

1 第4章 地産地消推進方策と推進体制

2
3 沖縄県の地産地消の目指す3つのゴールを実現させるために、4つの推進方策を柱とする
4 施策を推進します。

6 推進方策1 県産品が安定的に供給され、消費者にとって使いやすい仕組みづくり

7
8 消費者にとって県産食材と聞いて思い浮かぶ印象については、「新鮮である」「安心安全で
9 ある」「地元の支援になる」といった声があり、県産食材を意識している県民の割合は増加
10 傾向にある一方で、生産量の減少や季節により変動する生産量や価格などの影響により、需
11 要量、価格とのミスマッチは解消されていません。このような課題に対応し、「県産品が安
12 定的に供給され、消費者にとって使いやすい仕組みづくり」を行うため、以下の施策に取組み
13 ます。

15 (1) 生産者と流通・小売業者間での消費者ニーズの共有と対応

- 16
17
- 18 ・ 消費者ごとのニーズの違い（例えば県民と観光客における県産食材へのニーズ
19 の違いや世代間でのニーズの違い）等を把握し、生産や販売等に活かしていきます。
 - 20 ・ 他産地と比べ優位性がある品目や品種、改善の余地がある品目や品種についての情
21 報を各主体間で情報共有し、生産、販売、政策検討に取り組みます。
 - 22 ・ 消費者ニーズのある農林水産物の更なる供給確保に向け、生産量の増加に取り組む
23 県内産地に対し、施設整備、機械導入、栽培指導等の支援を行います。
 - 24 ・ 消費者が求める安全・安心の基準を把握し、ニーズに対応した品質管理手法（GAP
25 や HACCP 等）の実践に取り組みます。
 - 26 ・ GAP 指導員や HACCP 普及指導員の育成、栽培履歴の記帳、農薬の指導等に関する
27 講習会の開催等を通じ、消費者が求める安全・安心の基準やその担保方法について
28 生産者の理解を促進するよう取り組みます。
- 29
30
31
32
33
34

1 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者ニーズを踏まえた生産 ・消費者が求める安全・安心の基準等の情報収集・理解（各種講習の受講、GAP・HACCP等の取得の検討） ・消費者ニーズに即した品質管理手法（GAP・HACCP等）の実践
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・他産地より優位性のある県産食材を生産者や行政と情報共有 ・消費者が求める安全・安心の基準について生産者へ情報提供
消費者・ 消費者団体	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者ニーズの動向についての情報提供
県・市町村	<ul style="list-style-type: none"> ・産地支援（施設整備、機械導入、栽培指導等） ・他産地より優位性のある県産食材を生産者や流通・加工事業者と情報共有 ・栽培履歴の記帳や農薬の指導等に関する講習及びGAP・HACCP等の生産者への理解の促進

2

3

4 **(2) 県産品に関する消費者への情報発信**

5

6

・ 直売所、量販店等でのイベントや試食会を開催し、県産品を実感する機会の創出に取り組みます。

7

8

・ 県産食材を活用したレシピカード等を作成し、直売所、量販店等で配布するなど家庭等での県産食材を活用した調理の実践につながるよう取り組みます。

9

10

・ 県産食材の産地情報及び「鮮度の良さ」「安全・安心」等消費者が求めるニーズに対応した情報を発信するよう取り組みます。

11

12

・ 地産地消を促進するロゴマークを積極的に活用し、消費者が県産食材であることを認識できるように取り組みます。

13

14

・ 多種多様な県産農林水産物を消費者に知ってもらうため、県産農林水産物や加工品のPRイベントやコンテスト等による周知の機会の創出に取り組みます。

15

16

・ 県産花きについて、産地情報、販売場所と併せて、活用シチュエーション等の情報発信に取り組みます。

17

18

・ 産地名を前面に出した県産農林水産物の発信を行うことで、産地のブランドイメージの向上に取り組みます。

19

20

21

22

1 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none"> ・ マスメディアや SNS 等を活用した産地情報等の発信
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 試食等イベントの実施 ・ 県産食材を活用したレシピの提供 ・ 売り場等における県産花きの産地情報や活用シチュエーション等の発信。 ・ 地産地消ロゴマークの積極的な活用 ・ 売場等における産地情報、安全・安心等の情報発信
消費者・ 消費者団体	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県産食材の調理法の実践 ・ 家庭や地域における県産花きの利用や花育等の実践 ・ 県産農林水産物を購入できる場所や加工品等についての主体的な情報収集
県・市町村	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県産農林水産物 PR イベント等の実施 ・ WEB サイト、SNS 等を活用した県産農林水産物の情報発信 ・ 産地のブランド推進に係る取組の支援 ・ 地産地消ロゴマーク活用の促進

2

3 **(3) 島野菜等のニーズが高い県産食材の生産推奨**

4

- 5 ・ 県民に伝統的に食されていた島野菜等の生産量の確保に取り組めます。
- 6 ・ 島野菜等の生産効率の向上に向けた栽培方法の普及と支援に取り組めます。
- 7 ・ 島野菜等を活用した商品開発、メニュー開発等が促進されるよう取り組めます。
- 8 ・ 島野菜等を活用した調理法の普及に取り組めます。

9

10 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none"> ・ 島野菜の生産体制の維持への協力 ・ 生産性向上に向けた研究等の主体的な実施
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 需要創出に向け、島野菜を活用した商品の開発 ・ 生産維持への協力（定期的な取扱、消費者への情報提供） ・ 飲食店等における活用促進
消費者・ 消費者団体	<ul style="list-style-type: none"> ・ 料理教室や講習会を通じた普及活動の実施
県・市町村	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産効率の向上に向けた栽培方法の普及と支援 ・ 学校給食における島野菜の活用

1 (4) 次世代への食文化の継承

- 2
- 3 ・ 沖縄県の伝統的な食文化及び食材に対する次世代の理解や愛着を深めるため、学校給食
- 4 において、伝統的な食材を活用する機会を創出します。
- 5 ・ 琉球料理传承人等による県産食材を利用した料理教室・郷土料理等の普及活動を支援
- 6 し、一般家庭や飲食店において伝統的な沖縄料理を作る機会の拡大に取り組みます。

7

8 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県産食材を利用した料理教室、郷土料理等の講習会への参加、協力 ・ 学校給食現場への品目、収穫時期、量などの情報提供
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学校給食への県産食材の積極的な提案 ・ 県産食材を利用した料理教室、郷土料理講習会への参加、消費者への普及 ・ 飲食店等における伝統的な沖縄料理の提供
消費者・ 消費者団体	<ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄の食文化に対する理解の促進 ・ 家庭における伝統的な沖縄料理を作る機会の拡大
県・市町村	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学校給食に関わる各主体の情報共有を図る機会の創出 ・ 琉球料理传承人の確保、育成 ・ 琉球料理传承人の活動機会の創出、活動への支援 ・ 県産食材を活用した料理教室、郷土料理等の講習会の開催、周知

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

1 【成果指標】

2 推進方策1 「県産品が安定的に供給され、消費者にとって使いやすい仕組みづくり」

3

No.	指標	現状値	目標値
①	食品を購入する際に県産食材を意識する県民の割合	39.1% (令5)	44% (令10)
②	地場産コーナーを設置もしくは直接農家から仕入れる量販店の割合	77% (令4)	85% (令9)
③	県産食材を利用した料理教室・郷土料理等の講習会の実施	363件 (令4)	500件 (令9)
④	島野菜を普段から食べる県民の割合	68.1% (令5)	73.3% (令10)
⑤	産地モニターツアー等、実需者や消費者が産地を訪れる取組	27件 (令4)	40件 (令9)
⑥	卸売市場における県産品の取扱割合 (※金額ベース)	青果物 41.2% (令4) 花き 25.8% (令4)	青果物 44.1% (令9) 花き 26.6% (令9)
⑦	県産食材を使用する飲食店や弁当屋を利用する県民の割合	9.7% (令5)	12% (令10)
⑩	農水産物直売所を訪れた観光客の割合	17.1% (令3)	20% (令8)
⑪	学校給食における県産利用率	29.0% (令3)	34% (令8)
⑫	学校給食における地域の伝統食(郷土食)・行事食の提供(月5回以上実施している調理場の割合)	51.4% (令4)	80% (令9)

4

5

6

7

8

9

10

1 推進方策2 需給バランスがとれた効率のよい流通構造の構築

2
3 物流コストの上昇や自然災害による物流システムへの影響などから地産地消の重要性は
4 今後も高まってくるものと考えられます。

5 域内流通を活性化させ地産地消を推進するため、需給バランスを調整する仕組みや効率
6 のよい流通構造を構築する必要があります。具体的には以下の施策に取り組みます。

8 (1) 産地・流通段階における保管・一次加工の強化

- 9
- 10 ・ 生産量が多い時期に収穫された作物の貯蔵や、原材料化を図るため貯蔵や一次加工機
11 能を持つ事業者や施設と産地の連携を促進します。
 - 12 ・ 実需者ニーズに対応した一次加工を促進するため、加工事業者や施設と産地の連携を
13 促進します。
 - 14 ・ 生産地から消費地までのコールドチェーン体制の構築に取り組みます。
 - 15 ・ トレーサビリティシステムの導入等による生産から流通、小売までの各段階での品質
16 情報の共有を図ります。

17
18 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none">・ 貯蔵機能や一次加工機能を持つ事業者、施設との確保、連携・ トレーサビリティシステムの導入等による生産、流通、小売 の各段階における品質情報の共有
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none">・ 貯蔵機能や一次加工機能を持つ事業者、施設との確保、連携・ 供給過多品について、加工品の原材料化・ トレーサビリティシステムの導入等による生産、流通、小売 の各段階における品質情報の共有
消費者・ 消費者団体	—
県・市町村	<ul style="list-style-type: none">・ 貯蔵機能や一次加工機能を持つ事業者、施設の掘り起こし、生産者、 流通、加工事業者への情報提供・ コールドチェーン構築に係る支援

1 **(2) 域内流通の合理化**

- 2
- 3 ・ 小規模生産者、北部や離島地域の生産者も地産地消による所得確保に取り組みやすい
- 4 環境を整備するため、共同輸送の検討等による物流コストの軽減に向け取り組みます。

5

6 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	・ 共同輸送などの輸送効率化の検討、実証
流通・ 加工事業者	・ 生産者と連携した輸送効率化の検討、実証
消費者・ 消費者団体	—
県・市町村	・ 生産者が取り組む輸送効率化の取組への支援

7

8

9 **【成果指標】**

10 推進方策2 「需給バランスがとれた効率のよい流通構造の構築」

11

No.	指標	現状値	目標値
⑥	[再掲] 卸売市場における県産品の取扱割合 (※金額ベース)	青果物 41.2% (令4) 花き 25.8% (令4)	青果物 44.1%(令9) 花き 26.6% (令9)
⑦	[再掲] 県産食材を使用する飲食店や弁当屋 を利用する県民の割合	9.7% (令5)	12% (令10)
⑬	農林水産物の6次産業化関連事業者 の年間販売額	213.3億円(令2)	226.4億円(令7)

1 推進方策3 各主体が連携し、県産農林水産物の利用促進

2
3 県内の宿泊施設や飲食店、学校給食、コロナ禍で需要が増した中食産業において、県産農
4 林水産物の利用が進むよう以下の取組を行います。

6 (1) ホテルや飲食店における県産食材の利用促進

- 7
8
- 9 ・ 県産農林水産物を使ったメニュー開発やフェア等でのPRに取り組みます。
 - 10 ・ ホテルを利用する観光客への直売所や県産食材を活用する飲食店の情報提供に取
11 り組みます。
 - 12 ・ ホテルや飲食店と生産者間での情報共有を図ることにより、ホテルや飲食店におけ
13 る県産食材の提供機会の促進に繋がるよう取り組みます。
 - 14 ・ ホテルや飲食店に対する、県産品の情報提供、活用検討機会の創出に取り組みます。
 - 15 ・ 県産品を活用しているホテルや飲食店等のPRに取り組みます。

16 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none">・ ホテルや飲食店への品目、収穫時期、量などの情報提供
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none">・ ホテルや飲食店においてニーズのある品目、必要量等の生産者へ 情報提供・ 県産農林水産物を使ったメニューの開発やフェア等でのPR・ 観光客への直売所や県産食材を活用する飲食店の情報提供・ 「おきなわ食材の店」制度への参画・ 県産品を活用しやすい仕組みの検討
消費者・ 消費者団体	<ul style="list-style-type: none">・ 消費者ニーズの動向についての情報提供
県・市町村	<ul style="list-style-type: none">・ ホテルや飲食店と生産者等間の情報共有を支援する。・ 生産者・出荷団体と連携した、ホテルや飲食店に対する県産品の情 報提供、活用検討機会の創出・ 県産品を活用しているホテルや飲食店等を県民や観光客へPRする

1 **(2) 学校給食における県産食材の利用促進**

- 2
- 3 ・ 産地ツアー等の開催を含め、学校給食現場と生産者、流通・加工事業者間における情
- 4 報の共有・連携促進に取り組みます。
- 5 ・ 農林水産業への理解を促進するため、児童や生徒が農林水産業の生産現場を訪れて学
- 6 ぶ機会や農林漁業体験の機会を充実する等、食農・魚食教育の推進に取り組みます。

7

8 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none">給食現場や児童生徒との交流機会の確保学校が実施する食農、魚食教育への協力給食現場への品目、収穫時期、量などの情報提供
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none">貯蔵機能や1次加工機能を持つ事業者、施設の学校現場への情報提供給食現場への県産品の積極的な提案
消費者・ 消費者団体	<ul style="list-style-type: none">生産者との交流機会への参加学校現場において実施する食農教育・魚食教育と連携した、家庭や地域における食農・魚食教育の実施
県・市町村	<ul style="list-style-type: none">給食現場や児童生徒と生産者の交流活動の支援学校における食農、魚食教育の実施機会の確保学校給食に関わる各主体の情報共有を図る機会の創出

9

10

11 **(3) 中食産業における県産食材の利用促進**

- 12
- 13 ・ 食生活の変化などから需要が増している中食産業における県産食材の利用が促進さ
- 14 れるよう、生産者、流通・加工事業者、消費者間での情報共有、連携の促進に取り組
- 15 みます。
- 16 ・ 惣菜や弁当等の中食を提供する量販店や弁当屋が把握する消費者ニーズをもとに県
- 17 産食材を活用した中食メニュー開発を促進します。
- 18 ・ マスメディアやSNS等を活用した、県産食材メニューのPRに取り組みます。
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24

1 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズを把握するため、流通・加工事業者との情報交換を行う 産地の生産・出荷に関する動向について流通・加工事業者への情報提供
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの動向、流通・加工の現場における販売の動向について生産者への情報提供 マスメディアやSNS等を活用した県産食材メニューのPR 県産食材を活用した惣菜メニュー等の開発
消費者・ 消費者団体	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの動向についての情報提供
県・市町村	<ul style="list-style-type: none"> 生産者、流通・加工事業者、消費者等間での情報共有が円滑に進むよう情報交換の機会の確保等の支援を行う

2

3

4 (4) 6次産業化に取り組む人材の育成・支援

5

- 6 ・ 県産農林水産物の付加価値を高め、小規模農家を含め農業で生計を立てている生産者
7 の所得の向上及び地産地消の推進を図るため、各主体が連携し、6次産業化の取組を推
8 進します。

9

10 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none"> 6次産業化の取組みの検討、実施 流通・加工事業者との積極的な意見交換を通じ、消費者ニーズを捉えた商品開発
流通・ 加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> 6次産業化製品の取扱の検討 ホテルや小売店等における製品ニーズの生産者等への情報提供 6次産業化に取り組む生産者と連携した商品開発
消費者・ 消費者団体	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの動向についての情報提供
県・市町村	<ul style="list-style-type: none"> 新たに6次産業化に取り組む意向のある生産者の掘り起こし、スタートアップ支援 6次産業化に取り組む既存事業者の支援

11

12

13

1 【成果指標】

2 推進方策3 「各主体が連携した、県産農林水産物の利用促進」

3

No.	指標	現状値	目標値
⑤	[再掲] 産地モニターツアー等、実需者や消費者が産地を訪れる取組	27件（令4）	40件（令9）
⑦	[再掲] 県産食材を使用する飲食店や弁当屋を利用する県民の割合	9.7%（令5）	12%（令10）
⑧	ホテルにおける県産食材利用率	29.0%（令3）	36%（令8）
⑨	「おきなわ食材の店」登録店舗数	395店舗（令4）	545店舗（令9）
⑩	[再掲] 農水産物直売所を訪れた観光客の割合	17.1%（令4）	20%（令9）
⑪	[再掲] 学校給食における県産利用率	29.0%（令3）	34%（令8）
⑫	[再掲] 学校給食における地域の伝統食・行事食の提供（月5回以上実施している調理場の割合）	51.4%（令4）	80%（令9）
⑬	[再掲] 農林水産物の6次産業化関連事業者の年間販売額	213.3億円（令2）	226.4億円（令7）

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

1 推進方策4 多様な主体の連携による「沖縄型地産地消」の推進

2 当県は四方を海に囲まれ、物流手段は空路と航路への依存度が高いことや、気候面での特
3 性により収穫できる品目や時期など、他都道府県と異なる特徴があります。

4 また、国内唯一の亜熱帯地域の特性を生かし、冬春期を主体とした農作物を中心に国内
5 での供給産地としての地位を確保してきました。

6 一方、近年の物流コストの上昇や自然災害による物流システムへの影響への備えとして
7 地産地消の重要性は今後も高まってくると考えられることから、域外出荷を軸とした構造
8 は維持しつつ、将来的なリスクに備え、域内出荷による経済循環の活性化を図って行く必
9 要があります。

10 このような状況を踏まえ、今後、各主体が連携し沖縄特有の事情を鑑みた「沖縄型の地産
11 地消」のあり方を定義し、推進していくために以下の施策に取り組みます。

12 (1) 地産地消推進県民会議の活動強化

- 14 ・ 当県における地産地消を推進するための組織である「地産地消推進県民会議」を定期
15 的に開催し、各主体における地産地消に係る活動内容、課題等の意見交換を実施します。
- 16 ・ 「地産地消推進県民会議」の枠組みを活用した地産地消推進施策が展開できるよう取
17 り組みます。

18 (各主体の役割)

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	・ 各主体における活動内容、課題等の積極的な情報交換 ・ 所属団体に持ち帰っての情報共有 ・ 地産地消推進県民会議の枠組みを活用した地産地消推進施策の提案
流通・ 加工事業者	
消費者・ 消費者団体	
県・市町村	・ 地産地消推進県民会議の定期的な開催 ・ 地産地消推進県民会議の活動を、マスメディア、SNS等を活用し、県民等へPRする。

20
21
22
23
24
25

1 **(2) 沖縄型の地産地消を定義する**

- 2 ・ 沖縄県特有の地産地消の課題を検討し、実効性の高い地産地消のあり方を定義する
3 ための調査研究に取り組みます。

4

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	<ul style="list-style-type: none"> 各種調査への積極的な参画
流通・ 加工事業者	
消費者・ 消費者団体	
県・市町村	<ul style="list-style-type: none"> 県内で生産できる品目や時期、出荷先（域内、域外）、対象（県民、観光客）等を踏まえた、沖縄県における実効性の高い地産地消のあり方を定義するための調査研究を行う。

5
6
7 **(3) 県と市町村の連携**

- 8 ・ 41 市町村全てにおいて、地産地消を推進する内容が盛り込まれた計画が策定され
9 たことから、計画が着実に推進されるよう取り組んでいきます。
- 10 ・ 県と市町村における地産地消連携会議を開催し、情報の共有、連携した施策の実施
11 等に取り組みます。
- 12 ・ 県産食材を利用する側と供給する生産者の間をつなぎ、課題解決や情報共有等をは
13 かる調整役となる地産地消コーディネーターの活用促進に取り組みます。

各主体	役割
生産者・ 出荷団体	-
流通・ 加工事業者	
消費者・ 消費者団体	
県・市町村	<ul style="list-style-type: none"> 地産地消計画の推進 市町村における計画推進の支援 県と市町村間における地産地消連携会議（仮称）等を通じた、地産地消施策の情報共有。 県、市町村と連携した地産地消施策の実施 地産地消コーディネーターの活用促進

1 【成果指標】

2 推進方策 4 多様な主体の連携による「沖縄型地産地消」の推進

3

No.	指標	現状値	目標値
⑭	地産地消推進県民会議幹事会の開催	－	毎年1回以上開催
⑮	沖縄型地産地消の定義にむけた調査研究の実施	－	1回以上(R8まで)
⑯	県と市町村間の地産地消連携会議の実施	－	毎年1回以上開催

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

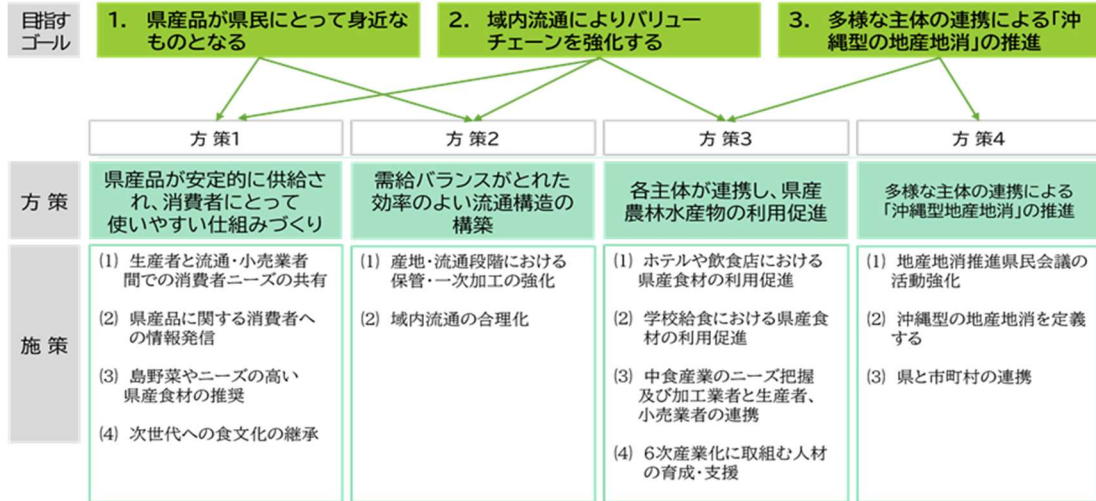
30

31

32

第5次沖縄県地産地消推進計画の全体像及び成果指標一覧

(1) 目指すゴールと施策展開



(2) 成果指標一覧 16指標

	No.	指標	現状値	目標値	対応する施策
継続	①	食品を購入する際に県産食材を意識する県民の割合	39.1% (令5)	44% (令10)	方策1-(1) (2)
改定	②	地場産コーナーを設置もしくは直接農家から仕入れる量販店の割合	77% (令4)	85% (令9)	方策1-(1)
継続	③	県産食材を利用した料理教室・郷土料理等の講習会の実施	363件 (令4)	500件 (令9)	方策1-(4)
改定	④	島野菜を普段から食べる県民の割合	68.1% (令5)	73.3% (令10)	方策1-(3)(4)
継続	⑤	産地モニターツアー等、実需者や消費者が産地を訪れる取組	27件 (令4)	40件 (令9)	方策1-(1) 方策3-(1)
継続	⑥	卸売市場における県産品の取扱割合 (※金額ベース)	青果物 41.2%(令4) 花き 25.8%(令4)	青果物 44.1%(令9) 花き 26.6%(令9)	方策1-(1) 方策2-(1)
継続	⑦	県産食材を使用する飲食店や弁当屋を利用する県民の割合	9.7%(令5)	12%(令10)	方策1-(2) 方策2-(2) 方策3-(1)

継続	⑧	ホテルにおける県産食材利用率	29.0% (令3)	36% (令8)	方策3-(1)
継続	⑨	「おきなわ食材の店」登録店舗数	395店舗(令4)	545店舗 (令9)	方策3-(1)
継続	⑩	農水産物直売所を訪れた観光客の割合	17.1%(令3)	20% (令8)	方策1-(2) 方策3-(1)
継続	⑪	学校給食における県産利用率	29.0%(令3)	34%(令8)	方策1-(4) 方策3-(2)
継続	⑫	学校給食における地域の伝統食・行事食の提供 (月5回以上実施している調理場の割合)	51.4%(令4)	80%(令9)	方策1-(4) 方策3-(2)
改定	⑬	農林水産物の6次産業化関連事業者の年間販売額	213.3億円 (令2)	226.4億円 (令7)	方策2-(1) 方策3-(3)
新規	⑭	地産地消推進県民会議幹事会の開催	-	毎年1回以上 開催	方策4-(1)
新規	⑮	沖縄型地産地消の定義にむけた調査研究の実施	-	1回以上 (R8まで)	方策4-(2)
新規	⑯	県と市町村間の地産地消連携会議の実施		毎年1回以上 開催	方策4-(3)

1