

市町村名	南城市								
平成 2 4 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	1-⑮	南城市地域特産品開発及び販売促進計画策定事業	沖縄21世紀ビジョン 基本計画該当箇所	第3章－3－(9)－(イ)					
担当部課名	企画部 観光商工課	事業実施 (予定)年度		平成24～25年度	県産品の販路拡大と地域ブランドの形成				
			沖縄振興基本方針 該当箇所	Ⅲ－1－(1)					
事業内容	魅力ある観光特産品を提供するため、農水産品及び工芸品等を活用した魅力ある特産品の研究開発を行い、南城市特産品の需要及び販売ルート等の調査を行う。								
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	28年度	
	予算 の 状 況	(a) 当初予算額	30,000	—					
		(b) 予算現額	30,000	—					
		(c) 増減額 (b-a)	0	—					
		(d) 繰越額	—	29,892					
		A. 計 (b+d)	30,000	29,892					
	B. 執行済額		0	29,892					
	うち交付金充当額		0	23,912					
	次年度繰越額		29,892	0					
	執行率（％）(B/A)		0.0%	100.0%					
予算の状況の説明		特産品開発に係る関係者（生産者・加工業者・販売業者）から、追加の現状調査や意向調査及び検討について、要請が多く寄せられ、その対応・調整に不測の日数を要したため、次年度に繰越を行った。							
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	26年度	27年度		
	・特産品ニーズ調査	目 標	観光関係機関ヒアリング 50箇所 市内観光施設ワークショップ 20人×4箇所	()	()	()	()		
		実 績	観光関係機関ヒアリング 95箇所 市内観光施設ワークショップ 総数96人 9回開催						
	・販売ルート指針作り	目 標	販路開拓指針の検討	()	()	()	()		
		実 績	南城セクションプロモーションとして作業終了						
	・地域特産品開発	目 標	6品目程度						
		実 績	6品目開発完了						
	・特産品認定制度の構築	目 標	認定制度案の策定						
		実 績	制度(案)策定完了						
・販売促進計画策定	目 標	販促グッズ・HPデータ作成							
	実 績	上記販促グッズ作成完了							
達成状況説明	地域特産品を開発するにあたり、ヒアリング調査やワークショップを行うことにより、南城市に対する魅力と問題を分析、特産品の素材に対する認識や南城ブランドのイメージを検討することができた。 HPデータ及びデザイン案は作成済みだが、システムとしては、構築されていない状況である。								
成果目標 (指標) 及び進捗状況	H25成果目標(指標)			基準値 (年度)	24年度	25年度	26年度	目標値 (28年度)	
	・特産品ニーズ調査、特産品開発、販売ルート指針作り、認定制度の構築、販売促進計画策定の実施	目 標	()	(6品)	()	()	()	()	
		実 績		6品					
	【参考指標】 ・試作品を活用(応用)した特産品の販売数	目 標	()	()	()	(1,200個)	(2,000個)		
		実 績				1,405個	5,782個		
	【参考指標】 ・沖縄南城セクションの認定品数	目 標	()	()	()	(10品目)	(30品目)		
		実 績				11品目	24品目		
	進捗状況説明	試作品当初の名称「ガザミのガーリック風味揚げ&ターメリックライス」は「ソフトシェルクラブ&ターメリックチャーハン」と名称を変えレストランメニューに並んでおり、平成28年度販売数は1,135食であった。また、平成26年1月から開発事業者が独自の改良を加えソフトシェルを使用したプーパッポンカレー（ソフトシェルクラブのカレー風味）をリリース。ソフトシェルクラブをカレーパウダーで炒め、溶き卵でとじたものとなっており人気商品である。先の商品の姉妹品として売り出しており、平成28年度販売数は4,647食であった。 「クレソンとマンゴーのティラミス」、「さし草のブランマンジェ」、「さし草のフィナンシェ」の3品目については、加工所を持たない事業者が開発したということもあり、公開したレシピからの引き合いが無いということで商品化に至っていない。 既存商品のブランド化については、平成26年度から、特産品認定制度の「沖縄南城セクション」を実施し、平成27年度は10品目の加工食品を認定し、平成28年度は「工芸品、雑貨等」として認定品目を変えて認定制度を実施したところ、14商品の応募があり3商品が認定商品とされた。認定商品の数については、「工芸品、雑貨等」を認定する際に、南城市らしさを感じる商品という視点を重視した結果となっている。							

取組の検証	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）
	特産品開発 ①「ガザミのガーリック風味揚げ&ターメリックライス」は現在、「ソフトシェルクラブ&ターメリックチャーハン」という名称で、レストランメニューになっている。「ソフトシェルクラブ&ターメリックチャーハン」は商品開発の際に、時間が経っての試食では、冷えてあまり美味しいとは言えないという意見があったので、美味しく食していただくための工夫が必要である。 ②「春うこんカレー」については単価の高い「沖縄皇金ウコン」を使用することとしているため単価が高くなってしまうことが問題であった。 ③「クレソンとマンゴーのティラミス」については、素材のクレソンとマンゴーが季節物であると共に、特にマンゴーについては近年生食での需要が高まり、加工用の安価な物が少なくっている事と盛りつけに時間を要し、作り置きが出来ないことが問題であった。また、「さし草のブランマンジェ」と「さし草のフィナンシェ」については、収穫したさし草を直接加工し材料としていたが手間がかかり歩留まりも悪いことが問題であった。 ④「もずくゼリー」については、平成25年度時点では地元産の牛乳を使ったヨーグルトの生産に手間がかかるため、安定的に供給することが難しいことが問題であったので、食材も含めてレシピの改良が必要となる。 沖縄南城セレクション 平成28年度は加工食品とは別の視点である「工芸品、雑貨等」を対象品目として実施した。また、応募の間口を広くするため「雑貨等」と表記をした。認定では市産商品であると同時にいかに南城市らしさが感じられるかの視点で審査したため、これまでの数よりも少ない3商品の認定となった。認定した商品のPRとして、産業まつりへの参加を実施している。	特産品開発 ①熱いうちに食していただけるよう出来立てを素早く提供すること、テイクアウトを禁止し販売を行っている。また、カニを使用したメニューは人気があることから、今後スープ系のメニューが作れないか検討中である。 ②「春うこんカレー」は高価な食材を使い売価が高いため販売に繋がっていないが、南城市産「沖縄皇金ウコン」を求める層に対して、PRしていく必要がある。 ③「クレソンとマンゴーのティラミス」、「さし草のブランマンジェ」、「さし草のフィナンシェ」の3品目について取り組んだ事業所は加工所を持たない事業所であり、原材料及び商品の引き合いが無いため、商品化には至っていない。しかし、さし草を使った商品づくりに情熱がある為、商品開発とは別で展開している「さし草せんべい」が、通常のせんべいの単価よりも高価な販売金額で、小さい規模であるが商品化されている。コアな購買層に販売されている。今後も専門性を活かした商品づくりに取り組んでもらい、市としてもバックアップをしていきたい。 ④「もずくゼリー」は、製造企業の努力によりシークワサー味のもずくゼリーとして改良され、商品化されている。 沖縄南城セレクション 平成28年度までに認定した24商品について、市内へのPR及び県内の産業まつりでPRしているが、今後県外・国外へPRする機会を模索する必要がある。
今後の取り組み方針		
本事業に於いて実施した内容は、特産品の開発に於ける具体的な手法や、販売に於ける取組を構築出来たものとする。 今後の取組については、本事業にて得られた手法を活かし、南城市地域雇用創造協議会と連携して、商品化を目指していく。 聖地ブランドを創造するため、南城市で栽培されたハーブをもとに商品づくりを行うと共に、そのハーブの残渣を活用したヤギなどの家畜を素材に、加工食品の展開及び体験観光に取り組んでいきたい。 その他の試作品やそれを活用した食材の利活用についても、地域の事業者と生産者が主体となり、相互に連携することによる新たな魅力ある地域の特産品を生産し販売していける後押しを行政側が行い、観光協会や商工会とも連携して積極的にPRする取組を実施していくことで、地域経済の向上をめざして行きたい。		

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）														
<table><tr><th>総事業費</th><th>交付対象 事業費</th><th>交付金 充当額</th><th>市町村 負担金</th><th>交付対象 外経費</th></tr><tr><td>29,892</td><td>29,892</td><td>23,912</td><td>5,980</td><td>0</td></tr></table> 南城市 29, 892千円 委託料 29, 892千円 ランドブレイン株式会社 29, 892千円 地域特産品開発及び販売促進 計画策定にかかる委託業務					総事業費	交付対象 事業費	交付金 充当額	市町村 負担金	交付対象 外経費	29,892	29,892	23,912	5,980	0
総事業費	交付対象 事業費	交付金 充当額	市町村 負担金	交付対象 外経費										
29,892	29,892	23,912	5,980	0										
資金 使途の 流れ、 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。	○委託業者は、公募型プロポーザル方式により、提案内容、企業組織、実績等を勘案したうえで選定しており、妥当であったと考えている。											
	○	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。	○不用額は無く、当初より予定していた事業内容も全て実施しており、予算規模は適正な規模であった。											
	－	受益者との負担関係は妥当であるか。	○費目・使途については事業目的達成の観点から必要なもののなか等について支出等に関する書類により確認、適正であった。											
	○	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。												