

# 「主な取組」検証票

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		
(施策の小項目)	○県内事業者の販売力強化		
主な取組	県産品拡大展開総合支援事業	実施計画 記載頁	293
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、県産品の売り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。		

## 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産品の販路拡大を図るため、①商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業の展開 ②県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング ③マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、総合的な販路拡大支援を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	2回 バイヤー招聘					→	県 支援機関 企業等
	2回 商談会						
	バイヤー招聘・商談会開催						
県外販売戦略アドバイザー設置、マーケティング支援							
担当部課	商工労働部 アジア経済戦略課 ・ ものづくり振興課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産品拡大展開総合支援事業	151,030	136,527	県外小売店等への定番化を促進するため、県外のマーケティング、商品開発の専門家を設置し、県内企業10社に対し、マーケティング理論、商品開発のノウハウ、営業理論等の人材育成を行った。 また、県外小売店のキーパーソンを招聘し、県内企業との交流を図るほか、展示商談会へ出展し県外バイヤー等とのマッチングを促進した。 (招聘:29回、商談会:4回)	一括交付金 (ソフト)
県産工業製品海外販路開拓事業	98,142	88,513	県内企業が実施する海外見本市への出展や海外営業活動、市場調査等を支援することにより、県産工業製品の海外展開を促進した。 (海外見本市:20回)	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
バイヤー招聘(県産品拡大展開総合支援事業)			2回	27回
商談会(県産品拡大展開総合支援事業)			2回	4回
見本市(県産工業製品海外販路開拓事業)			2回	20回

推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果
順調	上記活動指標について、全体として計画値を上回る実績があることから順調に推進しており、バイヤー招聘、商談会、見本市への出展、プロモーション等を通して、県産品の認知度や理解が深まり、支援企業の県外及び海外展開が促進された。 また、バイヤー招聘や見本市への出展により、新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものとする。

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産品拡大展開総合支援事業	254,656	県産品の商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業を展開するほか、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。	一括交付金 (ソフト)
県産工業製品海外販路開拓事業	98,054	本県経済の牽引役として県内製造業の活性化を図るため、県産工業製品の海外展開について、製品の特長や流通の特徴に応じた総合的な施策展開を実施する。	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度取組改善案	反映状況
①マーケティング、商品開発専門アドバイザー等を設置し、理論、戦略だけでなく、それを実践まで展開することができるノウハウを県内に蓄積することにより、県外展開を支援する。	①県内企業を対象としたマーケティング・商品開発セミナーを実施し、マーケティング力、商品開発力の強化等、企業育成に取り組んでいるほか、商品開発等について専門家の個別指導・支援を実施している。
②持続的な販路拡大につながるよう、県内企業(売り手)と県外小売店等(買い手)との相互理解を促進し、双方の協力・連携体制の強化を図る。	②県外小売店等のキーパーソンを招聘し、県内企業とマッチングを行うほか、県内企業が県外小売店等を自ら招聘し商談等を行えるよう補助金を措置し、商談、現地視察等を通じた相互理解、相互交流の促進を図っている。

(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
泡盛の出荷数量	22,297KL (23年)	20,061KL (27年)	35,000KL	△2,236KL	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	9,167千円 (25年)	5,369千円 (26年)	8,839千円 (27年)	→	—
ビール輸出額	201,333千円 (25年)	275,619千円 (26年)	380,706千円 (27年)	↗	—
状況説明	若者のアルコール離れ等、全国的に酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を大きく受けており、泡盛の出荷数量及び県外出荷数量についても減少傾向にあり、厳しい状況である。(県外出荷量:平成25年度3,146kl、平成26年度2,919kl、平成27年度2,902kl)。 しかし、近年の好調な入域観光客数の増加や、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を背景として、泡盛に対する認知度、理解に着実に繋がっているものと考えており、また、海外においては、特に沖縄の観光イメージとマッチしたビール等の輸出額は前年より着実に増加していることから、引き続き、改善に向けて取組を推進する。				

### 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)

- ・県外への販路拡大を推進するためには、生産側の視点だけではなく、県外市場(消費者、卸売業者、小売店等)のニーズを把握し、ニーズに合った商品開発が求められるが、零細企業が多く、マーケティング力が脆弱な企業が多い。
- ・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの観光プロモーションと連携した沖縄フェア、物産展等の開催実績を踏まえると、県外の消費者、バイヤー等が県産品に接する機会は着実に増えていることから、県産品の認知度は向上しているものと推察される。

#### (2) 改善余地の検証 (取組の効果の更なる向上の視点)

- ・持続的な販路拡大を促進するため、平成26年度から、マーケティング・商品開発セミナーを実施し、自社商品の強み、競合商品との比較、ターゲット(消費者、チャネル)の設定等、マーケティングを強化する企業育成に取組んでいるが、ノウハウの蓄積には一定の期間を要するため、継続してセミナーを実施する必要がある。
- ・これまでの沖縄フェア等のプロモーション等の取組みにより、県産品の認知度、接点等は着実に増えているが、新たな顧客を獲得するため、県産品イメージを向上させる取組みが必要である。

### 4 取組の改善案(Action)

- ・マーケティング・商品開発のノウハウの蓄積には、一定の期間を要するため、引き続き県外専門アドバイザー等を設置し、県外展開の支援を展開する。
- ・今後とも引き続き沖縄フェア等を実施するが、新たな顧客を獲得する必要があることから、商品の背景にあるストーリー、沖縄イメージを訴求するコンテンツ等を活用することにより、県産品イメージを向上させ、新たな客層のトライアル購入につなげる。

# 「主な取組」検証票

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			
(施策の小項目)	○県内事業者の販売力強化			
主な取組	物流高度化の推進	実施計画 記載頁	293	
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、県産品の売り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。			

## 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産品の域外出荷拡大を促進するため、物流コスト最適化に向けたモデル構築、当該モデルに基づく実証実験、各種調査・シミュレーション等の総合的な物流対策を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	最適化モデル事業					→	県
	コスト低減						
担当部課	商工労働部 アジア経済戦略課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
国際戦略推進企画事業	20,597	19,813	那覇空港及び那覇港を中心とした国際物流拠点の形成、新たな物流モデルの構築・展開、新たな物流関連ビジネスの創出等を検討した。具体的には、県内企業の域外展開を支援するため、香港や台湾の企業向けに沖縄ハブをPRする展示会への出展や県内荷主向けに、県内物流企業が展開するサービスを紹介する説明会を開催した。	県単等
物流高度化推進事業	26,770	19,120	島嶼県の課題である輸送コストの低減とリードタイムの短縮の解決へ向け、県外に共同物流センターを設置し、貨物集約による物流高度化モデル構築を目指した。なお、梱包形態、輸送方法、温度管理、保管方法の物流条件が共通の泡盛をモデル品目として選定し、実施した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
最適化モデル構築			—	—
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄ー本土間の物流環境の改善に資する具体的な新たな物流モデルの構築に向け、物流高度化推進事業を実施。県外に琉球泡盛の共同物流センターを設置し、10社共同の新たな物流ルートを構築した。</li> <li>・県内企業の販路拡大や域外展開を支援するため実施した香港や台湾企業向けの展示会において、沖縄ハブをPRし、認知度向上を図ることができた。</li> <li>・県内荷主向けに、県内物流企業が展開するサービスを紹介した説明会においては、約200名が参加し、具体的な物流サービスや航路を説明した。結果として、参加者の98%の方が参考になったと回答し、県内企業の域外展開を支援することができた。</li> </ul>			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
国際戦略推進企画事業	19,851	那覇港及び那覇空港の機能活用による物流環境の改善・効率化に向けた沖縄型物流モデル構築等の取組を実施する。	県単等
物流高度化推進事業	75,244	島嶼県である本県の抱える物流の諸課題に対応し、県産品出荷拡大等の産業振興を推進すべく、新たな物流モデル(共同物流等)の構築による更なる物流の高度化に向けた取組を実施する。	一括交付金(ソフト)
国際物流関連ビジネスモデル創出事業	59,787	沖縄の好調な観光や地場産業と国際物流拠点の機能と連携した海外ビジネスの展開の可能性を調査し、官民一体となって新たなビジネスモデルの構築を図る。具体的には、中国福建省等での県産品の販路拡大を目指すため、福建省、台湾、沖縄の経済特区の連携可能性を調査する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度取組改善案	反映状況
①物流最適化モデル事業に参加する事業者で構成する運営委員会を発足させ、共同物流の実施段階における情報共有、意見交換、課題抽出を行うとともに、意思決定の迅速化を図る。また同モデルの効果的な実施へ向け、物流のノウハウ、経験を有するコンサルタント、等を活用し、事業の推進を図る。	①取扱貨物量の増加に向け、改善案で掲げた取組に着手した。具体的には、物流高度化推進事業における県外向け共同物流ルート構築による貨物の取扱量の増大へ向け取組んだ。また、中国福建省等での県産品の販路拡大を目指すため、福建省、台湾、沖縄の経済特区の連携可能性を調査する国際物流関連ビジネスモデル創出事業を立案した。

(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
那覇港の外買取扱貨物量	120万トン (23年)	116万トン (27年)	1,020万トン	△4万トン	123.176万トン (22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	平成27年の取扱貨物量は116万トンとなり平成23年度と比較し若干減少したものの、ほぼ例年並みの貨物量で推移している。 関係機関等とも連携を図りつつ、本事業で構築した物流モデルの実施・展開を含めた貨物創出策を推進することで、取扱貨物量の増加を図る。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物流最適化モデルの効果的な実施に際して、モデル事業に参加する事業者の特性(梱包、配送、温度管理の点における類似性、県産品として認知度が高い、県外での安定的な需要が見込める等)や、事業者間の調整を円滑に進めることが重要である。</li> <li>・物流における物流高度化モデルを構築し、ノウハウを他業種等へ波及することを目指す。</li> <li>・また、利用する県外共同物流センター、利用船社の情報を正確に把握し、取扱量増大へ向けたノウハウが必要であるが、県内事業者では、難しい状況である。</li> </ul> <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物流コスト低減に向けては、海外物流についても、那覇港の取扱貨物量拡大に向け、ビジネスモデルを構築し、ベースカーゴとなる貨物を創貨する必要がある。</li> </ul>
---

## (2) 改善余地の検証（取組の効果の更なる向上の視点）

- ・多数の（県内食品製造メーカーや商社等）事業者が荷主となり、物流の各パート（島内陸送、県外海外向け海運等）において、多数の事業者が荷主となり、物流の各パートにおいて、既存の取引業者が存在することから、業界全体で物流高度化によるメリットを享受できるよう関係者の利害調整等を円滑に進める仕組み作りが必要である。
- ・県内事業者が県外共同物流センター等の運営ノウハウを有する者から情報等を入手し、取扱量増大による更なる物流高度化を進める体制や物流における物流高度化モデルを構築し、ノウハウを他業種等へ幅広く波及させる体制の構築について、県が支援する必要がある。
- ・販路拡大による貨物量の増加に向け、新たな航路ネットワークや物流サービスに関する調査・検討・ビジネスの創出が必要である。

## 4 取組の改善案(Action)

- ・物流最適化モデル事業に参加する事業者で構成する運営委員会を活用し、共同物流の実施段階における情報共有、意見交換、課題抽出を行うとともに、意思決定の迅速化を図る。また共同モデルの効果的な実施へ向け、物流のノウハウ、経験を有するコンサルタント等を活用し、事業の推進を図り、取扱量の増大による更なる物流高度化を進める。また、構築された物流高度化モデルのノウハウを他業種へ幅広く波及させるため、業界別物流需要調査と物流アドバイザーの設置を実施する。
- ・貨物量の増加に向けた新たな航路ネットワークや物流サービスに関する調査・検討・ビジネス創出を実施する。
- ・海外向けに販路拡大による取扱貨物量拡大に向け、福建省、台湾、沖縄の経済特区の連携によるビジネスモデルの構築の可能性を調査する。

## 「主な取組」検証票

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			
(施策の小項目)	○県内事業者の販売力強化			
主な取組	琉球泡盛県外展開強化事業	実施計画 記載頁	294	
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、県産品の売り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。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	泡盛のブランド力を向上させ、域外出荷拡大を図るため、泡盛の持つ、商品特性や歴史・文化的背景を活かして、商品開発・販売展開支援、プロモーションによる情報発信及び調査研究事業を総合的に実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	3件 支援企業数					→	県 支援機関 企業等
	2件 研究開発実施 件数		5件 域外販路構築 参画企業数				
	域外展開,企業の総合支援、ブランド力強化に向けた情報発信・研究開発						
				5回 講習会開催回 数			
技術課題解決等のための講習会開催や製造従事者のネットワーク構築							
担当部課	商工労働部ものづくり振興課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
琉球泡盛県外展開強化事業	110,375	108,192	①泡盛の仕次ぎと熟成に関する研究を行い、古酒の付加価値向上に取り組むとともに、酒類製造業の経営状況や県経済へ与える影響等について調査分析を行った。 ②泡盛製造従事者向けに講習会を行い、製造技術の向上と製造従事者のネットワークの構築を図った。 ③他酒類との差別化を図るため、女性・若者層、観光客等のセグメント別に、泡盛の特性や新しい飲み方の紹介等のプロモーションや商談会等への出展費用について酒造組合に対して補助を実施した。(補助率9/10)	一括交付金 (ソフト)

様式1(主な取組)

活動指標名	計画値	実績値
域外販路構築参画企業数	47件	47件
研究開発実施件数	2件	2件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果	
順調	<p>「泡盛の仕次ぎと熟成に関する研究」では、熟成年数の異なる泡盛の香気成分の分析を行い古酒のブランド化や付加価値向上に繋げている。また、酒類製造業の調査分析では、泡盛製造業等振興策検討委員会を設置し、委員会から泡盛製造業振興策の提言の報告を受けた。</p> <p>「泡盛製造従事者向けの講習会」に関しては、セミナー(1回)、講習会(6回)、県外製造所の視察を行い泡盛製造の技術強化に繋げた。</p> <p>セグメント別プロモーションや商談会については、沖縄県酒造組合に経費補助を行い県外における泡盛の認知度及び体験度向上を図った。</p>	

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
琉球泡盛県外展開強化事業	110,186	<p>①泡盛の仕次ぎと熟成、黒麹菌に関する研究を行い、古酒の付加価値向上に取り組むとともに、各酒造所が行うマーケティング調査について支援を行う。</p> <p>②泡盛製造従事者向けに講習会を行い、製造技術の向上をとともに製造従事者のネットワークを構築し、技術課題の共有と解決を図る。</p> <p>③他酒類との差別化を図るため、女性・若者層、観光客等のセグメント別に、泡盛の特性や新しい飲み方の紹介等のプロモーションや商談会等への出展費用について酒造組合に対して補助を実施する。(補助率9/10)</p> <p>④多様化する消費者ニーズに対応するためのマーケティング調査に対して各酒造所へ経費補助を行い、マーケティング強化を図る。(補助率9/10)</p>	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度取組改善案	反映状況
<p>①泡盛の熟成等、業界の新たな商品開発等に寄与する調査研究が必要。</p> <p>②研究成果の製造現場への技術移転や、製造従事者間での技術課題の共有や解決を行える機会が必要。</p> <p>③プロモーションについて、平成24年度まで県が委託事業として行ってきたが、平成27年度からは、業界の取り組みとし、それを支援する必要がある。</p> <p>④出荷数量の増転を図るためには、若者等にイメージ向上プロモーションを行い、消費者の購買意欲を高めるとともに、販路を拡大する取り組みが必</p>	<p>①工業技術センターにおいて、熟成による泡盛の香気成分分析を行い指標を作成している。</p> <p>②製造従事者向けに講習会やカリキュラムを実施し、技術課題の共有と技術向上を図っている。</p> <p>③酒造組合が行うプロモーション活動について補助を行い、業界の取組を支援している。</p> <p>④業界が実施する若者向けのプロモーション活動や商談会について経費の補助を行っている。</p>



様式1(主な取組)

(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
観光土産品に対する満足度 (国内客、「大変満足」の比率)	33.2% (21年度)	32.5% (27年度)	35%	-0.7%	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
泡盛の出荷数量	21,658KL (25年)	20,157KL (H26年)	20,061KL (27年)	→	-
泡盛の県内出荷量	18,512KL (25年)	17,238KL (26年)	17,159KL (25年)	↘	-
状況説明	泡盛の出荷数量から泡盛の県内出荷量を差し引いた県外出荷数量については、平成25年度3,146kl、平成26年度2,919kl、平成27年度2,902klと減少を続けている。県内出荷数量についても、平成25年度と比較して7.3ポイント減少している。 酒類全体においても、国内酒類市場の縮小等により、課税移出数量が減少傾向にある。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>酒類は嗜好品であるため、継続的なプロモーションが必要であり、泡盛の特性や歴史的背景、飲み方の周知を通じて、泡盛の魅力を伝えることが重要である。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国内酒類市場の縮小傾向や消費者の嗜好の多様化により、市場競争が激化している。泡盛は、テレビ番組等の影響で沖縄ブームとなった平成16年をピークに、泡盛の出荷数量は減少を続けている。</li> </ul>
--

(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"> <li>泡盛離れを解消するため、若者や女性など、県内外の消費者ニーズに対応した商品開発、販促活動、情報発信等の取組強化を図る必要がある。</li> <li>業界の消費者ニーズに対応する動きを活発化させるために、個々の泡盛メーカーが行う消費者ニーズに対応した商品開発等の取組に対しても支援が必要。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>公設試験研究機関である工業技術センターにおいて、これまで実施している泡盛の仕次ぎや熟成に関する研究に加え、黒麹菌の独自性に関する研究を行うことで、新たな付加価値の創造を図り、業界の課題である古酒の付加価値向上に資する研究を行う。</li> <li>個々の泡盛メーカーが行うマーケティング調査に関して支援を行い、消費者ニーズに対応した商品開発等の取組を活発化させる。</li> </ul>
--

# 「主な取組」検証票

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		
(施策の小項目)	○県内事業者の販売力強化		
主な取組	コンテナスペースの借り上げ事業	実施計画 記載頁	294
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。		

## 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県が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することで輸送コストを低減し、海外展開初期の小ロットの県産品も含めて、積極的に海外販路を拡大できるようにする。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	県内事業者の海外販路拡大支援等を目的とした航空機コンテナ借上					→	県
担当部課	商工労働部 アジア経済戦略課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄国際物流ハブ活用推進事業	386,030	349,204	那覇空港からの国際航空貨物便就航地(香港、台湾、上海、バンコク、ソウル、シンガポール)への貨物スペースを県が借上げて県内事業者等へ提供した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
航空機コンテナ借上台数			—	518台 (27年度)
推進状況	進捗状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	県内企業等の海外展開が拡大し当該事業の利用事業者数が増加したことで、コンテナ借上によるコンテナ数が増加し、輸出重量の増加に寄与した。 (コンテナ数)H26年度 465台 → H27年度 518台			

### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄国際物流ハブ活用推進事業	416,917	那覇空港からの国際航空貨物便就航地(香港、台湾、上海、バンコク、ソウル、シンガポール)への貨物スペースを県が借上げて県内事業者等へ提供する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①関係部署(沖縄県産業振興公社等)と連携して、健康食品等の加工品や栄養分の高い食材について、機能性を前面に出した海外プロモーションを実施し、ブランド化のための取組を進めることで、輸出額拡大を目指す。</p> <p>②ブランド化により県産品自体の魅力を高めるとともに、コンテナ借上げ事業による物流支援を組み合わせることで、輸送コストを軽減により初期段階における価格競争力の優位性を支援し、今後の取引拡大及び輸出量増大へ繋げていく。</p>	<p>①沖縄県産業振興公社や海外事務所等と連携して、県産農林水産物やそれらを用いた健康食品、機能性・栄養価の高い食材や加工品などについて、「長寿の島沖縄」をコンセプトに、香港、台湾、東南アジア等でプロモーションを実施することにより、ブランド化の推進、輸出額拡大を図ることができた。</p> <p>②コンテナ借上げ事業による物流支援を実施し、事業者の海外輸送コストの軽減を図ったことにより、初期段階における価格競争力を有することが可能となり、取引拡大、輸出量増大を図ることができた。</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
那覇空港の国際貨物取扱量	15万トン (22年度)	17.7万トン (27年度)	28万トン	2.7万トン	成田204万トン 関空70万トン (27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	平成23年度及び24年度的那覇空港の国際貨物取扱量は14万トン前後にとどまっていたが、平成27年度は17.7万トンに増加し、国内では成田、関空、羽田に次いで4位の取扱量となった。コンテナスペースの借り上げ事業では、平成23年度の214トンから平成27年度の317トンと順調に推移し、輸出量拡大に寄与している。				

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)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテナスペース借り上げ事業の利用申請企業数がこれまでの1.5倍以上となり、制度が広く浸透してきている。</li> <li>・県シンガポール事務所の開設等により、県内事業者のASEAN地域に対する関心がこれまで以上に高まりつつある。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄への海外観光客数は約150万人と大幅に過去最高を更新しており、沖縄の認知度が向上している。</li> <li>・コンテナスペース借り上げ事業で代表される業務用輸出(BtoB)だけでなく、中国を主な対象とした越境EC(BtoC)による小口輸出も急激に増加している。</li> </ul>
---

(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"> <li>・平成27年度に立ち上げた「長寿の島沖縄」ブランドは、県産天然食材を活用した加工食品や健康食品を前面に出した内容である。今後、本ブランドイメージ形成に向けた情報発信が必要である。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成27年度に作成した長寿の島沖縄ブランド画像やそのバックデータ(沖縄が長寿であることや県産食材の機能性の高さに関するグラフ、データ等)を、海外メディアを活用した情報発信並びに海外見本市出展にあたっての装飾に活かすとともに、さらには物産フェアでの商品選定にもブランドテーマを反映させるなど、ブランド形成に向けた情報発信を進める。</li> <li>・県産品ブランディングによる高付加価値化とあわせ、コンテナ借上げ事業による物流支援を組み合わせることで、県産品取扱事業者の取引拡大に向けた底上げを図る。</li> </ul>
---

## 「主な取組」検証票

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			
(施策の小項目)	○県内事業者の販売力強化			
主な取組	地域力活用型販路拡大応援事業	実施計画 記載頁	294	
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いたに伴い、県産品の売り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。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	地域の優れた特産品を対象に、地域の魅力や各地域の支援機関等による経営支援を活用した包括的な県外販路開拓支援施策を開発及び実施する中小企業支援機関の取組を支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
				1件 販路開拓 パッケージ の開発及び 実施	→		県 支援機関 等
	地域の中小企業・小規模事業者の実情に応じた販路開拓パッケージの開発及び実施						
担当部課	商工労働部中小企業支援課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
地域力活用型販路拡大応援事業	46,775 (46,775)	45,722	地域の事業者による県外展示商談会への共同出展企画を開発し、試験的に出展した。また、首都圏でのテスト販売及びテストプロモーションを実施した。	各省 計上
活動指標名			計画値	実績値
販路開拓パッケージの開発及び実施			1件	1件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	県内25事業者による県外展示商談会への共同出展や、県内4地区を対象に各地域の魅力を生かした首都圏でのテスト販売及びテストプロモーションの支援を通じて、新たな「沖縄ブース」出展企画や、県外消費者への販売プロモーション手法を開発し、実施した。これにより新たに取引につながったケースもあり、効果的な販路開拓支援を構築できたものとする。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
地域力活用型販路拡大応援事業	20,651	地域の優れた特産品に対し、商談マッチング機会の提供、展示会等出展支援、支援機関による経営支援、販路開拓情報の収集・提供等を組み合わせた包括的な県外販路開拓支援体制を構築する。	各省計上

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度取組改善案	反映状況
—	—

(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
本事業支援による販路開拓パッケージの開発及び実施			1件 (H27年度)	→	—
状況説明	県内25事業者による県外展示商談会への共同出展や、県内4地区を対象に各地域の魅力を生かした首都圏でのテスト販売及びテストプロモーションの支援を通じて、新たな「沖縄ブース」出展企画や、県外消費者への販売プロモーション手法を開発し、実施した。これにより新たな取引につながったケースもあり、効果的な販路開拓支援を構築できたものとする。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本事業の補助事業者である沖縄県商工会連合会において、既存の販路開拓支援と、本事業を通じて構築する販路開拓支援が併存している状況にある。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近年の好調な入域観光客数の増加や、他県での沖縄フェア、物産展等の開催状況を踏まえると、県外の消費者、バイヤー等が県産品に接する機会は着実に増えていることから、県産品の認知度は向上しているものと推察される。</li> </ul>
---

(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"> <li>・沖縄県商工会連合会における既存の販路開拓支援と本事業を通じて構築する販路開拓支援を連携させることで、より効率的に販路開拓支援を行うことができると考える。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・より効率的に販路開拓支援を行うため、本事業による商談マッチング機会の提供や展示会出展支援等と、沖縄県商工会連合会による既存の販路開拓支援を組み合わせることを検討する。</li> </ul>
--

# 「主な取組」検証票

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		
(施策の小項目)	○物産展、商談会など県産品のPR支援		
主な取組	物産展や沖縄フェア、商談会の開催	実施計画 記載頁	294
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。		

## 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県外における物産展や沖縄フェア等に対するプロモーション、商談会の開催等の支援を行うことにより、県産品の認知度向上、需要の創出をはじめ、販路拡大を図る。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	物産展12回					→	県 支援機関 企業等
	沖縄フェア4回						
	商談会2回						
国内外での物産展、沖縄フェア、商談会等の開催							
担当部課	商工労働部 アジア経済戦略課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
物産振興対策事業	21,134	19,309	東京、大阪を中心とする都市部の百貨店において、沖縄物産展を開催し、県産品の認知度向上、販路拡大の支援を行った。(物産展13回)	県単等
県産品拡大展開総合支援事業	151,030	136,527	全国展開を行う量販店における北海道から九州までの全国9エリア約550店舗において、沖縄フェアを開催し、県産品の認知度向上、販路拡大の支援を行った。(沖縄フェア10回)	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
物産展			12回	15回
沖縄フェア			4回	10回
商談会			2回	4回
推進状況	進捗状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	物産展、沖縄フェアについて、上記のとおり計画値を上回る実績となったことから、物産展、沖縄フェアのプロモーションを通して、県産品の販売だけでなく、認知度や理解が深まるとともに、支援企業の県外展開の促進につながったものと考えます。 また、商談会についても計画値を上回る実績となったこと、商談会を通して新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものと考えます。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
物産振興対策事業	21,134	東京、大阪を中心とする都市部の百貨店において沖縄物産展を開催するほか、民間企業が実施する沖縄物産展等とのタイアップ等を行うことにより、県産品の販路拡大を支援する。	県単等
県産品拡大展開総合支援事業	254,656	県産品の商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業を展開するほか、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①マーケティング、商品開発専門アドバイザー等を設置し、理論、戦略だけでなく、それを実践まで展開することができるノウハウを県内に蓄積することにより、県外展開を支援する。</p> <p>②持続的な販路拡大につながるよう、県内企業(売り手)と県外小売店等(買い手)との相互理解を促進し、双方の協力・連携体制の強化を図る。</p>	<p>①県内企業を対象としたマーケティング・商品開発セミナーを実施し、マーケティング力、商品開発力の強化等、企業育成に取り組んでいるほか、商品開発等について専門家の個別指導・支援を実施している。</p> <p>②県外小売店等のキーパーソンを招聘し、県内企業とマッチングを行うほか、県内企業が県外小売店等を自ら招聘し商談等を行えるよう補助金を措置し、商談、現地視察等を通じた相互理解、相互交流の促進を図っている。</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
泡盛の出荷数量	22,297KL (23年)	20,061KL (27年)	35,000KL	△2,236KL	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	9,167千円 (25年)	5,369千円 (26年)	8,839千円 (27年)	→	—
ビール輸出額	201,333千円 (25年)	275,619千円 (26年)	380,706千円 (27年)	↗	—
状況説明	<p>若者のアルコール離れ等、全国的に酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を大きく受けており、泡盛の出荷数量及び県外出荷数量についても減少傾向にあり、厳しい状況である。(県外出荷量:平成25年度3,146kl、平成26年度2,919kl、平成27年度2,902kl)。</p> <p>しかし、近年の好調な入域観光客数の増加や、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を背景として、泡盛に対する認知度、理解に着実に繋がっているものと考えており、また、海外においては、特に沖縄の観光イメージとマッチしたビール等の輸出額は前年より着実に増加していることから、引き続き、改善に向けて取組を推進する。</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>・県外への販路拡大を推進するためには、生産側の視点だけではなく、県外市場(消費者、卸売業者、小売店等)のニーズを把握し、ニーズに合った商品開発が求められるが、零細企業が多く、マーケティング力が脆弱な企業が多い。</p> <p>・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの観光プロモーションと連携した沖縄フェア、物産展等の開催実績を踏まえると、県外の消費者、バイヤー等が県産品に接する機会は着実に増えていることから、県産品の認知度は向上しているものと推察される。</p>
--

## (2) 改善余地の検証（取組の効果の更なる向上の視点）

・持続的な販路拡大を促進するため、平成26年度から、マーケティング・商品開発セミナーを実施し、自社商品の強み、競合商品との比較、ターゲット(消費者、チャンネル)の設定等、マーケティングを強化する企業育成に取組んでいるが、ノウハウの蓄積には一定の期間を要するため、継続してセミナーを実施する必要がある。

・これまでの沖縄フェア等のプロモーション等の取組みにより、県産品の認知度、接点等は着実に増えているが、新たな顧客を獲得するため、県産品イメージを向上させるを促進する取組みが必要である。

## 4 取組の改善案(Action)

・マーケティング・商品開発のノウハウの蓄積には、一定の期間を要するため、引き続き県外専門アドバイザー等を設置し、県外展開の支援を展開する。

・今後とも引き続き沖縄フェア等を実施するが、新たな顧客を獲得する必要があることから、商品の背景にあるストーリー、沖縄イメージを訴求するコンテンツ等を活用することにより、県産品イメージを向上させ、新たな客層のトライアル購入につなげる。



## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(9)-イ	県産品の販路拡大と地域ブランドの形式		
施策	①県外市場等における県産品の販路拡大			
(施策の小項目)	○物産展、商談会など県産品のPR支援			
主な取組	優良県産品推奨制度の実施	実施計画 記載頁	294	
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。 ○特産品を含めた地域全体の魅力や総合力を高めて発信する地域ブランドの形成など、厳しい地域間競争の中で勝ち残るため地域・業界が一丸となった取組が求められている。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産品の需要の拡大と品質の向上を図り、その販路開拓を促進するため、公的な試験研究機関による厳しい検査と選定審査会における厳正な審査を経て選定された製品を、沖縄県優良県産品として推奨する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体  県 支援機関 企業等
					→	→	
	優良県産品推奨制度の実施による県産品の消費拡大						
担当部課	商工労働部ものづくり振興課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
製造業振興 対策事業	12,920	11,197	飲食品の部26点、生活用品の部19点、その他製品の部12点の合計57点を優良県産品として認定した。また、県庁ロビーと沖縄の産業まつり、県内及び東京銀座わしたショッにて推奨製品の展示を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
優良県産品推奨品数			-	57点
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	平成27年度は計57製品を優良県産品として認定し、県庁ロビーおよび沖縄の産業まつり等で展示会を実施し、県民に広く制度、推奨製品を周知することができた。			

#### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
製造業振興 対策事業	12,920	引き続き、優良県産品推奨制度の実施及び推奨製品の展示会を行う。	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
①製造所の衛生審査は、本来2次審査であるが、これを便宜的に1次審査と並行して行うことにより、スケジュール通りの執行が出来るよう配慮することとする。	①製造所衛生審査等の2次審査の日程を早め1次審査と並行して行うことでスケジュール通りの執行が可能となった。

(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
泡盛の出荷数量	22,297KL (23年)	20,061KL (27年)	35,000KL	△2,236KL	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
かりゆしウェア製造枚数	35万枚 (23年)	43.3万枚 (27年)	40万枚 (28年)	↗	-
状況説明	<p>優良県産品推奨制度は、商品力審査、表示・衛生審査等において厳しい基準を課しており、推奨製品には一定の品質と信頼性が担保されている。</p> <p>優良県産品として認定することにより、県産品の販路開拓やブランド力強化に寄与している。さらに当取組を推進し、県内にとどまらず、県外、国外での県産品の知名度の上昇、ブランド力強化を図り、泡盛の出荷量回復に努めていく。かりゆしウェアについては既に平成28年度の目標値を大きく上回っている。</p>				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <p>・本制度は、商品力審査、表示・衛生審査等において厳しい基準を課しており、推奨製品は一定の品質と信頼性を保つ必要がある。</p> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <p>・推奨製品について、他事業で実施しているイベント等での展示も含め、効果的な宣伝・普及方法を検討し、実際の消費拡大につながる工夫を講じる必要がある。</p>
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>・優良県産品として、県内外で広く周知され、購買されることが製品のブランド化と安定生産につながることから、より多くの製品が推奨されるよう、申請数を増加させることが必要である。</p>
---

4 取組の改善案(Action)

<p>・広報及び周知を徹底し、更に展示即売会を積極的に行う等推奨制度や製品をPRする機会を増やす。</p>
---

# 「主な取組」検証票

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		
(施策の小項目)	○物産展、商談会など県産品のPR支援		
主な取組	県産品拡大展開総合支援事業	実施計画 記載頁	294
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、県産品の売り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。		

## 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産品の販路拡大を図るため、①商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業の展開 ②県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング ③マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、総合的な販路拡大支援を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	見本市2回					→	県 支援機関 企業等
	メディア招聘 1回						
見本市出展、メディア招聘等によるプロモーション促進							
担当部課	商工労働部 アジア経済戦略課 ・ ものづくり振興課						

## 2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産品拡大展開総合支援事業	151,030	136,527	県外小売店のキーパーソンを招聘し、県内企業との交流を図るほか、展示商談会へ出展し県外バイヤー等とのマッチングを促進した。 (見本市:4回)	一括交付金 (ソフト)
県産工業製品海外販路開拓事業	98,142	88,513	県内企業が実施する海外見本市への出展や海外営業活動、市場調査等を支援することにより、県産工業製品の海外展開を促進した。 (海外見本市:20回)	一括交付金 (ソフト)
活動指標名		計画値		実績値
見本市(県産品拡大展開総合支援事業)		2回		4回
メディア招聘(県産品拡大展開総合支援事業)		1回		0回
見本市(県産工業製品海外販路開拓事業)		2回		20回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	バイヤー招聘、商談会、見本市への出展、プロモーション等を通して、県産品の認知度や理解が深まり、支援企業の県外及び海外展開が促進された。 また、バイヤー招聘や見本市への出展により、新たな取引につながったケースもあるため、支援企業の販路拡大の促進につながっているものとする。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産品拡大展開総合支援事業	254,656	県産品の商品特性の浸透を図るためのプロモーション事業を展開するほか、県外のニーズに合った商品開発支援やビジネスマッチング、マーケティング専門アドバイザー等を設置し、県内事業者への指導・助言を行う等、県産品の販路拡大の総合的な支援を行う。	一括交付金 (ソフト)
県産工業製品海外販路開拓事業	98,054	本県経済の牽引役として県内製造業の活性化を図るため、県産工業製品の海外展開について、製品の特性や流通の特徴に応じた総合的な施策展開を実施する。	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①マーケティング、商品開発専門アドバイザー等を設置し、理論、戦略だけでなく、それを実践まで展開することができるノウハウを県内に蓄積することにより、県外展開を支援する。</p> <p>②持続的な販路拡大につながるよう、県内企業(売り手)と県外小売店等(買い手)との相互理解を促進し、双方の協力・連携体制の強化を図る。</p>	<p>①県内企業を対象としたマーケティング・商品開発セミナーを実施し、マーケティング力、商品開発力の強化等、企業育成に取り組んでいるほか、商品開発等について専門家の個別指導・支援を実施している。</p> <p>②県外小売店等のキーパーソンを招聘し、県内企業とマッチングを行うほか、県内企業が県外小売店等を自ら招聘し商談等を行えるよう補助金を措置し、商談、現地視察等を通じた相互理解、相互交流の促進を図っている。</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
泡盛の出荷数量	22,297KL (23年)	20,061KL (27年)	35,000KL	△2,236KL	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
泡盛等(焼酎を含む)輸出額	9,167千円 (25年)	5,369千円 (26年)	8,839千円 (27年)	→	—
ビール輸出額	201,333千円 (25年)	275,619千円 (26年)	380,706千円 (27年)	↗	—
状況説明	<p>若者のアルコール離れ等、全国的に酒類市場規模全体が縮小傾向にある中、泡盛の出荷量もその影響を大きく受けており、泡盛の出荷数量及び県外出荷数量についても減少傾向にあり、厳しい状況である。(県外出荷量:平成25年度3,146kl、平成26年度2,919kl、平成27年度2,902kl)。</p> <p>しかし、近年の好調な入域観光客数の増加や、物産展や沖縄フェア、見本市や商談会等を背景として、泡盛に対する認知度、理解に着実に繋がっているものと考えており、また、海外においては、特に沖縄の観光イメージとマッチしたビール等の輸出額は前年より着実に増加していることから、引き続き、改善に向けて取組を推進する。</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>・県外への販路拡大を推進するためには、生産側の視点だけでなく、県外市場(消費者、卸売業者、小売店等)のニーズを把握し、ニーズに合った商品開発が求められるが、零細企業が多く、マーケティング力が脆弱な企業が多い。</p> <p>・近年の好調な入域観光客数の増加や、これまでの観光プロモーションと連携した沖縄フェア、物産展等の開催実績を踏まえると、県外の消費者、バイヤー等が県産品に接する機会は着実に増えていることから、県産品の認知度は向上しているものと推察される。</p>
---

## (2) 改善余地の検証（取組の効果の更なる向上の視点）

・持続的な販路拡大を促進するため、平成26年度から、マーケティング・商品開発セミナーを実施し、自社商品の強み、競合商品との比較、ターゲット(消費者、チャネル)の設定等、マーケティングを強化する企業育成に取り組んでいるが、ノウハウの蓄積には一定の期間を要するため、継続してセミナーを実施する必要がある。

・これまでの沖縄フェア等のプロモーション等の取組みにより、県産品の認知度、接点等は着実に増えているが、新たな顧客を獲得するため、県産品イメージを向上させる取組みが必要である。

## 4 取組の改善案(Action)

・マーケティング・商品開発のノウハウの蓄積には、一定の期間を要するため、引き続き県外専門アドバイザー等を設置し、県外展開の支援を展開する。

・今後とも引き続き沖縄フェア等を実施するが、新たな顧客を獲得する必要があることから、商品の背景にあるストーリー、沖縄イメージを訴求するコンテンツ等を活用することにより、県産品イメージを向上させ、新たな客層のトライアル購入につなげる。

## 「主な取組」検証票

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			
(施策の小項目)	○物産展、商談会など県産品のPR支援			
主な取組	産業まつりの開催	実施計画 記載頁	294	
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、県産品の売り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。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	生産者の生産意欲の高揚と県産品に対する消費者意識の啓発に努めると共に、時代のニーズに対応した新製品の開発と品質の向上を促進し、もって県内外市場の拡大を図り、特色ある本県産業の振興に資するため、県内各地において産業まつりを実施する。 (沖縄本島・宮古・八重山各地域)						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	500社 沖縄の産業まつり出展企業				→	→	企業団体
	産業まつりの開催による県産品の消費拡大 (沖縄本島・宮古・八重山各地域)						
担当部課	商工労働部ものづくり振興課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
産業まつり 推進事業費	10,519	10,350	各地で開催された産業まつりへ負担金を支出した。 平成27年度実績 第39回 沖縄の産業まつり 開催期間: 平成27年10月23日(金)～25日(日) 出展団体数: 522 入場者数: 230,100人 第38回 宮古の産業まつり 出展団体数: 81 入場者数: 18,403人 2015八重山の産業まつり 出展団体数: 30 入場者数: 9,939人	県単等
活動指標名			計画値	実績値
沖縄の産業まつり出展企業数			500社	522社
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	平成27年度に開催された第39回沖縄の産業まつりは522団体の出展、入場者数は230,100人であった。平成27年度から屋内展の終了時間を1時間早めることによって業者負担を削減し運営を効率化した。また1日目が雨天の為来場者数は昨年度より減となったが売上は昨年度を上回った。 県内産業を網羅した総合産業展として県民に向けて県内の産業や県産品、行政や研究機関の取組などを広く周知することができた。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
産業まつり推進事業	10,483	各地域(沖縄本島・宮古・八重山各地域)で開催される産業まつりへの負担金を支出する。	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①優良県産品の展示スペースの拡大、各企業の担当者の配置等、優良県産品推奨制度や製品の魅力をより効果的に来場者へPRすることを目指す。</p> <p>②工業技術センターや中城港湾地区立地企業、琉球大学やOIST(沖縄科学技術大学院大学)等の研究機関の研究成果を県民に広くPRするため、展示スペースを拡充する。</p>	<p>①沖縄の産業まつりにおける展示ブースを拡大することによって来場者が展示品を鑑賞しやすくなった。また、企業の担当者を配置することによって実際に販売へ繋がった。</p> <p>②沖縄高専の卒業生が設立し全国的にも注目されている搭乗型骨格ロボットの展示・試乗体験ブースを設置した。</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
かりゆしウェア製造枚数	35万枚 (23年)	43.3万枚 (27年)	40万枚	8.3万枚	-
泡盛の出荷量	22,297KL (23年)	20,061KL (27年)	35,000KL	△2,236KL	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
沖縄の産業まつり入場者数	231,900人 (24年)	244,400人 (26年)	230,100人 (27年)	→	-
状況説明	<p>平成27年度は3日間滞りなく実施され、出展企業数は522団体、入場者数は230,100人に上った。</p> <p>沖縄の産業まつりは、全産業を網羅した総合産業展として、県産品の展示即売会や商工会特産品フェア、産学官技術連携展など、多彩な内容で開催されており、県内産業に対する県民の意識を深める場となっている。</p> <p>成果指標のかりゆしウェアについては屋内展示場での展示により実際に商談に繋がるケースや、泡盛については即売も行なわれており、普及啓発の場となっている。泡盛については厳しい状況が続いているものの、かりゆしウェアは既に目標値を大幅に上回っている。</p>				

### 3 取組の検証(Check)

#### (1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

##### ○内部要因

・産業まつりは、昭和52年から続いている県内産業振興の重要なイベントであり、県民に幅広く認知されている。単なる産業まつり実施の支援にとどまらず、生産者の生産意欲の高揚と県産品に対する消費者意識の啓発をより高め、県産品の普及促進という県の広報、情報発信ツールとしての役割を強める。

##### ○外部環境の変化

・「沖縄の産業まつり」、「宮古の産業まつり」は平成16年度から、「八重山の産業まつり」は平成19年度から民間主導による実施となっており、普及啓発の場となっている。泡盛については厳しい状況が続いているものの、かりゆしウェアは製造枚数が急増している。泡盛については、来場者、特に若者等へ受け入れられやすいように展示等を工夫して、より多くの方に体験してもらえるようにする。

#### (2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・産業まつりの趣旨である、県、行政機関、研究機関等の取組、成果を県民に向けて発信する趣旨に基づき、展示会場(第一会場)のレイアウトを改善する必要がある。

### 4 取組の改善案(Action)

・優良県産品の展示スペースの拡大、各企業の担当者の配置等を行い、優良県産品推奨制度や製品の魅力をより効果的に来場者へ周知することを目指す。

・工業技術センターや中城港湾地区立地企業、琉球大学やOIST(沖縄科学技術大学院大学)等の研究機関の研究成果を県民に広く周知するため、展示スペースを拡充する



## 「主な取組」検証票

施策展開	3-(9)-イ	県内事業者等による海外展開の促進		
施策	①県外市場等における県産品の販路拡大			
(施策の小項目)	○県内事業者の販売力強化			
主な取組	県産工業製品海外販路開拓事業	実施計画 記載頁	295	
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、県産品の売り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。			

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産工業製品における海外展開を促進することで、ものづくり産業を移外型産業として成長させ、本県経済の牽引役として県内製造業の活性化を図るため、県内ものづくり企業の海外販売展開を支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
				・海外展開する県内ものづくり企業に対するハンズオン支援 ・国際見本市出展、海外営業活動、市場調査等に要する経費の支援		→	県
担当部課	商工労働部ものづくり振興課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
県産工業製品海外販路開拓事業	98,142	88,512	県産工業製品における海外展開を促進するため、海外販路開拓の専門コーディネーターを配置し、12社の県内企業に対し、海外ビジネスに関するアドバイスや商談同行等の支援を行った。 また、県内企業の国際見本市出展や海外営業活動、市場調査等を支援することにより、県産工業製品の海外展開を促進した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
海外展開する県内ものづくり企業の支援件数			15件	12件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
やや遅れ	平成27年度は、目標件数15件を下回る12件の県内ものづくり企業に対し、国際見本市出展や海外営業活動、市場調査等に要する経費を支援するとともに、海外販路開拓の専門コーディネーターによる積極的なハンズオン支援を行い、県内ものづくり企業の海外展開を促進した。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
県産工業製品海外販路開拓事業	98,054	専門コーディネーターによるハンズオン支援を積極的に行うとともに、これまでの事業内容等を検証し、支援のあり方を検討する。 また、本事業で得た成果等を広く県内企業に周知し、支援企業の海外展開の促進を図る。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度取組改善案	反映状況
—	—

(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
製造品出荷額(石油・石炭除く)	3,992億円(21年)	4,147億円(26年)	4,800億円	155億円	2,864,809億円(26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	製造品出荷額は、H26年度は鉄鋼業、食料品、金属製品等の12産業で出荷額の増加があり、前年度と比較して175億円の増加であった。H28目標値の達成は困難であるが、本事業を通じて、県内ものづくり企業を移成型産業への展開を図り、現状値のさらなる改善に寄与する。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外市場は魅力的な反面、市場の動向や国民性等日本と異なることが多く、企業の狙いと海外展開の実情が乖離しているなどから、思うようにビジネスが進まないのが現状である。</li> <li>海外展開においては、現地企業や商社等とのトラブルもあり、経営リスクは大きいことから、海外展開に躊躇している県内企業が多いのが現状である。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>人口減少に転じた日本経済は、成長著しいアジアを初め海外に市場を求めて展開せざるを得ない状況にあり、TPP交渉妥結や外国人観光客のビザ緩和策など、政府の施策により、日本経済の更なるグローバル化が促進されるものと思われる。</li> </ul>
--

(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"> <li>県内企業の海外展開が着実に進むよう、専門コーディネーターによるハンズオン支援を積極的に行う必要がある。</li> <li>県内企業の海外ビジネスに対する心理的障壁を取り除き、県内企業の海外展開を促進する必要がある。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>専門コーディネーターによるハンズオン支援を積極的に行い、県内企業の海外展開の促進を図る。</li> <li>本事業で得た海外展開に関するリスクや効果があった事例等を広く提供し、県内企業の海外展開の促進を図る。</li> </ul>
--

## 「主な取組」検証票

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	②地域ブランドの形成促進				
(施策の小項目)	○地域ブランド構築に対する支援				
主な取組	地域イメージ向上・確立支援事業	実施計画 記載頁	295		
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。 ○地域団体商標制度を活用できる人材が乏しいため、制度の普及・啓発に取り組む必要がある。				

### 1 取組の概要(Plan)

取組内容	地域のイメージ向上や地域産品等のブランド化を促進するため、地域ブランド化に取り組む地域共同体へ基礎講座やワークショップ、ハンズオン支援を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	3件 地域ブランド推進団体 支援件数	→					—
	地域ブランドの確立に取り組む地域・団体・企業等への支援						
担当部課	商工労働部 産業政策課						

### 2 取組の状況(Do)

#### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	地域ブランド構築に向けて支援が必要な団体等に対して、沖縄県発明協会等の専門機関の紹介等を行った。	—
活動指標名			計画値	実績値
—			—	—
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	過去に実施した地域ブランド構築事業に対する問い合わせを元に、地域ブランドの確立に取り組む団体等に対して専門機関等の紹介等を行い、地域団体商標登録に対する課題の解決に向けた支援を実施した。			

#### (2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	地域ブランド構築に向けて支援が必要な団体等に対して専門機関等の情報提供を行う。	—

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
①地域ブランドの確立に取り組む団体等に対して、沖縄県発明協会などの専門機関において、地域団体商標の登録を目指す団体毎の課題に応じた情報提供を行うとともに、関連する他事業の紹介を行うことにより、資金調達や知名度向上など、登録に向けて生じる課題の解決に向けた取り組みを実施し、地域ブランド構築活動を支援する。	①県内支援機関等と関連する他支援事業の整理を行い、地域団体商標の登録を目指す団体を支援する体制を整備した。

(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
地域団体商標(地域ブランド商標)の出願・登録件数(累計)	出願 38件 登録 15件 (23年)	出願 41件 登録 15件 (27年)	出願 45件 登録 17件	出願 0件 登録 0件	出願 1,130件 登録 587件 (27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	地域団体商標登録は、一定の知名度が登録要件となることから、当面は一般商標の登録を目指す団体が多く、周知に時間を要している。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・支援施策が平成25年度末に終了した。</li> </ul> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域団体商標についての知識や技術が乏しく、地域団体商標登録には一定の知名度を得る必要があるため、長期間にわたり継続的な活動が求められることなどから、登録に至までの活動資金の調達等に課題が生じている。</li> <li>・地域ブランドは、個々の団体等が独自に行っても効果が薄く、また一定の知名度が必要となることから、短期間で地域団体商標登録までに持ち込むことは困難である。</li> <li>・全国傾向と同様に沖縄県内においても新規の出願・登録が減少している。</li> </ul>
---

(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"> <li>・地域ブランドの確立に取り組む団体等に対して、沖縄県発明協会などの専門機関や他の支援事業等の情報提供を行い、活動を支援する必要がある。</li> </ul>
---

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、地域ブランドの確立に取り組む団体等に対して、沖縄県発明協会などの専門機関において、地域団体商標の登録を目指す団体毎の課題に応じた情報提供を行い、各団体の地域ブランド構築活動を支援する。</li> </ul>
--

# 「主な取組」検証票

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	②地域ブランドの形成促進			
(施策の小項目)	○県産品のブランド化支援			
主な取組	県産品ブランド戦略事業	実施計画 記載頁	295	
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。			

## 1 取組の概要(Plan)

取組内容	地域資源を活用した商品のブランド確立により県産品の販路拡大を図るため、 ①「県産品ブランド戦略委員会」を立ち上げ、今後に期待できる県内事業者団体・事業者を支援対象者として選定を行う。 ②「ブランド戦略アドバイザー」を設置し、支援対象者の戦略に関する相談にアドバイスを行う。 ③県外市場、海外市場においてテストマーケティングやブランド戦略に合わせた情報発信等を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
		地域資源を活用した商品のブランド確立による県産品の販路拡大				→	県 支援機関 企業等
担当部課	商工労働部 アジア経済戦略課						

## 2 取組の状況(Do)

### (1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
国際物流ハブ活用推進事業	386,030	349,204	フェア、物産展のプロモーション等を通して、離島産品を含む県産品の認知度や理解を深めるとともに、支援企業の県外展開・海外展開を促進した。	一括交付金(ソフト)
物産振興対策支援事業	21,134	19,309		一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
海外小売店での沖縄フェア(食品分野) ※沖縄国際航空物流ハブ活用推進事業			—	3件
物産展(国内) ※物産振興対策事業			12回	13回
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	フェア、物産展のプロモーション等を通して、県産品の認知度向上を図り、支援企業の県外展開・海外展開を促進した。 東京、大阪を中心とする都市部の百貨店において、沖縄物産展を開催し、県産品の認知度向上、販路拡大の支援を行った。(物産展:計画値12回、実績値13回) 海外小売店で沖縄フェア(食品分野)を3件実施した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
国際物流ハブ活用推進事業	416,917	フェア、物産展のプロモーション等を通して、県産品の認知度や理解が深めるとともに、支援企業の県外展開・海外展開を促進する。	一括交付金(ソフト)
物産振興対策事業	21,134		一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度取組改善案	反映状況
・県産品について、県外・海外市場でのテストマーケティングにより商品力を高め、プロモーションにより認知度を高めるとともに、「旬」県産品消費拡大構築事業の特設webサイトを活用した観光客向けの情報発信についても検討する。	・県外、海外市場で開催されるフェア、物産展等におけるテストマーケティングを通して県産品の商品力、認知度を高めることができたほか、特設Webサイトにより県産品の情報発信を実施した。

(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
地域団体商標(地域ブランド商標)の出願・登録件数(累計)	出願38件 登録15件 (23年)	出願41件 登録15件 (27年)	出願45件 登録17件	出願3件 登録0件	出願1,087件 登録583件 (24年3月)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	地域団体商標出願数は、平成23年の基準値から3件増と順調に増加しており、平成28年目標値の達成は可能と見込む。登録数の増加に向け、引き続き県内企業の支援に取り組む。				

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p><b>○内部要因</b></p> <p>・県産品については、原材料及び生産物の輸送コストや生産規模の零細さから、県外・海外市場において割高となっており、安定供給と輸送コスト削減、及びブランド化による差別化と高付加価値化を図る必要がある。</p> <p><b>○外部環境の変化</b></p> <p>・入域観光客数の増加が好調に推移する中、観光客が現地又は本島で喫食、体験する機会も増えているため、観光客に着地型でPRすることも可能である。</p>
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<p>・県産品について、県外・海外市場でのテストマーケティングにより商品力を高め、プロモーションにより認知度を高めるとともに、他事業と連携した観光客向けの情報発信等についても検討する必要がある。</p>
---

4 取組の改善案(Action)

<p>・県外、海外市場でのテストマーケティングにより県産品の商品力を高めるとともに、プロモーションの実施により認知度を高める。</p> <p>・「旬」県産品消費拡大構築事業の特設webサイトを活用した国内観光客向けの情報発信を実施するとともに、海外旅行サイトを活用した外国人観光客向けの情報発信を実施し、県産品のブランド化に取り組む。</p>
---