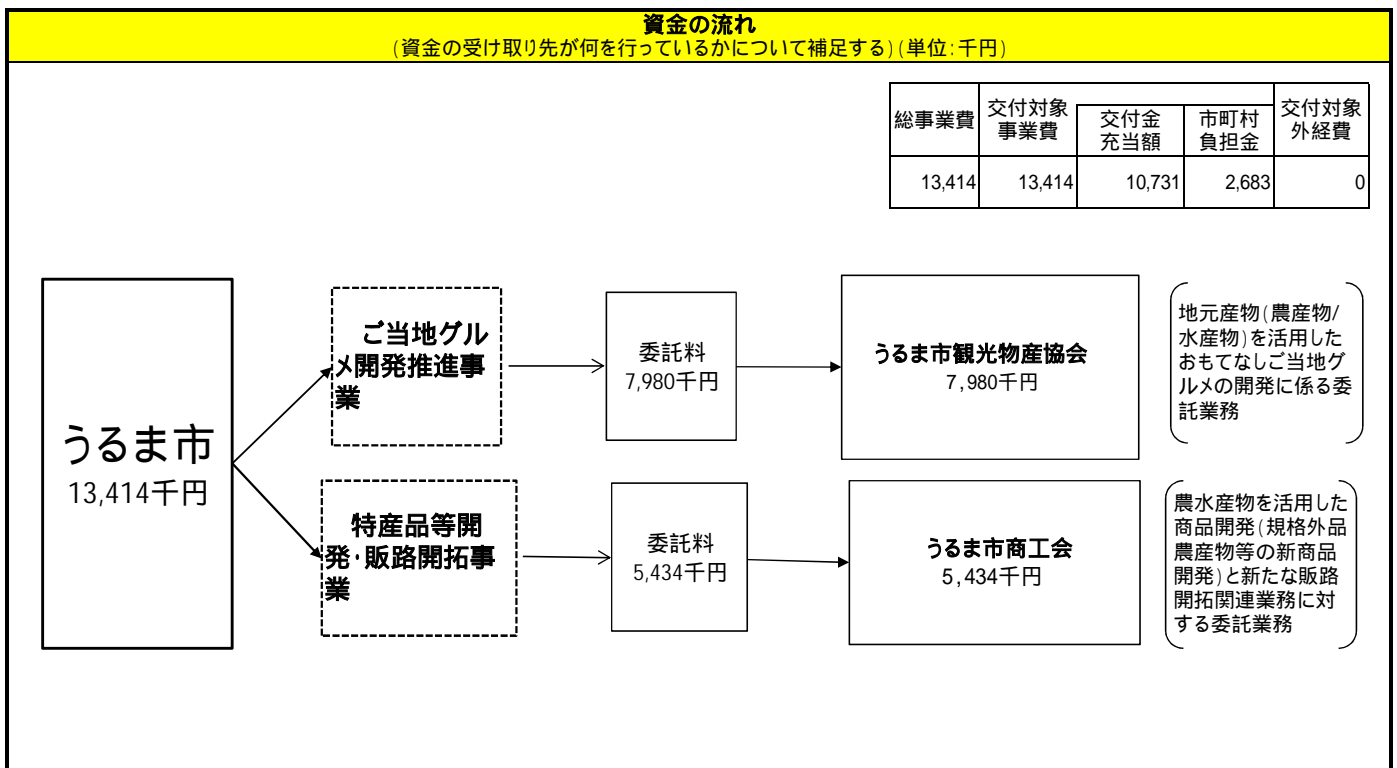


| | | | | | | | |
|--|--|--|-----------|--------------------|-----------------------|-----------|--|
| 市町村名 | うるま市 | | | | | | |
| 平成24年度沖縄振興特別推進交付金事業（市町村分）検証シート【公表用】 | | | | | | | |
| 事業番号・事業名 | 3 - | 新・食の開発等推進支援事業 | | 沖縄21世紀ビジョン基本計画該当箇所 | 第3章 - 3 - (2) - オ | | |
| 担当部課名 | 経済部 商工観光課 | 事業実施(予定)年度 | 平成24～33年度 | 沖縄振興基本方針該当箇所 | 産業間連携の強化 - 1 - (1) | | |
| 事業内容 | 当市の豊かな農水産物および柑橘類等を活用し、新たな食(ご当地グルメ)と土産品等の開発やセールスプロモーション、またグルメイベント等を展開開催し、魅力ある観光資源・コンテンツを開発する。また特産品等を観光商品として開発支援し、販路開拓するために全国物産展や大手百貨店などでの商談会、実演販売などの支援を実施する。 | | | | | | |
| 実施方法 | 直接実施 | 委託 | 補助 | 負担 | その他 () | | |
| 予算額・執行額 【単位:千円】 (「交付金」+「市町村負担」ベース) | | 24年度 | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | |
| | 予算の状況 | (a)当初予算額 | 15,284 | | | | |
| | | (b)予算現額 | 15,116 | | | | |
| | | (c)増減額(b-a) | 168 | | | | |
| | | (d)前年度繰越額 | - | | | | |
| | | A.計(b+d) | 15,116 | | | | |
| | B.執行済額 | | 13,414 | | | | |
| | うち交付金充当額 | | 10,731 | | | | |
| | 次年度繰越額 | | 0 | | | | |
| | 執行率(%) (B/A) | | 88.7% | | | | |
| 予算の状況の説明 | | 執行率が88.7%となっている理由として、入札残や事業完了後の精算の際に減となった額があったものであり、当初予定していた計画はすべて実施することができ、活動目標・成果目標の達成状況を鑑みて適正だったと考えている。 | | | | | |
| 活動目標(指標)及び達成状況 | H24活動目標(指標) | | 達成状況 | | | | |
| | | | 24年度 | 25年度(1-) | 26年度(1-) | 27年度(1-) | |
| | ご当地グルメ開発 商品数 | 目標 | (1件) | () | () | () | |
| | | 実績 | 1件 | | | | |
| | 地元農産物等を活用した開発商品数 | 目標 | (2件) | () | () | () | |
| | | 実績 | 4件 | | | | |
| 達成状況説明 | <p>日本一の生産量を誇る「もずく」を活用した「うるまらしいご当地グルメ」を開発するため計28回に及ぶ開発会議を経て、平成24年3月26日(火)に「うるまもずくチャンプルー丼」としてデビューとなった。</p> <p>地元農産物「オクラ」の規格外品をペースト状にし、食品加工会社、製麺会社、中部農林高校食品化学科、商工会が事業連携して「オクラ麺」を開発。テストマーケティングとして、下記のとおり販売を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄の産業まつりで約1100食 ・銀座わしたショップにて約400食 ・うるま市産業まつりにて約100食 ・実演販売で約260食 ・沖縄市産業まつりにて約250食 <p>合計 : 2,110食</p> <p>また、市内企業の商品開発の支援として、パッケージや試作品開発、専門家派遣、商品のブランド化、マーケティングの支援を実施した。当初2商品の開発を想定していたが、複数の応募があり今回は4事業者の商品支援を行うこととなった。これまでの商品へ付加価値を付け、パッケージデザイン、商品ラベル開発、情報発信支援により販路開拓を推進することが出来た。</p> <p>特に「オクラ麺」については、今後の販路開拓に繋げるため、ポスターを作成し市内各所に掲示し、商品の周知を図っている。</p> | | | | | | |

| H24成果目標(指標) | | 基準値 (23年度) | 24年度 | 25年度 (1 -) | 26年度 (1 -) | 目標値 (27年度) |
|----------------------------|--------|---|--------------|----------------|----------------|---------------|
| | | 目標 | | | | |
| ご当地グルメの商品開発件数 | 目標 | (0件) | (1件) | () | () | () |
| | 実績 | | 1件 | | | |
| 商品開発件数 | 目標 | (0件) | (2件) | () | () | () |
| | 実績 | | 4件 | | | |
| 【参考指標】 もずくちゃんぷるー丼販売食数累計 | 目標 | () | (15,000食) | (15,000食) | (15,000食) | (6,000食) |
| | 実績 | | 171食 | 5,040食 | 5,715食 | |
| 【参考指標】 沖縄そばふりかけの販売数 | 目標 | () | (258本) | (300本) | (300本) | (180本) |
| | 実績 | | 258本 | 46本 | 161本 | |
| 【参考指標】 ぬちあんぱんの売上額 | 目標 | () | (475,000円) | (500,000円) | (700,000円) | (800,000円) |
| | 実績 | | 475,000円 | 633,600円 | 739,200円 | |
| 【参考指標】 ゴールデンポテトの売上額 | 目標 | () | (150,000円) | (300,000円) | (600,000円) | (900,000円) |
| | 実績 | | 150,000円 | 500,000円 | 800,000円 | |
| 【参考指標】 オクラ麺の販売数 | 目標 | () | (2,110食) | (2,500食) | (2,800食) | (3,600食) |
| | 実績 | | 2,110食 | 2,630食 | 3,150食 | |
| 成果目標 (指標) 及び進捗状況 | 進捗状況説明 | <p>「うるまもずくチャンプルー丼」は市内3店舗で提供していたが、2店舗で販売中止、新規で1店舗開始となった。新規の1店舗については、うるま市でも特に集客力の高い海の駅「あやはし館」での販売となっており、PR効果が高いものと思われる。</p> <p>平成25年3月に「うるま市もずく料理推進協議会」を設立し、平成26年度はもずくチャンプルー丼を地域固有の食文化に育てるとともに、県内外に広くPRし、地域ブランド化を図っていくため、5,000食達成キャンペーンを開催した。また、広報紙への掲載を行い、市民への周知も行った。</p> <p>沖縄そばふりかけについては、発売当初は売上があったものの、認知度が広まらず伸び悩んでいるため、今後も継続的な販売とともに、周知活動をすることで認知度を高めて売り上げ目標達成に向けて取り組んでいく。ぬちあんぱんとゴールデンポテトについては、ギフトカタログ掲載や新聞や雑誌等で取り上げられたこともあり売上を順調に伸ばしているため今後も販路拡大に向け取り組んでいく。オクラ麺については、新聞で取り上げられたり、産業まつりなどの販売で売上を伸ばしている。</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>・もずくチャンプルー丼は作るまでに手間がかかるため提供に時間を要し、団体客への対応が厳しく、事前の予約が必要なおもあり、売上が伸び悩み、取扱店舗数も拡大していない。また、市内においても認知度が低く、さらなる広報PRを行う必要がある。</p> <p>・沖縄そばふりかけは、発売当初は売れていたが、認知度が広まらず伸び悩んだ。平成26年度はイベント等にも出店し、売上が少し伸びた。ぬちあんぱんやゴールデンポテトについては、順調に売り上げを伸ばしており、今後は新たな販路開拓が必要である。また、オクラ麺については、さらなる市場展開、広告PRを推進し、取り扱い店舗数を拡大する必要がある。</p> | <p>・「うるま市もずく料理推進協議会」を中心に、もずくチャンプルー丼の作り方やスタイル変更を検討しながら、販売提供しやすく改善できるかを話し合い、売上を伸ばすために取扱店舗数の拡大ができないか交渉していく。また、認知度を高める周知の取り組みを行う。</p> <p>・沖縄そばふりかけは製品の認知度が低く、物産展やイベントでの販売や認知度を高めるための取り組みを行う。また、売上が伸びているぬちあんぱんとゴールデンポテト、オクラ麺については、さらなる販路拡大に向けた取り組みを行う。</p> |
| | 今後の取り組み方針 | |
| <p>・もずくチャンプルー丼の取扱店舗を増やすため、現在の課題改善に向けて「うるま市もずく料理推進協議会」へ働きかけを行っていくとともに、他の店舗でも販売できないか観光物産協会を中心に交渉していく。また、ノボリ、チラシ、WEB等での情報発信に加え、定期的なキャンペーンを行い、周知を図る。</p> <p>・開発した4点の商品については、販路拡大に向けて、1- 商品開発プロモーション事業において平成27年度に県内で開催される物産展参加を促す。また、新聞等への取材依頼を行うとともに、市ホームページでPRし、まずは市民への周知を図り認知度を向上させる。</p> | | |



| 資金の流 れ、費 用 の 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、妥当であると考えます。 予算規模については、概ね適正な規模と考えます。 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。 | |