

## 「施策」総括票

施策展開	3-(9)-イ	県産品の販路拡大と地域ブランドの形成	
施策	①県外市場等における県産品の販路拡大		266頁
対応する 主な課題	○沖縄ブームや健康食品ブームの落ち着きに伴い、県産品の売上げが減少傾向にある中、今後は流行に左右されない県産品の開発や販路拡大、ブランド力強化が課題である。		
関係部等	商工労働部		

### I 主な取組の推進状況 (Plan・Do)

(単位:千円)

平成24年度				
主な取組		決算見込額	推進状況	活動概要
<b>○県内事業者の販売力強化</b>				
1	県産品拡大展開総合支援事業	187,305	順調	○県産品の販路拡大を総合的に支援するため、沖縄にバイヤーを招聘し商談会を実施するほか、現地に赴き商談会を実施した(バイヤー招聘・商談会4回、現地商談会2回)。(1)  ○泡盛の商品開発、販売展開等に係る企業支援事業4件及び付加価値向上に資する調査研究事業2件とも、計画に沿った活動が実施できた。また、プロモーションによる泡盛の認知度向上、体験度の向上が図られた。(3)
2	製造業振興物流対策事業	59,254	順調	
3	泡盛域外出荷拡大支援事業	148,359	順調	
4	コンテナスペースの借り上げ事業	711,624	順調	
<b>○物産展、商談会など県産品のPR支援</b>				
5	物産展や沖縄フェア、商談会の開催	219,205	順調	○県外市場での物産展及び商談会の開催や、沖縄フェア等に対するプロモーションの支援を行った(物産展10回、商談会2回、沖縄フェア1回)。(5)
6	優良県産品推奨制度の実施	2,801	順調	

様式2(施策)

7	県産品拡大展開総合支援事業	187,305	順調	○平成25年3月に東京幕張メッセで開催されたアジア最大級の食品・飲料専門展示会FOODEX JAPAN2013、Oishii JAPAN2012等に出展したほか、メディアを招聘し、全国週刊誌等に掲載するなど、県産品のPRを行った(見本市5回、メディア招聘1回)。(7)
8	産業まつりの開催	10,336	順調	

II 成果指標の達成状況 (Do)

(1) 成果指標

成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
1	泡盛の出荷数量	22,297kl (23年度)	22,163kl (24年度)	35,000kl	△134kl	-
	状況説明	泡盛の県外出荷数量は平成24年度は3,339klとなり、平成23年度3,282klを上回った。県内消費が前年度0.1%減と伸び悩んでいる一方で、沖縄フェア回数の増や首都圏の居酒屋で飲み方を提案するなどPRの強化が奏功し、平成24年度の出荷量のうち、県外向けは3,247klと0.1%増となり、全体の約15%を占める県外出荷量は年単位で8年ぶりに前年を上回った。				
成果指標名		基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
2	かりゆしウェア製造枚数	35万枚 (23年)	38万6千枚 (24年)	40万枚	3万6千枚	-
	状況説明	製造枚数は順調に増加。今後も県産品の展示即売会や商工会特産品フェアなどでPRし、目標達成に向け取り組む。				

(2) 参考データ

参考データ名	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
沖縄県物産公社総取扱額	6,626百万円 (22年度)	6,212百万円 (23年度)	5,984百万円 (24年度)	↘	-
那覇港の外買取扱貨物量	120万トン (23年)	111万トン (24年)	-	↘	-
優良県産品申請企業数	82社 (22年度)	89社 (23年度)	84社 (24年度)	→	-
沖縄の産業まつり入場者数	235,000人 (22年)	249,000人 (23年)	231,900人 (24年)	→	-

### Ⅲ 内部要因の分析 (Check)

#### ○県内事業者の販売力強化

・県が海外向け(香港等)航空コンテナを借上げて県内生産者等にそのスペースを提供し、輸送コスト低減を図っているが、将来的に輸出業者が行政の支援なしで取り組めるよう、さらに輸出量を増大させる必要がある。

#### ○物産展、商談会など県産品のPR支援

・現行の沖縄フェアは、民間企業との包括的連携協定に基づき開催することができているが、フェアでの売上げ、集客が見込まれなければ、継続できないことも考えられる。したがって、連携を深化させるだけでなく、沖縄県及び県産品の魅力を更にPRしていく必要がある。

・産業まつりは県産品の優先使用を喚起し内需を高めると共に、県外への情報発信の場となっていることから、県内消費者のニーズや県外市場の動向等を反映したイベントとなるよう、開催内容等について随時検討する。

### Ⅳ 外部環境の分析 (Check)

#### ○県内事業者の販売力強化

・製造業振興物流対策事業において、県産品の域外出荷拡大を図るため、共同輸送によるコスト最適化モデル事業を実施しているが、共同輸送の効果を増大させるには輸送量の増加が重要であるものの、物量の多い大手企業ほど既に確立した自社物流網の変更に抵抗を抱きがちであり、円滑な事業実施のネックとなっている。

・県外での泡盛の認知度は約9割と高いが、実際に飲酒したことのある人の割合が約2割といわれており、泡盛のブランド力の強化や付加価値の向上等の取組を継続して行う必要がある。

### Ⅴ 施策の推進戦略案 (Action)

#### ○県内事業者の販売力強化

・輸出量の増大を目指し、県産品の旬の時期に合わせたプロモーション、海外で開催される展示会、商談会と連動した海外バイヤーの招聘等を引き続き実施するとともに、海外展開に取り組もうとする県内生産者等に対し、戦略的な海外展開計画の策定について支援することを検討する。

・泡盛の域外出荷拡大を支援すべく、これまで行ってきた泡盛の特性を紹介する等のプロモーション等に加え、泡盛酒造所や酒類流通業者の新商品開発、販売促進にかかる戦略的な取組等の支援を行い、県外への出荷数量の拡大を目指す。また、沖縄県酒造組合等を通じて、調査研究で得た成果を各泡盛酒造所へ情報提供する機会を作り、泡盛の付加価値の向上に資する。

・共同輸送量増大のため、事業者ニーズや品種毎の物流環境により適合したモデルとする等、事業スキームの改善により実証実験参加事業者の拡大及び共同輸送利用貨物の増大に努める。

#### ○物産展、商談会など県産品のPR支援

・県産品の販売拡大のため、連携協定等の活用により、沖縄県及び県産品の魅力を今まで以上にPRし、現在、実施している沖縄フェアの継続、拡大を図っていく。

・産業まつりの実行委員会において開催内容や費用対効果等について検討し、時代のニーズに対応したイベントの開催を行なう。