公表版（資料）

沖縄支援機関
第2回 行政輸出×インバウンド塾
（11/19）

株式会社プロダクツ・プラニング
株式会社Aglin

第二回　GFP沖縄行政輸出×インバウンド塾（11/19）
輸出×インバウンド施策の実践に向けて、どのように取り組むべきか？

1. 主催者挨拶（沖縄総合事務局）

2. イントロダクション（～14:10）
GFP沖縄事務局　株式会社Aglin　小野寺 宮春

- 第二回輸出塾の主旨と進め方
- 本日のタイムスケジュール、ディスカッションのテーマ「輸出×インバウンド」に向けて、目的の共有。

3. 沖縄県の地域資源を活用したインバウンド×輸出のあるべき姿（14:10～14:40）
株式会社アンカーリングジャパン代表取締役　中村 圭一郎

4. ワークショップ（14:40～15:30）

- **県内スポットにおける輸出プロモーション実践方法を考えてみよう！**

5. 発表時間（15:30～15:50）

6. クロージング（15:50～15:55）

- **GFP沖縄の直近の取組スケジュールの共有、アンケートのご依頼**

Copyright© 2025 Aglin. INC　All rights reserved.

2025年度GFP沖縄「行政輸出×インバウンド塾」

今年度は輸出×インバウンドをテーマに、輸出支援機関における課題解決の視座・現場でのアクションに向けたアイデア創出、横連携の強化を中心に取り組んできた。

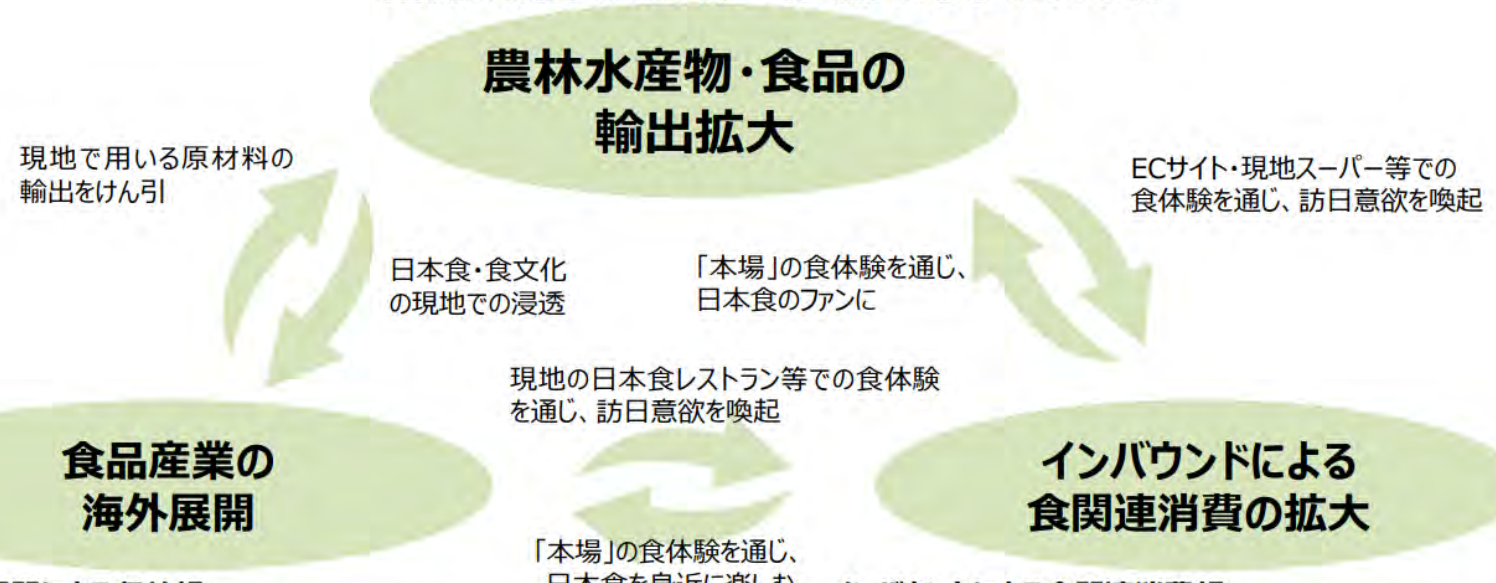
第一回（8月22日）	**「県内輸出支援機関×GFP沖縄にて実現できる輸出支援」** • なぜ輸出なのか？自分たちがどういう支援ができるのか？取り組む意義を理解する • 価値観→ビジョン→目標・計画・実践のフローの考え方を学ぶ。 • インバウンドの必要性・沖縄の強みを再認識しつつ、輸出施策への連動の観点を持つ。
第二回（11月19日）	**「輸出×インバウンド施策の実践に向けて、どのように取り組むべきか？」** • 県内スポットにおける輸出プロモーション実践方法 ✓ 県内の観光スポットやイベントを活用し、輸出につながるプロモーションをどのように現場で実践できるか？ **目的：グループ間にてアイデア出しを行いながら、気づき・インバウンド連携に向けた視点を培いましょう！**
第三回（開催日未定）	**内容検討中**

Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.

農林水産省：輸出拡大実行戦略「輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化」

○ **新たな食料・農業・農村基本計画**では、輸出拡大を加速するとともに、食品産業の海外展開、インバウンドによる食関連消費の拡大の連携による相乗効果を通じた**「海外から稼ぐ力」の強化に向けた目標を設定**
○ これらの目標の達成に向けて施策の具体化を図るべく、**輸出拡大実行戦略を改訂**

農林水産物・食品の輸出額
【現状】1.5兆円（2024年）→【目標】５兆円（2030年）



食品産業の海外展開による収益額
【現状】1.6兆円（2022年）→【目標】３兆円（2030年）

新設

＜施策の展開方向＞
- 海外市場の特徴や事業ステージに応じた**国内外での伴走支援体制**を構築
- **輸出支援プラットフォーム等の役割拡大**による**海外現地専門家の配置**や日系食品企業の**ネットワーク化**を推進
- 海外**現地のコールドチェーン**の構築を推進

インバウンドによる食関連消費額
【現状】2.3兆円（2024年）→【目標】4.5兆円（2030年

新設

＜施策の展開方向＞
- 地域の魅力ある食材や歴史・文化をひとつのストーリーとして、**インバウンドに訴求する地域づくり**を推進
- 訪日外国人の**旅マエ・旅ナカ・旅アトに効果的にアプローチ**し、日本食・日本食材のファンづくりを推進

Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.

沖縄ハブを通じた輸出価値のポイント

沖縄が有する3要素(輸送機能・コミュニティ・観光)のシナジー効果を通じて、新たな輸出モデル構築・産品価値の創出が可能。

沖縄の地域資源・ハブ機能の強み

輸送機能	コミュニティ	観光
那覇空港・那覇港の立地を生かしたShip&Air	**密接な関係にある地域商社との柔軟な横連携**	**沖縄ブランド・観光資源を活用した輸出プロモーション**
• 本土や離島からの産品を船便で県内消費用と合わせて大ロットで輸送 • 東南アジアへの豊富な路線就航を生かした速やかな航空輸出・検品拠点での活用	• 県内商社と連携した、迅速な情報共有・共同輸出・爆発物対応 • 限られた輸送インフラを有効的に活用するための柔軟な輸送スペース調整	• 沖縄ブランド・観光資源を活用したマンガ・動画等とのセット輸出 • 東南アジアとの近さを生かした海外バイヤーの招聘基地として機能

Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.

【2025年度】GFP沖縄でのインバウンド向け取り組み　～下地島空港（2025/11/8）

下地島空港(国際線有）にて、GFP沖縄産品12アイテムを韓国向け旅客向けにテスト販売及びニーズ調査を実施。認知度・満足度は高く、価格は千円台のものを空港・スーパーで買うケースが多い。未購入理由は機会不足と割高感、情報源はSNSが主だった。





サンプル：n＝23（韓国・台湾ほか／観光・知人訪問・仕事が主目的）
来訪頻度：初回～年数回まで幅広い（空港・観光地土産店での接点が中心）

1) 認知・購入・満足
•認知度：“よく知っている/ある程度知っている”が 87%
•直近1年の購入率：73.9%。
•購入満足度（購入者）：平均 4.55/5（Very satisfied が多数）。
2) どの商品が知られているか・買われているか・次に買いたいか
•認知TOP5（n件）：モズク(18)、黒糖(17)、紅芋(17)、海ぶどう(16)、泡盛(15)。
•購入TOP5：沖縄そば(9)、紅芋(8)、ジーマミー豆腐(8)、黒糖(8)、マンゴー/海ぶどう/沖縄塩/シークヮーサー/ちんすこう等（各6–7）。
•次に検討TOP：シークヮーサー、泡盛、沖縄塩、沖縄そば、ラム など。
3) 価格期待値（お土産購入時）
•最多帯：1,000–2,000円（11件）。
4) 情報源・購入チャネル：続いて 3,000–5,000円(4)、2,000–3,000円(2)、1,000円未満(2)、5,000円超(2)。
→ 基本は2,000円以下が主戦場、一部で高単価帯の受容もあり（酒類・ギフト想定）。
•情報源TOP：SNS/ネット検索（各12）、口コミ（10）、TV・ラジオ（6）、店頭情報（5）。
•買いやすい場所：空港(16)、スーパー(12)、観光地土産店(9)（道の駅・百貨店は少数）。
5) 未購入理由（分類）
•必要性を感じない(5)、入手機会がない(3)、価格が高い(2)、知らなかった(2)、品質懸念(1)。
→ “機会の欠如”と“価値（価格/必然性）訴求不足”がボトルネック。
6) ブランド印象（1=全くそう思わない～5=とてもそう思う）
•おいしい/ユニーク/土産に良い/安全/高品質/健康的が概ね4以上、適正価格のみ相対的に低め。
→ 味・独自性・ギフト適性は強み、価格認知が課題。
7) 自由記述（要旨）
•「もっと多様で健康的な商品開発を」「紫芋を使ったお菓子のバリエーションを」「少し塩分控えめに」「海が綺麗！（好意的印象）」など。

【2024年度】GFP沖縄でのインバウンド向け取り組み　～クルーズターミナル（2024/2/20）

那覇のクルーズ船ターミナルにてGFP沖縄40産品のテスト販売調査を実施。欧米系の乗客2,000名向けに訴求。2024年度事業にて好評であったため、継続的に実施することでGFP沖縄の認知度拡大・事業者の販売機会提供に繋げる。



















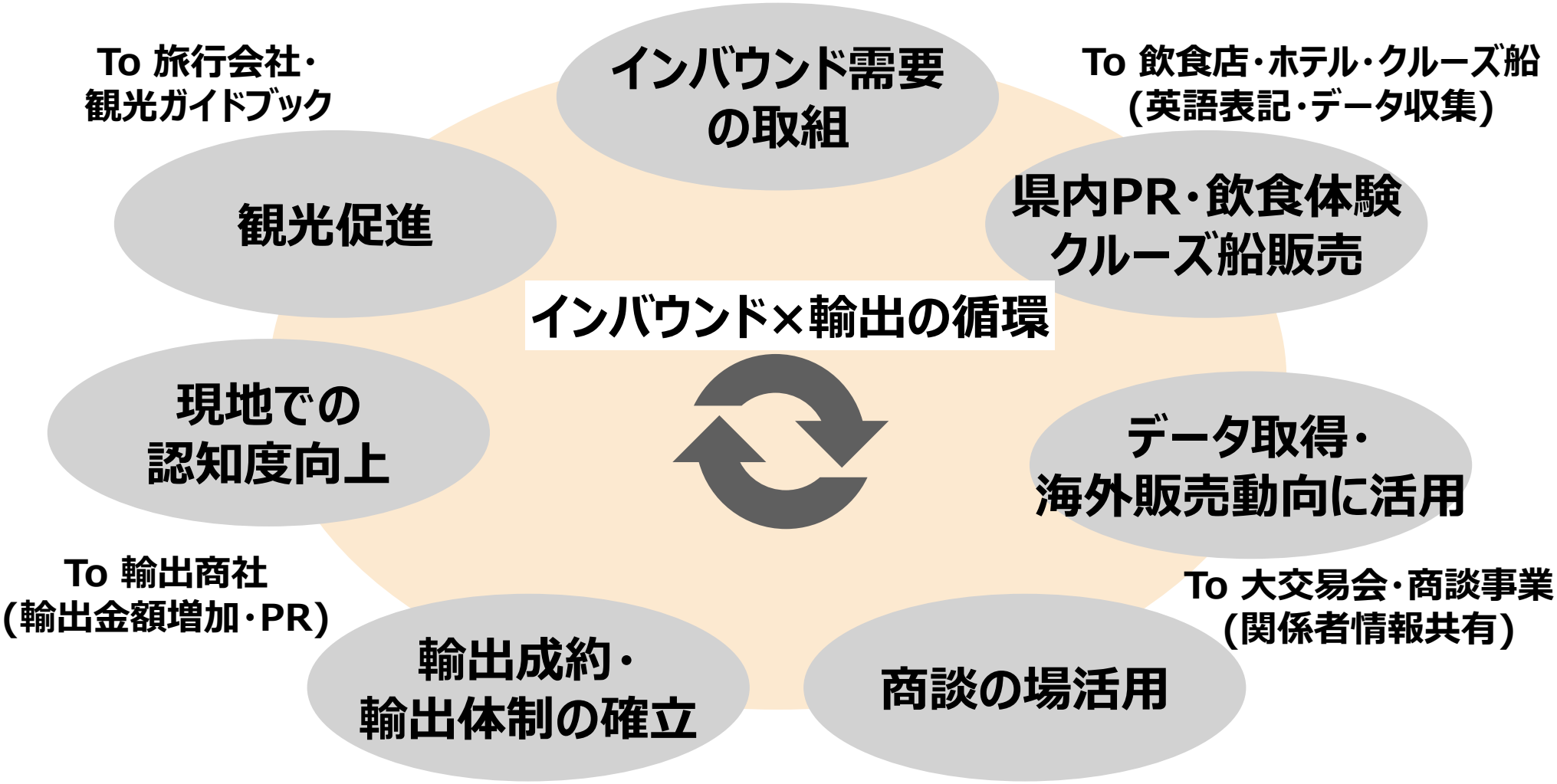




Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.

インバウンドの考え方

沖縄県内×海外現地ので認知度向上を図りつつ、モノ＆情報が循環することで、輸出金額の増加に寄与。



Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.

【実践事例】鹿児島県カンパチ・ブリの販路拡大

台湾ツタヤ
(定期販売・書籍×食品)

バイヤー招聘
(消費者としてのファンづくり：自腹でも来たい！)

To 旅行会社・
観光ガイドブック

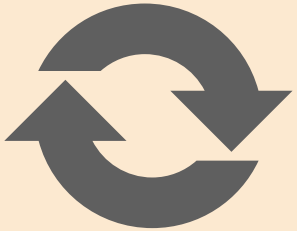
To 飲食店・ホテル・クルーズ船
(英語表記・データ収集)

インバウンド需要
の取組

観光促進

県内PR・飲食体験
クルーズ船販売

インバウンド×輸出の循環



現地での
認知度向上

データ取得・
海外販売動向に活用

To 輸出商社
(輸出金額増加・PR)

To 大交易会・商談事業
(関係者情報共有)

**現地EC販売網
商品開発**
(手軽さ・どこでも買える)

輸出成約・
輸出体制の確立

商談の場活用

**市場調査・
売上分析**
(人気商品がわかる)

Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.

第二回　GFP沖縄行政輸出×インバウンド塾（11/19）
輸出×インバウンド施策の実践に向けて、どのように取り組むべきか？

1. 主催者挨拶（沖縄総合事務局）

2. イントロダクション（～14:10）
GFP沖縄事務局　株式会社Aglin　小野寺 宮春

- 第二回輸出塾の主旨と進め方
- 本日のタイムスケジュール、ディスカッションのテーマ「輸出×インバウンド」に向けて、目的の共有。

3. 沖縄県の地域資源を活用したインバウンド×輸出のあるべき姿（14:10～14:40）
株式会社アンカーリングジャパン代表取締役　中村 圭一郎

4. ワークショップ（14:40～15:30）

- **県内スポットにおける輸出プロモーション実践方法を考えてみよう！**

5. 発表時間（15:30～15:50）

6. クロージング（15:50～15:55）

- **GFP沖縄の直近の取組スケジュールの共有、アンケートのご依頼**

Copyright© 2025 Aglin. INC　All rights reserved.

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン



～沖縄県の地域資源を活用した「インバウンド×輸出」のあるべき姿～

株式会社アンカーリングジャパン　代表取締役　中村圭一郎



ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

本日の流れ

1，自己紹介・会社紹介（5分）

2，沖縄観光とインバウンド（10分）

3，沖縄からアウトバウンド（10分）

4，まとめ・質疑（のこり）



ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

会社紹介

https://anchorring-japan.co.jp/

「持続可能な社会の構築を目指すプロジェクトカンパニー
2030年の未来に向けて、より具体的な社会変革を提案します」

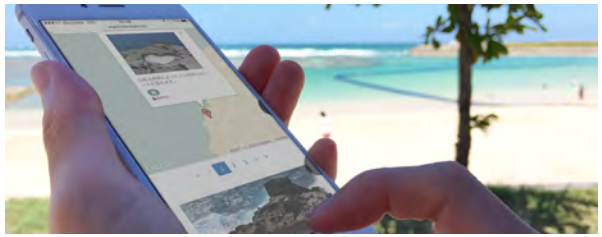


観光まちづくり支援業務
（国・沖縄県・自治体案件）





観光人材育成・DMO推進業務
（DMO人材・観光人材育成）



観光DX推進支援業務
（観光×ITビジネス支援）





事務局運営支援業務
（法人・団体支援）

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

□ 事業ドメインと業務経歴

1、エコツーリズム・ガイド(2002)
2、観光プラットフォーム(2005)
3、離島振興・体験滞在型観光(2006)
4、インバウンド戦略・受入体制(2007)
5、広域観光プラットフォーム(2008)
6、観光DMO人材育成(2010)
7、環境共生型観光(2010)
8、観光地方創生・観光振興計画(2012)
9、海外観光人材交流(2015)
10、観光交通モビリティ(2016)
11、ICT/IOT観光モデル(2017)
12、奄美・琉球世界自然遺産登録推進（2017）
13、持続可能な地域観光ビジョン(2018)
14、観光庁専門家アドバイザー（2019～）
15、沖縄県観光振興審議会委員（2021～）






ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

本日の流れ

1，自己紹介・会社紹介（5分）

2，沖縄観光とインバウンド（10分）

3，沖縄からアウトバウンド（10分）

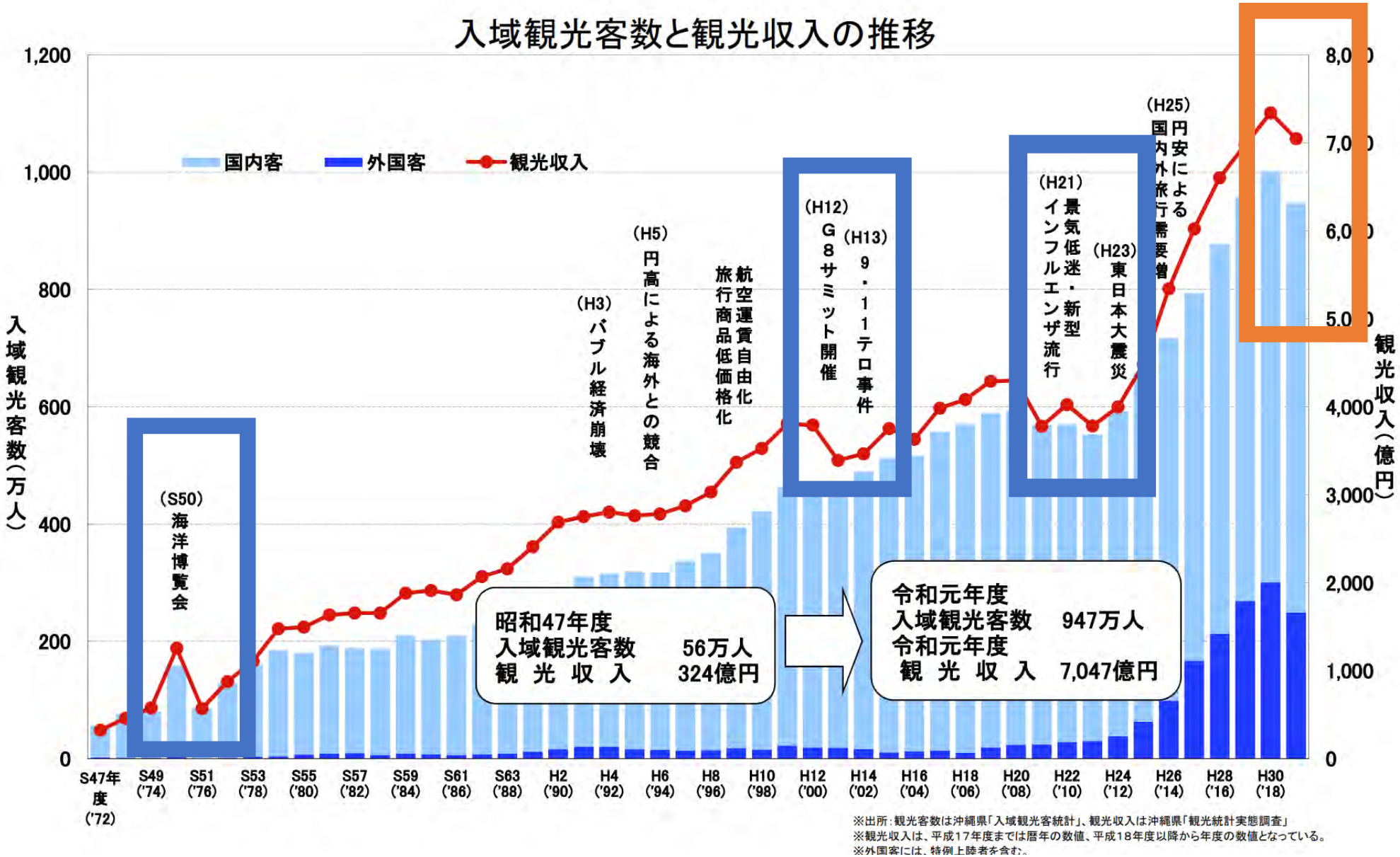
4，まとめ・質疑（のこり）



ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

沖縄観光の歴史

危機管理分野紹介（テロ、SARS、リーマンショック、東日本大震災、新型コロナウイルス感染拡大）



※出所：観光客数は沖縄県「入域観光客統計」、観光収入は沖縄県「観光統計実態調査」
※観光収入は、平成17年度までは暦年の数値、平成18年度以降から年度の数値となっている。
※外国客には、特例上陸者を含む。

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

「第6次県観光振興基本計画」2022年5月から10年間

目指す将来像を「世界から選ばれる持続可能な観光地」に定め、沖縄が誇る自然や歴史、文化などのソフトパワーを最大限に活用しながら、県民と観光客、観光事業者のぞれぞれの満足度向上を目標に掲げた

新たな目標値として、観光事業者の平均年収について、20代平均を現在の254万円から280万円、役職者平均を428万円から448万円に増加させることも加えた

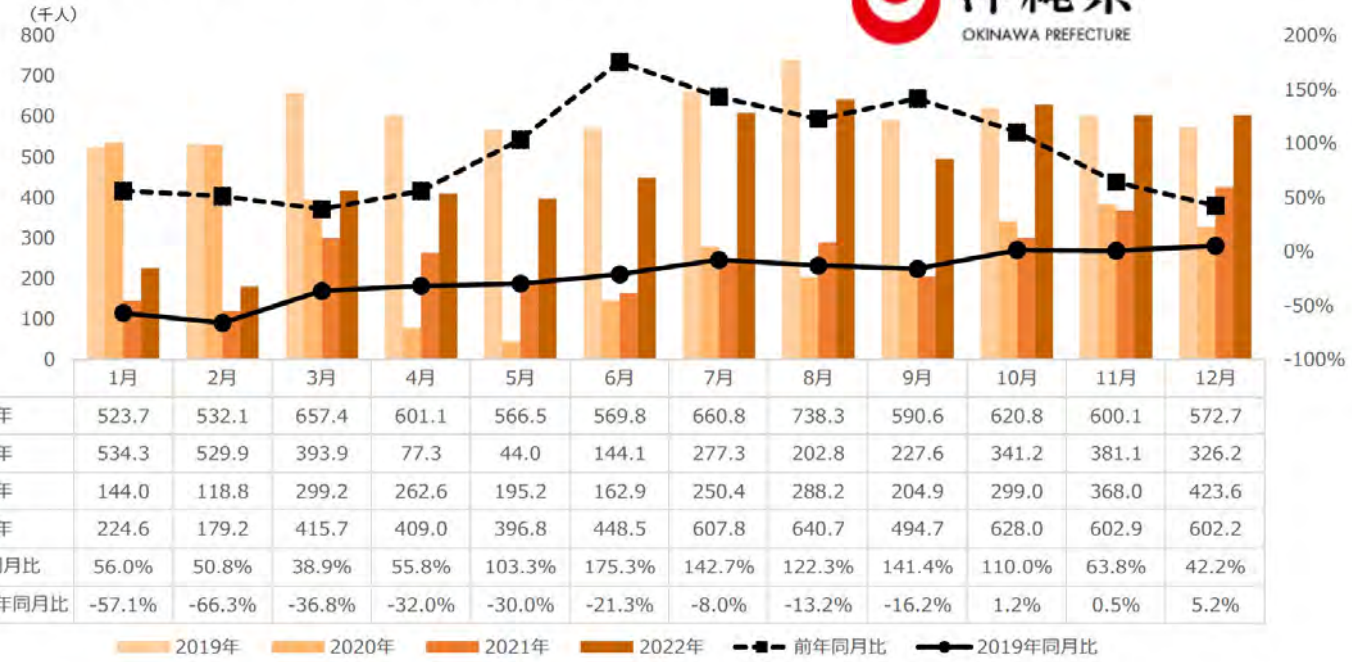
観光収入1.2兆円
宿泊人数4200万人
（延べ数）

量から質への
方針転換を図る

自然、歴史、文化など沖縄観光の持つ、本質的な価値を最大限活用しながら、持続可能な形で各種施策を推進していくこと

（参考）沖縄県入域観光客数（国内客）の推移

沖縄県 OKINAWA PREFECTURE



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	523.7	532.1	657.4	601.1	566.5	569.8	660.8	738.3	590.6	620.8	600.1	572.7
2020年	534.3	529.9	393.9	77.3	44.0	144.1	277.3	202.8	227.6	341.2	381.1	326.2
2021年	144.0	118.8	299.2	262.6	195.2	162.9	250.4	288.2	204.9	299.0	368.0	423.6
2022年	224.6	179.2	415.7	409.0	396.8	448.5	607.8	640.7	494.7	628.0	602.9	602.2
前年同月比	56.0%	50.8%	38.9%	55.8%	103.3%	175.3%	142.7%	122.3%	141.4%	110.0%	63.8%	42.2%
2019年同月比	-57.1%	-66.3%	-36.8%	-32.0%	-30.0%	-21.3%	-8.0%	-13.2%	-16.2%	1.2%	0.5%	5.2%

出典：沖縄県「入域観光客数概況」（2023 年 1 月 24 日時点）より JTBF 作成

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

2025年度目標値　1兆円超え、入域観光客数　1040万人

沖縄県内の観光客数、2024年は966万1500人
前年比17.3％増　国内観光客数は最多753万6千人

2024年度の観光収入（速報値）:9,835億円（過去最高）
県内総生産（GDP）に占める割合:5.6%×
経済波及効果:観光消費によるGDPは1,956億円と試算
雇用効果:観光産業は15万人以上の雇用を生み出す規模(推定)





沖縄県の主要産業である「観光産業」ってどんな産業なのか？

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

UNWTO
Tourism Highlights



長期予測

- UNWTOによる長期予測「Tourism Towards 2030」では、2010年から2030年までの間に、国際観光客到着数は年平均3.3%増加し、2030年には18億人に届くことを予測している。

- 2010年から2030年までの間、新興国・地域のデスティネーション（年4.4%増）は、先進国・地域のデスティネーション（年2.2%増）の2倍の伸びを示すと見込んでいる。

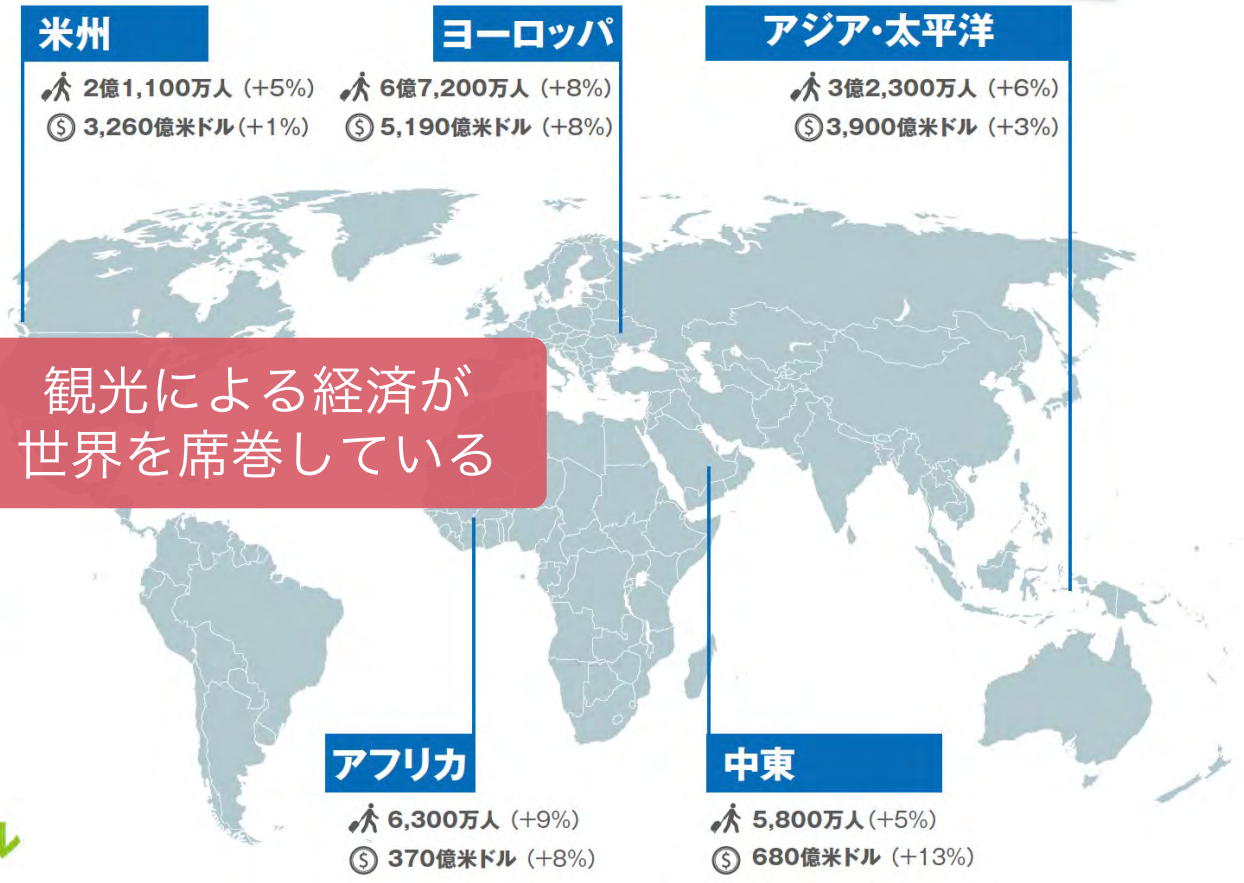
- 世界観光における新興国・地域の市場シェアは、1980年の30%から2014年には45%に拡大しており、2030年には57%まで伸び、国際観光客到着数は10億人を超えると予測している。

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

世界は「観光ー感光ー感幸」に向かっている



- ✓国際観光客到着数は、2010年以降の**7年間で最も高い成長**
- ✓近年の安全への課題に苦しむデスティネーションの復活
- ✓主要な送客市場での堅調なアウトバウンド需要による好況
- ✓過去数年間低迷していた新興の送客市場（source market）であるブラジルと ロシア連邦の着実な回復



+7%
国際観光客到着数　総数
13億2,600万人

+5%
国際観光収入　総額
1兆3,400億米ドル

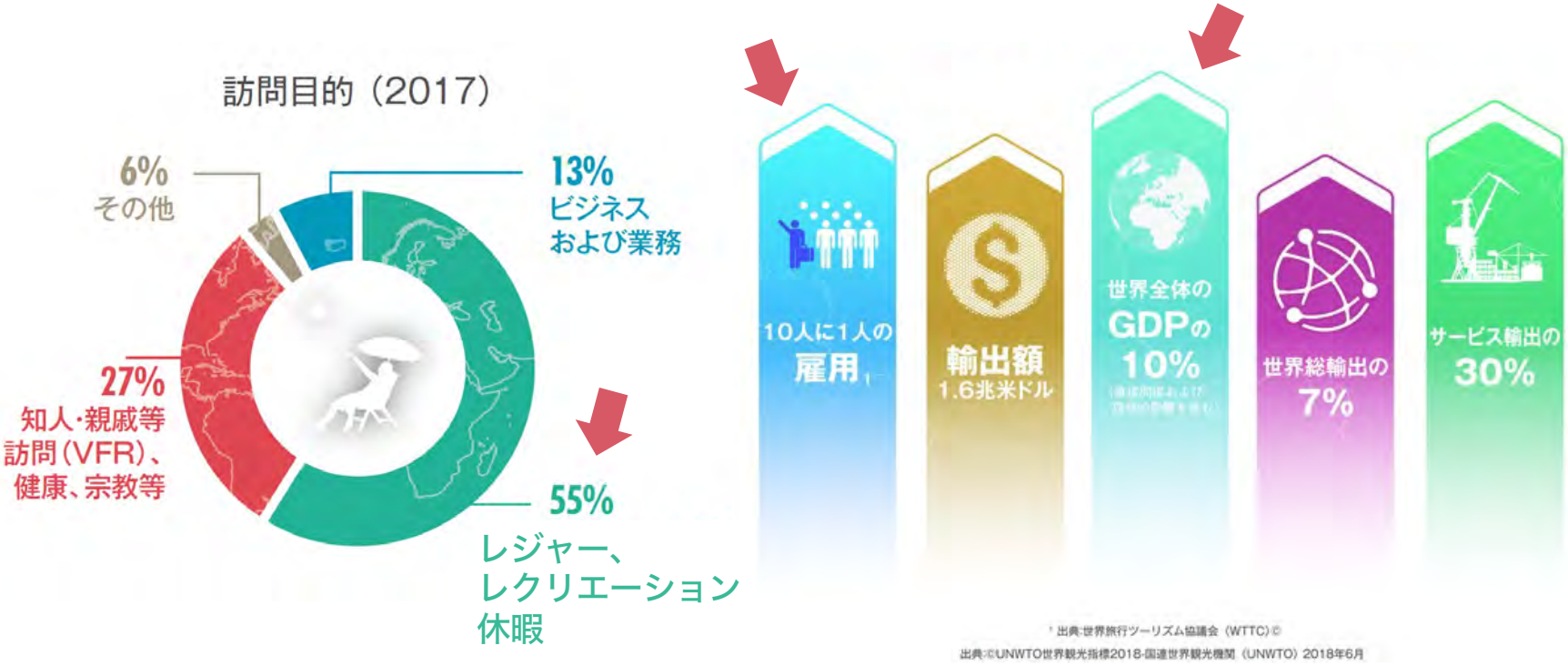
注記:2018年9月13日改正して更新
出典:国連世界観光機関（UNWTO）©

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

世界は「観光ー感光ー感幸」に向かっている



- ✓55%がレジャーなどの観光目的
- ✓世界の雇用の10%を生み出してる
- ✓世界全体のGDPの10%



ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

世界は「観光ー感光ー感幸」に向かっている



2019
世界人口
77億人

12億3,500万人
2016年の
国際観光客到着数

出典:国連世界観光機関(UNWTO)

世界総輸出の
7%
1.4兆米ドル

出典:UNWTO

10人に
1人を雇用

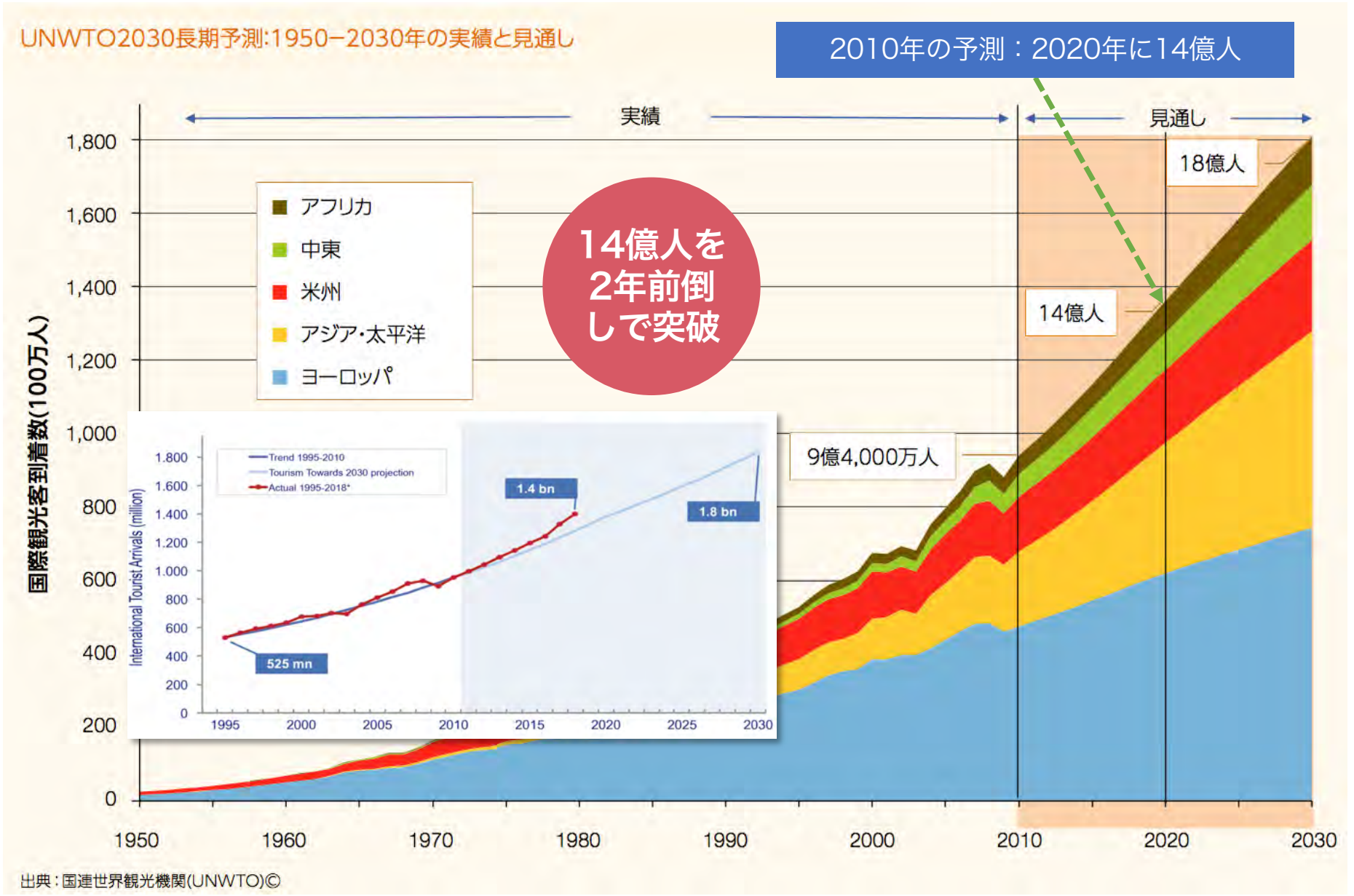
出典:WTTC

世界全体の
GDP総額の
10%
(直接・間接および
誘発的影響を含む)

出典:世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)

18億人
2030年までの
国際観光客到着数

出典:UNWTO


UNWTO2030長期予測:1950−2030年の実績と見通し
2010年の予測：2020年に14億人
実績
見通し
国際観光客到着数(100万人)
アフリカ
中東
米州
アジア・太平洋
ヨーロッパ
14億人を
2年前倒
しで突破
18億人
14億人
9億4,000万人
Trend 1995-2010
Tourism Towards 2030 projection
Actual 1995-2018*
International Tourist Arrivals (million)
525 mn
1.4 bn
1.8 bn
1950
1960
1970
1980
1990
2000
2010
2020
2030
出典：国連世界観光機関(UNWTO)©

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

観光客数の回復状況

１，令和6年度、沖縄県への入域観光客数（国内＋外国）が回復基調にあり、国内観光客数が過去最高を記録。

２，2025年4月単月では、入域観光客数が約86.6万人。前年同月比＋15.1％と大幅増。

３，特に外国人観光客数が267,300人、前年同月比＋68.2%と急回復。

４、外国人観光客が全体の約30.9%を占めるまでになった。

５，国際航空路線・クルーズ船の寄港拡大も回復を牽引。

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

沖縄の地域資源が持つポテンシャル

■ 沖縄の強み

1，自然・文化・食・人 — “Only in Okinawa” の魅力

2，アジアのハブ：台湾・香港・韓国などから3時間圏内

3，観光・物流・人材の多様性

■ 地域資源の例

分野	地域資源	輸出/PR活用例
食	紅芋、黒糖、泡盛、島野菜	食文化体験・輸出商材
工芸	やちむん、琉球ガラス、染織	観光体験・海外EC展開
観光	自然、祭り、リゾート	体験を通じたブランド訴求

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

インバウンド旅行者動向・消費行動

1，“モノ消費”から“コト消費・トキ消費”へ転換

2，SNSを通じた発信・共感が購買に影響

3，滞在中の体験が帰国後の購買に直結（越境EC）

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

本日の流れ

1，自己紹介・会社紹介（5分）

2，沖縄観光とインバウンド（10分）

3，沖縄からアウトバウンド（10分）

4，まとめ・質疑（のこり）



ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

旅と土産の共通コンセプト

1，旅＝体験＋記憶、土産＝その再現

2，体験と購入をセットで設計することで

　　地域ブランドを強化

3，“旅の延長線上にある商品体験”の創出

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

お土産から普段遣いへの展開

1，滞在中：体験・試食・購入

2，帰国後：越境EC・リピート購入

3，旅の思い出が“日常に溶け込むブランド体験”へ

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

輸出につながる観点

1，ブランド化：沖縄＝高品質の印象づくり

2，デジタル越境：越境ECによるリピート購買

3，現地連携：現地商社・小売と協働

4，プロモーション：海外フェアや試飲体験を活用

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

インバウンド×輸出の「あるべき姿」

■ 双方向のシナジー

•インバウンドは“体験型輸出”

- 訪日体験を通じて、帰国後もファンに

→ 越境ECで購買

•輸出は“地域ブランドの拡張”

- 海外での販売を通じて、訪日動機を創出

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

インバウンド×輸出の「あるべき姿」

■ 成功のための3つの視座

1.共感（Story）

– 商品の背後にある地域の物語を伝える

2.体験（Experience）

– “買う前に感じる”場を設ける（例：ホテル・空港での試飲体験）

3.連携（Partnership）

– 行政・観光・企業・クリエイターが横断的に連動する体制

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

取組の方向性と留意点

■ 取組の方向性

1，イベント・観光スポットを「輸出の現場」として再定義

2，消費者接点を通じた**ブランディング×テストマーケティング**

■ 留意点

視点	ポイント
ターゲット	誰に届けたいのか（国・年齢・興味関心）
品目選定	「地域性」×「国際性」の両立
ストーリーテリング	“なぜ沖縄発なのか”の説得力
サステナビリティ	環境・文化への配慮、継続性の確保

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

琉球泡盛の海外展開を例にした取り組み

■ 取組の方向性

県内の泡盛酒造所が抱える課題を「OUT & IN & OUT」で解決

■ 留意点

課題分野	現状	主な課題
生産	後継者不足・設備老朽化	技術継承・生産効率の低下
販売	国内消費量の減少	若年層・女性層への浸透不足
観光	酒蔵見学・体験ツアーの限定的展開	体験価値の低さ・情報発信不足
ブランド	“泡盛＝古風・強い酒”の固定観念	現代的ライフスタイルとの乖離

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

視点の転換（OUT：国外・外部視点）

海外市場では「クラフト・文化性・ストーリー性」が高評価

→ 泡盛は“琉球のクラフトスピリッツ”として再定義可能

観光客（インバウンド）視点では、

→ 現地体験＋購入体験＋帰国後リピートの「3段階接点」を設計すべき

コラボレーション機会：

→ ホテル・バー・空港・イベントでの試飲／コラボ商品開発

IN：地域内の再構築

地域内連携（蔵×観光×クリエイター）

→ “泡盛文化体験ルート”や“泡盛ナイトイベント”などの企画

デジタル整備

→ 酒蔵ストーリーの多言語発信、オンラインツアー・EC連携

教育・次世代

→ 若手蔵人や学生を巻き込んだリブランディング活動

OUT：世界への発信と販売展開

越境EC・海外フェア出展による“泡盛ファン層”拡大

現地試飲イベント×観光誘致連動（インドシンガポール・台湾・インドなど）

海外バーとのコラボ展開

→ “琉球スピリッツウィーク”などのテーマイベント化

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

鹿児島県 藤本徳昭 副知事　表敬訪問





鹿児島県観光・文化スポーツ部PR観光課
鹿児島県総合政策部離島振興課
公益社団法人鹿児島県観光連盟

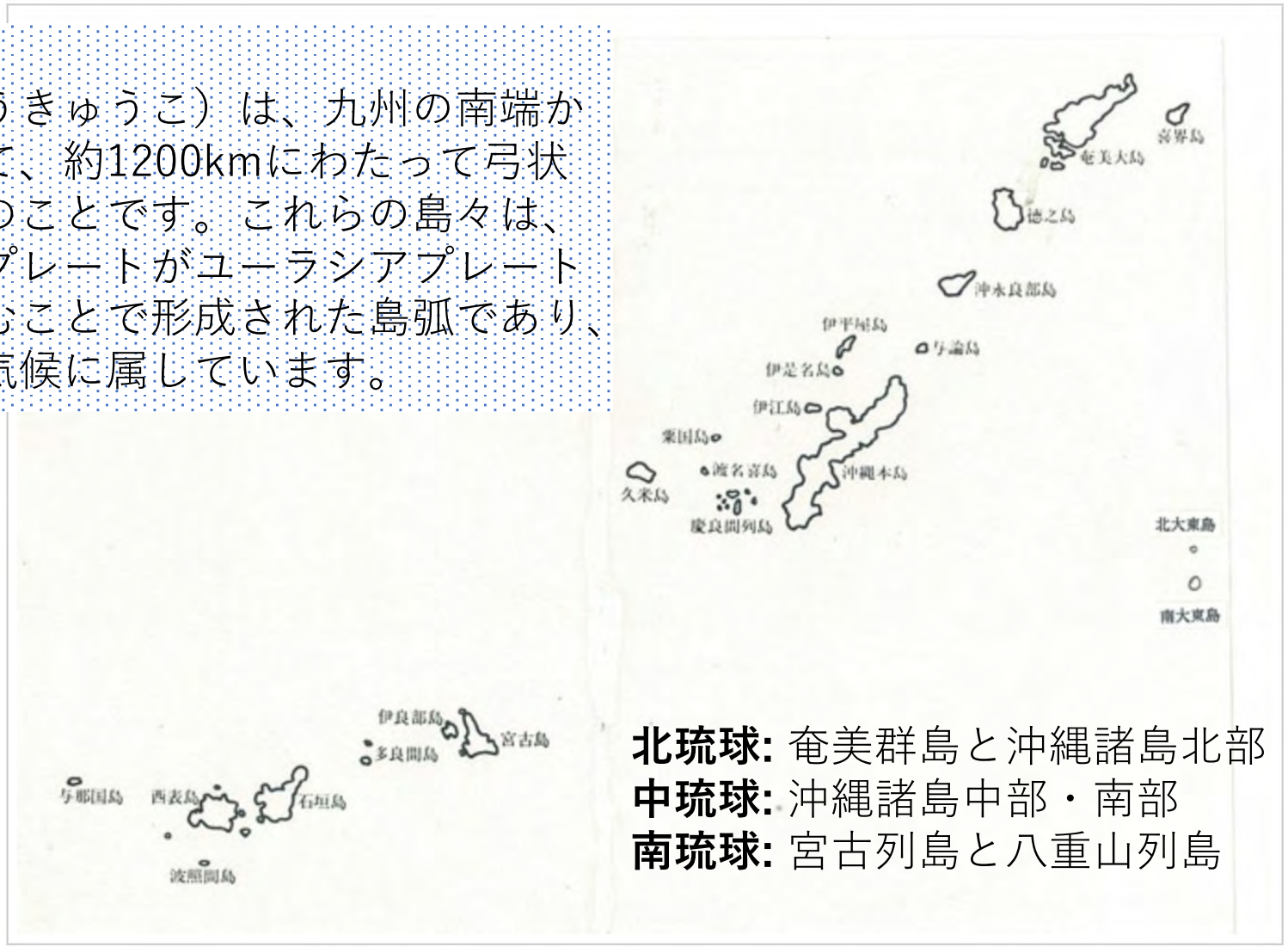
ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

琉球弧の島々

琉球弧の島々・地図

琉球弧とは

琉球弧（りゅうきゅうこ）は、九州の南端から台湾にかけて、約1200kmにわたって弓状に連なる島々のことです。これらの島々は、フィリピン海プレートがユーラシアプレートの下に沈み込むことで形成された島弧であり、亜熱帯海洋性気候に属しています。



北琉球: 奄美群島と沖縄諸島北部
中琉球: 沖縄諸島中部・南部
南琉球: 宮古列島と八重山列島

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

沖縄県　鹿児島県　産業と様々な連携の可能性とは

沖縄県と鹿児島県は、地理的に近接し、歴史的・文化的にも繋がりが深く、
それぞれ独自の豊かな自然や文化、産業を有しています。これらの特性を活かし、
様々な分野で連携することで、両県のさらなる発展に繋がる可能性があります。

鹿児島県:

•第一次産業が盛ん: 農業産出額は全国でも上位に位置し、肉用牛（黒毛和種）、豚などの畜産業や、さつまいも、茶、サトウキビなどの栽培が盛んです。水産業も養殖を含め活発です。

•第二次産業: 食料品製造業（焼酎、食肉加工品など）、化学工業、金属機械器具製造業などが主要です。

•第三次産業: 観光業も重要な産業の一つであり、豊かな自然、温泉、歴史遺産などが魅力です。

⇔

沖縄県:

•第三次産業が中心: 特に観光業が基幹産業であり、温暖な気候、美しい自然、琉球文化などが国内外から多くの観光客を惹きつけています。

•第一次産業: サトウキビ、パイナップル、マンゴーなどの亜熱帯性作物の栽培や、もずく、海ぶどうなどの養殖漁業が盛んです。

•第二次産業: 製造業の割合は低いですが、食品加工業（泡盛、黒糖など）、印刷業、ゴム製品製造業などが存在します。近年では、情報通信関連産業の誘致も進められています。

＜連携の可能性＞

両県の産業特性を踏また連携の可能性

1，観光分野

広域観光ルートの開発、共同プロモーション、離島観光の連携、クルーズ船の誘致連携

2，農林水産分野

技術交流とノウハウ共有、共同での販路開拓、ブランド化の連携、食文化の融合

3，文化・教育・環境分野

文化交流イベントの開催、歴史・文化遺産の共同研究、教育連携、自然環境保護に関する連携

＜具体的な連携事例の動き＞

沖縄と奄美群島の交流拡大:

住民等の往来の円滑化や観光振興などを目的とした連携協定が締結されている

今後の展望

沖縄県と鹿児島県がそれぞれの強みを活かし、様々な分野で連携を強化していくことは、両県の経済活性化、文化振興、人材育成、そして持続可能な発展に大きく貢献する可能性を秘めています。今後は、具体的なプロジェクトを推進し、その成果を共有していくことが重要である。

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

蒸留酒）九州焼酎、奄美黒糖焼酎、琉球泡盛の海外展開連携

海外展開における九州焼酎、奄美黒糖焼酎、琉球泡盛の連携について、各地域が持つ独自の魅力と強みを掛け合わせることで、より大きな海外市場を開拓できる可能性がある。

1，共同マーケティングとプロモーション
統一ブランドイメージの構築、合同展示会・イベントへの出展、共同プロモーションビデオやパンフレットの制作、海外販路マーケティング

2，流通・販売ルートの共有
海外の有力な酒類輸入業者や販売代理店との共同交渉、共同での物流・保管拠点の設置、現地の日本食レストランやバーとの連携、免税店での共同販売スペースの確保

3，知的財産と地理的表示の保護
海外における「琉球泡盛」「奄美黒糖焼酎」などの地理的表示の保護を連携して強化、共同で海外の商標登録を行う

4，文化交流と体験型観光の連携
酒蔵ツーリズムの共同企画と誘致、現地の日本文化イベントでの共同出展

5，共同での市場調査と情報共有
海外の酒類市場の動向や消費者のニーズに関する情報を共有、共同で海外市場調査を実施

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

本日の流れ

1，自己紹介・会社紹介（5分）

2，沖縄観光とインバウンド（10分）

3，沖縄からアウトバウンド（10分）

4，まとめ・質疑（のこり）



ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

まとめ・ディスカッション

1，“売る”ではなく“伝える”視点が重要

2，“モノ”より“物語”を届ける

3，インバウンドは地域輸出の入口

→ 沖縄県内での輸出プロモーションを考えよう！

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

まとめ・ディスカッション

■ テーマ

県内スポットにおける輸出プロモーション実践方法を考えてみよう！

■ 論点例

１，どんな観光施設・イベントが連携できるか？

→ 例：那覇空港×紅芋スイーツ、ホテル×地元調味料、祭り×泡盛PR

２，各スポットの特性に合う“刺さる商品”とは？

→ 若者層向けビジュアル商品、健康志向商品など

■ 成果イメージ

•各グループで「1つのスポット×1つの商材」企画案を構築

•インバウンド・輸出両輪の視点を盛り込む

ANCHORRING.JAPAN
株式会社アンカーリングジャパン

ご清聴ありがとうございました。

一般社団法人沖縄観光の未来を考える会

事務局長

株式会社アンカーリングジャパン

代表取締役

中村圭一郎

第二回　GFP沖縄行政輸出×インバウンド塾（11/19）
輸出×インバウンド施策の実践に向けて、どのように取り組むべきか？

1. 主催者挨拶（沖縄総合事務局）

2. イントロダクション（～14:10）
GFP沖縄事務局　株式会社Aglin　小野寺 宮春

- 第二回輸出塾の主旨と進め方
- 本日のタイムスケジュール、ディスカッションのテーマ「輸出×インバウンド」に向けて、目的の共有。

3. 沖縄県の地域資源を活用したインバウンド×輸出のあるべき姿（14:10～14:40）
株式会社アンカーリングジャパン代表取締役　中村 圭一郎

4. ワークショップ（14:40～15:30）

- **県内スポットにおける輸出プロモーション実践方法を考えてみよう！**

5. 発表時間（15:30～15:50）

6. クロージング（15:50～15:55）

- **GFP沖縄の直近の取組スケジュールの共有、アンケートのご依頼**

Copyright© 2025 Aglin. INC　All rights reserved.

～グループディスカッションの進め方～

15:30まで！



自己紹介 5分

- まずはグループ内で自己紹介をしましょう！所属先・名前・担当業務・好きな国

各テーマのディスカッションをしましょう！付箋に書きだしてみて、グループ共有→グルーピングしましょう。

テーマ

- 県内スポットにおける輸出プロモーション実践方法を考えてみよう！

目的

- 県内の観光スポットやイベントを活用し、輸出につながるプロモーションをどのように現場で実践できるか、グループ間にてアイデア出しを行いながら、気づき・インバウンド連携に向けた視点を培っていただきます。

論点（考える上での問い）

① 輸出促進に向けた既存の観光施設やイベントとの連携可能性の検討

② 各自治体で開催されているイベント・祭り、観光施設への相乗り可能性は？
- 可能性のあるイベントはそもそも何があるか？

③ いつ、どこで、何を輸出品目にするか？PR・販売が可能か？
（例：空港×紅芋・ホテル×ドレッシング、イベント×泡盛など）

④ 各スポットの特性踏まえて、どの品目が海外消費者にも刺さるのか？

成果の取りまとめ・発表

～アウトプットイメージ～

15:30まで！

ポイント
- 各グループで「1つのスポット×1つの商材」企画案を構築
- インバウンド・輸出両輪の視点を盛り込む

●●グループ

テーマ：●●（場所）における●●●●（取組内容）取組

どんな観光施設・イベントが連携できるか？

- 那覇空港×紅芋スイーツ
- ホテル×地元調味料
- 祭り×泡盛PR

各スポットの特性に合う“刺さる商品”とは？

- 若者向けビジュアル商品
- 健康志向商品
- 発酵食品

付箋に書いてみましょう！

どう輸出に繋げるか？

- ブランドの浸透
- SNSライブコマースとの連動
- 嗜好分析→商品開発へ

【アイデア参考】輸出支援機関で取り組めること（1/2）

1. プロモーション・情報発信

- 外国人観光客向け情報提供
  - 空港・港湾・観光施設でのパンフレットやサイネージによる輸出商品PR
  - 多言語対応のWebサイトで「訪日で味わえる＝海外で買える」をセットで発信
- ストーリーブランディング
  - 観光資源と輸出品を結びつけた物語づくり
  - 地元の食文化や伝統行事を海外に発信する観光動画・SNS戦略

2. 観光と商談の融合

- バイヤー・観光客(家族)の同時招致
  - インバウンド商談会を観光地で開催
  - 農場・漁港・加工場見学ツアーを観光ルートに組み込み
- 地域イベントの国際化
  - 地元祭りや食イベントに海外バイヤーやメディアを招聘
  - 試食・購入体験を組み込んで、帰国後の購買・輸入につなげる

3. 販売チャネルの整備

- 観光地での購買→越境EC
  - 免税店や道の駅で輸出商品を販売し、QRコードから海外発送ECに誘導
  - 試食・小分けパッケージ販売で「帰国後購入」を促す仕組み
- 空港・港でのアンテナショップ
  - 地元産品を扱うセレクトコーナーを設置し、試食・サンプリングを実施
  - 航空会社やクルーズ船との連携で販促

Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.

【アイデア参考】輸出支援機関で取り組めること（2/2）

4. 事業者支援

- インバウンド活用の研修・伴走支援
    - 観光客対応の多言語接客や輸出視点での商品改良支援
    - 輸出適合包装やラベル整備を支援
- ネットワーキング支援
    - 観光事業者と農水産業者・食品加工業者の連携マッチング
    - 海外バイヤーと地元事業者を結ぶプラットフォーム運営

5. データ活用観光客の購買

- データ収集
    - どの国籍の観光客が何を買ったか、どの価格帯が動いたかを分析
    - 輸出戦略（ターゲット国・商品選定）にフィードバック
- 観光・輸出の統合KPI設定
    - 「観光地売上」だけでなく「帰国後の輸出購買」まで追う評価指標

Copyright© 2025 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

- 県内の観光スポットやイベントを活用し、輸出につながるプロモーションをどのように現場で実践できるか、グループ間にてアイデア出しを行いながら、気づき・インバウンド連携に向けた視点を培う。

本日のワークを通じた感想

①ゲスト講師（中村様）の講演から得られた学び

②ワークショップでの気づき・議論できたこと

③次回議論したいこと（アイデアベースでも可）

紙面回答＆後日メール回答でも構いません！

直近GFP沖縄の取組（1/2）

GFP沖縄会員向けの国内外バイヤーの交流・商談機会創出に向けた各種取組を推進し、県産品の営業・PR強化を図る。

”輸出×インバウンド” セミナー＆マッチング in 宮古島(11/17)・石垣島(11/18)





- 国内外販路を有する三越伊勢丹・ヒルトンに加え、沖縄県物産公社(台湾)・ISSHO ASIA(ベトナム)等を招集し、個別商談を強化。

【本日開催！】 バイヤーズミート＆ テイストナイト(11/19)



- 沖縄大交易会の前日に県内GFP沖縄事業者×海外バイヤーとの交流会を実施。実際に試食を提供し、関係構築・商談にも繋げていただく。

沖縄大交易会 GFP沖縄ブース(11/20-21)



13th 2025 沖縄大交易会

- 別部屋にてGFP沖縄ブース(6事業者出展＆産品PR)を設置。GFP沖縄としての対外発信・バイヤー向けにGFP沖縄カタログを配布し、引き合い獲得を目指す。

実施結果は随時GFP沖縄ホームページに掲載中！

Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.

直近GFP沖縄の取組（2/2）

GFP沖縄会員向けの国内外バイヤーの交流・商談機会創出に向けた各種取組を推進し、県産品の営業・PR強化を図る。

GFP沖縄Buyer's Catalog (日本語・英語)

- GFP沖縄会員の商品を可視化。実際にバイヤーへの紹介を行い、営業機会創出に活用していく。





完成後、電子配布致しますので、輸出支援機関の皆様も活用ください！

Copyright© 2025 Aglin. INC All rights reserved.



“日本産品”を海外へ輸出したい同士と繋がりませんか?!

農林水産省「GFP農林水産物・食品プロジェクト」はオンラインを活用しながら、
様々な輸出支援サービスを実施・輸出を目指す人を応援します！

情報収集

輸出チェックレポート
訪問診断(対面・オンライン)

農政局・他専門家を通じて、
輸出に関する悩み・課題を解決



マッチング

ビジネスパートナーマッチング
GFPオンラインマッチング

自社のビジネスに繋がる商社等
との出会い機会を創出



コラボレーション

GFP交流会・セミナー
GFPサイト/Facebook

GFPコミュニティを活用して、
優良事例や補助事業の情報収集



GFP

登録者10,000名以上！
気になった方はGFPメンバー登録を。
WEB：「GFP 輸出」で検索！

登録
無料