

## 休眠預金活用事業 事業計画書

### 基本情報

事業名	FC琉球県産品応援プロジェクト
実行団体	琉球フットボールクラブ株式会社
事業の種類	③ソーシャルビジネス形成支援事業

バージョン	1
-------	---

事業名	スポーツクラブによる困窮世帯支援事業
資金分配団体	一般社団法人RCF

### 優先的に解決すべき社会の諸課題

領域	分野
1) 子ども及び若者の支援に係る活動	①経済的困窮など、家庭内に課題を抱える子どもの支援 ②日常生活や成長に困難を抱える子どもと若者の育成支援
2) 日常生活又は社会生活を営む上での困難を有する者の支援に係る活動	⑤社会的孤立や差別の解消に向けた支援
3) 地域社会における活力の低下その他の社会的に困難な状況に直面している地域の支援に係る活動	⑥地域の働く場づくりや地域活性化などの課題解決に向けた取組の支援
4) その他	

### その他優先的に解決すべき社会の諸課題

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 資金や物資の支援に依存することによる貧困の連鎖</li> <li>・ 観光立県沖縄のコロナ禍による県民の心理的ダメージ</li> </ul>
---

### I. 団体の社会的役割

(1) 団体の目的	プロサッカークラブFC琉球の運営による地域活性化
(2) 団体の概要・活動・業務	1.プロサッカーチームFC琉球の運営 2.チームのオリジナルグッズの販売 3.サッカー競技及びその他のスポーツ競技会などの各種催し物の企画・運営 4.スポーツ教室の運営並びにスポーツ指導員の養成・派遣 5.サッカー競技場等のスポーツ施設の運営 6.飲食店の運営 7.前各号に付帯する一切の業務

### II. 事業概要

実施時期	2021年6月～2022年2月	直接的対象グループ	農水生産者	間接的対象グループ	子供食堂
対象地域	沖縄県	人数	6件	人数	5000食
事業の概要	<p>県産品応援プロジェクトとして、Jリーグクラブ「FC琉球」、地元小売大手「イオン琉球㈱」、「沖縄県」の3者協働により、県産品を活用した地元プロサッカー選手監修「FC琉球コロナに負けない琉球応援弁当」及び「アスリートレシピ」を企画開発し、FC琉球とイオン琉球のコンテンツやメディアを活用した県産品プロモーション実施並びにイオン琉球での琉球応援弁当及びPRした県産品の販売により、コロナ禍で影響を受けている県産品の流通促進を図る。弁当やレシピの内容は子供の発育やアスリートへの有効性を意識したものとすることで、新たな県産品需要を掘り起こす。</p> <p>同時に、沖縄県委託事業「おきなわこども未来ランチサポート」との協働による県内子ども食堂への琉球応援弁当配布及びFC琉球選手と子供達との交流により、コロナ禍で影響を受ける困窮家庭の子供達への食糧支援及び食育を実施し県産品の流通促進にもつなげる。合わせて、身近な夢である地元プロサッカー選手との交流により夢や目標を持つことでの自立支援も目指す。</p>				

## III.事業の背景・課題

## (1)社会課題

- 沖縄県では人口に対するコロナ感染者数が全国トップレベルで、3回にわたる沖縄県独自の緊急事態宣言（計118日間）の発出などもあり、観光客が激減している。（2020年観光客数対前年▲63%）
- 観光立県である沖縄県では多くの産業が観光業と結び付いているため、観光業や飲食業だけでなく農林水産業などでも大きな打撃を受けている。例えば、県産の紅芋は観光客減による土産品の落ち込みにより大量余剰が発生したため沖縄県から小売り大手各社に販売要請があり、イオン琉球には対前年20倍の取引依頼があった。また、コロナ禍による観光減に伴う航空機減便も県産品の出荷に大きく影響している。
- 産業構造が観光関連に偏っている影響もあり、沖縄県の非正規雇用率は43%（2017年総務省就業構造基本調査）と全国トップであり、コロナ禍による雇用への影響を受けやすい構造となっている。
- 琉球新報の県民アンケート（2020年12月）によると、約半数の世帯がコロナ後に所得が減り、うち28%が半分以下と回答している。また、コロナ禍による心理的苦痛を感じている人が53%と極めて多く、観光立県である沖縄県民への心理的ダメージの大きさが伺える。
- 沖縄タイムスの小中高生などを育てる保護者を対象にした県民アンケート（2020年5月）でも、回答者の29%が収入が「既に減っている」と答え、「今後減る、または減る恐れがある」を合わせると61%に上っている。
- 沖縄県の子供の貧困率は29.9%（H28年沖縄県子どもの貧困実態調査）と全国平均の2倍、3人に1人が貧困状態という深刻な状態にある。また、1人当たり県民所得、母子・父子家庭比率、大学進学率が全て全国ワーストと貧困の連鎖が発生しており、そこにコロナ禍が追い打ちをかける状況である。

## (2)課題に対する行政等による既存の取組み状況

県産品のPR事業、子供食堂への支援事業を個別単発では実施

## (3)休眠預金等交付金に係わる資金の活用により本事業を実施する意義

- 県産品の流通促進のためのプロモーションについて、コロナ下においては生産者が店舗で直接PRすることや有人での試食などが難しいため、デジタル映像を活用したプロモーションが有効だが、FC琉球とイオン琉球の幅広いメディア（テレビ、WEB、SNS、アプリ、店頭、スタジアム）により県民に広くプロモーションできることで、県産品の魅力やコロナ禍の影響を受けている実態を伝え、観光に依存し過ぎない県産品の流通促進につなげる。
- FC琉球の選手等のコンテンツを活用することで、例えば、子供やアスリートに向けた販促など、新たな切り口での県産品販促が可能。
- PRした県産品を活用した「琉球応援弁当」及び県産品自体をイオン琉球店舗で販売することにより、直接的な流通促進につなげられる。
- 県内の農水生産者及び生産地との連携はイオン琉球の沖縄県との協力体制や幅広い仕入ルートを活用できる。
- 沖縄の大手スーパーで唯一全国のグループ企業と提携できるイオン琉球は全国のイオングループへの県産品の販路仲介実績により、沖縄県商工労働部（マーケティング戦略推進室）等と相互出向の人材交流も行うなど県産品の販路拡大について沖縄県との協力体制を既に構築しているため、イオン琉球との協働により本事業における沖縄県との連携もスムーズに実行可能となる。
- イオン琉球は離島にも店舗を有するため全県にわたるプロモーションや産地との連携もしやすい。

## IV.事業設計

## 中長期アウトカム

- クラブによる県産品の魅力や利用方法の発信が定着している
- 県民が県産品がコロナ禍の影響を受けている実態を認知し、観光に依存し過ぎない県産品の流通が促進・定着している
- 「琉球応援弁当」が沖縄県の農水生産者と困窮家庭の子供達をつなぎ、同時に支援できるプラットフォームとして定着している。
- FC琉球、おきなわこども未来ランチサポート、イオン琉球、沖縄県の4者の連携体制が継続し、課題に取り組んでいる
- 沖縄の子どもの経済的な生活環境が改善され、将来の夢や目標を持つことによる自立が促進され、貧困の連鎖が断ち切れている。
- 沖縄の子どもの栄養状態が改善されている。

短期アウトカム	指標	初期値/初期状態	目標値/目標状態	目標達成時期
県産品がコロナ禍の影響を受けている状況を県民が認識し、県産品を家庭や飲食店で活用している	県民の認知・活用度	県民の認知・活用が低い	多くの県民が認知・活用している	2022年2月
県産品の発育やアスリートへの有効性という新たなメリットを県民が認識し、県産品を家庭や飲食店で活用している	県民の認知・活用度	県民の認知・活用が低い	多くの県民が認知・活用している	2022年2月
支援対象の生産者が抱える課題が改善または解決されている	本事業を通して課題認識及び課題改善・解決を行なった生産者数	コロナ禍による課題を抱えている	新たな取引開始や活用方法により課題が改善または解決されている	2022年2月
PRした県産品の新たな流通経路の開拓または拡大	イオン琉球の仕入高	2020年値	2020年同時期比105%	2022年2月
子供たちが琉球応援弁当を通じて県産品に親しんでいる	子供達の県産品への接点	県産品への関心が薄い	県産品への関心（栄養・味・メリット）が高まっている	2022年2月
困窮家庭の子供たちが非日常の体験を通じて外の世界に関心を持っている	困窮家庭の子供たちの非日常体験数	外出が少ない、多様な経験が少ない	新しい経験により、視野が広がり、好奇心が高まっている	2022年2月

アウトプット	指標	初期値/初期状態	目標値/目標状態	目標達成時期
県産品について、幅広いプロモーションを実施	・県産品PR件数 ・メディア件数	・0件 ・0件	・6件 ・8件	2022年2月
県産品からだづくりレシピの公開	レシピ公開数	0件	6件	2022年2月
県産品生産者の課題認識及び課題改善・解決	映像制作を通じて課題認識及び課題改善を図る件数	0件	6件	2022年2月
イオン琉球店頭での琉球応援弁当販売数及びPR食材販売件数	・弁当販売数 ・PR食材扱い件数	弁当：0個 食材：0点	弁当：14000個 食材：6件	2022年2月
子ども食堂への「琉球応援弁当」配布及びFC琉球選手との食育ワークショップ	・子ども食堂への弁当配布数 ・食育ワークショップの実施	・0個 ・0回	・5000個 ・1回	2022年2月
困窮家庭の子供達のスタジアム観戦バスツアー及び県産品PRブースでの選手との交流	・観戦バスツアー開催回数 ・県産品PRブースでの交流	・0回 ・0回	・8回 ・2回以上	2021年12月

#### アウトプット[No.1]に対する活動

活動内容	活動時期
FC琉球のメディアでの発信：県内地上波TV番組、特設WEBサイト、SNS、スタジアム（ビジョン、ブース）	2021年7月～2022年2月

#### アウトプット[No.2]に対する活動

活動内容	活動時期
県産品を活用した発育やアスリートに有効なレシピを管理栄養士により開発し特設サイトに掲載する。各メディアやイオンの売場から誘導。	2021年8月～2022年2月

#### アウトプット[No.3]に対する活動

活動内容	活動時期
県産品PR映像を制作する過程で、生産者の課題確認→課題解決策をイオン琉球、沖縄県との協働により検討・実施する	2021年6月～2022年2月

#### アウトプット[No.4]に対する活動

活動内容	活動時期
PRした県産品を活用した「琉球応援弁当」の販売及び県産品の販売誘導による直接的な流通促進	2021年8月～2022年2月

#### アウトプット[No.5]に対する活動

活動内容	活動時期
コロナ禍の影響を受ける困窮家庭の子供達への食糧支援及び県産品の流通促進を目的として企画開発した「琉球応援弁当」を県内の子ども食堂に配布する。また、FC琉球選手との食	2021年6月～2022年2月

#### アウトプット[No.6]に対する活動

活動内容	活動時期
子ども食堂の子供達をFC琉球のホームゲームにバスで送迎し「琉球応援弁当」を食べながら無料観戦してもらう。また、県産品PRブースにて選手との交流も実施。	2021年8月～2021年12月

#### V.インプット

人材	統括：FC琉球取締役事業本部長、担当：FC琉球担当者3名（企業対応、行政対応、選手対応）、参加：FC琉球選手	資機材	なし
----	--	-----	----

#### VI.持続可能性

持続可能性1	県産品応援プロジェクトは、FC琉球のPJ特設サイトでの継続的な情報発信を行う。コロナ禍に限らず、その時々で支援すべき地域の産品をPRする事業として発展継続させる。また、今季より実施するFC琉球タウン担当プレイヤー制度により、各市町村を担当する選手が継続的に各市町村の産品をPRする活動を定着させる。FC琉球、おきなわ子ども未来ランチサポート、イオン琉球、沖縄県の4者連携による「琉球応援弁当」事業を継続することで、県産品の流通促進を継続する。
持続可能性2	困窮家庭の子供達への「琉球応援弁当」配布及び選手との交流（食育ワークショップ・スタジアム観戦）については、4者の協働継続と、イオン琉球が販売する「琉球応援弁当」の売上の一部を支援金（本事業により次年度に活用できる支援金は77万円の予定）として活用することで継続可能。本事業期間における関係者アンケートやヒアリングを元に改善。

#### VII.広報戦略および連携・対話戦略

広報戦略	映像コンテンツとしての価値や発信力のあるFC琉球選手を活用し、FC琉球やイオン琉球のSNS、FC琉球が制作する地上波TV番組やイオン琉球の多様な媒体を利用できるため、幅広い層への効果的なプロモーションを実施。スポーツクラブから子供達への食育の観点から県産品を改めて県民にPRする。
連携・対話戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>●おきなわ子ども未来ランチサポート 本事業協働内容：困窮家庭の子供達への弁当支給、食育ワークショップコーディネート</li> <li>●イオン琉球（株） 本事業協働内容：弁当開発、弁当生産、県産品仕入れ、県産品PR、食育ワークショップサポート</li> <li>●沖縄県（商工労働部、文化観光スポーツ部） 本事業協働内容：県産品仕入れ、県産品PR、食育ワークショップサポート</li> </ul>