

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進			
(施策の小項目)	○流通条件不利性の解消			
主な取組	農林水産物流通条件不利性解消事業	実施計画 記載頁	228	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	本土向けに出荷する農林水産物の輸送コストを直近他県と同一条件になるよう、沖縄ー本土間の輸送費の一部に対する補助を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	出荷に要する輸送コストの一部を補助 (対象品目:野菜、果樹、花き、水産物)					→	県
	担当部課 農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
農林水産物流通条件不利性解消事業	2,829,692	2,336,862	県産農林水産物を県外出荷する出荷団体の輸送費の一部を補助した(110件)。本事業により出荷団体の輸送コストの低減が図られ、前年度を上回る県外出荷量となった。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
出荷団体への補助			-	110件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成25年度は通年での事業実施となり、補助事業者である出荷団体は71団体から110団体に増加し、実績に応じて2,330,250千円の補助金を交付した。このことにより、出荷団体の輸送負担の軽減が図られ、出荷団体の県外出荷量は対前年比約15%増の50,300トンとなった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
農林水産物流通条件不利性解消事業	2,831,400	県産農林水産物を県外出荷する出荷団体の輸送費の一部を補助する。	一括交付金 (ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

本事業の効果検証のために、平成25年度において調査事業を実施した。平成24年度の効果の概要として、本事業導入の前後1年間を比較すると、大型台風の襲来があったものの、県外出荷量が約1割増加したことと、補助事業者である出荷団体において、出荷時期の拡大や出荷先の増加などの行動変化が発現したこと等である。

平成26年度においては、補助対象品目の見直しを実施し、肉用牛や豚といった畜産物をはじめ、花卉、果樹などの8品目を追加し、水産物の3品目を削除した。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
出荷団体の県外出荷量	43,700トン (H24年)	50,300トン (H25年)	—	↗	—
状況説明	平成25年度においては、冬場の低温による農産物の生育不良により、出荷団体の計画出荷量よりも県外出荷実績が落ち込んだものの、対前年比約15%増の50,300トンの増加となった。出荷団体においては、本事業をとおして、輸送コスト負担の軽減が図られ、県外出荷が促進されたものと考えている。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・本事業の事業効果の検証では台風等の自然災害や市場価格変動等、外部要因による県外出荷実績の落ち込みも考慮する必要がある。
- ・より効果的な事業の実施を図るため、補助対象品目については、沖縄の優位性を生かし、生産拡大や付加価値の向上が期待される品目に適宜見直す必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・本事業の事業効果の検証では、県外出荷量以外に、出荷団体の県外出荷への取組みや生産拡大の実施状況等も事業効果として捉えられるか検討する。
- ・補助対象品目については、品目毎の生産量・県外出荷量の推移を中期的に分析し、優先度を考慮しつつ、補助対象品目の選定等を検討していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・本事業の効果を示す指標について、補助事業者である出荷団体の県外出荷量以外の指標を検討し、多角的な効果検証につなげる。
- ・補助対象品目の見直しにおいては、本事業の効果検証を進めながら、関係課等と協議し、意見の集約に努め、生産拡大や付加価値の向上が期待できる品目の追加や、県外出荷量の少ない品目等の削除を検討していく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進			
(施策の小項目)	○生鮮食品の品質の保持			
主な取組	特産果樹流通モデル構築事業	実施計画 記載頁	229	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	マンゴーの流通段階で発症する炭疽病や輸送中の品温上昇に伴う品質劣化等を防ぐための鮮度保持技術の研究開発						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
							県
	鮮度保持技術の研究開発						
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
特産果樹流通モデル構築事業	1,587	1,263	①病害に対する消費者アンケート・ニーズ調査 ②炭疽病検出技術の開発	県単等
活動指標名			計画値	実績値
消費者・仲買人へのアンケート調査数			—	100人
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	アンケート・聞き取り調査により、炭疽病に対する正確な情報発信の必要性と病徴を出さない対策が急務であることが把握できた。 微小な病斑の検出方法の検証を行うことで、炭疽病果の評価(価格)の低下を未然に防ぐ一途を導いた。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	当該事業で実施したアーウィンの炭疽病検出法について、他の事業において、他品種についても適応検証を実施していく。	—

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

温水洗浄法によるマンゴー輸送病害防除技術の確立にむけて温水洗浄処理の検証を実施したところ、軸腐病に対して防除効果を示し、また、収穫から6時間以内に処理する必要性も確認できた。調査した生産者も温熱洗浄処理の効果を確認し、生産現場に導入する際の問題点等も抽出することができた。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
マンゴー出荷量	1,436t (H21年)	1,622t (H22年)	1,550t (H23年)	→	—
状況説明	マンゴー出荷量は、ほぼ横ばいの状況であるが、病害対策に係る検証を行うことで長時間輸送に対応でき、出荷量の増加が期待できる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・炭疽病果の評価(価格)は、病斑が多くなるほど低下し、消費者と買受人の評価についても、差異がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・消費者に対して炭疽病に関する正確な情報伝達が必要であり、品質管理を向上させるためには病果の判定技術を検証する余地がある。

4 取組の改善案(Action)

・炭疽病果の実用的判定技術の確立、マンゴーの品質管理技術の向上を図るため、マンゴーの品質に関する継続課題については他事業に組み入れ取り組んでいく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化	
施策	①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進		
(施策の小項目)	○生鮮食品の品質の保持		
主な取組	中央卸売市場活性化事業	実施計画 記載頁	229
対応する 主な課題	○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。 また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	消費者に鮮度の高い青果物を供給することで、市場を経由する青果物の販売拡大を図るため、県中央卸売市場に低温管理施設を整備する。 又、県中央卸売市場に出荷される県産農産物を、県内実需者(学校給食、ホテル、小売店等)を対象として長期安定的に供給できるようにするため、市場に冷蔵配送施設を整備し、加えて、冷蔵配送車を導入し、産地から消費地までをコールドチェーン化することにより青果物の高品質化を図る。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	低温管理 施設整備 710㎡	配送センターを兼ねた 冷蔵施設整備(2,356㎡) ・冷蔵配送車の導入 出荷情報システム		電動フォークリフトの導入		→	
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
中央卸売市場活性化事業	70,065 (47,458)	60,360 (45,117)	低温管理施設については、機器能力や施設規模等について見直しを行ったため事業を繰越し、平成25年度に実施した。 出荷情報システムについては、市場関係者と導入に向けて協議を行ったが、詳細について再検討することになった。 冷蔵配送施設の実施設設計を行った。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
中央卸売市場の青果物の取扱量			-	6.2万トン
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	青果売り場に冷蔵機能を強化した低温管理施設を408㎡整備し、既存の施設では対応出来なかった、葉野菜等の鮮度保持が可能となった。 又、県中央卸売市場に出荷される県産農産物を、県内実需者(学校給食、ホテル、小売店等)を対象として長期安定的に供給できるようにするため、冷蔵配送施設整備の実施設設計を行った。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
中央卸売市場活性化事業	665,001	県産農産物を県内実需者(学校給食、ホテル、小売店等)を中心に安定的に供給するため、中央卸売市場に配送センターを兼ねた冷蔵施設を整備する。加えて、冷蔵配送車を導入し、産地から消費地までをコールドチェーン化することにより低温管理による青果物の高品質化を図る。 出荷情報システムの市場導入の必要性等について検討を行う。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

消費者に鮮度の高い青果物を供給するため、産地から消費地までをコールドチェーン化できるよう、冷蔵配送施設の整備、冷蔵配送車の導入を計画した。
又、冷蔵配送施設の効率的な運用を図るため、卸売業者等、市場関係者から意見聴取を行い、実施設計に反映した。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
県中央卸売市場の青果物の取扱量	7.4万トン(19年)	6.2万トン(25年)	7.4万トン(28年)	△1.2万トン	818.1万トン(22年)
県中央卸売市場の花きの取扱量	64,677千本(19年)	52,521千本(25年)	65,000千本(27年)	△12,156千本	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
-	-	-	-		-
状況説明	近年の消費者ニーズの多様化、農林水産物流通チャネルの多様化等社会経済環境の変化を背景に、卸売市場の取扱い実績が減少傾向にあるが、低温管理施設の整備及び冷蔵配送施設の整備により、流過程における鮮度保持の拡充を図り市場取扱量の増加に繋げていきたい。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・生産者及び実需者を中心に、食の安全安心を確保する観点から卸売市場におけるコールドチェーンシステムの確立が求められている。
- ・コールドチェーンシステムの確立のため、流通環境における適切な温度管理の徹底を図る必要がある。
- ・コールドチェーンシステムを安定的に運用するため、流通コストの低減を図る必要がある。
- ・出荷情報システムについては、市場関係者と導入に向けて協議を行ったが、詳細について再検討することになった。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・コールドチェーンシステムの導入において、鮮度保持を図る観点から、冷蔵配送施設は、原則として外気の影響を極力遮断する閉鎖型の施設とする必要がある。
- ・市場への搬入、市場からの搬出についても冷蔵配送車を導入し、生産者から実需者まで一貫した鮮度保持を図る必要がある。
- ・共同配送の導入など、物流の効率化を図り、流通コストを低減する。
- ・出荷情報システムの目的、必要性等について市場関係者と意見交換を行う。

4 取組の改善案(Action)

- ・施設の運用体制について効率的かつ円滑な運用が図られるよう、市場関係者と協議を行い連携を強化していく。
- ・生産者や実需者のニーズの変化に対応できるよう、流通状況の把握に努め、コールドチェーンシステムの確立を図る。
- ・市場取引における情報システムのあり方について検討を行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化
施策	①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進	
(施策の小項目)	○生鮮食品の品質の保持	
主な取組	卸売市場対策事業費	実施計画 記載頁 229
対応する 主な課題	○県産農林水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。 また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。	

1 取組の概要(Plan)

取組内容	①県内卸売市場の健全な運営を確保するための指導監督等。 ②県中央卸売市場における取引の円滑化及び活性化を図るため、中央卸売市場精算株式会社が買受人に代わって卸売業者に一時立替払いを行うために必要な資金の貸付。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	県内卸売市場の運営指導 中央1、地方3、その他19					→	県
	販売促進対策資金貸付 1ヶ所(中央卸売市場)						
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
卸売市場対策事業費	167,880	167,443	県中央卸売市場における取引の円滑化及び活性化を図るため、沖縄県中央卸売市場精算株式会社が買受人に代わって卸売業者に一時立替払いを行うために必要な資金の貸付を行い、当該資金を原資として、約90億円の立替え払いを行った。 又、運営指導については、条例及び規則の規定に基づき、適宜、助言等を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
立替払い実績(平成24年度)			-	9,414百万円
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	市場をとり巻く環境の変化から市場取扱量は減少傾向にあるが、市場活性化に向けて取り組んでいるところである。 貸付金を原資として、銀行から貸付金の3倍の協調融資枠を設定することにより、中央卸売市場における取引の円滑化を図ることができた。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
卸売市場対策事業費	167,881	県中央卸売市場における取引の円滑化及び活性化を図るため、中央卸売市場精算株式会社が買受人に代わって卸売業者に一時立替払いを行うために必要な資金の貸付を行う。 又、条例及び規則の規定に基づき運営指導を行う。	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

他県中央卸売市場における、指定管理者制度の導入状況を調査し、導入による効果について検証を行っている。検証結果を踏まえ、今後の市場管理、運営のあり方について引き続き検討を行う。
 更に、沖縄県中央卸売市場整備計画に基づき、取扱数量の変化、商品形態の変化、小売形態の変化、情報化の進展、食品の安全性の確保等の課題に対応するため検討を行っている。
 又、水産物卸売市場においては、施設の老朽化や市場用地及び停泊地の狭隘化が著しいことから、市場の移転と統合を含め検討を行っている。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
県中央卸売市場の青果物の取扱量	7.4万トン (19年)	6.2万トン (25年)	7.4万トン (28年)	△1.2万トン	818.1万トン (22年)
県中央卸売市場の花きの取扱量	64,677千本 (19年)	52,521千本 (25年)	65,000千本 (27年)	△12,156千本	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
地方卸売市場の取扱量 (水産3市場)	7,894トン (22年)	7,806トン (23年)	7,150トン (24年)	↘	-
状況説明	近年の消費者ニーズの多様化、農林水産物流通チャネルの多様化など、社会経済環境の変化を背景に、卸売市場取扱い実績が減少傾向にあるが、生鮮食料品の流通における卸売市場の役割は大きいことから、現状の取組と併せて、市場機能の強化を図れるよう、市場関係者との連携を図っていく。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・近年の消費者ニーズの多様化、農林水産物流通チャネルの多様化など社会経済環境の変化を背景に、卸売市場取扱量が減少傾向にある。
- ・具体的に生産者や実需者のニーズがどのように変化しているのか把握し、卸売市場の取引きにどのような影響を与えているのか検証する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・取扱数量の減少など、卸売市場を取り巻く状況は厳しいが、卸売市場は生鮮食品等の流通の基幹的インフラであることから、生産者及び実需者のニーズに的確に対応し、改善を図っていく必要がある。
- ・各市場における取扱品目、取扱量、取扱金額の推移から、増減理由について検証し対応策を検討する。

4 取組の改善案(Action)

- ・開設者及び市場関係者が一体となって、それぞれの卸売市場の位置付け・役割、将来の需要・供給予測を踏まえ、市場運営のあり方を検討し、経営展望を策定するなど、卸売市場としての経営戦略の確立に努める。
- ・流通環境の変化について検証の上、必要な対応策を講じることにより、卸売市場の機能強化を図り消費者や実需者のニーズを満たすよう努める。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進			
(施策の小項目)	○畜産流通体制の整備			
主な取組	家畜市場情報伝達・提供システム構築事業	実施計画 記載頁	229	
対応する 主な課題	○肉用牛購買者に高く評価される市場性の高い優良子牛の生産拡大を目指し、担い手育成および生産者への技術普及を効率よく行い生産・流通等を網羅した総合的な支援システムのネットワークを活用した取り組みが必要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県外購買者等に対し、県内の家畜セリ市場の実施状況等をライブ配信することにより、県内家畜セリ市場における取引状況及び上場家畜の血統情報をリアルタイムで提供する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		県内8市場 情報伝達シ ステムの構					県 公社
担当部課	農林水産部 畜産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
家畜市場情報伝達・提供システム構築事業	0	0	平成24年度に県内8つの家畜市場において、取引状況や上場家畜の血統等の情報伝達・提供システムを構築した。 南部家畜セリ市場を始め県内8市場において、整備したシステムを活用し、家畜競り市のライブ配信を実施。 本システムの構築については平成25年度に実施予定であったが、事業実施団体の要望により平成24年度に実施することとなった。	—
活動指標名			計画値	実績値
家畜市場情報伝達・提供システムの構築			8市場	8市場
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成24年度事業完了し、県内8つの家畜市場において、情報伝達・提供システムを構築した。 H25年度は家畜セリ市のライブ配信等を実施し、県外購買者、県内関係団体への情報発信を実施。 情報発信により、県外購買者等に対し、県内家畜セリ市場の取引情報や上場家畜の血統情報をリアルタイムで提供することが可能となった。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
家畜市場情報伝達・提供システム構築事業	—	平成24年度事業完了し、県内8つの家畜市場において、情報伝達・提供システムを構築した。 H26年度も前年度に引き続き家畜セリ市のライブ配信等を実施し、県外購買者、県内関係団体への情報発信を実施。	—

(3) これまでの改善案の反映状況

事業自体は平成24年度に完了しているため、前年度同様、事業により整備したシステムを活用し情報発信等の取組を推進する。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
家畜頭数	162,157頭 (22年)	146,208頭 (24年)	175,400頭 (28年)	△13,243頭	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
家畜市場情報伝達・提供システムの構築	0	8施設 (24年)			
状況説明	平成24年度事業完了し、県内8つの家畜市場において、情報伝達・提供システムを構築した。平成25年度よりシステムの供用を開始した。 本システムの供用により、県外購買者の誘致等がスムーズに行うことが出来、県内家畜セリ市場の取引が活性化され、飼養頭数の増加が期待される。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・本事業によって構築されたシステムを有効活用し、肉用牛購買者に高く評価される市場性の高い優良子牛及び優良血統の分析・把握を行い、関係機関と連携し、県内生産者への技術指導を行う必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

新規購買者等への周知を行うことにより、本県の優良子牛の情報発信が可能となり、新規購買者開拓等へ繋がる。

4 取組の改善案(Action)

本事業によって構築されたシステムを有効活用するため、市場性の高い優良子牛及び優良血統の分析・把握を行い、関係機関と連携し、県内生産者への技術指導を行う必要がある。
また、県内家畜セリ市場のPRのため県外購買者、県内関係団体への情報発信を引き続き実施するとともに、新規購買者等への周知・開拓を行う必要がある。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進			
(施策の小項目)	○畜産流通体制の整備			
主な取組	県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業	実施計画 記載頁	229	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産豚肉流通保管施設 ・設置(H25.3.31) ・供用開始(H25.5.1) アグートレサビリティシステム開発および試験運用 ・個体管理頭数5,000頭 ・生産農場から卸事業者までのシステム開発完了						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	0頭 個体管理頭数			→	2万頭		県 民間等
	トレーサビリティシステムの構築によるアグー豚の個体管理					→	
	県産豚肉流通保管施設の設置(1カ所)						
担当部課	農林水産部畜産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業	137,340	135,907	アグートレサビリティシステム開発 県産豚肉流通保管施設設置	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
個体管理頭数			5千頭	5千頭
アグートレサビリティシステム開発			—	生産段階から卸段階でのシステム構築
県産豚肉流通保管施設設置			1施設	1施設
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	流通保管施設を利用しながら、香港現地のハイミドル量販店向けに県産豚肉の販促を実施した結果、輸出量は前年度の26.6Tから48.4Tに増加した。また、トレサ事業については生産段階でから屠畜段階までシステム構築が完了した。これらの流通対策の強化により、国内外における県産食肉の需要拡大とブランド力の強化が見込まれる。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業	146,538	トレサビリティ事業についてはと畜から流通段階でのシステム開発および実証検証を実施する。また流通保管施設について運用開始するとともに販促等の実証検証を実施する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

流通保管施設が稼働したため、販促活動の自由度が増え、積極的な販促活動へつながった。また、他部局や畜産振興公社等の事業活用できたことから目標以上の成果が得られた。トレサについても生産者等の現場でのそれぞれの運営状況を聞き取りながら適当な方法を組み合わせを実施し、ある地点までは個体管理、その先はロットという風に事業者が負担のかからない方法をさぐった結果、トレサシステムの意義を損なうことのないもので構築している。

流通保管施設については、順調に稼働しているため、現状課題的なものはなく、改善案は立案していない。トレサシステムについても流通段階までのシステム構築は本年度より開始するものであり、基本システムのソフト面での本格運用および検証は次年度以降となるため、課題は明確になっておらず、現状における改善案は立案していない。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
食肉加工施設における処理頭数	1,548頭/日 (22年)	1,405頭/日 (25年)	1,728頭/日	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
県産豚肉の輸出量	20.3t (23年)	26.6t (24年)	48.4t (25年)	—	—
状況説明	本県の地域資源であるアゲブランド豚については、全国的にもその知名度が高く、本事業によるブランド力の確立が求められている。 また、県産豚肉の海外輸出については、着実に伸長している状況であり、本事業により更なる需要拡大が期待されている。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・香港流通保管施設については昨年度と同様、現地倉庫周辺賃貸相場が値上がり傾向にあり、継続的に利用する上で委託事業費内での事業遂行がきびしくなっている傾向がある。昨年度については補正で対応し、本年度についてはある程度の上昇幅を見越して事業をスタートしている。事業者も昨年度の経験があることからフェアに頼らない効果的な事業展開が実施可能となっている。

トレサ事業についてはと畜から流通段階での現行の豚のトレサ処理方法について事業者間での意識の温度差があり、トレサを行う上でいくつか障壁がある。昨年度は全体的な説明会で実施していたためなかなか溝がうまらなかったが、本年度は個別に丁寧な事業調整をしながら全体として適当な方法を検討する方法をとる。

・畜産物の海外販路拡大に向けて、定時定量という市場ニーズへの対応が求められている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

本年度については施設の効率的運用のため県産食肉の流通量を増加させる施策が必要。そのため販促活動を推進する必要がある。

トレサ事業については豚の個体管理ということを目的としているが、現実的なトレサ体制の構築が必要。

4 取組の改善案(Action)

- ・本年度について販促活動を推進する必要がある。委託事業費ではまかないきれないため、他課あるいは公社業等を活用して、展開する。
- ・トレサについては豚の個体管理ということを目的としているが、豚の生産流通の特性からロット管理(最小単位は生産農家)への展開も視野に入れる。
- ・畜産物の海外販路拡大の体制整備に向けて、流通保管施設によるストックシステムを構築し、市場ニーズに対応した定時定量供給を図る。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進			
(施策の小項目)	畜産流通体制の整備			
主な取組	ミートパッケージセンター整備事業	実施計画 記載頁	229	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の加工については、県産食品メーカーを中心に県産農林水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産農林水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による農林水産物の高付加価値が重要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	低価格で取引されていた経産牛の高付加価値及び農家所得向上を目的とし、南城市に部分肉処理加工施設を整備する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	1,135頭 部分肉処理頭数	1施設			→	4,700頭 (H29目標)	県 公社 農協等
	食肉加工処理施設の整備						
担当部課	農林水産部 畜産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
部分肉処理加工施設整備事業	0	0	平成24年度に部分肉処理加工施設の整備を行い、平成25年度より供用開始となった。本施設については平成25年度に整備予定であったが、JAおきなわ等各関係機関の要望により平成24年度に整備することとなった。部分肉処理頭数については、主に搬入される経産牛がセリ価格高騰の影響により県外等へ流出したため計画は達成出来なかった。	各省 計上
活動指標名			計画値	実績値
部分肉処理頭数			2,500頭	1,204頭
部分肉処理加工施設の整備			1施設	1施設
推進状況	平成25年度取組の効果			
やや遅れ	平成24年度(平成25年3月)、事業完了し、平成25年度より供用開始。平成25年度の部分肉処理頭数については、平成24年度より繁殖経営農家及び各関係機関等へ施設の供用開始等の周知を行ったが、経産牛のセリ価格高騰等の影響により経産牛が県外等へ流出し、計画は達成出来なかった。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
部分肉処理加工施設整備事業	0	部分肉処理頭数の確保に向けて、引き続き繁殖経営農家及び各関係機関等への周知を行う。	—

(3) これまでの改善案の反映状況

施設の整備については平成24年度に完了、平成25年度より供用開始している。
 平成25年度の部分肉処理頭数については、繁殖経営農家及び各関係機関等に対し、農家説明会の実施や事業実施団体であるJAおきなわのHPにおいて周知を図るも、経産牛のセリ価格高騰等の影響により経産牛が県外等へ流出し、計画値より少なかった。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
家畜頭数	162,157頭 (22年)	146,208頭 (24年)	175,400頭 (28年)	△13,243頭	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
部分肉処理頭数の推移	0 (24年)	1,204頭 (25年)	—	↗	(〇〇年)
状況説明	平成24年度に施設整備を実施。 平成25年度より供用開始となり、施設利用の周知を図ったが経産牛のセリ価格高騰の影響により処理頭数は計画値より少なかった。 経産牛のセリ価格下落時等においても、低価格で取引される経産牛の高付加価値により農家所得向上が見込まれ、家畜飼養頭数の増加に繋がる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・部分肉処理加工施設では経産牛の搬入が主となる。現在、経産牛についてはセリ価格が高騰し、県外等へ流出しているため、部分肉処理加工施設へ搬入される頭数が少ないため処理頭数が計画値を達成出来ない。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・経産牛のセリ価格高騰が続く現状においては県外等への流出は不可避であるが、今後も繁殖経営農家等への施設利用について周知を図り処理頭数の増加に繋げる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・事業実施団体であるJAおきなわ等各関係機関によりパンフレット配布等により繁殖経営農家等への周知徹底を図る。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化	
施策	①物流体制の整備及び輸送コストの低減対策の推進		
(施策の小項目)	○水産物流通基盤の整備		
主な取組	水産物流通基盤整備事業	実施計画 記載頁	229
対応する 主な課題	○県産水産物の流通については、本県が首都圏等大消費地から遠方に位置し、また離島も多く抱えていることから、輸送に係るコスト及び時間は他県と比較して負担が大きい。また、流通過程における鮮度保持等が課題となっているため、卸売市場機能の強化が必要である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	本県唯一の第3種漁港である糸満漁港において、流通拠点としての衛生管理対策を図るため、高度衛生管理型荷捌施設や関連する漁業施設の整備を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		1施設	卸売市場 開設				県
糸満漁港における高度衛生管理型荷捌施設等の整							
担当部課	農林水産部 漁港漁場課(水産課)						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
空飛ぶ美ら魚流通拠点構築推進事業	4,012	2,844	高度衛生管理型荷捌施設をはじめとする水産物流通拠点整備の必要性について関係団体の認識を高めるため、先進地現地研修の実施、衛生管理等への取り組みの実態把握等を支援した。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
糸満漁港における高度衛生管理型荷捌施設等の整備			1施設	0施設
推進状況	平成25年度取組の効果			
大幅遅れ	水産物流通拠点の構築に向けて、水産関係団体が実施する衛生管理に関する先進地研修によって先進地市場の衛生管理や鮮度管理の取り組みの実態把握等を支援することができた。その結果、衛生管理や鮮度管理の重要性を認識し、高度衛生管理型荷捌施設をはじめとする水産物流通拠点整備の必要性に対する認識を高めることとなった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
新市場基本設計事業	17,550	糸満漁港に市場機能を移転させるため、市場移転に係る各関係団体(市場開設者団体、生産者団体、買受人団体等)と調整を行いながら、高度衛生管理型荷捌施設等の基本設計を行う。	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

市場移転に係る各関係団体(市場開設者団体、生産者団体、買受人団体等)と調整を行っており、合意形成が進んでいる。また、沖縄県水産物流通問題検討会等で移転後の市場関連施設について議論を進めており、移転に向けて着々と前進している。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
水産卸売市場の取扱量	14,228トン (22年)	15,688t (24年)	14,228トン	1,468t	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
-	-	-	-	-	-
状況説明	本県は優良なマグロ漁場を有し、県外からもマグロを求めて多くの船がやってくるが、県外船は県内へ水揚げせず、県外で水揚げするケースが多々見受けられる。そのため、高度衛生管理型荷捌施設をはじめとする水産物流通拠点を整備し、水産物の付加価値を高めることにより、県外船水揚げを誘致する。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・本事業は泊漁港にある市場を糸満漁港へ移転することを前提としているが、現段階では市場移転に係る各関係団体の合意形成は進んでいるものの、まだ最終合意には至っていない状況である。市場移転に係る各関係団体のそれぞれの意見、要望があるため、各関係団体がそれぞれがある程度納得いくよう協議を重ねる必要がある。
- ・合意形成後は、高度衛生管理型荷捌施設をはじめとする市場関連施設が速やかに整備できるよう、各関係団体と調整を進める必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・移転についての理解を深めるため市場移転に係る各関係団体で協議する頻度について見直す。
- ・関係漁協の合意形成が図られるよう、関係各課と連携して働きかけていく。

4 取組の改善案(Action)

- ・施設建築課等、施設整備に向けて関係各課と連携しつつ、市場移転に係る各関係団体に対しては、本県の水産業振興の観点から市場移転の必要性を説明し、引き続き、合意形成に向けて働きかけていく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	①農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○水産物流通基盤の整備			
主な取組	水産業構造改善特別対策事業	実施計画 記載頁	229	
対応する 主な課題	○県産水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による水産物の高付加価値化が重要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	生産基盤施設、水産業近代化施設、漁村生活環境の改善施設、漁業者の組織的な活動の促進等、本県水産業の構造改善に必要な事業を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	5箇所 施設整備				→	→	県 漁協等
	各産地漁港等における流通関連施設等の整備						
担当部課	農林水産部 水産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
水産業構造改善特別対策事業	1,347,822 (繰越 458,840)	617,641 (繰越 382,324)	県内8地区(与那原、糸満、北大東、等)において、水産物加工処理施設、水産物鮮度保持施設、漁船保全修理施設等の整備を進め、計画値12箇所に対し、実績値6箇所となった。	各省 計上
活動指標名			計画値	実績値
施設整備			12箇所	6箇所
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	県内6箇所において、水産物鮮度保持施設及び水産物加工処理施設、漁船保全修理施設を整備した。残り6箇所については、計画策定の遅れ等により翌年度へ繰越を行った。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
水産業構造改善特別対策事業	1,570,335 (繰越 821,139)	県内9箇所において水産物加工処理施設、鮮度保持施設、漁船漁業作業保管施設、地域産物販売・提供施設等の整備を行う。	内閣府 計上

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

公募に際する国の意向について、変更指示等へ速やかに対応できるよう、実施主体から適宜情報を収集した。また、事業を円滑に進行するため、市町村への指導および進捗管理を行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
水産卸売市場の取扱量	14,228トン (22年)	15,256トン (23年)	14,228トン (28年)	1,028トン	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
漁業生産量	28,649トン (21年)	24,489トン (22年)	29,235トン (23年)	→	469万トン (23年)
状況説明	漁船保全修理施設及び水産物鮮度保持施設、水産物加工処理施設などの生産及び流通基盤の整備を行い、漁業者の所得の向上と6次産業化を推進した				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・H24年度は、実施主体から国への事業公募時における計画の作成と調整に時間を要したため、いくつかの事業で繰越が生じた。H25年度はスムーズに事業を進行するため、実施主体から適宜情報を収集した。また、市町村への指導および進捗管理を行った。一方で、H25年度の一部事業においては、事業進行時に進捗が遅れ、一部繰越となった。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・事業進行時にも、実施主体、関係市町村とより密接に連絡を取り、きめ細やかな進捗管理を行う必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・事業進行時の進捗管理のため、市町村への連絡及び進捗報告提出の頻度を高める。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○県内外市場への販路開拓			
主な取組	沖縄県産園芸農作物販売促進事業	実施計画 記載頁	229	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県内外の大消費地等において、県産農林水産物の販売促進活動を実施し、優位販売と消費拡大を促進することにより、本県農水産物の振興に資する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	6回 キャンペーン実施 数				→	→	県
	販売促進活動(キャンペーン等)の実施						
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄県産園芸農作物販売促進事業	8,104	8,104	①JAなど生産・流通団体と連携した県内外消費地でのマンゴーのトップセールス等の販促キャンペーン(50回) ②F1、F2層をターゲットにした女性誌への県産食材の広告掲載。パインアップルの新規ポスター等の販促資材の制作(7件)	県単等
活動指標名			計画値	実績値
キャンペーン実施数			40回	50回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	県内外で24年度と同程度の50件の販促キャンペーンを行い、戦略品目を中心とした農産物の販路強化に取り組み、沖縄ブランドを強化した。 新たな取組として、食に対するこだわりの強い30代から40代女性をターゲットとした女性誌への広告掲載(3件)を行った。県外在住の女性に対して健康食として県産食材を訴求することで、沖縄ブランドの魅力拡大を図った。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄県産農林水産物販売促進事業	8,104	①JAなど生産・流通団体と連携した県内外消費地での販促キャンペーン ②各方面への広報や販促資材の制作	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

県外ではJAや流通業者と連携したキャンペーンを実施し、県内においてはゴーヤーの日における名護市やパインの日における東村の取り組み等市町村10団体に対して販促に係る協賛を行った。
販促効果向上のために、首都圏在住のマネキンを対象とした県産野菜セミナーを開催した。
25年度はマンゴーの生産増が見込まれたため、東京・大阪といった大消費地において販促キャンペーンを実施し、出荷先の確保とともに県産マンゴーのブランド価値向上を図った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数	14品目 (H22年)	14品目 (H23年)	17品目 (H28年)	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
農業産出額	924億円 (H22年)	800億円 (H23年)	877億円 (H24年)	→	83,462億円 (H23年)
状況説明	平成24年の農業産出額は877億円で、昨年に比べ約77億円の増加となった。マンゴー等は減少したものの、さとうきびや葉たばこ、肉用牛等は増加した。台風等気象条件の影響は受けつつも、県内外販売を促し、産出額の維持・増加に対して一定の成果をあげている。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・24年度末のキク価格の暴落にみられるように、天候に大きく影響される県産農林水産物の出荷量・取引価格は流動的である。
・県産野菜の多くは冬場に旬を迎え、県外へも出荷されているが、夏野菜としてのイメージが強いため冬場の食材としての認知度は低い。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・価格低下や生産増が予想される品目については、販路確保や消費拡大のために、継続的な販促活動を実施する必要がある。キャンペーンの地域、回数を維持しつつ、より広告効果の高い活動が求められる。
・首都圏を中心とした大消費地において、県産野菜の旬に合わせた販促活動を行い、冬春期の野菜産地としての認知度向上を図る。特に冬場は他県産が弱いため、リレー産地として固定化できれば安定的な県外需要が見込める。

4 取組の改善案(Action)

・価格・出荷量の大幅変動が見込める品目に対して県内外の消費地で早めの販促活動を仕掛ける。「〇〇の日」に合わせたイベントのほか、トップセールスなどよりPR効果の高い活動を実施する。
・JAや県外流通業者と連携して、県外需要のある旬の県産野菜を積極的にPRし、新規販路を開拓の可能性を探る。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化	
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大		
(施策の小項目)	○県外市場への販路開拓		
主な取組	県産農林水産物多角的プロモーション事業	実施計画 記載頁	229
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県内の農林水産業の振興を図るために、県外大消費地において多角的な県産農林水産物のプロモーション活動を実施する。							
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体	
	5回 セミナー・商談会	→	5回 プロモーション実施					県
	セミナー・商談会		プロモーション活動			→		
	メディアPR							
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課							

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産農林水産物多角的プロモーション事業	37,831	37,831	B to B支援プロモーション及びマッチング支援として、東京、大阪にある沖縄料理店に対する県産品食材魅力紹介セミナーの開催や、大阪での展示商談会に出展する県内事業者に対する事前研修会等の出展支援を行った。 B to C支援プロモーションとして、県外量販店フェアや、大阪駅でのパインの日イベントの開催、また県外飲食店での沖縄メニューフェアを実施した。 アンテナショップを活用したプロモーションとして、文化堂3店舗に常時沖縄産農産物を陳列出来る棚を設置した。	県単等
			計画値	実績値
セミナー・商談会開催			5回	5回
沖縄メニューフェアの開催			3回	3回
量販店フェアの開催			1回	1回
アンテナショップの設置			1箇所	3箇所
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	BtoB支援、BtoC支援等、幅広い範囲でプロモーション活動が展開出来た。大手百貨店や飲食店では店舗目標を上回る販売実績があり、次年度以降も連携して欲しいなど、需要の喚起に繋がった。さらに、県外の大型展示商談会では、各事業者が取引を成立させるなど、県外で認知度の低い商品の新たな販路拡大が図れた。広報活動についても、県内外の多くのメディアに取り上げられ、メディア露出による広告換算費は約24,086千円に達した。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産農林水産物多角的プロモーション事業	33,331	①B to B支援プロモーション及びマッチング支援 ②B to C支援プロモーション ③アンテナショップを活用したプロモーション ④県内関係団体と連携したプロモーション	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

県外量販店での「沖縄フェア」等の催事を通じた販売プロモーションは、効果が高いものの、取り扱われる作目は量販店の意向に左右されることから、認知度が低い品目等の販売プロモーションは実施が難しかった。そこで、沖縄県の意向に合わせ、出荷量や時期に応じた機動的な催事等を組むことが可能な常設店舗を東京都内に3店舗設置した。
催事の販売実績や商談会等での成約率等は、プロモーション方法の善し悪しに左右されることが多いため、各施策ごとに、出来るだけ効果を数値化し、プロモーション方法の検証を行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数	14品目 (22年度)	14品目 (23年度)	17品目	—	—
参考データ	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
農業産出額	924億円 (H22年)	800億円 (H23年)	877億円 (H24年)	→	83,462億円 (H23年)
状況説明	平成24年の農業産出額は877億円で、昨年比に比べ約77億円の増加となった。マンゴー等は減少したものの、さとうきびや葉たばこ、肉用牛等は増加した。販路拡大や認知度向上等の取り組みが産出額増加に寄与していると示唆される。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・県産品のプロモーションについては、本事業単独の取り組みではなく、消費者や実需者が求めるような沖縄全体をPR出来る総合的な取り組みが重要である。そのため、生産現場に近い市町村や、観光、商工等別分野のプロモーションと連携することが重要である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・市町村や他部署でも独自のプロモーション活動を展開しており、連携を強化することで効果を高めることが出来る。また、実需者側からも、農林独自の販促活動より、他分野との連携が求められており、需要に合わせた販促活動を検討する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・商工や観光関連の部署との連携を強化させ、部署間で実施する施策をうまく連動させるように、委託業者も交え、定期的に意見交換会を開催する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大	
(施策の小項目)	○県外市場への販路拡大	
主な取組	県産農林水産物販売力強化事業	実施計画 記載頁 230
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。	

1 取組の概要(Plan)

取組内容	本県の農林水産業に精通し、自ら県外での販売戦略を立てることのできる人材(戦略人材)の育成を図るため、首都圏の飲食や販売等に関連する企業でOJT研修等を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	10名 育成数					→	県
	販売力強化のための戦略人材育成			人材のネットワーク化			
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産農林水産物販売力強化事業	66,400	65,773	①県内事前研修や県外OJT研修の実施 ②戦略人材育成に係る効果的なプロモーション支援 ③持続的な戦略人材育成の受け皿組織の設立支援	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
県内事前研修の実施			15名	15名
県外OJT研修の実施			25名	23名
プロモーション支援の実施			3回	3回
持続的な戦略人材育成の受け皿組織の設立			設立	設立
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成24年度及び25年度に募集した、研修生25名の県内事前研修と県外OJT研修を実施した。研修の効果は個々で差があり、商品の見直しから始めなければいけない研修生や、研修中に商談成約に結び付く研修生など様々であるが、各人とも自社の課題を認識し解決に向けて取り組み始めている。また、競争力の弱い商品を持つ研修生同士で連携し新たな商品開発を進めるなど、ネットワークの形成も進んでいる。さらに、人材育成の受け皿組織の検討に関しては、研修生が中心となり自走化を目指した組織として発足した。研修生が扱う商品のプロモーション支援については、パイヤー生産現場視察商談会や、県外飲食店でのメニューフェアなど、3回のプロモーション支援を行った。プロモーションには、商品のPRだけでなく、それを行う人材の育成も重要であり、本事業がプロモーション強化に寄与出来ることが示唆される。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産農林水産物販売力強化事業	53,012	①事前研修15名、OJT研修15人 ②プロモーションの実施2回 ③人材育成の受け皿組織の運営支援	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>研修生募集期間を長く確保するため、業務委託事業者が決まる前に、県HPで事業内容を紹介し、人材育成研修の周知を図った。</p>

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数	14品目(22年度)	14品目(23年度)	17品目	—	—
参考データ	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
戦略人材の数	—(23年度)	10人(24年度)	23人(25年度)	↗	—
状況説明	<p>全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数は、14品目のままで変化はなかった。これまで1次産品を扱う県内事業者の、県外での販売力強化に資する研修は、ほとんど取り組まれていない状況であった。本事業で、平成24年度及び平成25年度に人材育成研修を実施した25人の県内事業者は、2人の辞退者が出たものの、平成26年3月時点で全ての研修課程を終了した。プロモーションには、商品のPRだけでなく、それを行う人材の育成も重要であり、本研修がプロモーション強化に寄与出来ることが示唆される。</p>				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

<ul style="list-style-type: none"> ・研修生の募集にあたり、県HPでの告知や、県外出荷実績のある事業者へのDM発送、県内各地域での事業説明会等を実施しているが、関係機関を含め生産現場では事業自体を把握していない事業者も多いため、意欲のある事業者が研修に参加出来ない可能性がある。逆に、実際に応募し、研修には参加したが、研修内容が研修生自身が想定していた内容と異なる等の理由で、意欲をなくす研修生もいた。 ・専門家を交えた事業推進会議では、研修生の商談シートの完成度の低さや、県外OJT研修期間の再検討等が指摘された。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> ・研修生の募集期間の拡大、またメディア等を使った事業の周知活動を展開するなど、この事業を必要としている意欲のある事業者を拾い上げるための方法を工夫する必要がある。 ・推進会議での指摘や、研修生からの要望等を基に、事前研修の内容や研修期間等を再検討する必要がある。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・研修生の募集期間に、テレビ放送を活用し事業の周知を強化したり、研修生の選考には面接を取り入れるなど、意欲のある事業者を拾い上げ積極的に支援する。 ・県内事前研修では、商談シートの完成度を高める等目標を絞って実施する。また、県外OJT研修の開始時期を早めるため、県内事前研修期間を短縮し、県外OJT研修と並行して行える県内研修を新たに設定する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○県内外市場への販路開拓			
主な取組	国内外の市場分析調査事業	実施計画 記載頁	230	
対応する 主な課題	<p>○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。</p> <p>○国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	国内外市場ニーズの把握、多様な販売ルート開拓を行うため、畜産物の国内外における市場分析調査を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	海外調査 1回	2回	2回	2回			県 公社 民間等
	国内外市場の分析調査						
担当部課	農林水産部 畜産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄県食肉等需要開拓対策事業	50,000	46,797	県産食肉の販売促進活動と同時に、国内外販路開拓のための市場調査を実施。	各省計上
県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業	137,340	135,907	香港において流通保管施設の運用及び『アグーブランド豚肉』トレーサビリティシステムの運用により、国内外における県産食肉の流通強化を図った。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
海外調査			2回	2回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づき、県産食肉の販売促進活動を行い、国内外販路開拓のための市場調査を実施し、国内外市場ニーズの把握や海外飲食店とのパートナーシップ協定締結を行った。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄県食肉等需要開拓対策事業	50,000	平成25年度に引き続き、県産食肉の販売促進活動及び国内外販路開拓のための市場調査を実施し、平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づく施策展開の強化と輸出伸長への取り組みを支援する。	各省計上
県産食肉ブランド国内外流通対策強化事業	146,583	平成25年度に引き続き、国内外における県産食肉の流通強化を図るため、香港において流通保管施設の運用及び『アグーブランド豚肉』トレーサビリティシステムの運用を行う。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>策定した県産食肉需要開拓プログラムや関連事業を効果的に活用し、アンブレラブランド構築に係るワークショップの開催や県内外の飲食業者等とのパートナーシップ協定の締結、低利活用部位を活用した食品開発、県外における展示会参加への補助等を行うことにより、生産農家や輸出企業等の意識高揚や販売ノウハウの熟度を高め、需要拡大の展開に繋がった。</p>

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
食肉加工施設における処理頭数	1,548頭/日 (22年)	1,405頭/日 (25年)	1,728頭/日	↘	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
畜産物の海外市場調査	35,900トン (H23年)	36,200トン (H24年)	36,200トン (H25年)	↗	—
状況説明	<p>引き続き県産食肉の販売促進活動及び海外販路開拓のための市場調査を実施し、平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づく施策展開の強化と輸出伸長への取り組みを継続的に実施する。</p> <p>現在、県内における飼養頭数の減少により、食肉加工施設における処理頭数は減少しているが、県外、海外への県産食肉の販路拡大に伴い、処理頭数の増加が見込める。</p>				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

<p>・畜産農家戸数及び県産食肉生産量が減少傾向にあり、県内外へのニーズに対応出来得る定時定量出荷に課題がある。</p>
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>平成25年度引き続き将来性のある市場調査を実施するとともに、他の畜産振興事業により県産食肉の生産量増加を図り、安定した定時定量を図る必要がある。</p>

様式1(主な取組)

4 取組の改善案(Action)

平成25年度引き続き将来性のある市場調査を実施するとともに、県産食肉の生産量増加を図るため他の畜産振興事業により生産基盤の強化を行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○県内外市場市場への販路開拓			
主な取組	県産農産物付加価値向上推進事業	実施計画 記載頁	230	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	地域内の農業者、農産物加工グループ及び加工・流通業者等との相互連携による3つの商品開発モデル(地域内展開モデル・県内展開モデル・全国展開モデル)の構築を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	モデル開発 ・地域内展開 ・県内展開 ・全国展開	開発モデルの定着化促進・普及 (構築モデル数 7モデル)				→	県
	担当部課 農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	モデル開発により開発した商品については、他の関連する商品開発人材育成研修会に参加があり、定着化が図られた。	—
活動指標名			計画値	実績値
開発モデルの定着化促進・普及			7モデル	7モデル
各展開モデルによる新商品創出			—	10件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	開発した商品は、商品開発人材育成研修の中で個別相談等を実施し、定着化に係る人材の育成に取り組んだ。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	—	—

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

持続的に付加価値の高い商品の創出を図るため、高品質商品開発に繋がる農林漁業者等の人材育成研修の実施や商談会及びテストマーケティングを開催し、商品の販路拡大を促進することとした。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数	14品目 (22年度)	14品目 (23年度)	17品目	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
商品開発モデルの構築数	3モデル (H22年)	3モデル (H23年)	3モデル (H24年)	—	—
状況説明	関連事業の中で、県産農林水産物の品目数の増加や開発した商品の定着化に努める。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・これまで観光土産品として特産品は多くあるものの、高品質商品の生産やパッケージデザイン力の不足などによる商品力の課題により、うまく付加価値化に至っていない。
- ・商品開発には時間がかかるという特性上、商品の開発には差がある。完成度の高い商品を目指し、事業者の目標設定の明確化が課題である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・他県にはない魅力ある農林水産物を活用した高品質商品を継続的に創出するため、商品開発支援ができる研修プログラムの構築が必要となる。

4 取組の改善案(Action)

- ・消費者ニーズに合った、より質の高い商品開発研修を提供できるよう全体プログラムの構築を図る。そのためには事業者目標の明確化と、課題解決に必要な講師陣の強化を図る必要がある。
- ・商談会やテストマーケティングを実施し、販路拡大に向けた支援を行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○県内外市場への販路開拓			
主な取組	おきなわブランド情報発信強化推進事業	実施計画 記載頁	230	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産農林水産物消費拡大のため、Webやメーカー等と連携した量販店での効果的な情報発信活動の実施						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	県外量販店での試験販売			量販店での沖縄フェア 情報等、継続的な情報 発信展開		→	県
	web情報配信(会員100名/年)						
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産農林水産物消費拡大のための情報発信事業	9,482	9,356	Webを活用した情報発信と首都圏量販店等を活用したリアルな情報発信を連動させ、県産農林水産物の消費行動に繋がるような情報発信活動を実施した。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
県外量販店での試験販売			-	2回
web情報配信 (会員数)			100名	756名
web情報配信 (情報発信サイトのアクセス数)			-	517,328件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	県内外量販店におけるイベントと県産食材を用いたレシピを掲載した情報発信サイトの連動により、プロモーションを効果的に行うことができた。また、同サイトの会員数、アクセス数もともに増加した。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
おきなわブランド情報発信強化推進事業	14,500	沖縄県産農林水産物に関する認知度調査により現状把握を行うとともに、Web等を活用したPR活動により「おきなわブランド」の情報発信強化を図る。	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

H24年度の実績を基に、情報発信サイトへのアクセス数の多い地域でプロモーションイベントを実施するなど、webによる情報発信とイベント等によるリアルな情報発信との相乗効果を高めるような取り組みを行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数	14品目 (H22年)	14品目 (H23年)	17品目 (H28年)	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
情報発信サイトのアクセス数	—	327,006件 (H24年度)	517,328件 (H25年度)	↗	—
状況説明	プロモーションイベントと連動したコンテンツ作成・リニューアルによるwebサイトの内容充実に取り組み、アクセス数の増加を図ることができた。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・県産の農林水産物には、ゴーヤーやマンゴーなど全国的に認知されているものもあるが、中には生産量が全国上位にも関わらず認知度が低い品目も多くあるなど、認知度に偏りが大きい。
- ・県内生産者団体においても、他県産との違い・強みを認識していない、又は県全体で共有できていないため、情報発信機関によって内容に違いが生じている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・県産農林水産物の更なる認知度向上による消費拡大のため、「おきなわブランド」のイメージ構築に向けた取り組みを通し、情報発信の強化を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・県産農林水産物に関する認知度調査を行い課題抽出を図るとともに、Webや広告媒体等を活用したPR活動の実施により、県産農林水産物の認知度向上に努める。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	県内外市場への販路開拓			
主な取組	沖縄県食肉等需要開拓事業	実施計画 記載頁	230	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	国内外市場ニーズの把握、多様な販売ルート開拓を行うため、畜産物の国内外における市場分析調査を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	3回 調査回数			→			県 公社 民間等
	販路開拓のための調査						
担当部課	農林水産部 畜産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄食肉等 需要開拓対 策事業	50,000	46,797	県産食肉の販売促進活動への支援を行うとともに、販路開拓のための市場調査を実施。平成25年度は台湾・香港及び県外における市場調査を実施。	各省 計上
活動指標名			計画値	実績値
調査回数			3回	4回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	県産食肉の販売促進活動への支援を行うとともに、販路開拓のための市場調査を実施し、平成24年度に作成した県産食肉需要開拓プログラムを推進した。関東における県産食肉フェア、展示会への出展補助、台湾・香港における市場調査を実施した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄県食肉 等需要開拓 対策事業	50,000	平成25年度に引き続き、県産食肉の販売促進活動及び国内外販路開拓のための市場調査を実施し、平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づく施策展開の強化と輸出伸長への取り組みを支援する。	各省 計上

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

策定した県産食肉需要開拓プログラムや関連事業を効果的に活用し、アンブレラブランド構築に係るワークショップの開催や県内外の飲食業者等とのパートナーシップ協定の締結、低利活用部位を活用した食品開発、県外における展示会参加への補助等を行うことにより、生産農家や輸出企業等の意識高揚や販売ノウハウの熟度を高め、需要拡大の展開に繋がった。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
食肉加工施設における処理頭数	1,548頭/日 (22年)	1,405頭/日 (25年)	1,728頭/日	△68	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	引き続き県産食肉の販売促進活動及び海外販路開拓のための市場調査を実施し、平成24年度に策定した需要開拓プログラムに基づく施策展開の強化と輸出伸長への取り組みを継続的に実施する。 現在、県内における飼養頭数の減少により、食肉加工施設における処理頭数は減少しているが、県外、海外への県産食肉の販路拡大に伴い、処理頭数の増加が見込める。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・畜産農家戸数及び県産食肉生産量が減少傾向にあり、県内外へのニーズに対応出来る定時定量出荷に課題がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

平成25年度引き続き将来性のある市場調査を実施するとともに、他の畜産振興事業により県産食肉の生産量増加を図り、安定した定時定量を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

平成25年度引き続き将来性のある市場調査を実施するとともに、県産食肉の生産量増加を図るため他の畜産振興事業により生産基盤の強化を行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大	
(施策の小項目)	○県内外市場への販路開拓	
主な取組	沖縄県産農林水産物海外販路拡大支援事業	実施計画 記載頁 230
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。	

1 取組の概要(Plan)

取組内容	本県農林水産物の海外市場(主にアジア)におけるプロモーション強化						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	現地調査			輸出先の特性に応じたプロモーション・マッチング支援		→	県
	プロモーション活動 3回/年						
	商談会・バイヤー招へい 3回/年						
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄県産農林水産物海外販路拡大支援事業	42,700	37,845	沖縄県産農林水産物について海外への販路拡大を図るため、テストマーケティング、商談会(台湾)、見本市出展(シンガポール)、バイヤー招聘商談会(県内)等を実施し、海外市場におけるプロモーション強化を図った。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
プロモーション活動			3回	4回
商談会・バイヤー招へい			3回	3回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	現地でのテストマーケティングやプロモーションに加え、県内においてもバイヤー招聘商談会や外国人観光客へのプロモーションを実施した。また、バイヤーとのマッチングを目的とする商談会の開催にあたっては、事前研修会を設ける等、多くの県内事業者が参加できるよう努めた結果、16社の参加があった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄県産農林水産物海外販路拡大支援事業	41,339	引き続き輸出品目の検討、海外における商談会の開催等により海外市場におけるプロモーションを強化し、県産農林水産物の海外への販路拡大を図る。	一括交付金(ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

前年度よりも事業開始時期を早めたほか、海外展開に興味を持つ多くの県内生産団体等への呼びかけにより参加企業の増加に努めるとともに、参加企業には輸出に関する事前研修会を開催するなど関係機関と連携して事業の実施にあたった。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数	14品目 (22年度)	14品目 (23年度)	17品目 (28年度)	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
商談会参加者数	—	10社 (H24年度)	16社 (H25年度)	↗	—
状況説明	バイヤーとのマッチングのための商談会については、関係機関と連携し、海外展開に興味を持つ多くの県内生産者へ呼びかけを行うなど参加企業の増加に努め、参加者数は増加傾向にある。また、H26年度はH24年度実績の2倍となる20社を目標としている。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・品目によって出荷のピークはそれぞれ異なり、時期によってPRできる品目が限定されるため、年間を通じたプロモーションが難しい。
- ・海外において県産食材に対する認識は全体的にまだ低く、知ってる場合でも、その食し方についての認知度が低い。
- ・県内生産者の現地市場に対する認識(嗜好、輸出障壁、取り組む姿勢等)を更に深める必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・品目毎の「旬」の時期を踏まえ、効果的なプロモーションを実施する必要がある。
- ・対象地域毎に、好まれる食材の把握、食し方の提案が必要となる。
- ・輸出に関する研修会の開催など、県内生産者の認識を深める機会の創設。

4 取組の改善案(Action)

- ・年度内の早い時期から事業を実施することにより、初夏の熱帯果樹から冬春期野菜まで、年間を通して効果的なプロモーションを実施する。
- ・対象地域毎に有望な品目を検討し、その食し方について効果・効能も含めたレシピを提案することにより、海外市場における消費拡大に繋げる。
- ・海外輸出に興味のある生産者などへ広く事業の告知を進め、輸出に関する研修会等の開催を通して認識を深めていく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化	
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大		
(施策の小項目)	○県内外市場への販路開拓		
主な取組	産地漁協ビジネス連携新商品開発支援事業	実施計画 記載頁	230
対応する 主な課題	○県産水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による水産物の高付加価値化が重要である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	本事業では、我が国唯一の熱帯性海域で漁獲される水産素材の付加価値向上と観光需要への対応を図るため、各地域の地先水産物の新商品開発を支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	10件 新商品開 発支援数		→			→	県等
	地先水産物の新商品開発支援						
担当部課	農林水産部 水産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
産地漁協ビジネス連携新商品開発支援事業	91,732	82,611	地先水産物の新商品開発支援(補助金) 県産水産物を使用した水産加工品コンテスト「Fish-1グランプリ」の開催(1回、2月実施)	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
商品開発支援数			10件	15件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成25年度は、17団体から応募があり、そのうち12団体へ補助金を交付、計15件の新商品が開発された。また、開発された新商品は、FISH-1グランプリでのテストマーケティングを経て、さらに改良を重ね、より魅力的な商品へと仕上げられている。FISH-1グランプリ出展商品の中には、既に県内のお土産品店等との取引が決定した商品もあり、県産水産物を使った商品開発と付加価値の向上が進んでいる。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
産地漁協ビジネス連携新商品開発支援事業	81,369	地先水産物の新商品開発支援(補助金) Fish-1グランプリの開催	一括交付金 (ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

補助事業者募集について、24年度は市町村、漁協への案内文の送付のみ行っていたが、25年度は新たにFAXによる周知活動を取り入れ、ホテル、加工事業者、流通事業者等の水産加工品の製造に取り組む可能性がある幅広い事業者への事業の周知を図り、異業種間の連携を促進に努めた。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
水産物卸売市場の取扱量	14,228t (22年)	15,688 (24年)	14,228t (28年)	+1,460t	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
水産物加工品目別生産量 (節製品を除く)	3,820t (22年)	3,976t (23年)	3,918t (24年)	→	—
状況説明	水産卸売市場の取扱量は、22年に比べ、1,460tの増となっており、目標達成に向けて順調に推移している。また、参考データとして示した、「水産加工品の生産量(節製品を除いた値)」についてみても、基準年である22年と比べ、98tの増となっており、市場取扱量の増加とともに、加工品の生産量も向上していると判断できる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・加工原料の特性として、安定供給、安価、一定品質を要求されるが、本県の水産物は他品種少量生産が特性となっており、原料調達、保管が懸念される。
- ・主な加工事業主体である漁協は、零細であり、加工ノウハウの蓄積、人材確保、資金調達力が課題となっている。
- ・水産加工品のナンバーワンを決めるFISH-1グランプリは、商品発表の場として、また消費者の意見を吸収するテストマーケティングの場として、加工品開発を側面から支援していく役割を持つ。しかしながら、県の予算事業は26年度で終了する予定となっており、取組の停滞が懸念される。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・25年度より、県の普及事業の一環として、水産海洋技術センターの加工機器を整備し、漁協や女性部等へ加工指導を行っている。また、県内各市町村においても地場産品を活用した商品開発支援が行われるなど、加工品開発の取組が盛んになっている。このような県や市町村が行う商品開発支援策と本事業とを連携させることで、より大きな効果を生み出すことが期待できる。

4 取組の改善案(Action)

- ・加工ノウハウや資金調達力に長けた民間の加工業者等と産地との連携を促進するため、飲食業者なども含めた広範囲へ補助事業の周知を行う。
- ・原料調達に課題を抱える魚種もあるが、本事業を通して、県産水産物の特徴(少量多品種)を活かした水産加工品開発の支援とその魅力についての情報発信を支援していくことで、これらの不利性を「魅力」と感じていただけるような、取り組みの実施に努める。
- ・FISH-1グランプリ出展者の募集にあたっては、水産関係団体のみに限らず、県の各機関や市町村を通じて周知を図ることで、各機関が実施する施策との連携の確保に努める。
- ・FISH-1グランプリは、2日間で約1万人の来場があることから、県内外の消費者に対して水産加工品をPRする最良のイベントだと考えている。また、その上位入賞者に対して販路拡大の支援を重点的に行うことで、その後の取引にも結びついている。商品開発は県内各地で取り組まれているが、その出口対策として、FISH-1グランプリにかかる継続事業の予算化を検討する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○県内外市場への販路開拓			
主な取組	県産水産物販売戦略構築事業 (漁業生産拡大マーケティング支援事業)	実施計画 記載頁	230	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	持続的に漁業生産額の拡大を図るために、市場調査による魚種毎のマーケティング方策の作成、戦略的プロモーション、効率的な県産水産物物流システム構築のための実証試験を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体 県
	魚種別マーケティング方策策定						
	販売促進プロモーション活動						
担当部課	農林水産部 水産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
持続的な漁業生産額拡大のためのマーケティング支援事業	55,300	48,150	<ul style="list-style-type: none"> ・魚種別のマーケティング戦略の策定 ソデイカ等8魚種について、消費地8箇所における調査を実施し戦略を策定した。 ・販売促進プロモーション活動の実施 マグロ、メカジキ、クロカジキ、モズクについて、県内外の飲食店や量販店等と連携したPRを実施した。 	一括交付金 (ソフト)
			計画値	実績値
魚種毎のマーケティング方策の作成			-	8種
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成25年度は、ソデイカ、クルマエビ、マチ類2種、ブダイ類、カツオ、スギ、スジアラの計8魚種について、主要消費地での調査を行い、マーケティング戦略を策定した。今後、当該マーケティング戦略に基づく、販売促進のためのプロモーションを行っていくことにより、県産魚介藻類の県外での販路拡大と高付加価値化が進み、漁業生産額の拡大が図られる。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
持続的な漁業生産額拡大のためのマーケティング支援事業	40,484	<ul style="list-style-type: none"> ・魚種別のマーケティング戦略の策定 ソデイカ等8魚種について、消費地8箇所における調査を実施し戦略を策定した。 ・販売促進プロモーション活動の実施 マグロ、メカジキ、クロカジキ、モズクについて、県内外の飲食店や量販店等と連携したPRを実施した。 	一括交付金 (ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

24年度にマーケティング戦略を構築したアオダイについては、対象とするマーケットやプロモーションの手法が他の魚種と重複する可能性のあるため、より効率的、効果的なプロモーションを実施する観点から、25年度のプロモーションの実施を見合わせた。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
水産物卸売市場の取扱量	14,228t (22年)	15,688 (24年)	14,228t (28年)	+1,460t	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—

状況説明

水産卸売市場の取扱量は、22年に比べ、1,460tの増となっており、目標値達成に向けて順調に推移している。

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・消費者が購入する水産物としては、ここ数年でサケやブリが増加する一方、イカ、マグロ、サンマが減少するなど、水産物の消費形態は年々変化している。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・マーケティング戦略に基づくプロモーションの実施にあたっては、可能な限り生産者等の参加を促すことで、消費地の意見を吸収し、生産現場における取り組み改善に繋げることが期待できる。

4 取組の改善案(Action)

- ・プロモーションを実施する中で、常に最新のトレンドの把握に努め、消費形態の変化へ柔軟に対応していく。
- ・プロモーションの実施にあたっては、できる限り生産者等と連携した取り組みとすることで、生産現場へ消費地の意見をフィードバックできるような施策実施に努める。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○県内外市場への販路開拓			
主な取組	漁業生産拡大マーケティング支援事業	実施計画 記載頁	230	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	持続的に漁業生産額の拡大を図るために、市場調査による魚種毎のマーケティング方策の作成、戦略的プロモーション、効率的な県産水産物物流システム構築のための実証試験を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	魚種別マーケティング方策策定					県	
	販売促進プロモーション活動						
担当部課	農林水産部 水産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
持続的な漁業生産額拡大のためのマーケティング支援事業	55,300	48,150	<ul style="list-style-type: none"> ・魚種別のマーケティング戦略の策定 ソデイカ等8魚種について、消費地8箇所における調査を実施し戦略を策定した。 ・販売促進プロモーション活動の実施 マグロ、メカジキ、クロカジキ、モズクについて、県内外の飲食店や量販店等と連携したPRを実施した。 	一括交付金 (ソフト)
			計画値	実績値
魚種毎のマーケティング方策の作成			-	8種
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成25年度は、ソデイカ、クルマエビ、マチ類2種、ブダイ類、カツオ、スギ、アカジンの計8魚種について、主要消費地での調査を行い、マーケティング戦略を策定した。今後、当該マーケティング戦略に基づく、販売促進のためのプロモーションを行っていくことにより、県産魚介藻類の県外での販路拡大と高付加価値化が進み、漁業生産額の拡大が図られる。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
持続的な漁業生産額拡大のためのマーケティング支援事業	40,484	<ul style="list-style-type: none"> ・魚種別のマーケティング戦略の策定 ソデイカ等8魚種について、消費地8箇所における調査を実施し戦略を策定した。 ・販売促進プロモーション活動の実施 マグロ、メカジキ、クロカジキ、モズクについて、県内外の飲食店や量販店等と連携したPRを実施した。 	一括交付金 (ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

24年度にマーケティング戦略を構築したアオダイについては、対象とするマーケットやプロモーションの手法が他の魚種と重複する可能性のあるため、より効率的、効果的なプロモーションを実施する観点から、25年度のプロモーションの実施を見合わせた。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
水産物卸売市場の取扱量	14,228t (22年)	15,688 (24年)	14,228t (28年)	+1,460t	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—

状況説明

水産卸売市場の取扱量は、22年に比べ、1,460tの増となっており、目標値達成に向けて順調に推移している。

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・消費者が購入する水産物としては、ここ数年でサケやブリが増加する一方、イカ、マグロ、サンマが減少するなど、水産物の消費形態は年々変化している。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・マーケティング戦略に基づくプロモーションの実施にあたっては、可能な限り生産者等の参加を促すことで、消費地の意見を吸収し、生産現場における取り組み改善に繋げることが期待できる。

4 取組の改善案(Action)

- ・プロモーションを実施する中で、常に最新のトレンドの把握に努め、消費形態の変化へ柔軟に対応していく。
- ・プロモーションの実施にあたっては、できる限り生産者等と連携した取り組みとすることで、生産現場へ消費地の意見をフィードバックできるような施策実施に努める。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○地産地消等による消費拡大			
主な取組	おきなわ島ふード利用促進事業	実施計画 記載頁	230	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の消費拡大に向けて、県外市場への販路拡大と併せ地産地消を推進する必要がある、特に観光産業と連携した取組の強化が大きな課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	これまでの地産地消に加え、観光産業と連携することで「県内で生産された食材を県内に来て消費する」という新たな地産地消の展開を図る。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	花と食のフェスティバル開催支援					→	県
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
おきなわ花・食魅力発信事業	9,000	9,000	奥武山公園において、2月に「おきなわ花と食のフェスティバル2014」を開催し、県内および観光客への県産農林水産物のPR活動を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
花と食のフェスティバル開催			1回	1回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	「おきなわ花と食のフェスティバル」を通して、観光産業との連携により、新たな「地産地消」の展開と県産農林水産物の魅力を発信した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
おきなわ島ふード利用促進事業	30,000	①地産地消推進県民会議の開催 ②県産農林水産物利用状況調査(学校給食・ホテル) ③「おきなわ食材の店」における県産食材利用拡大支援 ④学校給食における県産食材消費拡大 ⑤花と食のフェスティバル、地産地消シンポジウム等	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

島ヤサイ料理コンテスト受賞作品の試食やレシピ紹介など、島ヤサイを活用した新たなメニュー提案を実施した。
 観光客向け催事の充実を図るため、県内生産地や加工所等を巡る体験型バスツアーを実施し、観光客をはじめとして6コース計300人近くの参加者が県産農林水産物への理解を深めた。
 また、次年度からは地産地消を総合的に推進するための「おきなわ島ふーど利用促進事業」の中で「花と食のフェスティバル」を含めた県産農林水産物の情報発信を展開していく。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
「おきなわ食材の店」登録店舗数(累計)	100店舗 (H22年)	177店舗 (H25年)	230店舗 (28年)	77店舗	— (〇〇年)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
地産地消イベント来場者数	15万人 (H23年)	15万人 (H24年)	14.3万人 (H25年)	→	— (〇〇年)
状況説明	当日は雨天により来場者数の大幅な減少が懸念されたが、県民をはじめ観光客等多くの来場があり、目標の15万人には届かなかったものの2日間で約14万3千人の来場者数となった。 また、県内外がら幅広い誘客を図るため体験型バスツアーを実施し、観光客をはじめとした計300人近くが参加した。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・県内では多種多様な農林水産物を生産しており、そのニーズは高いが、定番食材を除いてそれぞれの時期や産地、調理法といった情報がまだまだ県民の間で認知されていない。
- ・本県には年間500万人もの観光客が訪れるが、旅行中に食事等で県産農林水産物と接する機会は限られており、農林水産物の消費拡大の観点からも観光産業と連携した地産地消拡大に関する取組の強化は大きな課題となっている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・地産地消への関心は高まっているものの、県産食材やその活用法についての情報発信、飲食店やホテル、土産品店などをはじめとした観光業と連携した連携を行う機会の創出には改善の余地がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・「おきなわ花と食のフェスティバル」において県内団体や飲食店等と連携して、島野菜をはじめとする県産食材新メニューを開発し、来場者へむけた実演販売や試食、販促資材の配布を通して、県産食材やその活用法に関する幅広い情報発信を行い、県産農林水産物のイメージアップを図る。
- ・モノレールへの広告など、観光客の目にとまりやすいメディアへ広く露出し、誘客を図る。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化	
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大		
(施策の小項目)	○地産地消等による消費拡大		
主な取組	直売所を核とした県産食材消費拡大事業	実施計画 記載頁	230
対応する 主な課題	○県産農林水産物の消費拡大に向けて、県外市場への販路拡大と併せ地産地消を推進する必要があり、特に観光産業と連携した取組の強化が大きな課題である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	地産地消の推進に対応した、直売所の活性化と観光産業との連携による県産食材の消費拡大を図るため、直売所の実態調査や飲食業界とのマッチング、県産食材フェアなどの誘客、販促イベントを実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	実態調査			直売所の特性に応じた直売所活性化支援		→	県
	県産食材供給実証 2モデル/年						
地域誘客支援 イベント開催1回/年							
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
直売所を核とした県産食材消費拡大事業	16,149	16,013	①直売所実態調査 ②直売所と飲食店が連携した直売所モニターツアーや、直売所合同キャンペーンによる誘客モデルづくり ③直売所とホテルとの連携による地域食材を活用したフェアや地域食材メニュー開発・提案会の実施	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
直売所を対象としたセミナーの開催			1回	1回
県産食材供給実証			2回	2回
地域誘客支援			1回	4回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	直売所とホテルとの連携による地域食材を活用したフェアやメニュー開発・提案会を実施し、新たな取引に繋げることができた。また20カ所の直売所が連携した合同スタンプキャンペーンを実施。このキャンペーンきっかけに、これまで行ったことがない直売所を訪れた来客数は約4割に上り、新たな誘客に繋がった。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
直売所を核とした県産食材消費拡大事業	28,650	①直売所実態調査 ②新聞配達車両を活用した直売所からホテル等への県産食材供給モデルの実証(150回) ③直売所と飲食店が連携した直売所巡りモニターツアー(3回)等による誘客モデルづくり ④直売所売場でのレシピ紹介(250回)や県民・事業者向け料理講習会(60回)	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

誘客モデル事業について、観光客シーズンである夏期にイベントが開催できるよう6月末に事業を開始した。ただし、より直売所の意見を反映させるため企画段階から直売所に積極的に参加してもらえよう8月に3回のプラン検討会を実施し、その後も極力直売所主体でイベントが開催できるよう配慮したため、結果イベントの開始は10月からとなった。また、モニターツアーについて、25年度は旅行会社によるツアーの商品化を見据えた料金設定で実施。そして3回の実施データから収支モデルを作成した。

直売所実態調査では、調査結果から地区別や施設形態別に客層や利用目的等を分析し、各直売所のポジショニングや今後のマーケティング戦略を提案した。

また、24年度に実施した「新聞配達車両を活用した県産食材の供給実証」の実績やそこで出てきた課題を踏まえて、直売所とホテルが連携したイベントを実施。次年度の供給実証において供給ルートが拡大できるようにマッチングを行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
「おきなわ食材の店」登録店舗数(累計)	100店舗(H22年)	177店舗(H25年)	230店舗(28年)	77店舗	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
1直売所当たりの農林水産物売上高	9,185万円(H23年)	12,191万円(H24年)	—(H25年)	↗	—
状況説明	直売所とホテルや飲食店が連携した取り組みを実施することで、誘客や販路の拡大に繋げることができた。その結果、直売所売上高も順調に増加しており、28年度目標値の達成は十分見込めるものと考えられる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・直売所からホテル等への県産食材の供給について、平成24年度には「新聞配達車両を活用する」という新たな供給ルートを開拓できたものの、配送料金の設定や代金決済方法など新聞配達社による自走化には、まだなお課題がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・供給実証の中で、自走化を見据え収益性が見込まれるような供給ルートの拡大を図る。また配送料金など詳細な検証を行う必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・供給実証において、参加する直売所やホテル、飲食店を増やして供給ルートの拡大を図る。また、事業終了後の自走化を目指すため、配送料金など詳細な検証を行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化	
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大		
(施策の小項目)	○地産地消等による消費拡大		
主な取組	地産地消に取り組む飲食店等の拡大	実施計画 記載頁	230
対応する 主な課題	○県産農林水産物の消費拡大に向けて、県外市場への販路拡大と併せ地産地消を推進する必要があり、特に観光産業と連携した取組の強化が大きな課題である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県民のほか、観光客も数多く利用する県内飲食店における県産食材の利用拡大を促進する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	161件 登録店舗数			→	230件 (累計)		県
	「おきなわ食材の店」への登録促進						→
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
うちなーむん地産地消推進事業	8,518	8,459	「おきなわ食材の店」の登録促進を図るとともに、県HPへの掲載や花と食のフェスティバルでのパネル展示、のぼり、リーフレットを作成してPRした。また、食材の店を活用したメニュー開発やイベント、資質向上に繋がる研修等を開催して登録店舗に対する支援を強化した。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
登録店舗数			178件	177件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	「おきなわ食材の店」登録店舗数は平成26年4月時点で177件と順調に増加している。また、食材の店を中心とした県内飲食店50店舗に、伝統野菜をはじめとする県産青果物のサンプルを提供し、その結果72品目の新メニューが開発された。上記連携店舗にて県産食材フェアを行い、期間中に合計1t以上に及ぶ県産青果物の消費を達成、各店舗における県産食材の利用促進につながった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
おきなわ島ふーど利用促進事業	30,000	①地産地消推進県民会議の開催 ②県産農林水産物利用状況調査(学校給食・ホテル) ③「おきなわ食材の店」における県産食材利用拡大支援 ④学校給食における県産食材消費拡大 ⑤花と食のフェスティバル、地産地消シンポジウム等	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

地産地消コーディネーターが飲食店を巡回し、旬の食材の提案を行った。また、ホームページ内にて、市場の青果物仕入れ情報を発信して、遠隔地の店舗でも最新の情報が得られる仕組みを整えた。
産地や飲食店間の情報交流や沖縄の食文化や県産食材について学ぶ講習会(全6回)など、飲食店の資質向上につながる取り組みを実施し、食材の店未登録店舗に対して新規登録へと誘導することができた。
意欲の高い店舗を中心に、県産食材を用いたメニュー開発(全72品)や合同フェア(2月開催)を展開し、県産食材の利用拡大に取り組んだ。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
「おきなわ食材の店」登録店舗数(累計)	100店舗 (H22年)	177店舗 (H25年)	230店舗 (28年)	77店舗	— (〇〇年)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	県ホームページで登録店舗のPRを行うとともに、関係機関やマスコミを通じた登録募集呼びかけをおこなうことで、177店舗の登録を達成した。県民だけでなく観光客も多く訪れるホテルや飲食店において、県産食材を積極的に活用することにより一層の消費拡大が図られるものと考えられる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・県産食材の中には認知度が低いものも多いため、飲食店における県産県産食材の利用促進には、各店舗への食材の情報提供・使い方の提案が効果的である。(アンケート・店舗巡回による聞き取り)
・「おきなわ食材の店」登録制度は平成20年度に始まり、これまで県担当職員で登録の手続きからPR資料やリーフレット、ホームページによる情報発信等を実施してきたが、食材の店からは認知度の低さが指摘されている。
・観光客に対する取り組みについて、商工労働部や文化観光スポーツ部との更なる連携が必要である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・「おきなわ食材の店」登録制度や情報発信の手法、登録後のフォローアップについて見直し、登録することによるメリットを創出していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・食材の店による合同イベントの開催や各種媒体で食材の店の紹介を強化することで食材の店の認知度向上を図る。
・また、生産者との交流会や勉強会などを実施することで、食材の店に対し県産食材やその活用法などの情報を提供し、さらなる県産食材利用拡大につなげる。
・「旬」県産品消費拡大構築事業(商工)等関連事業との連携について、取り組みやデータ(調査結果など)の共有を徹底し、効率的効果的に各事業が実施できるよう努める。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工体制の強化		
施策	②農林水産物の戦略的な販路拡大			
(施策の小項目)	○地産地消等による消費拡大			
主な取組	木材利用推進事業	実施計画 記載頁	230	
対応する 主な課題	○県内の木材産業は、小規模零細な事業体が多いことから、木製品に対する消費者ニーズへの対応が十分とは言えない状況にあり、加工技術の向上や販売力の強化、県民に対するPR不足が課題となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	木育キャラバンの開催及び沖縄県木材需給情報システムを活用し、木製品の良さについて県民への普及啓発を行い、木育を推進することと県産材料利用の拡大を図る。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	木育イベントの開催、webによる県産木材の需給情報発信					→	県
担当部課	農林水産部 森林管理課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産木材利用推進事業	3,713	2,613	インターネットを活用し県産木材を取り扱う者と欲しい者の情報を整理して需要と供給を円滑化する沖縄県木材需給情報システムの活用、木育活動の推進を目的とし小中学校の教員等を対象とした木育推進員養成講座を2回開催した。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
木育イベントの開催			—	6件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	小中学校を対象とした木育出前講座を実施した結果、森林機能の理解や環境問題に対する意識の向上が図られた。また、インターネットを活用した沖縄県木材需給情報システムを確立し、林業関係者の木材の販売等及び県民の木材に対する意識の高揚に繋がった。他に、52名が参加した木育推進員養成講座では、森や木に対する親しみや木の文化への理解を深めることができた。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄型県材活用システム構築事業	13,147	木材流通の分析及び商品開発	一括交付金 (ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

沖縄県森林組合連合会が主体となって、県産材確保推進協議会を設置し、県産材供給体制の確立を図った。また、県が実施する木育出前講座を実施し、県民の木材に対する意識の高揚に繋げた。さらに、沖縄県木材需給情報システムにより、県産木材の利用推進を図った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	・県民への県産材の普及啓発、広報手段の取り組みにより森林・木材への理解が深まり、需給意欲の向上に繋がった				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・本県は広葉樹が主体であり、生産される木材は曲り材が多いことからその特性を生かすため、県産木材の品質向上及び付加価値の増大等が必要

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・県産材の需要拡大を図るため、県民の木材に対する意識を高揚する必要がある。
・価格の安い外材等に対抗できるよう県産木材の特性をうまく生かし、県産材の品質向上及び付加価値を増大させる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・小学校等を対象にした木育出前講座を積極的に実施し、県民の木材に対する意識の高揚に繋げる。
・広葉樹の特性を活かした家具や木工芸用材等の市場調査を踏まえた商品開発を行い、県産材の品質向上及び付加価値を増大させ、沖縄県木材需給情報システムにより、県産木材の利用推進、流通・販売体制の強化に繋げる。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	③農林水産物の高付加価値化対策			
(施策の小項目)	—			
主な取組	県産畜産物を利用した機能性食品の開発	実施計画 記載頁	231	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の販売については、県外・海外への販路拡大のため、機能性や先端技術を生かした新商品開発とともに、プロモーション強化やマッチングなどの取組が必要である。特に、国内外の消費者・市場に信頼される商品として販売・ブランド化を展開していくには、独自の市場分析力を強化し、マーケティング戦略に基づく取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産食肉の新たな需要を創造するため、経産牛や豚肉の低利活用部位を生かした機能性食品の開発等を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	1件 支援件数				→		県 公社 民間等
	機能性食品の開発・販売支援						
担当部課	農林水産部 畜産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄県食肉等需要開拓対策事業	50,000	46,797	県産食肉の新たな需要を創造するため、経産牛や豚肉の低利活用部位を生かした調理方法・食べ方を検討し、試食販売等を実施した。	各省 計上
活動指標名			計画値	実績値
機能性食品の開発・販売支援			1件 (メニュー開発企画)	1件 (メニュー開発企画)
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	本事業により、平成24年度において県産食肉の需要開拓プログラムを作成し、県産食肉加工品等のメニュー開発の方向性を示した。 需要開拓プログラムに基づき、経産牛肉の高付加価値化(ドライエージングビーフ)を検討した。 ドライエージングビーフについては、食味構成要素分析や管理方法の検証を行うとともに消費者へのアンケートを実施したところ評価は高かった。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄県食肉等需要開拓対策事業	50,000	平成25年度に引き続き、県産食肉の新たな需要を創造するため、経産牛や豚肉の低利活用部位を生かした調理方法・食べ方を検討し、試食販売等を支援する。	各省計上

(3) これまでの改善案の反映状況

策定した県産食肉需要開拓プログラムや関連事業を効果的に活用し、アンブレラブランド構築に係るワークショップの開催や県内外の飲食業者等とのパートナーシップ協定の締結、低利活用部位を活用した食品開発、県外における展示会参加への補助等を行うことにより、生産農家や輸出企業等の意識高揚や販売ノウハウの熟度を高め、需要拡大の展開に繋がった。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
食肉加工施設における処理頭数	1,548頭/日 (22年)	1,405頭/日 (25年)	1,728頭/日	△143	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
機能性食品の開発・販売支援	— (22年)	— (23年)	1件 (24年)	↗	—
状況説明	県産食肉需要開拓プログラムに基づき、県産食肉の新たな需要を創造するため、経産牛や豚肉の低利活用部位を生かした調理方法・食べ方を検討し、試食等を行った。 経産牛や豚肉の低利活用部位の需要拡大により県内食肉加工処理施設における処理頭数の増加が見込まれる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・経産牛等の低利活用部位を生かした調理方法であるドライエージングビーフの認知度が県内においては低い。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

県内需要を掘り起こすため、プロモーションの実施、販促ツール作成、県内飲食店等におけるテストマーケティングの実施等が必要である。

4 取組の改善案(Action)

プロモーションの実施、販促ツール作成、県内飲食店等におけるテストマーケティングの実施等を行い、県内需要を掘り起こすことにより、ドライエージングビーフの認知度を向上させる。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	③農林水産物の高付加価値化対策			
(施策の小項目)	—			
主な取組	県産農産物付加価値向上推進事業	実施計画 記載頁	231	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産農林水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産農林水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による農林水産物の高付加価値化が重要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	地域内の農業者、農産物加工グループ及び加工・流通業者等との相互連携による3つの商品開発モデル(地域内展開モデル・県内展開モデル・全国展開モデル)の構築を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	モデル開発 ・地域内展開 ・県内展開 ・全国展開	開発モデルの定着化促進・普及 (構築モデル数 7モデル)				→	県
	担当部課 農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	モデル開発により開発した商品については、他の関連する商品開発人材育成研修会に参加があり、定着化が図られた。	—
活動指標名			計画値	実績値
開発モデルの定着化促進・普及			7モデル	7モデル
各展開モデルによる新商品創出			—	10件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	開発した商品は、商品開発人材育成研修の中で個別相談等を実施し、定着化に係る人材の育成に取り組んだ。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画				
事業名	当初予算	活動内容	主な財源	
—	—	—	—	

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

持続的に付加価値の高い商品の創出を図るため、高品質商品開発に繋がる農林漁業者等の人材育成研修の実施や商談会及びテストマーケティングを開催し、商品の販路拡大を促進することとした。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数	14品目 (22年度)	14品目 (23年度)	17品目	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
商品開発モデルの構築数	3モデル (H22年)	3モデル (H23年)	3モデル (H24年)	—	—
状況説明	関連事業の中で、県産農林水産物の品目数の増加や開発した商品の定着化に努める。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・これまで観光土産品として特産品は多くあるものの、高品質商品の生産やパッケージデザイン力の不足などによる商品力の課題により、うまく付加価値化に至っていない。
- ・商品開発には時間がかかるという特性上、商品の開発には差がある。完成度の高い商品を目指し、事業者の目標設定の明確化が課題である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・他県にはない魅力ある農林水産物を活用した高品質商品を継続的に創出するため、商品開発支援ができる研修プログラムの構築が必要となる。

4 取組の改善案(Action)

- ・消費者ニーズに合った、より質の高い商品開発研修を提供できるよう全体プログラムの構築を図る。そのためには事業者目標の明確化と、課題解決に必要な講師陣の強化を図る必要がある。
- ・商談会やテストマーケティングを実施し、販路拡大に向けた支援を行う。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	③農林水産物の高付加価値化対策			
(施策の小項目)	—			
主な取組	プレミアム加工品開発支援事業	実施計画 記載頁	231	
対応する 主な課題	○県産農林水産物の加工については、県内食品メーカーを中心に県産農林水産物を利用した食品加工が行われているが、一般消費者に提供されたり、観光土産品等として定番商品化しているのは一部商品に限られている。今後、県産農林水産物の価格安定化と販路拡大及び生産者の所得安定を図るためには、加工による農林水産物の高付加価値化が重要である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	農林漁業者等が、県産農林水産物を利用した加工品の商品力を引き上げる研修会や、販路を拡大するマッチング支援を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	10件 支援件数					→	県
	プレミアム認証支援			販路開拓支援		→	
	商品開発人材育成						
担当部課	農林水産部 流通・加工推進課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
プレミアム加工品開発支援事業	46,000	45,488	県産農林水産物を活用した加工品のプレミアム認証に向け、加工品開発研修を行うなどの人材育成支援や販路拡大に15件取り組んだ。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
支援件数			10件	15件
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	沖縄本島、宮古、石垣地区で集合基礎研修を実施し120名が修了した。基礎修了生の中から実践研修を15事業者選抜し、個々の課題に合った個別研修を実施し、魅力ある商品を開発できる人材の育成に取り組んだ(各地区全5回)。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
プレミアム加工品開発支援事業	35,562	県産農林水産物を活用したプレミアム加工品の開発・販路拡大を図るため、商品開発研修を行うなど人材育成支援や販路拡大を促進するプレミアム認証の支援を行う。	一括交付金 (ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

魅力ある高品質商品を開発する人材育成をするため、商品開発に必要な品質管理や製造管理の改善に関する研修内容を実施した。
 早期事業を開始し、熱帯果樹の生産時期をとらえて研修会を実施することで、熱帯果樹を利用した商品開発人材の育成を図った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
全国シェアが上位3位以内の県産農林水産物の品目数	14品目 (22年度)	14品目 (23年度)	17品目	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
モンドセレクション・iTQiへの申請	0件 (H23年)	2件 (H24年)	3件 (H25年)	↗	—
状況説明	活動実績や成果実績は目標どおり達成した。付加価値の高い商品の開発支援として、国際的な評価認証取得支援を実施し、モンドセレクションへ1件申請し「金賞」を受賞、iTQi(優秀味覚賞)へ2件申請し、「三つ星」と「一つ星」を受賞している。平成26年度においても取得支援の充実を図っており、28年度目標値の達成は見込める。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・商品開発には時間がかかるという特性上、商品の完成度に差がある。完成度の高い商品を目指し、事業者の目標設定の明確化が課題である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・国際認証の取得により、味や品質に対する客観的な評価ができたものの、販路拡大につながるようマッチング支援を強化する必要がある。
 ・研修を受ける事業者が抱える商品開発上の問題点の解決と、高品質・高い完成度の目標達成に向けた効果的な支援ができる研修プログラムの構築が必要となる。

4 取組の改善案(Action)

・より高い品質・高い完成度の商品開発支援ができるよう、事業者目標の明確化と、課題解決に必要な講師陣の強化を図るとともに、全体的プログラムの再構築を図る。
 ・商談会やテストマーケティングを実施し、認証取得商品及び開発商品の販路拡大支援を推進する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化
施策	④製糖業企業の高度化促進	
(施策の小項目)	—	
主な取組	分みつ糖振興対策事業	実施計画 記載頁 231
対応する 主な課題	〇さとうきびは本県の基幹作物であり、特に産業構造の脆弱な本県の離島においては生産農家の所得や製糖事業関連による雇用も含め、地域経済上極めて重要な作物となっている。一方で、食の安全・安心への対応、製糖施設の老朽化など、安定的かつ高品質な甘味資源の生産に向けてはなお多くの課題が残されている。	

1 取組の概要(Plan)

取組内容	分みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、気象災害等影響緩和対策や製造合理化対策などに必要な支援措置を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	分みつ糖製造事業者の経営安定への支援 (支援事業者:9社10工場)					→	県 団体等
担当部課	農林水産部 糖業農産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
分みつ糖振興対策支援事業費	1,340,100	840,873	分みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、①気象災害等によるコストの増嵩分の一部助成②省エネルギー、環境対策に資する施設整備経費の一部助成③現状のコストが著しく高く、急激なコスト低減が困難な糖業者を対象にコストの一部助成等を実施した。経営安定対策支援事業者数は、計画値10工場に対し、実績値10工場と全工場に対して支援した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
経営安定対策支援事業者数			10工場	10工場
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	分みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、県内10工場に対する支援を行った結果、適正操業が図られ、さとうきび農家の経営安定に寄与されている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画				
事業名	当初予算	活動内容		主な財源
分みつ糖振興対策支援事業費	1,753,150 (498,147)	分みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、①気象災害等によるコストの増嵩分の一部助成②省エネルギー、環境対策に資する施設整備経費の一部助成③現状のコストが著しく高く、急激なコスト低減が困難な糖業者を対象にコストの一部助成等を実施。		一括交付金(ソフト)

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成25年度より分みつ糖工場の設備更新に対する支援(分みつ糖製造合理化対策事業)について、省エネルギー化や自然環境保護及び品質管理に資する設備の整備における補助対象設備を拡充し、建屋及び設備の修繕等についても追加支援を行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
甘しや糖の産糖量	96,608トン (22年)	81,679トン (25年)	119,650トン (28年)	△13,339トン	135,463トン (24年)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄県の甘しや糖の生産実績	63,554トン (23年)	83,269トン (24年)	81,679トン (25年)	→	135,463トン (24年)
状況説明	H24年度のさとうきび生産量については、H23年度を13.4万トン上回ったが、H25年度のさとうきび生産量は夏場の記録的な干ばつの影響により、68.3万トンとH24年度(67.5万トン)並の生産量となった。また、平成25年産の甘しや糖の産糖量は歩留まりの低下により前期比約2%減の81,679トンなり、基準値を下回る結果となった。気象災害等の影響によってさとうきび生産量が減少傾向にあるなか、種苗の確保や反収向上対策、機械化の推進等生産量の回復及び目標値達成に向けた取り組みを推進していく。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・沖縄県におけるさとうきび産業を支える分みつ糖製造事業者は、一般の民間企業とは大きく異なり、生産環境に大きく左右される脆弱な経営体質でありながら、収穫期間に限られるさとうきびにおいて、操業期間中の操業停止等のトラブルを回避するため、毎年度のメンテナンスや老朽化に伴う使用限界にある設備更新等多大な設備投資が必要不可欠となっている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・分みつ糖製造事業者においては、毎年12月～3月の約4ヶ月の製糖期が終了した後、4月～11月までの間に、製糖設備等のメンテナンスや更新が完了し、次期製糖期に備える。通常の事業執行期間4月～3月の12ヶ月間と比較し、7ヶ月間という非常に短期間での整備が必要であるため、施設整備にかかる事業の執行時期が遅れることにより、次期製糖期開始の遅れにつながり、生産者の適期収穫、株出し管理作業の遅れに伴う収入源や遅滞による製造事業者の経営圧迫が懸念される。そのため、年度当初からの事業着手が可能となるよう早期執行に向けた協議を継続して実施する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・事業の早期着手及び効率的な執行に向けて、事業実施主体である(公社)沖縄県糖業振興協会や分みつ糖製造事業者等関係団体と随時協議を行うなど、事業執行の体制の強化を図っていく。

・省エネルギー化や自然環境保護対策及び品質管理に資する設備整備に対する高率補助での支援を実施するとともに、補助対象設備を拡充し設備の修繕についても引き続き支援していく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化		
施策	④製糖企業の高度化促進			
(施策の小項目)	—			
主な取組	含みつ糖振興対策事業	実施計画 記載頁	231項	
対応する 主な課題	○含みつ糖生産については、沖縄黒糖ブランドは国内外の認知度は高いものの、需給のミスマッチや黒糖の安定供給等への課題があるため、消費者等の信頼と満足度を高め、消費拡大へとつなげていくための取組が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	含みつ糖地域は、地理的、自然的、社会的条件が不利なことから、生産者や製糖業の経営は著しい不利益を伴っている。その不利性を解消し、製糖事業者の経営の安定化を図るため、製造コスト等の助成を行う。 また、含みつ糖製糖施設は老朽化が著しいことから、食の安全・安心に耐えうるような近代的な施設を整備する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	含みつ糖製造事業者の経営安定への支援					→	県 団体
	近代的な含みつ糖製糖施設の整備(施設整備箇所:5カ所)						
担当部課	農林水産部 糖業農産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
含みつ糖振興対策事業費	4,965,411 (1,759,075)	2,832,290 (1,309,746)	含みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、①含みつ糖の製造コストに関する不利性の緩和、②気象災害等によるコスト増嵩分、③含みつ糖の安定供給・差別化等に向けた協同の取組④食の安全、安心に対応しうる近代的な製糖施設の整備など、製糖業者に対して経費の一部支援を行った。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
経営安定対策支援事業者数			8工場	8工場
近代的な製糖施設の整備			—	1工場
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	含みつ糖製造事業者の経営安定を目的に、県内含みつ糖製造事業者4社8工場に対する支援を行った結果、適正操業が図られ、さとうきび農家の経営安定に寄与されている。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
含みつ糖振興対策事業費	3,273,613	製造コスト不利補正の緩和対策 気象災害等影響緩和対策 製造合理化対策 安定供給対策 近代的な製糖施設の整備	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

含みつ糖の原料となるさとうきび生産量の減少による製品当たりの製造コスト増大の緩和対策などの実施による含みつ糖製造事業者の経営支援や、含みつ糖を安定的にユーザーに対して供給するための体制強化を図ることで、安定した販路の確保につながり製糖事業者の経営安定につながる取り組みを行った。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
さとうきび甘しや糖の産糖量	96,608 ^{トン} (22年産)	81,679 ^{トン} (25年産)	119,650 ^{トン} (28年産)	△14,929 ^{トン}	135,463 ^{トン} (24年産)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄県甘しや糖の生産実績	96,608 ^{トン} (22年産)	83,269 ^{トン} (24年産)	81,679 ^{トン} (25年産)	→	135,463 ^{トン} (24年産)
状況説明	H24年度のさとうきび生産量については、H23年度を13.4万トン上回ったが、H25年度のさとうきび生産量は夏場の記録的な干ばつの影響により、68.3万トンとH24年度(67.5万トン)並の生産量となった。また、平成25年産の甘しや糖の産糖量は歩留の低下により前期比約2%減の81,679トンなり、基準値を下回る結果となった。 生産量は減少傾向にあるが、栽培面積は地域によって維持もしくは増加傾向にあることから、栽培技術の支援などによって、気象災害等による影響を低減する取組を推進していく。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・含みつ糖の生産は、離島地域の経済において重要な地位を占めており、含みつ糖製造事業者の経営安定及び自立に向けた取組が必要である。

・一方、含みつ糖製造業者は経営基盤が脆弱であることから、12月または1月からの操業開始にあたり、生産農家に対する原料代の支払等を含めた資金繰りが厳しい状況にある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・事業の早期執行が、含みつ糖工場の円滑な運営に寄与することから、早期執行に向けた協議を継続して実施する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・事業の早期着手及び効率的な執行に向けて、事業実施主体である(公社)沖縄県糖業振興協会や、含みつ糖製造事業社糖関係団体と随時協議を行うなど、事業執行の体制強化を図っていく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	流通・販売・加工対策の強化
施策	④製糖業企業の高度化促進	
(施策の小項目)	—	
主な取組	黒糖の力・安定化支援事業	実施計画 記載頁 231
対応する 主な課題	<p>○さとうきびは本県の基幹作物であり、特に産業構造の脆弱な離島においては生産農家の所得や製糖事業関連による雇用も含め、地域経済上極めて重要な作物となっている。一方で、食の安全・安心への対応、製糖施設の老朽化など、安定的かつ高品質な甘味資源の生産に向けてはなお多くの課題が残されている。</p> <p>○含みつ糖生産については、沖縄黒糖ブランドが国内外への認知度は高いものの、需給のミスマッチや安定供給等への課題があるため、消費者等の信頼と満足度を高め、消費拡大へとつなげていくための取組が課題である。</p>	

1 取組の概要(Plan)

取組内容	「黒糖の力」により島民生活が維持されている含蜜糖地域（多良間島、波照間島等8島）において、黒糖の魅力を高め、持続的に安定生産を可能とするための支援を行なう。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	黒糖の安定生産に向けた品種の現地適応調査や害虫防除実証					→	県 市町村
担当部課	農林水産部 糖業農産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位：千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
黒糖の力・安定化支援事業	7,539	7,287	黒糖原料となるさとうきびを生産している離島地域において、環境負荷低減と品種の選定により黒糖の魅力を高め、持続的に安定生産・安定供給を可能とするための支援を行なう。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
環境負荷低減の取組みによる付加価値向上支援			—	1町村
黒糖原料品種の現地適応調査			—	2箇所
推進状況	平成25年度取組の効果			
やや遅れ	環境負荷低減の取組みによる付加価値向上支援として展示ほ設置及び販売促進活動等を実施（多良間村） 黒糖原料品種の現地適応調査を実施（多良間村、竹富町(波照間島)） 上記の取組を行ったが、補助事業について、実施箇所が計画より減となった。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位：千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
黒糖の力・安定化支援事業	6,010	黒糖原料となるさとうきびを生産している離島地域において、環境負荷低減と品種の選定により黒糖の魅力を高め、持続的に安定生産・安定供給を可能とするための支援を行なうため、黒糖原料品種の現地適応調査や環境負荷低減の取組みによる付加価値向上支援を行う。	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

要望調査を実施し、事業実施主体における課題の把握に努めた。
 事業実施主体に対しヒアリングを実施し、事業内容の理解及び周知に努めた。
 引き続き黒糖原料品種の現地適応調査を実施し、生産技術の普及、向上に努める。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
甘しや糖の産糖量	96,608トン (22年)	81,679トン (25年)	119,650トン	△14,929トン	135,463トン (24年)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄県の甘しや糖の生産実績	63,554トン (23年)	83,269トン (24年)	81,679トン (25年)	→	135,463トン (24年)
状況説明	平成25/26年産のさとうきび生産量は夏場の記録的な干ばつがあったため、約68.3万トンと平成24/25年産(約67.5万トン)並となった。また、甘しや糖の産糖量については、歩留の低下により前期比から2%減の81,679トンとなり、基準値を下回る結果となった。気象災害等の影響によってさとうきび生産量が減少傾向にあるなか、種苗の確保や反収向上対策、機械化の推進等生産量の回復及び目標値達成に向けた取り組みを推進していく。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・市町村、製糖企業等の関係機関が一体となり、生産者と共にさとうきび生産向上に取り組む必要がある。
- ・町村役場が事業実施主体となるが、役場職員のみでは人員等の制限があるため、計画や事業推進が制限される。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・事業実施主体(町村役場)のみでは、人員等の制限があるため、地域における推進体制を整理する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

- ・事業実施主体及び関係機関等とのヒアリングを実施し、事業説明等により事業内容の周知と理解を図ると共に、検討会議等を開催する等により連携強化を図る。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(7)-イ	農林水産業の振興
施策	④製糖企業の高度化促進	
(施策の小項目)	—	
主な取組	沖縄黒糖戦略的供給サポート事業	実施計画 記載頁 231
対応する 主な課題	○含みつ糖生産については、沖縄黒糖ブランドが国内外の認知度は高いものの、需給のミスマッチや安定供給等への課題があるため、消費者等の信頼と満足度を高め、消費拡大へとつなげていくための取組が課題である。	

1 取組の概要(Plan)

取組内容	沖縄黒糖戦略的供給サポート事業により、沖縄県黒砂糖協同組合を実施主体に以下の取組を行った。 ①沖縄黒糖供給安定化事業：沖縄黒糖の安定供給体制を構築するための調査などを行う。 ②沖縄黒糖需給マッチング対策事業：沖縄黒糖のブランド力向上のために県内外の需要創出を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	黒糖の安定供給及び消費拡大に対する取組みの支援						県 団体等
担当部課	農林水産部 糖業農産課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄黒糖戦略的供給サポート事業	6,600	6,434	①沖縄黒糖供給安定化事業 黒糖の安定供給に向け、ユーザーや消費者等への調査や外部有識者を含めた検討会を2月に開催した。 ②沖縄黒糖需給マッチング対策事業 黒糖加工業者との新商品開発等、ユーザーとの連携や産業祭り及びFOODEX JAPAN等、各種イベントを活用した需要の創出を8回行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
黒糖の安定供給及び消費拡大に対する取組の支援			—	10回
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	以下の取組を実施し、新たな需要創出や沖縄黒糖の認知向上を図った。 ・安定供給のための調査：沖縄黒糖の使用頻度や方法、また改善が望まれる事等について、沖縄黒糖ユーザーや末端消費者に対して調査を行い、沖縄黒糖製造事業者として、需要に対応していくための現状について検討を実施した。この調査を受け、中長期的に対応していく課題を整理し、各関係者の共通認識を構築できた。 ・「黒糖の日」消費拡大イベント、県内外のイベントでのPR(沖縄、東京、千葉、大阪)「黒糖の日」、花と食のフェスティバル、産業まつりは、主に県内向けに沖縄黒糖のPRを行い、県外へは東京、大阪などの主要都市で開催されるイベントに出店した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄黒糖戦略的供給サポート事業	5,759	①沖縄黒糖供給安定化事業 黒糖の安定供給に向けた検討会の開催 ②沖縄黒糖需給マッチング対策事業 ユーザーとの連携や各種イベント等を活用した需要の創出	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

沖縄黒糖の安定供給体制の取組の一つとして、黒糖の流通形態やユーザー調査をおこなった。沖縄黒糖の使用頻度や方法、また改善が望まれる事等について、沖縄黒糖ユーザーや末端消費者に対して調査を行い、沖縄黒糖製造事業者として、需要に対応していくための現状について検討を実施した。この調査を受け、中長期的に対応していく課題(ストック機能の方法)を整理し、各関係者の共通認識を構築できた。

沖縄黒糖のブランド力を強化するために、県内外でのPR活動を行い消費拡大の取組を行った。H25年度のPR活動では、黒糖生産量が既存ユーザーの需要を十分確保出来ていなかったため、沖縄黒糖の表示や純黒糖マークなどの周知の徹底を課題として取り組むを行った。事業実施主体である沖縄県黒砂糖協同組合HPの活用など、黒糖の定義についてより効果的なPR活動を検討し実施することが出来た。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
さとうきび甘しや糖の産糖量	96,608 ^{トン} (22年産)	81,679 ^{トン} (25年産)	119,650 ^{トン} (28年産)	△14,929 ^{トン}	135,463 ^{トン} (24年産)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄県甘しや糖の生産実績	96,608 ^{トン} (22年産)	83,269 ^{トン} (24年産)	81,679 ^{トン} (25年産)	→	135,463 ^{トン} (24年産)
状況説明	H25年度のさとうきび生産量は夏場の記録的な干ばつの影響により、68.3万トンとH24年度(67.5万トン)並の生産量となった。また、平成25年産の甘しや糖の産糖量は歩留の低下により前期比約2%減の81,679トンなり、基準値を下回る結果となった。 さとうきび生産量は減少傾向にあるが、栽培面積は地域によって維持もしくは増加傾向にあることから、栽培技術の支援などによって、気象災害等による影響を低減する取組を推進していく。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

・沖縄黒糖の販売を取り巻く情勢は平成22年までの数年間はさとうきび豊作と経済不況が相まった需給のミスマッチにより、黒糖在庫を抱え販売価格が低迷していたが、平成23年以降は3年連続して、台風等の気象災害によって減産し、一転して供給量が不足する事態となっている。

・減産による供給不足により、沖縄黒糖のユーザーとの信頼関係の回復や維持における取り組みが重要となっている。

・平成25年4月1日より、「黒糖及び黒糖加工品」の原料原産地表示が義務化され、ユーザーや消費者に向けさらに沖縄黒糖の特性をPRし、類似品との差別化を図ることが必要である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・安定供給に向けた検討では、平成25年度の調査報告を基に、調整在庫量、管理方法、販売手法等について各関係機関で必要な課題整理と検討を深めていく。

・沖縄黒糖のブランド力をPRするために、県内外でのPR活動を行い消費拡大に継続して取組。

4 取組の改善案(Action)

・黒砂糖協同組合、農業団体、製糖工場、県等により、国内外の需要創出、新たなニーズに応じた供給形態の検討等の課題について、H25年度の調査結果を基に検討を行う。