香港

↑

石垣

平成29年度沖縄振興特別推進交付金

特産品プロモーション事業
税関空港活性化
プロモーション業務

実施報告書

Ishigaki
悠悠石垣　遠離塵囂

平成30年3月
株式会社ノイズ・バリュー社

はじめに

本報告書は、平成29年度沖縄振興特別推進交付金　特産品プロモーション事業税関空港活性化プロモーション業務の実施報告書である。

石垣市南ぬ島石垣空港が、平成29年4月に国際貨物の輸出入を直接できる「税関空港」として、全国で31番目、県内では那覇空港に次いで指定された。
このことにより、現在就航する香港や台湾に向けて輸送コストや輸送時間を短縮して、石垣島周辺の特産品を直接運べることが可能となった。

税関空港としての機能を発揮し特産品等の国外への販路開拓や流通の活発化による地域振興を目指すことを目的とした税関空港活性化戦略の立案、流通課題の調査、特産品のプロモーションなどに取り組み、南ぬ島石垣空港からの航空輸出を常時展開するための戦略提言を目的とした。

本報告書が今後の石垣島をはじめとした八重山諸島の特産品における海外輸出戦略を描く一助となれば幸甚である。

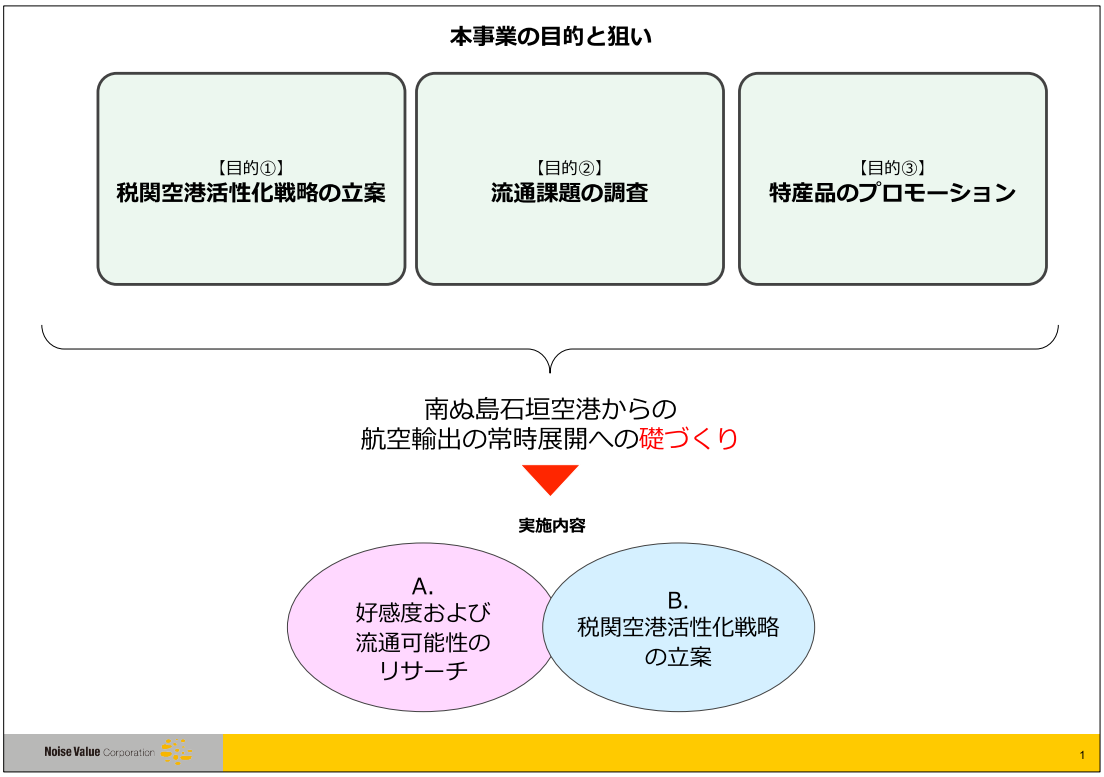
2018年3月
石垣市

平成29年度沖縄振興特別推進交付金

特産品プロモーション事業
税関空港活性化プロモーション業務
業務委託　実施報告書


AIA
SHARP

本事業の目的と狙い



本事業の目的と狙いは下記の通りである。

【目的】

①税関空港活性化戦略の立案

香港・台湾などの販路開拓で先行する沖縄県全体としての課題を把握し、石垣市独自の活用できる戦略立案を行う。

②流通課題の調査

あらゆる販路の可能性をテスト。小売店だけでなく業務用（飲食店などへの原料供給）販路開拓の可能性も探る。

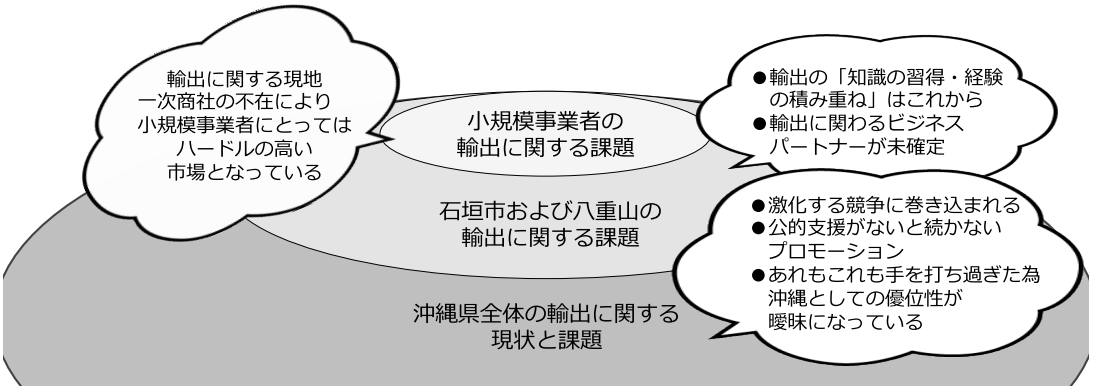
③特産品のプロモーション

目先の売り上げや販路開拓に走らず、将来的な石垣市（あるいは八重山）の商品・原料定着に向けた、持続可能な効果的なプロモーションを検証。

この３つの目的を果たしながら流通の可能性の有る商品のリサーチおよび好感度リサーチを行い、今後の税関空港活性化を目指した戦略立案を行う。

課題の確認と本事業の基本方針

【課題仮説】



一から始める事業という事もあり、石垣市としてやるべき事はもとより、輸出事業者の意識付けも重要である。沖縄本島（那覇空港）では先んじてアジアへの輸出を行っているので参考にしながら進行する。

【本事業の基本方針】

流通テストを行いながら石垣市の輸出一次商社の育成および
輸出支援や荷受けを行う二次商社との関係値を高め、
立案された戦略が実際に稼働できる
石垣市の実情に即した「輸出の型」を構築する。

輸出が活発に行われるには一次商社と二次商社の存在は必要不可欠。中長期的な視野を持ちながら適切な卸先の選定を考慮する。

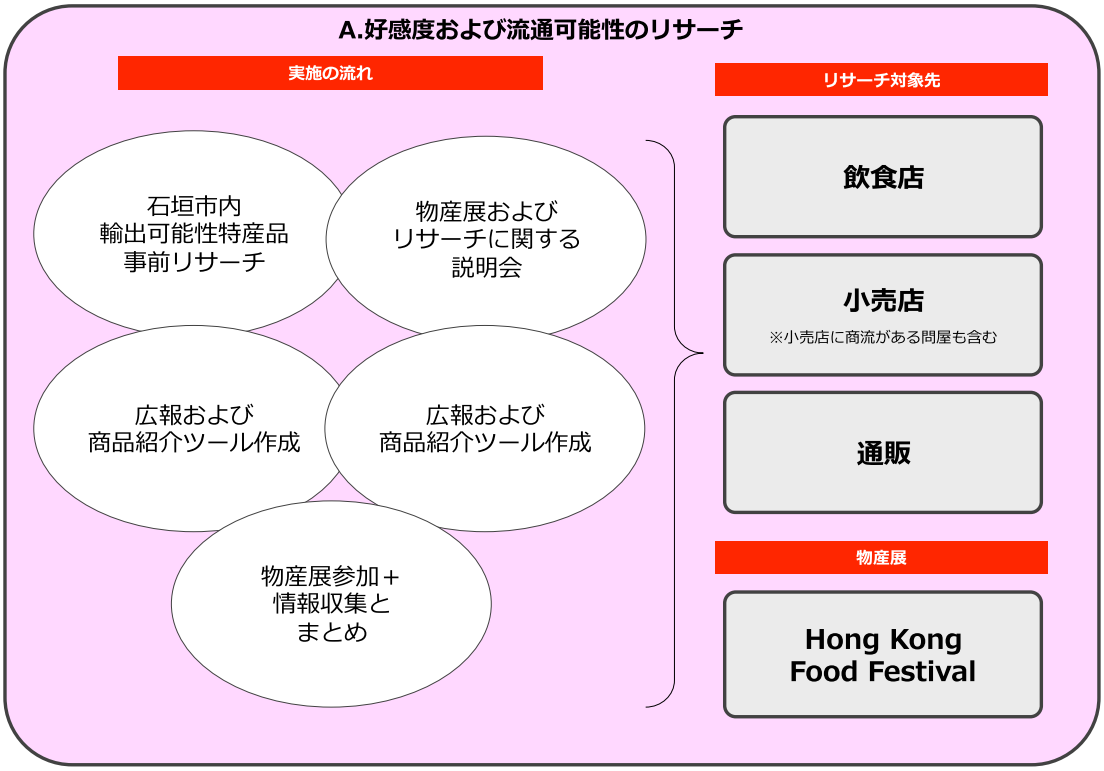
【今年度事業の成果目標】

500kg以上の物産等の輸出実績

南ぬ島石垣空港からの航空輸出を常時展開できる状態の構築

第1章　好感度および流通可能性のリサーチ

●調査活動内容



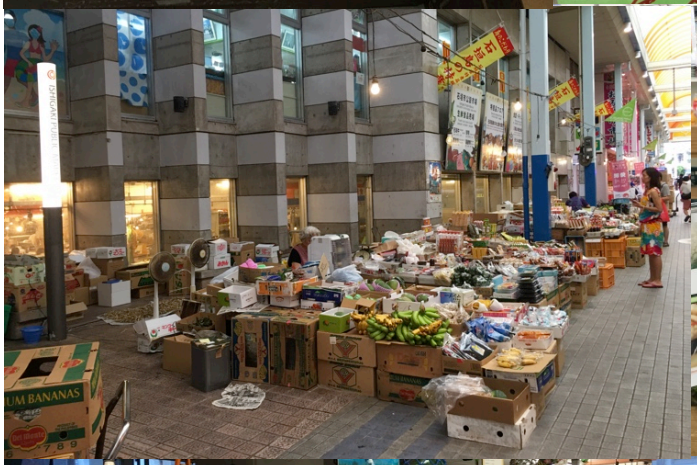
【リサーチ活動概要】

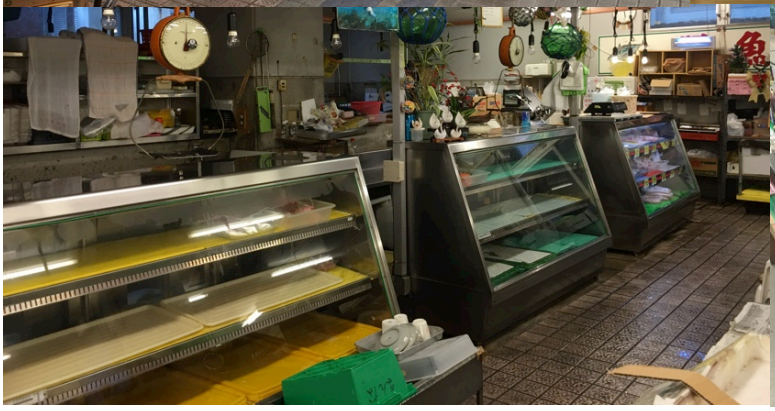
石垣島を中心に八重山諸島の生鮮品から特産品（加工品）、化粧品や工芸、雑貨まで、広く可能性を探るため、初期段階ではハードルを設けず現地視察を行う。これらの幅広い商品群を揃える石垣島島内では随一の石垣市公設市場（1階は生鮮食品、2階は特産品、工芸雑貨が揃う）を中心に視察。海外への輸出の際、小規模の輸出量では原価に対する輸送費の割合が大きくなることや、輸出手続きの煩雑な作業を一本化させるために、今回は前出の石垣市公設市場の指定管理である、石垣市特産品振興協同組合が商品を取り扱う一次商社機能の役割を果たし、今後を見据えた取り組みを行う。視察後には島内事業者に対して、輸出に関する留意点や今回参加する香港フードフェスティバルの概要をお伝えする説明会を実施。説明会において香港フードフェスティバルへの参加募集を行い、石垣市特産品振興組合から推薦された商品リストと合わせ、香港にてバイヤーなどの意見を踏まえながら、商品選定を行う。

リサーチ先は、飲食店、小売店、通販など、様々な販売チャネルで行い、石垣特産品の販売可能性を探り、初期段階での販路開拓戦略の仮説を構築すべく情報収集を行い、これからの税関空港の活性化へと繋げる。

第1章　好感度および流通可能性のリサーチ

●調査活動内容





石垣輸出可能性特産品事前調査

石垣市公設市場・石垣市特産品販売センター
●取扱品目：生鮮食品・特産品・工芸、雑貨
●注目商品 ：くんぺん、かち割り黒糖

生鮮食品から特産品、雑貨まで幅広く販売を行っている公設市場では、指定管理を受けている石垣市特産品振興協同組合より、インバウンドのお客様に人気のある商品情報を元にリストを作成いただいた。（右表）
これによると、「くんぺん」「かち割り黒糖」など、アジアインバウンドへ良く知られている商品が売れているということがあり、これまた定番の「ちんすこう」も人気商品ということである。ひとつ特徴的なのは、ウコンなどの健康食品に関しても商品知識を事前入手し指名買いで来店されるお客様も多いことである。現地での情報発信だけでなく、少なくともwebでのインバウンド向け情報を発信し、来島前にも情報が入手出来る環境を整える事が重要なのが分かる。
これらのリストをベースに、石垣市公設市場や石垣市特産品販売センターで取り扱っている商品以外のリサーチを他店舗でも行う。

石垣輸出可能性特産品事前調査

商品名	規 格	賞味期限	保存方法	業者名	インバウンドに売れているものは●
塩ちんすこう 袋	15袋入	90日		宮城菓子店	
3点ちんすこう 袋	15袋入	90日		宮城菓子店	
塩ショコラちんすこう 袋	10袋入	90日		宮城菓子店	
くんぺん 袋	5個入	90日		宮城菓子店	●
バナナケーキ	250g			那覇ベーカリー	
紅芋タルト	6個入	30日	個包装	南風堂	
紅芋パイ	12個入	30日	個包装	南風堂	
黒糖	200g	360日		下地黒糖加工所	
粉黒糖	170g	180日		下地黒糖加工所	
ピーナツ黒糖	170g	120日		下地黒糖加工所	
くるみ黒糖	170g	120日		下地黒糖加工所	
そら豆黒糖	170g	120日		下地黒糖加工所	
かちわり					●
ヤシガニせんべい	6袋入	180日		煎琉	
ヤシガニせんべい	12袋入	180日		煎琉	
塩せんべい	4枚入			石垣島地ビール	△
フルーツの王様	200ml			三和ヘルシー加工所	
からそばのタレ（とうがらし味）	200ml			金城そば	
からそばのタレ（ごま味）	200ml			金城そば	
石垣の塩	180g	なし		石垣の塩	
石垣の塩	60g	なし		石垣の塩	
石垣島純粋はちみつ	150g	360		よへな養蜂	△
石垣島純粋はちみつ	45g	360		よへな養蜂	△
石垣牛カレー	180g	360		金城冷凍食品	
石垣牛ビーフジャーキー	40g	180日		いしなぎや	△
パッションフルーツジュース	500ml	1年		川平ファーム	△
マンゴージュース	500ml	1年		川平ファーム	
パッションジャム	140g	1年		川平ファーム	
マンゴージャム	140g	9か月		川平ファーム	
クロレラ	60g・300粒	3年		八重山殖産	
ユーグレナ	30g・90粒	2年		八重山殖産	
塩もずく	500g	360日	常温	八重山漁協	
石垣島ツナ	150g		常温	八重山漁協	
鮮魚（ミーバイ）	一匹	180日	冷凍	八重山漁協	
鮮魚	フィレ	180日	冷凍	八重山漁協	
たらし揚げ	200g	20日	真空タイプ、冷蔵	マーミヤ	
ポーポー揚げ	200g	20日	真空タイプ、冷蔵	マーミヤ	
あらびきソーセージ	150g	150日	冷凍・冷蔵（20日）	十五番地	
とうがらしソーセージ	150g	150日	冷凍・冷蔵（20日）	十五番地	
スモークチキン	150g	150日	冷凍・冷蔵（20日）	十五番地	
スモークベーコン	150g	150日	冷凍・冷蔵（20日）	十五番地	
スモークハムスライス	150g	150日	冷凍・冷蔵（20日）	十五番地	
スモークレバー	150g	150日	冷凍・冷蔵（20日）	十五番地	
zw	600g	90日	冷蔵	八重山食研	△
三枚肉	300g	90日	冷蔵	八重山食研	△
米 ひとめぼれ	3kg	なし		JA	
地ビール	3種類	60日	冷蔵	石垣島地ビール	
梅酒	720ml	なし	直接販売不可	請福酒造	
ゆずシークァーサー	720ml	なし	直接販売不可	請福酒造	
黒麹酢	900ml	なし		八重泉酒造	
クロレラ麺	180g	1年		彩友美リゾート	
モズク麺	250g	1年		八重山の宝	
ミンサー織		なし	確認中		
琉球ガラス		なし	確認中		
Tシャツ		なし	確認中		
藍染バック		なし	確認中		

石垣輸出可能性特産品事前調査

JAファーマーズマーケットやえやま「ゆらていく市場」
●取扱品目：生鮮食品・特産品
●注目商品 ：串かまぼこ

前出の石垣市公設市場と取扱商品が類似する店舗。
敷地内に併設されているパーラーにて販売されている金城かまぼこの1本140円の串かまぼこは、同行いただいた香港マーケットにおけるエキスパートからは高い評価を得た。各種類揃っており「かすてらかまぼこ」「チーズ」「たこぼーる」「ぐるくん（沖縄の県魚：タカサゴ）」「シマナー（島産からし菜）」「アーサー（石垣島産）」「もずく（石垣島産）」と少量多品種で選べるのも高評価の基準の一つとして挙げられた。今年度事業のメインとなる香港フードフェスティバルは、消費者も少量で多くの商品を味わいたいというニーズもあることから、このような商品が好まれるという事であった。他にも石垣島ジャージー牧場で採れた新鮮なジャージー牛乳で出来たヨーグルトなど魅力的な商品が見つかったが乳製品は事前許可が必要な事もあり今回は断念した。

石垣輸出可能性特産品事前調査

うえざと木工

●取扱品目：木製建具・家具、木工品

食品のみならず、多様な可能性を見い出すため木工芸のメーカーであるうえざと木工へも視察。建具や家具を専門に製造するメーカーであるが、スマートフォン用のスピーカーや木材を活かしたカードケースなど、ユニークなオリジナル木工製品を製造している。そのクオリティは充分、香港などアジアの先進国へ輸出しうる商品であるが、原材料の供給不足があり、追加製造の予定が立っておらず、今後期待できる商品として注目していきたい。

Kayak八重山工房

●取扱品目：陶芸、木工品、Tシャツ、雑貨

石垣の新進作家を発掘し陶芸品をやガラス製品を多く取り揃え他では見られない商品も数多く販売している。現代の暮らしにマッチした癒しを感じるデザインは、香港や台北の都市生活者にも受け入れられる要素があり、特に個性を大切にするセレクトショップなどのライフスタイル型の店舗での展開が期待できる。

物産展・リサーチに関する説明会

●日時：2017年9月11日（月）
14:00～15:30
●場所：大濱信泉記念館
多目的ホール
●参加対象者： 製造および流通業
●参加数：27社32名

本事業における12月に開催する香港フードフェスティバルを中心に、リサーチに関する事項も併せた説明会の開催。石垣島の一次商社として石垣市特産品振興協同組合へもご協力をいただき、取引先である事業者への呼びかけ、さらに商工会の協力を得て会員企業への告知も広く行った。
香港で開催されるフードフェスでは比較的大規模な物産展である事から、テストマーケティングを兼ねた参加意義を理解して頂き、さらに香港の市場特性を説明。また、石垣税関空港を通して初となる輸出になるため、輸出に関する必要事項の概要をお伝えした。
参加者の中からアンケートにて説明会に関する意見を収集（右表）。
「初めてチャレンジするので諸問題はあるがやってみる価値はあると感じた。」など概ね内容をご理解頂いたが、中には「今後の流れ（保税区）について確約されていないことが多く動きづらい」など、保税エリアなどの未確定要素に関する不安の声も聞かれた。税関空港として指定されたばかりでは有るが、やはりインフラの整備も並行して進めなければならない。

物産展・リサーチに関する説明会

税関空港活性化に向けた輸出テストマーケティング 説明会についてのアンケート

ID	Q.1 説明会の理解度	Q.2 その理由	Q.3 質問	Q.4 ご意見、ご感想
例	理解できた	マーケティング		経営業のことを聞きたい
01	理解できた	パワーポイントをすべて印刷して渡していたらAIに○した	物価の相場が知りたい	説明会分かりやすかったし、石垣市が地元産業を育てようとしているのが分かり、とても良かったです。
02	理解できた	説明が丁寧でした。期待感のもてる事業説明会でした		
03	どちらともいえない	テストマーケティングについては理解できたが、石垣からの実際の輸出に関してはすべてエリア等未決定や調整中というのが時間がかなりかかり過ぎている印象です。最短で12月を目指しているとの事だったが、それであれば輸送を含むすべての事に対して早急なアナウンスが必要	もう少し具体的なことが決まってから質問したいと思います。	
04	理解できた	質問時間があったから		
05	あまり理解できなかった	まだ未定の部分が多く、わかりづらかったです。 商品の選ばれるライン（申し込んでも断られる可能性） 買って頂ける値段、数量		
06	大変理解できた		理解できました	
07	理解できた			
08	理解できた	初めてチャレンジするので諸問題はあるがやってみる価値はあると感じた。 「香港基本情報」のプレゼン資料の文字が小さく見にくい。紙ベースもなかったので、確認しづらかった。		
09	理解できた	資料が細かい部分も含めて手元にあるほうがわかりやすい		
10	理解できた	事業の説明が分かりやすく、興味を持った。	商品申込期間が短く、準備が間に合いそうにない。	開催が年末という事もあり、興味はあるが今回はパスします。ぜひ早めの取り組みをして頂き、ゆとりのあるスケジュールをお願いしたい。
11	理解できた	12月のフードショーをターゲットに事業を行っているのはわかったが、今後の流れ（保税区）について確約されていないことが多く動きづらい。	一次商社を通さない形で取引が行いたいので、Invoice、packinglistのコピーを頂きたい	
12	理解できた			
13	理解できた	資料もあってわかりやすかった	来年から4月～8月の間にパインとマンゴーを海外販売してみたい。どうやって海外の取引先を探しましたか。	香港以外にもアジアに絞れば。どのあたりで人気か。
14	どちらともいえない	DTFのような受け皿がすでに出来上がっていると考えていた。5年後くらいに事業着手できるような話だったと感じました。	現状として石垣空港に税関が導入されたと聞いてそのことについて興味があって参加したが、特に今回の香港フードフェスタには興味はない。	

香港市場の特性

概要

今や世界で最も自由な経済地域、世界屈指の金融・貿易・ビジネスセンターに成長した香港。国別規模で見ると人口が少なく、また地理的面積も小さいにも関わらず、香港は世界第10位の貿易高を誇ります。
150年間に及ぶ英国統治が終了した1997年に、香港は中華人民共和国の特別行政区になりましたが、中国返還後も高度な自治が認められており、香港の基本法によって商業、政治、個人の自由が保証されています。

【経済】
世界第10位の貿易高
・自由貿易、自由市場、世界で最も自由度が高いと評価される経済
・アジアで3番目に大きな株式市場
・アジア第二位の海外直接投資（FDI）元
・アジア最大のベンチャーキャピタルセンター
・一人当たりGDPは約32,000米ドル
・低税率（個人所得税率15%、法人税率16.5%）
・付加価値税（VAT）なし、売上税なし、キャピタルゲイン課税なし
・コンテナおよび国際空港貨物取扱量、世界一
・米ドルにペッグした安定通貨

【社会】
・オープンで透明性の高い法制度
・自由貿易、自由市場、自由なメディア
・高い教育水準
・外国からの投資に対する規制なし
・資本の流れに対する規制なし
・便利で、コンパクトで、コスモポリタンな街

【インフラ 】
香港のインフラは世界でも高水準にあります。世界トップクラスと評価される香港国際空港は、海外約170都市、および中国本土49以上の都市と香港とを結んでいます。また香港には、貨物取扱量世界一の国際コンテナ港と航空貨物輸送ターミナルがあります。公共交通網も効率的に機能しており、毎日約1160万人が利用しています。また毎日4万台以上の自動車が、香港と中国本土を往来しています。

【中国との関係】
・中国ビジネスに関する比類ない経験
・中国に対する世界最大の投資元
・CEPA（経済貿易緊密化協定）の恩恵が享受できる

出所：香港貿易発展局

香港市場の特性

アジアのゲートウェイ

香港市場概要（沖縄、東京との比較）

	香港	沖縄	東京
面積（2018年） ※沖縄は2015年 ※東京は2017年	1,106㎢	2,281㎢	2,190㎢
人口（2017年） ※沖縄は2018年	約739万人	約144万人	約1,350万人
GDP（2016年） ※香港は名目 ※沖縄、東京は実質	約32.3兆円	約4.0兆円	約94.9兆円
1人当たりの所得（2014年）	約434万円	約212万円	約451万円
経済成長率（2014年）	2.76%	1.5%	▲0.7%

■香港の対日輸入額（2016年） 約**3兆2070億円**

※出所：香港特別行政区政府統計処、総務省、内閣府、沖縄県、東京都、World Bankのホームページより作成
※香港のGDPは1HK$＝13円で計算

石垣は人口20億人のアジアのマーケットの中心に位置し、今後の税関空港の活用次第で販路拡大への大きな可能性がある。香港の人口は沖縄の約5倍でGDPは約8倍の規模があり、一人当たりの所得は東京に匹敵し、対日輸入額が約3兆2070億円にものぼる。

香港市場の特性

香港の経済・貿易状況

【最近の動向】
2017年の香港の実質経済成長率は前年比3.8%増となった（2016年前年比2.1%増）。2017年の個人消費の伸びは前年比5.4%増と活発だった（2016年前年比1.9%増）。投資支出も前年比4.2%増となった（2017年前年比0.1%減）。対外部門に関しては、2017年の製品輸出は前年比5.9%著しく増加した（2016年前年比1.6%増）。サービス輸出は2017年3.5%増と堅調（2016年前年比3.4%減）。続く世界経済拡大の勢いと内需の強さに支えられ、2018年の香港経済成長は3-4%と予測されている。

2018年1-2月期の名目小売売上高は前年同期比15.7%増となった（2017年前年比2.2%減）。労働市場がひっ迫する中で2017年12月-2018年2月の失業率（季節調整値）は2.9%となった（2017年前年比3.1%）。一方、2018年1-2月期の消費者物価指数は前年同期比2.4%増となった（2017年前年比1.5%増）。インフレ圧力は少々強くなる見込み。香港政府は2018年通年の消費者物価指数が2.2%増になると予測している。

香港経済の4大基幹産業は「貿易・物流（2016年の付加価値ベースGDPに占める割合は21.7%）」、「金融サービス（同17.7%の割合）」、「専門サービス・その他生産性サービス（同12.5%の割合）」、「観光（同4.7%の割合）」である。一方、香港が今後のさらなる成長に当たって明らかな優位性を持つ6大産業として、「文化・クリエーティブ」「医療サービス」「教育サービス」「イノベーション・テクノロジー」「試験・認証サービス」「環境産業」があり、これらは2016年の付加価値ベースGDPに占める割合が8.9%となった。

【最近の貿易実績】
・世界第6位の商品輸出額
・世界第15位の商業サービス輸出額
香港の製品輸出額は2018年1-2月期に前年同期比18.1%増（2017年通年は前年比8%増）となった。香港の主要輸出先の国・地域別で見た輸出額のシェアと伸び率は、中国本土（シェア53%、前年比9.9%増）、EU（シェア9.1%、前年比14.7%増）、米国（シェア8.7%、前年比12%増）、ASEAN（シェア7.4%、前年比2.6%増）、インド（シェア3.9%、前年比22.4%増）、日本（シェア3.5%、前年比11.2%増）だった。また、2018年1-2月期の香港の製品輸入額は、前年同期比10.5%増となった（2017年通年は8.7%増）。貿易赤字は95億米ドルと、製品輸入総額の11.1%に相当する規模だった。香港の貿易実績は多くの香港企業の製造拠点である広東省の海外向け生産・加工活動に影響される部分もある。2017年の香港から中国本土への合計輸出の27.3%はこの海外向け生産・加工活動に関連していた。

香港市場の特性

香港の経済・貿易状況

【リージョナル・センターとしての香港】
・地域本部（リージョナル・ヘッドクオーター）および駐在員事務所としての人気拠点
・アジア太平洋地域における重要な通信拠点
・人民元オフショア取引の最重要拠点
・世界一繁忙な国際貨物取扱空港を提供する拠点
・世界有数の繁忙なコンテナ取扱港湾を提供する拠点

香港は多国籍企業がアジア太平洋地域、特に中国本土での事業を統括する地域本部（リージョナル・ヘッドクオーター）および駐在員事務所を設置する場所として人気がある。政府調査によると、2017年　6月時点で、香港以外に本拠を置く企業が香港に設置した地域本部および地域事務所は前年比1.0%減の計3752拠点に達した。これらの拠点の76%は中国本土の事業経営を担っており、香港が中国本土とのパイプ役となっている。こうした拠点は多様な国々の広範囲な業種からなる。国・地域別では、米国（全体の19%）が最も多く、次いで日本（同18%）、中国本土（9%）、英国（9%）、となった。業種別では、輸出入・卸売、小売が計52%を占め、専門サービス・ビジネスサービス・教育サービスが計16%、金融・銀行が計14%、運輸・倉庫・国際宅配サービスが計7%となった。

【中国本土との経済関係】
・中国本土にとって最も重要な中継貿易拠点
・中国本土にとって最大の外国直接投資（FDI）実施国・地域
・中国企業にとっての主要オフショア資金調達センター
・中国本土は香港にとって最も重要な対外投資相手
香港はこれまで中国本土にとって最も重要な中継貿易拠点となっている。香港政府統計によると、2017年は香港からの再輸出の58%が中国原産品で、香港からの輸出の54%が中国本土を仕向地としていた。一方、中国本土の税関統計によると、中国本土にとって香港は、米国と日本に次ぐ三番目の貿易相手で、2017年には香港との貿易が中国本土の貿易額全体の7.0%を占めた。
香港は中国本土に対するFDIの最大の投資元である。2016年末までに中国本土で認可され外資系投資プロジェクト全体に占める香港関連の割合は44.7%だった。香港から中国本土への実際利用資本流入額は9137億米ドルと、資本流入額全体の51.8%を占めた。
一方、香港は中国本土への最大の投資元となっている。香港政府統計によると、2016年末の中国本土から香港への投資額は累計で4180億米ドルと、海外から香港への投資額全体の25.7%を占めた。
香港はまた、中国本土の企業にとって、主要なオフショア資金調達センターである。2016年12月には深圳・香港の両証券取引所間でも同様の相互取引システムが完成した。これにより、香港と中国本土の相互投資がより容易になり、人民元オフショア取引ハブとしての香港の発展がより確実となった。

出所：香港貿易発展局

香港市場の特性

食品市場の特徴

【メリット】
・自由貿易制度：資本・情報の流れが活発、物流・金融ハブとしての機能
・地理的優位性：アジアのハブ、アジア主要都市まで4時間以内
・税制：一部物品税除き関税無し。整備された税制及び法制度
・中国へのゲートウェイ：中国政府と契約(CEPA)を結んだ都市
・日本食材への高い信用度：低所得の層から富裕層までの市場がある

【デメリット】
・石垣島の認知度が高くなく「石垣産品のブランド構築」の必要性
・類似商品が多い為、「置くだけ」の販売では埋もれてしまう
（現地バイヤーとの関係を密にする）
・先入観・固定観念は禁物 ⇒ 何がヒットするかは予測困難
・商品戦略（現地市場に合わせた商品改良）、販売戦略は常に求められる

香港消費者の日本食へのイメージ

■好きな外国料理
1位日本料理95.3%、2位韓国料理64.8%、3位イタリア料理52.3%

■日本食を「非常に好き」+「好き」の2項目合計 97%

■食べた事のある日本食
寿司90.8%、刺身76.8%、ラーメン76.0%

■日本食を食べる頻度
たまに食べる64%、定期的に食べる28%

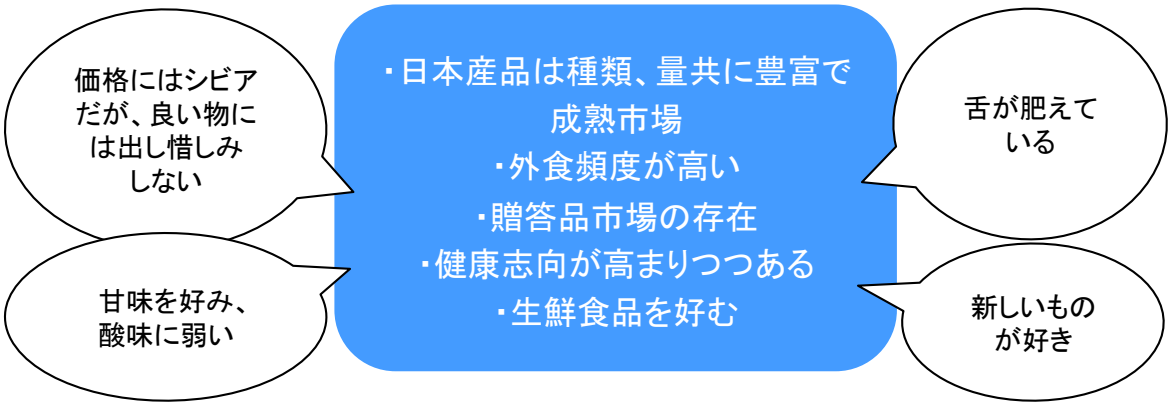
■自宅で作った事がある日本食
寿司60.3%、カレーライス40.3%、そば31.8%

■日本食材購入場所
現地ローカルスーパー68.8%、現地百貨店45.3%、
日本食材専門店（日系スーパー等）42.4%

■購入時に感じる問題点
価格が高い52.8%、販売場所が限られている44.7%、
使い方が判らない42.4%

香港市場の特性

食品市場の特徴



・輸入規制が他国に比べ少なく、関税も無税であるため輸入が容易。
・中国大陸からの旅行者(4,720万人/年、2014年)が香港経済に一定の影響。
中国やアジアへのショーケース機能もあり、国際見本市も多数開催。
・中国など周辺国に再輸出される食品も多い(26.1% 、2012年)。
・外食率が高い(約6割)。日本食は人気。ラーメン店や寿司店などの行列もみられる。日本の外食企業の進出意欲も高く旅行雑誌で日本掲載も多い。
・日本産食品は種類、量とも豊富。頻繁に日本産品のフェアが開催されている。日系以外の現地の卸・小売との取引も増加しつつある。

日系デパートの進出・現地ローカルスーパーでも取扱いが
定番化・物産展も多数開催されている

台湾市場の特性

食品市場の特徴

【概要】
・人口2,354万人(2016年末出所：内政統計年報)
・面積36,197平方キロメートル（九州の36,750km. とほぼ同規模）
・民族漢民族(98%)、原住民系民族(2%)
・言語中国語(公用語)、台湾語(閩南語)、客家語、その他原住民言語
・文字漢字（繁体字）
・人的往来(2016) 台湾人訪日約417万人(前年比13.3%増)
　日本人訪台約190万人(前年比16.5%増)
・2016年GDP総額529.7(10億ドル)
・2016年一人当たりのGDP 22,540ドル、CPI上昇率1.08%(前年比)
・2016年経済成長率1.48% (2017年2.14%の見込み)
・失業率(2017年5月) 3.66%
・主要産業機械及び電機設備(半導体 等の電子部品を中心とするIT産業)
　農林水畜の一次産業あり
・貿易概況輸出額2,803.2億ドル
　(対日本輸出6.9%)
　輸入額2,305.6億ドル
　(日本からの輸入17.6%)

日本からの輸入農産物の上位

2016年1-12月			
項目		千米ドル	台湾の輸入総金額を占める比率(%)
日本からの輸入総金額		1,010,415	7.1
1	たばこ	325,790	2.3
2	農耕作品	128,960	0.9
3	りんご・生鮮冷蔵	71,242	0.5
4	酒類	70,876	0.5
5	水産品	65,151	0.5
6	ベーカリー・穀類調製品	44,630	0.3
7	豚の皮	27,503	0.2
8	ホタテ　冷凍	18,448	0.1
9	飴類・スイーツ	16,064	0.1
10	その他	15,461	0.1

【周年祭について】
台湾では周年祭期間中(約18日間)の売上は年間売上の四分の一を達成する。そのうち化粧品コーナーは年間売上の4割を達成。アパレル、宝石類は年間売上の3割を達成する。台湾百貨店全体の周年祭期間中の売上額は約600億元にのぼる。(レート1:3.67;約2,250億円)
消費者人口はおよそ1,000万人(総人口の1/2弱)。8割以上の消費者は「5000元のお買上に500元商品券贈呈」という活動を行います。周年祭の準備期間は3ヶ月前から、販売体制は平日より5、6倍強化し、日本物産展の同時開催が人気である。

台湾市場の特性

食品市場の特徴

台湾市場の特徴として、特に日本企業にとってメリットとして挙げられる点としては、世界でも指折りの親日地域であることもあって日本産品のイメージが非常によい、マスメディアを通じて日本の情報が豊富である、極端な輸入規制・流通規制がとられていない、といった点が挙げられる。既に日本の食品は主にデパート地下の高級食料品店での販売を中心に、相当数の品目が輸出されている。
一方、新規参入において検討すべき点としては、既に競合製品が多数存在することや、国内市場があまり大きくないことなどから過当競争に巻き込まれる可能性があること、また台湾人の味覚が日本人と大きく異なっている面があること、などが挙げられる。

こうした背景から台湾市場というのは、それなりに厳しい商談に臨む必要性は避けられないものの、初めて海外市場に取り組む企業にとっては比較的なじみやすい市場である、というのが一般的な評価となっている。
一般的に活用される見本市に「FOODTAIPEI」がある。

2017年における日本から海外への農林水産物・食品の輸出総額は8,071億円（前年比7.6%増）だった。そのうち台湾向けは、全体の10.4%に当たる838億円（前年比10.0%減）で、輸出上位品目はりんご、ソース混合調味料、さんご、ホタテ貝、清涼飲料水などである。
台湾では日本産食品が種類、量ともに豊富で、成熟市場といえる。日本産食品は高級百貨店（SOGO、微風廣場、新光三越、高島屋等）といった高級スーパーから一般のスーパー、量販店に至るまでさまざまな場所で販売されている。小売やEC向け販売では三大節（端午の節句、中秋節、春節）に贈答品需要が高まり、菓子の詰め合わせや酒、日本産の高級果物などがよく売れる。また、2017年9月には日本産牛肉の輸入が解禁されバーベキューや鍋用に売れている。
日本食レストランも浸透しており、2018年3月時点で9,053軒あると推計される。一般的に塩分を控えた味付けを好むとされるが、訪日台湾人数は2011年から2016年の5年間で約4倍に増え、本場の味を求めて日本食レストランを訪れる消費者も見られる。
実際の食品輸出においては、福島、茨城、栃木、群馬、千葉の5県産の酒類を除く食品については輸入が禁止されているので注意が必要だ。また、残留農薬基準は柑橘類や野菜、茶などで台湾の基準値を上回り輸入できないケースが見られる。栄養成分表示ではトランス脂肪酸や糖など日本で義務付けられていない項目で表示が義務付けられるなど、日本と状況が異なる。残留農薬基準、ラベル表示項目以外にも、重金属・汚染物質の基準や認可されている食品添加物などが日本と異なる場合もあるため、輸出に向けては輸入事業者とも相談しながら事前の確認が必要となる。

出所：日本貿易振興機構

香港フードフェスティバル

香港冬日美食節（物産展）

●会期：2017年12月24日～28日
●会場：コンベンションセンター（湾仔：ワンチャイ）
●取扱品目：香港料理、新年の商品、日常食品／乾燥海産物、東南アジア料理、日本食、韓国食品、世界のワイン＆豪華な食品、ヘルシーグリーンティー、コーヒー＆ティーと、世界の食品、プレミアムブランド

アジアで最も食に関心の高い香港在住者を中心に人気の高い食のイベント。9つの特別テーマゾーンに分かれており、日本を始め韓国、イタリア、オーストラリア、シンガポール、タイ、インドなど世界各国の出展者が一同に集う本イベントは一般消費者だけでなくバイヤーの来場も多く、即売だけでなく新商品の品評会にも最適である。

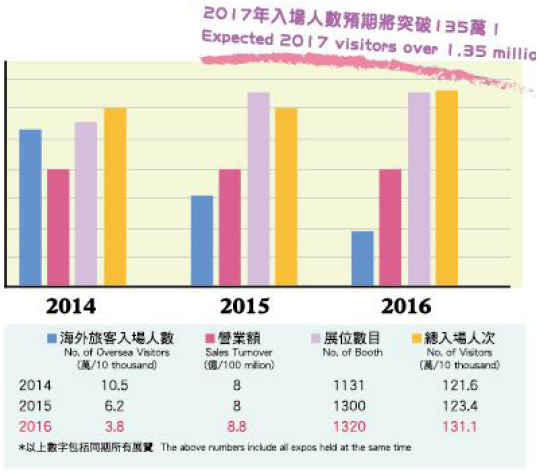
来場者は香港人だけでなく中国大陸からの来場もあり、過去にはベルギーのビールのセットが2日間で3,000セットも売れた実績があるほど出展が困難な人気のイベントである。
本イベントはWEBだけでなく現地のTVや各種新聞で紹介され、PRも万全に行われており香港での知名度も高い。

本イベントへ参加することで、石垣島の商品がどのように受け入れられるか、訴求ポイントや課題を拾い上げ、今後の戦略に繋げていく。

香港フードフェスティバル

香港冬日美食節（物産展）

▼3年連続来場者数増のイベント
・2016年来場者数131.1万人



	海外旅客入場人數 No. of Oversea Visitors (萬/10 thousand)	營業額 Sales Turnover (億/100 million)	展位數目 No. of Booth	總入場人次 No. of Visitors (萬/10 thousand)
2014	10.5	8	1131	121.6
2015	6.2	8	1300	123.4
2016	3.8	8.8	1320	131.1

*以上數字包括同期所有展覽 The above numbers include all expos held at the same time

▼9つのテーマに分かれたゾーン
・日本食、プレミアブランド、健康食品など

▼多くのメディアや広告での
プロモーションをおこなっている

香港フードフェスティバル

販売商品選定（輸出数量）

事前調査により、香港消費者の志向と、これまでの物産展実績を加味して商品選定をおこなった。準備期間の制約と石垣税関空港を使用するという目的を果たすために今回は、石垣牛などの商品は選定されていない。
以下の商品を合計すると総重量591.7kg（備品込みで633kg）となり、石垣税関空港から初の海外輸出で目標数値を大きく上回る結果となった。

No	ジャンル	商品	事業者	重量（1箱）kg	箱数	総重量 kg
1	菓子	焼きショコラ塩ちんすこう　袋	宮城菓子店	7.0	3	21
2	菓子	くんぺん（小箱）		8.5	2	17
3	菓子	くんぺん　袋		7.3	2	14.6
4	菓子	バナナケーキ	那覇ベーカリー	18.0	1	18
5	黒糖	黒糖	下地黒糖加工所	6.5	5	32.5
6	黒糖	ピーナツ黒糖		5.8	2	17.3
	黒糖	ピーナツ黒糖		5.7	1	
7	黒糖	くるみ黒糖		5.1	2	15.2
	黒糖	くるみ黒糖		5.0	1	
8	黒糖	そら豆黒糖		5.1	2	15.2
	黒糖	そら豆黒糖		5.0	1	
9	黒糖	ブロック（現地でかちわり）		15.0	2	30
10	青果加工品	石垣パイン冷凍パインピューレ	石垣パイン加工場	11.0	1	11
11	菓子	ヤシガニせんべい	煎琉　青井様	11.0	1	11
12	飲料	パッションフルーツジュース	川平ファーム　橋爪様	23.0	1	23
13	調味料	フルーツの王様	三和ヘルシー加工所	9.0	3	27

香港フードフェスティバル

販売商品選定（輸出数量）

No	ジャンル	商品	事業者	重量(1箱) kg	箱数	総重量 kg
14	調味料	からそばのタレ(とうがらし味)	金城製麺所(金城そば)	10.0	3	30
15	調味料	からそばのタレ(ごま味)		10.0	5	50
17	塩	石垣の塩	石垣の塩	8.2	2	16.4
16	魚加工品	たらし揚げ	マーミヤ	11.0	3	33
17	肉加工品	あらびきソーセージ	十五番地	17.0	1	17
19	肉加工品	スモークチキン		15.0	1	15
20	肉加工品	スモークベーコン		20.0	1	20
24	肉加工品	スモークハムスライス		20.0	1	20
21	清涼飲料	請福ゆずシークワーサー	請福酒造	15.5	2	31
22	酒類	請福梅酒		15.5	3	46.5
24	飲料	黒麹酢	八重泉酒造	19.0	2	38
25	麺	クロレラ麺	彩友美リゾート	11.0	2	22
					総重量合計	591.7

香港フードフェスティバル
販売ブースでの訴求

①ブランド名パネル：ブランドロゴを中心に、色と自然のイメージを踏襲

香港フードフェスティバルにおける石垣島の販売ブースは、日本食エリアであることから、他地域や他メーカーなどの競合ブースがひしめき合い、それぞれの食品イメージをメインにした装飾であることを想定される。そのため、売れ筋であろう黒糖やソーセージの食イメージを掲載するとともに、石垣島の誇る自然景観をブース全体のメインイメージとし、競合にはない石垣の優位性「豊かな自然・土地で育まれた食文化」を表現するブース作りを行った。
販売する商品数が25商品と数も多いことから、2ブースを準備し連結で設置。
また、石垣島特産品のブランドロゴを踏襲して使用するのはもちろんのこと、海の青さとマンタを象徴化したものであることから、そのカラーや自然なイメージも踏襲させた。

香港フードフェスティバル
販売ブースでの訴求

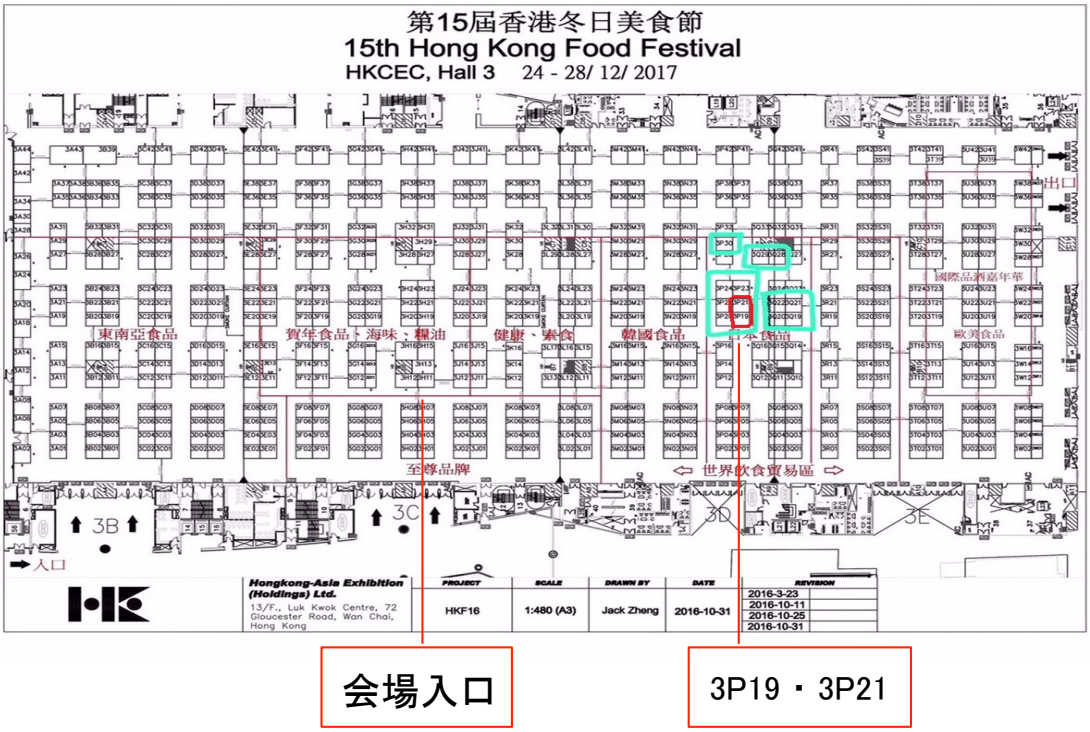
②ポスター：
差別化を図り豊かな自然景観を中心に、売れ筋商品で消費者を引きつける。

③卓上POP：
販売ブースに足を止めた後、各商品の概要説明を表示。

香港フードフェスティバル
実施状況

香港フードフェスティバルでは日本食品エリアへ出展した。

出展場所（日本食品エリア：2小間） ブース番号：3P19 & 3P21（3階）



多くの来場者がいるため、商品毎の卓上POPが人垣により見えず、遠くからの目視では、何を販売しているかが分かりづらい状況になったため、急遽、卓上POPを出力し看板下へ並べて貼り付け掲載した。※右写真

また、状況により箱ものの商品はバラして販売したり、3個セットでの販売など方法を臨機応変に変更した。

本フェスティバルは多くのメーカーの商品を、なるべく沢山購入したいという消費者心理もあり、バラ売りでの販売方法が功を奏し、商品が動くようになった。また、黒糖のかち割り実演販売は、来場者の足を止めブースへの興味喚起へと有効であることが分かった。

香港フードフェスティバル
実施状況

▼エントランス

▼ブースの様子

※POPを追加

香港フードフェスティバル
販売状況

【完売商品】
バナナケーキ、黒糖、かち割り黒糖、たらし揚げ、あらびきソーセージ、スモークチキン、スモークベーコン、スモークハムスライス、請福梅酒、黒麹酢、クロレラ麺。以上の商品が完売となった。ただし、たらし揚げやソーセージなどは、冷蔵食品であることから、前半での販売が動かなかったこともあり、3商品1セットでの価格を下げた、セット販売に切り替え完売に至った。
消費者の反応が良かった商品は、「バナナケーキ」「クロレラ麺」の2商品が挙げられる。バナナケーキは試食販売もおこなっていたこともあり、味について「上品な味わい」「ほどよい甘さで気に入った」など、甘すぎない味覚とバナナという分かりやすい原材料もあり人気となった。クロレラ麺に関しては「健康志向」の方々が多く購入。見た目の「グリーンの鮮やかさ」、「緑色の麺」という一見してヘルシーな食品であったことが目を惹く要因になったと考えられる。ただし、クロレラという原料は説明が必要なため、販売員より説明を受けて購入につながる事が多かった。

購入のきっかけは「分かりやすさ」「上品な味」「健康志向」。
店頭での試食販売は必須事項で、積極的な販売員からの説明が鍵。

No	商品	事業業者名	規 格	賞味期限	売価(円)（希望小売売価：県外）	発注数量（個）	発注数量（箱）	商品サイズ（ケース）	在庫
1	焼きショコラ塩ちんすこう 袋	宮城菓子店 営業担当 佐藤様	10袋入	90日	540	120	3	40袋/1ケース	51袋
2	くんぺん（小箱）		5個	90日	618	80	2	8,500g 40箱/ケース	36箱
3	くんぺん 袋		5個入	90日	540	80	2	7,300g/ケース 40袋/ケース	20袋＋バラ26個
4	バナナケーキ	那覇ベーカリー	250g	30日	648	60	1	60箱	完売
5	黒糖	下地黒糖加工所	200g	360日	378	150	5	30袋	完売
6	ピーナツ黒糖		140g	120日	378	110	3	36袋	2c/s＋17=89袋
7	くるみ黒糖		120g	120日	432	110	3	36袋	1c/s＋21＝57袋
8	そら豆黒糖		120g	120日	378	110	3	36袋	2c/s＋19=91袋
9	ブロック（現地でかちわり）		1K	360日	1,000	30	2	1袋	完売
10	石垣パイン冷凍パインピューレ	石垣パイン加工場	1K	1年	1,000	10	1	10袋	サンプルとして使用
11	ヤシガニせんべい	煎琉	6袋入	180日	820	100	1	100箱	石垣へ持ち帰り
12	パッションフルーツジュース	川平ファーム	270ml	1年	1,200	35	1	35本	11本
13	フルーツの王様	三和ヘルシー加工所	200ml		860	60	3	20本	7本

香港フードフェスティバル
販売状況

【課題】
「焼きショコラ塩ちんすこう」「くんぺん」「ヤシガニせんべい」「からそばのタレ」などは意外にも苦戦した商品と言える。「ちんすこう」や「くんぺん」はインバウンドに対しては決して販売数が少ない商品ではないという事であったが、本フードフェスでの販売数は伸びなかった。ちんすこうやくんぺんは、香港の消費者へも認知された商品であり、フェスでは「普段手に入らない」「どこにも売っていない」商品を求めている事から、このようなヤシガニせんばいは、ヤシガニを消費者が知らない、という事もありPOPでの説明表記をおこなったが、パッケージ表記は日本語表記のままであり、その「分かりづらさ」がこの結果になったと推測される。からそばのタレも同様で、「どのように使用するのか？」が認知されておらず、POP類や販売員での説明をおこなったが認知させるのに時間がかかり、そこがネックになった。
また、意外にも黒糖は、かち割りはよく売れたのだが「ピーナツ」「くるみ」「そら豆」などのナッツ類が入った黒糖は、売れ行きが芳しくなくシンプルな商品が結果を残した。

「ここにしか売っていない」という「限定感」に弱い。
使用方法や原材料の「わかりづらさ」は、購入動機を妨げる要因になる。

No	商品	事業業者名	規 格	賞味期限	売価(円)（希望小売売価：県外）	発注数量（個）	発注数量（箱）	商品サイズ（ケース）	在庫
14	からそばのタレ（とうがらし味）	金城そば（金城製麺所）	200ml		786	60	3	20本	1c/s+13=33本
15	からそばのタレ（ごま味）		200ml		786	100	5	20本	2c/s+25=65本
17	石垣の塩	石垣の塩	180g	なし	648	80	2	40袋	1c/s+30=70袋
16	たらし揚げ	マーミヤ	200g	20日		150	3	50袋	完売
17	あらびきソーセージ	十五番地	150g	150日	486	100	1	100袋	完売
19	スモークチキン		150g	150日		100	1	100袋	
20	スモークベーコン		150g	150日		100	1	100袋	
24	スモークハムスライス		150g	150日		100	1	100袋	
21	請福ゆずシークワーサー	請福酒造	720ml	なし	1,425	24	2	275 x 370 x 295mm 12本/ケース 14kg	完売
22	請福梅酒		720ml	なし	1,425	36	3	275 x 370 x 295mm 12本/ケース 14kg	
24	黒麹酢	八重泉酒造	900ml	なし	2,571	24	2	12本/1箱	8本
25	クロレラ麺	彩友美リゾート	180g	1年	540	150	2	75袋	完売

流通先リサーチ

12月24日～28日の日程で開催された香港フードフェスティバルにて終了後の商材の取扱いサプライヤー業者の選定なども併せて、石垣特産品に関する好感度のヒアリングをおこなった。今回のヒアリングは選定商品に合わせヒアリング先を変更しておこなった。

飲食店

居酒屋金城
香港で長年の飲食業界経験を持つ、沖縄県出身の金城雅洋氏が店主を務める人気の日本風居酒屋。沖縄料理のほか、刺し身や串焼きなど、さまざまな料理を提供している。

現在取り扱っている食材の見直しと新規提案商品について情報交換をおこなった。
肉加工品に興味を示して頂きましたが、現時点では運賃が出てない為卸価格の設定が出来ず、具体的な取引の話には至らず。
卸価格を設定し、改めて商談できる可能性あり。

現在取り扱っている食材は、ほとんどが福岡からの出荷。一旦福岡に発送するのか、主要取引先のサプライヤーの沖縄支店でお願いするかなど、改めて協議が必要。
また、居酒屋金城のオーナーが沖縄出身ということもあり、商談の席で持ち込んだ食材を直接品定めした結果、肉加工品とクロレラ麺に興味を得た。卸値次第であるが飲食店で出しやすい商品仕様のため、すぐに調理に応用できる加工品は可能性が高い。

流通先リサーチ

小売店　※小売店に商流がある問屋含む

Star Excel

STAR EXCEL社（小売）

主にコスメ系の商材を使い小売店での販売、自社ECサイトでの販売をおこなっている。

STAR　EXCEL社では主婦向けに特化しているサプライヤーと繋がりがあり、展示会とは別に主婦向けの受発注形式の販売が可能かを打診。肉加工品とからそばのタレに興味を持ったので、サンプルを渡し、試食をしての判断。
フードフェスティバル開催時期に合わせた販売会は日程が難しく、調整が付けば可能性あり。

西原商会

西原商会（卸）

香港においても、ホテル、レストラン、居酒屋など広く卸先を展開しており、日本人駐在もいる事からコミュニケーションもスムーズ。

沖縄にも支社が有る同社へアプローチ。同社はアジアでも販路を多数持っており、新規食材の開拓にも積極的で、どちらかというとレストラン関係の食材の提案が向いている問屋である。

流通先リサーチ

小売店　※小売店に商流がある問屋含む

GOLDMALI　LIMITED（卸）
SOGOに販路を持つ香港の問屋。青果の卸に強く、催事も頻繁に実施。

日本産イチゴ（あまおう、紅ほっぺ等）フェアinSOGOにて面談。
SOGOで青果の定番棚を持っており、定期的に季節の果物や野菜を販売している。青果以外も販売しており石垣の食材で興味が有るのはクロレラ麺、もろみ酢。どちらも機能食材に近いので、健康食材としての物販は可能との事。ただ、輸送費と卸価格が高い事がネックで、事業者との交渉が必要となる。

その他・視察情報

SEAFOOD PLACE（九龍島）

SEAFOOD PLACE=老舗和食「西村日本料理」を経営するオーナーが、黄埔（九龍半島）に複合店舗「九號水産」を開業。氏の弟子がシェフを務める居酒屋「Zeppin」や、人気店でもある「寿司翔太」、「蟹筵」など、海鮮中心の飲食店が続々とオープン。また、生けすから当日仕入れの鮮魚を選べ、下処理もしてくれる魚屋や、7割が日本直送の食材店も注目。日系企業が物産展を開くなど、マーケティングの場としても活用され始めている。

流通先リサーチ

通販

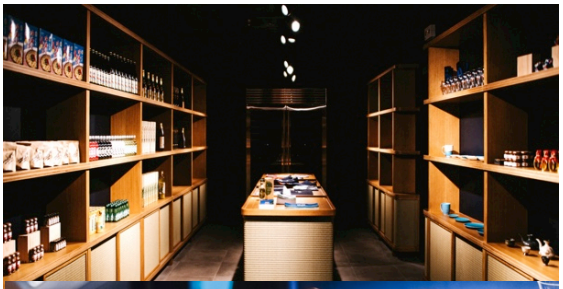
Oisix

Oisix
独自の基準に見合うもののみをお客様にお届けするよう、徹底することで香港の消費者に安心安全の商品を届けている。

OisixがCitysuperで開催していた日本酒フェアにてヒアリング。定期的に店舗での物販を開催しており、その中で売上の良い商品を採用。Oisixは日本本社決済が必要なため日本本社へのアプローチが近いと思われる。日本国内での決済と引渡が可能なため、石垣税関空港を使用しない事業モデルの際には有望な取引先の一つと考えられる。

その他・視察情報

SAKE CENTRAL



SAKE CENTRAL（香港島）

日本酒を中心とした小売店。日本酒だけではなく、日本の優れた商材を取り扱っており、10月初旬には沖縄そば等、沖縄の商材を扱っており石垣の商材にも可能性あり。

その他・関係先リサーチ

その他・視察情報

香港SOGO（香港島コーズウェイベイ）

日本食のイートインエリアは集客があり、やはり日本のスイーツは強い印象。ただ、価格自体は高くなく、ここで勝負するには卸値の調整が必要。

その他・関係先

JETRO HONG KONG
日本貿易振興機構（香港）

アドバイザーより、定期的に香港マーケットにおける情報を収集。香港の消費者の二極化が顕著になってきているということで、フードフェスティバルには安価な商材を求める消費者が増えるのではないかという予想をご教示いただいた。今後の販売価格を想定する際の参考として考慮しておきたい。

その他・関連物産展について

イオン香港 石垣産品フェア実施内容

本事業において実施予定ではなかったが、石垣島市特産品振興協同組合を一次商社とし、本事業チームにて一部サポートをおこなった、3月に開催されたイオン香港での石垣産品フェアについても触れておきたい。

【イオン香港　石垣産品フェア】
■開催日程：2018年3月15日（木）～20日（火）6日間
■開催時間：08：30～22：30
■開催場所：①ワンポア店
（九龍島／九龍紅磡黃埔新天地第5及6期地面及地庫）
②コーンヒル店
（香港島／香港鰂魚涌康山道2號康怡廣場(南)）
■実施内容：①石垣島産品の販売
②観光小冊子、ラッキードロー抽選券の配布

【販売品目】

1	ピーナツ黒糖	12	塩もずく
2	くるみ黒糖	13	梅酒
3	そら豆黒糖	14	ゆずシークヮーサー
4	しょうが黒糖	15	石垣島ゼッピンドレ
5	クロレラ麺	16	シークヮーサー胡椒
6	あらびきソーセージ	17	秋うこん茶（8包）
7	スモークベーコン	18	秋うこん茶（2包）
8	スモークハムスライス	19	ゴーヤー茶（8包）
9	美崎牛餃子	20	ゴーヤー茶（2包）
10	美崎牛ハンバーグ	21	月桃茶（8包）
11	もずくの佃煮	22	月桃茶（2包）

その他・関連物産展について

イオン香港 石垣産品フェア【総括】

【総括・所感】

塩もずく、クロレラ麺、秋うこん茶等の健康に考慮した商品やシークヮーサー胡椒のような素材重視の商品が人気で、消費者の食に対する意識がより高くなっているのが感じられた。店舗毎に消費者の層が異なり、ワンポア店では比較的リーズナブルな黒糖やお茶（2包タイプ）が良く売れるのに対し、コーンヒル店では塩もずくやクロレラ麺、シークヮーサー胡椒等の素材重視で高めの商品の売上が良く、地域性の違いも分かったので、今後のフェアの商品選定の参考にして頂きたい。

肉加工品に関してはブランド豚であるもろみ豚や美崎牛を使用した商品にも関わらず動きが悪く、ブランディング強化や価格帯の見直しが必要である。他の商品との差別化を伝えるには試食は必須だが、全体的に試食が少量だった為、マネキンからも増やして欲しいとの要望があった。

今回のフェアでは、物流体制の見直しの重要さ、石垣側事業者と香港側輸入者、販売店とのスピードの違い、温度差を感じた。石垣島では観光客の増加に伴い物販が好調な事から、島外での販路拡大の可能性や必要性を感じていない事業者が多いように見られるが、説明会やアンケートを実施するなど事業者の意見を聞く必要がある。また、海外販路開拓への興味付けや具体的なイメージを持たせる啓蒙、税関や乙仲業者、空港など輸出に関わる関係各所には保税倉庫の完備と検疫関係のスケジュール管理等が課題だが、実施体制を整えればクリア出来る内容だと思われる。

その他・関連物産展について

イオン香港 石垣産品フェア【総括】

本フェアでは石垣や沖縄への訪問経験のある方が多く、石垣牛の認知度は高かった。
試食を行った製品に関して、全体的には「普通～非常に美味しかった」の回答が多く、味自体は反応が良かったと思われる。
また、八重山そば、にんにく油を購入したいという声も多かったが、実際に香港で販売するとなると賞味期限がネックとなると想定され、バイヤーとの交渉が必要である。今回は地元で食される「からそば」で試食を行ったところ非常に反応が良く、石垣の特産品として発信していくべきメニューである。試食アンケート終了後も八重山そばやにんにく油同様「黒糖饅頭はどこで購入出来るのか」とブースに来られるお客様も居たりするなど反応があり、テストマーケティングとしては有意義だったと思う。
バイヤーからの意見としては輸送費と安定供給が可能かどうかの質問が多かった。石垣の事業者は大量製造可能な設備と人員が少ないのと、島内消費に比重を置いているので、島外への販路拡大に対する意識を高めていく必要がある。
八重山諸島で黒糖の生産をしている事を知っているバイヤーは多く、希少価値を理解している事から、かちわり黒糖の販路は見込めると思われる。
香港では全体的に日本食品が飽和している事からマーケットが健康思考の高い方達のターゲットに移行しつつあり、フレッシュな青果や機能食材が好まれる傾向にあるとの事なので、石垣の厳選された食材や原料の認知度を高める事が課題となる。

その他・関連物産展について

イオン香港 石垣産品フェア【バイヤーヒアリング】

■Canzone（HK)Company Limitted.

台湾やフランスの商材をメインに販売しているネット通販がメインの企業だが、2017年より北海道の食材を取扱い、今後日本の食材を増やしていくとの事で、新しい食材を探している。試食商品とイオンフェアで販売した全種類を紹介した。

【以下バイヤーコメント】

・黒糖商品に興味が有り、かちわち黒糖を扱いたいと思うが、価格と供給量の詳細が知りたい（現在は台湾産の黒糖商品を取り扱っている）

・冷凍食品、菓子類のニーズが多いが、今回は対象商品が少ないため、後日でも良いので情報が欲しい。

・以前、くんぺん、ちんすこうのサンプルを頂いたが賞味期限が短く、取扱いが厳しい。味は良かったので残念（くんぺん）

・台湾の食材は安価だが品質が良いので、同等の食材が有れば紹介してもらいたい。

その他・関連物産展について

イオン香港 石垣産品フェア【バイヤーヒアリング】

■New Kondo Traiding Co.,Ltd.

日本食食材の輸入、卸売り業務（香港内）および再輸出（中国、東南アジア諸国、南アフリカ、他）。また、ラーメン店の直営店運営とPBの製造も行っている。日本食材の取扱いは1500種以上。Wong氏には八重山そば、石垣島のラー油、にんにく油、泡盛ゼリーを提案。

【以下バイヤーコメント】

・八重山そばは香港人好みの麺だが、特に特徴が有る訳では無いので、販売しづらい。飲食店用に提案するとしたら、弊社工場での製造も可能なので、需要があればサンプルの試作も可能。

・にんにく油の味は良いが、日本での小売価格（846円）が高すぎる為、売価の設定が厳しい。販売するならブランディングが必要。パッケージの口が中途半端なので、もう少し大きくしても良いと思う。

・泡盛ゼリーは面白いと思うが、泡盛自体が香港での認知が低いので棚に並べるだけでは売れる商品では無く、この商品もブランディングと販促活動が必要。パッケージは良いが、触った時にベタつきが有ったので漏れてるのではないかと気になった。

・12月のフードフェスティバルで石垣のかちわり黒糖を見かけて、黒糖には興味が有る。ただ、保管等の管理が大変そうなので、スポット的な商品になると思うが、安定供給が可能かどうか知りたい

Wismettac

■Wismettac Nippon Foods Co.,Ltd.

東京に本社を置く、西本Wismettacホールディングス株式会社の香港支社。

世界46カ国にグループ会社を保有し、国内外で広く日本食の販路拡大を進めており、香港でも小売店／飲食店に商品を卸している。

シークヮーサー胡椒、ゼッピンドレッシング、石垣島のラー油、肉加工品を提案し、意見を頂いた。

【以下バイヤーコメント】

・商品に特徴が無く説明が無いと売りづらいが、こだわりを持つシェフも多く存在するので、業務用の規格が欲しい。

・肉加工品はパッケージの改善が必要。原材料、製造方法等の拘りはあるが、パッケージが高く見えない為、売価に納得しづらい。

・商品の安定供給は可能かどうかも知りたい。

・東京／大阪／福岡がメインポートなので、仕入れるとしても東京発となる為、日本国内の輸送費が課題となる。

第２章　税関空港活性化戦略の立案
●現状整理、課題

本年度、実施してきた中から顕在化されてきた現状と課題を以下に記載する。

【商品の味や価格、規格について】
●競合が多く出展する大型イベントでは、少量多品種低価格のものが好まれるため、なるべくバラ売りのできる商品規格であると対応しやすい。
●素材にこだわりのある商品が人気であった。
●業務用規格の要望あり。
●八重山諸島の黒糖の希少価値はバイヤーには認知されており販路拡大の可能性あり。
◆課題
●調味料類は、利用用途など馴染みのない商品も多いことから購買に繋がりづらい。
●味が良いがくんぺん、ちんすこうの賞味期限（90日）が短く扱いづらい。

【情報発信やパッケージについて（ブランディング）】
●石垣に来島する海外からの観光客（インバウンド）も多数おり、彼らは現地での情報だけでなく、事前情報としてWebでの情報収集をおこなっている。
◆課題
●原材料や産地などの分かりやすい情報が必要。
●イオンなどの日系スーパーマーケットでは、沖縄や石垣を知る方も存在するが、概ね「石垣島」は「沖縄」に比べ認知度が、まだまだ低いため情報発信が必要。
●美崎牛を使用した加工食肉は、ブランド牛であるにもかかわらず動きが悪かった。認知度をアップさせる必要がある。
●石垣島が香港に近い日本であることを訴求。（地図の表記など）
●パッケージで価格が高く見えないため、売価に納得しづらい。

【香港のマーケット状況】
●香港は中国本土とのパイプ役となっており、香港進出をきっかけに中国進出を果たす企業も多く存在する。
●台湾の食品は安価だが品質が良い。
●味覚にはこだわりがあり、価格にはシビア。
●希少価値の高い商品を好む。
◆課題
●日本料理は好きな外国料理1位であるが、価格が高いと感じている方が多い。
●富裕層も多いが、低所得者層も多く幅広いマーケットである事から、販路先に沿った戦略が必要となる。

第２章　税関空港活性化戦略の立案

●現状整理、課題

【税関空港関連の現状】

◆課題

●税関空港開港の初期段階であり、流通量も多くないこともあり送料単価が那覇空港に比べ割安感がない。

●保税倉庫の完備

●香港バイヤーより、輸送費と安定供給への不安の声がある。

【ビジネス習慣、商社機能について】

◆課題

●海外での販路先を広げるには、現地受け取り先である問屋など、現地商社機能を持つ企業とマッチングを図る必要がある。

●香港側輸入者と石垣側事業者のビジネスに対するスピードの違いが大きい。

●石垣島内での海外輸出に対する意識を高める必要性あり。

●検疫や輸出に関する提出書類準備などのスケジュール管理

輸出可能性のある商品リスト

●売れ筋商品とアンケートによる抽出

石垣空港から近いとはいえ、各国での検疫や通関における不備などがあった際には、多少の時間を要することや、例えば一度輸出した委託販売商品を、賞味期限が近づいたことによる返品は、輸送コストがかかるため現実的ではない。
そのため、少なくとも賞味期限は約180日以上の商品を可能性として目安にしたい。また、卸値に関しては現状の金額では概ね厳しい状況であるが、これは送料の低コスト化や発注数量により調整可能なものとして考慮した。

No	商品	事業業者名	規 格	賞味期限	備考
1	焼きショコラ塩ちんすこう 袋	宮城菓子店	10袋入	90日	味の評価は高いことから、賞味期限設定の見直しで可能性が広がる。
2	くんぺん（小箱）		5個	90日	
3	くんぺん 袋		5個入	90日	
4	バナナケーキ	那覇ベーカリー	250g	30日	完売商品であり人気商品。賞味期限設定の見直しで可能性が広がる。
5	黒糖	下地黒糖加工所	200g	360日	可能性大
6	ピーナツ黒糖		140g	120日	販路先の選定による
7	くるみ黒糖		120g	120日	
8	そら豆黒糖		120g	120日	
9	ブロック（現地でかちわり）		1K	360日	可能性大
10	パッションフルーツジュース	川平ファーム	270ml	1年	販路先の選定による
11	フルーツの王様	三和ヘルシー加工所	200ml		販路先の選定による
12	からそばのタレ（とうがらし味）	金城そば（金城製麺所）	200ml		販路先の選定による
13	からそばのタレ（ごま味）		200ml		販路先の選定による

輸出可能性のある商品リスト

●売れ筋商品とアンケートによる抽出

アンケートにより好感度の高かった産品も挙げているが、青果や精肉などの生鮮食品も人気が高く、流通条件を整えて販路拡大に果敢にチャレンジすることをお勧めする。

No	商品	事業業者名	規 格	賞味期限	備考	
14	石垣の塩	石垣の塩	180g	なし		可能性あり
15	たらし揚げ	マーミヤ	200g	20日		イベントでの販売
16	あらびきソーセージ	十五番地	150g	150日	完売商品であるが、やや価格が高いとの評価と賞味期限の設定の見直しをおこないたい。	賞味期限見直しで可能性あり
17	スモークチキン		150g	150日		
18	スモークベーコン		150g	150日		
19	スモークハムスライス		150g	150日		
20	請福ゆずシークワーサー	請福酒造	720ml	なし	少量であったが完売商品。賞味期限もなく扱いやすい。	可能性あり
21	請福梅酒		720ml	なし		
22	クロレラ麺	彩友美リゾート	180g	1年	人気商品。	可能性大
アンケートにて好感度の高かったもの						
23	ゴーヤー					条件により可能性あり
24	海ぶどう					
25	牛肉					
26	八重山そば					
27	黒糖饅頭					

海外向け商品開発、デザイン在り方のまとめ

●キーワードの抽出

●物産展やヒアリングから得られた商品やデザインなどの情報発信（ブランディング）に関するキーワードは以下のとおりである。

【商品開発について】

素材へのこだわり	多様な商品規格（業務用）	賞味期限180日の設計
限定商品	種類の豊富さ選ぶ楽しみ	希少性を活用した素材選定
原材料や産地を可視化	パッケージで高級感を演出	用途を明確に

【デザインなどの情報発信について】

Webでの情報発信	認知不足の石垣島	カテゴリー毎のブランド認知
原材料の詳細情報	売り手が販売しやすい想いと情報	自然環境地理的情報（石垣の強み）
商品特徴の明確化	歴史文化	ヘルシー志向

海外向け商品開発、デザイン在り方のまとめ

●商品開発について

コンセプトの明確化

●外国で受け入れられるためには、言語だけに頼らない、一目で認知できる工夫も必要となる。商品開発にあたっては、一目で何の商品であるか？が理解できるものの方が購買につながりやすい事から、コンセプトを明確にして具現化する事をお勧めしたい。

商品規格

●食品の販路先は、小売店から飲食店まで幅広く、小売での商談の際でも業務用での取扱に前向きな反応をするバイヤーが出てくる可能性も多く、エンドユーザー向けであっても、業務用の仕様も準備しておくと可能性が広がる。

●賞味期限は少なくとも180日は確保し、余裕のある流通規格を目指す。

希少性、限定感

●希少性、限定ものに反応する事から、石垣島にしかない素材を使用して、香港向けの限定商品を開発する事も考慮したい。それが素材へのこだわりにも繋がる。

パッケージ開発

●輸送コストなども含まれるため売価が高騰するが、それに見合うパッケージデザインでなければならない。そのためには前出の明確化されたコンセプトを基に、シンプルで分かりやすい表現をおこなう。

●日本語表記があると、信頼感を感じるという反応もあり、すべての表記を英語にする必要はない。

●原材料や一括表記は日本とは異なるため、必ず輸出向けにラベルを準備する事は必須条件となる。

海外向け商品開発、デザイン在り方のまとめ
●石垣島のブランド配信

果たしたい一貫性と継続性

ブランドシンボルを核としたデザイン展開は一貫性と継続性のブランド配信を行うにあたって大切な要素。消費者とのタッチポイントが少ないため、メッセージとともにデザインも統一イメージで配信していく必要があり、今後はイメージカラーや写真のトーンなど基本デザインシステムを構築するべきである。

・ブランドシンボル

Ishigaki
JAPAN'S BEST KEPT SECRET

■統一イメージ例

・ブランドカラーの設定

・キャッチコピー

JAPAN'S BEST KEPT SECRET

・フォーマットの設定

・写真トーンの設定

・地図は必ず表記

海外向け商品開発、デザイン在り方のまとめ

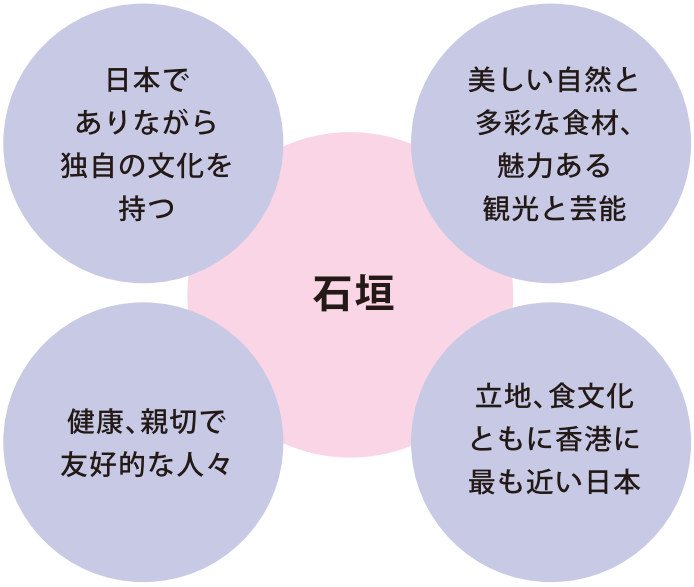
●石垣島のブランド配信

届けたいブランドメッセージ

「日本の中の沖縄、沖縄の中の石垣」
をしっかりと伝達

日本＜沖縄＜石垣

認知度が定着している「沖縄」と、強いブランド力（安心・安全なイメージ）を持つ「日本」を活用しながら、「石垣島」の認知度を高める事が初動段階の戦略としては有効と考えられます。



そして、地理的に一番近い日本・沖縄である事、沖縄にありながら独自の自然環境と多彩な文化・芸能も差別化を図るには重要な要素と言えます。

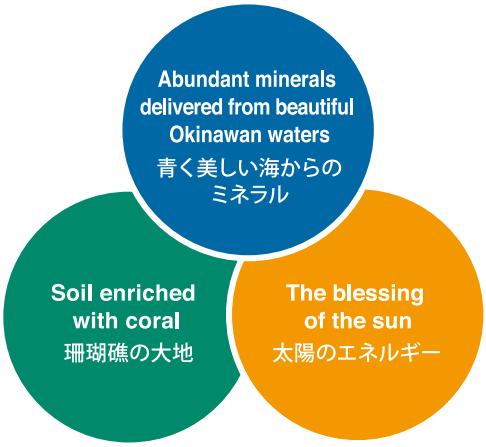
海外向け商品開発、デザイン在り方のまとめ
●石垣島のブランド配信

商品カテゴリー別のブランド構築例

それぞれの素材や商品毎に、石垣の自然環境で育まれたきたストーリーを重要視する。
①石垣島特有の自然環境を商品と関連付けて訴求。
②馴染みのない食材も多い事から、使用方法などのレシピ情報を訴求。
③栄養素などを、他の素材と比較し優位性を訴求。

「黒糖のブランド構築（例）」

①黒糖が育まれる自然環境を訴求



沖縄特産品の代表格でもある黒糖は、世界に誇るおいしさです。

サトウキビに含まれる栄養を損なわないのが黒糖の魅力

黒糖は沖縄の特産品として名高く、原材料のサトウキビはサンゴ礁からなる沖縄の大地で、強い日差しをたっぷり浴びて育ちます。さらに潮風が運ぶ美しい海からのミネラル分を含むのも沖縄の黒糖を美味しくする条件です。そのサトウキビからつくられた沖縄の黒糖は、風味豊かで深みある味わいになり、女性に不足しがちな「鉄分」や「カルシウム」なども含む為、「貧血」時に重宝されるなど体に良い食品としても人気があります。

②レシピ情報の提供
調理例や美味しい食べ方など、出来るだけ情報を提供する。

③砂糖など代替品との栄養成分比較

■Nutrition facts (per 100g)

Composition（成分） Type of sweeteners（食品名）	Calories（エネルギー） kcal	Protein（たんぱく質） g	Fat（脂質） g	Carbohydrates（炭水化物） g	Sodium（ナトリウム） g	Potassium（カリウム） g	Calcium（カルシウム） g	Magnesium（マグネシウム） g	Phosphorus（リン） g	Iron（鉄） g	Zinc（亜鉛） g	Copper（銅） g	Folic acid（葉酸） g	
Brown sugar（黒糖）	354	1.7	Tr	89.7	27	1100	240	31	31	4.7	0.5	0.24	10	
Caster sugar（上白糖）	384	(0)	(0)	99.2	1	2	1	Tr	Tr	Tr	0	0.01	(0)	
Granulated sugar（グラニュー糖）	387	(0)	(0)	100.0	Tr	Tr	Tr	0	(0)	Tr	Tr	0	(0)	
Honey（はちみつ）	294	0.2	0	79.7	7	13	2	1	4	0.8	0.3	0.04	1	

Standard Tables of Food Composition in Japan, 5th revised and enlarged edition

海外向け商品開発、デザイン在り方のまとめ
●石垣島のブランド配信

商品カテゴリー別のブランド構築例

「塩のブランド構築（例）」

料理の基本は良い塩から。
美しい海からのミネラルを含む海水塩

沖縄の塩は、世界中からその魅力に惹かれてダイバーが集まる沖縄の美しい海からの贈り物。美しい沖縄の海に含まれるミネラル分を含み旨味ある美味しさは、刺すような刺激でなく、後味に余韻が残る海塩ならではの美味しさがあり、優しい味わいの塩と評されます。

豊かな食生活には欠かせない、料理の基本となる上質な沖縄の塩。
美味しさと素材にこだわる方に、ぜひオススメしたい沖縄の海塩をご紹介します。

※塩は砂糖の後に！煮物など甘みと塩味で味付けする料理の場合、必ず砂糖を先に入れます。塩を先に入れると、甘味が素材に染み込みにくくなるからです。

「もずくのブランド構築（例）」

ヘルシーで美味しい！独特の
ヌメリと食感が楽しめる海藻類。

この独特のヌメリには「フコイダン」と呼ばれる胃に優しい成分が含まれています。
沖縄のもずくは太くそして食感が良いのが特徴。
日本国内で流通するもずくもほとんどが沖縄産であるほどです。
本場・沖縄もずくは塩抜きして、そのまま食べても美味しく、低カロリーでクセのない味わいの為、料理との相性も良い食材です。

■Nutrition facts (per 100g)

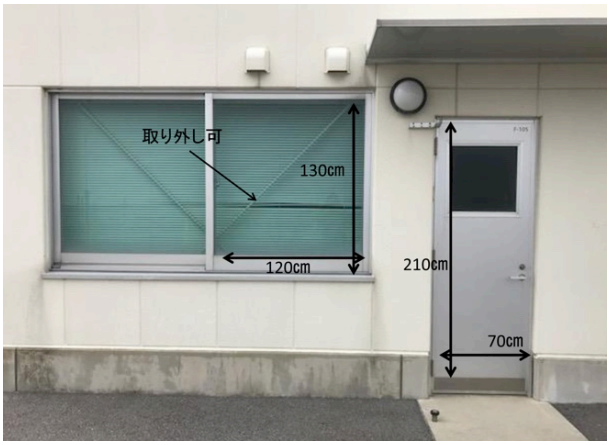
Iron（鉄）	mg	0.2	Carbohydrates（炭水化物）	mg	2.0	Fat（脂質）	mg	0.2
Magnesium（マグネシウム）	mg	21	Cholesterol（コレステロール）	mg	0	Protein（たんぱく質）	mg	0.3
Calcium（カルシウム）	mg	22	Polyunsaturated fatty acids多価不飽和脂肪酸）	mg	0.00	Calories（エネルギー）	mg	6.0
Potassium（カリウム）	mg	7	Monounsaturated fatty acids一価不飽和脂肪酸）	mg	0.00			
Sodium（ナトリウム）	mg	240	Unsaturated fatty acids不飽和脂肪酸）	mg	0.00			

税関空港利用時の課題の抽出

●保税エリアについて

平成29年度にあたっては以下のみなし保税エリアでの対応とした。

今回設置したみなし保税エリアは、ジェイネットエアが所有する本来は貸し事務所であり、保税エリアとしては搬入搬出口の幅が狭く搬入物のサイズ制限が必要など、使用する際に多くの制約を強いられた。



税関空港利用時の課題の抽出

●保税エリアについて

保税エリアが設置されていない事による緊急的な措置であり、時間との兼ね合いもあり他に選択肢のない状況であった。
また、保税貨物を飛行機へ搬入するためには、ANAの保税エリアを通過しなければならず、かなり特例的な措置を取る必要が生じた。

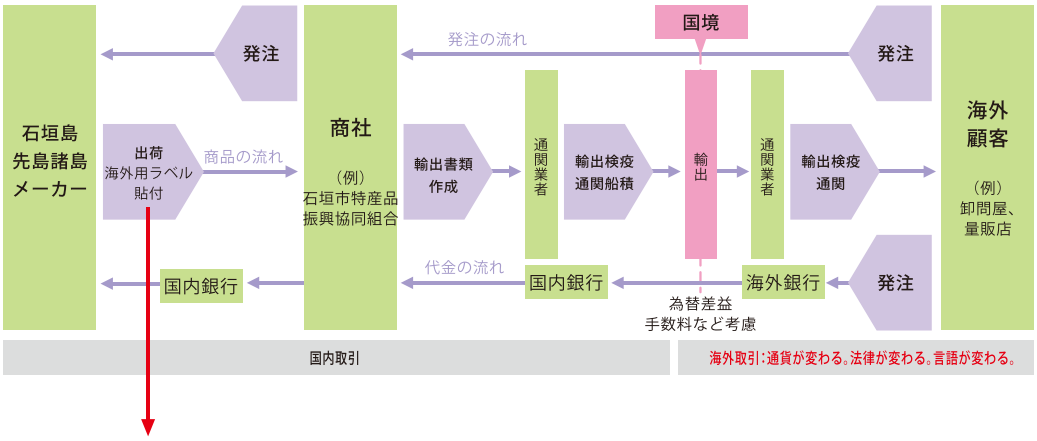
【懸念事項】
・いったん検査した荷物が第三者が触ることがない状況を作る必要が生じる。
・制限区域外でも鍵を付けるなどすれば可能。
・上屋に関しての解決策のひとつとして、ANAのコンテナを貸しそこに鍵をかけシールを貼るなどの措置を取る。
・ドアをきちんとしめ鍵、セキュリティを掛ければ問題無い。
・ANAから航空保安の観点から見て一旦検査した荷物が第三者に触れない状況であれば良い。
・Jネットが想定しているカートは蓋つきの開けられないものを使用予定。そのカートが制限区域外では開けられません、という状況であれば可。
→鍵がかけられるものである必要がある
・OASでは鍵がかかる車でやはり運んでいる状況。第三者が触れない条件が作れるかどうか。
→鍵をかけることは可能。
・Jネットとしては現状手荷物でいっぱいなので、カーゴは対応が難しい。ANAからULDとローリーをセットでお借り出来れば対応しやすい。運搬用の機材は別途検討しないといけない。

【次年度以降について】
みなし保税エリアでは、上記の様々な制約が出てくるため一刻も早急に、適切な場所での保税エリアの設置が望まれる。そのためには、石垣市だけでなく沖縄県全体の海外販路拡大の視点から県のサポートも必要となってくるであろう。

輸出に関する流れと規制について

海外取引の流れ（商社経由）と提案商品選定時の留意点

〈一例〉



海外用ラベル（香港向け）について

香港への輸出に関しては英語か中国語の下記ラベルが必要となります。

■栄養成分表示サンプル

Nutrition Facts
Serving Size 2/3 cup (55g)
Servings Per Container About 8

Amount Per Serving	
Calories 230	Calories from Fat 72
	% Daily Value*
Total Fat 8g	12%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 160mg	7%
Total Carbohydrate 37g	12%
Dietary Fiber 4g	16%
Sugars 1g	
Protein 3g	
Vitamin A	10%
Vitamin C	8%
Calcium	20%
Iron	45%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Nutrition Facts
8 servings per container
Serving size 2/3 cup (55g)

Amount per serving	
Calories	230
	% Daily Value*
Total Fat 8g	10%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 160mg	7%
Total Carbohydrate 37g	13%
Dietary Fiber 4g	14%
Total Sugars 12g	
Includes 10g Added Sugars	20%
Protein 3g	
Vitamin D 2mcg	10%
Calcium 260mg	20%
Iron 8mg	45%
Potassium 235mg	6%

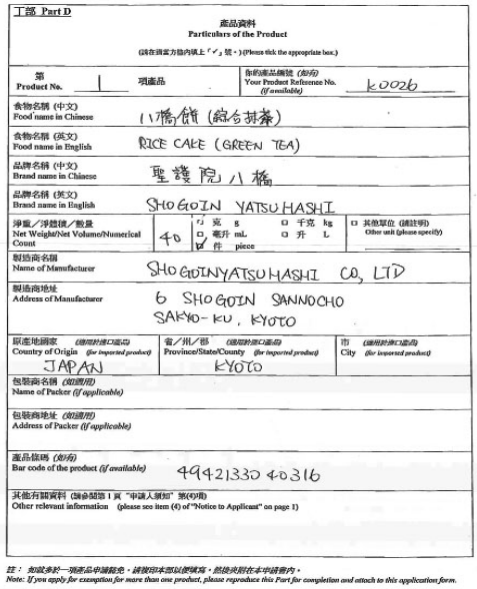
* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

【栄養成分表示】
①熱量 ②タンパク質 ③炭水化物 ④総脂質 ⑤飽和脂肪酸
⑥トランス脂肪酸 ⑦ナトリウム ⑧糖

【一括表示】
①商品名 ②内容量 ③賞味期限 ④保存方法 ⑤製造者名
⑥製造地 ⑦販売者

強調表示を行う栄養素（脂質類に関する強調表示がある場合、コレステロールの含有量も併記しなければなりません。）
※炭水化物の含有量は「有効炭水化物」あるいは「総炭水化物」として表記してよい。ただし、「総炭水化物」と表記した場合、食物繊維の含有量も併記しなければなりません。

■免除申請



Note: If you apply for exemption for more than one product, please reproduce this Part for completion and attach to this application form.

栄養成分分析などは費用がかかる為、よりコストをかけずテスト販売する際には、年間販売量が30,000個に満たない場合、免除申請をすることが出来ます。その場合も申請費用は必要となります。

輸出に関する流れと規制について

輸出先の規制

・食品規制
・検疫
・関税等

〔調査方法〕
・ウェブサイト
・取引先
・ジェトロ
・大使館等相手国の在日出先機関

（例）香港の食品規制

「食物アレルギー物質、食品添加物、及び日付に関する表示ガイドラインは、以下の日本貿易振興機構（ジェトロ）ホームページで和訳版の閲覧が可能。詳細の情報については、香港特別行政区政府食物安全中心ホームページを参照。（英文）」

日本貿易振興機構（ジェトロ）
https://www.jetro.go.jp/worldtop/asia/hk/export/e-proc/

香港特別行政区政府食物安全中心
http://www.cfs.gov.hk/english/index.html

提案商品の選定

食品については、公衆衛生および市政条例第132 章（Public Health and Municipal Services Ordinance(Cap.132)）などに基づき、主に食品衛生上の観点から輸入ライセンスの取得、食品衛生証明書や検疫証明書等の添付、製造元に関する事前認可の取得などが規定されています。

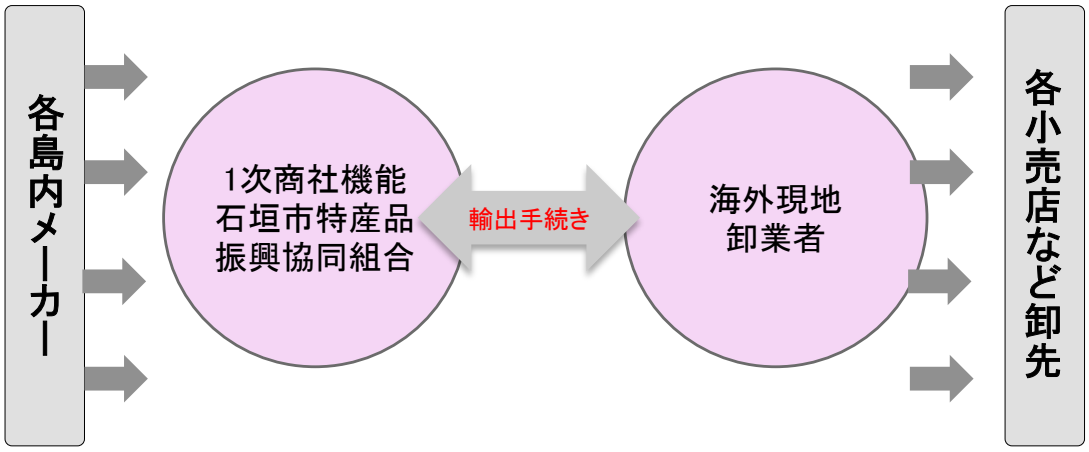
牛乳・乳飲料 冷凍菓子	ライセンスは必要ないが、牛乳・乳飲料及び冷凍菓子は製造元に関する書類やサンプルを事前提出し香港食物環境衛生署（FEHD）から事前許可を受ける必要があります。店舗における販売においても許可証の取得が求められます。
食肉・食肉加工品 および畜産	冷凍またはチルドの牛肉、豚肉、鶏肉の輸入については香港食物環境衛生署（FEHD）から輸入ライセンス取得が必要。検疫証明書や食品衛生証明書等の添付が必要。日本の輸出業者は、動物検疫所所長宛に書類を提出し、動物検疫を受検しなければいけません。この際、厚生労働省が認定した認定施設を管轄する地方自治体から発行された衛生証明書の添付が必要となります。
米	備蓄品目の対象となっているため、在庫保有者登録とそれに伴う手続が必要である。また、香港の輸入業者は輸入する前に、ライセンスを取得することが必要となる。輸入米は認可統制の対象となっている。米は備蓄商品として分類され、その輸出入は登録制。登録を行えるのは、香港で商業登記した企業に限られる。日本側では農政局宛に米穀輸出届出書が必要。
アルコール 飲料	アルコール度数30%以上の酒類は輸入ライセンス、倉庫ライセンスが必要。物品税100%、30%以下の酒類免許不要、物品税・関税免税。

出所：ジェトロ2014年度版

商社的機能や体制について

前ページにもあるように、海外への輸出には様々な規制に関する知識と、輸出までの申請書類の準備が必要となる。そのため、各メーカーが個別で対応するのではなく島内に一次商社機能を兼ねた卸業者の存在は必須事項である。
その一次商社にて、島内メーカーの窓口となり将来的には輸出先の卸業者との連携を深める事が、今後に向けてより販路拡大の可能性が広がると考えられる。

【今回の例】



今後にあたっては、島内での一次商社機能を持つ事業者と各メーカーの海外販路に対する意識づけと、それを持続可能にするためにも、売れる仕組み（先ずは、海外販路先における協力的なパートナー（卸業者）づくり）が必要となる。
そのためには、海外販路拡大のセミナーや説明会など地道な啓蒙活動と、海外での物産展参加、その際の戦略的なブランディング活動など、一貫しておこなう事が重要である。

平成 29 年度沖縄振興特別推進交付金
特産品プロモーション事業
税関空港活性化プロモーション業務

実施報告書

編集・発行

株式会社ノイズ・バリュー社
〒900-0004 沖縄県那覇市銘苅2-4-35
アーバンプラネットビル3階
TEL:098-860-6077
HP: http://noisevalue.co.jp

委託元

石垣市 企画部商工振興課
〒907-8501 沖縄県石垣市美崎町14番地
TEL:0980-82-9911(代表)
HP: http://www.city.ishigaki.okinawa.jp