

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				
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】					
		バイヤー招聘、見本市・商談会参加支援				
		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	主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	R4年度		令和3年度活動内容と令和4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	183,239	127,463	119,220	57,173	60,613	74,857	一括交付金(ソフト)	OR3年度：バイヤー招聘支援3件、見本市・商談会出展支援71件 OR4年度：バイヤー招聘、見本市及び商談会出展支援15件



## 様式1(主な取組)

(2)これまでの改善案の反映状況	
令和3年度の取組改善案	反映状況
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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、ノウハウ修得の促進を図った。</li> <li>・令和2年度に引き続き、人との接触を伴わないオンライン見本市及び商談会出展への支援を実施し、コロナ禍においても県産品の認知度向上を促進する取組を行った。</li> </ul>



### 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"> <li>・ これまでは、商品開発に関する補助支援は専門アドバイザーによる支援も併せて実施してきたが、バイヤー招聘、見本市及び商談会参加の補助支援に関しては、専門アドバイザーによる伴走型支援が不十分であった。そのため、県内企業において魅力的な支援として認識されていない。</li> <li>・ 県が県産品の振興策を効果的に実施するだけの情報（県産品の市場におけるニーズ、効果が見込まれる見本市及び商談会等）が不足ないし整備されていない。</li> </ul>	<p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 令和3年度で終了する沖縄振興計画に係る施策に対する国及び県の点検から、過去10年間の支援によって県産品の認知度は一定程度向上した。しかし、輸送費コストによる価格面での不利性を解消するまでに商品の高付加価値化には不十分である。</li> <li>・ 商品の高付加価値化を推進するには、県外市場のニーズを把握し、ニーズに合った販路拡大及び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中小企業事業者が多い。</li> </ul>
(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"> <li>・ 補助支援のみならず、マーケティングに関するきめ細やかな支援が必要である。</li> <li>・ 県外消費者の県産品に対するニーズやトレンドに関する情報を集約し、分析する必要がある。</li> </ul>	

## 様式1(主な取組)



### 4 取組の改善案 (Action)

- ・商品開発のみならず、バイヤー招聘、見本市及び商談会参加に係る補助支援においても、専門アドバイザーによる伴走型支援またはマーケティング及びそれに基づく販路拡大等に関するセミナーを開催するなどして、よりきめ細やかな支援を実施する。
- ・補助支援により得られる県産品に関する情報を収集し、他の県産品関連の事業からも得られる情報を総合的に分析し、県内企業への還元や今後の施策に反映していけるよう情報の整理を図る。

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のモデル構築のための実証事業や、各種調査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	新たなモデルの構築と他産業への波及				
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	国際戦略推進企画事業						R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画
主な財源	実施方法	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算額	R3年度決算見込額	当初予算額	主な財源	
県単等	委託	17,866	24,291	22,783	9,582	13,279	19,680	県単等	OR3年度： 航空ネットワークの拡大、強化に向けて、下地島空港を活用した航空貨物輸送実証を実施した。 OR4年度： 県産品等の更なる輸出拡大に向けた施策展開に向けて、県内貿易事業者等の輸出状況の把握・分析調査を実施する。
予算事業名	物流高度化推進事業						R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画
主な財源	実施方法	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算額	R3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	37,987	26,971	41,985	26,860	23,858	52,078	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した。 OR4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、物流改善・効率化に向けたモデル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							国際物流関連ビジネスモデル創出事業			
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	R4年度		令和3年度活動内容と令和4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	312,117	170,286	205,338	38,266	17,578	33,573	一括交付金(ソフト)	OR3年度: 本県の中古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を図った。 OR4年度: 本県のリユース機材(中古車、中古車部品、中古建設機械等)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を図る。	
活動指標名	新たなモデルの構築と他産業への波及				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	実施	実施	実施	実施	実施	実施	100.0%	54,715	順調	下地島空港を活用した航空貨物輸送実証を実施した。物流アドバイザーによる物流改善指導を実施した。中古建設機械等輸出実証事業を実施した。
活動指標名					R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(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
活動指標名					R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			下地島空港を活用した航空貨物輸送実証により、211トンの輸送を実施した。物流アドバイザーによる60件の物流改善指導を実施した。中古建設機械等輸出実証事業を実施し40ftコンテナ2本を輸出した。

## 様式1(主な取組)

(2)これまでの改善案の反映状況	
令和3年度 of 取組改善案	反映状況
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 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。</li><li>・ 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。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 物流高度化モデル構築へ向けて、物流アドバイザーのハンズオン支援の下、異なる温度帯の貨物の混載輸送実証に取組み、33tの輸出を行った。</li><li>・ 業界団体や個別企業に対し、物流に関する課題の改善提案を行うため、物流アドバイザーが60件の物流改善指導を実施した。</li><li>・ 海外向け取扱貨物拡大を図るため、引き続き中古建設機械等の輸出実証を行い、ナイジェリア向けに40ftコンテナ2本を輸出した。</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。

##### ○外部環境の変化

・新型コロナウイルス感染症拡大による経済面への影響から、海上コンテナ運賃の高騰に加え、空コンテナの確保が難しい状況が続いている。

#### (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、島しょ県沖縄の物流課題に対応し、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て、アフターコロナも見据えた海外との物流ネットワークの構築について調査・検討するとともに、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う影響について、情報収集していく必要がある。

### 4 取組の改善案 (Action)

・物流企業を中心に連携し、新たな物流モデル構築のための実証を実施し、物流アドバイザーや物流改善事例波及等による貨物量増加の取組を行う。

・アフターコロナも見据えた海外との物流ネットワークの構築について調査・検討するとともに、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う影響について引き続き情報収集を行う。



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	○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				5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	
					泡盛のリブランディング及びプロモ-	

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位：千円)

予算事業名 琉球泡盛新発展戦略ブランディング事業							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画	
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3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	105,791	76,689	79,917	62,429	51,590	40,397	一括交付金(ソフト)	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 OR4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)

予算事業名										
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画	
							当初予算額	主な財源	OR3年度：	
									OR4年度：	
活動指標名	支援企業数（酒造所のマーケティング強化）				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要  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酒造所の経営改革プラン策定は、令和2年度で終了。  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強化を目的に、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を実施した。 ③本活動は、令和2年度で終了した。
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	5件	5件	5件	5件	5件	4件	100.0%			
活動指標名	研究実施（酒質の整理、古酒の科学的解析）				R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	—	実施	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）				R3年度			51,590	順調	
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	10件	5件	3件	1件	—	—				

## 様式1(主な取組)

(2)これまでの改善案の反映状況	
令和3年度の取組改善案	反映状況
<ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・南・中・北部、宮古、八重山それぞれの圏域ごとに勉強会を実施し、業界全体で泡盛のブランドアイデンティティ等を策定した。</li></ul>



### 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"><li>・復帰特別措置法による酒類の軽減措置が事業者の規模に応じて低減し、令和14年5月で終了となる。</li></ul>	<p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li><li>・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。</li></ul>
(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"><li>・業界全体で泡盛のブランディングに継続して取り組むとともに、戦略的なマーケティング及びプロモーションにより出荷量をコロナ禍以前に戻す必要がある。</li><li>・個別酒造所においては、消費者ニーズに対応した商品開発や新たな手法の販売促進などマーケティングの強化に取り組む必要がある。</li></ul>	

## 様式1(主な取組)



### 4 取組の改善案 (Action)

- ・ 外部専門家を活用しながら泡盛のブランディングを継続して進め、マーケティング戦略に基づくプロモーションを展開する。
- ・ 新商品の開発や新たな飲み方の提案などにより、泡盛を飲まない若年層に訴求していく。

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	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							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画	
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3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	395,327	297,574	288,235	333,503	725,358	125,399	一括交付金(ソフト)	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。 OR4年度：県産品の海外販路拡大のため、県内生産者等の海外渡航費等の助成、販売戦略策定、販売実証・検証、越境EC支援を行う。	
予算事業名							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画	
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	当初予算額	主な財源		
									OR3年度：	
									OR4年度：	

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)				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	1,185	1,691	2,129	-	-	-		725,358	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792tの輸出を支援した。</p>
活動指標名	県産品の輸送量(単位:トン)				R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	455	479	478	460	792	574	100.0%			<p>進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響により、沖縄発着の国際航空便が運休となっている中で、県産品の輸出は過去最高となる見込み。なお、令和2年度以降、事業スキームをコンテナ借り上げからスペース確保(重量ベースの支援)に変更している。</p> <p>また、前年度から引き続きEコマース等を行った。これらの取組により、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>
活動指標名					R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和3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、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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテナスペース確保事業においては、昨年度に続き新型コロナウイルス感染症の影響により国際航空便が運休となっている。なお、令和4年3月、中華航空による那覇-台北間のスポット運航を活用し、輸送を行った。</li> <li>海外コーディネーター等を活用し、紅芋ペースト(原材料)等県産品の販路開拓に向けた現地輸入事業者等とのオンラインによる商談を実施した。</li> <li>越境ECによる販売実証、国内事業者が運営する中国向けECサイトでの沖縄フェア(特設ページ開設)等を行い新たな商流構築に向けた取組を行った。</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、同事業の利用重量が増加している。

##### ○外部環境の変化

- ・令和2年1月に県内で発生した豚熱の影響で県産豚肉の輸出が禁止されている。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、沖縄発着の国際航空便がすべて運休となっている。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・本土経由での代替輸送ルートを確保し、支援を継続する必要がある。
- ・新型コロナウイルスの影響で現地に渡航しての取組ができないことから従来の取組だけでなく越境ECによる商流構築を図るなどの取組が必要である。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・貨物専用機に加え、旅客便のネットワークを活用した物流ネットワークの構築に取り組む。
- ・県産品の認知度向上や商品の定番化を図るため、従来のフェアや見本市出展だけでなく、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
かりゆしウェアの県内市場は飽和状況になりつつあり、消費者のニーズの変化が起きていることから、新たな需要の拡大が急務となるため、近年の猛暑対策として新素材を生かしたかりゆしウェアを商品開発し、かりゆしウェアの需要掘り起こしを図る。			かりゆしウェアPRのイベントの開催来場者数6,400名			
実施主体	県	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
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 沖縄県縫製業新商品開発事業							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画	
主な財源	実施方法	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算額	R3年度決算見込額	当初予算額	主な財源	OR3年度： 県内縫製事業者3社が本事業へ参画し、新素材である冷感素材を利用したかりゆしウェアを製作した。	
県単等	委託	-	-	-	-	9,609	-		OR4年度： -	

  

予算事業名							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画	
主な財源	実施方法	H29年度決算額	H30年度決算額	R元年度決算額	R2年度決算額	R3年度決算見込額	当初予算額	主な財源	OR3年度：	
									OR4年度：	



様式1(主な取組)

活動指標名	新商品開発参画事業者				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	—	—	—	—	3	3	100.0%	9,609	順調	県内縫製事業者3社が本事業へ参画し、新素材である冷感素材を利用したかりゆしウェアを製作した。
活動指標名					R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
活動指標名					R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和3年度 of 取組改善案								反映状況		
<p>・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。</p>								<p>・これまでの研修内容を踏まえ、新素材を活用した新商品開発を行い、そのノウハウを習得した。</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

・ 県内市場が飽和状況になりつつあり、かりゆしウェアの製造枚数が伸び悩んでいる。

##### ○外部環境の変化

・ 県内において、ビジネスシーンでの特に男性における半袖かりゆしウェアの着用は定着しているが、長袖や女性の着用は浸透してるとは言い難い。

・ 県外においては、クールビズの推進などもあるものの、生活スタイルの違いなどからなかなか普及に繋がっておらず、認知度も低い。

#### (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を行い、縫製事業者が各自の経営資源や体制を踏まえながら、ニーズに合った商品開発を行っていく必要がある。
- ・ 商品開発にあたっては、商品力やデザイン性の向上を図っていく必要がある。
- ・ 県外での認知度向上を目指し、情報発信の取り組みを強化していくことが必要。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・ 事業は終了するが、開発した新商品の販売促進に向けてフォローを行う。
- ・ そのほか、消費者ニーズを把握するための市場調査の実施や、県内外に向けた普及促進、認知度向上のためのPR方法を検討する。

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					>
		県外での物産展、沖縄フェアの開催					
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】						

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位：千円)

予算事業名							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3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									OR3年度： 沖縄フェア開催40回、見本市・商談会出展支援71件
一括交付金(ソフト)	委託	183,239	127,643	119,220	57,173	61,591	74,857	一括交付金(ソフト)	OR4年度： 県産品のプロモーション活動5回、パイヤー招聘、見本市及び商談会出展支援15件

様式1(主な取組)

予算事業名 物産振興対策事業							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画			
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	OR3年度： 物産展を6回開催した。 OR4年度： 物産展を5回開催する。			
							28,823	県単等				
県単等	委託	20,912	17,830	16,897	21,950	11,359						
活動指標名	沖縄フェアの開催				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要		
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B				72,950	概ね順調
	32	32	45	43	40	16	100.0%					
活動指標名	見本市・商談会出展支援				R3年度			72,950	概ね順調	進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果		
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B					
	98	111	95	32	71	90	78.9%					
活動指標名	物産展の開催				R3年度			72,950	概ね順調	進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果		
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B				<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った。</p>	
	10	10	10	6	6	8	75.0%					

## 様式1(主な取組)

(2)これまでの改善案の反映状況	
令和3年度の取組改善案	反映状況
<ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li><li>・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。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・マーケティング・商品開発の専門アドバイザーを設置し、県内企業へ商品開発支援を実施した。</li><li>・令和2年度に引き続き、人との接触を伴わないオンライン見本市及び商談会出展への支援を実施し、コロナ禍においても県産品の認知度向上を促進する取組を行った。</li></ul>



### 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"><li>・ これまでは、商品開発に関する補助支援は専門アドバイザーによる支援も併せて実施してきたが、バイヤー招聘、見本市及び商談会参加の補助支援に関しては、専門アドバイザーによる伴走型支援が不十分であった。そのため、県内企業において魅力的な支援として認識されていない。</li><li>・ 県が県産品の振興策を効果的に実施するだけの情報（県産品の市場におけるニーズ、効果が見込まれる見本市及び商談会等）が不足ないし整備されていない。</li></ul>	<p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 令和3年度で終了する沖縄振興計画に係る施策に対する国及び県の点検から、過去10年間の支援によって県産品の認知度は一定程度向上した。しかし、輸送費コストによる価格面での不利性を解消するまでに商品の高付加価値化には不十分である。</li><li>・ 商品の高付加価値化を推進するには、県外市場のニーズを把握し、ニーズに合った販路拡大及び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中小企業事業者が多い。</li></ul>
(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"><li>・ 補助支援のみならず、マーケティングに関するきめ細やかな支援が必要である。</li><li>・ 県外消費者の県産品に対するニーズやトレンドに関する情報を集約し、分析する必要がある。</li></ul>	

## 様式1(主な取組)



### 4 取組の改善案 (Action)

- ・商品開発のみならず、バイヤー招聘、見本市及び商談会参加に係る補助支援においても、専門アドバイザーによる伴走型支援またはマーケティング及びそれに基づく販路拡大等に関するセミナーを開催するなどして、よりきめ細やかな支援を実施する。
- ・補助支援により得られる県産品に関する情報を収集し、他の県産品関連の事業からも得られる情報を総合的に分析し、県内企業への還元や今後の施策に反映していけるよう情報の整理を図る。

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
選定審査会における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し、県産品の販路拡大や、域内経済循環などを通し、沖縄県の稼ぐ力の強化を推進することを目的とする。						
実施主体	県、支援機関、企業等					
担当部課【連絡先】	商工労働部マーケティング戦略推進課 【098-】 894-2030					
		優良県産品推奨制度の実施による県産品の消費拡大				

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位：千円)

予算事業名 物産振興対策事業費							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
県単等	委託	7,463	7,700	7,700	13,362	10,910	10,910	県単等	OR3年度： 3部門計23点を優良県産品として認定した。また、わたしたショップ等にて推奨商品の展示、販売促進等を行った。 OR4年度： R3年度よりスタートしたクラウドファンディングの活用等を含め、さらなる制度の認知向上や商品の販路拡大を行う。
予算事業名							R4年度		令和3年度活動内容と令和4年度活動計画
主な財源	実施方法	H29年度 決算額	H30年度 決算額	R元年度 決算額	R2年度 決算額	R3年度 決算見込額	当初予算額	主な財源	
									OR3年度： OR4年度：

様式1(主な取組)

活動指標名	優良県産品推奨数				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要		
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B					
	67	95	63	52	23	—	100.0%	10,910	順調	活動概要 一般製品12点、工業系製品3点、クラウドファンディング部門8点計23点を優良県産品として推奨した。 産業まつり会場わしたショップ、サンエーパルコシティにて推奨製品のプロモーションを行った。		
活動指標名					R3年度							進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B					優良県産品の制度、推奨製品を広く周知することができた。  ※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。
活動指標名					R3年度							
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B					
(2)これまでの改善案の反映状況												
令和3年度 of 取組改善案						反映状況						
<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>販売機会の増加を図るため、審査に関し小売店の販売意向に重点を置くなど、審査方法を変更した。</li> <li>令和3年度は、クラウドファンディング部門を創設するなど、新たな販路やプロモーション機会を増やした。</li> <li>外部機関（沖縄総合事務局）主催イベント「果報庭」と連携し、推奨製品と宿泊事業者とのマッチングを実施し、販売機会の増加を図った。</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

・品質や表示等の法令遵守については、製造者責任のもと実施される必要がある。

##### ○外部環境の変化

・推奨製品については、他事業で実施しているイベント等も含め、販売機会の拡大が図られる方策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)

- ・品質や表示等の法令遵守については、製造者に対する外部機関によるサポート体制を整理する。
- ・他事業との連携を含め、積極的な県内外でのプロモーションによる販売機会の創出が必要。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・外部機関と連携し、流通に耐えうる法令遵守サポート体制を整備する。
- ・他事業と連携する他、小売店におけるフェアやマッチングイベントへの参加など、本事業においても積極的なプロモーションを実施するなど、販売機会の創出を図る。



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				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	—	505	490	462	222	500	44.4%	9,802	やや遅れ	新型コロナウイルス感染症の影響により、ポータルサイトと地域分散により産業まつりを開催し、負担金を支出した。 また、八重山の産業まつり開催の負担金拠出も行った。
活動指標名	宮古の産業まつり出展企業数				R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(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
	80	69	60	—	—	—		9,802	やや遅れ	沖縄の産業まつりはITを活用したオンラインおよび会場を分散し開催した。オンラインのアクセス数は25,216回、地域分散の来場者数は21,981人であり、ウィズコロナの新しい生活様式を見据えた開催となった。 なお、八重山産業まつりは新型コロナウイルスの感染の予防に留意しながら平常どおりの開催となった。
活動指標名	八重山の産業まつり出展企業数				R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
	30	33	23	—	23	30	76.7%			
(2) これまでの改善案の反映状況										
令和3年度 of 取組改善案						反映状況				
<p>・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。</p>						<p>・ポータルサイトをブラッシュアップし、わかりやすいサイト運営は行うことができた。地域分散会場では沖縄県イベント等実施ガイドラインなどを遵守し、感染症対策に万全を期してイベントを開催することができた。</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

・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

・長引く新型コロナウイルスの影響によりイベント開催に制約(飲食不可、会場規模など)があることからその中で、売上げを増やすことが困難である。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・新型コロナウイルスの感染対策を念頭において、オンラインや地域分散で開催したこれまでのノウハウを踏まえ、県産品の販路拡大を促進する必要がある。
- ・売上げ増につながるポータルサイトでの効果的な活用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)

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				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要		
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B					
	13	10	12	4	3	5	60.0%	17,020	やや遅れ	令和3年度は3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					R3年度							進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
実績値												ものづくり企業の海外展開支援は計画値5件に対して3件だった。支援企業を公募したが応募は4件にとどまり、うち1件は採択されなかった。
活動指標名					R3年度							
実績値												
(2)これまでの改善案の反映状況												
令和3年度の取組改善案						反映状況						
<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>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。その結果、現地専門家の活用、ウェブサイトの構築等により、海外売上を伸ばすことができた。</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

・ 沖縄国際物流ハブ活用推進事業 (アジア経済戦略課) に統合するため、令和3年度で予算事業は終了。

##### ○外部環境の変化

・ 国内の景気については、感染対策に万全を期し、経済社会活動の正常化が進む中で、各種政策の効果もあって、景気が持ち直していくことが期待される。  
・ 海外の景気については、中国における感染再拡大の影響やウクライナ情勢の長期化などが懸念される中で、供給面での制約や原材料価格の上昇、金融資本市場の変動等による下振れリスクに十分注意する必要がある。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

・ 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)

・ 統合先の事業は目的や内容が重複する部分が多く対象とする範囲も広いことから、これまでの取組をより効果的に推進することができる。





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				R3年度			R3年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(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	業界団体によるブランド認証制度の運用実施	100.0%	38,342	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					R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(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構築	界団体によるブランド認証制度の創設	-	-	-	-	-	38,342	順調	業界団体が実施するブランド認証制度で新たに3商品認証されたほか、延べ131件(R4,2月末時点)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ことから、順調とした。
活動指標名					R3年度					
実績値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	実績値(A)	目標値(B)	達成割合 A/B			
(2)これまでの改善案の反映状況										
令和3年度の取組改善案						反映状況				
<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド認証制度の認知度向上に向けた消費者向けのメディア広告、SNSによるインフルエンサーの活用、県外バイヤー向け展示会への出展等の取組への支援を行うとともに、WJ認定プランナーの活動に対し専門家による助言等を行った。</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

・ブランド認証制度の安定した運用のため、商品開発等のハンズオン支援により、認証商品数を増やしていくとともに、認知度を向上させ、認証商品の売上げを伸ばしていく必要がある。

##### ○外部環境の変化

・新型コロナウイルス感染拡大の影響による認証商品の売上げの減少やブランド認証制度の営業活動、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)

・認証商品開発等へのハンズオン支援を行うとともに、ブランド認証制度の認知度の向上と認証商品の売上げの増加に繋がる効果的なプロモーションを実施する必要がある。

### 4 取組の改善案 (Action)

・認証商品開発等へのハンズオン支援、ブランド認証制度の認知度向上や企業の参画促進、認証商品の売上げ増加に繋がるプロモーション等の取組に対し支援を行う。