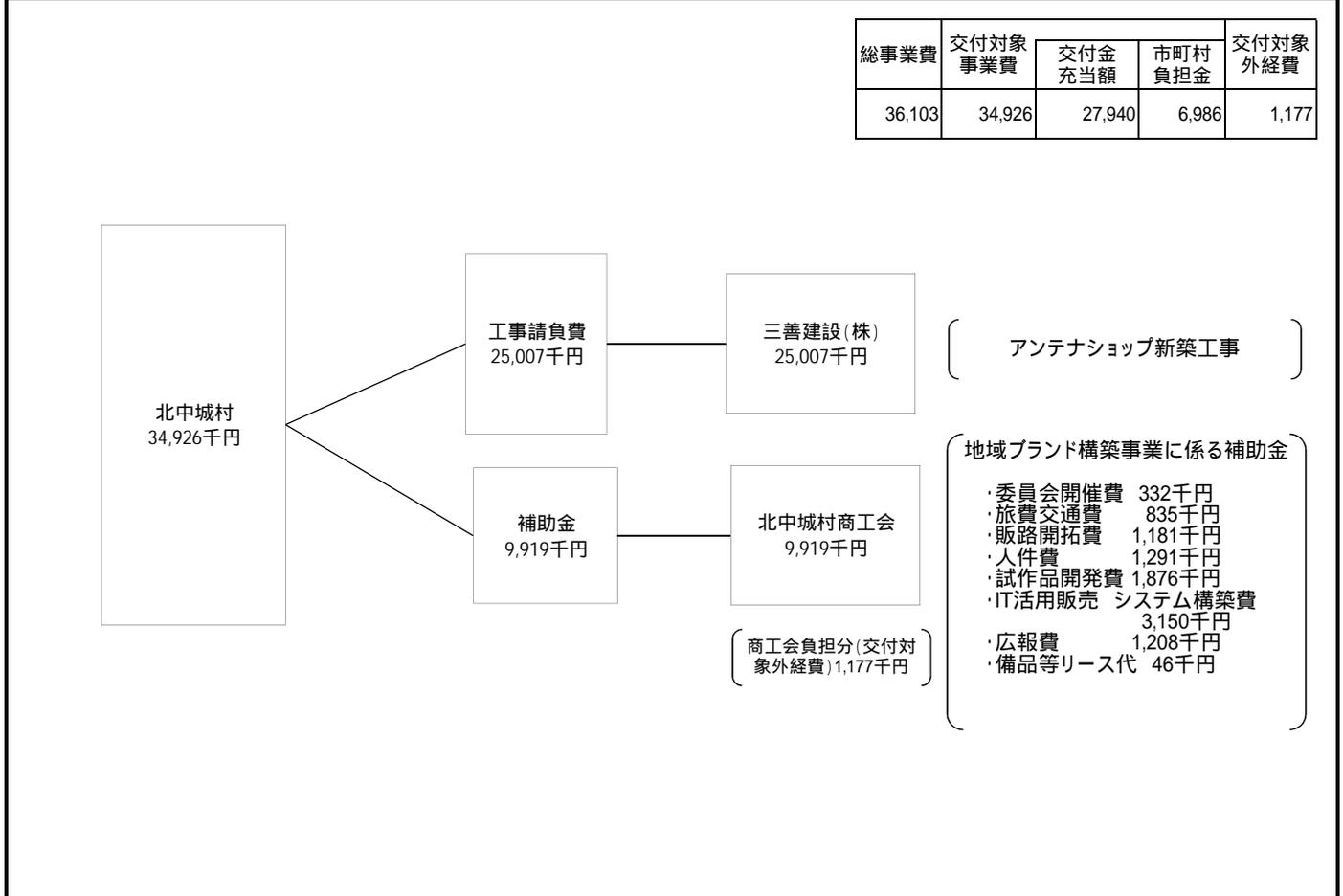


市町村名		北中城村					
平成24年度(繰越)沖縄振興特別推進交付金事業(市町村分)検証シート【公表用】							
事業番号・事業名	5-	地域ブランド構築事業			沖縄21世紀ビジョン基本計画該当箇所	第3章-3-(9)-イ	
担当部署名	企画振興課		事業実施(予定)年度	平成24年度～33年度	沖縄振興基本方針該当箇所	県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 -1-(6)	
事業内容	産業振興、担い手育成を図ることを目指し、農水産物資源を活かし付加価値を高めるための北中城村独自のブランド化に向けた商品開発を行い、商品選定委員会で選定された特産品の販売拡大や県外物産フェアへの出店を行うとともに、地域特産品販売所(アンテナショップ)の建築工事を行う。						
実施方法	直接実施 委託 補助 負担 その他( )						
予算額・執行額【単位:千円】 (「交付金」+「市町村負担」ベース)		24年度	24年度(繰越)	25年度	26年度	27年度	
	予算の状況	(a)当初予算額	35,152	-			
		(b)予算現額	35,152	-			
		(c)増減額(b-a)	0	-			
		(d)繰越額	-	25,232			
		A.計(b+d)	35,152	25,232			
	B.執行済額		9,919	25,007			
	うち交付金充当額		7,935	20,005			
	次年度繰越額		25,232				
	執行率(%) (B/A)		28.2%	99.1%			
予算の状況の説明		地域特産品販売所(アンテナショップ)の工事については、設置場所の選定及び漁業関係者との協議に不測の日数を要し、それによる建物構造の変更に伴う工事期間の延長が生じたことから、25年度へ繰越となった。そのため24年度においては、執行率が低いながらも全体的な事業執行は99.1%で、計画的な予算執行に努め、業務を遂行した。					
活動目標(指標)及び達成状況	H24活動目標(指標)		達成状況				
			24年度	25年度(5-)	26年度(4-)	27年度(4-)	
	・ブランディング推進委員会開催数:4回	目標	(委員会:4回)	( )	( )	( )	
		実績	全体委員会:4回				
	・PR活動回数:2回	目標	(PR活動:2回)	( )	( )	( )	
		実績	PR活動:3回				
・地域特産品販売所の工事着手	目標	(工事着手)	( )	( )	( )		
	実績	工事着手					
達成状況説明	24年度は地域ブランド構築事業の基礎体制づくりとして、村内各組織、事業者等の情報共有体制の整備を進め、北中城村ブランディング委員会(6人)を設置、委員会4回、ワーキング委員会3回を実施した。具体的な取り組みとして、観光マッチング事業(福岡・大分)へ参加し、今後のプロモーションについての指標となった。東京においては村の特産品であるアーサの販路の可能性についてサミットストアにて試食販売を行い、専門家(マーケティングフォースジャパン)アドバイスも受けることができた。また、沖縄県産品の売れ筋状況を知るため、銀座わたしたちショップ、観光PRのためにOCVB東京事務所へも行くことができ、次の展開への活路が見られた。年度の仕上げとして行われたシンポジウムにおいては村民へ事業の成果説明と今後の期待について声を聞くことができた。						
成果目標(指標)及び進捗状況	H24成果目標(指標)		基準値(年度)	24年度	25年度(5-)	26年度(4-)	目標値(30年度)
	・地域特産品販売所の工事着手	目標	( )	(工事着手)	( )	( )	( )
		実績		工事着手			
	・PR活動回数:2回	目標	( )	(PR活動:2回)	( )	( )	( )
		実績		PR活動:3回			
	【参考指標】 北中城ブランド商品販売額(食品類)(千円)	目標	( )	( )	600	(1,200)	(2,500)
		実績		-	205	1546	
	【参考指標】 北中城ブランド商品販売額(雑貨類)(千円)	目標	( )	( )	100	(200)	(800)
実績			-	10	0		
進捗状況説明	本村の特産品であるアーサ(ヒトエグサ)を中心とした特産品開発については、平成24年度にアーサの市場・認知度調査とアーサ製品のパッケージ試作品開発を行った。平成25年度については、肉まんじゅう・アーサスティック・クッキー・サブtle・パイ・ケーキサレの食品類6品、オリジナルガラス玉の雑貨類1品の計7品を開発した。平成26年度においては、村内飲食店との連携により、北中城村産野菜を使ったベジタブルピザ、野菜のペペロンチーノ、ほうれん草とチーズのカレーうどん・牡蠣とアサリのアーサクリームパスタの4品を販売開始した。平成27年度現在はアーサクッキーの1品が店の定番メニューとして販売されている。残り6品については、生産体制が整わず製品化を断念した製品や、原価があわずアーサ使用を断念するなど、商品コンセプトと市場とのミスマッチにより一時販売中止となっている。今後、改善改良の指導を行なっていくが、事業者側の過度な負担となる製品は、再考または断念することもある。また、雑貨類の目標達成に向けて、観光案内所での販売や雑誌・メディア等でのPRを積極的に行なっていく必要がある。						

推進上の留意点(推進上の問題、外部環境の変化)		改善余地の検証(効率の更なる向上の視点)
取組の検証	<p>ブランディング推進委員会において、商品開発については生産拠点産地であるアーサを中心に展開しようと進め、試作品を製作し、平成26年度までに11品を開発した。</p> <p>食品類について、1回に作成する製品ロット(製造個数)が多く、製品需要に見合わず、賞味期限切れとなる可能性があったことから、製品ロットの調整と事業所の製造能力等の改善が必要である。また、原料(アーサ)については漁業組合と原価調整し、事業所へ安定供給できる体制を整える必要がある。雑貨類については、食品類販売(産業まつり等)と同じ場のみで販売したため、結果として売上が伸びなかった。食品とは異なり賞味期限もないことから、産業まつり以外の販路を検討する必要がある。</p>	<p>特産品(食品類)製作側の要望を踏まえ、パッケージ製作側との単価・数量調整など両者のマッチングを行う必要がある。また、これまで製作した商品の販売目標達成状況に応じて、商品の精査・ブラッシュアップを図る必要がある。</p> <p>原料(アーサ)の原価調整については、食味や品質に問題のない規格外品の取引ができるよう調整が必要である。</p> <p>また雑貨類については、物産フェア以外の販路を検討する必要がある。</p>
	<b>今後の取り組み方針</b>	
<p>特産品製作店舗、商工会と連携した販路拡大の取組として、メディア・雑誌等の露出によるセールスプロモーションの強化を図るとともに、量販店との販売取引のための商品改良等の取組を行う。雑貨類については、既存のポータルサイトを活用し販路拡大を図る。</p> <p>現在販売中止の北中城ブランド商品6品については事業所の生産体制の整備や原料(アーサ)の規格外品の利用を含め、再販売に向けて製品のブラッシュアップを図る。</p>		

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



資金の流 れ、費 目 ・ 点 検 評 価	評価	点検項目	評価に関する説明
		支出先の選定方法は妥当か。	・各産業分野が加入する商工会自らが地域活性化に手を挙げており、商工会を中心とすることで地域事業者が安心して事業に関わることができることから、活性化に対する補助とした。
		予算規模は事業内容に見合った適正な規模となっているか。	・予算等は計画に沿って支出されており、規模も見合っている。
		受益者との負担関係は妥当であるか。	・受益者負担も10%以上あり、妥当である。
		費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	・使途も目的に即しており、必要なものとなっている。