

「主な取組」検証票

施策展開	3-(4)-イ	県内事業者等による海外展開の促進	施策	海外展開に向けた総合的な支援
			施策の小項目名	県産品等海外展開に向けた戦略的取組
主な取組	沖縄県農林水産物海外販路拡大支援			
対応する主な課題	県産品の海外市場における知名度は依然として低く、県産品ブランドイメージの保護・活用と定番商品化に向けた取組が課題となっていることから、ジェット口沖縄貿易情報センター等の海外拠点を有する関係機関との連携により、海外見本市への出展サポートや観光誘客とのセットでのマーケティングなど、経済交流を促進する取組が必要である。			

1 取組の概要 (Plan)

取組内容		年度別計画				
本県農林水産物の海外への販路拡大を図るため、海外市場におけるプロモーションを強化する。県産農林水産物の認知度向上を図るための現地量販店・飲食店等でのテストマーケティングや海外バイヤーと県内事業者とのマッチング等を行う。		H29	H30	R元	R2	R3
実施主体	県					
担当部課【連絡先】	農林水産部流通・加工推進課 【098-866-2255】					
		商談会・バイヤー招聘、マーケティング調査、プロモーション・マッチング支援、現地調査				

2 取組の状況 (Do)

(1) 取組の進捗状況 (単位：千円)											
予算事業名 県産農林水産物輸出体制構築事業											
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	R元年度	R2年度	
一括交付金(ソフト)	委託				26,926	45,755	27,569	一括交付金(ソフト)	R元年度： 海外市場における県産農林水産物の輸出体制構築を目指し、テストマーケティング、プロモーション、輸出産地支援等を実施した。 R2年度： 海外市場における県産農林水産物の輸出体制構築を目指し、テストマーケティング、プロモーション、輸出産地支援等を実施する。		
予算事業名 県産農林水産物輸出強化事業											
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	R元年度	R2年度	
一括交付金(ソフト)	委託	42,429	44,302	42,361	-	-	-		R元年度： - R2年度： -		
活動指標名	バイヤー招へい				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				45,755
	5回	3回	4回	3回	3回	3回	100.0%				
活動指標名	プロモーション活動				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	45,755	順調	進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果 香港・シンガポール・台湾から計6社を招聘し県内生産者等とマッチング等を行ったことで、産地モチベーションの向上や県産農林水産物の販路開拓・拡大に寄与した。また、香港・台湾・シンガポール・オーストラリア・沖縄に寄港するクルーズ船内でテストマーケティング等を行った結果、県産農林水産物の認知度向上が図られ、進捗は順調である。	
	5回	7回	5回	4回	6回	6回	100.0%				
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>クルーズ船内を含めたインバウンド客向けテストマーケティングに取り組む。</li> <li>県産農林水産物のブランディング推進のための戦略的な情報発信に取り組む。</li> </ul>							<ul style="list-style-type: none"> <li>沖縄に寄港するクルーズ船内にて県産農林水産物のテストマーケティングを実施し、乗船客に対して県産農林水産物のPRを行い、船内、沖縄滞在中、帰国後の消費拡大に取り組んだ。</li> <li>シンガポール出身で世界で活躍するパティシエを沖縄に招聘し、県産農林水産物のブランディングのためプロモーション動画制作を行い、WEB等により情報発信を行った。</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	外部環境の変化
<ul style="list-style-type: none"><li>・農林水産物の輸出は、輸出事業者にとって、相手国の輸入規制、両国間で取り決められた規制及び通関手続き等の負担が大きい。</li><li>・生産者が輸出するメリットを感じておらず、輸出に対応できる品目が限られている。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・世界的な新型コロナウイルスの感染拡大により、現地の飲食店等での需要は厳しい状況である一方、量販店やネット通販等での需要は好調なケースが見られる。</li><li>・海外市場については他国産や日本の他県との競争も激化しており、県産農林水産物の定番化が厳しい状況にある。</li></ul>

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・好調な量販店やネット通販向けの新たな県産農林水産物の提案が必要である。
- ・他産地との差別化を図るため、さらなる県産農林水産物のブランディングが必要である。

### 4 取組の改善案 (Action)

- ・生産者の輸出モチベーション向上を促し、新たな産品を輸出できる体制を構築する。
- ・他産地との差別化を図るため、さらなる県産農林水産物のブランディングに向けた継続した情報発信を行う。



様式1(主な取組)

活動指標名	沖縄黒糖の輸出国数				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			
	3カ国	5カ国	4カ国	3カ国	2カ国		100.0%	9,598	順調	<p>沖縄黒糖ユーザーと連携した県内、県外及び海外でのイベント等による沖縄黒糖及び黒糖使用商品の販売促進活動を支援し、海外での沖縄黒糖の知名度向上に取り組んだ。</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>沖縄黒糖は、アジア地域の国を中心に輸出しており、令和元年度は2カ国(台湾・イタリア)に輸出を行ったことで、黒糖のPRや販売力強化に寄与した。</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			
(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>・沖縄黒糖の認知度向上による販売力強化を図るため、沖縄黒糖を使用するユーザーとの連携により、沖縄黒糖及び黒糖使用商品の魅力をPRするとともに、輸出及びインバウンド向け販売の拡大に向けた検討を行う。</p>						<p>・沖縄黒糖の認知度向上、消費拡大等を図るため、沖縄黒糖を使用するユーザーとの連携により、沖縄黒糖及び黒糖使用商品のPR活動を行った。</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

- ・ 沖縄黒糖の生産地は、小規模離島で生産条件等が不利な地域であり安定生産に課題がある。
- ・ 沖縄黒糖は、生産量の約7割が菓子等の原材料用途である。沖縄黒糖の販売力強化のためには、黒糖使用商品と連携した取組が必要である。
- ・ 沖縄黒糖は、アジア圏の消費者において一定の知名度があり、輸出やインバウンド向けの販売が増加傾向にある。

##### 外部環境の変化

- ・ 新型コロナウイルスの感染拡大の影響により一時的にインバウンド客は減少しているが、ここ数年のトレンドとしては増加基調にある。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・ 沖縄黒糖を原材料として使用するユーザーと連携したPRの強化が必要である。
- ・ 沖縄黒糖の輸出拡大、インバウンド向け販路の拡大に向けた取組の強化が必要である。



### 4 取組の改善案 (Action)

- ・ 沖縄黒糖の認知度向上による販売力強化を図るため、沖縄黒糖を使用するユーザーとの連携により、沖縄黒糖及び黒糖使用商品の魅力をPRするとともに、輸出及びインバウンド向け販売の拡大に向けた検討を行う。