

§ 1 事業の概要

§ 1 事業の概要

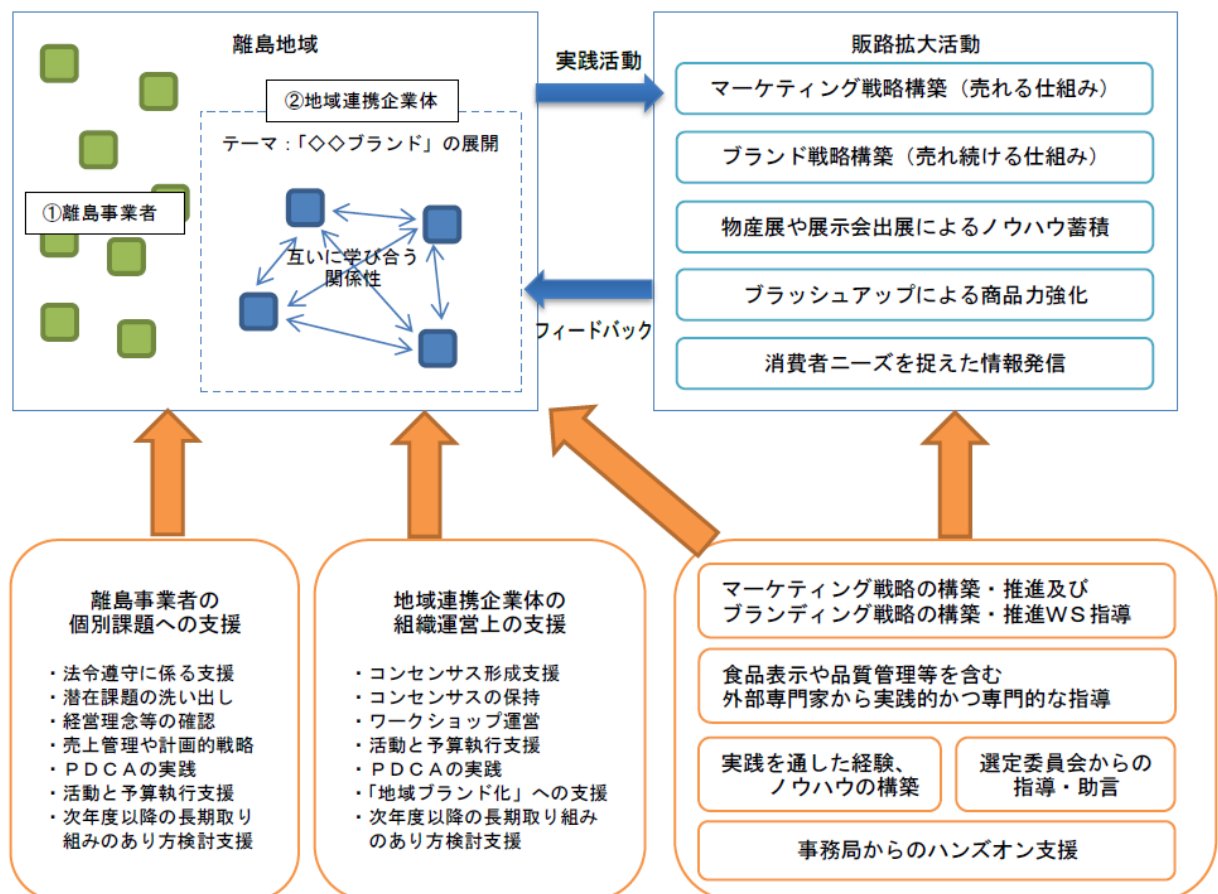
1. 事業の目的

多くの不利性を抱える離島地域における特産品等の販路拡大を促進し、離島における産業の振興を図るため、「令和2年度 離島特産品等マーケティング支援事業」（以下「本事業」という。）を実施した。

これまでに開発された離島の特産品等を対象として、受託業者及び外部専門家による支援等を行うことで、離島地域の企業等において販売戦略を構築するとともに、これを実施できる人材を育成することにより、当該特産品等の販売拡大を促進し、産業の振興を図ることを目的とする。

具体的には、「個別離島事業者型」と「地域連携企業体」の2タイプの補助事業者に対し、販売戦略の構築・実施等について、外部専門家による支援・助言を行うとともに、ICTを活用した販路拡大支援等を実施した。

図表 1 - 1 活動支援のイメージ



2. 事業の内容

本年度の補助事業者は、昨年度中に選定された個別離島事業者5者、地域連携企業体2団体に対し、支援を行った（図表1-2）。

各補助事業者に対しては、事業計画に並走するコーディネーターを配置し、現状課題の整理及び目的・目標の設定による成果の可視化、ハンズオン支援による多種多様な課題への柔軟な対応を行った。また、顕在化した課題への対応策はもちろんであるが、後に足元を揺るがす可能性のある潜在的課題に対しても、課題に合わせて外部専門家も交えたハンズオン支援を実施した。

加えて、本年度においては、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、都道府県をまたぐ移動の制限や各種イベントの開催中止が相次いだことから、補助事業者に対しICTを活用した販路拡大に注力できるよう支援を行った。

選定委員会（成果報告会）では、活動の総括として、本事業を活用して製作した成果品の展示を行うとともに、補助事業者の成果に対する評価と今後のブラッシュアップに繋がる助言等を行った。

さらに、成果報告会に合わせて、継続審査会及び次年度（令和3年度）の新規提案選定委員会を実施し、継続及び新規の補助事業者を同時に審査・決定を行った。このことによって、継続の補助事業者については切れ目のない活動の実施、新規の補助事業者については活動開始時期の早期化による効果的な活動の実施が見込まれる。その際、継続及び新規の提案を区別なく審査を行うことで、継続を希望する事業者については、採択されるためには一定の成果を上げることが求められる状況となった。

図表1-2 補助事業者の一覧

◆個別離島事業者型

No.	個別離島事業者名	地域（島）	テーマ
1	農業生産法人株式会社 オルタナティブファーム宮古	宮古島	「黒糖&島バナナスイーツ作り体験」を軸にした体験型観光農園のブランディング
2	浜口水産株式会社	伊良部島	伊良部島の勝負汁「鰹ちゅう汁」を県外へ売るぞ~!
3	有限会社ガーデンパナ	石垣島	もっと沖縄のハーブを身近に感じることが出来る調味料のセット
4	宮古島マイクロブルワリー	宮古島	宮古島からクラフトビールを発信
5	宮古木工芸	宮古島	宮古島の照葉木を使った食器の販路開拓及び販売拡大

◆地域連携企業体

No.	地域連携企業体名	連携する地域（島）	テーマ	構成員
1	宮古島インバウンド受入民間協議会	宮古島	“MiyakojimANIA” ～in-depth experience	(株) プラネット・フォー
				(株) かたあき
				宮古島ウェディング&プロデュース (株)
				(株) プロザウス
2	与那国島の手仕事の会	与那国島	風吹く島のむぬ	山口陶工房
				やまいとう工房
				よなは民具

3. 事業の執行体制

(1) 外部専門家の選定

外部専門家については、離島における特産品等の販路開拓を進める上で重要な5分野（①経営・地域経済、②品質管理・食品表示・商品開発、③観光振興、④販路開拓、ICT・ECの活用、⑤マーケティング・ブランディング）の専門家を選出した。

これらの専門家の中から、個々の補助事業者のニーズに応じて外部専門家の派遣を行った。

(2) 「選定委員会」の設置

以下の4つの役割を担う機関として「選定委員会」を設置した。

- ① 応募事業者・商品について、市場訴求力、提案の有効性、実効性及び所在離島地域への波及効果という軸を中心に、専門的・客観的・実践的な視点からの的確に評価し、令和3年度の補助事業者を選定すること。
- ② 採択した事業者が初期の目的を達成し得るよう、最終事業報告会の場を通して個々の補助事業者に対し、指導・助言をすること。
- ③ 本事業全体の具体的な改善課題等について、問題提起や方向づけを行うこと。
- ④ 最終報告会において、2年目の継続支援を希望する事業者の活動計画に対し、適切な助言をし、支援継続の可否を審査するとともに、令和3年度の補助事業者（候補）を決定すること。

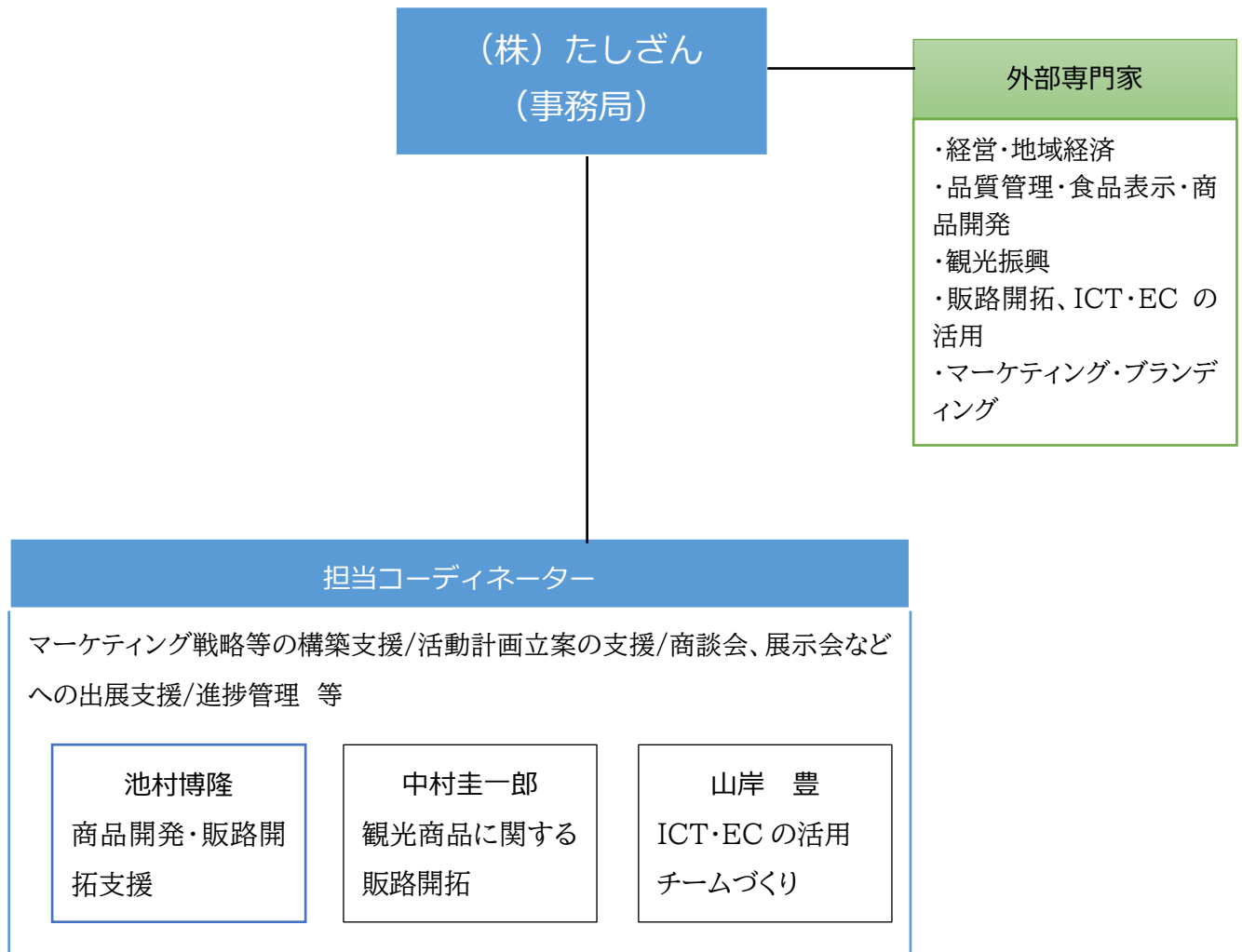
以上の役割から「選定委員会」は選出した5分野の外部専門家に加え、県内において準公的な立場から事業者支援に携わっている支援団体の代表者等により構成した（図表1-3）。

図表1-3

	氏名（敬称略）	専門分野	所属及び役職
委員長	宮平 栄治	経営・地域経済	公立大学法人名桜大学 国際学群 経営情報教育研究学系 教授
委員	親川 進	中小企業指導	沖縄県商工会連合会 専務理事
委員	高見 洋平	離島観光	一般社団法人沖縄観光コンベンション ビューロー 誘客事業部 国内プロモ ーション課 課長
委員 （外部専門家）	土屋 佳幸	マーケティング ・ブランディ ング	(株)博報堂
委員	鈴木 修司	工芸品	ゆいまーる沖縄株式会社 代表取締役 社長
委員	森田 賢	地域・離島行政	沖縄県 企画部 地域・離島課

(3) 事業推進体制

本事業では、(株)たしざんが事務局を担った。各補助事業者がそれぞれの事業実施計画を着実に推進することができるよう、本事業での支援を行うために、各種分野での必要な知識や経験を有し、事業者に寄り添い並走することが可能な担当コーディネーターを配置し、ハンズオンによる重点的な支援を実施した。さらに「外部専門家指導」及び「選定委員会」における実践理論面の指導・助言を行うことで、本事業の推進体制の充実を図った。



§ 2 支援の概要

§ 2 支援の概要

1. 支援の全体的枠組み

(1) 支援の概要

本事業の支援の概要は、図表 2-1 に示す通り、離島市町村（本部町、うるま市及び南城市の離島を含む）の個別の「離島事業者」や、離島事業者 3 者以上が連携した「地域連携企業体」を対象に、これまでに開発された離島特産品等を「離島ブランド」として確立するための、販売戦略の構築・推進を支援し、それに係る費用の一部を助成するものとなっている。

図表 2-1 本事業における支援の概要

支援内容	① 対象となる「離島ブランド」の販売戦略の構築、推進のためのハンズオン支援 ② 対象となる「離島ブランド」の販売戦略の構築、推進にかかる費用の助成 ※1件につき、補助対象経費の 10 分の9以内を沖縄県が直接助成 (個別離島事業者型 上限 108 万円、地域連携企業体型 上限 405 万円)
支援対象	【個別離島事業者型】 離島に本社や事業所を有する法人企業、個人事業者、協同組合等事業者の団体、特定非営利活動法人、その他法人格を有しない地域活動グループ等で、離島で特産品等を製造・販売していること。 【地域連携企業体型】 上記に該当する離島事業者 3 者以上を構成員とする団体であること。 尚、自治体、商工会、観光協会または地域活性化団体等の地域の核となる団体が、地域連携企業体の代表又は構成員となることも可とする。
支援件数	個別離島事業者 5 者、地域連携企業体 3 団体
支援期間	交付決定日：令和2年5月15日(金)～令和3年2月28日(日)

尚、本事業による補助は2年目までであり、令和3年度の支援を希望する補助事業者については、令和3年2月に実施した継続審査会において継続支援の可否を決定した。2年目の補助率は 10 分の8以内となり、補助の上限額も減額となる。

(2) 支援対象となる事業者の要件

本事業の支援対象となる事業者は、以下の要件をすべて満たしている必要がある。

- ①本事業を的確に遂行する能力を有し、かつ、本事業の遂行に必要な組織人員を有していること。
- ②本事業に係る経理その他の事務について、適正な管理体制及び処理能力を有していること。
- ③事業遂行にあたっては、応募者が主体性をもって知識等の習得や事業活動に取り組み、外部専門家や担当コーディネーターと連携する姿勢があること。
- ④本事業の目的である販路拡大の効果・成果を図る指標の「新規取引先増加数」の目標達成に向け、積極的な事業活動に取り組む姿勢があること。
- ⑤離島事業者ならびに地域連携企業体に属するすべての者が、県税等を滞納するなど法令に抵触していないこと。

- ⑥沖縄県暴力団排除条例第2条第2号に規定する暴力団員又は暴力団員と密接な関係を有する者に該当しないこと。
- ⑦補助事業に必要な事業許認可や免許等を取得済みで、PL 保険に加入していること。
- ⑧離島特産品等マーケティング支援事業による支援を累計して2年受けた連携体及びその構成員ではないこと。ただし、販路拡大に向けたマーケティング活動に関する新たな課題に取り組む必要があるなど、特段の事情が認められる場合には、この限りではない（最終的に、選定委員会において特段の事情があることが認められる必要がある）。
- ⑨本事業において提案する商品・サービスについて、本年度同様の内容で、他の公的な補助支援を受けているものでないこと。

(3) 支援対象となる「離島特産品等」の範囲

本事業の支援対象となる「離島特産品等」とは、以下の①～③であり、支援する「離島特産品等」は、離島事業者1者につき（地域連携企業体の場合は1構成員につき）、「1商品」（または「1つの商品ラインナップ」）である。

①特産品・・・次に掲げる条件のうちいずれか一つを満たす物

- ア. 離島に所在する製造拠点において、製品としての主たる加工等が施されている物。ただし、製造拠点が離島にあるだけで、本社等の所在地、販売元の所在地及び主原料の産地が全て離島外の場合は、この限りではない。
- イ. 製造拠点が離島外に所在する場合であっても、本社等の所在地、販売元の所在地及び主原料の産地が全て離島内にある物

図表2-2 対象となる特産品等の該当パターン

本社所在地	製造拠点	販売元所在地	主原料の産地	判定	対象	パターン
島内	島内	島内	島内	○	(ア)	1
			島外	○	(ア)	2
		島外	島内	○	(ア)	3
			島外	○	(ア)	4
	島外	島内	島内	○	(イ)	5
			島外	×		6
		島外	島内	×		7
			島外	×		8
島外	島内	島内	島内	○	(ア)	9
			島外	○	(ア)	10
		島外	島内	○	(ア)	11
			島外	×		12
	島外	島内	島内	×		13
			島外	×		14
		島外	島内	×		15
			島外	×		16

- ②民芸品・伝統工芸品・・・離島において生産若しくは収穫される材料等を用いて製造される物又は離島において伝統的に製造されている物
- ③観光商品・・・離島事業者によって離島への誘客を促進するために造成された観光メニュー

(4) 支援の全体像

本事業の狙いの柱は、ブランディング及び販路開拓活動を通して、支援対象の商品やサービスの「売りがつくれる」ようになるための実践的な知識やノウハウを習得してもらうこと及び販売（「売り」）そのものを支援することの2つである。

(5) 具体的な支援のメニュー

本事業における補助事業者への支援活動の内容（メニュー）は以下の通りである。物産展への出展や商談などの活動現場でのハンズオン支援まで、個々の活動計画に応じて必要な内容で適宜支援を実施した。

① 担当コーディネーターによるマーケティング戦略構築・推進及び販路開拓へのハンズオン支援

各プロジェクトに担当コーディネーターを配置し、それぞれの課題解決に向けた支援を行うとともに販路開拓等を支援

② ワークショップによる実践的な知識・技術の習得支援

各プロジェクトの課題解決にあたり、具体的なアプローチ方法を習得しつつ、解決策を実践に落とし込み事業を推進するため、また、地域連携企業体においては、離島ブランドの構築に向けた合意形成を図ることを目的に、少人数制でのワークショップを実施

③ 品質管理や食品表示などの法令遵守へのハンズオン支援

食品表示法改正に係る猶予期間が令和2年3月末までであったことから、専門家と連携し法令を遵守した食品表示が可能となるよう、ハンズオン支援を実施

④ 外部専門家による現地指導・助言

各プロジェクトが抱える課題や、事業推進にあたって必要とする分野の専門家をマッチングして現地へ派遣し、それぞれのニーズに沿った個別指導及び助言等を実施

⑤ 関係各機関との関係構築などへの支援

継続的に活動を展開していけるよう、各種支援機関や取引先等との関係構築を支援。また、組織として自走できる体制の構築を支援

⑥ 補助金関連の書類作成等にかかるハンズオン支援

交付申請及び活動報告に係る各種提出書類の確認、選定委員会におけるプレゼンテーショ

ンに対する助言、補助金の適正な執行に係る報告書の作成及び証憑類の管理等に関する指導等の実施

⑦補助事業者毎のマーケティング活動に対する各種支援

ア. ブランドロゴやキャッチコピー等の制作、各種販促ツールの作成支援

個別離島事業者の商品群のブラッシュアップや、地域連携企業体が構築する「離島ブランド」のロゴ等の制作、普及活動や補助事業者の販売促進活動に使用する各種ツール類（タペストリー、のぼり、ブランドブック、リーフレット等）の作成に係る、専門家や適正な外注先などをコーディネート

イ. 商品パッケージ、表示等の改良への取組み支援

市場調査の実施結果や外部専門家からの指導等を踏まえて、パッケージや表示等の改良を行うことを決定した補助事業者に対し、専門家や適正な外注先などをコーディネート

ウ. 物産展・イベント・卸商談会等への出展支援

「離島フェア」、「スーパーマーケット・トレードショー」、「エコプロ」など、物産展・イベント・卸商談会等での活動を支援

エ. テスト販売・市場調査支援

ターゲットを想定した実店舗等でのテスト販売や、消費者ニーズ把握等の市場調査に対する、担当コーディネーターによるハンズオン支援

オ. 各種プロモーション活動の実施への支援

広報等のプロモーション活動に対して、メディアへの情報発信やプレスリリース作成等を支援

カ. 販路開拓支援

補助事業者の取引先開拓への実践的な手法の助言や、営業活動への同行支援等を実施

2. 具体的な支援内容

(1) 外部専門家による指導

外部専門家による指導の実施概要を以下にまとめた。今年度は各コーディネーターによる指導が充実していたこともあり、外部専門家による指導を希望する補助事業者は、個別離島型事業者の3者にとどまった。詳細については、§3の「活動報告」に記載する。

図表2-3 外部専門家による指導の実施概要

<個別離島型事業者>

事業者	指導日	外部専門家	指導内容
浜口水産株式会社	R2.7/1	土屋佳幸 (株式会社博報堂)	・ブランディングに関する指導 ・ロゴ制作に関する助言
有限会社ガーデンパナ	R2.12/29	伊良皆 誠 (ゴーヤカンパニー 有限会社)	・原価計算の算出方法
農業生産法人株式会社 オルタナティブファーム 宮古	R3.1/14	加蘭 明宏 (有限会社沖縄体験 ニライカナイ)	・団体の受入方法に関する指導 ・サトウキビ体験メニューの販 路開拓に関する助言

(2) 選定委員会による助言・指導

年度末に成果報告会及び選定委員会を開催した。成果報告会においては、補助事業者の今年度活動の総括として活動報告を行うとともに、選定委員より今後の活動等に関する助言を行った。その具体的な内容については§3「選定委員会の成果と気付き」に整理をした。また、併せて継続審査及び令和3年度補助事業者の選定を行った。その詳細については、§4に記載する。

図表2-4 選定委員会の開催概要

会議名	開催日	会場	内容
成果報告会	R3.2/22	教職員共済会館 八汐荘	・補助事業者による成果報告 ・今後の活動に関する助言
選定委員会 (令和3年度補助事業)		1階屋良ホール	・令和3年度補助事業者(対象商品含 む)の選定 ・活動計画及び提案内容に対する助言

§ 3 補助事業者の活動

§ 3 補助事業者の活動

1. 活動の概要

(1) 各事業者の活動概要の整理

離島ブランド構築を核とした販路開拓の実践的な知識やノウハウを習得してもらうために、対象事業者に対し、外部専門家からの現地指導や遠隔指導等を行うとともに、イベントの企画等の際して、担当コーディネーターによるハンズオン支援を行った。また、自らの気付きと実経験などを通して学んでもらうことを重視し、実践後の振り返りや検証・改善に繋がるよう適宜、支援を行った。

(2) 補助事業者のブランド構築及び展開

本事業では、担当コーディネーターによる個別のハンズオン支援を中心に実施し、必要に応じ外部専門家による指導・助言を行った。その中で、各事業者が行う販路開拓に係る活動については、それぞれのブランドコンセプトをもとにした販促ツールやパンフレット等の制作、インターネットを活用した情報発信や販路開拓の手法等について助言・指導を行った。

各事業者のブランド構築及び展開の成果を図表3-1に整理する。

図表3-1 補助事業者の活動一覧

<個別離島型事業者>

個別離島型事業者名	支援対象	ブランドロゴ制作	商品改良	パッケージデザインの改良	食品表示の改訂	リーフレット等の制作	動画制作	HP制作	展示会等出展	商談	専門家招聘
農業生産法人株式会社 オルタナティブファーム宮古	観光商品		○				○			○	
浜口水産株式会社	特産品	○					○			○	○
有限会社 ガーデンパナ	特産品			○		○		○		○	○
宮古島マイクロブルワリー	特産品			○	○	○					
宮古木工芸	工芸品		○								○

<地域連携企業体>

個別離島型事業者名	支援対象	ブランドロゴ制作	商品改良	パッケージデザインの改良	食品表示の改訂	リーフレット等の制作	動画制作	HP制作	展示会等出展	商談	専門家招聘
宮古島インバウンド受入民間協議会	観光商品	○				○	○	○	○		○
与那国島の手仕事の会	工芸品	○							○		

令和2年度の支援対象商品は、大別すると観光商品と特産品に分類することができる。コロナ禍における観光商品はオンライン体験やオンラインコミュニティにみられるように、インターネットを活用した活動への転換が余儀なくされた。

特産品についても展示会等への参加の見通しが厳しい状況となり、パッケージデザインやリーフレットの改良等によるリブランディングによるブランド力の向上を図ることとした。

情報発信については、商品や島の魅力を伝える動画を製作し、SNSやHPでの発信等が強化された。

講師招聘についても、コロナ禍において地域間の移動が制限される中、オンラインによる指導・助言、勉強会等が行われた。