

「主な取組」検証票

施策展開	3-(4)-イ	県内事業者等による海外展開の促進
施策	①海外展開に向けた総合的な支援	
(施策の小項目)	○県産品海外展開に向けた戦略的取組	
主な取組	沖縄県農林水産物海外販路拡大支援事業	実施計画 記載頁 195
対応する 主な課題	○県産品の海外市場における知名度は依然として低く、県産品ブランドイメージの保護・活用と定番商品化に向けた取組が課題となっていることから、ジェトロ沖縄貿易情報センター等の海外拠点を有する関係機関との連携により、海外見本市への出展サポートや観光誘客とのセットでのマーケティングなど、経済交流を促進する取組が必要である。	

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	テストマーケティングや商談会等の結果を踏まえ、各地域における定番化・販路拡大可能性の高い品目について、第一段階の絞り込みを行った。また、商談会等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
沖縄県から輸出される農産物の輸出額	肉類:15,508千円 果実・野菜:31,376千円 (22年)	肉類:40,502千円 果実・野菜:40,722千円 (24年)	増加	肉類:24,994千円 果実・野菜:9,346千円	—
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	<p>那覇空港の国際物流ハブ化や香港の畜肉倉庫の整備等により、県から輸出される農産物の輸出額は年々増加しており、県産農林水産物の知名度も高まりつつある。</p> <p>また、商談会の実施にあたっては、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ており、H26年度はH24年度実績の2倍となる20社の参加を目標としている。</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、知っている場合でも、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-(4)-イ	県内事業者等による海外展開の促進
施策	①海外展開に向けた総合的な支援	
(施策の小項目)	○県産品海外展開に向けた戦略的取組	
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 195
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
	黒糖販売促進への支援					→	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	6,433	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。 ・FOODEX JAPANによる海外向けPRなど 「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多数出店した。国内最大級の商談会であるFOODEX JAPANでは、海外料理人と商談を行っている。			

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
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調査結果を基にした検討会の実施 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

(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みを行った。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	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68.3万トンとなり、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、歩留まりの低下により前期比から約4%減の81,679トンとなり、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)

- ・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、台風等の気象災害による減産によって、一転して供給量が不足する事態となっている。
- ・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。
- ・安定供給に向けた調査及び検討では、県内外の黒糖ユーザーの需要に対応出来る、調整在庫量、管理方法、販売手法等について各関係機関で取組みが必要な課題整理と検討が必要である。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・黒糖の国内流通形態やユーザー調査によって、需要と供給のミスマッチを明確に捉えられたことから、県内外の黒糖ユーザーの需要に対応出来るように、調整在庫量、管理方法、販売手法等、安定供給に向けた検討を行う必要がある。

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。
- ・沖縄黒糖の認知度向上とブランド力向上のために、黒糖の調味アイテムとしてのPRを強化する。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(4)-イ	県内事業者等による海外展開の促進		
施策	①海外展開に向けた総合的な支援			
(施策の小項目)	○県産品海外展開に向けた戦略的取組			
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	195	
対応する 主な課題	○県内事業者が海外展開に取り組む際、市場ニーズの把握や取引先開拓等のノウハウ及び海外商習慣や法規制等の専門的知識を有する人材が乏しい状況にあるため、海外事務所等による補完・支援態勢の強化が求められている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県産豚肉流通保管施設の設置や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を実施し、国内外において県産食肉の流通対策を強化するとともに、ブランド力の向上を図る。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	県産豚肉流通保管施設の設置(1カ所)			→			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管理						
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	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	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
アグートレサビリティシステム開発			—	生産段階でのシステム構築
県産豚肉流通保管施設設置			1カ所	1カ所
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25.3Tから39.7Tに増加した。また、トレサ事業については生産段階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	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。またトレサ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。	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
—	—	—	—	—	—
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	平成23年度 20.3t	平成24年度 26.6t	平成25年度 48.4t	—	—
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)

- ・香港の流通保管施設の運用については、委託費により対応し、その結果、不足が生じた販促活動については、事業者の一部負担、他課あるいは公社事業等の活用を検討する。
- ・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-(4)-イ	県内事業者等による海外展開の促進		
施策	①海外展開に向けた総合的な支援			
(施策の小項目)	○県産品海外展開に向けた戦略的取組			
主な取組	養殖ハタ類の国際的産地形成推進事業	実施計画 記載頁	195	
対応する 主な課題	○少子高齢化に伴う人口減少社会の到来により国内市場が縮小傾向にある中、中国などアジア諸国の経済成長を取り込んでいくことが重要な課題となっている。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	養殖ハタ類の大量生産後の販路を拡大するため、県内で国内観光客のみならず、外国人観光客への喫食機会を増やし、認知度を向上させる。 海外事業開拓後の需要量の増加に対応できるよう、低コスト型陸上養殖試験を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	技術開発・海外出荷1種		→				県
ハタ類大量生産技術開発、 海外市場開拓							
担当部課	農林水産部 水産海洋技術センター、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
養殖ハタ類の国際的産地形成推進事業	30,446	30,024	養殖ハタ類の流通実態関連調査で県内のホテル等における県産ハタ類の取扱いについての実状とPRの可能性についてヒアリングを実施した。 低コスト型陸上養殖について、実用化試験を開始した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
技術開発・海外出荷			1種	1種
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	県内で養殖されたハタ類は主に県内ではホテルや飲食店で消費されていることがわかり、産地直送という鮮度良さが強みになることがわかった。また、県内でのPRすることで、ホテルや飲食店での喫食した国内外の観光客に対するPRに繋がると考えられる。 低コスト型陸上養殖試験について、基礎試験の結果を基に、実用化規模での試験を開始することができた。			

(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
養殖ハタ類の国際的産地形成推進事業	17,958	引き続き流通調査を継続して実施するとともにアジア圏の来客者の多いホテル等施設で沖縄産のハタ類を提供しPRできるよう生産者を支援する	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

外国人観光客へのPR手段がなかったことから、「沖縄ミーバイ」のパンフレットをリニューアルして、北京語、韓国語、英語で表記した新たなパンフレットを作製した。
配布方法については、今後の課題となった。

(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
-	-	-	-	-	-
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
鮮魚及び冷凍魚の輸出数量 ※沖縄の現状: 沖縄地区税関資料より ※全国の現状: H23年版水産白書より	3,502トン (22年)	3,321トン (23年)	2,931トン (24年)	↓	405,000トン (23年)
状況説明	ヤイトハタが水産物輸出の主要品目となっていないため、正確な輸出統計資料はないが、海外展開に向けてヤイトハタの認知度を一層高める必要がある。 今後、ホテル・レストラン関係者等と連携した取組みを継続することで、外国人観光客へ養殖ハタを提供する機会が増えると考えられる。				

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)

・外国人観光客へのPR手段として、北京語、韓国語、英語表記のパンフレットを作成したが、配布手段については、配布場所等を再検討する必要がある。
・また、外国人観光客に対し、主なPR場所となると考えられるホテルで継続的に食材として使ってもらうためには、メニュー設定の都合上、最低半年程度は安定供給が必要となる。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・メニューに入れてもらうためには、安定供給体制を確立することが、不可欠であると考えられる。

4 取組の改善案(Action)

・ホテルや飲食店に対し、安定的に供給できるよう、『沖縄県ミーバイ生産者販売促進協議会』と協力し、県内養殖ハタ類の出荷見通しを明らかにする必要がある。