

各事業の成果報告

(平成 25 年度～平成 27 年度)

目 次

1	調査概要	1
2	各事業の成果報告	
I	中小企業の経営革新・基盤強化等支援事業	
1-1	中小企業総合支援事業	
	(1)窓口相談事業	5
	(2)専門家派遣事業	6
	(3)離島地域等中小企業支援事業	8
	(4)課題解決集中支援事業	9
	(5)販路開拓・取引マッチング支援事業	11
1-2	情報化支援事業	13
1-3	経営サポート事業	15
1-4	機械類貸与事業	16
1-5	中小企業経営革新強化支援事業	19
1-6	建設業経営力強化支援事業	20
1-7	中小企業課題解決プロジェクト推進事業	23
1-8	中小企業ハンズオンフォローアップ支援事業	25
1-9	県産品拡大展開総合支援事業	26
1-10	中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業	29
II	新事業の創出・ベンチャー企業の育成支援事業	
2-1	OKINAWA 型産業応援ファンド事業	31
2-2	沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業	32
2-3	沖縄ものづくり振興ファンド管理運営事業	35
2-4	戦略的製品開発支援事業	36
2-5	新産業研究開発支援事業	38
2-6	ベンチャー企業スタートアップ支援事業	40
2-7	おきなわ新産業創出研究開発支援事業	42
2-8	ベンチャー成長支援事業	44
III	海外展開支援事業	
3-1	県産工業製品海外販路開拓事業	46
3-2	沖縄国際物流ハブ活用推進事業	48
3-3	海外事務所活動支援事業	50
IV	人材育成支援事業	
4-1	万国津梁産業人材育成事業	57
4-2	正規雇用化企業応援事業	59
4-3	世代間スキル継承型雇用促進事業	62
	〈満足度指数アンケート調査結果〉	65

調査概要

1 目的

公益財団法人沖縄県産業振興公社は、中小企業の中核的支援機関としての役割を發揮すべく、沖縄県の産業振興施策を推進する実施機関として、創業・新事業創出支援のほか、経営革新支援、新商品開発や研究開発支援、販路開拓支援、人材育成支援等の事業を実施している。

今回の成果報告は、これらの事業を効率的で効果的に実施し、今後の事業運営や施策提言に資することを目的に、支援企業等の業況や意見、満足度等を調査しとりまとめたものである。

2 調査の種類

(1) 定量調査

① 対象

平成25年度から平成27年度に各事業の採択審査会等において採択され、支援を受けた企業

② 内容

支援を受けた年度から起算し3年後までの決算状況等

③ 調査票

別紙1のとおり（3ページ）

※各事業において別途独自の調査を行っている場合には、調査票様式が異なる。

(2) 定性調査

① 対象

平成27年度に各事業において、支援を受けた企業

② 内容

支援の満足度等

③ 調査票

別紙2のとおり（4ページ）

※各事業において別途独自の調査を行っている場合には、調査票様式が異なる。

3 調査方法

対象となる全ての支援企業へFAX、メール等により調査票を配布し、直接あるいはFAX、メール等により受領。

4 調査期間

平成 28 年 7 月 11 日（月）～平成 28 年 9 月 16 日（金）

※各事業において別途独自の調査を行っている場合には、調査期間が異なる。

5 報告書中の表記について

(1) 報告書全体

- ① 調査結果については、小数点第一位を四捨五入し、整数で記載している。
- ② 調査票の数値におけるマイナス値は、▲で記載している。
- ③ 事業開始時期の事情等により調査を行っていない場合、あるいは記載ができない場合は、当該項目に「－」と記載している。

(2) アンケート結果

効果に対するアンケートについて、複数回答可とした調査については、回答企業数に対する割合を表示しているため、構成比の合計が 100%を超える場合がある。

(例2) どのような効果があったか

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合(%)
個別課題の解決	30
社員のスキルアップ	20
売上の向上	20
販路の開拓	15

なお、事業の支援内容や支援担当者の対応についての満足度指数については巻末に一覧を掲載している。

6 まとめ

今後の事業運営や施策提言に資することをより明確にするため、今回からアンケート結果を踏まえた「公社の自己評価及び今後の対応」を事業毎に記述している。

公社としては、この成果報告（各事業の事後評価）を的確に行うことにより、今後の効率的、かつ効果的な事業執行に向け改良、改善を行っていききたい。

(公財) 沖縄県産業振興公社 ○○課 ×××× 行き

平成27年度○○○○○支援事業 支援企業の業況調査票

1. 企業概要

企業名		資本金	千円
代表者名		業種	
回答者氏名		TEL	

2. 事業の満足度及び効果等について（該当するものに○印でお答えください）

(1) 支援の内容に満足していただけましたか。

- ① とても満足した ②満足した ③あまり満足できなかった ④不満足であった

(2) 支援担当者の対応に満足していただけましたか。

- ① とても満足した ②満足した ③あまり満足できなかった ④不満足であった

(3) 支援を受けて効果はありましたか

- ①大いに効果があった ②効果があった ③あまり効果がなかった ④効果がなかった

(4) どのような効果がありましたか(複数回答可)

- ①売上の向上 ②利益の増加 ③財務・資金繰りの改善 ④販路の開拓 ⑤雇用の拡大
⑥社員の知識・技能の向上 ⑦新事業の展開 ⑧個別課題の解決 ⑨顧客満足度の向上
⑩その他 ()

(5) 今後も本事業の支援を受けたいと思いますか

- ①継続して受けたい ②機会があれば受けたい ③分からない ④受けたくない

3. 業況等効果について

平成27年度の業況についてお答え下さい。

	H26年度	H27年度
売上高	千円	千円
税引前当期利益	千円	千円
従業員数(内パート数)	人(人)	人(人)

4. 本事業支援後の効果・成果、活用内容、進捗状況、課題等についてご記入下さい。

5. 当公社、及び事業内容等について、ご意見・ご要望等をご記入下さい。

★ご協力ありがとうございました★

大変お手数ですが、本調査票を FAX(098-859-6233)または、E-mail(××××@okinawa-ric.or.jp)にて、
×月×日(×)までにご提出いただきますようお願い申し上げます。

問い合わせ先 TEL(098-859-○○○○) 担当者:○○○○

(公財) 沖縄県産業振興公社 ○○課 ×××× 行き

平成27年度○○○○○支援事業 支援企業の業況調査票

1. 企業概要

企業名		資本金	千円
代表者名		業種	
回答者名		TEL	

2. 事業の満足度及び効果等について（該当するものに○印でお答えください）

(1) 支援の内容に満足していただけましたか。

- ① とても満足した ② 満足した ③ あまり満足できなかった ④ 不満足であった

(2) 支援担当者の対応に満足していただけましたか。

- ① とても満足した ② 満足した ③ あまり満足できなかった ④ 不満足であった

(3) 支援を受けて効果はありましたか

- ① 大いに効果があった ② 効果があった ③ あまり効果がなかった ④ 効果がなかった

(4) どのような効果がありましたか(複数回答可)

- ① 売上の向上 ② 利益の増加 ③ 財務・資金繰りの改善 ④ 販路の開拓 ⑤ 雇用の拡大
⑥ 社員の知識・技能の向上 ⑦ 新事業の展開 ⑧ 個別課題の解決 ⑨ 顧客満足度の向上
⑩ その他 ()

(5) 今後も本事業の支援を受けたいと思いますか

- ① 継続して受けたい ② 機会があれば受けたい ③ 分からない ④ 受けたくない

3. 本事業支援後の効果や成果、活用内容、進捗状況、課題等についてご記入下さい。

4. 当公社、及び事業内容等についてご意見・ご要望等をご記入下さい。

★ご協力ありがとうございました★

大変お手数ですが、本調査票を FAX(098-859-6233)または、E-mail(××××@okinawa-ric.or.jp)にて、
×月×日(×)までにご提出いただきますようお願い申し上げます。

問い合わせ先 TEL(098-859-○○○○) 担当者:○○○○

1-1 中小企業総合支援事業

(1) 窓口相談等事業

【事業の内容】

中小企業等が抱える様々な経営課題等を解決するため、相談窓口にプロジェクトマネージャー、サブマネージャー及び専門相談員を配置し、中小企業等が抱える経営上の課題等に対して適切な助言や支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、創業、資金調達、商品開発、販路開拓等に関する 7,276 件の相談に対応した。(表 1)

(表 1) 相談対応件数

	H25	H26	H27	合計
計 画	2,500	2,500	2,500	7,500 件
実 績	2,314	2,413	2,549	7,276 件
達 成 率	93%	97%	102%	97%

【企業の支援事例】

- ① ケーキ製造販売に向けた事業多角化に取り組むタイ式マッサージ店を営む事業者に対し、事業計画作成を支援し、新事業分野進出資金の融資斡旋を行った。その結果、融資が実行され、念願のケーキ店を開店させることができた。その後、県内外の物産展や見本市等への販路開拓支援を行ったところ、売上が順調に伸びている。
- ② カーテン等のオーダーメイド販売を行う事業者に対し、経営課題を明確にし、解決策と期待される効果について議論を重ねながら中期経営計画の作成を支援した。その後、ものづくり補助金の申請を促したところ採択され、補助金を活用した生産設備導入とともに作業効率が向上し、利益拡大につながった。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果については、「効果があった」と回答した企業が 60%あり、内容としては、「新事業の展開」が 16%、「販路の開拓」が 15%、「社員の知識・技能の向上」と「個別課題の解決」がそれぞれ 12%であった。(表 2-1、表 2-2)

(表 2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	19
効果があった	41
あまり効果がなかった	19
効果がなかった	7

※無回答 14%

(表 2-2) どのような効果があったか。

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
新事業の展開	16
販路の開拓	15
社員の知識・技能の向上	12
個別課題の解決	12

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題として「商品開発の方向性を探るために、担当者の意見が参考になった」「専門的な技術知識のアドバイス・サポートのお陰で、満足できる新商品が完成した」とある一方、「別の窓口から紹介を受けて存在を知った」との課題があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

年々徐々に相談対応件数を伸ばしており、平成 27 年度は目標を達成することができた。しかしながら、支援内容の満足度が 19 ポイント低下し、また、僅かではあるが支援者の対応についても低下傾向にある。今後は、支援の仕方と対応方法について、再度結果を分析して対策を講じていきたい。

また、相談窓口の周知については、今後とも商工会等支援機関の窓口を訪問し、事業の周知と利用の促進、中小企業者の紹介・斡旋等への協力を依頼し、「中小企業支援センター」を積極的に活用してもらうよう PR していく。

(2) 専門家派遣事業

【事業の内容】

中小企業診断士や経営コンサルタント等の民間の専門家を派遣し、中小企業や創業者等の経営・技術・情報化等に係る診断・助言を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、資金繰りや原価管理、商品開発、販促方法、ネットショップ売上対策、ISO 認証取得等、中小企業の経営課題を解決するため、中小企業診断士等の民間専門家を 508 回派遣した。(表1)

(表 1) 専門家派遣回数

	H25	H26	H27	合計
計画	150 回	150 回	150 回	450 回
実績	168 回	180 回	160 回	508 回
達成率	112%	120%	107%	113%

【企業の支援事例】

- ① 整体業を営む事業者に対し、専門家を派遣し、販促・集客につなげる名刺の制作をアドバイスした。その後、新規顧客に配布したところ、HPへのアクセス数が増え、新規顧客数及び客単価、売上を伸ばすことができた。
- ② 資金繰りがうまくできなかつた水の卸小売業に対し、専門家を派遣し、資金の流れを整理し、キャッシュフロー計算書の作成を支援したところ、資金繰り管理が行えるようになった。
- ③ 精密機器小売業者に対し、専門家を派遣し、分析ソフトを使って自社ネットショップの現状を計数データにて分析・把握を行った。分析結果を基に、購入までの一連の処理が容易にできるよう対策を講じたところ売上が増加した。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果については、「効果があった」と回答した企業が82%であった。支援の効果として「社員の知識・技能の向上」が26%、「個別課題の解決」が19%、「売上向上」及び「顧客満足度の向上」がそれぞれ10%であった。(表 2-1、表 2-2)

(表 2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	33
効果があった	49
あまり効果がなかった	14
効果がなかった	4

(表 2-2) どのような効果があったか。

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
社員の知識・技能の向上	26
個別課題の解決	19
売上向上	10
顧客満足度の向上	10

【企業からの意見等】

アンケートの中で、効果として「専門家の助言で問題点が明確になった。改善策を自分で考えるノウハウが学べた」「新規顧客の獲得につながり売上が上がった」とある一方、「時間が掛かりすぎてしまい支援途中で派遣

が終了した」(派遣上限回数3回)との課題もあった。意見・要望では、「年3回までしか利用できないので利用回数を増やして欲しい」「別の専門家を試してみたいので専門家リストが欲しい」等があった。

【会社の自己評価及び今後の対応】

専門家派遣に係る企業負担金(12,500円/回)があるにも係わらず、毎年派遣計画を上回る企業ニーズと実績があり、顧客満足度や支援効果も高い事業である。

専門家派遣回数を1社あたり年間3回に制限しているため、支援途中で制限回数に達する企業がある。今後は、派遣計画の事前提出の際に、効率的な派遣計画になるよう十分なアドバイスを行いつつ、「ミラサポ」や他支援機関の専門家派遣制度につなげるなど、支援機関間を横断した支援を行っていききたい。

専門家リストについては、既に当会社HP上に登録専門家検索システムがあることから、中小企業者に対し、同システムの周知及び利用を再度促す。マッチングする専門家を選考する際には、事前ヒアリングを十分に行い、適切な専門家を紹介していききたい。

(3) 離島地域等中小企業支援事業

【事業の内容】

離島や北部地域の創業者や中小企業を支援するため、当該地域のニーズに即したテーマによるセミナーや勉強会、個別相談会等を実施し、当該地域の創業者や中小企業を支援する事業。

【事業の実績】

平成25年度から平成27年度までに17回、地域商工会と連携し、離島や北部地域の中小企業等のニーズに即したセミナー及び個別相談会を開催した。

また、後日改めてプロジェクトマネージャー及びサブマネージャー、専門家による18回のフォローアップ支援を実施した。(表1)

(表1) セミナー及びフォローアップ回数

	H25	H26	H27	合計
セミナー計画	5回	5回	5回	15回
セミナー実績	5回	7回	5回	17回
達成率	100%	140%	100%	113%

	H25	H26	H27	合計
フォローアップ計画	—	5回	5回	10回
フォローアップ実績	—	7回	11回	18回
達成率	—	140%	220%	180%

【企業の支援事例】

離島地域においてPOPセミナーを開催した後、後日開催される地域のイベントに合わせて、専門家を伴って現地にてフォローアップ支援を実施した。島外から訪れる観光客をターゲットとする土産品店の店頭販売力を向上させるため、店頭にて店舗レイアウト及びPOP表示等の実践支援を行った。その結果、イベント期間中の来客者等から好評価を得るとともに、島内他事業者の視察希望が相次いだ。

【企業からの意見等】

アンケートの中で、「セミナー内容のレベルが高かった。参加者のレベルに合わせた内容にして欲しい」「事業の立ち上げ方や支援の受け方等、初心者向けのセミナーも開催して欲しい」「セミナーの中でワークショップの時間を長くして欲しい」等の意見があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

アンケート結果からセミナー受講者の満足度は高く、地域商工会等からのセミナー開催希望数も増加している。

公社としては、今後も開催地域の商工会等と連携し、地域のニーズを拾い上げ、事業者のレベルに合わせたセミナーを開催するとともに、セミナー終了後の個別相談やその後のフォローアップ支援をとおして、地理的不利性を抱えている離島地域等の中小企業者に対する効果的な支援を行っていききたい。

(4) 課題解決集中支援事業

【事業の内容】

中小企業者が抱える様々な課題を解決するため、事業者と公社プロジェクトマネージャー及びサブマネージャー、各分野の専門家を加えたワークショップを開催し、経営課題の解決に向けたハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、11 社の企業に対し、店舗売上の拡大やマーケティング戦略の見直しなど課題解決に向けたワークショップを開催した。(表 1)

平成 27 年度は、採択企業 2 社に対して各 7 回のワークショップを開催した。

(表 1) 採択社数

	H25	H26	H27	合計
計 画	4 社	4 社	2 社	10 社
実 績	5 社	4 社	2 社	11 社
達成率	125%	100%	100%	110%

【企業の支援事例】

- ① 地域密着型の家電販売店に対し、専門家を交えたワークショップをとおして現行の営業戦略と売上実績を検証し、機動力と高い技術力を活かした修理サービスを全面に打ち出す事業戦略を支援した。その結果、社員のモチベーション向上にもつながり、来期の経常利益が赤字から黒字に転換する見込みである。
- ② 売上減少傾向にあった鞆・雑貨の小売・卸売業者に対し、ワークショップをとおして現状の把握と課題の洗い出し、新たな経営戦略について議論した結果、主力商品を他社ブランド商品から自社オリジナル商品へ転換、また、新たなリユース事業を展開することになった。

現在、主力商品を転換しているところで成果はまだ出ていないが、今後は売上推移等に注視しつつ、引き続きフォローアップ支援を行う。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果については、全ての企業において効果があったと回答しており、効果の内容としては、「売上の向上」「利益の増加」「販路の開拓」「社員の知識・技能の向上」がそれぞれ 50%となった。

(表 2-1、表 2-2)

(表 2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	0
効果があった	100
あまり効果がなかった	0
効果がなかった	0

(表 2-2) どのような効果があったか。

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
売上の向上	50
利益の増加	50
販路の開拓	50
社員の知識・技能の向上	50

【企業からの意見等】

アンケートの中で、「ターゲットを明確にし、独自資源を活かした営業戦略を実施中」との現状報告があり、「有益な情報提供が欲しい」といった意見があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

これまで採択企業 5 社、各 5 回のワークショップを開催していたが、十分な成果が出せなかったため、平成 27 年度は、採択企業数を 2 社に絞り込んだ上で、開催回数を 7 回へ増やした。採択企業のアンケート結果では、支援の満足度は 100%となっているが、支援終了間もないことから具体的な成果はまだ出ていない。

公社としては、引き続き採択企業に対してフォローアップ支援を行い、進捗状況を確認しながら、課題の解決を支援していきたい。

(5) 販路開拓・取引マッチング支援事業

【事業の内容】

県内中小企業者等が自社で企画・開発した商品の販路拡大を図るため、専門コーディネーターを配置して販路開拓等のハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、30 社の企業に対し、販路開拓等を支援した。(表 1)

(表 1) 支援社数

	H25	H26	H27	合計
計画	10社	10社	10社	30社
実績	11社 (うち継続4社)	10社 (うち継続3社)	9社	30社 (うち重複4社)
達成率	110%	100%	90%	100%

【企業の支援事例】

- ① 立地場所が悪く、自社店舗以外に販路がなかった洋菓子製造小売業者に対し、県内デパートや量販店とマッチングし、物販イベントへの出展につなげたところ、売上を上げるとともに自社店舗への誘客につなげた。また、県内商社とマッチングし、新たな県外市場への販路拡大に取り組んでいる。
- ② 取引先数が不足していた青果卸業者に対し、那覇空港内最大の店舗とマッチングしたところ、新規取扱店が5カ所増えた。また、県外量販店への販路開拓に同行し、中堅スーパーとの商談支援を行ったところ、新たに直取引先数が2社増えた。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の「効果があった」と回答した企業が55%であった。内容としては、「販路の開拓」が67%、「利益の増加」「雇用の増加」「社員の知識・技能の向上」がそれぞれ11%であった。(表2-1、表2-2)

(表 2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	33%
効果があった	22%
あまり効果がなかった	33%
効果がなかった	11%

(表 2-2) どのような効果があったか。

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
販路の開拓	67
利益の増加	11
雇用の増加	11
社員の知識・技能の向上	11

【企業からの意見等】

アンケートの中で、「販路が広がりとても良かった」や「県内量販店のイベントに出展することができて売上が増加した。商品構成が見直され成果が上がった」「今後も引き続き同様同等の支援を受けたい」とする意見がある一方、「すぐに効果を出すことは難しく、継続することが大事」「(公

社担当者との) 打ち合わせの時間が取れなかった」といった意見があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

アンケートの結果では、担当者対応の満足度が 100%となっているものの、支援内容の満足度が 30%程低下しており、支援効果も 55%と低い値となっている。これは、本事業が専門コーディネーターによるハンズオン支援が中心となり、助成金支援を伴わない事業であるため、短期的な効果が出しにくい事業となっていることが要因としてあげられる。

当公社においては、近年、販路開拓を支援するための類似の事業が立ち上がり、また、資金的支援を伴った代替事業も展開されている。このため、当該事業の目的が他事業で代替できることを前提として、当該事業の廃止を含めて事業のあり方について検討したい。

1-2 情報化支援事業

【事業の内容】

沖縄県情報化基盤整備促進基金（3億円）の運用益を活用し、ネットショップを活用して販路開拓強化に取り組む中小企業者等に対し、ネット販売スキルの向上及び売上増加を図るため、売れるネットショップ構築のためのワークショップ等を実施する事業。

【事業の実績】

平成 26 年度から平成 27 年度までに、ネットショップを運営する 10 社を採択し、ネットショップ上の売上拡大に向けて、ワークショップ及びセミナーの開催、専門家による個別支援を実施した。（表 1-1）

その結果、平成 27 年度採択 5 社全社が、前年同月比において売上増となった。（表 1-2）

（表 1-1）採択企業数

	H26	H27	合計
計 画	5 社	5 社	10 社
実 績	5 社	5 社	10 社
達成率	100%	100%	100%

(表 1-2) 支援結果 (前年同月比) ※12 月度で比較

項目	A 社	B 社	C 社	D 社	E 社	平均
売上高	161%	116.4%	160.2%	262.07%	247.69%	189.47%
アクセス数	—	94.2%	88.5%	840.09%	189.15%	302.49%
転換率	—	98.5%	216.9%	23.45%	170.73%	127.40%
客単価	110%	125.9%	81.2%	131.98%	75.04%	104.82%

※転換率＝購入件数／アクセス件数

【ネットショップのみの売上高の推移】

① 平成 26 年度採択企業：5 社 回答企業：5 社

項目	売上 (千円)		
	H25	H26	H27
実数	113,284	102,790	118,409
前年比	—	91%	115%

② 平成 27 年度採択企業：5 社 回答企業：5 社

項目	売上 (千円)	
	H26	H27
実数	97,016	104,631
前年比	—	108%

【企業の支援事例】

- ① ネットショップのカゴ落ち率 (一度ショッピングカートに入れたものの最終購入に至らない割合) が高かったカメラ付属品小売業者は、商品をショッピングカートに入れた後、スムーズに注文が完了できるように文字やボタン、入力フォーム等を大きくし、シンプルに分かりやすく改良した。その結果、カゴ落ち率が改善されて売上が増加した。
- ② ネットショップでの売上高が頭打ちにあった菓子製造小売業者は、メルマガ配信やキャンペーンの開催、モバイルサイトの構築等、本事業で学んだことを実践的に取り組んだ。その結果、売上が前年比 2 倍以上に増加した。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果があつたと感じている企業は 100% となり、具体的な効果としては、「売上の向上」及び「社員の知識・技能の向上」と回答した企業が 100%、「顧客満足度の向上」が 20% であつた。
(表 2-1、表 2-2)

(表 2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	40
効果があった	60
あまり効果がなかった	0
効果がなかった	0

(表 2-2) どのような効果があったか。

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
売上の向上	100
社員の知識・技能の向上	100
顧客満足度の向上	20

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題として「今回学んだ知識を社内で共有することができ、お客様へのアプローチ手段が増えた」「ワークショップ受講後も学んだことや実践できた取り組みを継続し、今後も市場の変化に対応していく必要がある」等があり、意見・要望では、「今回は物販色の強いセミナーであったが、ハンズオン支援を伴う中長期的でカスタマイズができるセミナーがあると嬉しい」といった意見があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成 27 年度は 5 社を採択し、支援終了後には全ての企業において売上が増加し、全体平均の売上高が前年同月比 189%となった。また、前年同月比の売上高 2 倍という目標に対し、5 社のうち 2 社が達成した。

本事業は、事業実績及び顧客満足度の高い事業であったが、情報化基盤整備促進基金の県への返還に伴い平成 27 年度で終了した。

なお、現在当公社においては、「中小企業支援センター」や「よろず支援拠点」での窓口相談や専門家派遣等にて中小企業の情報化を支援しており、特によろず支援拠点では、Web を専門とするコーディネーター 2 名を配置し、個別相談やセミナーをとおして支援している。

1-3 経営サポート事業

【事業の内容】

中小企業が抱える様々な課題を解決するために各分野の専門家を講師として招き、経営幹部や従業員等のスキルアップ及び人材育成を図るため、有料セミナーを行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までにビジネススキル、営業ノウハウ、課題解決等に関するセミナーを 72 回、述べ 1,997 名が受講した。(表 1)

(表 1) セミナー開催回数

	H25	H26	H27	合計
計 画	24 回	24 回	24 回	72 回
実 績	23 回	24 回	25 回	72 回
達成率	96%	100%	104%	100%

【企業からの意見等】

企業からのアンケートの中で、現状・課題として「とてもわかりやすかった」「別のセミナーをまた受講したい」という声が多かった一方で、「演習の時間がもっと欲しい」「新規セミナーを開催して欲しい」等があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成 27 年度のセミナー実績は開催回数 25 回、受講者数 701 名となっており、前年度（開催回数 24 回、受講者数 655 名）と受講者数が増加している。これは、企業ニーズにマッチしたセミナーを継続的に開催することができていることと、各セミナーのブラッシュアップが図られているものと考えられる。

具体的には、セミナー終了後、アンケート結果を講師へ提供し、次回の改善点としてフィードバックしておくことや受講者からの意見や要望、他支援機関等で開催されるセミナーや講演会等の情報を積極的に収集してきたことによるものである。

本事業は、公社の自主事業として、ネットワーク会員の会費やセミナー受講料をもとに運営しており、採算性の部分でまだ課題はあるものの、複数の事業者を集めた安価な集合研修を開催していることから、小規模事業者の社員等の人材育成において有効な事業であり、引き続き実施していくべき事業と考える。

1-4 機械類貸与事業

【事業の内容】

中小企業等の経営の合理化・効率化等を支援するため、機械設備を導入

し経営基盤の強化を図ろうとする中小企業者等に割賦販売又はリースを行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までの貸与件数は 59 件、金額は 1,012,600 千円であった。(表 1)

平成 27 年度の達成率が落ちた要因は、市中金融機関における貸出金利の低下及び「ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金」等の公的補助制度の継続実施により、当事業の相対的な優位性が低下したものと考えられる。

(表 1) 貸与決定件数

	H25	H26	H27	合計
計 画	20 件	20 件	22 件	62 件
	500,000 千円	500,000 千円	520,000 千円	1,520,000 千円
実 績	24 件	18 件	17 件	59 件
	444,100 千円	327,330 千円	241,170 千円	1,012,600 千円
達成率 (貸与額)	88%	65%	46%	66%

【企業の支援事例】

- ① 業績が好調であった菓子製造業者が、生産体制を強化するため工場拡張を計画したが、県信用保証協会の保証枠を超える投資額であったため、金融機関からの調達が困難であった。そこで、当該企業の販売実績及び設備の稼働状況等から返済能力を判断し、導入設備の一部を貸与した。販売機会のロスが解消されており、さらなる売上向上が期待される。
- ② 地域資源の小麦を活用した菓子や麺類などを製造している事業者が、離島の限られた商圈を超えて更なる販路拡大を図るため、公社の「中小企業課題解決プロジェクト推進事業」を活用して小麦製品のプロモーションを展開していたところ、販売先の目途がついたことから、当事業により最新設備を貸与して量産体制の整備を行った。このように、公社の施策が連動して販路拡大から生産体制の強化まで一貫した支援を行っている。

【アンケート結果】

アンケートによると、設備投資の効果について、生産性・品質が向上したと感じる企業が 95%以上あり、コスト削減したと感じる企業は 100%であった。(表 2)

しかしながら、今後の課題については、「人材の確保・育成」や「商品開発」・「販路の開拓」を挙げた企業の割合が多くなっている。(表3)

(表2) 設備投資の効果について (単位：%)

評価項目	向上	やや向上	やや低下	低下
生産性	75	20	2.5	2.5
品質	50	45	5	

評価項目	削減	やや削減	やや増加	増加
コスト	28	72	0	0

(表3) 今後の課題について

評価項目等	割合(%)
人材の育成・確保	55
商品開発	15
販路の開拓	15
社内体制の整備	10
資金繰り	5

【企業からの意見等】

アンケートの中で、意見・要望として、「貸与期間を延長してほしい」・「貸与期間を5年・7年・10年と、柔軟に選択できるようにしてほしい」等の要望があった。公社としては、これらの要望をふまえ、貸与期間の延長に向けて県と協議を行っているところである。

【公社の自己評価及び今後の対応】

当事業は、不動産等の担保となる資産が無く、かつ資金繰りの厳しい中小企業が、機械類導入の資金調達手段として活用することが多い。

貸与の対象者の選定は、申込企業の事業性を判断し決定しており、平成25年～27年度貸与企業59社については、延滞なく推移している。

また、生産性・品質・コストの評価項目において、設備投資の効果が見られたとの意見もあった。

平成27年度に貸与した17社における設備導入の目的については、「受注増に対応するため」や「コスト削減」を理由に挙げる企業が6件ずつで最も多い一方で、各企業の課題も「人材育成」「商品開発」「販路開拓」と多岐にわたっていることから、当事業にとどまらず、公社が行う支援施策を活用しながら、貸与企業に対して効果的な支援を実施していきたい。

なお、平成 27 年度における貸与額の達成率は 46%と低迷していることから、企業からの要望を踏まえた事業の見直しを図るほか、さらに事業の周知を強化して認知度を高め、利用企業の増加を図っていくこととしたい。

1-5 中小企業経営革新強化支援事業

【事業の内容】

経営革新計画の承認を目指す企業に対し、実現可能性の高い革新計画を策定するためのアドバイスを行い、また、承認された企業のフォローアップ調査や計画実行に向けたハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、計 80 社の企業が承認された。(表1)

(表 1) 承認企業数

	H25	H26	H27	合計
計 画	33 社	20 社	20 社	73 社
実 績	26 社	27 社	27 社	80 社
達成率	79%	135%	135%	110%

【企業の支援事例】

- ① 野菜を販売する小売業に対し、店舗が入り組んだ住宅地内にあり、非常に探しにくい場所にあることから、新しい事業として自社農園で採れた野菜をスムージー(ジュース)にし、店舗及び立地場所の周知を目的とした宅配事業の事業計画の策定を支援した。

承認後、本事業にて専門家を派遣し、専門家指導の下で店舗レイアウトの変更やPOPの改善等を行ったところ、客数及び客単価が前年度より増加している。

- ② 化粧品専門店に対し、アロマを使用した新たなマッサージサービスによる新規顧客の開拓、顧客情報のカルテ化による顧客に合わせた商品やサービスの提案、リピーターを増やす事業計画の策定を支援した。

承認後、コーディネーターが毎月開催される店長会議に出席し、毎月の売上や顧客情報から現状及び店舗分析を行い、それぞれの強みを整理した結果、各店舗の特徴に応じた販売促進対策がとれるようになった。また、東京にある百貨店の催事に出展支援を行うことで県外への販路拡

大にもつながった。

- ③ 設備工事業者に対し、道路冠水が起きやすい地域の道路側溝を専用カメラで調査することで、降雨時に土砂詰まりが起きやすい箇所が分かる危険度マップを作成し、土砂詰まりの予防保全サービスを行う事業計画の策定を、地元の商工会議所と連携して支援した。

承認後、専用カメラでの調査方法等を各TV局や地元新聞社等へのプレスリリース等、メディアを活用した周知方法を専門コーディネーターがアドバイスし、また、月次試算表を用いた月例会議を開くことで、既存の工事の採算性や進捗管理等が行えるようになり、売上が前年比20%増となった。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果については「効果があった」が約60%で、具体的な効果は「個別課題の解決」及び「社員の知識・技能が向上した」が33%、「売上が増加した」が17%であった。(表2-1、表2-2)

(表2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
とても役立った	42
役立った	25
あまり役に立たなかった	25
役に立たなかった	8

(表2-2) どのような効果があったか。

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
個別課題の解決につながった	33
社員の知識・技能が向上した	33
売上が増加した	17

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題には、「毎月の細やかな指導により、資金繰りや経営管理などの改善に取り組むことができ、売上増加に繋がった」という一方で「経理や営業などの人材の確保ができず、計画が進まない」等があった。また、意見・要望では、「経営革新計画について、あまり知られていないようなので金融機関や多くの企業に周知してほしい」や「助成金等の情報提供を随時行ってほしい」等があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

公社としては、引き続き実現性及び実効性のある計画が策定できるようアドバイスを行い、承認された企業に対しては、事業計画推進上の課題を明確にし、企業自身で課題が解決できるよう支援していく。また、商工会・

商工会議所等の支援機関や金融機関等への事業の周知と経営革新に取り組む新たな事業者の紹介・斡旋を依頼し、連携した支援を実施していく。

1-6 建設業経営力強化支援事業

【事業の内容】

県内建設業者の経営改善や新分野進出等、経営力向上に向けた取り組みを支援するため、専任の建設業相談員を配置し、各種相談への対応、専門家派遣、セミナー開催及び情報提供を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までの 3 年間で、建設業者からの経営相談等の相談を 948 件、ISO 認証取得や経営改善に関する専門家派遣を 83 回、建設業者向けの支援メニューや課題解決に関するセミナーを 36 回（延べ回数）行った。

（表 1）相談件数

	H25	H26	H27	合計
計 画	300 件	300 件	300 件	900 件
実 績	312 件	313 件	323 件	948 名
達成率	104%	104%	108%	105%

（表 2）専門家派遣

	H25	H26	H27	合計
計 画	10 回	30 回	30 回	70 回
実 績	12 回	39 回	32 回	83 回
達成率	120%	130%	107%	119%

（表 3）セミナー開催

	H25	H26	H27	合計
計 画	12 回	12 回	12 回	36 回
実 績	12 回	12 回	12 回	36 回
達成率	100%	100%	100%	100%

【企業の支援事例】

- ① 商品の販売方法で悩んでいた住宅設備機器卸・小売業に対し、専門家を派遣し、新規顧客に対する販促方法等のアドバイスを行った。また、

ホームページのリニューアルを行い、売上向上に向けて取り組んでいる。

- ② ISO 認証取得を目指す建設業に対し、専門家を派遣し、ISO 認証取得に向けたアドバイスをを行った。その結果、ISO を認証取得するとともに、社員の知識が向上し、社員の意識が前向きになった。
- ③ 本事業で実施した経営革新計画のセミナーを受講した建設業、不動産業、電気機械器具小売業の3社が受講後、経営革新計画の作成に取り組み、その後承認された。

【アンケート結果】

アンケートによると、また、専門家派遣が自社の経営改善等につながったかについて「とても役立った」「役立った」が64%であった。効果として「社員の知識・技能が向上した」が60%、「財務・資金繰りの改善に繋がった」及び「顧客満足度の向上」がそれぞれ20%であった。(表4-1、表4-2)

(表4-1) 支援の効果について

評価項目	割合(%)
とても役立った	18
役立った	46
あまり役に立たなかった	27
役に立たなかった	9

(表4-2) どのような効果があったか。

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合(%)
社員の知識・技能の向上	60
財務・資金繰りの改善	20
顧客満足度の向上	20

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題には、「資金繰り等に関する相談をしたことで意識が変わり、経営改善につながった」という一方で「売上が変わらないので、専門家派遣による効果はまだ出ていない」等があった。また、意見・要望では、「小規模事業者にとって事業展開する際に、専門的な知識が不可欠であり、このような支援事業の必要性を実感している」や「商工会等へ本事業の周知を行ってほしい」などがあった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

アンケートの結果では、支援の内容及び担当者対応の満足度は高かったが、支援の効果は低い結果になっている。これは、昨今の建設業界の景況がよく、本業の建設工事が多忙となり、経営革新や新事業分野進出等に取り組む状況ではなく、本事業の支援ニーズも低くなっていることが一つの要因として考えられる。

公社としては、建設業界の景況を鑑みながら建設業関連の支援団体と連携して本事業の周知を図るとともに、県主管課とも調整しながら継続して事業を実施していきたい。

1-7 中小企業課題解決プロジェクト推進事業

【事業の内容】

県内中小企業の経営基盤強化を図るため、成長可能性のある県内中小企業の課題解決や企業連携プロジェクトに対し、プロジェクトのための資金の助成及びハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、計 123 件のプロジェクトに対し、ハンズオン支援を実施した。(表 1)

(表 1) 採択プロジェクト数

	H25	H26	H27	合計
計 画	41	38	30	109
実 績	41	48	34	123
達成率	100%	126%	113%	113%

【企業の支援事例】

- ① 健康食品メーカーを中心に連携したプロジェクトでは、県産素材が有する沖縄独特の価値を十分に発揮するため、国内でニーズのある「スーパーフード」の切り口で、ブランド確立を目指した取り組み（組織体制構築、プロモーション、商品開発等）を実施した。その結果、新商品が県外大手百貨店での商品定番化につながり、売上増加につながった。
- ② 石垣島川平地域の地域活性化プロジェクトでは、観光土産品販売店、製造業者等が連携し、川平地域にあるショップを地元の情報発信拠点にするため、社内体制の強化、人材育成、地域との連携、イベントの実施等を行った。その結果、顧客増加、売上増加、イベント開催ノウハウの蓄積、新規雇用の創出につながった。
- ③ 県内オプションツアーを手掛ける旅行社では、フリープランの外国人観光客等に対し、満足のいくツアーメニューや十分なサービスが提供できない等の課題があり、プロジェクトの中で、現地ニーズ調査、情報

コンテンツの充実、対応マニュアルの構築、インバウンド観光客向けオプショナルツアーの商品開発を行った。その結果、顧客増加、売上増加につながった。

- ④ これまで組織としてまとまりがなかった製塩メーカーでは、社内体制構築のため、全社員の個人面談、社内勉強会、幹部会議等を繰り返し行った。また、販促に向けてブランドを統一し、販促活動やイベント出展等を行った。その結果、社内体制が強化され、ブランドに対する意識が統一された。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果については、役立ったと回答したのが88%であり、事業の効果として、「新事業の展開」が25%、「販路の開拓」が16%、「売上の向上」が13%であった。(表3-1、表3-2)

(表2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
とても役立った	44
役立った	44
あまり役に立たなかった	12
役に立たなかった	0

(表2-2) どのような効果があったか。

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
新事業の展開	25
販路の開拓	16
売上の向上	13

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題には、「売上の向上につながった」といった声が多かった一方で、「(観光業の) 人材不足で新規雇用ができない」等の課題が挙げられた。

意見・要望では、「担当コーディネーターの支援・アドバイスには助けられた」「継続する際の補助金の補助率を減らさないでほしい」「次年度も継続してプロジェクトを実施したい」等があった。

【会社の自己評価及び今後の対応】

平成27年度の採択プロジェクト(34件)の状況調査においては、3.9億円以上の売上高増加と新規雇用者45人の成果があり、また、アンケートの支援内容に関する満足度調査においても全ての企業が「とても満足した」「満足した」と回答しており、引き続きプロジェクトを継続したい企業や今後の設備投資に意欲を示す企業もあった。

本事業は、業種を問わず、中小企業の課題を解決するための事業である

ため、毎年 100 件以上（相談件数 400 件）の申請件数があり、多くのニーズがある。また、プロジェクトを実施した効果として「新事業展開」や「販路開拓」「売上向上」「社員の技能向上」など、県内中小企業の課題解決において効果の高い事業であるため、今後とも引き続き実施したい。

1-8 中小企業ハンズオンフォローアップ支援事業

【事業の内容】

県内中小企業支援施策に採択され、支援期間終了後に停滞するプロジェクト等の活性化を図るため、プロジェクトのフォローアップや経営課題の解決、専門家の派遣、経営全般に関するアドバイス等、専門家を配置してハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、停滞する 29 社のプロジェクトに対し、ハンズオンフォローアップ支援を実施した(表 1)。平成 27 年度は、6 社のプロジェクトに対し、専門家を 17 回派遣した。

(表 1) 採択企業数

	H25	H26	H27	合計
計 画	8 社	14 社	8 社	30 社
実 績	8 社	15 社 (うち継続 3 社)	6 社	29 社 (うち 3 社重複)
達成率	100%	107%	75%	97%

【企業の支援事例】

- ① サービス・教育業者に対し、講習会の案内方法や ICT 導入に関する支援を行った結果、WEB を活用した広告方法や ICT を活用した遠隔地教育の発想に結びつき、現在、離島地域との遠隔地教育の実現に向けて取り組んでいる。
- ② 在庫管理に課題を持つ製造業者に対し、業務の IT 化を推進することにより在庫・販売・売上管理が行えるようになった。その結果、余剰在庫の課題が解決し、効率的な運用と製造・販売計画が立てられるようになった。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果があつたと回答した企業は 100%であり、内容としては、「売上の向上」が 75%、「社員の知識・技能の向上」「個別課題の解決」がそれぞれ 50%であつた。（表 2-1、表 2-2）

（表 2-1）支援の効果について

評価項目	割合(%)
大いに効果があつた	50
効果があつた	50
あまり効果がなかつた	0
効果がなかつた	0

（表 2-2）どのような効果があつたか。

評価項目 （複数回答可・上位項目）	割合(%)
売上の向上	75
社員の知識・技能の向上	50
個別課題の解決	50

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「店舗レイアウト及び商品配置の課題が解決した。」「自社の強み・弱みを分析することで、『見える化』ができた」等がある一方、「商品のリニューアルにまだ課題が残っている」等があり、意見・要望では、「引き続き支援を受けたい」といった意見があつた。

【公社の自己評価及び今後の対応】

アンケートによると、支援内容及び担当者の対応、支援効果において、それぞれ高い評価を受けている。

今後とも実現可能性の高いプロジェクトについては、継続的な採択支援や他支援施策へ引き継ぐ等、プロジェクトが停滞しないよう継続してフォローアップを行っていききたい。

1-9 県産品拡大展開総合支援事業

【事業の内容】

県産食品製品の国内販路開拓・拡大の促進を図るため、県内生産者等の見本市・商談会出展やバイヤー等招聘、テスト販売・販売促進、物産展等における沖縄情報発信等の支援を行う事業。

なお、本事業は平成 26 年度から実施している。

【事業の実績】

平成 26 年度から平成 27 年度までに、見本市・商談会出展 122 件(表 1)、バイヤー等招聘 37 件(表 2)、テスト販売・販売促進 43 件(表 3)、沖縄情報発信 31 件(表 4)の支援を実施した。

(表 1) 見本市・商談会出展支援

	H26	H27	合計
計 画	30 件	40 件	70 件
実 績	49 件	73 件	122 件
達成率	163%	183%	174%

(表 2) バイヤー等招聘

	H26	H27	合計
計 画	20 件	15 件	35 件
実 績	12 件	25 件	37 件
達成率	60%	167%	123%

(表 3) テスト販売・販売促進支援

	H26	H27	合計
計 画	-	5 件	-
実 績	2 件	41 件	43 件
達成率	-	820%	-

(表 4) 沖縄情報発信支援

	H26	H27	合計
計 画	-	10 件	-
実 績	12 件	19 件	31 件
達成率	-	190%	-

【企業の支援事例】

- ① 本事業において、県内事業者 30 社が出展した見本市「スーパーマーケットトレードショー (SMTS)」に VMD (Visual Merchandising) の専門アドバイザー 2 名を派遣し、定番商品及び新商品についてディスプレイ方法等についての助言・指導を行った。

SMTS に出展した結果、大手小売企業との成約や商品開発の要望など新規取引に向けた成果が得られた。また、問屋への口座開設による新たな営業展開が可能となった。

- ② この他、テスト販売・販売促進支援やバイヤー等招聘支援等を通じて、「新規の販路を開拓することができた」、「(コーンビーフハッシュやタコライスの素など) 定番化に採用決定された」、「各得意先様との信頼関係

を築くことができた」などといった成果が得られた。

【アンケート結果】（回答企業数 36 社／45 社）

アンケートによると、支援の効果のうち、「販路の開拓」に効果があったと回答する企業が全体の 75%であった。（表 5-1、表 5-2）

（表 5-1）支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	42
効果があった	58
あまり効果がなかった	0
効果がなかった	0

（表 5-2）どのような効果があったか

評価項目 （上位 4 項目）	割合 (%)
販路の開拓	75
売上の向上	67
利益の増加	31
顧客満足度の向上	22

【企業からの意見等】

アンケートの中で、支援により「新規顧客の獲得や既存顧客との信頼関係強化を図ることができた」、「商品の知名度アップにつながっている」といった声が多かったが、一方で「輸送、倉庫、保管などの物流コスト」、「新商品の開発や商品力の向上」といった課題が挙げられた。

ご意見・ご要望では、「補助金額の増額」、「見本市出展の際の渡航費補助」、「SNS 販促などへの支援」等があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成 27 年度の支援実績は、57 社 158 件補助額 17,071,842 円となっており、事業初年度となる前年度（37 社 75 件 13,317,597 円）と比べ大幅に増加（111%増〈件数〉）した。これは、県内各企業への周知が進み、事業がある程度認知されたことと、新たな支援メニュー（テスト販売・販売促進支援、沖縄情報発信支援）が追加されたことによるものである。

本事業は、本県が島しょ県で物流ハンデがある中、新規販路を開拓するための「テスト販売・販売促進支援」及び「見本市・展示商談会等出展支援」、商談を促進する「招聘支援」、認知度向上を図る「情報発信支援」など、県産品の販路拡大において非常に有効な事業であるため、今後とも引き続き実施したい。

企業からの課題や要望については、物流高度化推進事業など公社内の他事業との連携による包括的な支援を行うとともに、当該事業の創設された趣旨を踏まえて、必要な見直し等について検討していきたい。

1-10 中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業

【事業の内容】

中小企業・小規模事業者の経営支援体制を強化するため、「よろず支援拠点」を設置し、既存の経営支援体制では十分に解決できない事業者の経営相談に対し、課題に応じた適切なチームを編成して総合的・先進的な経営アドバイスをを行う事業。

【事業の実績】

平成 26 年度から平成 27 年度までの 2 年間で、売上拡大、経営改善・事業再生、創業、事業承継等に関する 5,616 件（延べ件数）の相談に対応した。（表 1）

（表 1）相談対応件数

	H25	H26	H27	合計
計 画	-	1,520 件	3,418 件	4,938 件
実 績	-	1,766 件	3,850 件	5,616 件
達成率	-	116%	113%	114%

【企業の支援事例】

- ① 沖縄の食材を活かした和琉会席料理店に対し、夜間の完全予約制の会席コース料理から、顧客が気軽に利用できるようカジュアルでコンパクトなコース料理を提案した。また、パンフレット作成を支援し、営業展開してもらったところ、既存客の予約の増加や他の会席コースの予約増加に繋がり、売上が増加した。
- ② 生徒数が減少する創業 40 年の音楽教室に対し、広告デザインの改善とフェイスブックの活用を促し、レッスン風景や発表会を配信する等の支援を行ったところ、1 カ月足らずで問い合わせが 10 倍に増えた。
- ③ 超音波マッサージの施術を行うエステ・化粧品販売店に対し、施術効果を明確にするため、オーナー自らが施術を受け、「Before」「After」の写真をチラシに掲載した。その結果、問い合わせ件数が 2～3 倍に増加し、また、この店舗で働きたいという求人応募もあった。
- ④ 日々の経理処理ができていなかった産業廃棄物業者に対し、領収証や請求書等の整理方法から会計ソフトの活用方法をアドバイスしたところ、リアルタイムで財務データを管理できるようになり、さらに既存借

入金の返済期間を延ばす方法を助言したことにより、資金繰りが改善した。

- ⑤ 手作りのもずくドレッシングを製造・販売している食品製造業者に対し、1人での製造・販売の限界を理解してもらい、Webを活用した受注方法を提案した。また、試食のモニタリングに関しては、女性が多い職場でサンプルを配布し、アレンジ方法やレシピを募集することで今後のWeb販売等に活かすようアドバイスを行った。その結果、問い合わせ件数が増加した。
- ⑥ 自社農園で生産した野菜をもとに健康茶を製造・販売している事業者に対し、中小企業向け支援サイト「ミラサポ」を活用して専門家を派遣した。専門家によりホームページの分析を行ったところ、ホームページを見た顧客がどのような商品か分かりにくいとの指摘から商品紹介の動画を導入して誘客につなげた。

また、効果・効能を前面に出すだけではなく、島野菜の歴史を中心にストーリー性を高めた読ませるブログを作成してホームページ等にリンクさせたところ、ネットや口コミから沖縄の健康食品に注目していた香港、台湾などからの問い合わせ・販売が増加した。

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題には「商品パッケージや価格を見直すことで売上増加につながった」という一方で、「開業前に一度相談したが、まだ成果につながっていない」等があった。また、意見・要望では、「相談したい曜日に該当するコーディネーターがいないため、専門のコーディネーターを増やして欲しい」や「既存のサテライト会場以外でも相談会を開いて欲しい」等があった。

【会社の自己評価及び今後の対応】

中小企業者等からの相談件数が増えており、満足度も高く、多くの支援実績も出ていることから、評価できる事業である。

会社としては、引き続きよろず支援拠点の周知と、支援先事業者のフォローアップを図るとともに、サテライト会場を提供する支援機関や金融機関と連携し、多くの場所で、たくさんの中小企業者等の経営相談に対応していきたい。

2-1 OKINAWA 型産業応援ファンド事業

【事業の内容】

OKINAWA 型産業応援ファンド（50 億円）の運用益を財源として、地域経済の活性化及び産業・雇用の拡大を図るため、沖縄の重点産業分野（健康・バイオ・観光・環境）における新商品開発、地域活性化につながる地域資源を活用した新事業や販路拡大への取組に対し、費用の助成やハンズオン支援をする事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、59 社の企業を採択し、新商品の開発や販路拡大等の取組について、費用の助成及びハンズオン支援を実施した。（表 1）

（表 1）採択企業数

	H25	H26	H27	合計
計 画	18 社	18 社	26 社	62 社
実 績	18 社 (うち継続 9 社)	18 社 (うち継続 8 社)	23 社 (うち継続 10 社)	59 社 (うち 16 社重複)
達成率	100%	100%	88%	95%

【企業の支援事例】

- ① オリジナル雑貨メーカーに対し、ブランド力向上のための商品コンセプト設計や店舗レイアウト、ネットショップの再構築を支援した。店舗什器の配置変更による顧客導線の改善、販促物の制作、高利益率商品の回転率向上を行った結果、売上が前年比増加となり、利益率が大幅に改善された。
- ② お茶飲料メーカーに対し、販路拡大のための見本市出展に同行し、新規取引先の開拓支援や海外輸出規制等の情報提供等を行った。その結果、海外を含め複数バイヤーとの商談が成立した。
- ③ 県内伝統工芸品を活用した服飾品メーカーに対し、商品開発スピードが遅いという課題を解決するため、工芸事業者とマッチングするとともに、端材を活かした商品開発を支援した。その結果、商品化の期間短縮に繋がっただけでなく、1 点ものの付加価値が付き、売上月額目標を達成することができた。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果があつたと回答した企業が100%あり、内容としては、「販路の開拓」と回答した企業が70%、「新事業の展開」が52%、「社員の知識・技能の向上」が26%であつた。（表2-1、表2-2）

（表2-1）支援の効果について

評価項目	割合(%)
大いに効果があつた	52
効果があつた	48
あまり効果がなかつた	0
効果がなかつた	0

（表2-2）どのような効果があつたか。

評価項目 （複数回答可・上位項目）	割合(%)
販路の開拓	70
新事業の展開	52
社員の知識・技能の向上	26

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「イベントや商談会出展による引き合いがあり交渉中である」とある一方、「加工場の生産体制の確立が課題」「量産技術及び管理体制の構築が最大の課題」等があり、意見・要望では、「継続的に支援を受けたい」「販路開拓のためのビジネスマッチングなど今後も情報を提供して欲しい」等があつた。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成27年度は、商品開発を支援した17社のうち15社が商品化に成功して売り上げを計上した。また、売上の増加を支援した6社のうち2社については、支援の結果2倍以上の売上を計上した。

また、アンケートにおいても支援内容及び担当者対応、支援効果において、いずれも高い評価を受けており、評価すべき事業と考える。

本事業は平成29年度を終期として設定された基金の果実運用型の事業であるが、公社としては、県及び国に対して、低金利状況の中にあつても同様の事業が行えるような後継事業の構築を要望していきたい。

2-2 沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業

【事業の内容】

沖縄文化等コンテンツファンド投資事業有限責任組合と連携し、コンテンツ制作を目指す事業者を対象に、コンテンツ制作プランのブラッシュアップ

ップや県外・海外市場展開を見据えた販路開拓等のハンズオン支援を行う。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、沖縄文化等コンテンツファンド投資事業有限責任組合から、10 社に対して投資実行され、継続支援企業含め 12 社に支援を行った。(表 1)

(表 1) 支援社数 (投資実行年度)

	H25	H26	H27	合計
計 画	8 社	5 社	5 社	18 社
実 績	新規投資 1 社	新規投資 5 社	新規投資 2 社	計 12 社
	追加投資 1 社	追加投資 1 社	追加投資 1 社	
	(継続含む) 計 5 社	(継続含む) 計 10 社	(継続含む) 計 12 社	
達成率	25%	120%	60%	-

【企業の支援事例】

- ① 県内支援事業の沖縄の文化をテーマとした映画の案件 (プロジェクト投資) では、本事業活用により販路の開拓や海外への販路拡大へと繋がった。沖縄県内はもちろん、県外・国外での上映を行ったところ、興行収入は、目標値より少し下回る結果となったものの、国外からのインバウンドや沖縄への観光誘致に大きく貢献することができた。
- ② 舞台製作などを行う企業へのエクイティ投資案件は、本事業をとおして県内外、及び国外の舞台制作や人的ネットワークの繋がりが構築され、その結果、運営面におけるノウハウが得られた。現在は映画製作、舞台運営、映像制作、WEB 制作、県内シアターカフェの運営を計画している。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果について、「大いに効果があった」と答えた企業は 20%で「効果があった」と答えた企業は 60%であった。また、「あまり効果がなかった」、「効果がなかった」と答えた企業はともに 10%であった。(表 2-1)

どのような効果があったかという問いに対しては、「新事業の展開」が 33%、「社員の知識・技能の向上」が 28%、「販路の開拓」が 19%となった。「財務・資金繰りの改善」、「個別課題の解決」、「顧客満足度の向上」、「その他 (海外への販路開拓)」がともに 5%であった。(表 2-2)

(表 2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	20
効果があった	60
あまり効果がなかった	10
効果がなかった	10

(表 2-2) どのような効果があったか

評価項目 (複数回答可・ 上位項目)	割合 (%)
新事業の展開	33
社員の知識・技能の向上	28
販路の開拓	19
財務・資金繰りの改善	5
個別課題の解決	5
顧客満足度の向上	5
その他	5

【企業からの意見等】

アンケートの中で、クリエイター兼経営者である映画監督者から「どうしたら安定・継続的に企画・脚本・制作・宣伝・配給という流れが沖縄できて、沖縄に利益が出るシステムができるのか、県外のケースだけに縛られず、沖縄に当てはまる海外のノウハウなどあれば、これから積極的に提供していただきたい」、また、沖縄のテーマを色濃く押し出した映画製作者から「沖縄県内はもちろん、県外や国外で上映することで、沖縄文化を多く知っていただき、沖縄観光やインバウンドでも貢献できる作品となった。これからもっと当作品により沖縄の魅力を伝えることが課題である」等の意見があった。

要望では、「公社と投資事業有限責任組合との連携によるビジネスモデルの強化を図りたく、交流会等を実施していただきたい」等があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

事業全体の成果として、新規雇用創出や、ゲーム制作を行う企業におけるインターン生の受け入れにより県内の雇用に効果をもたらした。文化・産業観光等の波及効果としては、ゲームを通して沖縄の歴史・文化の興味、関心を喚起した。また、映画撮影のロケ地で使われた離島の観光客数が増加した等の効果があった。

さらに、専門的な知識・情報、技術・手法の経験が蓄積され、映画・舞台制作で興行スタッフのノウハウ蓄積などといった成果もあげられた。

沖縄文化等コンテンツファンドとしての回収状況は、特に映画案件の興行収入に関しては、厳しい状況である。来年度がファンドの終了時期であることから、引き続きアドバイザーリーボードやハンズオンマネージャー

による事業の課題と成果を整理し、また、プロデューサー等の人材の育成のためのハンズオン支援を強化していく。

また、上記にある企業からの意見等を踏まえ、県外・海外のノウハウの提供や沖縄の魅力発信に努めるなど、引き続き効果的なハンズオン支援を実施していきたい。

2-3 沖縄ものづくり振興ファンド管理運営事業

【事業の内容】

沖縄県における中小ものづくり企業の資金調達手法の多様化を図り、当該企業の競争力を強化するため、県内金融機関とともに設立した「沖縄ものづくり振興ファンド有限責任事業組合」を運営するとともに、出資による資金の供給を行う事業。

【事業の実績】

平成 26 年度から平成 27 年度までに、計 6 社の企業に対し、出資による資金の供給を行った。(表 1)

(表 1) 投資企業数

	H26	H27	合計
計 画	0 社	8 社	8 社
実 績	3 社	3 社	6 社
達成率	—	38%	75%

【公社の自己評価及び今後の対応】

本ファンドは公社及び県内の 3 銀行、1 信用金庫で総額 1,525,000 千円を拠出し、平成 26 年 12 月 18 日に設立したものであり、平成 26 年度から 27 年度までに 6 社に計 569,814 千円の出資を行った。

公社においては、総務財務担当組合員としてファンドの管理運営を行い、金融機関においては、業務担当組合員として案件の発掘、ハンズオン支援、投資回収の役割を担っている。

県内の産業構造において、製造業の比率が低い中(約 4%)、県内企業への当ファンドについての周知不足から、出資対象企業の発掘や掘り起こしに苦慮しており、事業達成率が 75%に留まっている。そのため、今後は公社においても積極的に案件の発掘を行っていきたい。また、出資先企業

のハンズオン支援においても、業務担当組合員と連携していくことで、出資先企業の企業価値を高めていきたい。

2-4 戦略的製品開発支援事業

【事業の内容】

沖縄県における競争力のあるものづくり産業の振興を図るため、県内企業を中心とした製品開発共同体（産学官連携、産産連携）が、互いの有する技術、研究シーズを使用し、県外・海外マーケットを見据え、本県の地域資源や特性を活用して実施する高付加価値な製品開発に対して、資金の助成及びハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、計 16 社の製品開発プロジェクトに対し、資金の助成及びハンズオン支援を実施した。（表 1）

（表 1）採択企業数

	H25	H26	H27	合計
計 画	4 社 (うち継続 2 社)	5 社 (うち継続 3 社)	5 社	14 社 (うち 3 社重複)
実 績	5 社 (うち継続 2 社)	5 社 (うち継続 3 社)	6 社	16 社 (うち 3 社重複)
達成率	125%	100%	120%	114% (118%)

【企業の支援事例】

- ① 可視光通信技術の研究・開発を行う企業が実施する FA（ファクトリーオートメーション）用 LED 通信モデムの開発について、企業が沖縄発新技術として製品開発を終えた。また、公社においては、通信機器メーカー及びハウスメーカーとのビジネスマッチングを実施した。その結果、試験導入の形で数セットの販売に繋がった。現在は、実証後の大量販売を目指し、製品のさらなる改良及び量産体制構築を模索している。
- ② 建築資材の製造・卸売りをを行う企業が取り組む建築基礎用回転貫入鋼管杭の製品開発に対し支援し、同製品が国土交通省の認定を取得したことにより、製品の存在と性能の良さを市場にアピールすることができた。

その結果、製品の売上に繋がり、当該企業の事業の一つの柱に成長しつつある。

【アンケート結果】

アンケート調査によると、支援について、92%の企業が、「大いに効果があった」または「効果があった」と回答しており、効果については、「新事業の展開」に効果があったと回答する企業が全体の36%、「社員の知識・技能の向上」が18%、「財務・資金繰りの改善」14%、であった。(表2-1、表2-2)

(表2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	46
効果があった	46
あまり効果がなかった	0
効果がなかった	0

(表2-2) どのような効果があったか

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
新事業の展開	36
社員の知識・技能の向上	18
財務・資金繰りの改善	14
販路の開拓	7

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「新市場のニーズや市場特性の知識をつけ、より効果的な市場浸透を図っていく必要がある」といった意見や「販路開拓及び販売課題について調査を進めていく必要がある」等があった。

また、「販路開拓に関する支援」や「商談推進に関する支援」等の意見・要望があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成25年度から27年度までに13社を採択しハンズオン支援を行い、計画11社に対する事業全体の達成率は118%であった。

県内の産業構造において、製造業の比率が低い(約4%)中、支援対象企業の発掘や掘り起こしに苦慮したものの、事業説明会や企業訪問等による事業周知の他、県の誘致担当職員と連携した結果、より多くの企業の採択に繋がった。

また、支援の結果、平成27年度から今年度まで継続採択している5社を除く8社全ての企業が製品開発を終えている。そのうち4社は、開発した製品の事業化(試験導入を含む)に取り組んでおり、これまでに合計125,910千円を売り上げている。残りの企業は、引き続き、製品の改良や

マーケティングに取り組み、今後の事業化に向けて活動を行っている。

本事業では、これまでに採択した企業に対して定期的にフォローアップ調査及びヒアリングを行い、製品開発後のフォローアップ支援を実施している。今後も引き続き、製品開発後のビジネスマッチングや展示会への出展など効果的な支援を実施していきたい。

本事業は、沖縄県における競争力のあるものづくり産業の振興を目的としており、当初計画より多くの企業を支援していること、全ての支援企業が製品開発していること、及び企業のアンケート結果等より事業目的を十分に達成している。

本事業は平成 28 年度で事業終了するが、ものづくり産業は裾野が広く、経済全体への波及効果が大きい産業であることから、公社としては、ものづくり企業の支援を行う後継事業の実施を県に働きかけていきたい

2-5 新産業研究開発支援事業

【事業の内容】

沖縄県において、成長意欲のあるベンチャー企業等（IT・バイオ・環境関連分野）の優れた研究開発を支援し、研究開発成果の事業化を図るため、新産業の核となるベンチャー企業等に対し、育成するための資金の助成やハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 26 年度から平成 27 年度までに、計 12 社の研究開発プロジェクトに対し、研究開発のためのハンズオン支援を実施した。（表 1）

（表 1）採択企業数

	H26	H27	合計
計 画	4 社	8 社 (うち継続 4 社)	8 社
実 績	7 社	11 社 (うち継続 6 社)	12 社
達成率	175%	138%	150%

【企業の支援事例】

- ① 久米島の海洋深層水を使ったカキの完全陸上養殖を目指し、エサとなる微細藻類の大量培養に関する研究開発（藻類株の選定・培養データの収集等）を実施した。目標としていた1年間でカキ2,000個規模の給餌量確保に成功し事業化の目処をつけた。

平成28年3月に生産プラント建設に着工（平成28年度中建設完了）、平成30年度中に数十万個規模のウイルスフリーカキの生産・販売を予定している。

- ② ペット向け健康管理のためのアプリケーションを開発し、国内最大級のペット関連の展示会に出展した。大手IT企業から出資を含めた業務提携の交渉が進められるとともに、大手クレジットカード会社のポイント交換対象への採用が決まった。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果について、「大いに効果があった」と答えた企業は60%、「効果があった」と答えた企業は40%だった。さらに、どのような効果があったかという問いに対しては、「新事業の展開」が80%、「財務・資金繰りの改善」が40%、「販路の開拓」が20%、「その他（市場調査及び新たな発見）」が20%だった。（表2-1、表2-2）

（表2-1）支援の効果について

評価項目	割合（%）
大いに効果があった	60
効果があった	40
あまり効果がなかった	0
効果がなかった	0

（表2-2）どのような効果があったか

評価項目 （複数回答可・ 上位項目）	割合（%）
新事業の開拓	80
財務・資金繰りの改善	40
販路の開拓	20
その他	20

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「製造販売における新たな連携先の獲得」や「ビジネスモデル構想が売上まで繋がっておらず、そこに結びつけたい」等があり、意見・要望等では、「連携先を獲得するためのコーディネートサポートがあれば非常に有益」や「あと1年くらいでの目途が立つ場合は継続した支援ができるシステムを作ってほしい」、「経理作業が大変だったので、経理作業を簡単にしてほしい」等があった。

公社としては、各企業に対し、きめ細やかなハンズオン支援など引き続き効果的な支援を実施していきたい。

【公社の自己評価及び今後の対応】

研究開発事業（特にバイオ分野）では事業化までに長期の時間を費やすが、平成 27 年度は計 11 社に対し支援を行い、うち、継続分の 6 社が 2 カ年度の補助期間を満了し、その中の 3 社が事業化することに成功した。その他、1 社は大手企業との提携交渉が進み、事業化する予定である。

補助事業終了後に製品・サービスが開発されると、販路開拓や販売パートナー候補とのマッチング等が必要となることから、内部連携及び外部支援機関との連携を図り、事業化に向けたフォローアップのハンズオン支援にも今後は注力していきたい。

2-6 ベンチャー企業スタートアップ支援事業

【事業の内容】

県内ベンチャー企業の成長を促すことを目的として、市町村、商工会、BI 施設、大学等からなるベンチャー支援ネットワークを機能的に運営するとともに、成長が期待できるベンチャー企業に対してハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 27 年度に、先進的なビジネスプランを有するベンチャー企業計 7 社に対し、ハンズオン支援を実施した。また、起業啓発活動及びセミナー等を 20 回開催した。（表 1-1、表 1-2）

本事業は平成 27 年 7 月から開始しており、事業の組み立てに時間を要したことから、支援企業の採択時期について、12 月に 6 社、追加募集で平成 28 年 2 月に 1 社を採択した。

（表 1-1）採択企業数

	H27	合計
計 画	10 社	10 社
実 績	7 社	7 社
達成率	70%	70%

(表 1-2) 起業啓発活動（相談会数）及びセミナー等開催回数

	H27	合計
計 画	20 回	20 回
実 績	20 回	20 回
達成率	100%	100%

【企業の支援事例】

- ① バーコードを使った訪日外国人向けアプリを開発している IT ベンチャーについて、先進的なビジネスプランを有するものの収益化がこれからであったため、開発及び運転資金調達のためベンチャーキャピタル等とのマッチングを実施した。その結果、増資による資金調達に繋がった。
また、九州・山口におけるベンチャー企業のビジネスプランコンテストへの出場の支援を行い、同コンテストで大賞を受賞し、県外での知名度、認知度向上に繋がった。
- ② 県産素材を活用したエナジードリンクの製造・販売を行うベンチャーについて、事業展開にあたり運転資金が不足していたため、金融機関への斡旋を行うとともに面談に同行するなど、資金調達支援を実施した。

【アンケート結果】

事業開始の遅れにより支援期間が短いことから、支援の効果について、「大いに効果があった」と回答する企業が全体の 17%、「効果があった」が 33%となっている一方、「あまり効果がなかった」が 50%となっている（表 2-1、表 2-2）。当該 7 社については、平成 28 年度も継続採択を行っており、支援内容の満足度及び効果について高めていきたい。

(表 2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	17
効果があった	33
あまり効果がなかった	50
効果がなかった	0

(表 2-2) どのような効果があったか

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
利益の増加	20
財務・資金繰りの改善	20
社員の知識・技能の向上	20
新事業の展開	20

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「輸出事務に課題があり事業進捗が遅れている」、「県外での人材育成に係るコストの圧縮」等があり、意見・要望では、「営業展開（企業・事業紹介、県外への営業経費）のサポート」、

「パートナー企業と出会える機会の創出」等といった意見・要望があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成 27 年度から 7 社のベンチャー企業を採択しハンズオン支援を行っているが、計画に対する事業全体の達成率は 70%に留まった。要因として、「年度途中からの事業開始」及び「新規事業」に起因する事業周知不足が考えられる。優秀なビジネスプランを発掘するためには、多くのビジネスプランが誕生する環境が必要であることから、起業啓発活動（相談会等）及びセミナー等のきっかけづくりを数多く実施した他、事業専用の HP の立ち上げを行った。なお、平成 28 年度は新たに 10 社のベンチャー企業を採択し 100%の達成率となっている。

また、支援にあたっては、事業を行うための資金が足りないベンチャー企業が多い中、事業計画のブラッシュアップや金融機関等とのマッチング支援を実施し 3 社が合計 80,000 千円の資金を調達することができた。今後は、調達した資金を活用した事業化に重点を置いてハンズオン支援を実施していく予定である。この他の企業についてもビジネスプランの事業化を目指し、引き続きハンズオン支援を実施していきたい。

ベンチャー企業はその成長によって、売上や雇用が大きく伸び、地域経済全体の成長・活性化に大きく寄与する可能性を秘めている。今後も公社として、本事業の実施を通じてベンチャー企業の支援に力を入れていきたい。

2-7 おきなわ新産業創出研究開発支援事業

【事業の内容】

平成 21 年度から平成 25 年度までに受託した事業で、沖縄県の新産業の核となる中小企業の成長を促進するため、バイオ・IT・環境関連分野の有望なベンチャー企業に対し、研究開発のための助成金及びハンズオン支援を行う。新産業研究開発支援事業の前身となる事業。

【事業の実績】

平成 25 年度では継続企業 8 社に対し、研究開発に対し、研究開発のためのハンズオン支援を実施した。（表 1）

(表 1) 継続企業 (H24 年度採択)

年度	H25
実績	8 社

【企業の支援事例】

- ① 業務アプリケーション制作に必要なソースコード (プログラム) の自動生成ソフトを開発した企業について、開発した同ソフトが大手 IT 企業に全面的に採用されたことを契機に、平成 28 年に英国の大手調査会社の注目ベンダー企業に選定された。
- ② 社内人材の特性を定量データ化・トップ人材の特性を抽出し、人材育成や採用判断に活用するソフトウェアを開発した企業について、現在、300 社以上の企業での導入実績があり、大手企業でも多く採用されている。企業として黒字化を達成し、株式上場に向けた準備を始めている。
- ③ 食品添加物のナノ化を開発した企業は、紅麴色素をナノ粒子に閉じこめることに初めて成功し、特許出願した。今後、機能性物質をナノ粒子に閉じこめることで、食してもドラッグデリバリーサービス (DDS) と同様な効果が発揮できる商品の開発を目指す。
- ④ ソルガム (飼料用植物) の遺伝子を出材出来る企業は、顧客のする機能を発揮できる遺伝子をデザインしたソルガムを育種し、その種子を販売している。その用途は飼料用及びエタノール生産用が半々となっており、今後、エタノール生産用が大きな割合を占める予定である。種子の売上は、平成 26 年度 180,000 千円、平成 27 年度 355,000 千円となっている。
- ⑤ シークワサーの果皮からフラボノイドを高純度で抽出する技術を開発した企業は、県外企業へ、その技術をライセンスアウト (使用許諾) した。大手製薬メーカーへのライセンスアウトも予定している。

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「本事業終了後は地道な活動が主となり、少しでも取引に繋がる営業活動が必須」、「実証実験がまだまだ必要で、事業化を達成するまでの資金繰りが大きな課題」などがあった。ご意見・ご要望では、「本事業により開発予算を拡大でき、結果、細部のノウハウが蓄積された」等があった。

公社としては、企業からの現状・課題、ご意見を踏まえ、フォローアップの強化、他機関や企業とのマッチング等を引き続き実施していきたい。

【会社の自己評価及び今後の対応】

当該事業において支援した企業の研究開発について、事業化に達した、あるいは売上が向上した等の成果が見られた。

なお、当該事業は平成 25 年度に終了したが、後継事業として、「2-5 新産業研究開発支援事業」を実施しており、引き続き研究開発を行う企業の支援に取り組んでいる。

2-8 ベンチャー成長支援事業

【事業の内容】

地域に根差した持続的かつ効果的なベンチャー支援体制を構築することを目的に、ベンチャー企業を対象に、商工会や市町村等の地域支援機関と連携しながらハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 26 年度までにのべ 15 社の企業を採択し、市町村・商工会等の支援機関と当公社の連携による地域に根差した持続的かつ効果的なベンチャー支援体制のもと、ハンズオン支援を実施した。(表 1)

(表 1) 採択企業数

	H25	H26	合計
計 画	10 社	5 社	15 社
実 績	10 社	5 社 (うち 2 社重複)	15 社 (うち 2 社重複)
達成率	100%	100%	100%

【企業の支援事例】

- ① 航空教育事業を展開している企業について、事業化に至らない原因を明らかにし今後の事業展開について支援を行うことで、新規事業の展開に至り、売り上げ増につながった。現在は、当時立ち上げた事業の拡大を図るべく、事業計画を再考し、増資による資金調達準備を行っている。
- ② マーケティングに課題を抱えていた化粧品製造・販売を展開している企業に対して、専門家を交えて「商品の大きさ、販売サイズ、値段、パッケージデザイン」等から、「販促方法」、「販売実演」まで順を追ってアドバイスを行った。現在は、海外からの引き合いが増えてきており

契約締結の準備を行っている。

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「支援を受けて商品開発している試作品が製造段階で思うような結果が出せない」、「商品アイテムの少なさ、営業活動の不十分さなどで売りに結びついていない」等があり、意見・要望では、「全国の物産展への出展支援」等の意見があった。

公社としては、課題を抱えている企業に対して有効な支援メニューを紹介していくなど引き続き効果的なフォローを実施していきたい。

【公社の自己評価及び今後の対応】

当該事業は、平成 25 年度、26 年度の 2 ヶ年間の事業であったが、平成 27 年度からは、「2-6 ベンチャー企業スタートアップ支援事業」を実施し、ベンチャー企業の支援に取り組んでいる。

3-1 県産工業製品海外販路開拓事業

【事業の内容】

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図るため、県内製造業等の企業に対し、海外見本市等への出展支援、海外営業活動・プロモーション支援、現地市場の可能性調査・製品改良等の補助金支出支援及びハンズオン支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、延べ 30 社の企業に対し、海外販路開拓に係るハンズオン支援を行った。(表 1)

(表 1) 採択社数

	H25	H26	H27	合計
計 画	10 社 (うち継続5社)	10 社 (うち継続5社)	12 社 (うち継続6社)	32 社 (うち11社重複)
実 績	8 社 (うち継続7社)	10 社 (うち継続7社)	12 社 (うち継続9社)	30 社 (うち10社重複)
達成率	80%	100%	100%	93%

【企業の支援事例】

- ① 木管楽器メーカーは、海外での 6 箇所の展示会出展の際、試奏会も合わせて行い、製品の認知度向上を図った。

また、営業活動において、ロシア・ヨーロッパエリアと中国エリアの営業に注力した結果、売上目標 70,000 千円に対し、売上実績 73,611 千円と売上増加につながった。

- ② 化粧品メーカーは、台湾での見本市に出展した他、営業活動においては、香港や韓国、中国、シンガポールへ渡航し、商談を実施した。

売上目標 10,000 千円に対し、売上実績 13,380 千円と売上増加につながった。

【アンケート結果】

アンケートによると、今後も本事業の支援を受けたいかについては、「継続して受けたい」、「機会があれば受けたい」と回答する企業が 90%であった。(表 2-1、表 2-2)

(表 2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
とても満足した	10
満足した	80
あまり満足できなかった	10
不満足であった	0

(表 2-2) どのような効果があったか

評価項目 (複数回答可) (上位項目)	割合 (%)
販路の開拓	90
社員の知識・技能の向上	40
売上の向上	30
新事業の展開	30

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「海外からの問い合わせ、引き合いは増加傾向にあるが、対応できるマンパワーが不足している」、「高額製品の購買能力をもつ層へのアプローチの困難さ」等があった。

事業の成果として、「新事業の展開、新規販路の拡大に効果があった。」、「海外展示会に出展した結果、出展に来場した顧客からネット通販で注文があった。」等があった。

意見として、「海外展開にあたり本事業のバックアップは非常に助かっている。」、「海外市場の情報収集に大変役立っている。」等があった。

要望として、「対象経費の補助率アップを検討してほしい。」「国内展開でも同等規模の補助があれば助かる」等があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成 27 年度は 12 社を採択し支援を行い、事業全体の売上目標 407,050 千円に対し、売上実績は 119,712 千円で、達成率は約 29%であった。

事業全体の売上達成率は低くなっているが、当初の売上目標が高めに設定されていたことや、海外での工業製品の認知度向上には時間がかかること等により売り上げが伸び悩んだ企業もあったことが要因である。

12 社中 1 社は、売上額がゼロだったが、その理由としては対象の工業製品が非常に高額なため、予定していた販売先との契約に時間がかかる等の課題があった。当該企業は、平成 27 年度で支援を終了したが、設備を貸与する「機械類貸与制度」や「沖縄中小ものづくり企業投資事業」でフォローアップ支援を行っている。

当事業は、採択企業が多分野に渡っていることから、商流や物流など様々な課題があり、さらに工業製品の海外展開は時間と費用がかかり、県内企業が独自で海外へ展開するには負担が大きいこと等を勘案すると公的支援が必要であり、引き続き当事業を実施していきたい。

平成 27 年度で採択を終了した企業については、個々の企業の課題に対

し、引き続き公社内の他の支援メニューを活用しながら、海外展開の自走化を目指し、効果的な支援を実施していきたい。

企業からの要望については、当該事業の創設された趣旨を踏まえて、必要な見直し等について検討して行きたい。

3-2 沖縄国際物流ハブ活用推進事業

【事業の内容】

ANA 航空貨物便の就航地域を中心に、アジア主要都市への県産品の販路を拡大するため、見本市・物産展等への渡航、海外バイヤー等の招聘、販売促進プロモーション、商品改良等の支援を行う事業。

本事業は、平成 22 年度から実施している。

【事業の実績】

平成 25 年度から平成 27 年度までに、海外派遣（県内生産者等渡航）522 件（表 1）、海外バイヤー等招聘 123 件（表 2）、プロモーション等 101 件（表 3）、商品改良 19 件（表 4）の支援を実施した。

（表 1）海外派遣件数

	H25	H26	H27	合計
計 画	250 件	200 件	150 件	600 件
実 績	207 件	165 件	150 件	522 件
達成率	83%	83%	100%	87%

（表 2）海外バイヤー等招聘件数

	H25	H26	H27	合計
計 画	100 件	100 件	60 件	260 件
実 績	59 件	29 件	35 件	123 件
達成率	59%	29%	58%	47%

（表 3）プロモーション等実施件数

	H25	H26	H27	合計
計 画	-	30 件	40 件	70 件
実 績	-	57 件	44 件	101 件
達成率	-	190%	110%	144%

(表 4) 商品改良実施件数

	H25	H26	H27	合計
計 画	-	-	5 件	-
実 績	-	7 件	12 件	19 件
達成率	-	-	240%	-

【企業の支援事例】

- ① 県内総合商社A社は、主力商品である既存の県産品に加え、全国の特産品もセットで売り込む戦略で、沖縄から全体の輸出額を増やす試みを行った。
- 渡航支援（32件）、招聘支援（4件）、プロモーション支援（3件）を活用し、香港、台湾、中国、シンガポール、タイ、マレーシアにおいて見本市への出展や新規取引先を開拓した結果、新規取引先6社との商談が成立した。
- ② 商品改良支援等を活用したB社は、「健康商品のパッケージ、ラベルを改良した結果、売上が伸び、また日系大手製薬会社との契約により大量発注の見込みが立った」などの成果があった。
- ③ この他、「現地スーパー向け定番化商品（豆腐、麺）が採用された」、「輸出増で海上コンテナ 20F T 1本から4本に増えた（餃子、ソーセージなどの県産加工品）」、「新規の取引先が獲得できた（健康食品）」などといった成果があった。

【アンケート結果】（回答企業数 67 社／86 社）

アンケートによると、支援の効果について、「大いに効果があった」「効果があった」とする企業等が 95%であり、その効果のうち、「販路の開拓」に効果があったと回答する企業が全体の 63%、「売上の向上」が 45%、「社員の知識・技能の向上」が 28%、「個別課題の解決」が 15%となっていた。

(表 5-1、表 5-2)

(表 5-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	36
効果があった	59
あまり効果がなかった	5
効果がなかった	0

(表 5-2) どのような効果があったか

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
販路の開拓	63
売上の向上	45
社員の知識・技能の向上	28
個別課題の解決	15

【企業からの意見等】

アンケートの中で、海外展開における主な課題として、商品の認知度不足、海外バイヤー・代理店との連携の難しさ、海外輸出に係るコスト増と価格調整などが多く挙げられた。また、言葉の壁や各国の法規制・商習慣の違い、貿易実務の知識不足などもあり、人材育成の必要性もあげられた。

意見・要望では、「補助金額の増額」、「一年を通じた補助支援」、「提出書類の簡素化」、「勉強会やセミナー、現地の生の声を聞くことができる報告会の開催」等があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成 27 年度は、77 社 242 件補助額 62,308,000 円の支援実績となっており、前年度（83 社 260 件補助額 88,446,607 円）と比べ、微減（7%減（件数））となっている。このうち主に件数が減少したのは渡航支援となっており、これは当該事業が開始され 6 年が経過したことから、各企業の商流が確立されてきているためと考える。

現在、沖縄県は「沖縄県アジア経済戦略構想」を掲げ、県内企業の海外展開に力を入れているところであるが、本事業は、海外展開の第一歩となる「渡航支援」や現地ニーズに合わせるための「商品改良支援」、商談を促進する「招聘支援」及び「見本市・商談会出展支援」、認知度向上や定番化を狙う「海外販売促進支援」など、企業の段階に合せた一連の海外展開支援が揃っており、企業が海外展開を行う上で非常に有効な事業であることから、今後も引き続き実施したい。

アンケートにおける企業の課題については、貿易実務や外国語など人材育成に関するものが多かったが、平成 28 年度から新たに追加した「海外拡大人材育成支援」の活用状況や企業の意見等を確認し、検証していきたい。

また、企業の意見、要望等については、補助期間の延長や公社内の他事業との連携による勉強会やセミナー、報告会の開催などを検討していきたい。

3-3 海外事務所活動支援事業

【事業の内容】

県内企業の海外経済交流を促進するため、海外事務所（北京、上海、台

北、香港、シンガポール)、委託駐在員(北米、福州、タイ、フランス、オーストラリア)等の活用により、海外情報の収集・提供、海外の市場調査、観光客の誘客、県産品の販路拡大、企業誘致活動等を実施する事業。

【事業の実績】

① 海外貿易情報収集・提供

県内企業の海外展開等を促進するため、年間を通して海外における経済・貿易情報の収集並びに市場可能性調査等に係る情報提供等を行った。

② 海外観光誘客

外国人観光客の誘客拡大を図るため、沖縄観光コンベンションビューロー等との連携のもと、海外の地元メディア等の活用による沖縄のイメージアップや観光の誘客プロモーションを展開した。

さらに、現地旅行会社と県内旅行会社の商談支援、旅行会社及びメディア関係者等を対象としたセミナーや FAM ツアー等による沖縄観光の魅力発信及び旅行商品の造成支援、航空会社との調整・交渉など、地域の実情に即した取り組みを実施した。

箇所	主な実績等
北京事務所	観光博出展(DRT、FIT、BITE、瀋陽、西安シルクロード国際、ADEX CHINA、国際医療博等) 沖縄観光セミナー(ハルビン、天津、衆之旅、唐山 等) FAMツアー(天津旅行社、メディア招聘、雑誌ロケ、ロシア旅行社等)、JNTO商談会参加 旅行会社および航空会社への沖縄商品造成に向けた調整、各イベントの実施に係る調整及びアテンド等
上海事務所	観光博出展(WTF、南京、厦門、済南、西安、Expad Show、成都、婚礼博、) 沖縄観光セミナー(重慶、スタークルーズ社、蘇州、成都、華東地域 等)、FAMツアー(サイクリング、沖縄マラソン等) 旅行会社および航空会社への沖縄商品造成に向けた調整、各イベントの実施に係る調整及びアテンド等
台北事務所	観光博出展(Dear Japan新日本旅遊節、日本人学校夏祭、VOUGE イベント、アジア文化の日、ITF等) リゾートウェディングセミナー、沖縄ナイトin台湾実施、各イベントの実施に係る調整及びアテンド等

箇所	主な実績等
香港事務所	観光博出展（サイクリングイベント、広州ジャパントー、香港国際旅行博、深セン華僑交易会、スポーツ展示会、広州国際、ウェディングエキスポ、タ化ソングエキスポ等） 観光セミナー（沖縄クルーズ、広州等） 旅行会社および航空会社への沖縄商品造成に向けた調整、各イベントの開催に係る調整及びアテンド等
シンガポール事務所	観光博出展（JTBインハウス旅行フェア、TITF、MATTA、沖縄観光セミナー開催（タイ、チャンギ空港、JNTO、個別企業内等）、FAMツアー実施、クルーズプロモーション、旅行会社および航空会社への沖縄商品造成に向けた調整、各イベントの開催に係る調整及びアテンド等
福州駐在員	観光博出展（福州海峡博、厦門漁業博、厦門旅遊博、CIFIT） 観光セミナー（広東省、厦門クルーズフォーラム等） 直行便就航に関する調整 メディア招聘ツアー・沖縄PR新聞掲載、番組作成 クルーズツアーへの販促協力及びPR等
タイ駐在員	観光博出展サポート（FIT2015、TITF#17、TITF#18） FAMツアーのための旅行社取りまとめ、 現地旅行社・航空会社へのチャーター便および沖縄商品造成に向けた調整等
フランス駐在員	旅行博出展サポート（国際旅行サロン2016）、現地旅行社への沖縄商品造成に向けた調整等
オーストラリア駐在員	旅行博出展サポート（TRAVEL EXPOシドニー、メルボルン）、現地旅行社への沖縄商品造成に向けた調整等

③ 海外セミナー開催

県内企業の海外展開の推進や進出企業の発掘、施策の利用促進等を図るため、海外事務所長による活動報告会に加えて、経済ミッションシンガポールセミナー、福建経済セミナーを開催した。

箇所	主な実績等
本 社	経済ミッションセミナー【参加者】約 60 名 シンガポール経済ミッションに参加した県内参加者向けに、シンガポールでのビジネス概況、三井物産の東南アジア地域での取組状況、楽天 Asia の売れ筋商品に見る東南アジア地域の展開事例についてセミナーを開催した。
	海外事務所活動報告会【参加者】約 129 名 一般県民・企業向けに海外事務所及び海外委託駐在員の活動報告及び相談会を開催した。
	福建ウィーク経済セミナー【参加者】102 名 県内企業向けに、福建省の自由貿易政策・観光・経済について福建省から来沖した政府関係者によるセミナーを開催した。

④ 県物産品販路拡大

県物産品の販路拡大を図るため、海外で開催される見本市・商談会等への県内企業の出展、現地デパート・量販店等において開催する沖縄物産展・沖縄フェア等のプロモーション、県内企業と現地企業との商談等の支援を実施した。

箇所	主な実績等
北京事務所	見本市出展(大連日本商品博、等) 沖縄物産展(トヨコホテル泡盛フェア、泡盛まつり in 北京、イオンモール天津 等) 中国への販路拡大を目的とした企業支援等
上海事務所	見本市出展(中部(武漢)博覧会、重慶博、深セン展示会、CIFIT、西武博覧会、ぐるなび展示会 等) 沖縄物産展(JapanBrand 展、LuxurySalon、VisitJapan サロン、等) 沖縄イベント実施(泡盛プロモーション、沖縄館、沖縄ナイト 等) 中国への販路拡大を目的とした企業支援等

箇所	主な実績等
台北事務所	見本市出展 (BioTaiwan、Wine&Spirits2015 等) 沖縄物産展(オリオンビアフェスタ、DearJapan、SOGO、三越、台北地下街物産イベント 等) 関税・輸入規制に関する情報収集及び要望提出、 観光と連動した PR イベント実施、 台湾への販路拡大を目的とした企業支援等
香港事務所	見本市出展(InterChamカケルパーティー、広州JapanBrand 等) 沖縄イベント開催(SOGOフェア、WIREDカフェ、五行フェア、縁日、メディア試食会 等) BtoB商談会開催、メディア対応 香港への販路拡大を目的とした企業支援等
シンガポール事務所	MOU締結に向けた泡盛マイスター協会への支援、 泡盛・ビールの認知度向上イベント、沖縄物産フェア開催、東南アジア地域への販路拡大を目的とした企業支援等
福州駐在員	見本市出展対応(海峡博、CIFIT、廈門漁業博) 沖縄イベント開催サポート(六本木貿易、福建・沖縄ウィーク) 廈門自由貿易区についての情報収集等
タイ駐在員	タイへの販路拡大を目的とした県内企業の相談対応、情報提供等
フランス駐在員	石垣焼展示会出展サポート、メディア調整、 フランスへの販路拡大を目的とした県内企業の相談対応等
オーストラリア駐在員	オリオンビール豪州展開サポート、 現地ソムリエとの泡盛試飲会開催、メディア調整、オーストラリアへの販路拡大を目的とした県内企業の相談対応等
本社	見本市出展(福州海峡博出展、CIFIT) 福建ウィーク商談会の開催、県内企業の相談対応等

⑤ 企業誘致・経済交流促進

海外企業と県内企業の貿易、合弁・技術提携等を推進するため、県や関係機関等と連携を図り、ビジネス交流会やマッチング会を開催し、企業誘致の促進や県内企業の海外展開等を支援した。

箇所	主な実績等
北京事務所	県内企業と現地企業とのマッチングや関連情報の収集等
上海事務所	県内企業と現地企業とのマッチングや関連情報の収集等
台北事務所	セミナー開催（沖縄金融投資環境PRセミナーin台湾、経済特区沖縄セミナー/商談会） 展示会出展（台北国際電子産業科技展、台日投資セミナー、Computex台北、SEMICOM等） 県内企業と現地企業とのマッチング、企業交流会参加、関連情報の収集等
香港事務所	ナイヤジア・コールセンター沖縄移管に向けた調整、 県内企業と現地企業とのマッチングや関連情報の収集等
シンガポール事務所	県内企業と現地企業とのマッチングや関連情報の収集等
北米駐在員	JETRO対日投資プロジェクト参加 誘致候補企業が参加するIT関連会議参加、 在サンフランシスコ日本領事館・JETROと連携し、 県内企業と現地企業とのマッチングや関連情報の収集等

⑥ 県内企業の支援事例

事務所/駐在員	企業名	対応内容
台北事務所	(株)アイセック・ジャパン	企業の台湾出張時、訪問先への通訳同行及び現地概況説明。
台北事務所	(有)旭日工芸	台湾での水産物養殖施設視察要望に対して、視察先との調整及び訪問同行。
台北事務所	沖縄食糧(株)	企業の台湾出張時、訪問先への通訳同行及び現地概況説明。
香港事務所	中部地区商工会 連絡協議会	企業の香港出張時、現地日系企業の進出状況について説明。
シンガポール事務所	(株)DMC 沖縄	企業の出張時にシンガポールでのMICE市場動向について説明。

事務所/駐在員	企業名	対応内容
タイ駐在員	おくはま仏具店	仏壇に使用する木彫品の委託先候補となる企業の紹介。
タイ駐在員	HIRO インターナショナル(株)	在タイ企業との取引希望に対して、海外取引・条件等の調査。

【公社の自己評価及び今後の対応】

現在、沖縄県は「沖縄県アジア経済戦略構想」を掲げ、県内企業の海外展開に力を入れているところである。本事業では、沖縄と海外とを繋ぐ拠点となる海外事務所・海外委託駐在員を配置し、海外情報の収集及び発信、観光誘客、県産品販路拡大、企業誘致・経済交流推進と幅広い事業展開を行っている。他の助成金メニューを有する事業等とは異なり、あらゆる業種の企業・団体等からの相談にも対応できるため、今後の海外展開・構想の実現に際して核となる事業となっており、引き続き実施したい。

各事務所・駐在員からの報告・意見等を踏まえて公社内の他事業との連携を行い、海外展開関連サービスの向上に繋げていきたい。

4-1 万国津梁産業人材育成事業

【事業の内容】

高度な専門性と国際性を有する産業人材を育成するため、海外展開を目指す県内企業を対象に、国内外OJT派遣、海外専門家招へい、海外キャリアアップ留学支援、セミナーの実施等を行う事業。

【事業の実績】

平成25年度から平成27年度までの3年間で、国内外OJT派遣で60社84名、海外専門家の招へいで18社28名、海外大学院等への留学派遣6名、セミナーは4,184名（延べ人数）の支援及び補助金を交付した。

(表1) 国内外OJT派遣

	H25	H26	H27	合計
計画	25名	25名	30名	80名
実績	27名	31名	26名	84名
達成率	108%	124%	87%	106%

(表2) 海外専門家招へい

	H25	H26	H27	合計
計画	5社	5社	5社	15社
実績	3社	7社	8社	18社
達成率	60%	140%	160%	120%

(表3) 留学

	H25	H26	H27	合計
計画	20名	20名	6名	46名
実績	1名(8名)	1名(7名)	4名(1名)	6名
達成率	5%	5%	67%	13%

【企業の支援事例】

- ① 海外OJT派遣研修を活用した健康・美容サービス業を実施する企業が、アジア諸国におけるスパ研修及び人材育成のノウハウを習得するため、イギリスでのOJT派遣研修を行った。

世界中からセラピストが集うラグジュアリー化粧品メーカーでの実地研修により、外国の技術やコンサルテーションに関する理解が深まり、テキスト作成・研修構成のノウハウを習得することができた。

- ② 海外 OJT 派遣研修を活用した情報通信業事業を実施する企業が、オフショアによるソフトウェア開発手法の確立とマネジメント業務をするため、ベトナムでオフショアを展開している企業での OJT 派遣研修を行った。

マネジメント業務については、仕様書、品質の基準だけでなく、打合せやミーティングなども文書化して意思確認、目的、問題の共有化を実施し、双方合意の元で作業を進めることの重要性等をベトナムの方との業務を通じて習得した。

- ③ 海外専門家招へいを活用した農園事業を実施する企業が、自社で開発した有機農法の海外技術移転を目指し、ブータン政府の養鶏に関する第一人者を招へいし、ブータンの養鶏状況とニーズ、有機農法政策の現状と実現可能性を学んだ。その結果、自社技術のブータン移転計画を進めることになった。

- ④ 海外専門家招へいを活用したマリンレジャー関連の一般財団法人が県内 8 カ所でオーストラリアの海外専門家を招へいし、インバウンドへの個々の接客のスキルアップや安全対策等を学ぶセミナーを実施した。

その結果、マリンレジャーの安全対策や事業運営に関する知識やノウハウを県内同業者で共有することができた。

【アンケート結果】

アンケートによると、OJT 派遣が自社の海外展開に貢献したかについては「とても役立った」「役立った」とする企業等が 100%であった。研修生の意識・行動変化については「業務に対する意識が変わった」「業務において成果を出した」等、研修生自身のレベルアップに繋がったとの回答が 100%であった。(表 4-1、表 4-2)

(表 4-1) 海外展開の貢献について

評価項目	割合 (%)
とても役立った	73
役立った	27
あまり役に立たなかった	0
役に立たなかった	0

(表 4-2) 研修生の意識・行動変化

評価項目 (複数回答可・上位項目)	割合 (%)
業務に対する意識が変わった	68
業務の進め方(行動)が変わった	18
業務において成果を出した	14

【企業からの意見等】

アンケートの中で、現状・課題では、「想像以上に海外展開の準備に時間を要する。」、「より緻密な事業計画と資金繰りが必要」等があった。

事業の成果では、「研修後、現地法人を設立した。」、「現地の協力者を得る事ができ、海外展開拠点の設立に目途がたった。」、「海外顧客のニーズが再確認できた。」、「海外に対する怖さがなくなった。」、「より海外展開を意識して行動するようになった。」等があった。

意見・要望では、「社内の人材を1ヵ月以上の研修に出すことは難しい。」、「新規雇用の一部補助は対象が派遣期間3ヵ月以上なので活用しにくい。」等があった。

【公社の自己評価及び今後の対応】

平成27年度の国内外OJT派遣、海外専門家招へい、海外キャリアアップ留学については、概ね前年度並みの達成度になっている。

セミナーについては、単発講座や連続講座など企業のニーズを踏まえたセミナーを実施し、参加した企業から好評を得ている。

なお、海外キャリアアップ留学については、当事業が平成29年度までであり、留学期間が2年以内となることから平成27年度で終了した。

また、平成27年度には、外部委員会を実施し、当事業が高度かつ国際的な産業人材を育成するための人材育成プログラムとなっているか検証を行い、外部委員から事業実施に関する助言、指導を得た。

外部委員からは、新規企業の掘起しや事業周知を強化して欲しい等の意見があり、個別企業訪問での事業説明や公社海外関連事業との合同説明会の開催、当事業周知のPRビデオの作成など、事業周知の強化を実施している。

公社としては、将来的にアジアを中心とした海外での県内企業の拠点形成や、増加する海外観光客へのインバウンド対応のために、海外でのOJT研修の実施及び海外から専門家を招へいすることは、県内企業の海外展開支援において効果的な事業であると考えており、今後も引き続き当事業を実施する。

企業の意見・要望については、当該事業の創設された趣旨を踏まえて、必要な見直し等について検討して行きたい。

4-2 正規雇用化企業応援事業

【事業の内容】

平成27年度から受託した事業で、非正規雇用の従業員を正社員に転換

する県内の事業所(法人)が、従業員のスキルアップや資格取得等のため、県内企業を対象に、県外(国内)または県内の研修地で従業員研修を行う際の旅費、宿泊費の一部を助成する事業。

【事業の実績】

平成27年度から実施し、9社18名の県内・県外研修を支援し、18名の正規転換が図られた。(表1)

達成率が低い要因としては、国と県との事業スキームの調整などに時間を要したため、事業開始が大幅に遅れたことがあげられる。その結果、4月、5月といった年度開始の研修の多い時期を助成対象期間とすることができず、目標計画人数に達することができなかった。

(表1)

	H27
計 画	110 人
実 績	18 人
達成率	16 %

【企業の支援事例】

- ① 飲食業の店長としての知識・実務を学ぶために必要な店舗管理及び運営、売上予測の知識などの研修を県外の飲食店舗で行った。その結果、管理全般、教育スキル、ビジネスマナー、クレーム対応など、安定した管理が行えるようになった。さらに、今後は店長としてリーダーシップを発揮し、将来の経営幹部として期待される。
- ② 情報通信関連の企業の従業員がインターネット問合せ業務に関する専門的な知識を深めるため県外支店へ研修を行った。その結果、専門的知識だけでなく、社内における技術の蓄積とチーム全体としての技術・知識が深まった。
- ③ 情報通信関連の企業が、本社から沖縄支社への業務移管をスムーズに展開するため、東京の親会社で運用監視業務・ヘルプデスク業務の基礎と実務の研修を行った。その結果、そのノウハウを活かすことで県外からの業務対応が可能になった。さらに、研修で学んだ業務を非正規の従業員へ情報共有し、今後の正社員転換に寄与できた。

【アンケート結果】

アンケートによると、支援の効果については「大いに効果があった」「効果があった」とする企業等が100%であった。その効果のうち、「社員の

知識、技能向上」に効果があったと回答する企業が 100%、「業務効率の向上」、「品質サービスの向上」及び「事業分野の拡大」がそれぞれ 55%であった。（表 2-1、表 2-2）

（表 2-1）支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	78
効果があった	22
あまり効果がなかった	0
効果がなかった	0

（表 2-2）どのような効果があったか

評価項目 (上位 4 項目)	割合 (%)
社員の知識、技能向上	100
業務効率の向上	55
品質サービスの向上	55
事業分野の拡大	55

【企業からの意見等】

アンケートの中で、具体的な成果として「社員の能力開発を図る上で、研修コストの負担が軽くなり、積極的に人を雇いやすくなった」、県外企業への研修受講を通して、「県内では実施していない技術研修を受けられるので、技術向上に繋がり、とても刺激的になる」、さらに「今後も積極的に活用したいので、事業の継続を期待する」などがあつた。

公社としては、企業からの意見等を踏まえ、継続的な事業実施を図りたい。

【公社の自己評価及び今後の対応】

本事業の活用を通して、正社員転換による雇用の質の改善による社員全体のモチベーションアップや、スキルアップを必要とする社員の人材育成が図られた。

また、本社・支社間の業務移管や事業の拡大といった効果が見られた。

平成 27 年度は、国から県への一括交付金の交付決定が大幅に遅れ、県と公社の委託契約が 7 月、支援企業公募開始が 9 月からとなった。

企業の県内・県外研修は 4 月～6 月に集中するが、それを取り込めず達成率が低くなった。今年度においては、当事業の活用可能な企業に対し、広報・周知にできるだけ力を入れ、目標人数を達成していきたい。

4-3 世代間スキル継承型雇用促進事業

【事業の内容】

平成 25 年度から受託した事業で、高年齢者（55 歳以上）の継続雇用と若年者（15 歳以上 30 歳以下）の雇用促進及び人材育成を図るため、県内企業等を対象に、高年齢者の技術・経験を若年者に継承するペア就労などに取り組む企業に対して支援を行う事業。

【事業の実績】

平成 25 年度から 27 年度までの 3 年間で、建設業を中心に 119 社・217 名を支援した。これらの事業所については、65 歳まで働ける就業規則の整備がなされ、217 名もの若年者のスキルアップと雇用機会の確保、社内での人材育成体制の構築が図られた。

平成 25 年度においては、新規雇用（無期・有期間わず）1 名に当たり助成額 50 万円助成を行った。平成 26 年度においては、無期新規雇用者 1 名に対し 50 万円、1 年以上の有期雇用が定められた新規雇用者 1 名に対しては 30 万円の助成を行った。また平成 25 年度、26 年度ともに一つの事業所が一つの年度内に助成を受けられる新規雇用者は 5 名までとされていた。

それに対し、平成 27 年度からは無期新規雇用者のみが 40 万円助成対象、さらに一つの事業所に対し 3 名までの新規雇用者が助成対象となったことから、目標計画人数に対し、達成率が下がったことが考えられる。

(表 1) 支援実績

	H25	H26	H27	合計
計 画	90 人	90 人	95 人	275 人
実 績	69 人	79 人	69 人	217 人
達成率	77%	88%	73%	80%

【企業の支援事例】

- ① 離島で遊覧船を営む企業は、遊覧船ガイドに必要な自然・環境に関する知識のレクチャーや遊覧船を安全に操縦できる技能の習得のペア就労を行った。その結果、遊覧船の船長として登用し、お客様を乗船させて運航することができ、離島の観光産業に寄与している。
- ② 県内で建設業を営む企業では、CAD作成、測量等の基礎技術・基礎知識を習得を目指すペア就労を行った。その結果、図面の見方やCADの使い方、現場での安全についての必要性を理解しながら現場全体の状

況を把握・確認し積極的にいき、現場での基礎技術や知識を短期間で多く学習することができた。

- ③ 県内でピザやパンの製造を行っている企業では、基礎的な製パンを中心にペア就労を行った。直接技術指導することにより、パン・菓子の知識や技術を正確に丁寧に継承することができた。また、接客指導においては、お客様の要望や希望を聞き取る姿勢が身に付き、意見を反映させた商品づくりができるようになった。

【アンケート結果】

アンケートによると、「知識、技能の向上」が92%、「社員の士気向上」が64%、「業務効果の向上」が46%、「若年者の定着促進」が33%であった。(表2-1、表2-2)

(表2-1) 支援の効果について

評価項目	割合 (%)
大いに効果があった	49
効果があった	51
あまり効果がなかった	0
効果がなかった	0

(表2-2) どのような効果があったか

評価項目 (上位4項目)	割合 (%)
知識・技能の向上	92
社員の士気向上	64
業務効率の向上	46
若年者の定着促進	33

【企業からの意見等】

アンケートの中で、ペア就労の具体的な成果としては、「当事業に取り組むことで、継承者の目的意識やモチベーションの向上、また弊社企業理念が深まりつつあり、今後の職場安定が見込まれた」や「ペア就労することによって、若年者が高年齢者により細かい質問内容を遠慮することなく確認することができ、スキル継承がよりスムーズに行うことが出来た」、「ペア就労の導入をきっかけに、今後、会社としてどのように技術の継承・若手の育成を行うのかを考えるいい機会となった」などといった声があった。

また企業から「指導役の高年齢者の対象年齢の引き下げ」や「若年者の対象を有期雇用社員にも拡大してほしい」といった事業スキームに関する内容とともに、「ペア就労は若手育成に有効であるため今後も継続してほしい」といった意見も寄せられた。

公社としては、引き続き当事業の周知に力を入れつつ、県内企業の人材育成を推進していく。

【会社の自己評価及び今後の対応】

事業全体の成果として、217名分の雇用創出が実現したことはもちろんであるが、ペア就労を取り入れることにより、高年齢従業員が持つスキルを若年者に継承するだけでなく、高年齢者従業員と若年者の雇用を両立することで、企業内の教育体制の整備や意識改革、雇用環境の改善に結びつくなど、相乗的な効果も報告されている。

また、事業活用後の若年者の1年後定着率についても、平成25年度対象者が91%、平成26年度対象者が86%と高く、若年者の早期離職防止にも効果があがっている。(※)

※参考・沖縄県内における新規学卒者の1年後定着率

平成25年3月卒 高卒：68.3% 大卒：80.5%

平成26年3月卒 高卒：68.3% 大卒：79.5%

当事業は、若年者の雇用促進及び人材育成、高年齢者の継続雇用を目的とし、事業者からは若年者の離職防止や高年齢者の継続雇用、及びスキル継承に繋がるという観点から好評を得ており、今後の対応としては、事業所に対しさらなる当事業の広報や周知に力を入れ、目標達成に向けて取り組みたい。

<満足度指数アンケート調査結果>

当該一覧表は、アンケートにおける「2. 事業の満足度および効果等について」の「満足度」における結果をまとめたものである。

なお、満足度指数とは、評価項目の問いに対し「とても満足した」、「満足した」と回答した数値の合計が全体の回答数に占める割合とする。

なお、事業開始時期により調査を行っていない場合、あるいは調査時期や項目設定の事情により記載ができない場合は、当該項目に「-」と記載している。

I 中小企業の経営革新・基盤強化等支援事業

(単位:%)

事業名	評価項目	H25	H26	H27
1-1 中小企業総合支援事業 (1) 窓口相談事業	支援の内容について	94	94	75
	支援担当者の対応について	90	88	87
1-1 中小企業総合支援事業 (2) 専門家派遣事業	支援の内容について	87	96	94
	支援担当者の対応について	94	96	96
1-1 中小企業総合支援事業 (3) 離島地域等中小企業支援事業	セミナーの内容について	96	100	96
	講師の内容について	96	100	96
1-1 中小企業総合支援事業 (4) 課題解決集中支援事業	支援の内容について	60	100	100
	支援担当者の対応について	80	100	100
1-1 中小企業総合支援事業 (5) 販路開拓・取引マッチング支援事業	支援の内容について	100	100	67
	支援担当者の対応について	100	100	100
1-2 情報化支援事業 ※平成26年度事業開始	支援の内容について	-	100	100
	支援担当者の対応について	-	100	100
1-3 経営サポート事業	セミナーの内容について	97	96	98
	講師の対応・カリキュラムについて	99	98	99
	今後の効果・活用について	99	98	99
1-5 中小企業経営革新強化支援事業	支援の内容について	86	100	67
	支援担当者の対応について	86	70	84
1-6 建設業経営力強化支援事業	支援の内容について	90	100	100
	支援担当者の対応について	100	83	100
1-7 中小企業課題解決プロジェクト推進事業	支援の内容について	89	96	100
	支援担当者の対応について	86	98	100

(単位:%)

事業名	評価項目	H25	H26	H27
1-8 中小企業ハンズオンフォローアップ支援事業	支援の内容について	71	93	100
	支援担当者の対応について	100	100	100
1-9 県産品拡大展開総合支援事業 ※平成26年度事業開始	支援の内容について	-	95	97
	支援担当者の対応について	-	100	100
1-10 中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業 ※平成26年度事業開始	支援の内容について	-	98	88

II 新事業の創出・ベンチャー企業の育成支援事業

(単位:%)

事業名	評価項目	H25	H26	H27
2-1 OKINAWA型産業応援ファンド事業	支援の内容について	93	94	100
	支援担当者の対応について	93	100	100
2-2 沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業	支援の内容について	100	100	90
	支援担当者の対応について	100	100	90
2-3 戦略的製品開発支援事業	支援の内容について	67	100	85
	支援担当者の対応について	100	100	92
2-4 新産業研究開発支援事業 ※平成26年度事業開始	支援の内容について	-	83	100
	支援担当者の対応について	-	100	100
2-5 ベンチャー企業スタートアップ支援事業 ※平成27年度事業開始	支援の内容について	-	-	67
	支援担当者の対応について	-	-	100

III 海外展開支援事業

(単位:%)

事業名	評価項目	H25	H26	H27
3-1 県産工業製品海外販路開拓事業	支援の内容について	100	88	90
	支援担当者の対応について	88	100	100
3-2 沖縄国際物流ハブ活用推進事業	支援の内容について	93	100	91
	支援担当者の対応について	98	100	100

IV 人材育成支援事業

(単位:%)

事業名	評価項目	H25	H26	H27
4-1 万国津梁産業人材育成事業	支援の内容について	100	100	100
	支援担当者の対応について	100	100	100
4-2 正規雇用化企業応援事業 ※平成27年度事業開始	支援の内容について	-	-	100
	支援担当者の対応について	-	-	100
4-3 世代間スキル継承型雇用促進事業 ※平成25年度は「担当者の対応」に係る満足度調査を行っていない。	支援の内容について	100	100	100
	支援担当者の対応について	-	100	100