

沖縄国際物流ハブを活用した
 沖縄県貿易協会の
 海外輸出促進サービスのご案内

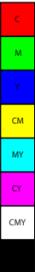
一般社団法人 沖縄県貿易協会

〒900-0033 沖縄県那覇市久米 2-2-10 那覇商工会議所 408 号室
 [TEL] 098-866-9183 [FAX] 098-866-9219



サンは、沖縄に伝わる魔除けに使われる身近なお守りです。ワラヤススキ、糸芭蕉の葉を輪結びにしたもので、魔除けの役割があると信じられ、沖縄では昔から親が子供に持たせたり、近所に食べ物をお裾分けする時に一緒に渡したりします。

一般社団法人 沖縄県貿易協会



1 沖縄国際物流ハブ 活用メリットのご紹介

「沖縄国際物流ハブ」の活用でアジア市場（日本食品輸出）を有利に開拓

※運賃0円：航空運賃が沖縄県より全額補助されます

沖縄活用のメリット



次のような産地、商品の輸出者に
沖縄ハブは最適

- 船だと賞味期限を超えてしまい空輸だと輸送費で赤字になる
- 首都圏まで陸路チャーター便で運んでいる（国内市場向け含む）
- 最寄りの空港から沖縄への直行便がある
- 小口輸出が多く、物流コストが課題となっている
- 空便でクールコンテナを利用している

補助 航空運賃 **0円**

燃料サーチャージ*
通関手数料
貨物取扱手数料 など

※本土空港でも同様に発生します

全国の主要空港からの混載サービスによって、沖縄までも空輸でお安く運べるようになりました。

⇒これにより、沖縄経由によって従来ルートより、安く、早く、高品質でアジアへ輸出できるようになりました。

安い 従来コスト比2～4割削減
早い 空輸リードタイム1日短縮
高品質 温度管理トラブルをゼロへ

産地や商品によって、「沖縄国際物流ハブ」は大きなメリットを発揮します

沖縄からアジア地域に輸出する航空運賃は、全額補助対象 **運賃0円** となります

⇒これによって、アジア市場における商品の到着価格を抑えることができ、他社と比較して有利に市場開拓を進めることが可能となります。



事例1: コスト

九州からのシー&エアで物流費40%カット!

九州から輸出先まで、船だと2週間ほど要するため、空輸で商品を出していました。しかし、翌日到着ほど急ぐ必要の無い商品。九州から沖縄までは船で2日ほど。沖縄から空輸した場合、九州から輸出先まで合計3～4日で到着します。1週間以内の到着であれば十分なリードタイムであったため、沖縄まで船で運び、沖縄から空輸する方法で輸出。沖縄からの空輸は「運賃0円」なので、既存の物流コストを40%も削減することができました。



※1. 運賃補助の適用には諸条件がございます。詳しくは沖縄県、沖縄県貿易協会、ご利用の物流会社へお尋ね下さい。
※2. 物流会社によって対応状況が異なります。詳しくは当協会もしくはご利用の物流会社へお尋ね下さい。
※3. 沖縄県の補助予算には上限があります。年度末にかけて不足する可能性があるため、ご利用の可否は都度ご確認ください。

事例2: リードタイム

地方からアジア向け生鮮輸出で、コスト削減&リードタイム短縮!

東北から、高い鮮度を求められる水産物を沖縄経由で輸出。地方空港は国際線が乏しいため、首都圏の主要空港を利用するルートで輸出していました。沖縄向けには最寄りの空港からの直行便があったため、沖縄経由で輸出。沖縄からは「運賃0円」なので、コスト削減ができただけでなく、従来ルートよりも1日早く運ぶことが可能に。これにより、従来は冷凍でしか送れなかったものがチルドで送れるようになり、海外での売値も上げることができるようになりました。



事例3: 品質

保冷商品の温度管理トラブルの発生率がゼロに!

冷凍商品をクールコンテナを使用した温度管理の下、空輸で輸出していましたが、海外到着後に発生する温度管理トラブルが原因と思われる商品ダメージが月に数回発生し、課題となっていました。沖縄経由に切替えたところから、同様の事故は一切発生しなくなりました。



2 沖縄の観光客市場 活用メリットのご紹介

沖縄の外国人観光客市場を活用して海外PR

【沖縄観光客数】年間約1000万人 約3割(300万人弱)が外国人観光客

▶国内観光客へはもちろん、外国人観光客にもPR&リサーチ可能



外国人観光客は、「海外の消費者」です。沖縄という狭いエリアに多くの外国人観光客が集まることで、PR やリサーチがしやすい環境があります。沖縄県内市場での販売も魅力的で、沖縄へ出店する「本土の地域商社」も増えてきました。

3 沖縄県貿易協会 活用メリットのご紹介

地方産地の課題解決を「沖縄県貿易協会」がお手伝いします

CASE 1

沖縄の物流会社とのマッチング(物流)

沖縄を活用した最適な輸送手段のご提案には、沖縄の空港事情、本土の物流環境、海外の物流環境を把握している必要があります。皆様の輸送ニーズにお応えできる沖縄の物流業者を、当協会でお繋ぎいたします。

CASE 2

沖縄の地域商社とのマッチング(アジア市場)

現在、アジア地域では日本食の輸出が進み、大手日系スーパー等では日本食に限らず日本製品は飽和状態にあり、過当競争になっていることもしばしばです。沖縄には、独自の海外販路を持つ地域商社があります。皆様の商品情報をお待ちしています。

CASE 3

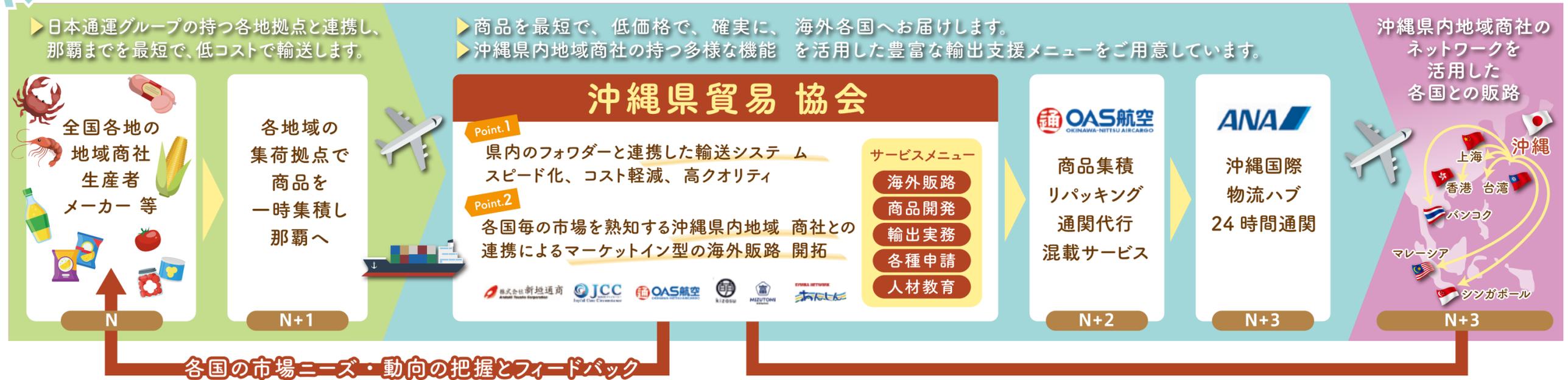
沖縄の小売業、飲食店等とのマッチング(観光客市場)

沖縄の観光客市場向けに、沖縄の小売業、飲食店へのマッチングをいたします。皆様の商品に合った小売、飲食店をご紹介し、国内売上の拡大に加え、外国人観光客へのPR やリサーチ等を通じて、皆様の海外販路開拓のお手伝いをいたします。

※各業種、各社とも得意分野や諸事情が異なりますので、まずは当協会までお問合わせ下さい。

沖縄県貿易協会では、全国各地の魅力ある地域の産品を世界中にお届けしています。地域ならではの生鮮食材から独自製法で作られた加工品等、小ロット多品種の輸出を積極的に推進しています。

日本の輸出ハブ沖縄、日本産品のショーケース 沖縄から世界へ



沖縄県貿易協会

沖縄県貿易協会は、沖縄県内に拠点を有する地域商社やフォワーダーと連携し、各社の事業資産や強みを活用した海外各国への輸出支援体制を構築しています。

株式会社新垣通商

日本の PR に全身全霊で取り組む
沖縄貿易の草分け的存在

40 年にわたる事業で培った貿易のノウハウや現地の情報収集力、商材と市場のマッチングなどに定評のある企業。商社とバイヤーの二つの顔（機能）を持ち、商材の情報に精通するだけでなく、消費者の購買意欲をくすぐる効果的な売り場づくり（陳列方法）なども提案できるため、取引先からの信頼を勝ち取っています。自社のアンテナショップや現地法人を有することも、他社と一線を画すポイント。

株式会社萌す（キザス）

慣例にとらわれず、逆転の発想でマーケットを開拓
日本の鮮魚で新しい価値をつくる

沖縄県近海で水揚げされる鮮魚を中心に、全国各地の魚介類を輸出。海外のローカル飲食店をメインに取り扱い先を開拓し、少量多品種でも購入できるような仕掛け（黒板メニューの提案など）を打ち出しています。海外と国内に多彩な人脈を持ち、輸入先のニーズにいち早く応えるフットワークの軽さが持ち味です。

株式会社ジェイシーシー

産地からお皿の上まで、食のニーズに応える
フードコーディネーター

沖縄特産品に特化した食品開発・製造、飲食店経営、ホテル・ブライダルなど食に関する多角的な事業を展開。県内に出店する自社の飲食店等でインバウンドのニーズをキャッチし、海外の同業者が求める商材を輸出しています。食材の知識に長けた自社の料理人による的確なアドバイス、セントラルキッチンでの加工など商材の入口から出口までをトータルサポートします。

瑞富株式会社

商社と作り手の協力体制で日本の輸出を
次のステージへ

食材の取り扱いに長けた料理人でもある営業メンバーが、輸出先の飲食店を中心に商材を提案。食肉の輸出をメインに、加工や調理の仕方（無駄のない食材の活用方法など）までを伝えながらアプローチします。沖縄国際通りの「ALL NIPPON 市場」をプロデュースし、インバウンドを対象としたテストマーケティングの場も提供。より精度の高い展開方法をアドバイスします。

沖縄日通エアカーゴサービス株式会社（OAS航空）

日通グループの力で地方をつなぐ
輸出物流のアドバイザー

日通グループのネットワークや輸送技術を活かしたフォワーダー（輸出貨物の通関手続き代行業者）。さらに、海外物流におけるアドバイザーとしての役割も担います。コスト、リードタイム、取り扱い物量など、地域や環境によって異なる物流の課題に耳を傾け、自社サービスに合わせ、柔軟な思考で解決策を組み立てます。

株式会社あんしん

マーケットインで組み立てる“攻めの物流”
「国内ー沖縄ー海外」の物流網づくりで海外進出を応援

自社の物流網や在庫管理システム、県外の協力会社やパートナーである海外大手物流企業の強みも生かしながら「必要なものを、必要なタイミングで届ける」ロジスティック物流を展開。配送のリードタイム（発注から納品までにかかる時間）、品質管理、コスト設計などをトータル的にコントロールできるのが強みです。

沖縄県貿易協会

沖縄の力を結集し、日本の貿易の成長を支える！

沖縄県を中心とした貿易事業促進を目的に昭和 57 年に設立した当協会は、設立以来、日本とアジアを繋ぐ国際物流の窓口を担っています。特に沖縄県の産業・経済の発展及び国際化に寄与する目的で、貿易に関する調査研究、情報や資料収集及び提供、海外視察等の企画及び実施、貿易取引における販路開拓や各種の相談にも応じています。

近年では、日本の地域産品の輸出拡大や地域の観光振興につながる取組も積極的に行っており、見本市や商談会への協賛や、セミナー等の講演会の開催、貿易型人材育成の事業などにも力をいれています。沖縄県内の地域商社の持つノウハウやネットワークを当協会に結集し、全国各地の産品の販路開拓や輸出促進の支援を行っています。

株式会社 新垣通商

新垣通商の3つの力

1 40年のキャリアとノウハウで、商材の価値を高める

沖縄県の地域商社の中でも40年にわたる貿易キャリアを持つ、地域未来牽引企業[®]。トレンドに対する先見性を持つと同時に、県内の特産品はもちろんのこと日本各地の伝統・文化・技術の優れた部分を見極め、それらを「誰に向けて、どこで、どのように」打ち出すべきかを判断する力（マッチング力）に長けているのが特長です。さらに、日本の技術や文化それぞれの持つ強みを組み合わせたコラボ商品（アニメコスメ）などの開発も手掛けるなど、商品の価値をさらに引き上げていきます。 ※地域の特性を生かして高い付加価値を創出し、地域の経済成長を牽引する事業に取り組む企業



2 バイヤーの視点（マーケットアウト）

同社は取引先に日本の商材を送る「輸出業者（商社）」である一方、商材を取りまとめる「輸入業者（バイヤー）」という二つの顔を持っています。日本のトレンドや商品情報に精通するだけでなく、香港、台湾、シンガポールの現地法人では消費者が買い物をしやすく、購買意欲をかき立てる陳列棚の提案なども行なっています。現地法人の営業チームが日頃から各店舗との信頼関係を築いているからこそ、「現地で売れる商品を分析し、それを直接、店舗に陳列して紹介する」というマーケットアウト（顧客のニーズに沿った商品提供）が可能です。



3 商社の視点（マーケットイン）

「日本人が良いと思う商品」「日本人が考える海外の消費者が良いと思う商品」「海外の消費者が良いと思う商品」の間には、少なからずギャップがあるもの。このギャップを埋めるためには、商品自体の差別化や改善、適切なターゲット層や販売場所の選定などマーケットインの視点が求められます。同社では貿易のノウハウに加え、長年にわたり培ってきた“商材を見定める目”を持ち、海外消費者の購買行動にも精通。また、海外の視点で見た日本製品の訴求ポイントを見だし、商材の販路を見極める力があります。

情報ソース

華僑ネットワークと現地法人から旬のトレンドを収集

新垣代表のバックグラウンドである華僑ネットワークを生かし、世界各国、他業界・他業種からの情報収集を行なっています。また、現地法人の営業チーム力やマーケティング力で、刻々と変化するトレンドをいち早くキャッチ。現地の語学、環境や文化の知識にも長けており、取引先のニュアンスを絶妙に汲み取り、マーケットを広く深く掘り起こします。



販路・アプローチ

提案型アプローチで評価の高い商品提供を実現

販売対象国や地域で求められている商材情報を持ち、各店舗との商談会をはじめ、自社の売場である日本情報発信館（アンテナショップ）「E∞JAPAN」でのショーケース（発表会）などを実施。観光客への販売がメインのマーケットである香港では、マーチャンダイジングマネジメント（マーケティング戦略）で店舗の陳列棚をコーディネートしています。「現地のマーケットが何を求めているか」に訴求する提案型アプローチで、取引先にも消費者にも喜ばれる商品提供を実現しています。

日本のPRに全身全霊で取り組む沖縄貿易の草分け的存在

新垣通商のバックグラウンド

台湾、香港、中国などのアジア圏、アメリカやカナダ、ニュージーランドなど幅広い商圏を持ち、名実共に世界を股に掛ける新垣通商。沖縄の地域商社の草分け的存在であり、美容品や雑貨の輸出を皮切りに、現在では沖縄県産品や日本各地の特産物の魅力についても広く紹介しています。

同社のモットーは、日本のPRに全身全霊をかけて臨むこと。同時に、常に「海外の視点で日本を見る」ことを大切にしてきました。商社の役割は商談を手伝い、商品の価値を作ることにありますが、語弊を恐れずに言えば、どんなに高品質で素晴らしい技術に裏付けられた商材だとしても必ず売れる保証がないのが商売。そして貿易の“真実の姿”です。消費者のニーズは今この瞬間にも刻々と移り変わり、世界情勢など周囲の環境によっても変化する“生き物”のようなもの。

それゆえに時代のニーズや商流を的確にキャッチし、買い手に商品の良さを訴求する力が重要で、40年にわたり貿易業の第一線に立ち続けてきた同社が果たす役割は大きいと言えます。

そして、貿易を成功させる重要なポイントは「作り手・売り手が自らの商品のウリ（こだわりや技術）に気づき、その情報を商社にアピールできるか」「変えるべきことを変えられる柔軟性を持てるか」にあると言っても過言ではありません。作り手・売り手と商社は“車の両輪”であり、同社にとって日本が売れないことは自社のマーケットを失うことと同義です。だからこそ、新垣通商の貿易のスタンスは「全身全霊」。多くの壁を乗り越え、貿易の難しさを肌で感じてきたからこそ、作り手・売り手に対して本気でぶつかっていきます。

地域商社のミカタが変わる（地域商社の機能・可能性）

- ✓ マーケットインとマーケットアウトの視点を持つ
- ✓ 世界を繋ぐ華僑ネットワークと情報収集力
- ✓ 日本国内にいながら輸出国のバイヤー機能を有する

大手商社に劣らない
輸出の可能性が広がる！



企業基本データ

株式会社 新垣通商

〔代表〕新垣 句子
〔住所〕沖縄県那覇市久米 2-11-13
〔TEL〕098-861-3506 〔FAX〕098-864-0305
〔URL〕<http://arakaki-tsusho.co.jp/>



株式会社 ジェイシーシー

産地からお皿の上まで、食のニーズに応えるフードコーディネーター

JCCの3つの力

1 飲食業のプレーヤーの知見を生かした訴求力

沖縄特産品に特化した食品メーカーであり、県内外に約45店舗ある飲食店運営、ホテルやブライダル、健康食宅配などあらゆる食の事業を手掛ける“飲食業界のプレーヤー”であることが持ち味です。歩留まりや保存方法を含めた食材の性質を熟知し、アジア諸国の食文化に近い感覚やセンスで食材を取り扱うことができる料理人が在籍。彼らの知見を最大級に生かして海外の同業者が持つ課題にアドバイスし、食材が料理として皿の上に乗った時のイメージまでを提案しながら、商材を最も適切な形態で輸出しています。



2 入口から出口までサポート

自社のセントラルキッチンを持ち、一次処理からパッケージ化した商品製造まで担えるのが同社の強み。コスト高になる食材加工を引き受けることで、取引先のサテライトキッチンの役割も果たしています。また、自社のコンテンツ事業（美術・出版）部と連携し、海外の物産展やフェアに出展する場合に必要な販促ツール（現地の言語で表記されたプライスカードや看板など）の制作まで一手に請負。輸出の入口から出口までワンストップでサポートできる体制を整えることで、輸入者・輸出者双方にとって痒いところに手が届く存在となっています。



3 独自のマーケティングシステムを構築

地元・沖縄に根ざした文化的交流を通し、アジア諸国の企業や消費者とのパイプづくりを实践。長年にわたり継続してきた飲食事業と自社のオリジナル食品で海外マーケットを切り開き、独自のマーケティングシステムを構築しています。一方で、沖縄県民のチャンプル（混ぜる）気質を持ちながら、沖縄文化の独自性と日本各地域の優れた文化を織り交ぜた価値の創造にも注力。琉球ガラスに代表される伝統工芸品と他地域の特産品とのコラボレーションなど、新たな商品づくりに向かって取り組んでいます。

情報ソース

海外の食文化やニーズの実態をキャッチ

国際通りの飲食店（沖縄・琉球料理、和食、焼肉）やホテルなどを構える同社の下には、店舗を利用するインバウンド旅行者のデータが日々集まります。1000人規模を収容できる宴会施設「首里天楼別邸」では、商材のテストマーケティングや商談会の実施も可能で、客層ごとに好まれる食材や味付けなど消費者の“食のニーズ”を大規模に調査できる利点があります。また、海外の飲食業界と親交を深める中で、互いの国の食文化や食材情報を交換。現地の課題やニーズを掘り起こし、同時に海外の食文化に日本産食材をマッチさせるヒントなどを得ています。



販路・アプローチ

取引先にとっての課題をクリアに

海外の飲食店やホテルが持つ課題（ニーズ）に対し、メニューづくりを手始めとした食材の活用方法を提案。産地別の魚種の食べ比べなど、日本産を使いながら消費者の心をくすぐる企画を打ち出し、集客力アップに貢献しています。また、海外小売店で開催される日本各地の特産品フェアやイベントへの出展もコーディネート。商材を単品で持ち込むのではなく、時には沖縄県外の地域とも連携して棚づくり（ブースづくり）を行います。商材の選定に掛かる時間や手間を最小限に留めることができるとあり、現地のバイヤーからも重宝されています。

JCCのバックグラウンド

創業以来「沖縄文化を広く深く正しく世界に発信しよう。」という理念の下、食をキーワードにした事業を展開してきたJCC。輸出事業に参入したきっかけは、同社が運営する飲食店で料理を食べたインバウンド旅行者からの声でした。「自分たちの国でも同社の食品を利用したい」という要望を受けたことが本格的な商品開発へとつながり、現在では自社製品だけで40フィート（最大積荷約2万5,000kg=25t）のコンテナを満載にするほどの引き合いに。2014年には食品事業部の中に新たに国際事業部を設け、貿易事業に力を注いでいます。

スーパーのバイヤー、百貨店のバイヤー、ホテルのシェフ、居酒屋チェーン店の料理人など食材を扱うという意味は同じでも、立場が変われば抱える課題も千差万別。欲しい商材や形態も多種多様です。同社がそれぞれの

潜在ニーズを導き出せる理由は、「貿易といえども、“押し売り”であってはならない」というスタンスに見出すことができます。商材ありきの売り込みではなく、取引先の困りごとに寄り添い、付加価値を提供する姿勢で関係各社との信頼関係を築き上げてきました。また、文化交流から生まれる“接点”や“違い”をビジネスチャンスと捉える視点が、同業他社には見えない相手のニーズを掘り起こすカギに繋がっています。

さらに同社が大手商社と一線を画すのは、沖縄県民の気質でもある「食材を無駄なく使い尽くす」ための手段を熟知し、取引先のニーズに合わせた形で提供できる仕組みを持っている点。食材を媒介に作り手と取引先、双方にとってベストな関係性を構築する“フードコーディネーター”のような存在であることが、同社の魅力でもあります。

地域商社のミカタが変わる（地域商社の機能・可能性）

- 沖縄県内の飲食店を活用した食材のテストマーケティング
- 食材の活用方法を見出し、トータルコーディネート
- 食材を無駄なく使い切る感性

沖縄文化との融合で、
素材の新たな価値をPR!



企業基本データ

株式会社 ジェイシーシー

〔代表〕 洲辺 俊紀
 〔住所〕 沖縄県糸満市西崎町 4-16-16
 〔TEL〕 098-992-6259 〔FAX〕 098-992-6267
 〔URL〕 <https://www.jcc-okinawa.net/>



沖縄日通エアカーゴサービス株式会社 (OAS航空)

日通グループの力で地方をつなぐ輸出物流のアドバイザー

OASの3つの力

1 世界の日通グループとのタッグ

海外に荷物を送る際のあらゆる手続きを代行する「フォワーダー（貨物利用運送事業者）」でありながら、海外物流のコンサル（課題解決）の役割を担っているのが特長。世界に誇る総合物流事業者「日本通運」と事業提携し、そのネットワークや輸送技術を活用できるのが強みです。各地域にうまく営業拠点を置き、国内輸送手段（トラック、鉄道、船、航空機）も充実している日通の物流網を駆使して、輸出貨物を沖縄に集約。貨物量を増やし、1円でも安く、1日でもリードタイムを短縮する仕組みづくりに取り組んでいます。



2 商材の品質を担保する“運ぶ技術”

日本国内では「商品の品質を保ち、確実に届けること」は、至極当然のことかもしれませんが、しかし海外輸送においては輸送時間や気候の違い、通関業務のリードタイムなど、あらゆる要因で商材にダメージがかかるもの。特に鮮度が命の生鮮品（鮮魚、食肉、野菜）は、取り扱い方法（温度や湿度）が異なるナイーブな荷物です。同社では那覇空港内にある自社倉庫での保存管理に加え、各地から集まった商材を的確に再梱包。輸出先の国々で見逃されがちな通関業務時間や倉庫環境にも耐え得る管理を行い、安全かつ品質を保った輸送を実現しています。



3 物流課題を掘り起こし、アドバイス

沖縄に本社を構えて荷物を受け取る立場にある同社ですが、営業圏内は日本全国。特に、地方の輸出に伴う物流課題を見つけるため、現地に足を運んで送り手の声に耳を傾けることを大切にしています。各地の本当の課題（潜在ニーズ）がどこにあるのか（コスト、リードタイム、取り扱い物量など）を見極め、的確な輸送方法をアドバイス。自社のサービスに相手の要望をはめ込むだけでなく、柔軟な思考でサービスをカスタマイズしながら、国内から沖縄、沖縄から海外へのベストルートを組み立てます。

OASの役割（フォワーダーとは？）

フォワーダーの役割は、送り手の輸出貨物を「早く、正しく、確実に現地に届ける」こと。貿易ルールや法律に則り、通関手続き（品名、種類、数量、価格など貨物の申告）を行い、貨物の保険手続きや航空会社に荷物を乗せるペースを確保することが仕事です。国内に荷物を送る場合とは異なる複雑な作業を代行し、送り手の煩わしさを取り払います。

このような基本業務とともにOASが担っているミッションは、沖縄から海外へ輸送する荷物を全国から集め、沖縄のハブ機能を高めること。日本、中国、香港、タイなどアジアの主要都市を4時間圏内で結び、24時間体制で運航や通関ができる那覇空港のメリットを打ち出した提案営業を行なっています。現在は、全国各地の生鮮食材や和菓子等も集約し、アジア諸国への輸出をサポート。



OASのバックグラウンド

45年にわたり貨物の輸出関連業務を手掛けてきたOAS。日本通運と業務提携・資本参加したことで企業名に「日通」が付いていますが、地元・沖縄に根ざした航空宅配便や引越サービス事業も展開している企業です（沖縄エアポートサービス（株）貨物部門として創業）。

物流が商品に付加価値を付ける。同社の取り組みには、そんな輸出の新しい未来が見えてきます。例えば、地方から生鮮品を輸出する場合。輸送や手続き（通関）にかかる時間の長さから、“本来の美味しさ”を保ったまま現地に商品を届けることは難しいイメージがあるかもしれません。しかし、24時間体制のフライトや通関業務が実施されている沖縄（那覇空港）を経由することで、羽田や成田空港を経由せずとも、従来よりも早い日数で海外輸出ができる可能性もあるのです。

もし、あと1日早くイチゴを届けられたなら。もし、あと1日早くホタテを届けられたなら。それは、商品や地域のブランド価値を高めることに直結します。同社は全国を飛び回り、地域がそれぞれに抱えている物流の課題にアプローチ。各地の送り手の困りごとを解決することが沖縄県、そして日本全体の輸出の間口の拡大につながるとの信念を持ち、既存のルート（常識）に縛られず、合理的に物を運ぶためのアイデアを提供しています。



フォワーダーのミカタが変わる（フォワーダーの機能・可能性）

- 地域や環境によって異なる物流課題を掘り起こす
- 国内の合理的な輸送ルートを構築
- 輸送コストの見直し、輸送スピードの向上

海外輸送のネックを払拭し、
輸出の可能性を広げる！



企業基本データ

沖縄日通エアカーゴサービス株式会社 (OAS航空)

【代表】森川 智太
 【住所】沖縄県豊見城市字与根 491-2
 【TEL】098-894-8811



株式会社 萌す

萌すの3つの力

1 常識に風穴を空ける発想力と提案センス

これまでの常識に風穴を空ける“発想力”が、同社の持ち味。輸出事業に乗り出すきっかけとなった沖縄近海産の鮮魚の販路開拓では、もともと需要が少なく他地域との競争にさらされる築地（東京）にマーケットを作るのではなく、沖縄近海の魚種を好んで食べる国へとターゲット変更することで沖縄県産鮮魚の活路を見いだしました。さらに出荷量の変動がネックになる鮮魚を取引先に無理なく取り入れてもらうため、日本の居酒屋ではお馴染みの「黒板メニュー」の活用をアドバイス。取引先のメリットまで考えた提案営業センスが抜群です。



2 商材の目新しさだけでなく、確かな品質を提供

生鮮品の中でも鮮魚の取り扱い、知識と経験に裏付けられた“目利き”が求められるもの。当社では魚介類の鮮度やおいしさの状態を、誰が見ても同じ基準で判断できるように数値化しています。判断基準となるのは、漁獲から取引先に商品が渡るまでの魚体の温度や状態を示す「腐敗値（K値）」。魚種や輸出先に合わせた適正な温度管理を実施し、データは取引先にも提供しています。生食利用できる期間から加熱が必要なタイミングの切り替えなど商品到着後の管理方法についてもアドバイスし、商品ロスの削減に努めています。



3 商品取引のスピード感

漁業者にとっても輸入先にとっても「新鮮な魚介類を新鮮なうちに届けて欲しい」という思いは同じ。双方のニーズに応えるカギは、輸送にトータルでかかる時間をいかに短縮するかにあります。輸送スピードを妨げる要因の一つになるのが通関手続き（荷物の検査、輸出入の許可）や業者とのやり取り。当社では国内の書類決済にかかる時間を2日から3時間へと短縮する仕組みを整え、現地業者とも柔軟に取引しながら、その時々で最もスムーズに届けるルートを確認しています。輸出に関する書類作成（仕入れ書、包装明細書等）のスピードにも定評が。

情報ソース

海外と国内に多彩な人脈 SNS も有効活用

輸出先の各国に在住する日本人やネイティブ（地元民）とのパイプを太く持ち、現地の飲食業界のネットワークやインポーター（輸入業者）との横つながりも活かしながら、輸出先のニーズをいち早くキャッチしています。また、岩手県産業創造アドバイザー、J R 東日本グループ海外事業アドバイザー、キリンビールブランドアンバサダーなど種々の活動を通し、地域で活躍する食の情報通たちとの関係づくりに注力。SNS を通じた交流などを通じて日本国内の鮮魚の情報を集め、商材の取り扱いを増やしています。



販路・アプローチ

ローカルの飲食店との直接取引

多くの商社が大口や定番取引ができる日系事業者や現地の小売店をターゲットにするところ、当社では輸出先のローカル（地場）飲食店をメインに開拓。商材の多くは天候で出荷量が左右される天然物の魚介類であるため、少量多品種でさばくことができる規模や業態にアプローチしています。直接取引でコストを抑え、スーパーなど小売店への卸売価格よりも高い単価で取引できることから、小口取引でも十分なメリットを生み出しているのが特長。SNS や口コミで認知度がアップし、輸入元（飲食店）から直接注文が入ってくるのも萌すならではの。



慣例にとらわれず、逆転の発想でマーケットを開拓
日本の鮮魚で新しい価値をつくる

萌すのバックグラウンド

シンガポールや台湾、タイなどへの鮮魚の輸出事業で成長を続ける新星企業・萌す。県内魚市場のセリ権を取得して代表自らが鮮魚を買い付けるとともに、食のコミュニティを通じた日本各地の鮮魚の取り扱いルートを確認するという従来の商社にはない異色のスタイルを確立。設立から2年で売上を5倍に拡大し、週に数百キロから1トンの鮮魚の輸出実績を上げています。商社設立以前は地域おこしをテーマにした観光業に従事。その中で県漁業の衰退や担い手不足の問題を身近に感じ、地場産業の課題解決に一役買いたいと事業をスタートしました。

沖縄県内の地域商社としては後発組にも関わらず同社が鮮魚のマーケットを構築できたのは、何と言っても固定概念に囚われない「発想の転換力」にあります。私たちの頭の中には「高品質な商品であれば何

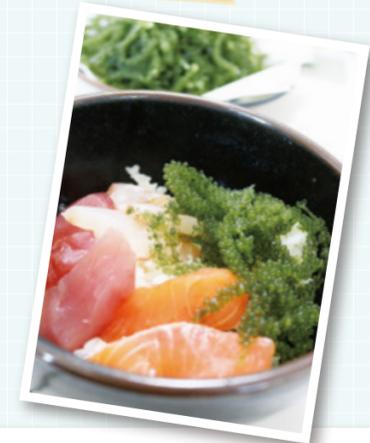
でも売れる」という神話が少なからずあるかもしれませんが。しかし、自分たちが良いと思う商品が、必ずしも買い手の“本当のニーズ”（商流）をとらえているとは限らないのです。同社は「鮮魚であれば築地へ」という固定概念から脱却。脂乗りが少ないなどの理由から日本国内で需要が少なかった沖縄近海産の鮮魚のマーケットを、沖縄以南の国々に移しました。淡白な味とされていた魚は現地の食文化や嗜好にマッチするだけでなく、むしろ「自分たちの地域から比べると脂乗りがよく、高品質」と評判に。高い付加価値を付けることに成功しました。

正しいパズルのピースをはめること。さらに、ピースをそのまま手渡すだけでなく、そのピースで何ができるか使い方を相手に渡す。このような“商流ファースト”の貿易が、萌すのモットーです。

地域商社のミカタが変わる（地域商社の機能・可能性）

- 国内で需要が少ない商材の「マーケットを変える」という発想
- 商材の活用方法を含めた提案営業ができる
- 商材そのものの価値を高める

ミシュランガイドで高評価を受けた
海外レストランでも
沖縄近海産の鮮魚が利用されるまでに！



企業基本データ

株式会社 萌す

【代表】後藤 大輔
【住所】沖縄県糸満市西崎 2-6-3 コーポなかそね1階
【TEL】098-856-7483



瑞富株式会社

瑞富の3つの力

1 知識と技術に裏付けられた商材提案

メンバーの多くが料理人ということもあり、加工や調理方法を含めた生鮮食品の取り扱いに長けていることが特長です。特に和牛をはじめとする食肉輸出は、カット方法から各部位のおいしさ、食べ方、盛り付け方法までトータル的な情報を提供。食肉販売の積年の課題でもある「売れにくい部位」の活用方法についてもPRすることで、1頭を無駄なく販売する工夫をしています。知識と技術に裏付けられた営業力で、現地の卸業者や飲食店を中心とする各取引先からの信頼を集めています。



2 食肉輸出のノウハウを持った加工場と連携

食肉の輸出には安全性の観点からさまざまなルールがあり、それらは貿易国同士（二国間）で交わされています。中でも食肉に関しては厳しい取り決めが、食肉処理場もしくは食肉解体場や加工場は取引国に認可を受けている施設に限定され、カット方法、箱詰め、ラベル表示などまで細かく規定。部位ごとの認定も必要です。同社では輸出用の食肉処理のノウハウを持った鹿児島県の食肉工場と連携。産地から輸出までの処理スピードを上げるとともに、取引先の要望に合わせた柔軟な取り扱いを可能にしています。

3 商材のテストマーケティングを国内で

アジア諸国からのインバウンド旅行者が急増している沖縄県。同社では、その環境を生かした商材のテストマーケティングができる場をプロデュースしています。沖縄観光の中心地・国際通りにある総合アンテナショップ「琉球王国市場」内には、日本全国の特産品を販売する「ALL NIPPON 市場」を展開。商材の需要や展開方法を国内でリサーチできるため、海外での販促活動のコスト（商品の輸送経費、人件費など）削減や商品改善にもつながります。売れ残った商品を、再び国内に運ぶ手間やコストも削減できることもメリットの一つ。



情報ソース

現地の飲食店と沖縄県インバウンド旅行者から得られる“生きた情報”

刻々と変化する現地の需要や飲食業界の環境について、“生きた情報”を集められるのが同社の強み。輸出国駐在の営業担当と日本在住の営業担当が協力して現場回りを行い、得られた情報は提携の食肉加工場にまで落とし込みます。さらに、沖縄県を訪れる年間984万人のインバウンド旅行者をターゲットにしたアンテナショップを展開し、外国語に堪能な販売スタッフを配置。購買層や購入理由、試食の感想などをマーケティングし、より精度の高い商品改善やアプローチ方法の提案を行っています。



販路・アプローチ

現地の飲食店・商社へ直接営業

輸取出引先に進出している日系ディストリビューター（卸売業者）やローカル（地場）ディストリビューターと提携し、飲食店への同行営業を中心に販路を開拓しています。アジア諸国では幅広い商材を取り扱う総合商社や卸売業者が多くを占め、分野に特化した知識を備えているとは限りません。そこで、すでに現地業者が確立させている販売システム（受発注や配送など）を活用し、商材の特徴や活用方法の教育も兼ねた提案営業を実施。品質の良さあし見極めに加え、適正価格で取引できることが信頼を生み、受注を伸ばしています。



商社と作り手の協力体制で日本の輸出を次のステージへ

瑞富のバックグラウンド

東京を拠点に和牛やマグロを中心とした生鮮品の輸出業に携わっていた市川代表をはじめ、料理人というバックグラウンドを持つ人材がメンバーとして参画する瑞富。日本とアジアのハブであり、貿易機能が発達する沖縄の特異性を活用し、県外からの参入組として貿易事業を展開しています。

同社では食材を取り扱う調理スタッフや消費者の目線に立ちながら現地のニーズをチェックし、常に一步先を見据えた展開を大切にしています。例えば、日本のブランドを代表する和牛においても「世界は次のステージに向かっていく」というのが同社の考え。以前は富裕層を中心に食されてきましたが、アジア圏の和牛市場はすでに成熟しつつあり、購買層はマス層に移行。従来のような高価格帯での取引はこれまで以上に困難になり、必要な部位を必要なだけ輸出できる仕組みを整えている海外諸国との競争は厳しさを増しています。

また、和食ブームの裏側には「オペレーション」問題も。現地の飲食店スタッフは牛肉の調理・加工知識が少なく塊肉を送っても扱えないばかりか、地価高騰によるバックヤード確保の難しさなど様々な課題が見えてきました。

食肉の分野に関わらず、世の中には物があふれ、時代は“良いものを送る”だけでは購買につながらないステージに突入しています。このような実情を踏まえ同社では、食材の取り扱いの指導や日本料理のトレンドをアドバイスするなど商材に付加価値（情報）を乗せて「取引先に求められる商社」の地位を獲得してきました。同時に、輸出を検討している日本国内の皆さんが一步を踏み出せる場（ALL NIPPON 市場）づくりに着手。作り手や地域が自ら輸出を学び、本気で向き合える風土を醸成しています。商社と作り手双方が協力し、時代の荒波を泳ぐ。そんな日本の貿易の未来を、瑞富は作っています。

地域商社のミカタが変わる（地域商社の機能・可能性）

- 商品以外の付加価値を提供できる
- 沖縄県内での商材マーケティングをサポート

海外進出のステップを沖縄県内で
地域一帯で特産品のPRにチャレンジ！



企業基本データ

瑞富株式会社

【代表】市川 哲
 【住所】沖縄県那覇市久茂地 2-22-12
 久茂地 UF ビル7F
 【TEL】098-860-1527
 【URL】http://mizutomi.jp/



株式会社 あんしん

あんしんの3つの力

1 全体最適の視点で物流を組み立てる“ロジスティック物流”

自社の物流センターや輸送車両、在庫管理システムとともに、県外の協力会社の機能も活用した物流サービスを展開。配送のリードタイム（発注から納品までにかかる時間）、品質管理、コスト設計などをトータルでコントロールしながら、送り手と受け手の双方にとって「必要なものを、必要なタイミングで届ける」ことができるのが同社の強みです。例えば小売店に対しては、天候や倉庫の在庫状況などを見極め、商品の発注量やタイミングを提案。店舗に在庫がなくなる前に商品を届ける、“攻めの物流”を展開しています。



2 国内、国外のベースカーゴを獲得

台湾を含む中国本土や東南アジアに物流網を敷く、台湾大手物流会社の「WAGAON グループ」とパートナーシップを締結。沖縄をはじめとする国内物流を「あんしん」が、台湾を含むアジア諸国の物流を WAGAON グループが担う「ダブルハブ構想」で、貿易を取り巻く課題（輸送時間やコスト）解決のための仕組みづくりに取り組んでいます。また東京、大阪、福岡に営業部門を設置。沖縄県内はもとより、日本各地からコンテナ、混載貨物、常温・冷凍貨物など多種多様な貨物を年間を通じて取り扱い、安定的な物量（ベースカーゴ）を獲得しています。



3 世界規模で企業と企業をつなぐ

商品企画や広告・マーケティング、不動産など幅広い事業を手掛け、沖縄県内のビジネスノウハウを持ったグループ企業「シンバホールディングス」の一員である同社。グループのネットワークを生かし、地元企業だけでなく、沖縄にビジネス進出をしている県外の大手企業（小売店や飲食店など）の物流もコーディネートしています。また、現在は中国本土や台湾にある免税店向けの物流を構築しているところであり、サプライヤー（物品供給者）として現地の輸入者と国内顧客をマッチングする役割も担っています。

あんしんの役割

物流ハブとしての沖縄の発展に尽力

沖縄県では、那覇空港と香港・上海・バンコク・シンガポール・クアラルンプールの空港間の貨物運賃を県が補助する「航空コンテナスペース確保事業」を推進し、アジアに向けに全国の特産品を輸出する取り組みを行っています。同事業を加速させるポイントになるのは、内航運賃。全国から沖縄への貨物量を増やすことで積年の課題である内航運賃を抑え、海外輸送全体にかかる輸送コストを低減させる必要があります。そこで同社では、沖縄と海外、沖縄と国内の物流量をアップする仕組みづくりに尽力。国内企業との協力体制を整え、海外の大手物流会社との戦略的パートナーシップなどを通し、海外・沖縄・国内の輸送ルート柔軟に組み換えながら“日本と海外のハブ”としての沖縄の発展に貢献しています。



マーケットインで組み立てる“攻めの物流” 「国内ー沖縄ー海外」の物流網づくりで海外進出を応援

あんしんのバックグラウンド

50年以上前から沖縄県で物流サービス事業を続けてきた“あんしん”。オート三輪での商品輸送から事業をスタートし、現在では沖縄全土（離島も含む）をカバーする地場の一大運送会社に。県外にも営業部を構え、幅広い地域を事業領域にしています。

同社が大切にしているのは「お客様の隣に立つこと」。荷物を機械的に届けるだけでなく、送り手のニーズや課題に踏み込みながら解決策を提案。「県外集荷→船や輸送スペースの確保→沖縄県内での商品管理→配送→廃棄」までを考えた、ワンストップ物流サービスを提供しています。

また、県内では「関わらない企業がない」というほど多彩なネットワークを形成。中でもメーカーから小売、卸業者から販売店などの商品輸送を担う「販売物流」を中心に、B to B の配送網を持っているのが特長で

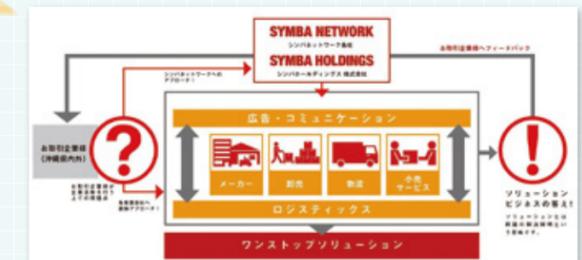
す。沖縄本土と宮古島をはじめとする島の物流を担っているのも、あんしんの持ち味。アジアや東南アジア諸国に多い島への物流に、同社の“離島モデル”がマッチする可能性も見えてきました。

沖縄県は近年、人口やインバウンド旅行者が増加し、インフラも整備されたことから国内の企業（小売店や飲食店など）が次々に参入。“日本のショールーム”として注目を集めています。同社ではこの沖縄の特色を生かし、日本と世界のハブである沖縄の機能や強みをさらに高めるため、既存の枠にとられない物流の形を模索してきました。そして、沖縄の可能性や構想に呼応する企業とのパートナーシップづくりに積極的に取り組み、沖縄に関わる全ての人に物流の力で応え続けています。

フォワーダーのミカタが変わる（フォワーダーの機能・可能性）

- ロット数の多い商材を購買力のある大手小売企業などとマッチング
- グループの機能を生かした沖縄県内でのマーケティング
- 実際の輸出を想定した物流設計

商品マーケティングから物流まで トータルコーディネート！



企業基本データ

株式会社 あんしん

【代表】照屋 勝士
【住所】沖縄県浦添市西洲2-7-4
【TEL】098-871-0080



沖縄県貿易協会のサービスメニュー一覧

1 輸出実務代行

輸出書類の作成から各種申請代行、商品によって必要となる書類手配に関することまで、輸出実務を徹底サポートします。



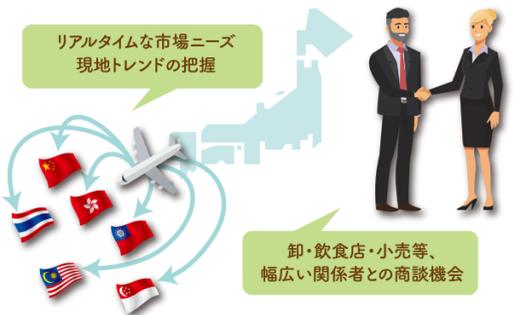
2 輸出人材育成支援

貿易の基礎から変化する各国市場毎の貿易事情まで、長年培ってきた貿易ノウハウと豊富な経験者が人材育成のために学びの機会を提供します。



3 マーケットイン型の国内・海外販路開拓支援

県内地域商社が持つ県内外及び海外各国とのネットワークを活用し、リアルタイムな市場ニーズの把握と流通から飲食店まで幅広い関係者との販路開拓をサポートします。



4 訪日外国人向けテストマーケティング支援

沖縄県内を訪問する外国人旅行者を対象に、県内地域商社が運営する飲食店、ホテル、土産店等でテストマーケティングを行い、調査結果のフィードバックと商品改良や新たな販路開拓を支援します。



国内運賃のコストカットができるすごさ!

- H: 沖縄の物流って本土の地域によってはとても優位性がありますよね。もっと多くの方に活用してほしいですね!
- O: 沖縄までの国内運賃をネックに感じている方も多いかもしれません。OAS 航空は混載サービスの確立によってコスト軽減を図り、沖縄経由によって本土から海外直行の従来コストの削減に成功しているんですよ!

地域商社の枠を超える施設と仕組みのすごさ!

- H: 県内の複数の飲食店や施設をフル活用することで、サプライヤーの海外展開の実現を一緒にやろうとしてくれるんですね。これは、もはや商社の枠を超えた連携体制ですね!
- J: 地域の皆さんと貿易にチャレンジできることは、沖縄文化を世界に伝えるための強力なパワーになります。一緒に日本の魅力を発信しましょう!

海外市場が欲しいものを知っているすごさ!

- H: どうして商品に新たな価値を付けたり、市場を作り出せるんですか?
- K: それは、沖縄の地域商社の持つ各国ネットワークがとても密なコミュニケーションを取っているから。マーケットが欲しいものや商品の良さをきちんと把握しているからなんです!

ライター長谷川が気づいた!

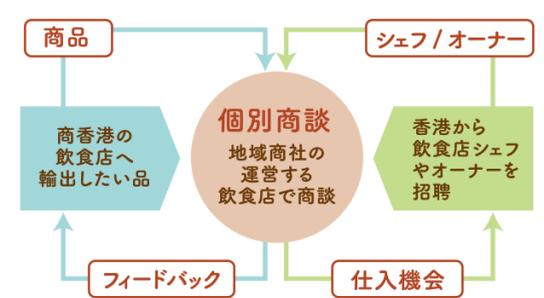


沖縄のすごさ!

取材者 長谷川 みちる
酪農ライター、編集者。北海道札幌市在住。ITベンチャー、編集プロダクション、農業系大学での編集・出版部門勤務を経て、フリーランスへ。農業・漁業(特に酪農)などの一次産業、町づくりなどを中心に、全国各地を取材。

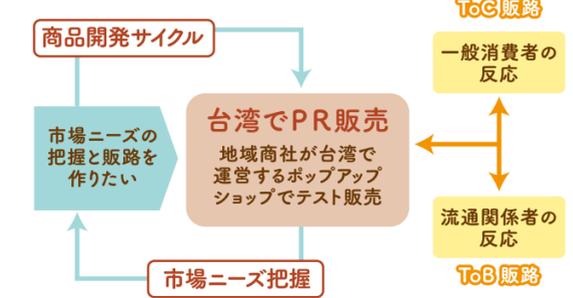
沖縄のすごさ!
最近の海外展開コンサルだと、物産展を開催して「はい終わり」とか、バイヤーを繋ぐだけで多額の費用が掛かったり、そこから先は別料金ですとかいうコンサルも多いよ。そんな中でも沖縄の地域商社は、サプライヤーに寄り添いながら、一緒に様々な海外展開サポートをしてくれるんですね。

活用モデルケース ①



- ▷ 顔の見える相手との商談
- ▷ 継続的な関係構築
- ▷ 商談機会を経て輸出実現へ
- ▷ 現地ニーズの把握

活用モデルケース ②



- ▷ ToC/B 双方へテストマーケティング
- ▷ 現地ニーズ
- ▷ 商品改良・開発サイクル
- ▷ マーケットイン実現

沖縄で海外輸出マーケティングができるすごさ!

- H: 沖縄にはたしかに外国人観光客がたくさん来ていますよね。ここに来る外国人に PR をして、嗜好に合うかどうかを見極めて海外に売る…。とても合理的なやり方ですね!?
- M: そうなんです。海外バイヤーも本当に売れるものかどうか分からないものは、リスクを感じてなかなか仕入れに踏み切ってくれないので、「沖縄で売れた」というのはとても大事な情報になるんです。

海外現地に売り場があることのすごさ!

- H: 現地に売り場を作るのはとても大変ですよね?しかも、現地 EC サイトまで対応してるんですね。
- A: 物産店だけで終わらせたら、勿体ないですからね。せっかく輸入規制に対応して持ち込んだ商品を「継続 PR」できるようにするためには、現地の販売の棚の継続使用や、今なら EC サイトでの販売も重要になります。『E Japan』は、そのためにオープンしたんですよ!