

様式1(主な取組)

「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、ジェットロ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				
		H29	H30	R元	R2	R3
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。						
実施主体	県	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				
担当部課【連絡先】	農林水産部流通・加工推進課	【098-866-2255】				

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						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	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した。	
一括交付金(ソフト)	委託			26,079	37,544	27,569	26,186	一括交付金(ソフト)	R3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、定番化プロモーション、ブランディング、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力強化事業						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	R2年度： -	
一括交付金(ソフト)	委託	44,302	42,361	-	-	-	-		R3年度： -	

様式1(主な取組)

活動指標名					R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要		
商談会・バイヤー招聘					実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	3回	3回	100.0%	27,569	順調	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、海外バイヤーと生産者とのマッチング・商談や海外でのプロモーション活動等を実施し、海外市場における県産農林水産物の販路拡大に取り組んだ。		
	3回	4回	3回	3回	3回	3回	100.0%					
活動指標名					R2年度							
プロモーション活動					実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B					
実績値	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	3回	3回	100.0%			27,569	順調	進捗状況の判定根拠、要因及び取組の効果
	7回	5回	4回	6回	3回	3回	100.0%					
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	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度				27,569	順調			香港・台湾・シンガポールの現地バイヤーと県内生産者等とマッチング・商談を行ったことで、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・でテストマーケティングや定番化プロモーション等を行った結果、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。
(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"> 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。 						<ul style="list-style-type: none"> 生産者向け輸出セミナーを開催し、その後、セミナー参加者のうち輸出への取組に意欲のある生産者と現地バイヤーとのマッチング・商談等を行い、生産者の輸出モチベーション向上を促すとともに、新たな販路開拓に取り組んだ。 現地バイヤーとのマッチングや現地でのプロモーション活動において、他産地との差別化のために特徴等を紹介する共通販促ツール(リーフレット、POP等)により情報発信を行った。 						



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	外部環境の変化
<ul style="list-style-type: none">・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。・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。	<ul style="list-style-type: none">・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。・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。

(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、継続した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)

- ・新たな生産者の輸出モチベーション向上を促し、より多くの産品を提案・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					R2年度			R2年度 決算見込 額合計	進捗状況	活動概要		
実績値					実績値(A)	計画値(B)	達成割合 A/B					
沖縄黒糖の輸出国数									9,208	順調	<p>活動概要</p> <p>沖縄黒糖ユーザーと連携した県内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。一方、沖縄県へのインパウンドの大幅な減少に伴い、インパウンドへの土産品の需要やPR活動はほぼできなかった。</p>	
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						
5カ国	4カ国	3カ国	2カ国	3カ国		100.0%						
活動指標名					R2年度							<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2年度は3カ国(台湾、香港、ドイツ)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>
実績値					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					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						
<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、輸出及びインパ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や関係団体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	外部環境の変化
<ul style="list-style-type: none">・ 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。	<ul style="list-style-type: none">・ 新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、沖縄県へのインバウンドの大幅な減少に伴い、土産品の需要が低下している。

(2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・ 沖縄黒糖を原材料として使用するユーザーや関係団体と連携したPR活動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や関係団体との連携により、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。