

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
県産品の県外販路拡大を図るため、①沖縄フェアの開催、②県内企業を対象としたマーケティングノウハウの向上と商品開発支援、③バイヤー招聘や見本市・商談会出展補助等を実施する。		バイヤー招聘30回 見本市・商談会90回				
		バイヤー招聘、見本市・商談会参加支援				
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							R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画
主な財源	実施方法	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
一括交付金(ソフト)	委託	236,017	183,239	127,463	119,220	58,373	79,637	一括交付金(ソフト)	OR2年度：バイヤー招聘支援1件、見本市・商談会出展支援32件 OR3年度：バイヤー招聘支援30件、見本市・商談会出展支援90件

様式1(主な取組)

活動指標名	バイヤー招聘支援				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	37	33	32	23	1	30	3.3%	58,373	大幅遅れ	活動概要 バイヤー招聘支援を1件実施し、コロナ禍の中においても県内企業との商談・マッチングを支援した。 また、見本市・商談会出展支援を32件実施し、県内企業の商談・マッチングの機会を創出した。
活動指標名	見本市・商談会出展支援				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	95	98	111	95	32	90	35.6%			進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果 新型コロナウイルス感染症の影響により、バイヤー招聘、見本市・商談会出展とも、補助活用状況は計画値以下の実績となった。
活動指標名	—				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	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2年度の取組改善案						反映状況				
・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。						・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にハンズオン支援を実施し、ノウハウ取得の促進を図った。				



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

・ 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が脆弱な零細企業が多い。

○外部環境の変化

・ 新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、消費者を過度に密集させるプロモーションやイベント開催の手法について懸念されたことから、規模の縮小や中止を検討せざるを得ない状況下であった。

・ 新型コロナウイルス感染防止から、県をまたぐ移動の自粛要請や緊急事態宣言の発出により経済活動が鈍化、見本市や展示商談会などの中止や延期が相次いだ。

(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。
- ・ 感染症の拡大防止から消費者を過度に密集させるプロモーションやイベント開催が制限された場合でも、効果的に県産品の認知度向上を図る必要がある。

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。
- ・ 人との接触を伴わないオンライン見本市、商談会参加への支援、新聞広告やWEBサイトを使った広告への支援を行い、感染症の拡大防止から消費者を過度に密集させるプロモーションやイベント開催が制限された場合でも、県産品の認知度向上を図る。

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。						
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】				
		最適化モデルの構築と他産業への波及				

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						R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画	
主な財源	実施方法	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算見込額	当初予算額	主な財源	OR2年度： 県内事業者の輸出入ビジネス拡大に向け、在沖外国人事業者とのビジネス連携に関する調査事業を実施した。	
県単等	委託	19,126	17,866	24,291	22,783	9,582	21,867	県単等	OR3年度： 空港及び港湾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						R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画	
主な財源	実施方法	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算見込額	当初予算額	主な財源	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した。	
一括交付金(ソフト)	委託	52,051	37,987	26,971	41,985	26,860	24,909	一括交付金(ソフト)	OR3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。	

様式1(主な取組)

予算事業名							R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画	
主な財源	実施方法	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	当初予算額	主な財源		
		決算額	決算額	決算額	決算額	決算見込額				
一括交付金(ソフト)	委託	201,934	312,117	170,286	205,338	38,266	23,428	一括交付金(ソフト)	OR2年度：建設機械等の輸出ビジネス確立のための実証事業及び越境EC等活用による輸出促進の取組について支援した。 OR3年度：本県の建設機械等を有効資源として輸出ビジネスを確立することで、沖縄からの輸出貨物量の増加、片荷問題の改善及び海上物流費の低減を図る。	
活動指標名	最適化モデルの構築と他産業への波及				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	実施	実施	実施	実施	実施	実施	100.0%	74,708	順調	県内事業者の輸出入ビジネス拡大に向け、在沖外国人事業者とのビジネス連携に関する調査事業を実施した。 物流改善実証実施、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。 建設機械等輸出実証事業及び越境EC等活用による輸出促進の取組について支援した。 進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果 在沖外国人事業者と県内事業者とのビジネス連携に関する調査事業を実施しマッチング手法の検討や事業者リストを作成した。 物流アドバイザーによる67件の物流改善指導を実施した。 建設機械、工業製品等輸出実証事業を実施し40ftコンテナ2本を輸出した。また、越境EC等の活用内容について他事業者の参考となるべく報告書にとりまとめた。
活動指標名	—				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	—	—	—				
活動指標名	—				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	—	—	—				

様式1(主な取組)

(2)これまでの改善案の反映状況	
令和2年度の取組改善案	反映状況
<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・意欲的な県内物流企業等による物流高度化モデル構築へ向けた実証事業を専門コンサルによるハンズオン支援の下行い、海上物流による冷凍混載実証に取り組んだところ、目標輸出量20tを上回る27.8tの輸出を行った。 ・物流専門コンサルによる単独若しくは支援機関等と連携した出張相談会を述べ8回開催した。また、物流改善事例の周知や潜在的な課題の掘り起しを行うために、リーフレットを作成し、相談企業や支援機関等に配布することで、県内企業の物流の課題改善に資する取組を行った。 ・物流コスト低減を図るため、建設機械の輸出実証を行ったところ、フィリピン向けに40ftコンテナ2本を輸出した。 ・越境ECやSNS等を活用した県産品等の販売促進に関する実証事業及び民間プロジェクト造成促進支援事業として、民間事業者3件に補助した。



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"> ・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。 	<p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス流行の経済面への影響により、海上コンテナ運賃の高騰、空コンテナの確保が難しくなっている。
(2)改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)	
<ul style="list-style-type: none"> ・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を継続的に実施するとともに、海上運賃の状況等について、情報収集していく必要がある。 	



4 取組の改善案 (Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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を継続的に実施するとともに、海上運賃の状況等について、情報収集していく。

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	琉球泡盛の販路拡大に係る戦略的支援			
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
泡盛を継承発展させるため、泡盛の科学的解析を進める調査研究事業や業界が実施するプロモーション等への支援及び個別酒造所に対するマーケティング活動支援や経営改革促進支援など、戦略的な支援を実施する。		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、ブランド力強化に向けた情報発信・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						R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画
主な財源	実施方法	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2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	103,481	105,791	76,689	79,917	62,469	51,590	一括交付金(ソフト)	OR2年度：①調査研究、②沖縄県酒造組合が実施するブランディング及び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 OR3年度：①調査研究、②沖縄県酒造組合が実施するブランディング及び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

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）				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	4件	5件	5件	5件	5件	4件	100.0%	62,469	概ね順調	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）				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	実施	実施	実施	実施	100.0%			
活動指標名	支援企業数（酒造所の経営改革プラン策定）				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	10件	5件	3件	1件	2件	50.0%			
(2) これまでの改善案の反映状況										
令和2年度 of 取組改善案								反映状況		
<ul style="list-style-type: none"> 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。 								<ul style="list-style-type: none"> 泡盛のブランディングのため、泡盛の市場調査と課題整理を行った。 個別酒造所に対するハンズオン支援の業務委託を一つにまとめるとともに、担当者同士の情報共有を進め、個別酒造所に対する支援の相乗効果を図った。 		



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

- ・ 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、飲み方提案の周知を通して、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。
- ・ 新型コロナウイルスの影響により、特に飲食業、土産品向けの出荷量が減少した。

(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・ 泡盛の市場調査、課題整理の結果を踏まえ、業界が主体となって泡盛の本質的価値を明確化し、泡盛のブランディングに取り組むとともに、あわせて市場毎、ターゲット毎のマーケティング戦略を策定する必要がある。

4 取組の改善案 (Action)

- ・ 酒造組合内にプロジェクトメンバーを立ち上げ、外部専門家を活用しながら泡盛のブランディングとマーケティング戦略の策定に取り組む。

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。		290台	301台	310台	320台	330台
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						R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画
	主な財源	実施方法	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算見込額	当初予算額	
一括交付金(ソフト)	委託	415,046	395,327	297,574	288,235	333,503	278,019	一括交付金(ソフト)	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、県産品プロモーション、越境EC支援を行った。 OR3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、県産品プロモーション、越境EC支援を行う。

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)				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要	
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B				
	803	1,185	1,691	2,129	2,728	320	100.0%	333,503	順調	<p>那覇空港から香港、上海、バンコク、シンガポール、ソウル、台北、クアラルンプールへの貨物スペースを県が借り上げて県内事業者等へ提供することで、県産品460tの輸出を支援した。</p>	
活動指標名	-				R2年度						
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	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	
	-	-	-	-	-	-	-				<p>コロナウィルスの影響により、見本市等の開催は中止となったが、可能なかぎりの県産品PRを実施し、また、新たな取組としてEコマース等を行った。様々な取組により、アジア地域での認知度や販路維持・拡大を図ることができた。</p> <p>コンテナスペース確保事業において、コンテナ台数ベースでは過去最高の実績となったが、コロナウィルスの影響により、貨物機利用から旅客機利用となったため、県産品の輸送量は減少している。</p>
活動指標名	-				R2年度						
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	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2年度の取組改善案						反映状況					
<ul style="list-style-type: none"> 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。 						<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍の影響のなか、できる限りの物産フェアを実施し、沖縄素材関連動画をSNS等オンライン上で紹介する等、県産品の認知度や定番化維持を図った。 現地卸・製造業者へもずく等の県産素材を紹介し、現地ニーズに沿った商品の開発を行うことができた。 コンテナスペース確保事業においては、新型コロナウイルスの影響により、国際貨物便が運休したため、旅客機を活用し、東京経由での輸送に取り組んだ。 					



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

- ・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影響により、国際貨物便が運休となった。

(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

・県産品の輸出を継続的に行うため、既存の認知度向上や商品の定番化の取組やを外部環境の変化に対応する販路維持・開拓方法の取組を行う必要がある。また、県産品の新たな活用としての原材料輸出拡大を図る必要がある。

・国際貨物便が運休したため、代替となる輸送ルートを確保する必要がある。

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、できる限りの沖縄フェアや商談会を実施するとともに、SNSやEコマース等オンラインを活用した販路開拓の取組等、外部環境の変化にも対応できる海外展開方法の実施検討を行う。

・原材料としての県産品輸出について、現地企業（飲食業や製造業など）への商品化提案を継続して取り組む。

・貨物便に加え、旅客便のネットワークも活用した物流ネットワークの構築に取り組む。

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	縫製業の経営高度化及び商品開発への支援			
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いたに伴い、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。			かりゆしウェアPRのイベントの開催来場者数 6,400名			
		県内縫製事業者等に対して、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う。また、かりゆしウェアの着用普及促進のためのイベントを実施する。				商品開発に対する支援
実施主体	県					
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							R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画
主な財源	実施方法	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
一括交付金(ソフト)	委託	—	—	17,559	18,319	8,500	13,304	一括交付金(ソフト)	OR2年度： 新商品の具現化及び持続化を目指す研修を実施した。 OR3年度： 新素材を生かしたかりゆしウェアの商品開発に対する支援を行う。

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				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	6676	5200	0	6400	0.0%	8,500	未着手	<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った。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イベントを県外にて実施する予定だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により開催できなかった。</p> <p>進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果</p> <p>東京において、5月末にかりゆしウェアPRイベントを予定していたが、新型コロナウイルス感染症のため、緊急事態宣言が発令されイベント実施が困難となった。宣言解除後のイベントを検討したが、夏服であるかりゆしウェアはPR時期の旬を逸したため、PR効果が低くなることから事業実施を見送った。</p>
活動指標名	—				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	—	—	—				
活動指標名	—				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	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2年度 of 取組改善案						反映状況				
<p>・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。</p>						<p>・新商品の具現化研修を踏まえ、競争力が高い商品アイデアを企画した。</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

・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。

○外部環境の変化

・かりゆしウェアの県内市場が飽和状況になりつつある。

(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

・市場ニーズの洗い出しから、縫製事業者が各自の経営資源や体制を基に、どのニーズに対応していくか、これまでの研修を踏まえた経営戦略を構築する。

4 取組の改善案 (Action)

・縫製事業者が自らの強みと弱みの分析を基に、EC等の活用などの販売経路の工夫や高付加価値商品の企画など、アウトプット型研修から実践の取組(商品開発ノウハウの取得)へ移行する。

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 【098-894-2030】					
		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							R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画	
主な財源	実施方法	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算見込額	当初予算額	主な財源		
県産品拡大展開総合支援事業										
一括交付金(ソフト)	委託	236,017	183,239	127,643	119,220	58,373	79,637	一括交付金(ソフト)	OR2年度： 沖縄フェア開催43回、見本市・商談会出展支援32件を実施した。 OR3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。	
物産振興対策事業										
県単等	委託	20,774	20,912	17,830	16,897	26,853	28,823	県単等	OR2年度： 物産展を6回開催した。 OR3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				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	12	10	10	10	6	8	75.0%	85,226	やや遅れ	<p>県外にて、物産展を6回、沖縄フェアを43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32件実施した。</p> <p>進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果</p> <p>沖縄フェアの開催は計画通りの実績となったが、物産展の開催、見本市・商談会出展支援に至っては、計画値を下回る実績となり、大幅遅れが生じている。</p>
活動指標名	沖縄フェアの開催				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	20	32	32	45	43	16	100.0%			
活動指標名	見本市・商談会出展支援				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	95	98	111	95	32	90	35.5%			
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和2年度の取組改善案						反映状況				
<p>・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。</p>						<p>・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。</p> <p>・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。</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

・ 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

・ 新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、消費者を過度に密集させるプロモーションやイベント開催の手法について懸念されたことから、規模の縮小や中止を検討せざるを得ない状況下であった。

・ 新型コロナウイルス感染防止から、県をまたぐ移動の自粛要請や緊急事態宣言の発出により経済活動が鈍化、見本市や展示商談会などの中止や延期が相次いだ。

(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。

・ 感染症の拡大防止から消費者を過度に密集させるプロモーションやイベント開催が制限された場合でも、効果的に県産品の認知度向上を図る必要がある。

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。

・ 人との接触を伴わないオンライン見本市、商談会参加への支援、新聞広告やWEBサイトを使った広告への支援を行い、感染症の拡大防止から消費者を過度に密集させるプロモーションやイベント開催が制限された場合でも、県産品の認知度向上を図る。

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				
		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及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)		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画	
予算事業名 物産振興対策事業費							R3年度			
主な財源	実施方法	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算見込額	当初予算額	主な財源		
県単等	委託	7,463	7,463	7,700	7,700	13,362	10,910	県単等	OR2年度： 3部門合計81点を優良県産品として認定した。また、わしたショップ等にて推奨製品の展示、販売促進を行った。 OR3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				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要		
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B					
	67	95	63	52	81	—	100.0%	13,362	順調	飲食料品の部46点、生活用品の部28点、その他製品の部10点の合計81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	—				R2年度							進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
実績値	—	—	—	—	—	—					令和2年度は、計81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	—				R2年度							※当初より計画値を設定しておらず、定量的な達成状況は測定が困難である。
実績値	—	—	—	—	—	—						
(2)これまでの改善案の反映状況												
令和2年度 of 取組改善案						反映状況						
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 						<ul style="list-style-type: none"> ・ 令和2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)

- ・ウェブやSNS等による広報及び関係機関等との連携による周知を徹底し、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				
		沖縄の産業まつり出展企業数				→
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 産業まつり推進事業費							R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画	
主な財源	実施方法	H28年度決算額	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算見込額	当初予算額	主な財源	OR2年度： オンラインで開催された産業まつりへの負担金を支出した。	
県単等	負担	9,687	10,191	10,319	10,364	9,175	9,802	県単等	OR3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				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	552	—	505	490	462	505	91.5%	9,175	順調	オンライン開催となった沖縄の産業まつりについて、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				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	69	80	69	60	—	—				
活動指標名	八重山の産業まつり出展企業数				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	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2年度の取組改善案								反映状況		
<ul style="list-style-type: none"> ・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。 								<ul style="list-style-type: none"> ・オンライン開催および密を避けた販売会場を設け、コロナ禍においても出展企業の販売促進に繋がった。 ・特設ポータルサイトでは、オンライン番組や会場ごとに出展企業を紹介し、企業PRに繋がった。 		



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

・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

・コロナ禍の状況も想定し、リアル開催が可能となった場合でも、オンライン上の特設ポータルサイトと一層連動した取り組みを検討する必要がある。

(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・R2に提案したオンラインをブラッシュアップし、リアル開催と併せて実施出来るようにし、県産品の販路拡大を促進する必要がある。
- ・リアル開催となる場合、感染症対策の一元化を図り、来場者管理の効率化に向けた調整を図る。
- ・リアル・ポータルサイトの会場において出展企業が分かりやすい工夫を検討する必要がある。

4 取組の改善案 (Action)

・販売手法やPR方法が実行委員会事務局である(公社)沖縄県工業連合会と連携し、特設ポータルサイトの改善、ウィズコロナ、アフターコロナの中での販路拡大の取組に向けた調整を行う。

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
ものづくり産業を移成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、県産工業製品の海外展開を支援する。						
		県内ものづくり企業の海外展開に要する経費の助成、ハンズオン支援				
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】					

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					R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画
主な財源	実施方法	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	OR2年度： 県内製造業4者に対し、海外展開に要する経費の支援を行うとともに、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 OR3年度： 県内製造業5者に対し、海外展開に要する経費の支援を行うとともに、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
							一括交付金(ソフト)	その他	

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数				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要		
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B					
	12	13	10	12	4	6	67.0%	23,030	やや遅れ	令和2年度は4件、県内ものづくり企業の海外営業活動、市場調査等に要する経費を支援するとともに、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。		
活動指標名	—				R2年度					実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B
実績値	—	—	—	—	—	—	—					
	—	—	—	—	—	—	—			ものづくり企業の海外展開支援は計画値6件に対して4件だった。年度中には7件の支援を決定したが、新型コロナウイルス感染症の影響等により3件が中止となった。		
活動指標名	—				R2年度					実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B
実績値	—	—	—	—	—	—	—					
(2)これまでの改善案の反映状況												
令和2年度 of 取組改善案						反映状況						
<ul style="list-style-type: none"> ・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。 						<ul style="list-style-type: none"> ・県内企業と海外企業等の継続的な取組に繋がるよう、また、コロナ流行前のような移動ができない状況で海外展開に向けた取組を推進できるよう、専門コーディネーターによるハンズオン支援を行った。 ・県内にいながら海外展開に向けた取組を推進することができるよう、産業財産権の取得に向けた外国出願を促進するための費用を補助対象とするため、補助金交付要綱を改正した。 						



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

- ・ 産業財産権の取得に向けた外国出願を促進するための費用を補助対象経費とした。
- ・ 本事業活用4～5年目は実行可能性調査に係る経費が補助対象ではないため、当該企業は新型コロナウイルス感染症の影響による海外ニーズの変化や仕向先転換等に対応しにくい。

○外部環境の変化

- ・ 海外の景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きが見られる。先行きについては、持ち直しの動きが続くことが期待されるが、感染の再拡大が経済活動に与える影響によっては景気が下振れするリスクがある。

(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・ 移動が制限された状況においても県内ものづくり企業が海外展開に向けた取組を推進できるよう支援内容を検討する必要がある。

4 取組の改善案 (Action)

- ・ 県内ものづくり企業が海外展開に向けた取組を推進するための支援内容を検討し、必要な手続きを行う。

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	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				
		H29	H30	R元	R2	R3
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。						
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		
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							R3年度		令和2年度活動内容と令和3年度活動計画
主な財源	実施方法	H28年度 決算額	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
健康食品ブランド化推進強化事業									
一括交付金(ソフト)	補助	—	—	—	51,958	37,500	38,342	一括交付金(ソフト)	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・支援を行った。 OR3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。

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				R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	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実施	業界団体によるブランド認証制度の運用実施	100.0%	37,500	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				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	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
	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	—	—	—	—			業界団体が実施するブランド認証制度で新たに4商品認証されたほか、延べ135件の事業者相談に支援機関と連携して対応した。 また、業界団体の認証制度等の取組に対し、支援機関による専門家派遣及び専門的知見からの助言等の支援を行った。
活動指標名	—				R2年度					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	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2年度の取組改善案						反映状況				
<ul style="list-style-type: none"> 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。 						<ul style="list-style-type: none"> 認知度向上に向けた取組として、オンライン商談会での認証制度及び認証商品の紹介や、専門家派遣による商談に関するセミナーの実施、沖縄健康バイオテクノロジー研究開発センターでのWQJ認証商品の常設展示を行った。 				



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

- ・ブランドの認知度向上には時間がかかるため、継続した取組が必要である。

○外部環境の変化

- ・新型コロナウイルスの影響による認証商品の売上の減少や商談機会の喪失が懸念される。

(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向けた取組に対し引き続き支援を行う。

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業界団体のプロモーション等の取組に対し、引き続き補助金及び専門家派遣等により支援を行う。