進団体支援件数			3件 (25年)	3件 (25年)
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	各支援団体におけるブランドコンセプト作り、今後の活動の方向性等、ブランドの基礎構築に係る支援ができた(支援件数3件)。何を売り出していか、ブランドのイメージ(ロゴの開発)、ブランドを統制する規定の策定、情報を発信するホームページ、パンフレットの作成が実施できた。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
地域イメージ向上・確立支援事業	-	地域団体商標登録等において支援が必要な団体に対しては、専門機関の窓口等の情報提供を行っていく。	-

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

地域ブランドを推進していくための組織基盤強化から開始し、関係者による定期的な会議やコミュニケーションを図るように支援した。また、ブランドコンセプトは地域ブランドの核となるため、繰り返し見直しを図り、目指す姿の立ち返りの原点となるようハンズオン支援を通して理解を図った。

(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
地域団体商標(地域ブランド商標)の出願・登録件数(累計)	出願 38件 登録 15件 (23年)	出願 41件 登録 15件 (25年)	出願 45件 登録 17件	出願 3件 登録 0件	出願 1055件 登録 566件 (26年3月)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
-	-	-	-	-	-
状況説明	地域団体商標登録は一定の知名度が登録要件となることから、当面は一般商標の登録を目指す団体が多く、改善まで時間を要するため、当施策より、地域ブランドに向けた取組みを実施し、知名度向上に向けて持続的な展開を行っていく。 知名度向上に向けての継続的な露出や登録事務への取組みにより、出願数、登録数ともに達成できる見込みである。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

○地域ブランド構築に対する支援(内部要因)
・地域団体商標についての知識や技術が乏しく、また地域団体商標登録に至るまでの資金の調達が厳しい。

○地域ブランド構築に対する支援(外部環境)
・地域ブランドは、個々の団体等が独自で行っても効果が薄く、また一定の知名度が必要となることから、短期で地域団体商標登録までに持ち込む事は困難である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・前年度からの改善案をもとに、各支援団体におけるブランドコンセプト作り、今後の活動の方向性等、ブランドの基礎構築に係る支援を行い、何を売り出していくか、ブランドのイメージ(ロゴの開発)、ブランドを統制する規定の策定、情報を発信するホームページ、パンフレットの作成等のよりある程度の具体的な取組みの効果が出た。
・次のステップとして、地域ブランドとして生み出したものを地域団体商標登録に向けての技術的な支援等へと繋げる体制作りを行う必要がある。

4 取組の改善案(Action)

○地域ブランド構築に対する支援
・地域団体商標についての情報や支援を必要とする団体に対し、相談窓口等へと繋げる。
・地域の繋がりができるよう関係機関を把握し、基礎的なブランド体制やブランドコンセプト等が確立した団体に対し、専門家による地域団体商標登録のための技術的な支援等へと繋げる。

「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	②地域ブランドの形成促進			
(施策の小項目)	○県産品のブランド化支援			
主な取組	県産品ブランド戦略事業	実施計画 記載頁	277	
対応する 主な課題	○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	①「県産品ブランド戦略委員会」を立ち上げ、今後に期待できる県内事業者団体・事業者を支援対象者として選定 ②「ブランド戦略アドバイザー」を設置し、支援対象者の戦略に関する相談にアドバイスを行う ③県外市場、海外市場においてテストマーケティングやブランド戦略に合わせた情報発信等を行う						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		地域資源を活用した商品のブランド確立による県産品の販路拡大				→	県 支援機関 企業等
担当部課	商工労働部 国際物流商業課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	他事業との棲み分けの観点等から事業化について再検討を行った。	—
活動指標名			計画値	実績値
—			—	—
推進状況	平成25年度取組の効果			
未着手	他事業との棲み分けの観点等から事業化について再検討を行った。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	本事業目的は他事業において実施している。	—

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

事業化検討段階のため、特になし。

(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
地域団体商標(地域ブランド商標)の出願・登録件数(累計)	出願38件 登録15件 (23年)	出願41件 登録15件 (25年)	出願45件 登録17件	出願3件 登録0件	出願1,017件 登録516件 (24年7月時点)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	事業化検討段階のため、成果指標への反映は無し。				

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)

<ul style="list-style-type: none">・県産品については、原材料及び生産物の輸送コストや生産規模の零細さから、県外・海外市場において割高となっており、安定供給と輸送コスト削減、及びブランド化による差別化と高付加価値化を図る必要がある。・県は、地域団体商標(地域ブランド商標)を取得するための団体への基礎講座やワークショップ、ハンズオン支援を実施してきたところである。また、国内、海外においてメディアを活用したPRを実施しているところである。
--

(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">・県外・海外市場でのプロモーションにより県産品の認知度を高め、消費拡大及び販路拡大を図っていく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none">・県産品の消費拡大及び販路拡大に向けて、各種事業において県産品の情報発信を強化するとともに、ブランド戦略事業については、他事業での取組みと成果を見据えた上で、検討を継続する。
