報告書

第二回 行政輸出塾 in 沖縄（9/19）

株式会社プロダクツ・プラニング
株式会社Aglin

第二回 行政輸出塾 in 沖縄（9/19）
「農林水産物・食品輸出の実情を知る！」

1．イントロダクション

2．講演　（13:30～15:10）

- インバウンドを活用した輸出　（13:30～14:00）
  - ✓ マリンポートパートナーズ株式会社：代表取締役社長　今川雄太　氏
- 輸出取組の紹介　（14:00～14:30）
  - ✓ まさひろ酒造株式会社：代表取締役社長　比嘉　昌泰　氏
- 海外市場の動向　（14:30～15:10）
  - ✓ タイ輸出支援プラットフォーム：忠田　吉弘　氏

3．意見交換　（ディスカッション：15:15～15:50、発表：15:50～16:00）

- 講演感想の共有、輸出支援にあたっての新たな気づき等についてグループにてディスカッション

4　まとめ

講演の様子













Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

各講演の質疑応答（1/2）

まさひろ酒造 比嘉氏

✓ 色がついてないお酒は振り向いてもらえないという状況であるが、泡盛を海外展開するためにはどのような工夫が必要か。

- 泡盛に血栓を溶かすという健康効果がある。そのような切り口は可能性が合うのではないか。しかし、薬に関する法律などもあるため注意する必要がある。
- 健康路線での可能性は高いが、新たなカテゴリーを作ることになるため、時間とお金がかかる。

✓ 泡盛はカテゴリー以外に何が差別化ポイントとなるのか。

- 現在はライススピリッツとして販売している。カテゴリー内の商品が少なく、アイテムが少ないのは利点であるが、そもそも現地に定着していないため、スーパーへの陳列の際には新たに棚を作ってもらう必要がある。

✓ 独自のルート使用以外で価格を下げるためにはどのような工夫ができるか。

- 資材を海外から調達すると良い。国内の競合他社よりも価格が抑えられ、海外で競争できるようになる。

✓ 現地販売をするうえで苦労した点はどこか。

- 時差を考慮した上での稼働が厳しかった。参考にするために、ベンチマークにしている海外大手の会社を見つけて、話を聞くことに苦戦した。

✓ 現地のコールドチェーンの状況はどうなっているのか。

- 冷蔵商品の取り扱いがないため詳しくはわからないが厳しそうである。倉庫の枠も決まっており、新規商品の参入は厳しい。

✓ 現地インポーターを探すうえで見分け方のコツはあるのか

- 自社の場合は販売したいチャネルの口座を持っているか・プロモーション実績があるのかを重視している。メーカーが不在でも販売できるようにプロモーションに使用するコンテンツをまとめて渡すようにしている。そうすると横展開されることもある。

Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

各講演の質疑応答（2/2）

マリンポートパートナーズ 今川氏

✓バイヤーからは台湾で売っていない商品や観光客が買って帰る商品へのニーズが高いとのことだったが、農林水産物は原材料にあたると認識している。農林水産物に関しても輸出の可能性はあるのか。

- どの国もベースとして自国にない商品に対するニーズが高い。野菜・果物などに関しては沖縄は台湾との物理的距離が近いこともあり似通っている。そのため現地調達が好まれるがシンガポール・香港は野菜を育てる土地がなく、状況が異なる。
- 野菜以外であると和牛や健康食品は可能性が高いが、青果物をそのまま輸出することには苦戦している。

タイ輸出支援プラットフォーム 忠田氏

✓タイ向け輸出はどれだけ良い輸入業者を見つけられるかがファーストステップになるかという認識で間違いないか。

- 間違いない。輸出業者を探すのか、販売先を探すのかによって商談会参加方法も変わってくる。一社独占型での輸出はメリットもデメリットもある。酒類に関しては一銘柄一社と決まっているため注意いただきたい。

✓牛肉の価格が下落しているとのことだが、詳しい状況を教えていただきたい。

- 基本的にはロイン系の流通がメインになる。 市場が飽和したこと、オーストラリア産和牛の価格が下落し、日本産と価格差が開いたことが主な要因である。非ロイン系部位も売り込むことが重要である。

Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

（参考）事前にいただいたテーマ

行政輸出塾で講演者に聞きたいこと（申込フォームより）
個人輸入（ハンドキャリー等）の輸入品への影響の現状や実例、対策　等 ※以下、私が実際に経験した事例です。 ・５月頃に梅酒の商談をした際、メーカーからは台湾への輸出歴はないと言われていたにも関わらず、台湾のECサイトにて販売されているのを台湾バイヤーに教えてもらいました。 ・その価格があまりにも安く、通常の輸出では考えられない値段で販売されていたため、商談も破談に終わりました。 ・弊社の推測ですが、このECサイトの商品は現地の方が日本に旅行した際にお土産品として購入し、機内預け荷物か何かで空輸・税関を通さずに販売という流れかと思います。
講演で取り扱われるか分かりませんが、行政主体による輸出をつなぐ取組の事例等について学びたいと考えております。
海外市場の動向、輸出時の留意点　→**タイ輸出支援プラットフォーム様の講演**
・購買力の高いバイヤーの見分け方　→**まさひろ酒造様の講演** ・欧米豪への日本食品等の評価、人気など（マーケティング情報など）
生産者・メーカー様から輸出取組の際の障壁（苦労した点）、その際にどうように解決をしたのか（どこの支援を仰いだのか）等、詳しくご教示いただければと存じます。　→**まさひろ酒造様の講演**
インバウンドを活用した農水産物の輸出について　→**マリンポートパートナーズ様の講演**
講演や他支援機関担当者様の課題

意見交換

1. 輸出支援にあたっての新たな気づき等について、
   グループにてシェア（30分）
   - 自己紹介
   - 新しかった視点・理解の共有
   - そこから生まれた疑問
   - 業務にどう活かせるか
2. 各チームからの発表（15分）

意見交換の様子







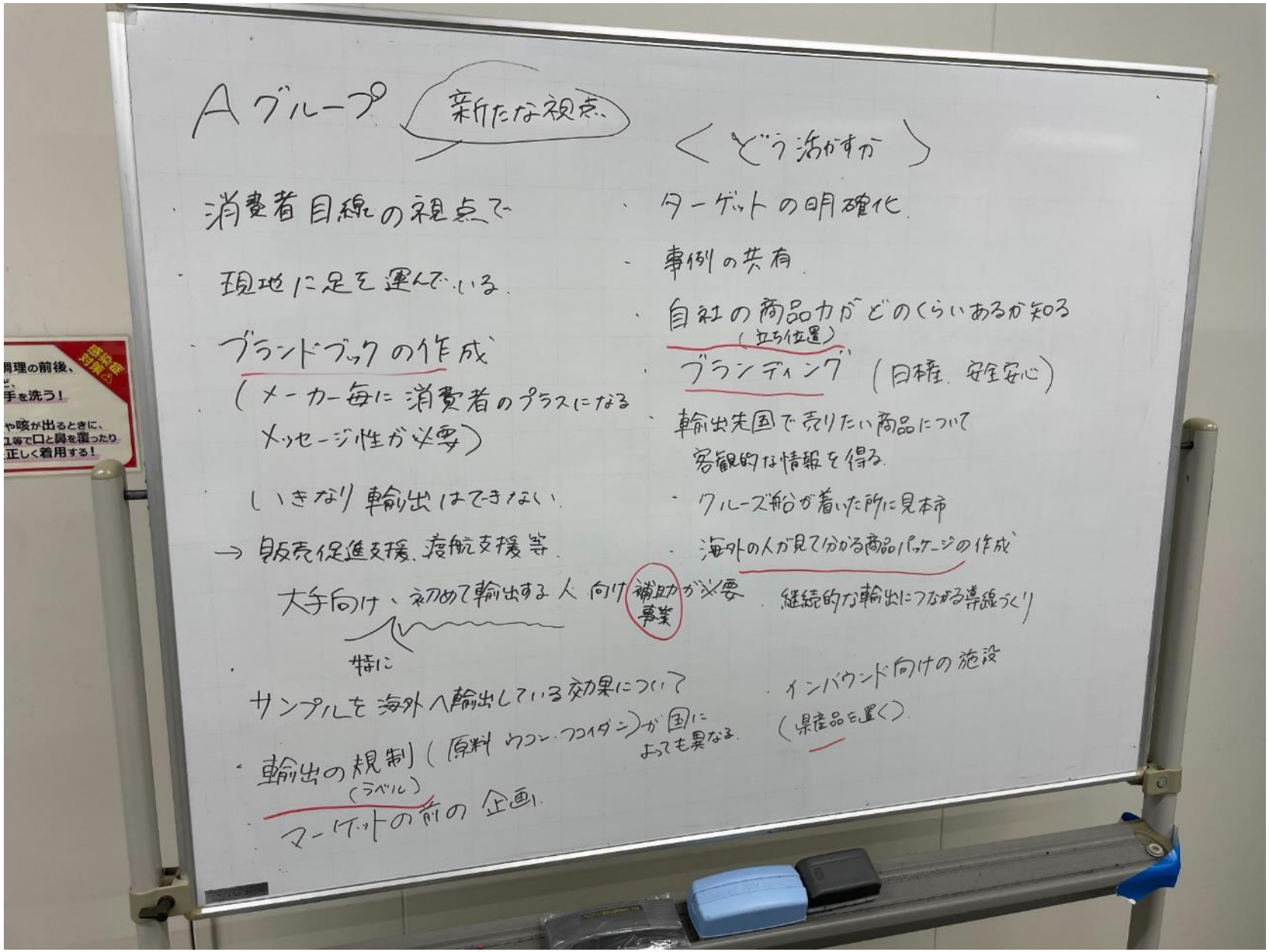






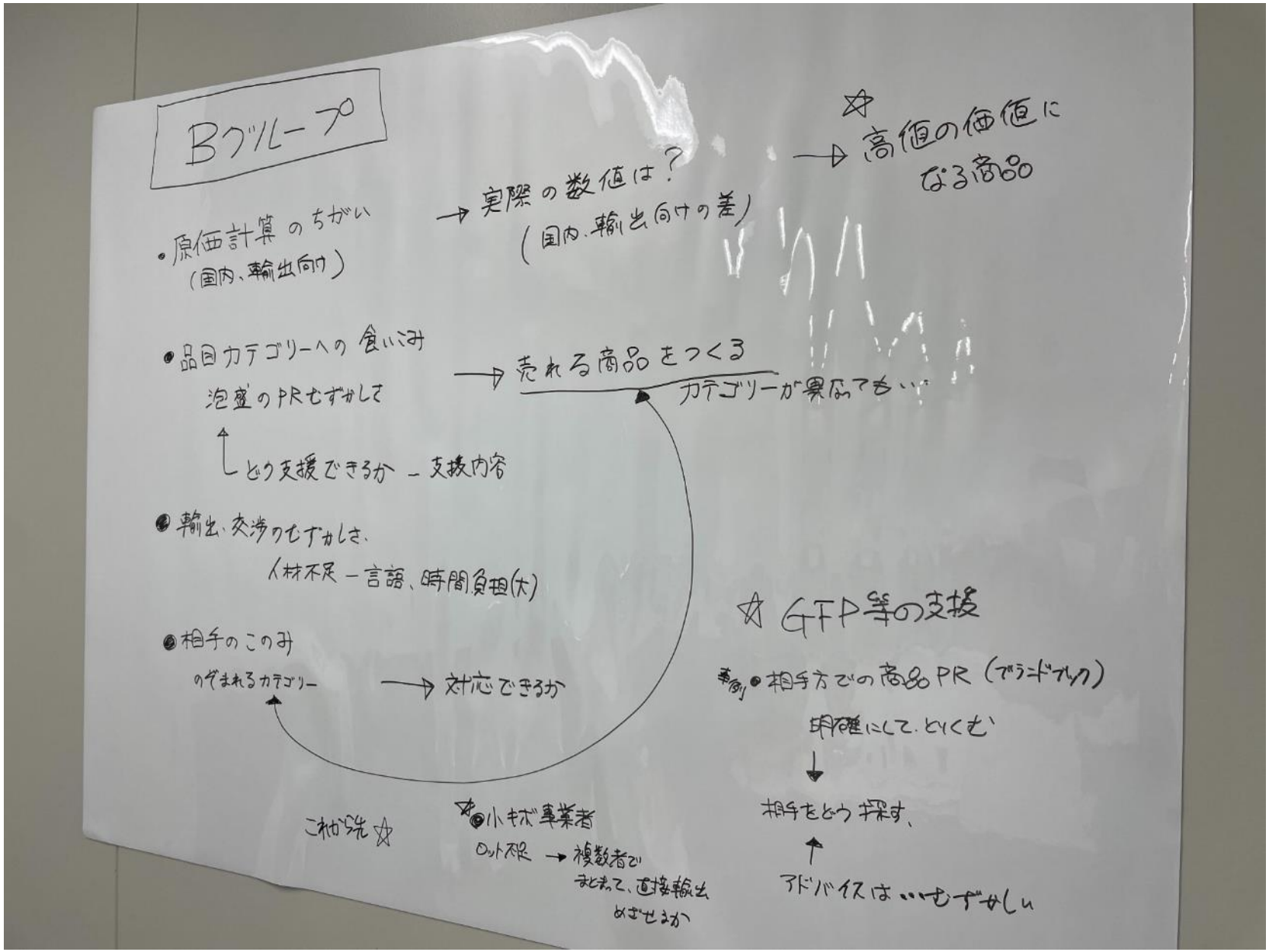
Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

アウトプット　～グループA



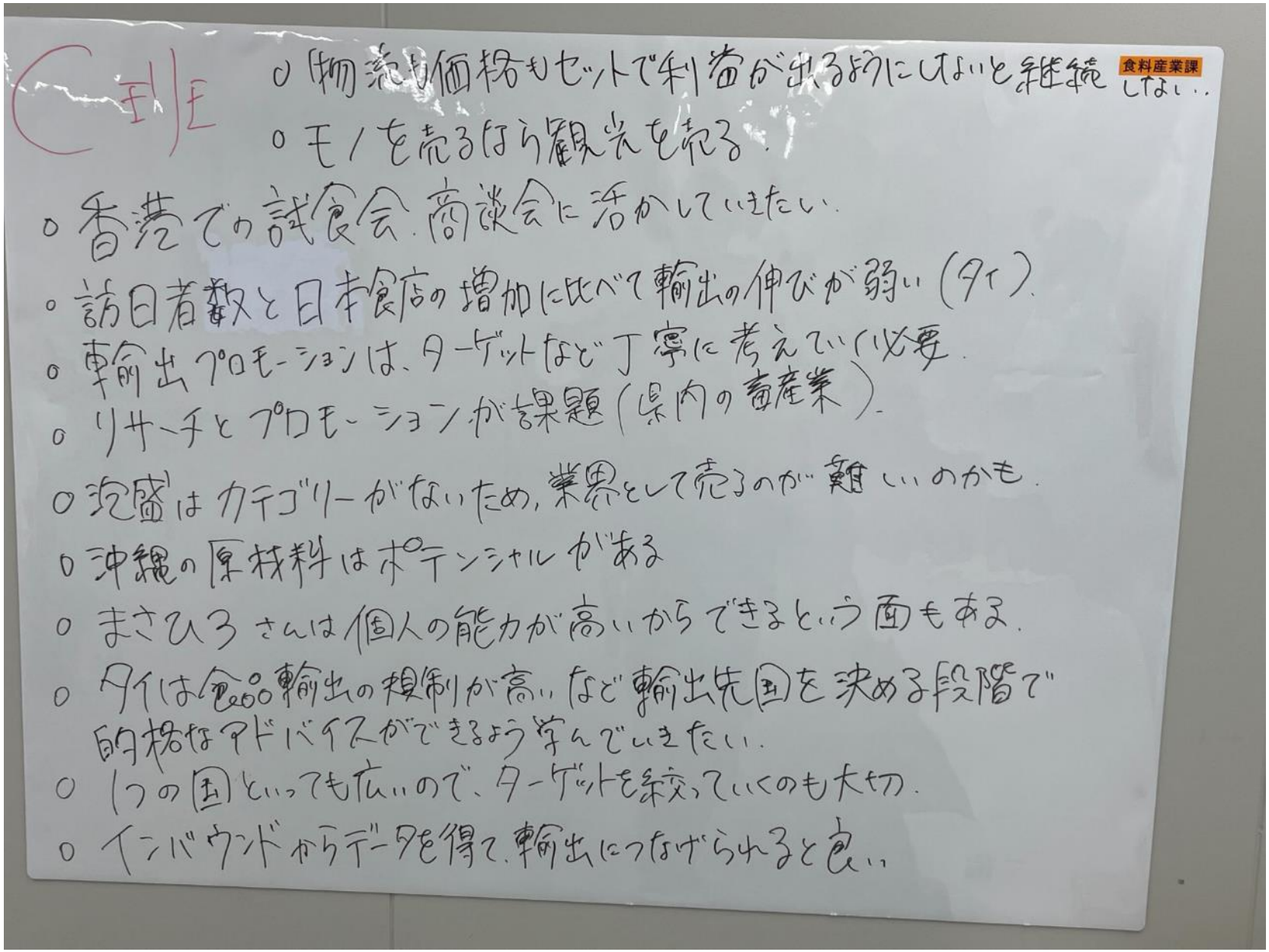
Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

アウトプット　～グループB



Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

アウトプット　～グループC



Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

～クロージング～



チーム毎の発表・講評

～クロージング～

本日の目的

- 直接事業者の声を踏まえて、輸出支援に向けて必要な要素を学ぶ
- 自分たちがどういう支援ができるのか？
  自信もって支援できる人は誰か？
- 関係者間でのネットワーク構築

本日のワークを通じた感想

①今回のワークでの気づき・議論できたこと

②今後輸出支援で取り組みたいこと
行政輸出塾で取り組んでほしいこと（部署からみて）

参加者からの声（1/5）



- 色々なアイデアが出るが、自治体・団体を跨いでの連携は難しいと感じた。補助金が対象となる内容には、決まりがあるため柔軟な対応は難しい。
- 個人的には、商工会議所や中小企業支援機関との情報共有を次年度の事業見直しに役立てたい。



- インバウンドの行動を読んで買ってもらえる物を作って売るなど、企画/戦略の重要性を再認識した。
- ブランドを意識した商品でも難しいのに、野菜や魚などの商材はさらに難しくハードルも高いことを学んだ。
- 今後、本塾では輸出をしたいが知識がない人が具体的にどのような手順で輸出を実現させたのかケーススタディがあると有難い。



- 個人による並行輸出＝新たなビジネスチャンスになると気づいた。
- 相手の好みに入り込まないと商品を売るのは困難であると学んだ。
- 今後はインバウンドでの人気商品を調べ、輸出提案に繋げたい。また、ブランド構築の仕方について学び、県産品としての商品認知を広げたい。

Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

参加者からの声（2/5）



- 売りたいよりも売れる商品を販売することが重要だと分かった。また、カテゴリーのない品目は難しく、国内外の競合他社の存在を意識する必要がある。
- 生産者が主体的に輸出に取り組むことが重要である。
- 事業者向けの講演会・アドバイス会などに取り組みたい。



- 今川さんの話をもう少し聞きたいと思ったが、いろいろな方の話を聞けて良かった。
- 支援機関として支援する内容には限界があると思うが、輸出初心者と中・上級者とで異なる内容でより寄り添った支援ができたら理想的である。



- 今回の講演を聞いて、改めて輸出のハードルが高いことを痛感した。やはり支援機関の熱い支援が重要だと思う。
- インバウンドが増加している今が好機であるため、沖縄県内で県産品のプロモーションを積極的に行い、認知度を高める工夫をすべきと考える。

Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

参加者からの声（3/5）



- 台湾に関しては農・水産物の需要は低く輸出規制も厳しいため、難しいかもしれないが、香港やシンガポールについては沖縄の農・水産物（サプリなどの原材料）の需要はまだ見込めることを知ることができた。
- 完全に民間団体だからこそ事業者との距離が近く、できることはあるかと思う。
- まさひろ酒造さんの話にあったように、今まで「商社・輸出業者」をはさんで輸出するというルートを抜かし輸出する取組が面白く、他事業者にも事例を展開していきたい。



- 台湾を中心としたマーケティングの考え方、泡盛の経営戦略上の判断の仕方が参考になった。また、タイを中心とした各国毎の規制の在り方と商材毎の戦略立案の難しさ、個社と支援機関の立場の違いにも気付くことができた。また、各支援機関の悩みの共有や情報交換も行えた。
- 各支援機関の役割の把握と補完するような支援に取り組んでいきたい。



- 海外展開に向けたプロモーションの重要性や輸出する商品の選び方など興味深い話ができて良かった。
- 実際にモノが税関を通って現地に到達する流れを見てみたい。

Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

参加者からの声（4/5）



- 輸出に関わる関係機関・団体の意見を交換することで的確な支援等に繋げていくことができると思った。
- 継続して交流していけるともっといろいろなアイデア等が出てくるのではないかと期待している。



- 今川氏・比嘉社長・忠田氏の発表をお聞きし、それぞれ様々な考え方をお持ちでしたが、その中でもリサーチ・ブランディング・プロモーションの3つが大事に思った。
- 上記3つを行いながらデータを収集し、それを基に検証してみるというのが我々の業界にも必要なのではないかと思った。
- それを我々が勉強し、事業者に伝え、指導していくことが役割として意識して取り組みたいと思った。



- 各関係者からリアルな取り組み、課題などを聞けて参考になった。異なるアプローチは特に面白く感じた。
- 本塾ではケーススタディとロールプレイに取組みたい。

Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.

参加者からの声（5/5）



- 今回の3名の講師から消費者の視点、メーカーの視点、そして現地の視点を横断的に学ぶことができた。多角的な視点を含めて、今後の輸出拡大につながるためのロジックを構築していきたい。
- 本塾で取組んでほしいことは、国別のペルソナを作りたいと思っている。どの国がどのような消費価値を感じてどのようなライフスタイルの消費者がいるのか、国別の指標ができれば、より輸出に向けて前向きな取組になるかなと思っている。



- 利益逆算式の話を聞き、製造メーカー出荷額から販売までの額の内訳をみてみたいと思った。ブランドブックを作成し、ターゲットを絞ったプロモーションを行うことで商談時間の短縮・マーケット戦略が構築できている事例は参考になった。
- 泡盛酒造メーカーも、マーケットインの手法で市場にマッチしたカテゴリーで売り上げを伸ばしているリアルな戦略を聞けて良かった。意見交換でも他の酒輸出事例を伺えた。
- グループワークでは、食肉は加工品メーカーの輸出が中心であり、今後は石垣島からの輸出先国が拡大する事、定期船の運航予定が伺え今後の輸出拡大への期待が高まった。

Copyright© 2024 PRODUCTS PLANNING,INC. Aglin. INC All rights reserved.