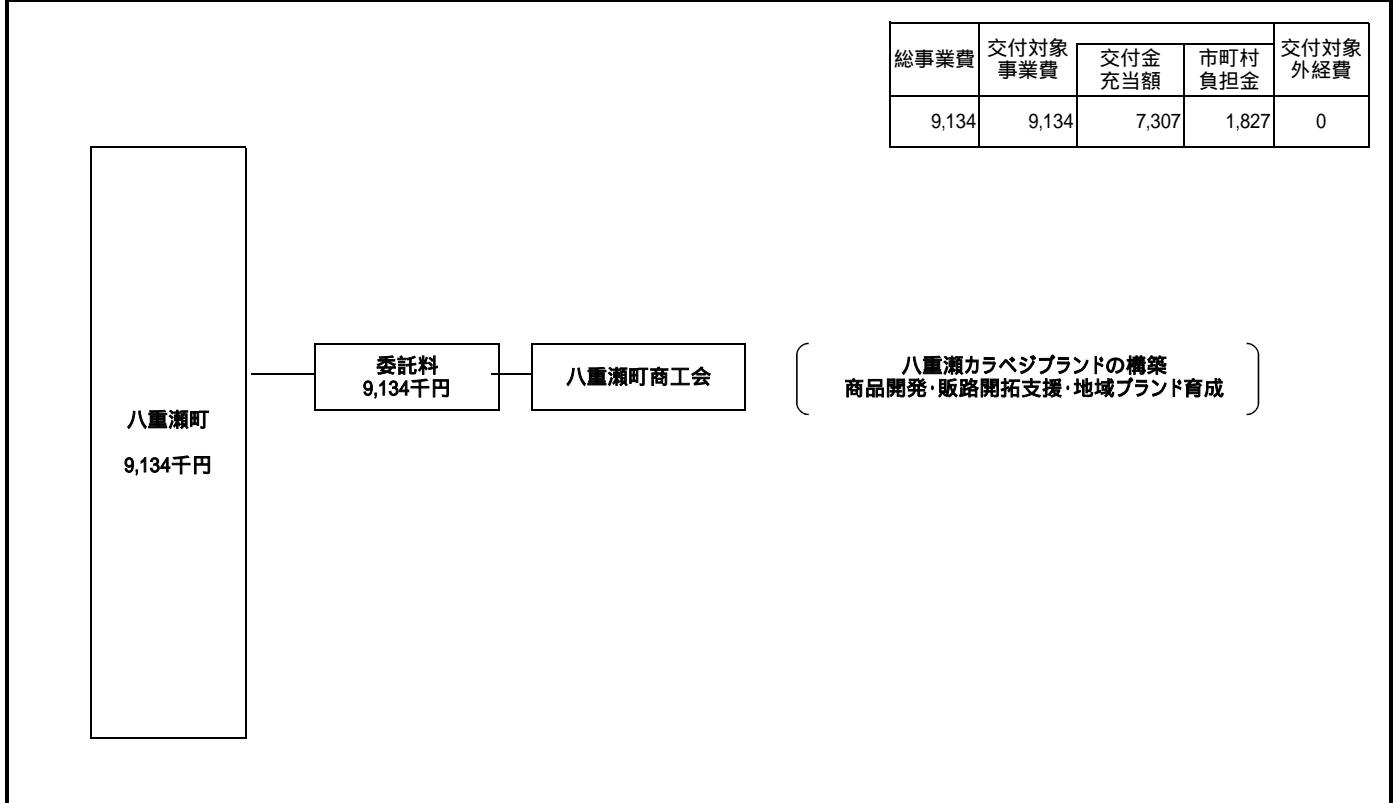


市町村名		八重瀬町										
平成25年度沖縄振興特別推進交付金事業（市町村分）検証シート【公表用】												
事業番号・事業名	3-	八重瀬カラベジブランド構築に関する事業			沖縄21世紀ビジョン基本計画該当箇所	第3章-3-(9)-イ						
担当部課名	企画財政課	事業実施(予定)年度	25年度	沖縄振興基本方針該当箇所	県産品の販路拡大と地域ブランドの拡大							
事業内容	地域ブランドとして「八重瀬カラフルベジタブルプロジェクト」が定着しつつあり、今後、販路拡大を図り生産者の所得向上及び地域活性化を図るため、カラベジ製品の開発や物産展の開催によるPR等を実施する。											
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)	予算の状況	24年度		25年度		26年度		27年度		28年度		
		(a) 当初予算額			9,975							
	(b) 予算現額			9,975								
	(c) 増減額(b-a)			-								
	(d) 前年度繰越額			-								
	A. 計(b+d)			9,975								
	B. 執行済額			9,134								
	うち交付金充当額			7,307								
	次年度繰越額			-								
	執行率(%) (B/A)			91.6%								
予算の状況の説明	八重瀬カラベジブランドが地域ブランドとして定着するため、カラベジ製品の開発、推進委員会によるブランディング及びブラッシュアップを図り、それらを販路開拓支援に繋げる取組を行い、滞りなく執行することができているので適正だと考える。											
活動目標(指標)及び達成状況	H25活動目標(指標)		達成状況									
			24年度(3-)	25年度	26年度(3-)	27年度(3-)						
	カラベジ製品等の開発 物産展、商談会への参加 カラベジフェアの開催 カラベジスタンプラリーの開催 WEBを活用したプロモーション	目標	()	()	新規製品等開発3品 物産展参加 3回 カラベジフェア1回 スタンプラリー2回 コンテンツ追加・記事配信、集客イベント	()	()					
実績				新規製品等開発4品 物産展参加 6回 カラベジフェア1回 スタンプラリー1回 コンテンツ追加・記事配信、プレゼント企画実施								
達成状況説明	推進委員会を中心に「八重瀬カラベジ」を活用して町のイメージアップと地域活性化を結びつけるための企画と活動を行い、当初計画していた事業内容は全て実施した他、活動目標、成果目標の達成状況を鑑みて適正であったと考えている。											
成果目標(指標)及び進捗状況	H25成果目標(指標)		基準値(年度)	24年度(3-)	25年度	26年度(3-)	目標値(28年度)					
	新規カラベジ製品等の開発 物産展等参加 リウボウでのカラベジフェア カラベジスタンプラリー 販促用媒体制作	目標	()	()	新規製品等開発3品 物産展参加 3回 カラベジフェア1回 スタンプラリー2回 販促カタログ12千部	()	()					
		実績			新規製品等開発4品 6回(町内1、那覇市2、東京3) カラベジフェア1回 スタンプラリー1回 販促カタログ15千部							
	[参考指標] 新規開発商品の販売額(千円)	目標	()	()	(1,000)	(1,500)	(2,500)					
実績				0	731							
進捗状況説明	25年度は策定したカラベジブランドストーリーに沿った商品化を目標に推進委員会にて使用素材や種類を検討し商品開発を行い、5種類の野菜を使用したスイーツ「カラベジヨーグルト」、8つのシンボルカラーを配した器「カラベジやちむん」、紅芋の揚げ菓子「紅芋ふいちゃふいちゃ」、紅芋のブラウニーを開発した。不用額は開発費が予定額より安価で実施できたため、当初計画していた事業内容は全て実施できたほか、物産展等への出店とイベントの継続により積極的に情報発信を行った結果、新聞、テレビ等マスコミで11回取り上げられたことで地域住民への意識啓発とブランド力向上が図られた。平成25年度の販売目標を1,000千円と設定したが商品完成が年度末と遅れたため販売実績はゼロとなっている。また、平成26年度の販売実績は731千円となっている。開発した商品のうち 2は商品化され販売も行われているが残り2品は製造業者とのマッチングが進まず商品化までは至らなかった。											

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>24年度は事業所提案により商品開発を行い、25年度は推進委員会主導により商品開発を実施したが、製造・販売を担う事業者のマッチングがうまくいかず、2品は商品化されていない。</p> <p>開発した商品は自店舗での販売に留まっている他、町内には地域産品等を一元的に取り扱う販売施設が不足しているため販路が乏しい状況である。</p> <p>特産品開発は地域の良いイメージを連想させるストーリーを盛り込んだ製品との差別化を図ることは大変重要であるが、特産品が売れるために必要な市場ニーズ及び紅芋等の原料確保、更に開発事業者の生産意欲を結びつける取り組みが巧みならず、2商品については商品化までマッチングすることが出来なかった。</p>	<p>開発された商品の商品化を目指し、継続して事業者のマッチングを行う。</p> <p>参画事業者のほとんどは小規模事業者のため経営資源が乏しく、商品開発や販売力のレベルに差があることから、専門家による指導助言等を行い、事業者の経営スキルを向上させて全体の底上げを図る。また、今後の販路を拡大するために、これまで卸などの流通を想定した価格設定等を考慮しておらず、その概念も学ぶ必要がある。</p> <p>カラベジブランドの構築のため開発した商品等を一元的にとりまとめ取り扱う販売施設やプロモーションが必要である。</p> <p>今後、商品化に至っていないものに関して、専門家等の支援を受けながら消費者のニーズを把握し事業者とのマッチングを継続して行う必要がある。新たな販路支援としてふるさと納税の特典に参画事業者の商品の活用する。</p>
	今後の取り組み方針	
<p>ブランド力向上には継続的活動が必要であり、顧客形成のためのイベントの他、WEBプロモーションやマスコミ等を活用した情報発信を積極的に行う。</p> <p>販路拡大のため那覇市内デパートや県産業祭り等の継続出店及び特産品コンテスト等への応募を行う。</p> <p>参画事業所と原料供給者である農家等の連絡調整を強化して商品化のためのマッチング等の向上を図る他、商品開発力、販路開拓ノウハウについて専門家の指導を行う。</p> <p>開発した商品を町内外に露出させ、かつカラベジブランドのプロモーションも同時に図る移動販売車を活用したアンテナショップ等の売場を確保し販路開拓及びブランド活動を強化する。</p> <p>これまでのカラベジ参画事業者を牽引するようリーディング事業者及び特産品を選定し、重点的に育成することでカラベジ参画事業者を全体を地域ブランドとして八重瀬町の知名度向上を図り地域活性化につなげる。</p>		

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



資金の 使途の 流れ、 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、企業組織、実績、知識等を勘案した上で選定しており、妥当であったと考える。 ・費目・使途については事業目的達成の観点から必要なものなのか等について額の確定時において支出等に関する書類により確認、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。	