

| 市町村名 | | うるま市 | | | | | |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------|-------------------------------|------|------|
| 平成27年度沖縄振興特別推進交付金事業(市町村分)検証シート【公表用】 | | | | | | | |
| 事業番号・事業名 | 1-③ | 商品開発プロモーション事業 | | 沖縄21世紀ビジョン基本計画該当箇所 | 第3章-3-(9)-イ | | |
| 担当部署名 | 経済部 商工観光課 | 事業実施(予定)年度 | 平成25~令和3年度 | 沖縄振興基本方針該当箇所 | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 Ⅲ-1-(4) | | |
| 事業内容 | 市内中小企業の商品開発の強化及び販路拡大を図るため、市産品や特産品、観光土産品の物産展やPR活動を行いながら、市産品の認知度向上に努め、販路拡大・開拓につながるよう事業を実施する。また、市の農水産物を活用した商品等の開発を支援し、売上の拡大等に繋がるようプロモーション活動を実施する。 | | | | | | |
| 実施方法 | <input type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> その他() | | | | | | |
| 予算額・執行額 【単位:千円】 (「交付金」+「市町村負担」ベース) | | | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | 29年度 |
| | 予算の状況 | (a) 当初予算額 | 27,317 | 36,182 | 32,512 | | |
| | | (b) 予算現額 | 26,320 | 34,784 | 32,512 | | |
| | | (c) 増減額(b-a) | ▲ 997 | ▲ 1,398 | 0 | | |
| | | (d) 繰越額 | - | - | - | | |
| | A. 計(b+d) | | 26,320 | 34,784 | 32,512 | | |
| | B. 執行済額 | | 24,509 | 34,644 | 32,002 | | |
| | うち交付金充当額 | | 19,607 | 27,715 | 25,601 | | |
| | 次年度繰越額 | | - | - | - | | |
| | 執行率(%) (B/A) | | 93.1% | 99.6% | 98.4% | | |
| 予算の状況の説明 | | 執行率が98.4%にとどまっている理由については、契約締結時における事業の内容を精査した結果の減額と、事業完了後の委託料を精算した結果の事業費の執行残が発生したことが理由となっている。 | | | | | |
| 活動目標(指標)及び達成状況 | H27活動目標(指標) | | 達成状況 | | | | |
| | | | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | |
| | 物産展出展回数(4回) | 目標 | (5回) | (6回) | (4回) | () | |
| | | 実績 | 5回 | 5回 | 4回 | | |
| | ネット販売調査(1回) | 目標 | (-) | (-) | (1回) | () | |
| | | 実績 | - | - | 1回 | | |
| | 商品開発にかかるワークショップ実施回数(5回) | 目標 | (5回) | (5回) | (5回) | () | |
| | | 実績 | 5回 | 7回 | 6回 | | |
| | プロモーション関連活動数(2回) | 目標 | (-) | (2回) | (2回) | () | |
| | | 実績 | 7回 | 4回 | 4回 | | |
| 達成状況説明 | | ①特産品販路拡大支援事業 ・うるま市内の事業者が新たな販路を求め、県内外の物産展に出展する際に必要な経費の一部を補助し、うるま市認知度の向上と特産品PR等も併せて4回実施した。また、ネット販売の可能性調査として、ECサイトの「沖縄特産品本舗」を利用し、ギフト特集として1回実施した。 ②特産品開発及びプロモーション支援事業 ・特産品を活用した商品開発及び既存商品等の改良を考えている事業者に対し、将来自らが中心となって商品開発や販路開拓を推進できるようワークショップを6回開催した。また、特産品を使用したメニューの市内飲食店でのテスト販売やバイヤーマッチングイベントを実施した。プロモーション活動としてドライブガイドパンフレットを作成し、4回活動(離島フェア、産業まつり、居酒屋グループでのフェア開催、市内全世帯へ配布した。 | | | | | |

| H27成果目標(指標) | | 基準値 (年度) | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 目標値 (30年度) |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------|-------------|-------------|---------------|
| 物産展参加企業数(55社) | 目標 | () | (5社) | (60社) | (55社) | () |
| | 実績 | | 9社 | 59社 | 54社 | |
| 物産展売上総額(1,375万円) | 目標 | () | (600万円) | (1,500万円) | (1,375万円) | () |
| | 実績 | | 9,307,763円 | 15,667,322円 | 9,720,709円 | |
| 商品開発(2点以上) | 目標 | () | (5品) | (2~3商品) | (2点以上) | () |
| | 実績 | | 6品 | 7商品 | 5点 | |
| 商談成立(2件) | 目標 | () | () | (2件) | (2件) | () |
| | 実績 | | | 26件 | 11件 | |
| ネット販売調査による販路開拓方法 (ネット販売)の有効性の把握 | 目標 | () | () | () | (1回) | () |
| | 実績 | | | | 1回 | |
| 【参考指標】 キラースhots | 目標 | () | () | () | (100本) | (400本) |
| | 実績 | | | | 232本 | 0本 |
| 【参考指標】 ビーグビスケット | 目標 | () | () | () | (500個) | (1,300個) |
| | 実績 | | | | 1,075個 | 407個 |
| 【参考指標】 ビーグ焼き菓子 | 目標 | () | () | () | (300個) | (1,000個) |
| | 実績 | | | | 420個 | 2,382個 |
| 【参考指標】 ビーグ麺 | 目標 | () | () | () | (200個) | (700個) |
| | 実績 | | | | 500個 | 0個 |
| 【参考指標】 金つば(パッケージブラッシュアップ商品) | 目標 | () | () | (399個) | (700個) | (4,000個) |
| | 実績 | | | 399個 | 3,415個 | 13,187個 |
| 進捗状況説明 | <p>「キラースhots」については、製造会社の閉店により実績が0本となっている。 「ビーグビスケット」については、目標値を下回る結果となった。 「ビーグ焼き菓子」については、目標値を上回り好調である。 「ビーグ麺」については、一時期空港でも販売をしていたが平成29年度から製造中止により0個となってしまった。 「金つば」については、平成26年度に開発され平成27年度にブラッシュアップされた商品であるが、売り上げが大幅にUPした。</p> | | | | | |

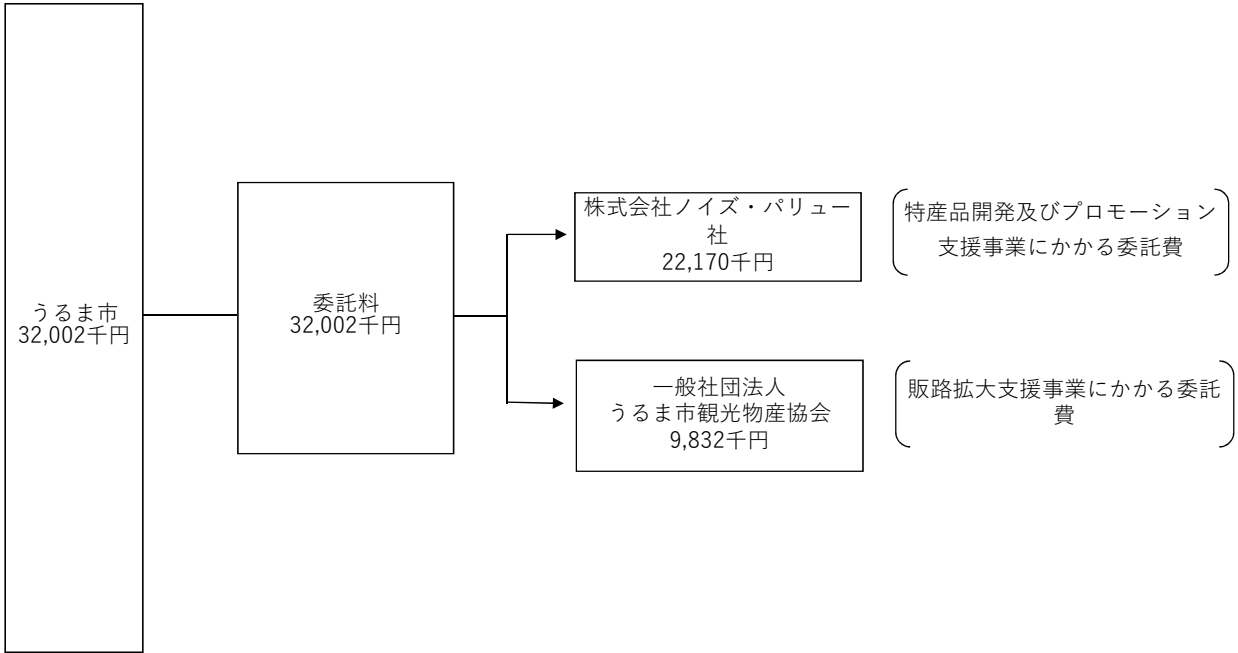
| | 推進上の留意点(推進上の問題、外部環境の変化) | 改善余地の検証(効率の更なる向上の視点) |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 取組の検証 | <p>「キラーズホット」については、平成29年度から事業承継により別の会社で製造を行っている。</p> <p>「ビーグビスケット」については、賞味期限が短いため店頭販売のみとなっている事が課題にあげられる。</p> <p>「ビーグ焼き菓子」については商品の知名度をUPさせ、更なる販路の拡大が必要である。</p> <p>「金つば」については、ブラッシュアップにより冷凍技術を進化させ、平成29年度から空港にて販売となった。</p> | <p>「キラーズホット」については、「島ネロ」として平成29年度より販売を行っており、「キラーズホット」を知っている消費者等から再販後の問い合わせが多い状態であるので、告知の効率化を図っていく。</p> <p>「ビーグビスケット」については、店頭販売以外にも、賞味期限の改善により販路の確保につながるのではないかと検証も必要である。</p> <p>「ビーグ焼き菓子」については、新たにできた市の施設でも販売を開始するなど販路の拡大が順調であり、認知度の向上に向け効率化を図る。</p> <p>「金つば」については、更なる売り上げの向上を図っていく。</p> |

今後の取り組み方針

「キラーズホット」については、「島ネロ」として再販している事についてのPRを強化していく。
「ビーグビスケット」については、店頭販売でも目立つような工夫を行っていく。
「ビーグ焼き菓子」については、ギフト商品として販売を強化し、更なる認知度UPを目指していく。
「金つば」については、POPによる商品のPR強化を行い、売り上げの向上を図る。

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)(単位:千円)

| 総事業費 | 交付対象事業費 | 交付先 | | 交付対象外経費 |
|--------|---------|--------|--------|---------|
| | | 交付金充当額 | 市町村負担金 | |
| 32,002 | 32,002 | 25,601 | 6,401 | 0 |



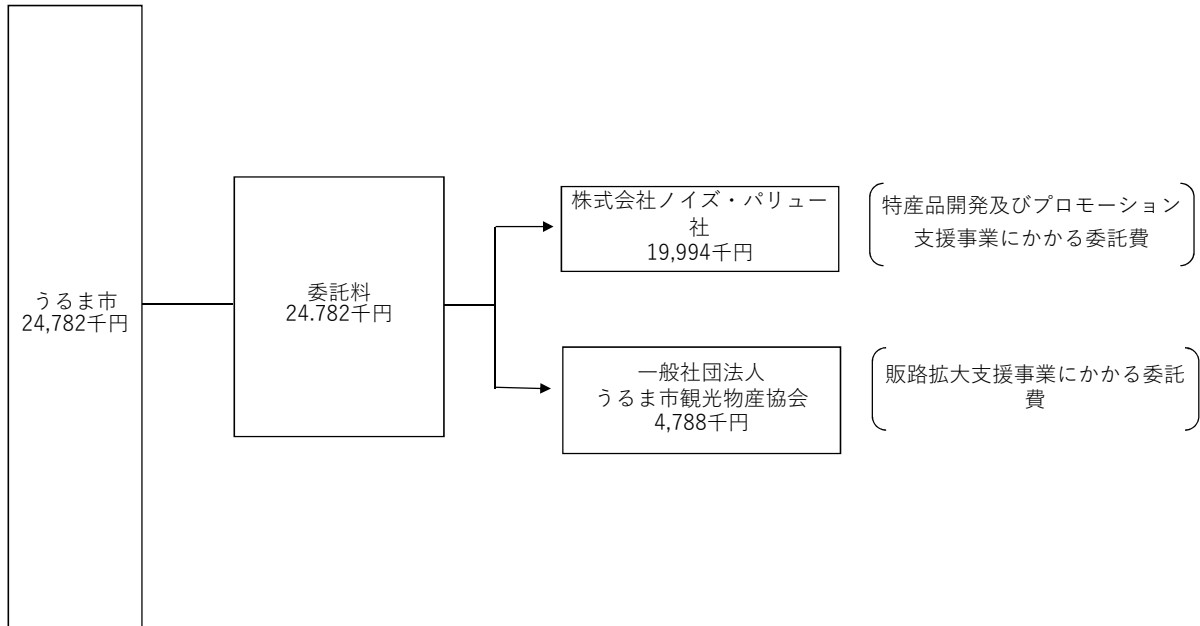
| 資金の流 れ、費 目・ 点 検 評 価 | 評価 | 点 検 項 目 | 評価に関する説明 |
|---------------------------------------|----|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | ○ | 支出先の選定方法は妥当か。 | ○委託事業者は公募型プロポーザル方式により組織、実績、知識、機動力を勘案したうえで選定しており、妥当であると考え。 ○予算規模については、執行率も98.4%であることから、概ね適正な規模と考える。 ○本事業の実施業務内容を精査したところ、事業目的に即しており、適正であった。 |
| | ○ | 予算規模は事業内容に見合った適正な規模となっているか。 | |
| | - | 受益者との負担関係は妥当であるか。 | |
| | ○ | 費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。 | |

| 市町村名 | | うるま市 | | | | | | |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|--------------------|--------------|--------------------|--------|
| 平成28年度沖縄振興特別推進交付金事業(市町村分)検証シート【公表用】 | | | | | | | | |
| 事業番号・事業名 | 1-③ | | 商品開発プロモーション事業 | | 沖縄21世紀ビジョン基本計画該当箇所 | 第3章-3-(9)-イ | | |
| | 担当部署名 | 経済部 商工観光課 | | 事業実施(予定)年度 | 平成25~令和3年度 | 沖縄振興基本方針該当箇所 | 県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 | |
| | | | | | III-1-(4) | | | |
| 事業内容 | 市内中小企業の商品開発の強化及び販路拡大を図るため、市産品や特産品、観光土産品の物産展やPR活動を行いながら、市産品の認知度向上に努め、販路拡大・開拓につながるよう事業を実施する。また、市の農水産物を活用した商品等の開発を支援し、売上の拡大等に繋がるようプロモーション活動を実施する。 | | | | | | | |
| 実施方法 | <input type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> その他() | | | | | | | |
| 予算額・執行額 【単位:千円】 (「交付金」+「市町村負担」ベース) | | | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | 29年度 | |
| | 予算の状況 (a)当初予算額 (b)予算現額 (c)増減額(b-a) (d)繰越額 A.計(b+d) | | | 27,317 | 36,182 | 32,512 | 25,000 | |
| | | | | 26,320 | 34,784 | 32,512 | 25,000 | |
| | | | | ▲ 997 | ▲ 1,398 | 0 | 0 | |
| | | | | - | - | - | - | |
| | | | | 26,320 | 34,784 | 32,512 | 25,000 | |
| | | | B. 執行済額 | | 24,509 | 34,644 | 32,002 | 24,782 |
| | | | うち交付金充当額 | | 19,607 | 27,715 | 25,601 | 19,826 |
| | | | 次年度繰越額 | | - | - | - | - |
| | | | 執行率(%) (B/A) | | 93.1% | 99.6% | 98.4% | 99.1% |
| | | 予算の状況の説明 執行率が99.1%となっている理由については、契約締結時における事業の内容を精査した結果の減額と、事業完了後に精算した結果の事業費の執行残が発生したことが理由となっている。 | | | | | | |
| 活動目標(指標)及び達成状況 | H28活動目標(指標) | | 達成状況 | | | | | |
| | | | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | | |
| | 物産展出展回数 | 目標 | (5回) | (6回) | (4回) | (3回) | | |
| | | 実績 | 5回 | 5回 | 4回 | 3回 | | |
| | 商品開発にかかるワークショップ実施回数 | 目標 | (5回) | (5回) | (5回) | (5回) | | |
| | | 実績 | 5回 | 7回 | 6回 | 6回 | | |
| プロモーション関連活動数(2回) | 目標 | (-) | (2回) | (2回) | (2回) | | | |
| | 実績 | 7回 | 4回 | 4回 | 3回 | | | |
| 達成状況説明 | ①特産品販路拡大支援事業 うるま市内の事業者が新たな販路を求め、県内外の物産展に出展する際に必要な経費の一部を補助し、うるま市認知度の向上と特産品PR等も併せて3回実施した。 ②特産品開発及びプロモーション支援事業 特産品を活用した商品開発及び既存商品等の改良を考えている事業者に対し、将来自らが中心となって商品開発や販路開拓を推進できるようワークショップを6回開催した。また、流通関係者とのビジネスマッチングも実施した。プロモーション活動としてドライブガイドパンフレットを作成し、3回活動(離島フェア、産業まつり、市内全世帯へ配布)した。 | | | | | | | |
| 成果目標(指標)及び進捗状況 | H28成果目標(指標) | | 基準値(年度) | 26年度 | 27年度 | 28年度 | 目標値(30年度) | |
| | 物産展参加企業数 | 目標 | () | (60社) | (55社) | (30社) | () | |
| | | 実績 | | 59社 | 54社 | 35社 | | |
| | 物産展売上総額 | 目標 | () | (1,500万円) | (1,375万円) | (750万円) | () | |
| | | 実績 | | 15,667,322円 | 9,720,709円 | 797万円 | | |
| | 商品開発講座参加者事業者 | 目標 | () | (-) | (-) | (8社以上) | () | |
| | | 実績 | | | | 23社 | | |
| 商談成立 | 目標 | () | (2件) | (2件) | (2件) | () | | |
| | 実績 | | 26件 | 11件 | 4件 | | | |
| 【参考指標】 黄金芋のフィナンシェ | | 目標 | () | (-) | (-) | (650個) | (700個) | |
| | | 実績 | | | | 650個 | 0個 | |
| 進捗状況説明 | 「黄金芋のフィナンシェ」については、H30時点ではブラッシュアップを行っており0個となっている。 | | | | | | | |

| 取組の検証 | 推進上の留意点(推進上の問題、外部環境の変化) | 改善余地の検証(効率の更なる向上の視点) |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| | 「黄金芋のフィナンシェ」については、寒い季節には保存がきくが、暑い季節だと長くは持たず、そのため賞味期限を延ばすため改良を行っている。 | 「黄金芋のフィナンシェ」については、ブラッシュアップ実施と並行して、販売方法について効率的な手法を構築する必要がある。 |
| 今後の取り組み方針 | | |
| 「黄金芋のフィナンシェ」については、商品のPRなど、ブラッシュアップ後の販売体制の確立やプロモーション活動について助言していく。 | | |

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)(単位:千円)

| 総事業費 | 交付対象事業費 | 交付金充当額 | 市町村負担金 | 交付対象外経費 |
|--------|---------|--------|--------|---------|
| 24,782 | 24,782 | 19,826 | 4,956 | 0 |



| 資金の 使途の 流れ、 点検、 費目・ 評価 | 評価 | 点検項目 | 評価に関する説明 |
|---------------------------------------|----|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | ○ | 支出先の選定方法は妥当か。 | ○委託事業者は公募型プロポーザル方式により組織、実績、知識、機動力を勘案したうえで選定しており、妥当であると考え。 ○予算規模については、執行率も99.1%であることから、概ね適正な規模と考える。 ○本事業の実施業務内容を精査したところ、事業目的に即しており、適正であった。 |
| | ○ | 予算規模は事業内容に見合った適正な規模となっているか。 | |
| | - | 受益者との負担関係は妥当であるか。 | |
| | ○ | 費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。 | |