

令和2年度
県内貿易事業者等とのビジネス連携に関する
調査報告書

令和3年3月
沖縄県

受託事業者:
株式会社俊美プロデュース

目 次

第1章 本調査の概要.....	1
1-1 事業目的.....	1
1-2 実施方法.....	1
(1) アンケートの実施.....	1
(2) Web アンケートの調査概要.....	1
1-3 実施結果.....	4
第2章 在沖外国人事業者の傾向.....	17
2-1 企業概要について.....	17
2-2 輸出について.....	22
2-3 商流・人的ネットワークについて.....	27
第3章 県内事業者の傾向.....	31
3-1 企業概要について.....	31
3-2 輸出について.....	35
3-3 商流・人的ネットワークについて.....	38
第4章 マッチングの可能性についての検討.....	42
第5章 マッチング手法の検討.....	45
5-1 貿易業に対する関心の高さについて.....	45
5-2 マッチング手法の種類.....	46
5-3 在沖外国人事業者と県内事業者の傾向を踏まえたマッチング手法の検討.....	47
5-4 マッチング手法の検討のまとめ.....	49
巻末資料.....	53
1. 再委託について.....	53
2. アンケート様式.....	57
2-1 在沖外国人事業者向け.....	57
・日本語.....	57
・中国語（簡体字）.....	63
・中国語（繁体字）.....	69
・英語.....	75
2-2 県内事業者向け.....	83

第1章 本調査の概要

1-1 事業目的

県内貿易事業者等の輸出入ビジネスの拡大に向け、海外に商流、物流や人的ネットワークを持つ県内貿易事業者等(以下、「在沖外国人事業者」¹ という)を活用したビジネスの可能性やビジネスマッチングの手法について検討する。

1-2 実施方法

(1) アンケートの実施

在沖外国人事業者及び輸出実績のあるまたは検討している県内事業者に対し「Web アンケート調査」を実施する。依頼方法はそれぞれメール、LINE などでの配信により行った。

なお、本国との人的ネットワークの活用可能性をみるための調査事業であるため、対象者の事業形態は貿易事業に絞らず製造業やITなども対象とした。

(2) Web アンケートの調査概要

①実施内容

本アンケートは次の内容で実施した。

【1】在沖外国人事業者:輸出入の状況、商流・人的ネットワーク等に関する質問

全35問 (アンケート結果詳細は P6～P13 参照)

【2】県内事業者:輸出の状況、外国人事業者とのマッチング希望の有無等に関する質問

全24問 (アンケート結果詳細は P14～P16 参照)

なお、今回は主に商流と人的ネットワークを中心とした情報収集を行うこととしたため、物流に関する質問項目は設定していない。また、県内事業者に対しては、輸出の状況把握を中心としており、輸入に関する質問項目は設定していない。

¹ 本調査報告書においては、在沖外国人事業者は以下のように定義する。

日本国籍を有しない、沖縄県内で法人もしくは個人事業主として事業を行なっている事業者で、以下のいずれかに該当する事業者。

- ・外国又は外国の公共団体若しくはこれに準ずるもの
- ・外国の法令に基づいて設立された法人その他の団体
- ・法人であって、上記に掲げる者がその代表者であるもの又はこれらの者がその役員の三分の一以上若しくは議決権の三分の一以上を占めるもの。

(国土交通省のホームページを参照、

https://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/seisakutokatsu_freight_fr3_000005.html (2020年11月1日アクセス))

②実施期間

【1】在沖外国人事業者:令和2年11月5日～11月16日(12日間)

【2】県内事業者:令和2年12月5日～12月25日(21日間)

③配信先/回答率

【1】在沖外国人事業者:再委託先である行政書士法人ときわ²を通し、下記のグループ及び団体へ調査協力依頼を行なった。配信先と回答率は図表 1-1 と図表 1-2 の通り。

図表1-1 在沖外国人事業者へのアンケートの配信先

	所属名	属性	対象者	依頼方法
1	行政書士法人ときわクライアントSNSグループ	在沖縄行政書士法人	ときわクライアント195名 (中国175名、台湾20名)	wechatグループ LINEグループ
2	沖縄新華僑華人総会	中華人民共和国系団体	855名	wechatグループ
3	沖縄華僑華人総会	中華人民共和国系団体	担当者が会員の中から約35社を選定	wechatグループ
4	琉球台商青年会	中華民国(台湾)系団体	35名	メール等
5	在日本大韓国民団沖縄県地方本部	大韓民国系団体	事務局担当者が会員の中からアンケート対象者を選定し送信	メール等
6	沖縄ベトナム交流会株式会社	ベトナム社会主義共和国系団体	事務局担当者から在沖ベトナム系企業へアンケート依頼	メール等
7	株式会社俊美プロデュース	多国籍	クライアント15名(中国5名、台湾5名、その他5名)	wechat、LINE、メール等
	合計		約1,137名	

注:上記1と2のグループに関しては所属者全てに配信。3～7のグループに関しては対象者を輸出入関連事業者に絞り配信した。

図表1-2 国地域別の回答率(在沖外国人事業者の出身地)

出身地	配信数	配信数/合計	回答数	回答率
中国	1,070	94.1%	43	4.0%
台湾	60	5.3%	6	10.0%
韓国	2	0.2%	2	100.0%
イギリス	1	0.1%	1	100.0%
スリランカ	1	0.1%	1	100.0%
フィリピン	1	0.1%	1	100.0%
ベトナム	1	0.1%	1	100.0%
ミャンマー	1	0.1%	1	100.0%
合計	1,137	100.0%	56	4.9%

² 行政書士法人ときわは、平成20年より海外から県内へ立地し、起業する事業者の法的手続を支援しており、本アンケート対象事業者との豊富なネットワークを有している。

中国系関係者を多く含む1、2グループで業種等条件を絞らず配信を行った事もあり、アンケート配信数全体の94.1%を中国が占めた。このことについては、在沖外国人統計によると経営・管理ビザ取得者の65.2%を中国が占めることから(図表1-3)、県内在沖外国人事業者の貿易傾向をみるに問題ない偏りと判断している。

図表1-3 在沖外国人 経営ビザ取得者国別割合

統計名： 在沖外国人統計（旧登録外国人統計）
時間軸（月次）：2020年6月末

国籍・地域	総数（人）	内訳（人）			国籍・地域 割合 （経営・管理/合計）%
		経営・管理	永住者またはその配偶者等	その他	
中国	2,786	187	1,160	1,439	65.2%
台湾	982	23	378	581	8.0%
韓国	1,406	34	814	558	11.9%
イギリス	227	6	115	106	2.1%
ミャンマー	291	1	12	278	0.3%
スリランカ	143	2	28	113	0.7%
ベトナム	3,111	3	111	2,997	1.0%
フィリピン	2,287	1	1,524	762	0.3%
その他地域	9,358	30	4,207	5,121	10.5%
合計	20,591	287	8,349	11,955	100.0%

注：当事業のアンケート対象者は経営・管理ビザ取得者となる
出所：政府統計の総合窓口データを基に作成

【2】県内事業者：県内事業者の調査について、沖縄銀行(再委託先)及び琉球銀行、沖縄県貿易協会を通して対象となる事業者へ調査協力依頼を行なった。配信先と回答率は図表1-4と図表1-5の通り。

図表1-4 県内事業者へのアンケートの配信先

	依頼先企業名	対象	対象数	依頼方法
1	株式会社沖縄銀行	海外展開中(検討も含む)のクライアント	30社	メール
2	株式会社琉球銀行	海外展開中(検討も含む)のクライアント	15社	メール
3	一般社団法人沖縄県貿易協会	沖縄型産業中核人材育成事業参加企業	29社	メール
4	株式会社俊美プロデュース	県産工業製品海外販路開拓事業/県内に立地した外国企業と県内企業との交流会/クライアント	49社	LINE メール等
合計			123社	

※重複も含む

図表1-5 県内事業者の回答率

	回答者	配信数	回答率
県内事業者	27	123	22%

1-3 実施結果

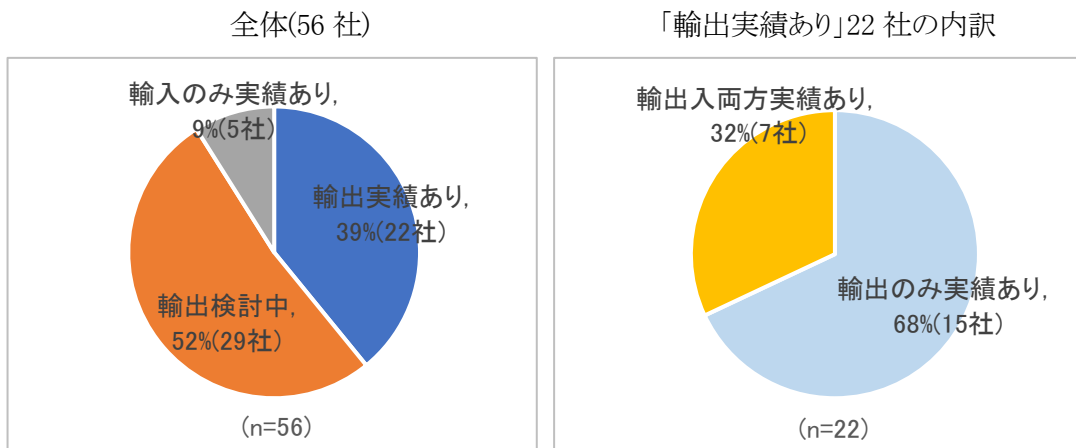
【1】在沖外国人事業者(回答者56社) 結果詳細はP6～P13

回答のあった56社の内、半数を超える29社(52%)は輸出検討中だった。輸出実績のある22社の内、輸出入両方の実績のあるのは7社(32%)となった。

本報告書では次のカテゴリーに分類し結果を整理した。

- (1) 輸出実績あり 22社/56社(39.3%) (P6～P7参照)
- (2) 輸出入両方の実績あり 7社/56社(12.5%) (P8～P10参照)
- (3) 輸出検討中 29社/56社(51.8%) (P11～P12参照)
- (4) 輸入実績のみ 5社/56社(8.9%) (P13参照)

図表 1-6 貿易の状況

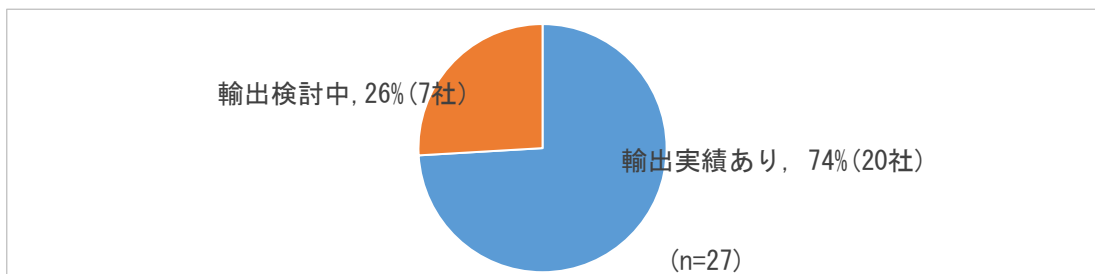


【2】県内事業者(回答者27社)

回答のあった27社の内、輸出検討中は7社(26%)だった。
本報告書では次のカテゴリーに分類し結果を整理した。

- (1) 輸出実績あり 20社/27社(74.1%) (P14～P15参照)
- (2) 輸出検討中 7社/27社(25.9%) (P16参照)

図表 1-7 県内事業者の輸出状況



注: 県内事業者に対しては輸入に関する質問を行っていない。

<本報告書で用いる用語について>

(アンケート時の設問・選択肢における用語)

- **コンサル:**
コンサルティング事業のこと。顧客に経営等に関するアドバイスをを行う事業。
- **海外拠点:**
海外に有する事業所、支店のことを指す。
- **ビジネスマッチングサイト:**
売主と買主など企業のニーズに応じて、企業同士を引き合わせる目的で設置されているウェブサイトを目指す。
- **ブロガー・インフルエンサー:**
自身ないし自社のSNSやブログに企業の広告となるような記事・コメントを掲載し、企業からの報酬を得る事業で生計を立てている個人や企業を指す。
- **イーコマース事業者(EC事業者):**
インターネット上で自社もしくは他社のプラットフォームを活用し、商品やサービスの売買を行う企業等をEC事業者と呼ぶ。
中国向けECの方法は大きく分けて二つあり、大量輸送が可能な保税モデル越境ECとEMS等国際宅配便を活用する直送モデル越境ECがある。本アンケートのEC事業者ではどちらのモデルもEC事業者と呼ぶ。

(アンケートの集計・結果まとめにおける用語)

- **主業:**
本アンケートでは、売上の高い順に3つまで回答する形式となっており、最も売上の高い事業内容を「主業」と呼ぶ。
- **事業全体:**
本アンケートでは、売上の高い順に3つまで回答する形式となっており、回答されたすべての事業内容の集計結果を「事業全体」と呼ぶ。
- **主な輸出品:**
本アンケートでは、売上の高い順に3つまで回答する形式となっており、最も売上の高い輸出品目を「主な輸出品」と呼ぶ。
- **輸出品全体:**
本アンケートでは、売上の高い順に3つまで回答する形式となっており、回答されたすべての輸出品の集計結果を「輸出品全体」と呼ぶ。
- **主な輸出国:**
本アンケートでは、売上の高い順に5カ国まで回答する形式となっており、最も輸出額の高い国を「主な輸出国」と呼ぶ。
- **輸出国全体:**
本アンケートでは、売上の高い順に5カ国まで回答する形式となっており、回答されたすべての輸出国の集計結果を「輸出国全体」と呼ぶ。
- **商流:**
「商的流通」の略で、主に売買取引の際に発生する所有権・金銭・情報の流れを意味する。本アンケートでは事業者と消費者や仕入先との売買取引の流れを指す。
- **販売先業態:**
本アンケートでは輸出事の場合は相手国の輸入事業者を指し、輸入の場合は日本での販売先業態を指す。

図表 1-8 【1】在沖外国人事業者(回答 56 社)
 (1)「輸出実績あり」 22 社

1 県内立地の状況		
所在地	那覇市 13 社(59%) 宜野湾市・浦添市各 2 社(9%) 沖縄市・名護市・西原町・豊見城市・読谷村各 1 社(5%)	
出身地	中国 19 社(86%) 台湾・フィリピン・マレーシア各 1 社(5%)	
立地年数	3 年未満 10 社(46%) 3 年以上 5 年未満 3 社(14%) 5 年以上 9 社(41%)	
資本金	500 万円未満 5 社(23%) 500 万円以上 1 千万円未満 16 社(73%) 1 千万円以上 5 千万円未満 1 社(5%)	
業種	<u>主業</u>	①貿易・商社 12 社(55%) ②卸・小売 3 社(14%) ③旅行関連・IT・コンサル各 1 社(5%) その他 4 社(18%)
	<u>事業</u>	①貿易・商社 17 社(77%) ②卸・小売 10 社(45%) ③ <u>コンサル</u> 9 社(41%)
	<u>全体</u>	④旅行関連 4 社(18%) ⑤IT 1 社(5%) その他 10 社(45%)
従業員数	10 人未満 21 社(95%) 10 人以上 50 人未満 1 社(5%)	
売上	1 千万円未満 11 社(50%) 1 千万円以上 5 千万円未満 5 社(23%) 5 千万円以上 1 億円未満 2 社(9%) 1 億円以上 10 億円未満 3 社(14%) 10 億以上 1 社(5%)	
2 海外拠点について		
<u>海外拠点</u>	あり:3 社(14%) (左の内本拠点が沖縄 2 社(67%) 海外 1 社(33%)) なし:19 社(86%)	
<u>海外拠点所在地</u>	中国 2 社(67%) 台湾 1 社(33%)	
<u>海外拠点業種</u>	<u>主業</u>	①貿易・商社 2 社(67%) ②旅行関連 1 社(33%)
	<u>事業</u>	①貿易・商社 3 社(100%) ②旅行関連 2 社(67%) ③卸・小売 1 社(33%)
	<u>全体</u>	
3 輸出実績について		
輸出先	<u>主な輸出先</u>	①上海 8 社(36%) ②北京 6 社(27%) ③中国その他 3 社(14%) ④台湾 2 社(9%) ⑤ミャンマー・フィリピン各 1 社(5%) 無回答 1 社(5%)
	<u>輸出先全体</u>	①上海 14 社(64%) ②北京 12 社(55%) ③中国その他 5 社(23%) ④香港 4 社(18%) ⑤台湾 3 社(14%) ⑥ミャンマー・フィリピン・シンガポール・タイ・マレーシア・ニュージーランド 各 1 社(5%) 無回答 1 社(5%)
輸出品	<u>主な輸出品</u>	①化粧品 7 社(32%) ②中古品 4 社(18%) ③工業製品 3 社(14%) ④衣料品・医薬品・飲料品各 1 社(5%) その他 5 社(23%)
	<u>輸出品全体</u>	①化粧品 12 社(55%) ②中古品 ³ 8 社(36%) ③医薬品 5 社(23%) ④衣料品 4 社(18%) ⑤工業製品 ⁴ 3 社(14%) ⑥加工食品 2 社(9%) ⑦飲料品 1 社(5%) その他 12 社(55%)

³ 中古品 8 社の具体的商材:中古ピアノ:1 古着:1 中古ブランド靴:1 中古ブランド品:2 中古車:2 消防関連品:1無回答:2

⁴ 工業製品 3 社の具体的商材:電子機器:1 工業用テープ:1 建設用オーダーメイド部品:1

図表 1-8 【1】在沖外国人事業者(回答 56 社)
 (1)「輸出実績あり」 22 社

輸出額		100 万円未満 5 社(23%) 100 万円以上 1 千万円未満 7 社(32%) 1 千万円以上 5 千万円未満 5 社(23%) 5 千万円以上 1 億円未満 1 社(5%) 1 億円以上 5 億円未満 2 社(9%) 無回答 2 社(9%)
輸出量	空路	1t 以上 3t 未満 4 社(18%) 3t 以上 10t 未満 1 社(5%) 10t 以上 50t 未満 1 社(5%) 100t 以上 1 社(5%) 無回答 15 社(68%)
	海路	1 本以上 3 本未満 2 社(9%) 3 本以上 5 本未満 1 社(5%) 5 本以上 10 本未満 1 社(5%) 無回答 18 社(82%)
4 商流について		
輸出先販売先業態		卸業者 11 社(50%) 一般消費者 9 社(41%) 小売店 7 社(32%) EC 事業者 3 社(14%) その他製造業 1 社(5%) その他 2 社(9%) 無回答 2 社(9%)
海外との繋がり		知人・親戚の紹介 18 社(82%) SNS 8 社(36%) 展示・商談会 6 社(27%) <u>ビジネスマッチングサイト</u> 2 社(9%) 無回答 1 社(5%)
5 今後新たに輸出したい商材		
		①中古品 9 社(41%) ②加工食品 8 社(36%) ③化粧品 7 社(32%) ④工業製品・衣料品各 6 社(27%) ⑥医薬品 5 社(23%) ⑦生鮮食品 4 社(18%) ⑧飲料品 1 社(5%) その他 4 社(18%) なし 1 社(5%) 無回答 2 社(9%)
6 貿易拡大に向けてどのような活動を行なっていますか		
		①知人・親戚のネットワーク活用 10 社(45%) ②SNS の活用 7 社(32%) ③展示・商談会 6 社(27%) ④ <u>ビジネスマッチングサイト</u> の活用 5 社(23%) ⑤ <u>ブロガー・インフルエンサー</u> の活用 2 社(9%) 無回答 3 社(14%)

図表 1-9 【1】在沖外国人事業者(回答 56 社)
 (2)「輸出入両方の実績あり」7 社

1 県内立地の状況		
所在地	那覇市 5 社(71%) 沖縄市・名護市各 1 社(14%)	
出身地	中国 5 社(71%) 台湾・ミャンマー各 1 社(14%)	
立地年数	3 年未満 3 社(43%) 3 年以上 5 年未満 1 社(14%) 5 年以上 3 社(43%)	
資本金	500 万円未満 1 社(14%) 500 万円以上 1 千万円未満 5 社(71%) 1 千万円以上 5 千万円未満 1 社(14%)	
業種	主業	①貿易・商社 5 社(71%) ②旅行関連 1 社(14%) その他 1 社(14%)
	事業	①貿易・商社 7 社(100%) ②コンサル 3 社(43%)
	全体	③旅行関連・卸・小売各 2 社(29%) その他 3 社(43%)
従業員数	10 人未満 7 社(100%)	
売上	1 千万円未満 2 社(29%) 1 千万円以上 5 千万円未満 2 社(29%) 5 千万円以上 1 億円未満 2 社(29%) 10 億以上 1 社(14%)	
2 海外拠点について		
海外拠点	あり:3 社(43%) (左の内本拠点が沖縄 2 社(67%) 海外 1 社(33%)) なし:4 社(57%)	
海外拠点所在地	中国 2 社(67%) 台湾各 1 社(33%)	
海外拠点業種	主業	①貿易・商社 2 社(67%) ②旅行関連 1 社(33%)
	事業	①貿易・商社 3 社(100%) ②旅行関連 2 社(67%)
	全体	③卸・小売 1 社(33%)
3 輸出実績について		
輸出先	主な輸出先	①北京・上海各 2 社(29%) ③中国その他・台湾各 1 社(14%) その他各 1 社(14%)
	輸出先全体	①上海 4 社(57%) ②北京 3 社(43%) ③台湾 2 社(29%) ④中国その他・香港・シンガポール・マレーシア・タイ・ニュージーランド各 1 社(14%) その他 1 社(14%)
輸出品	主な輸出品	①工業製品・化粧品・中古品各 2 社(29%) その他 1 社(14%)
	輸出品全体	①工業製品・化粧品・中古品各 2 社(29%) ④医薬品 1 社(14%) その他 5 社(71%)
輸出額	100 万円未満 1 社(14%) 100 万円以上 1 千万円未満 1 社(14%) 1 千万円以上 5 千万円未満 3 社(43%) 1 億円以上 5 億円未満 1 社(14%) 無回答 1 社(14%)	
輸出力	空路	1t 以上 3t 未満 1 社(14%) 10t 以上 50t 未満 1 社(14%) 100t 以上 1 社(14%) 無回答 4 社(57%)
	海路	1 本以上 3 本未満 1 社(14%) 3 本以上 5 本未満 1 社(14%) 無回答 5 社(71%)

図表 1-9 【1】在沖外国人事業者(回答 56 社)
 (2)「輸出入両方の実績あり」 7 社

4 商流について		
輸出先販売先業態	卸業者 5 社(50%) 一般消費者 2 社(29%) 小売店 2 社(29%) EC 事業者 1 社(14%) その他 1 社(14%)	
海外との繋がり	知人・親戚の紹介 7 社(100%) 展示・商談会 2 社(29%) SNS 2 社(29%)	
5 今後新たに輸出したい商材		
	①加工食品 4 社(57%) ②中古品 3 社(43%) ③衣料品・工業製品・化粧品・生鮮食品各 2 社(29%) ⑦医薬品 1 社(14%) 無回答 1 社(14%)	
6 貿易拡大に向けてどのような活動を行なっていますか		
	①展示・商談会 4 社(57%) ②知人・親戚のネットワーク活用 3 社(43%) ③SNS の活用・ビジネスマッチングサイトの活用 2 社(29%) 無回答 1 社(14%)	
7 輸入実績について		
輸入先	主な輸入先	①中国その他 3 社(43%) ②上海 2 社(29%) ③北京・台湾各 1 社(14%)
	輸入先全体	①中国その他 4 社(57%) ②上海 2 社(29%) ③北京・台湾各 1 社(14%)
輸入品	主な輸入品	①工業製品 3 社(43%) ②衣料品 1 社(14%) その他 3 社(43%)
	輸入品全体	①工業製品 3 社(43%) ②衣料品 1 社(14%) その他 4 社(57%)
輸入額		100 万円未満 1 社(14%) 100 万円以上 1 千万円未満 2 社(29%) 1 千万円以上 5 千万円未満 2 社(29%) 無回答 2 社(29%)
輸入量	空路	1t 以上 3t 未満 2 社(29%) 3t 以上 10t 未満 1 社(14%) 無回答 4 社(57%)
	海路	無回答 7 社(100%)

【1】在沖外国人事業者(回答 56 社)

(2)「輸出入両方の実績あり」 7 社

輸出入両方の実績を有する事業者に対し輸出と輸入の関連性を確認するためヒアリングを行ったところ、7社中1社は中国より部品を輸入し、沖縄にて加工後メイドインジャパンとして中国の関連会社へ輸出を行っていたが、残り6社に関しては輸入品と輸出品の関連性は見られなかった。

図表 1-10 「輸出入実績あり」の在沖外国人事業者の概要

	主業	輸出関連			輸入関連		
		輸出先	輸出商材	輸出先 販売先業態	輸入先	輸入商材	日本国内 販売先
	貿易・商社	ミャンマー	中古品	一般消費者 その他	中国	工業製品	写真館
	貿易・商社	中国	化粧品 医薬品	小売店	中国	衣料品	小売店 ヤフー
	貿易・商社	中国 台湾 シンガポール マレーシア タイ ニュージーランド	化粧品 健康食品 オムツ	卸業者 一般消費者	中国	雑貨	一般消費者
	製造業	中国	工業製品 (電子機器)	卸業者	中国	工業製品 (電子機器)	小売店 一般消費者 各種事業者
	旅行関連	中国	工業製品 (建設機械用 部品)	卸業者	中国	工業製品 (建設機械用部 品)、雑貨	卸業者 一般消費者
	貿易・商社	中国	中古ピアノ	卸業者	中国	楽器	交響楽団
	貿易・商社	台湾 香港 中国	健康食品 水産物	卸業者 小売店 EC事業者	台湾	工業製品 (設備)	卸業者

図表1-11 【1】在沖外国人事業者(回答56社)
 (3)「輸出検討中」 29社

1 県内立地の状況	
所在地	那覇市 18 社(62%) 宜野湾市 5 社(17%) 糸満市 2 社(7%) 豊見城市・読谷村・南風原町・北谷町各 1 社(3%)
出身地	中国 21 社(72%) 台湾 4 社(14%) イギリス・ベトナム・韓国・スリランカ各 1 社(3%)
立地年数	3 年未満 17 社(59%) 3 年以上 5 年未満 8 社(28%) 5 年以上 4 社(14%)
資本金	500 万円未満 2 社(7%) 500 万円以上 1 千万円未満 25 社(86%) 1 千万円以上 5 千万円未満 1 社(3%) 5 千万円以上 1 社(3%)
業種	<u>主業</u>
	<u>事業全体</u>
従業員数	10 人未満 28 社(97%) 10 人以上 50 人未満 1 社(3%)
売上	1 千万円未満 20 社(69%) 1 千万円以上 5 千万円未満 4 社(14%) 5 千万円以上 1 億円未満 3 社(10%) 1 億円以上 10 億円未満 2 社(7%)
2 海外拠点について	
海外拠点	あり:10 社(34%) (左の内本拠点が沖縄 5 社(50%) 海外 5 社(50%)) なし:19 社(66%)
海外拠点所在地	中国 7 社(70%) 台湾 3 社(30%) 香港・スリランカ各 1 社(10%)
海外拠点業種	<u>主業</u>
	<u>事業全体</u>
3 輸出について	
輸出予定先	①北京 18 社(62%) ②上海 16 社(55%) ③台湾 10 社(34%) ④香港 9 社(31%) ⑤タイ 5 社(17%) ⑥中国その他・福建・ヨーロッパ各 4 社(14%) ⑨マレーシア・アメリカ各 3 社(10%) ⑩シンガポール 2 社(7%) ⑫韓国・インドネシア各 1 社(3%) その他 2 社(7%)
輸出予定商材	①加工食品 19 社(66%) ②中古品・化粧品各 14 社(48%) ④工業製品 12 社(41%) ⑤衣料品・医薬品各 11 社(38%) ⑦飲料品 8 社(28%) ⑧生鮮食品 6 社(21%) その他 5 社(17%)
海外の販売予定先業態	①EC 事業者 16 社(55%) ②一般消費者 13 社(45%) ③卸業者・小売店各 11 社(38%) ⑤食品製造業・その他製造業各 2 社(7%) 無回答 1 社(3%)

図表1-11 【1】在沖外国人事業者(回答56社)
 (3)「輸出検討中」 29社

輸出海外からの引き合い	あり 19 社(66%) なし 10 社(34%)	
4 商流について		
輸出先販売先業態	<u>EC事業者</u> 16 社(55%) 一般消費者 13 社(45%) 卸業者 11 社(38%) 小売店 11 社(38%) 食品製造業 2 社(7%) その他製造業 2 社(11%) 無回答 1 社(5%)	
5 輸入実績について		
輸入実績あり 2 社(7%)		
輸出先・輸出品と輸入先・輸入品の関連性		
輸入先	主な輸入先	①上海・台湾各 1 社(50%)
	輸入先全体	①上海・台湾各 1 社(50%)
輸入品	主な輸入品	①衣料品・加工食品各 1 社(50%)
	輸入品全体	①衣料品・工業製品・加工食品・生鮮食品各 1 社(50%)
輸入額	1 千万円未満 1 社(50%) 5 千万円以上 1 億円未満 1 社(50%)	
国内の販売先業態	①卸業者 2 社(100%) ② <u>EC事業者</u> ・小売店・食品製造業各 1 社(50%)	

図表 1-12 【1】在沖外国人事業者(回答 56 社)
 (4)「輸入実績のみ」 5 社

1 県内立地の状況		
所在地	那覇市 2 社(40%) 南城市・うるま市・中城村各 1 社(20%)	
出身地	中国 3 社(60%) 台湾・韓国各 1 社(20%)	
立地年数	3 年未満 3 社(60%) 5 年以上 2 社(40%)	
資本金	500 万円以上 1 千万円未満 4 社(80%) 1 千万円以上 5 千万円未満 1 社(20%)	
業種	主業	①貿易・商社 2 社(40%) ②旅行関連・IT 各 1 社(20%) その他 1 社(20%)
	事業	①貿易・商社 4 社(80%) ②卸・小売 2 社(40%)
	全体	③コンサル・旅行関連・IT 各 1 社(20%) その他 1 社(20%)
従業員数	10 人未満 5 社(100%)	
売上	1 千万円未満 3 社(60%) 1 千万円以上 5 千万円未満 2 社(40%)	
2 海外拠点について		
海外拠点	あり: 3 社(60%) (左の内本拠点が沖縄 3 社(100%)) なし: 2 社(40%)	
海外拠点所在地	中国 2 社(67%) 韓国・香港・ヨーロッパ各 1 社(33%)	
海外拠点業種	主業	①貿易・商社・卸・小売・IT 各 1 社(33%)
	事業全体	①貿易・商社 2 社(67%) ②卸・小売・旅行関連・IT 各 1 社(33%)
3 輸入実績について		
輸入先	主な輸入先	①台湾 2 社(40%) ②北京・中国その他・香港各 1 社(20%)
	輸入先全体	①上海・台湾・香港各 2 社(40%) ④北京・中国その他・タイ・インドネシア・ヨーロッパ各 1 社(20%)
輸入品	主な輸入品	①工業製品 2 社(40%) ②加工食品・医薬品各 1 社(20%) その他 1 社(20%)
	輸入品全体	①工業製品・衣料品各 2 社(40%) ③加工食品・化粧品・医薬品各 1 社(20%) その他 3 社(60%)
輸入額	100 万円未満 2 社(40%) 100 万円以上 1 千万円未満 2 社(40%) 1 千万円以上 5 千万円未満 1 社(20%)	
輸入量	空路	1t 以上 3t 未満 2 社(40%) 無回答 3 社(60%)
	海路	1 本以上 3 本未満 2 社(40%) 10 本以上 1 社(20%) 無回答 2 社(40%)
4 貿易拡大に向けてどのような活動を行なっていますか		
		①知人・親戚のネットワーク活用 3 社(60%) ②自社・海外拠点の営業 2 社(40%) ③SNS の活用・ <u>ブロガー・インフルエンサー</u> の活用各 1 社(20%) 特になし 1 社(20%)

図表1-13 【2】県内事業者(回答27社)
 (1)「輸出実績あり」 20社

1 県内立地の状況		
所在地	うるま市 5社(25%) 那覇市 4社(20%) 糸満市 3社(15%) 浦添市・豊見城市・読谷村・南風原町・石垣市・宜野湾市・今帰仁村・西原町各 1社(5%)	
立地年数	3年未満 1社(5%) 3年以上 5年未満 2社(10%) 5年以上 17社(85%)	
資本金	500万円未満 4社(20%) 500万円以上 1千万円未満 2社(10%) 1千万円以上 5千万円未満 8社(40%) 5千万円以上 6社(30%)	
業種	<u>主業</u>	①卸・小売・食料品製造業各 8社(40%) ③化学製造業・機械各 1社(5%) その他 2社(10%)
	<u>事業</u>	①卸・小売・食料品製造業各 13社(65%) ③貿易・商社 4社(20%)
	<u>全体</u>	④機械製造業 2社(10%) ⑤化学製造業 1社(5%) その他 6社(30%)
従業員数	10人未満 6社(30%) 10人以上 50人未満 7社(35%) 50人以上 100人未満 2社(10%) 100人以上 5社(25%)	
外国語人材	英語 10社(50%) 中国語 4社(20%) その他の言語 3社(15%) なし 9社(45%)	
売上	1千万円未満 1社(5%) 1千万円以上 5千万円未満 3社(15%) 5千万円以上 1億円未満 3社(15%) 1億円以上 10億円未満 7社(35%) 10億以上 6社(30%)	
2 輸出実績について		
輸出形態	自社による直接輸出 9社(45%) 他社を通じた間接輸出 6社(30%) 直接及び間接の併用 4社(20%) 無回答 1社(5%)	
輸出先	<u>主な輸出先</u>	①香港 10社(50%) ②台湾 5社(25%) ③上海 2社(10%) ④インドネシア・マレーシア各 1社(5%) 無回答 1社(5%)
	<u>輸出先全体</u>	①香港 14社(70%) ②台湾 10社(50%) ③上海 4社(20%) ④シンガポール・タイ各 3社(15%) ⑥マレーシア・アメリカ各 2社(10%) ⑧北京・福建・韓国・インドネシア各 1社(5%) その他 3社(15%) 無回答 1社(5%)
輸出品	<u>主な輸出品</u>	①加工食品 11社(55%) ②化粧品 3社(15%) ③生鮮食品・飲料品各 1社(5%) その他 3社(15%) 無回答 1社(5%)
	<u>輸出品全体</u>	①加工食品 12社(60%) ②飲料品 5社(25%) ③生鮮食品 4社(20%) ④化粧品 3社(15%) その他 5社(25%) 無回答 1社(5%)
輸出額	100万円未満 6社(30%) 100万円以上 1千万円未満 4社(20%) 1千万円以上 5千万円未満 6社(30%) 5千万円以上 1億円未満 2社(10%) 1億円以上 5億円未満 1社(5%) 無回答 1社(5%)	

図表1-13 【2】県内事業者(回答27社)
 (1)「輸出実績あり」 20社

輸出量	空路	1t 以上 3t 未満 3 社(15%) 3t 以上 10t 未満 3 社(15%) 10t 以上 50t 未満 1 社(5%) 0t 1 社(5%) 無回答 12 社(60%)
	海路	1 本以上 3 本未満 4 社(20%) 3 本以上 5 本未満 2 社(10%) 5 本以上 10 本未満 3 社(15%) 10 本以上 2 社(10%) 0 本 1 社(5%) 無回答 8 社(40%)
今後新たに輸出したい商材	①加工食品 9 社(45%) ②生鮮食品 5 社(25%) ③飲料品・化粧品各 4 社(20%) その他 4 社(20%) なし 2 社(10%) 無回答 1 社(5%)	
輸出希望先	①シンガポール・台湾・マレーシア・アメリカ各 10 社(50%) ⑤インドネシア・タイ各 9 社(45%) ⑦ヨーロッパ 8 社(40%) ⑧香港 7 社(35%) ⑨上海 6 社(30%) ⑩福建 4 社(20%) ⑪北京・韓国各 3 社(15%) その他 2 社(10%) 無回答 1 社(5%)	
3 海外の販売先について		
輸出先販売先業態	①商社・卸売 15 社(75%) ②スーパー・百貨店・飲食店各 6 社(30%) ④製造業者・一般消費者・ホテル・EC 事業者各 2 社(10%) その他 3 社(15%) 無回答 1 社(5%)	
貿易拡大に向けてどのような活動を行っていますか	①展示・商談会 9 社(45%) ②知人・親戚のネットワーク活用 7 社(35%) ③ビジネスマッチングサイトの活用 5 社(25%) ④SNS の活用 1 社(5%) その他 2 社(10%) 特になし 2 社(10%) 無回答 2 社(10%)	
4 マッチングについて	希望する 14 社(70%) 希望しない 5 社(25%) 無回答 1 社(5%)	

図表1-14 【2】県内事業者(回答27社)
 (2)「輸出検討中」 7社

1 県内立地の状況		
所在地	那覇市 3 社(43%) 浦添市 2 社(29%) 西原町・本部町各 1 社(14%)	
立地年数	3 年未満 1 社(14%) 5 年以上 6 社(86%)	
資本金	500 万円未満 1 社(14%) 1 千万円以上 5 千万円未満 4 社(57%) 5 千万円以上 2 社(29%)	
業種	<u>主業</u>	①卸・小売・食料品製造業各 2 社(29%) その他 3 社(43%)
	<u>事業</u>	①卸・小売・食料品製造業各 2 社(29%)
	<u>全体</u>	③貿易・商社・化学製造業各 1 社(14%) その他 5 社(71%)
従業員数	10 人未満 5 社(71%) 10 人以上 50 人未満 1 社(14%) 100 人以上 1 社(14%)	
外国語人材	英語 3 社(43%) なし 4 社(57%)	
売上	1 千万円未満 2 社(29%) 1 千万円以上 5 千万円未満 1 社(14%) 5 千万円以上 1 億円未満 2 社(29%) 1 億円以上 10 億円未満 1 社(14%) 10 億以上 1 社(14%)	
2 輸出について		
輸出予定先	①香港 5 社(71%) ②シンガポール・台湾各 4 社(57%) ④タイ・北京・上海各 3 社(43%) ⑦マレーシア・福建各 2 社(29%) ⑨ヨーロッパ・韓国・インドネシア各 1 社(14%)	
輸出予定商材	①加工食品 3 社(43%) ②生鮮食品・化粧品各 1 社(14%) その他 3 社(43%)	
海外の <u>販売予定先</u> <u>業態</u>	①商社・卸売・スーパー・百貨店各 4 社(57%) ③製造業者 3 社(43%) ④飲食店・ホテル各 2 社(29%) ⑥EC 事業者・一般消費者各 1 社(14%) その他 2 社(29%)	
3 独自で対応可能な項目		
	外国語での海外とのコミュニケーション 2 社(29%) 貿易実務の手続き 1 社(14%) 現地の法制度商習慣の把握 1 社(14%) 販売先の確保 1 社(14%) その他 2 社(29%)	
4 マッチングについて		
	希望する 5 社(71%) 希望しない 2 社(29%)	

第2章 在沖外国人事業者の傾向

2-1 企業概要について

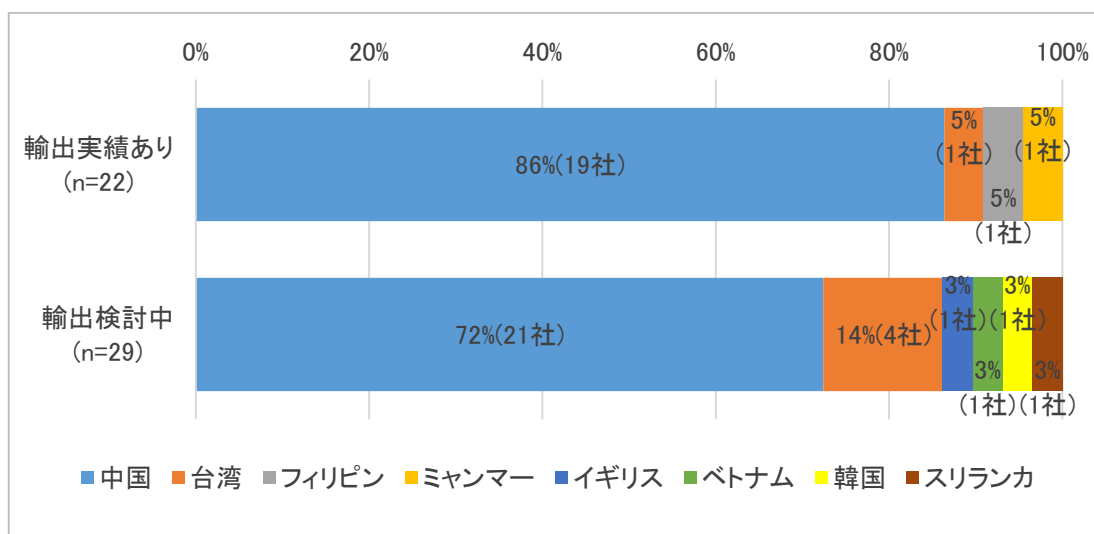
「輸出実績あり」22社と「輸出検討中」29社の事業者について以下①～⑦項目を比較しながら、傾向を整理する。

- ① 代表者出身地
- ② 事業所所在地
- ③ 立地年数
- ④ 資本金
- ⑤ 業種(主業)
- ⑥ 業種(全体)
- ⑦ 従業員数
- ⑧ 売上(年間)

① 代表者出身地

出身地はいずれも中国大陸が多く、「輸出実績あり」が86%(19社)、「輸出検討中」で72%(21社)となった。「輸出検討中」では台湾出身者の占める割合が増えた。

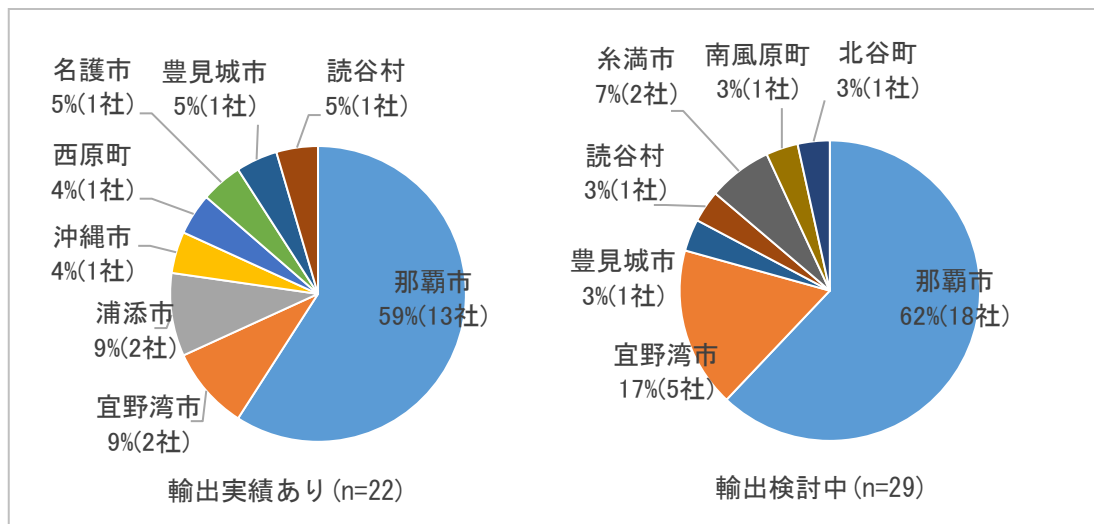
図表2-1 代表者出身地



② 事務所所在地

事務所所在地はいずれも那覇市が半数以上を占めた。那覇市はレンタルオフィスが多いことが理由と考えられる。

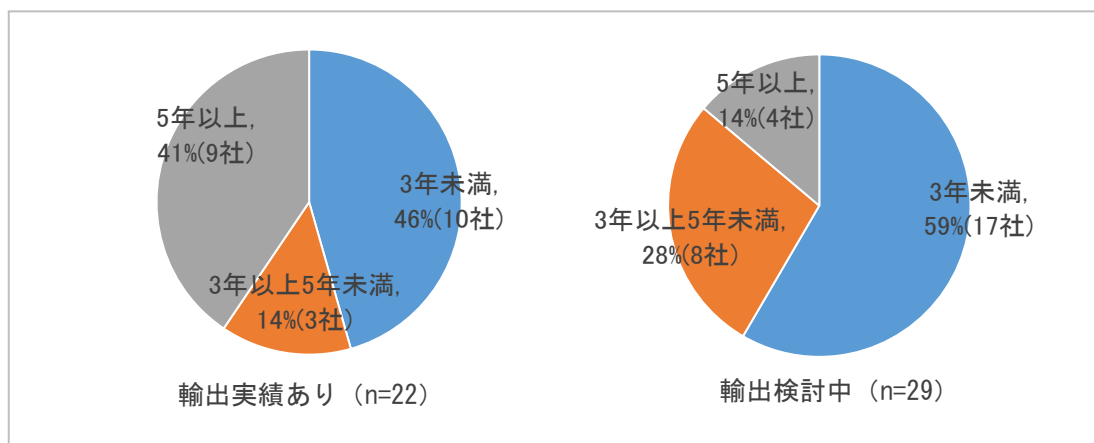
図表2-2 事務所所在地



③ 立地年数

「輸出実績あり」の事業者は、立地3年以上の割合が55%(12社)、「輸出検討中」は、42%(12社)となり、「輸出実績あり」の方が立地年数が長い傾向がみられた。

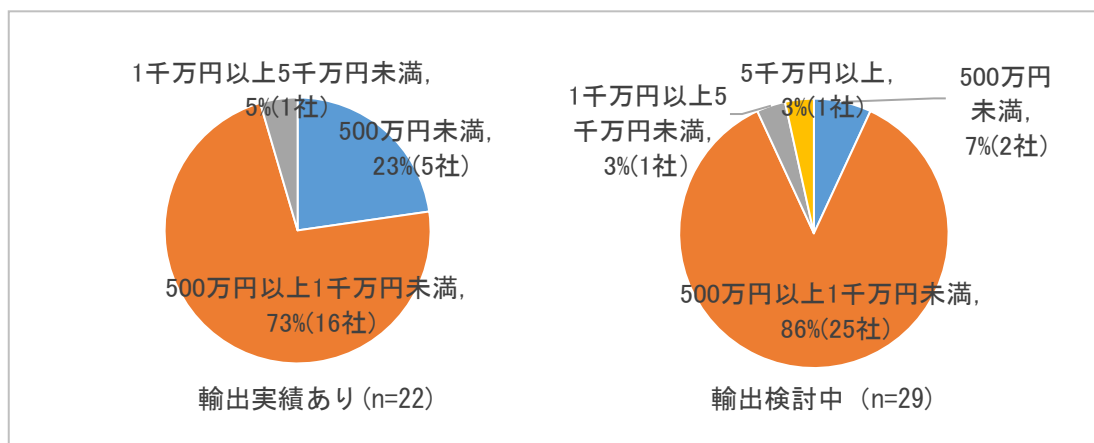
図表2-3 立地年数



④ 資本金

「輸出実績あり」と「輸出検討中」では、いずれも資本金が500万から1千万未満の事業者が全体の7割以上を占めた。

図表2-4 資本金

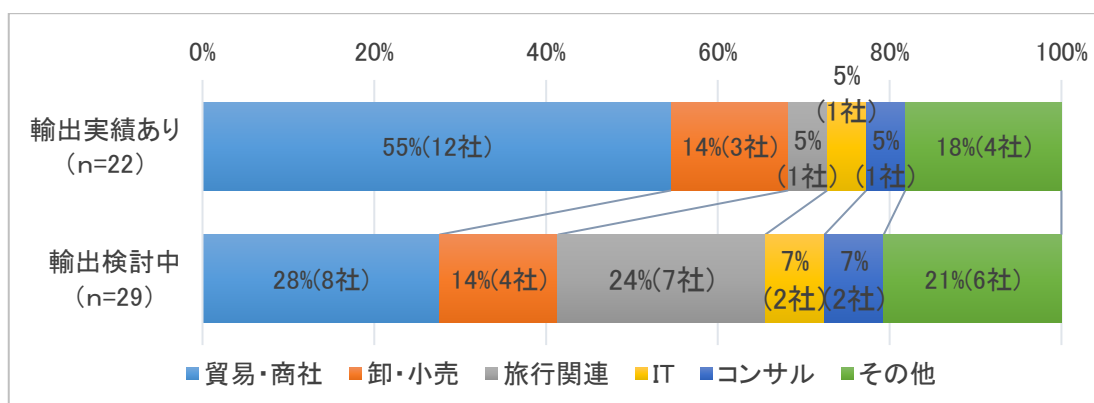


⑤ 業種(主業)

「輸出実績あり」の事業者は、貿易・商社が全体の55%(12社)と半数以上を占めた。「輸出検討中」は、旅行関連24%(7社)、その他21%(6社)と他業種の割合が多く、ヒアリングを行なった事業者からは新型コロナウイルスにより本業が影響を受けているため、新分野として輸出を検討しているとの声が多かった。

なお、主業が貿易事業者で「輸出検討中」と回答した事業者は、現在輸出に向けて準備中の事業者であると考えられる。

図表2-5 業種(主業)

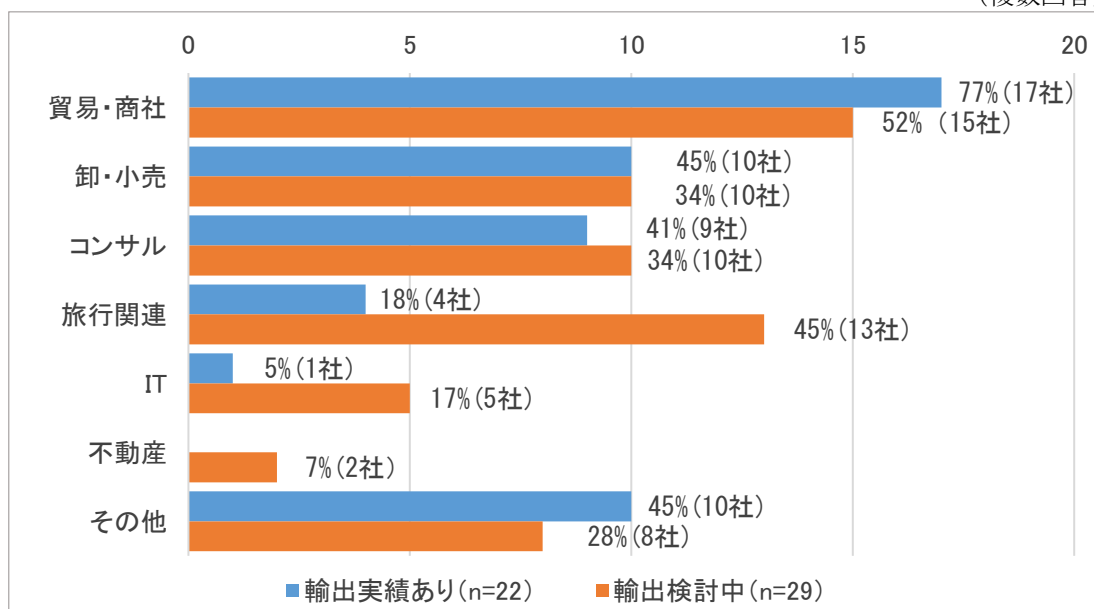


⑥ 業種(全体)

業種(全体)についても、業種(主業)同様、旅行関連、IT、不動産など貿易関連事業者ではない業種が目立った。新型コロナウイルスの影響が特に大きい旅行関連事業者が新分野として輸出を検討していると考えられる。

図表2-6 業種(全体)

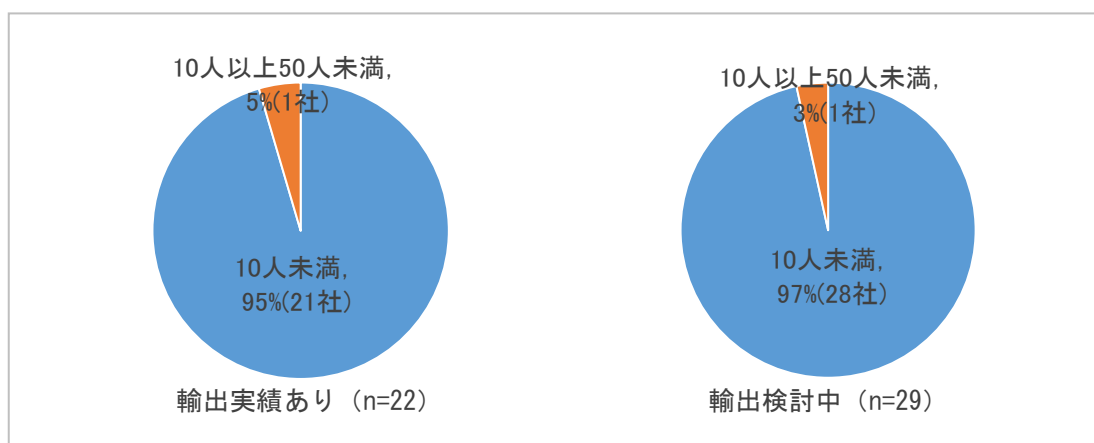
(複数回答)



⑦ 従業員数

いずれも従業員数10人未満が9割以上と零細・小規模事業者がほとんどである。

図表2-7 従業員数

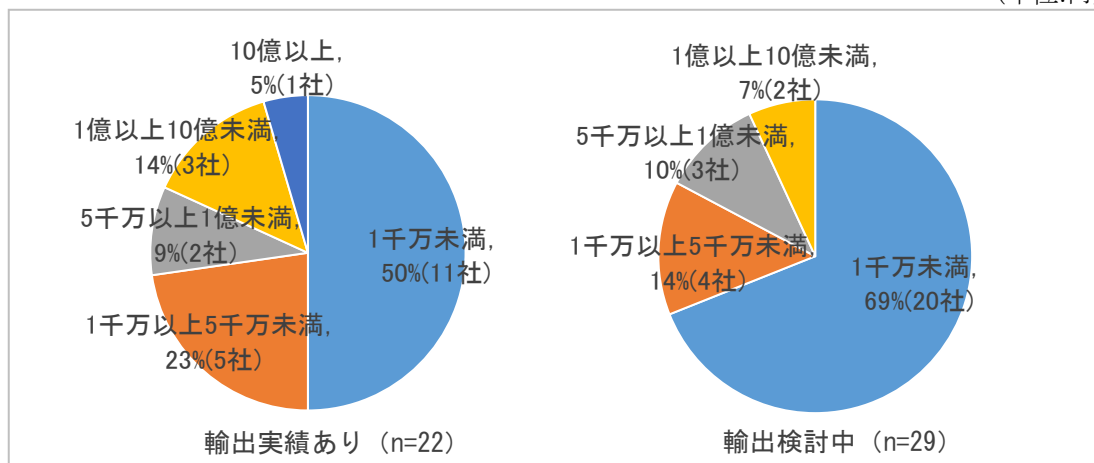


⑧ 売上(事業全体の年間売上で貿易事業に限らない)

1千万未満の割合が「輸出実績あり」では50%(11社)、「輸出検討中」では69%(20社)となった。「輸出実績あり」の方が売上が多い傾向がみられた。

図表2-8 売上(事業全体の年間売上)

(単位:円)



2-2 輸出について

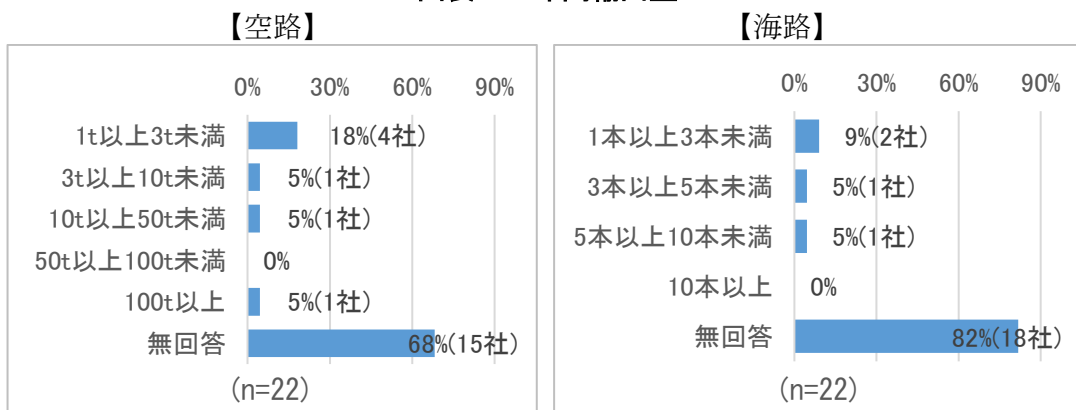
ここでは、在沖外国人事業者の輸出状況について以下①～⑦項目を比較しながら傾向を整理する。

- ① 年間輸出量
- ② 年間輸出額
- ③ 輸出品目
- ④ 今後新たに取り扱いたい商材
- ⑤ 今後取り扱い予定商材(対象事業者:「輸出検討中」)
- ⑥ 主な輸出先/輸出先全体
- ⑦ 輸出予定先(対象事業者:「輸出検討中」)

① 年間輸出量

空路では1t～3t未満(4社)、海路では20ftコンテナ1本～3本未満(2社)が多かったが、無回答も多く、傾向の把握には至っていない。

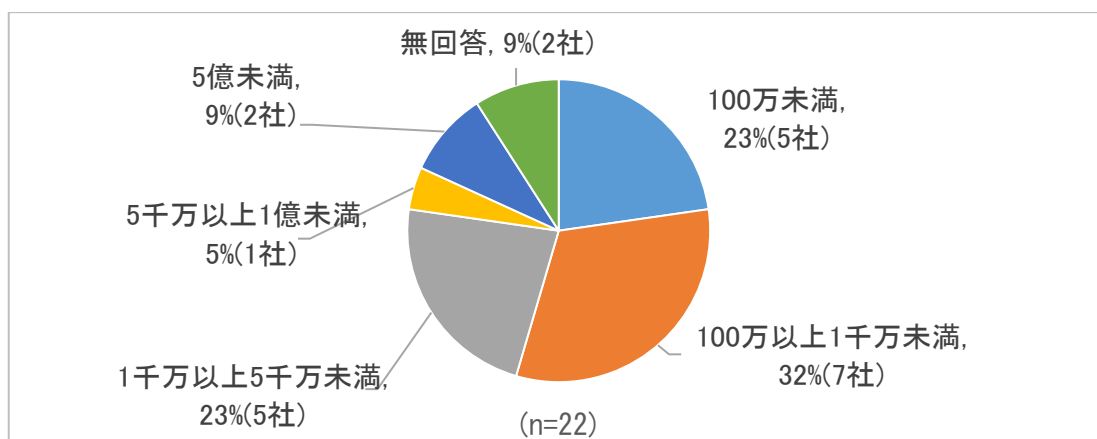
図表2-9 年間輸出量



② 年間輸出額

年間輸出額は次の通りとなった。なお、輸出品目との紐付けは行っていないため、輸出額と輸出品目の関係性は確認できていない。

図表2-10 年間輸出額

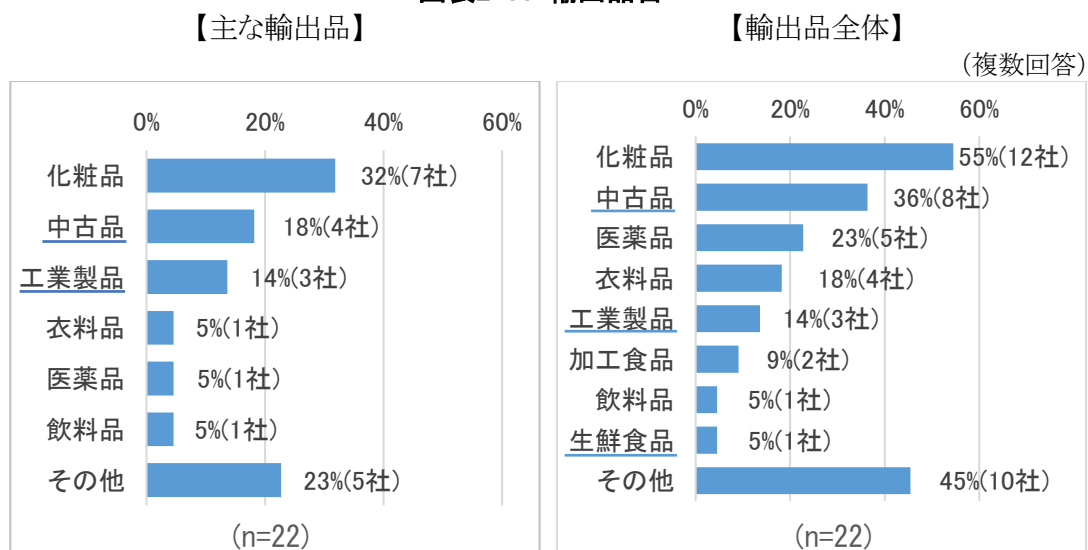


③ 輸出品目

「主な輸出品」・「輸出品全体」とともに化粧品、中古品の順に多かった。化粧品の輸出を行う12社の内、5社にヒアリングを行ったところ、4社はナショナルブランドのみで県産化粧品の取り扱いはなく、残り1社は県産化粧品を取り扱ったとのことだが、展示会出展用を輸出したもので、継続的な輸出ではなかった。

また、食品(加工食品、飲料品、生鮮食品)についても県産品の取り扱い状況について回答のあった9社にヒアリングを行ったところ、取り扱っているのは3社にとどまった。

図表2-11 輸出品目



ヒアリングにより確認できた「中古品」、「工業製品」は次の通り。(複数回答)

* 中古品(8社中6社より回答あり)

中古ピアノ:1社 古着:1社 中古ブランド靴:1社
中古ブランド品:2社 中古車:2社 消防関連品:1社

* 工業製品(3社中3社より回答あり)

電子機器:1社 工業用テープ:1社
建設機械用オーダーメイド部品:1社

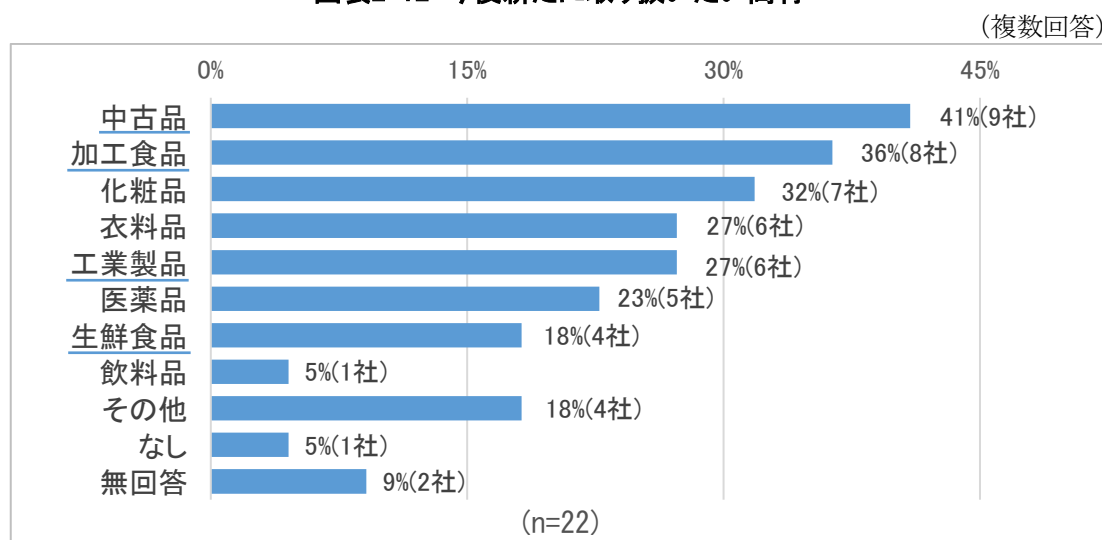
* 生鮮食品(1社中1社より回答あり)

塩蔵もずく:1社

④ 今後新たに取り扱いたい商材

輸出実績のある事業者が、今後新たに取り扱いたい商材は次の通りとなった。最も多かったのが中古品で、現在中国では日本で販売されている中古品の人気が高まっており、その影響と考えられる。加工食品に関しては、実際の輸出品として取り扱っている事業者数は2社にとどまったが(図表2-11)、取り扱いたい商材では8社となり関心が高い傾向がみられた。

図表2-12 今後新たに取り扱いたい商材



ヒアリングにより確認できた「中古品」、「加工食品」、「工業製品」、「生鮮食品」は次の通り。
(複数回答)

* 中古品 (9社中4社より回答あり)

中古ブランド靴:1社 中古ブランド品:1社 中古自転車:1社 中古カメラ:1社

* 加工食品 (8社中6社より回答あり)

県産品:2社 シークワサー商品:1社 もろみ酢:1社
 県産品全般:1社 しいたけの粉末:1社 生野菜類:1社
 すっぱいマン:1社 さとうきびの素:1社 粉末ウコン:1社
 特に決まっていない:1社

* 工業製品 (6社中2社より回答あり)

CBブレース:1社 小型焼却炉:1社

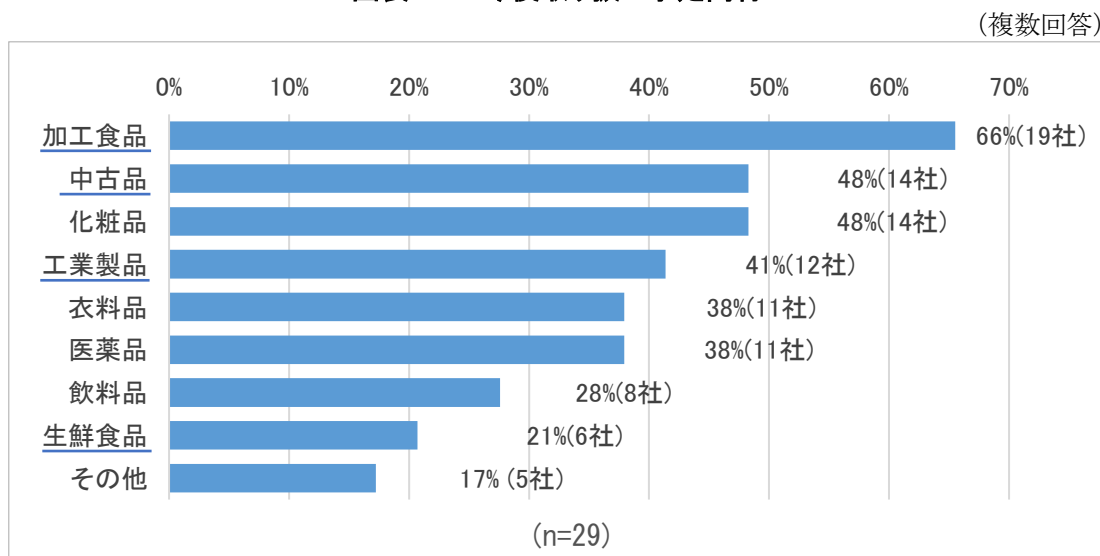
* 生鮮食品 (4社中2社より回答あり)

生野菜:1社 果物:1社

⑤ 今後取り扱い予定商材(対象事業者:「輸出検討中」)

「輸出検討中」の事業者では「輸出実績あり」(図表2-12)と同様、加工食品、中古品、化粧品への回答が多く挙げられた。

図表2-13 今後取り扱い予定商材



ヒアリングにより確認できた「加工食品」、「中古品」、「工業製品」、「生鮮食品」は次の通り。
(複数回答)

*加工食品(19社中6社より回答あり)

県産品:3社 県産レトルト食品:1社 アーモンドチョコレート:1社 うこん:1社
ジャガポックル:1社 35コーヒー:1社 紅芋タルト:1社 乾燥しいたけ:1社

*中古品(14社中2社より回答あり)

中古ブランド品:1社 中古自転車:1社 古美術品:1社
中古バイクのタイヤ・部品:1社

*工業製品(12社中2社より回答あり)

汚水処理設備:1社 バイク・タイヤ部品:1社

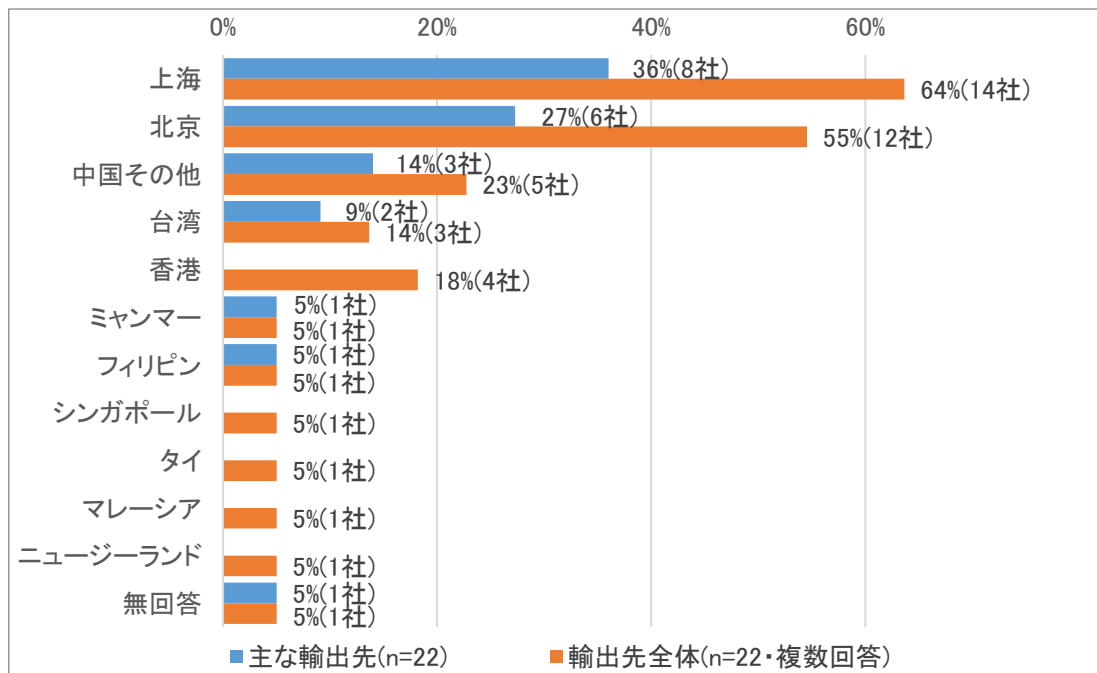
*生鮮食品(6社中2社より回答あり)

魚:1社 もずく:1社

⑥ 主な輸出先/輸出先全体

主な輸出先について代表者の出身地(図表2-1)と照らし合わせたところ、22社中21社が代表者の出身地(代表者の出身地に関して各都市名は聞いていないため、出身先と照らし合わせた)と一致し、出身地のネットワークを活用したビジネスを行っていると考えられる。残り1社については中国出身者で主な輸出先が台湾となっていた。

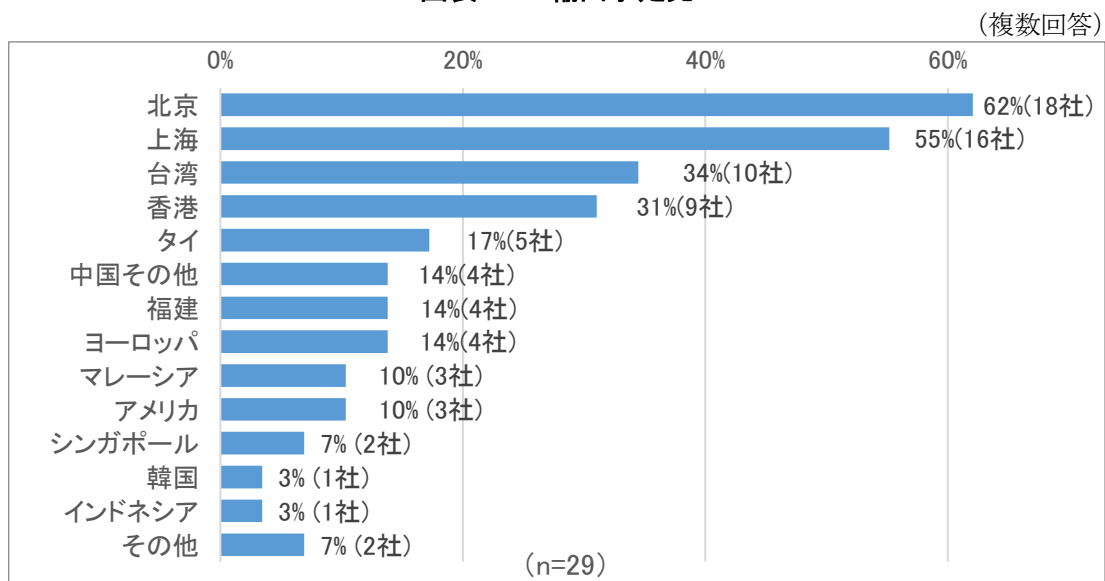
図表2-14 主な輸出先/輸出先全体



⑦ 輸出予定先(対象事業者:「輸出検討中」)

「輸出検討中」で挙げられた国・地域は中華圏・東南アジアだけでなくヨーロッパ・アメリカなど多様化していた。

図表2-15 輸出予定先



2-3 商流・人的ネットワークについて

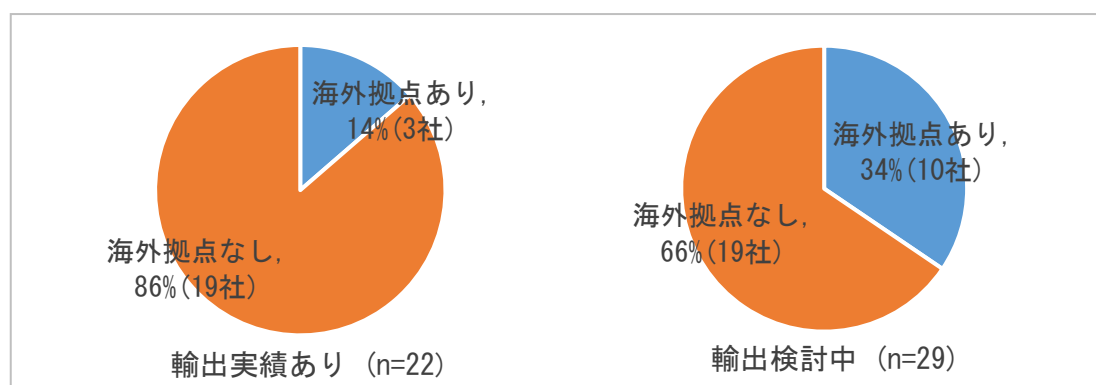
ここでは、在沖外国人事業者の商流・人的ネットワークについて以下①～⑨の項目を確認した。在沖外国人事業者は個人のネットワークを活用し事業を拡大、新しい事業を開拓していた。

- ① 海外拠点の有無
- ② 海外拠点所在地
- ③ 海外拠点業種
- ④ 輸出品目と輸出先
- ⑤ 輸出予定品目と輸出予定先(対象事業者「輸出検討中」)
- ⑥ 販売先業態/販売予定先業態
- ⑦ 販売先と繋がったきっかけ
- ⑧ 貿易拡大に向けてどのような活動を行なっているか
- ⑨ 現在海外から引き合いが来ているか(対象事業者「輸出検討中」)

① 海外拠点の有無

「輸出実績あり」の事業者が海外拠点を有しているのは3社(14%)で、内2社が沖縄を本拠点としており、1社が海外を本拠点としていた。「輸出検討中」の事業者で海外拠点を有しているのは10社(34%)で、内5社が沖縄を本拠点としており、5社が海外を本拠点としていた。

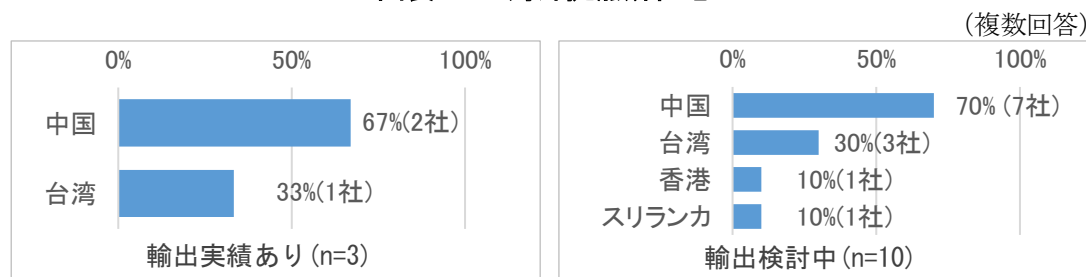
図表2-16 海外拠点の有無



② 海外拠点所在地

海外拠点を有している事業者の所在地は次の通りとなった。個別確認を行ったところ、海外拠点所在地は在沖外国人事業者の代表者出身地(図表2-1)と一致した。

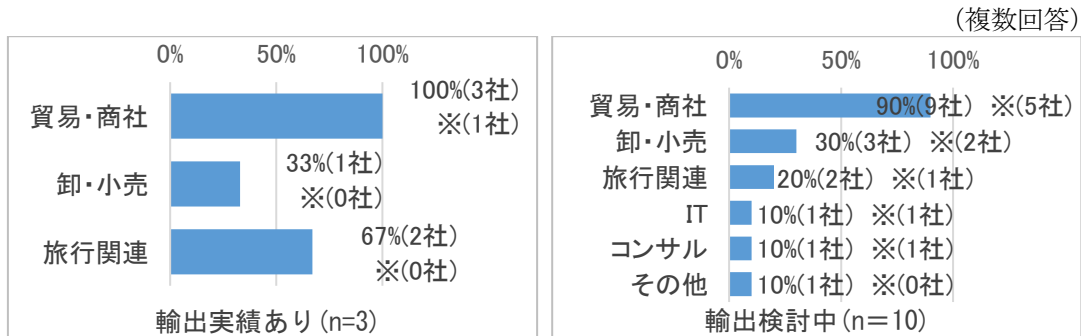
図表2-17 海外拠点所在地



③ 海外拠点業種

「輸出実績あり」、「輸出検討中」とともに、海外拠点は9割以上の事業者の業種が「貿易・商社」となった。

図表2-18 海外拠点業種(事業全体)



注:海外が本拠点の社数を「※(〇社)」にて図表内に記載。

④ 輸出品目と輸出先

輸出先を見ると約7割の商品が中国を対象に輸出されており、全ての品目において沖縄から直行便のある北京・上海を中心とした輸出となっていた。

図表2-19 商品別輸出先

(複数回答)

品目	輸出先	合計	中国							香港	台湾	シンガポール	タイ	マレーシア	ミャンマー	フィリピン	ニュージーランド	無回答
			小計	上海	北京	蘇州	瀋陽	天津	深セン									
1	化粧品	22	17	7	7	1	1	1	-	-	1	1	1	1	-	-	-	1
2	中古品	15	12	6	3	1	1	1	-	1	-	-	-	-	1	1	-	-
3	医薬品	13	11	5	5	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-
4	健康食品	11	5	2	3	-	-	-	-	1	2	1	1	1	-	-	-	-
5	衣料品	11	10	4	3	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
6	工業製品	6	6	2	3	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	加工食品	4	3	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
8	生鮮食品	3	1	1	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-
9	雑貨類	13	6	3	3	-	-	-	-	4	2	-	-	-	-	-	1	-
合計		98	71	31	28	5	3	3	1	9	7	2	2	2	1	1	1	2
比率			72.4%	31.6%	28.6%	5.1%	3.1%	3.1%	1.0%	9.2%	7.1%	2.0%	2.0%	2.0%	1.0%	1.0%	1.0%	2.0%

(n=22)

マーカー:傾向を見るため、カウント上位2社について着色。

カウント方法:アンケートでは、商品毎の輸出先について紐付けをしていないため回答のあった全てに対してカウントしている。以下図表2-20、3-18、3-19 についても同様。

例) 回答商材:化粧品、中古品 輸出先:上海、台湾

→ 上海について 化粧品1、中古品1、台湾について 化粧品1、中古品1 とカウントする。

⑤ 輸出予定品目と輸出予定先(対象事業者「輸出検討中」)

輸出予定先として上海、北京、次いで香港、台湾が続いた。また輸出品目としては加工食品、化粧品、工業製品、中古品が上位を占めた。

図表2-20 在沖外国人事業者における商品別輸出予定先

(複数回答)

輸出先 品目	合計	中国							香港	台湾	タイ	ヨーロッパ	アメリカ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	韓国	ベトナム	スリランカ
		小計	上海	北京	福建	山東	四川	海南											
1 加工食品	56	30	11	13	4	1	1	-	7	8	3	2	2	2	1	-	-	1	-
2 化粧品	45	24	10	10	3	-	1	-	6	6	3	3	1	1	-	1	-	-	-
3 工業製品	42	21	8	9	2	1	-	1	6	4	3	2	2	2	1	-	1	-	-
4 中古品	40	22	9	8	3	1	1	-	5	4	2	2	2	1	-	-	1	-	1
5 衣料品	35	17	7	8	2	-	-	-	4	5	3	3	1	1	-	1	-	-	-
6 医薬品	33	19	8	8	2	-	1	-	4	3	2	2	2	1	-	-	-	-	-
7 生鮮食品	27	12	4	4	3	-	-	1	3	4	2	2	2	1	1	-	-	-	-
8 飲料品	22	14	5	6	3	-	-	-	3	3	1	-	-	-	-	-	-	1	-
9 雑貨類	18	7	2	3	1	1	-	-	1	2	2	2	1	1	1	1	-	-	-
10 建築資材	8	3	1	1	-	-	-	1	1	1	1	-	-	1	1	-	-	-	-
合計	326	169	65	70	23	4	4	3	40	40	22	18	13	11	5	3	2	2	1
比率		51.8%	19.9%	21.5%	7.1%	1.2%	1.2%	0.9%	12.3%	12.3%	6.7%	5.5%	4.0%	3.4%	1.5%	0.9%	0.6%	0.6%	0.3%

(n=29)

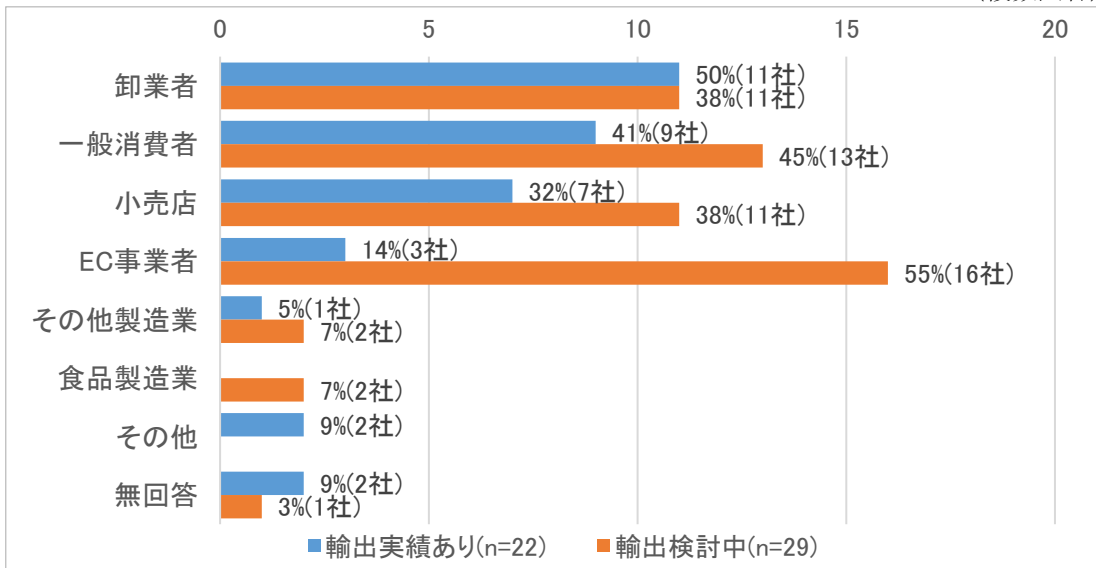
マーカー:傾向を見るため、カウント上位3位について着色。

⑥ 販売先業態/販売予定先業態

「輸出実績あり」は卸業者、一般消費者、小売店が多く、「輸出検討中」ではEC事業者が16社(55%)と半数以上を占めた。

図表2-21 販売先業態/海外の販売予定先業態

(複数回答)

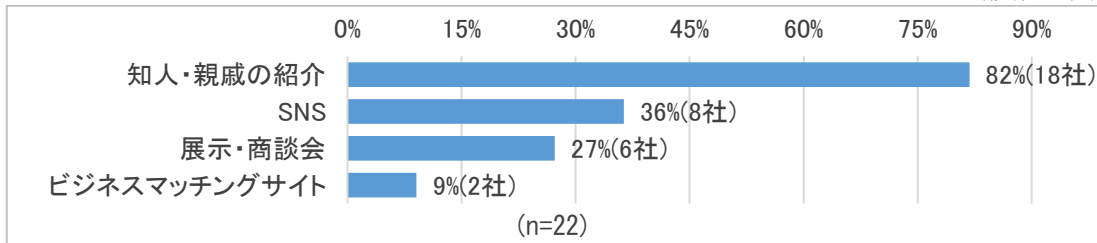


⑦ 販売先と繋がったきっかけ

在沖外国人事業者の8割以上が、知人・親戚の紹介の人的ネットワークを活用し輸出している。展示・商談会とビジネスマッチングサイトの活用事業者は36%となった。

図表2-22 販売先と繋がったきっかけ

(複数回答)

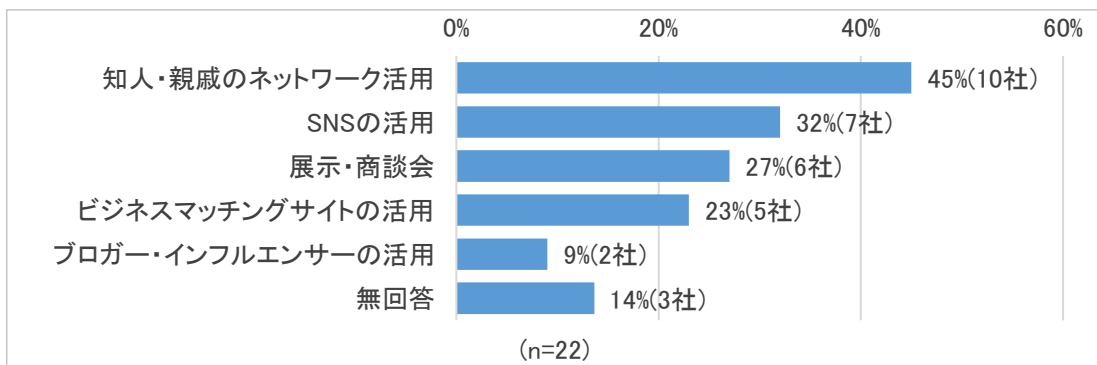


⑧ 貿易拡大に向けてどのような活動を行なっているか

私的なネットワークである「知人・親戚のネットワーク活用」と「SNSの活用」によるとの回答企業が多く、次いで公的あるいは民間運営の「展示・商談会」や「ビジネスマッチングサイトの活用」が続いた。

図表2-23 貿易拡大に向けての活動

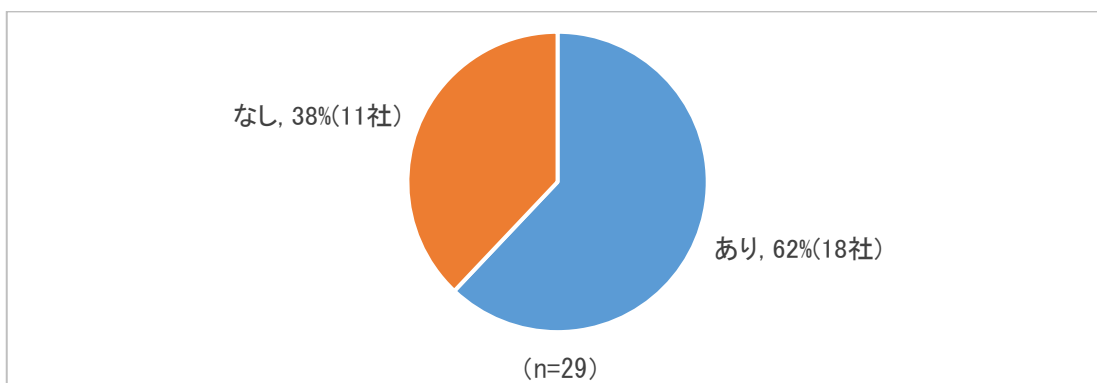
(複数回答)



⑨ 現在海外から引き合いが来ているか(対象事業者「輸出検討中」)

全体の62%(18社)の企業が、海外からの引き合いがあると回答した。

図表2-24 現在海外から引き合いの有無



第3章 県内事業者の傾向

3-1 企業概要について

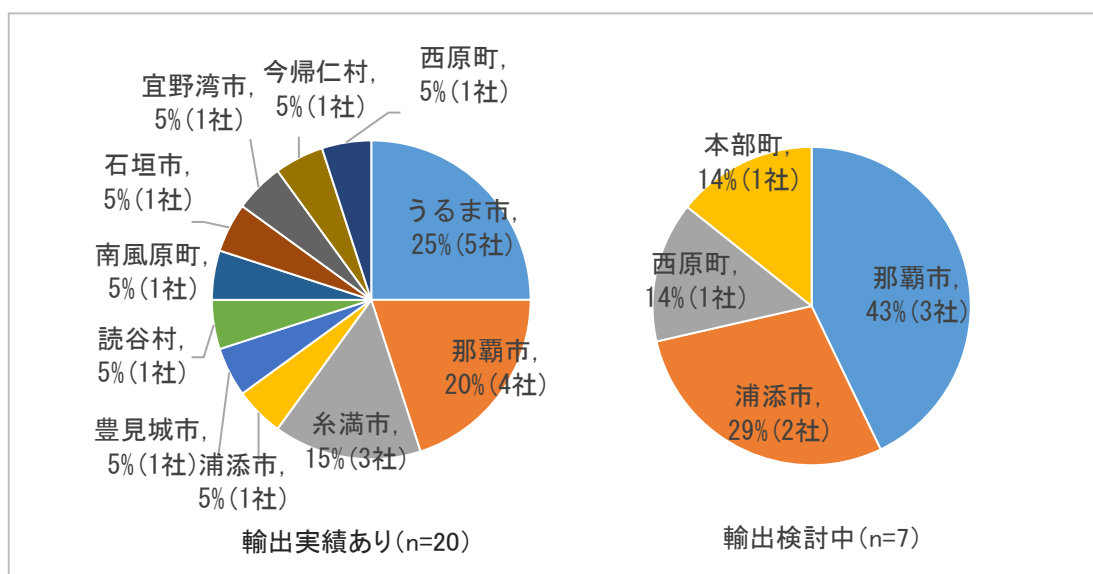
県内事業者の傾向を確認するため「輸出実績あり」20社と「輸出検討中」7社の事業者について以下①～⑨項目を比較しながら、傾向を整理する。

- ① 事業所所在地
- ② 設立年数
- ③ 資本金
- ④ 業種(主業)
- ⑤ 業種(全体)
- ⑥ 従業員数
- ⑦ 外国語人材
- ⑧ 外国語人材別売上
- ⑨ 売上(年間)

① 事業所所在地

「輸出実績あり」の事業者は中部を含む県内の多様な地域に立地しており、これは製造業の割合が高いことと関連している(図表3-4)。「輸出検討中」は那覇市、浦添市など大半が県内南部に立地している。

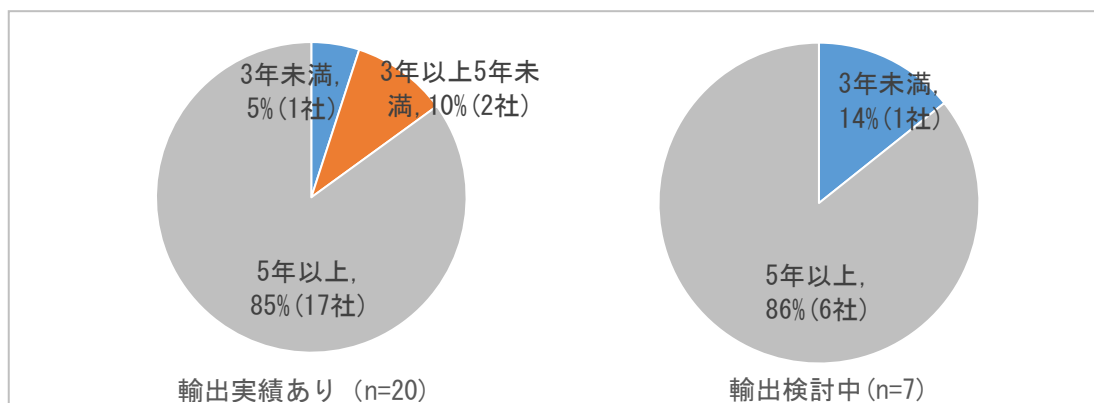
図表3-1 事業所所在地



② 設立年数

設立年数はいずれも5年以上の事業者が8割以上を占めた。

図表3-2 設立年数

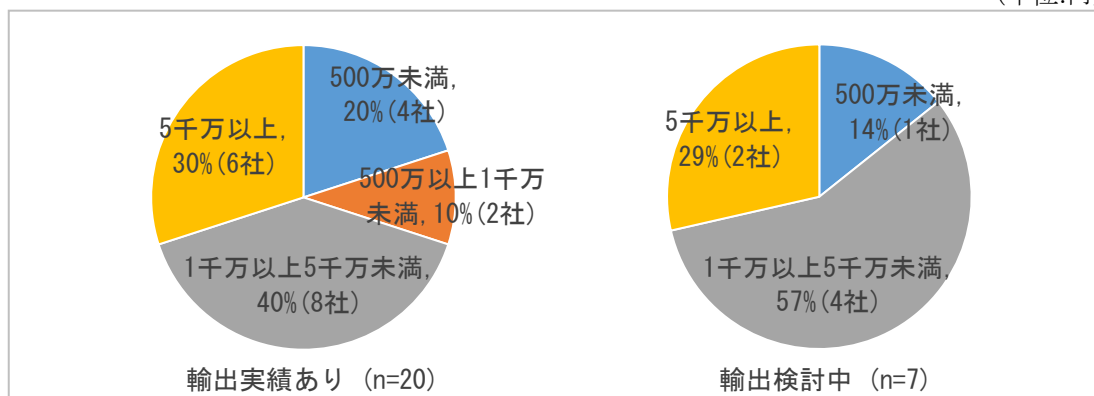


③ 資本金

資本金はいずれも1千万円以上の事業者が全体の7割以上を占めた。

図表3-3 資本金

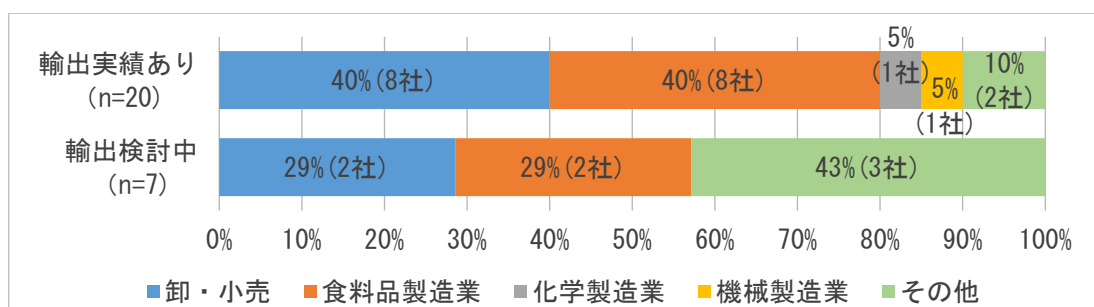
(単位:円)



④ 業種(主業)

「輸出実績あり」の事業者の主業は、卸・小売と食料品製造業がそれぞれ4割を占めた。「輸出検討中」は、卸・小売と食料品製造業がそれぞれ3割を占めた。

図表3-4 業種(主業)

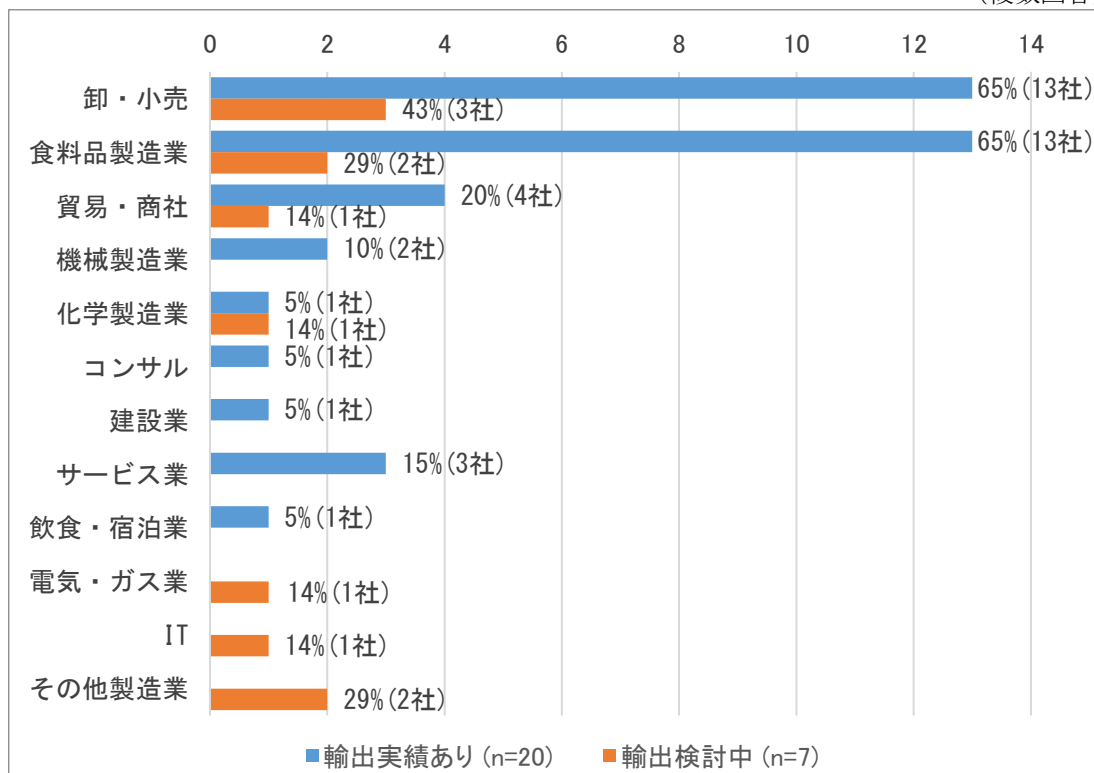


⑤ 業種(全体)

「輸出実績あり」は貿易・商社は4社事業者に対し、「輸出検討中」の事業者ではその他の業種から参入を検討している割合が多い。

図表3-5 業種(全体)

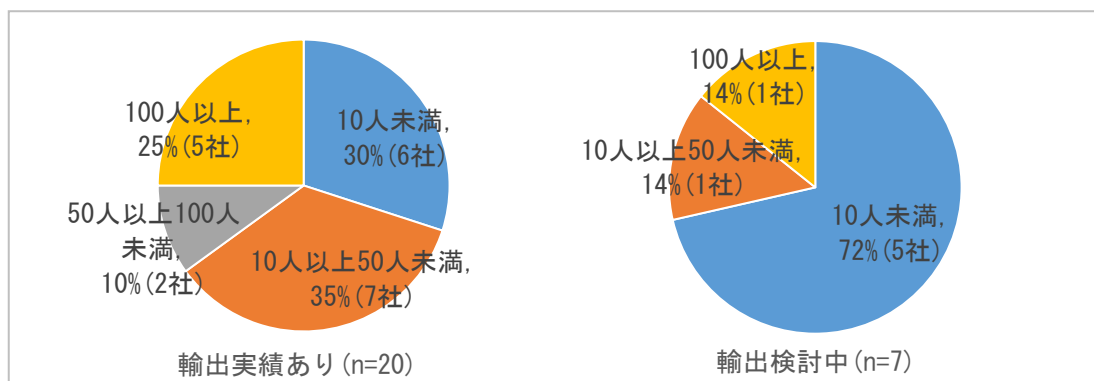
(複数回答)



⑥ 従業員数

「輸出実績あり」事業者の7割が従業員数10人以上であるのに対し、「輸出検討中」は7割が10人以下となった。在沖外国人事業者(図表2-7)と比較すると県内事業者の従業員数が多い。

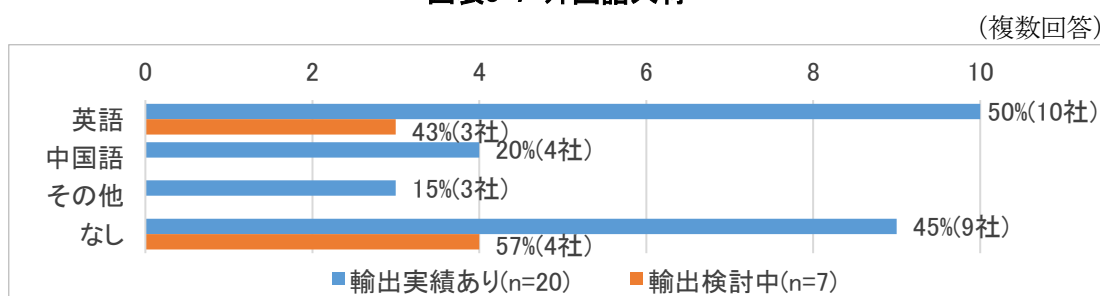
図表3-6 従業員数



⑦ 外国語人材

「輸出実績あり」の事業者では、「輸出検討中」の事業者に比べ、英語以外の外国語人材を活用している傾向がある。

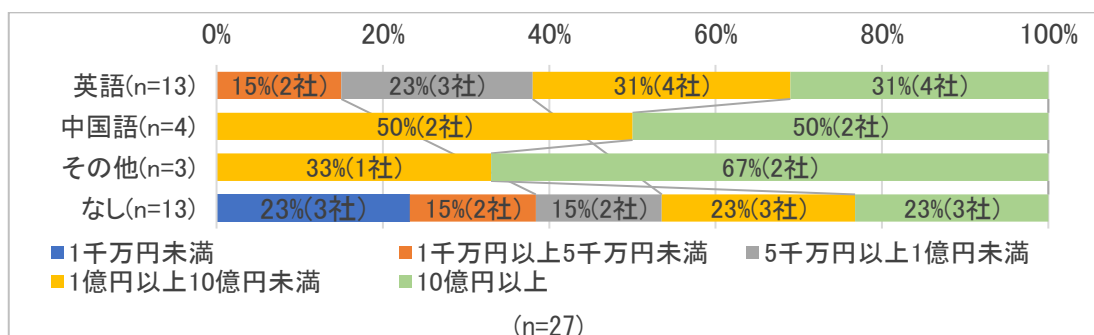
図表3-7 外国語人材



⑧ 外国語人材別売上

売上規模の小さい事業者でも英語人材を抱えるところはあるが、中国語、その他の外国語人材はより売上の大きい事業者が確保している。

図表3-8 外国語人材別売上

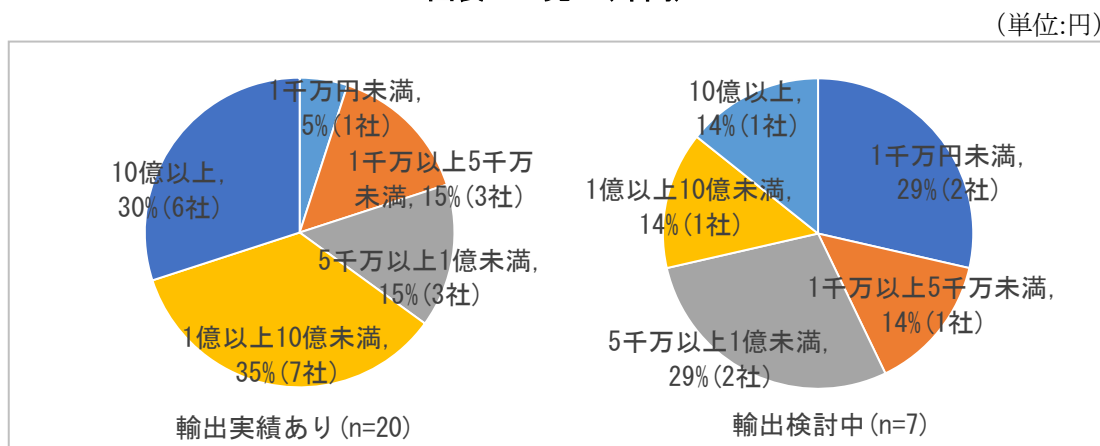


注:nは「輸出実績あり」、「外国語人材あり」ともに回答した県内事業者。

⑨ 売上(事業全体の年間売上で貿易事業に限らない)

事業者の売上規模で比較をすると、「輸出実績あり」の事業者に対し「輸出検討中」の事業者は、より売上規模が小さい事業者が参入を検討している割合が多い。

図表3-9 売上(年間)



3-2 輸出について

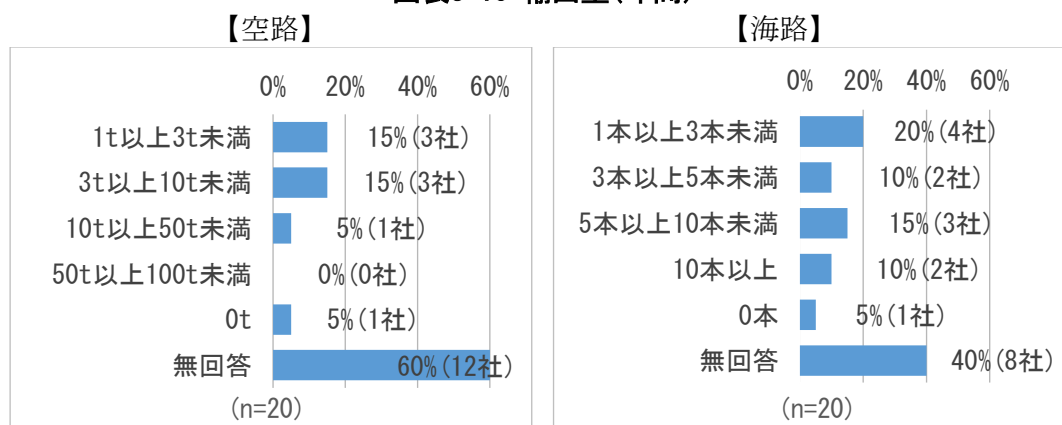
ここでは、県内事業者の輸出状況について以下①～⑦項目を比較しながら傾向を整理する。

- ① 年間輸出量
- ② 年間輸出額
- ③ 輸出品目
- ④ 今後新たに取り扱いたい商材
- ⑤ 今後取り扱い予定商材(対象事業者:「輸出検討中」)
- ⑥ 主な輸出先/輸出先全体
- ⑦ 輸出予定先(対象事業者:「輸出検討中」)

① 年間輸出量

空路では1t～3t未満と3t～10t未満で(各3社)、海路では20ftコンテナ1本～3本未満(4社)が多かったが、無回答も多く傾向の把握には至っていない。

図表3-10 輸出量(年間)

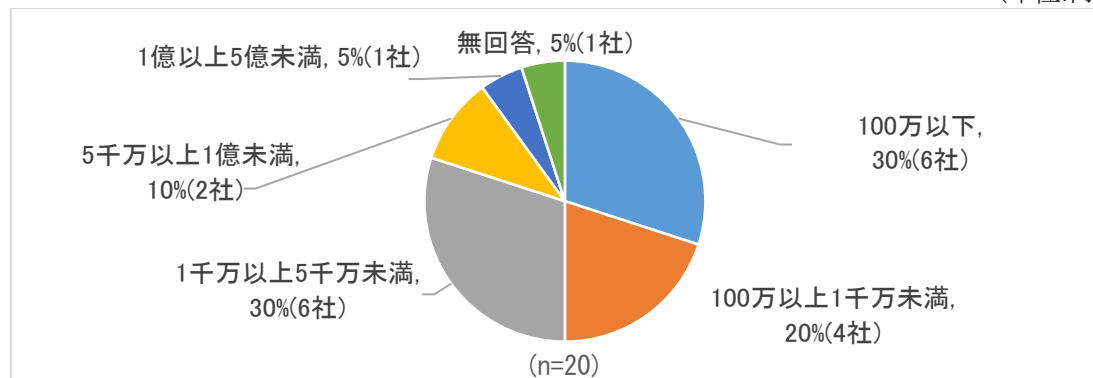


② 年間輸出額

年間輸出額は次の通りとなった。なお、輸出品目との紐付けは行なっていないため、輸出額と輸出品目の関連性は確認できていない。

図表3-11 年間輸出額

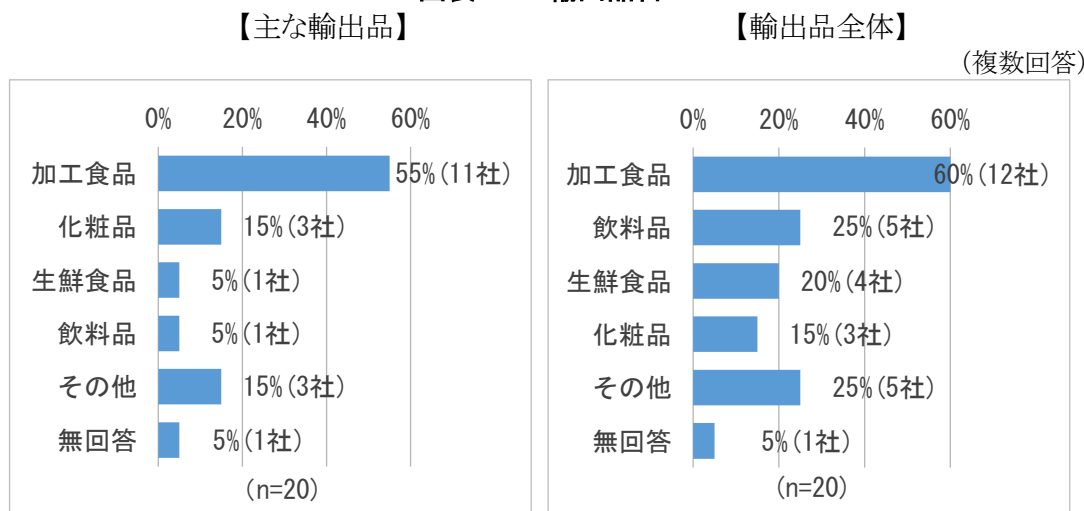
(単位:円)



③ 輸出品目

在沖外国人事業者の主要な輸出品が化粧品、中古品、医薬品であったのに対し(図表2-11)、県内事業者では加工食品が主要な輸出品となっている。

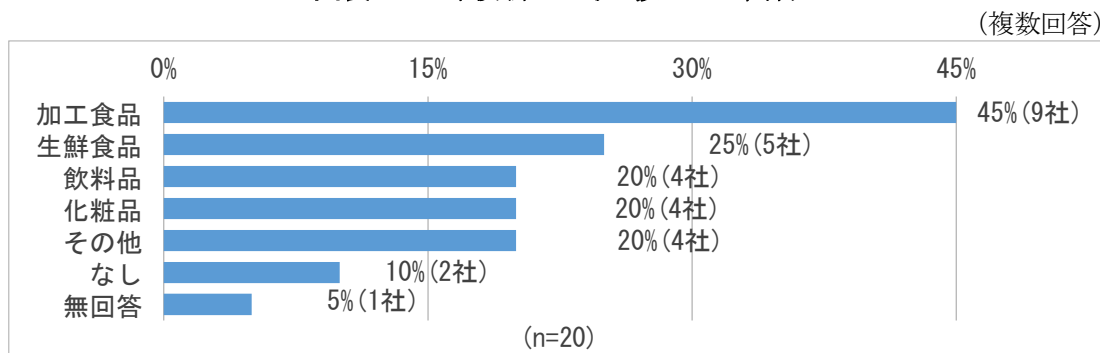
図表3-12 輸出品目



④ 今後新たに取り扱いたい商材

今後輸出を検討したい商材は次の通りとなった。現在の輸出品目(図表3-12)とほぼ同じ商材となっている。

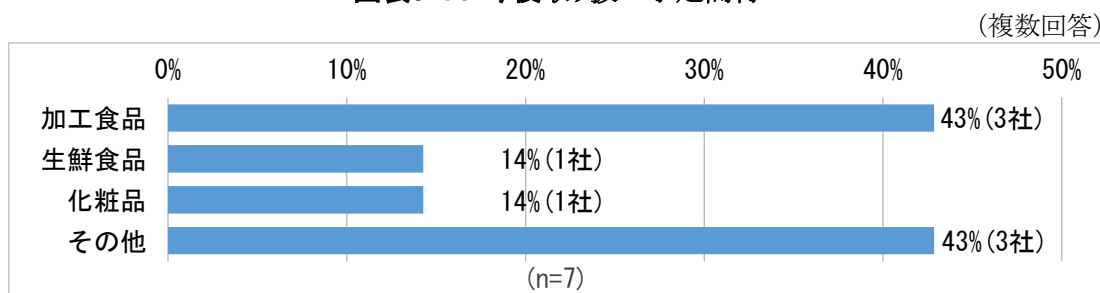
図表3-13 今後新たに取り扱いたい商材



⑤ 今後取り扱い予定商材(対象事業者:「輸出検討中」)

加工食品、生鮮食品、化粧品の順となった。

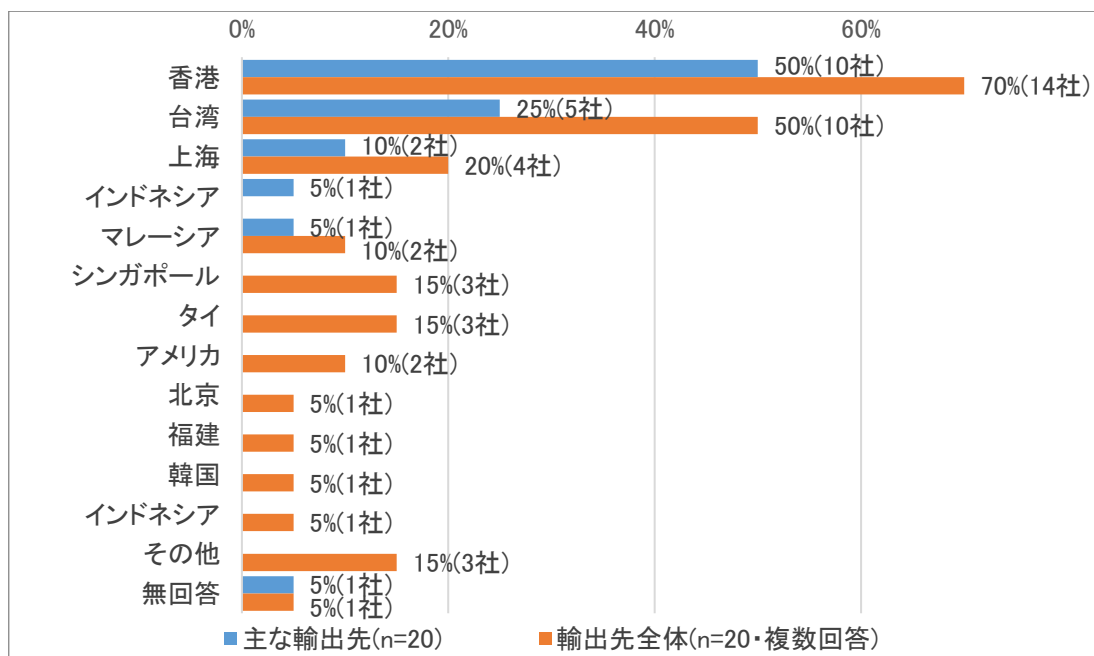
図表3-14 今後取り扱い予定商材



⑥ 主な輸出先/輸出先全体

在沖外国人事業者が中国大陸向け輸出を中心としていたのに対し(図表2-14)、県内事業者では香港、台湾が輸出先として筆頭に挙げられている。

図表3-15 主な輸出先/輸出先全体

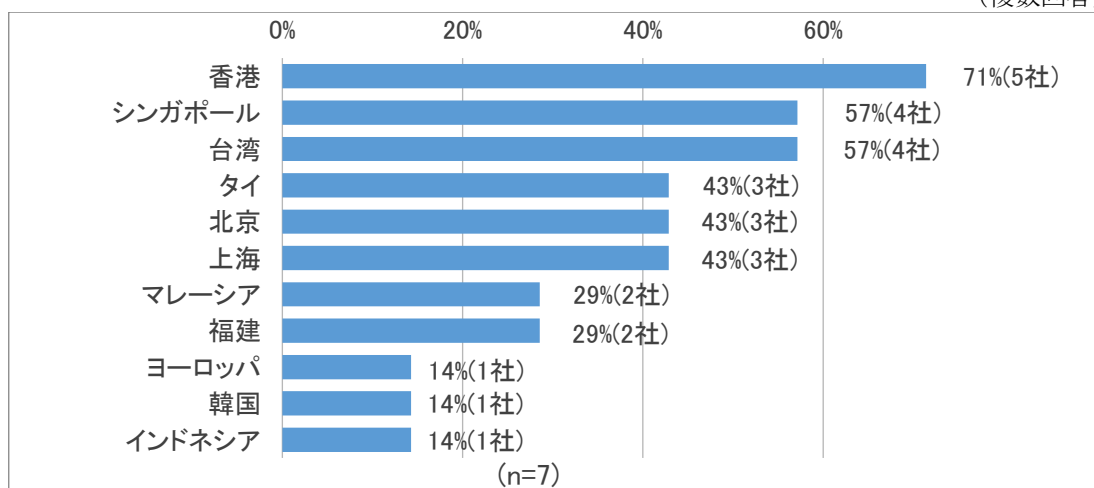


⑦ 輸出予定先(対象事業者:「輸出検討中」)

「輸出実績あり」に比べ「輸出検討中」の事業者はマレーシア、アメリカ、インドネシアへの検討が少ない。

図表3-16 輸出予定先

(複数回答)



3-3 商流・人的ネットワークについて

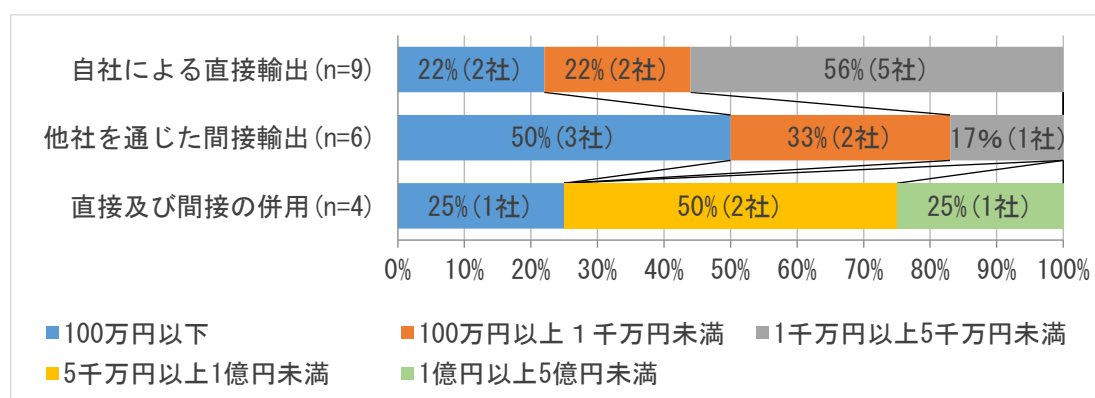
ここでは、県内事業者の商流・人的ネットワークについて以下①～⑥の項目を確認した。

- ① 輸出形態別年間輸出額
- ② 輸出品目と輸出先
- ③ 輸出予定品目と輸出予定先(対象事業者「輸出検討中」)
- ④ 販売先業態/販売予定先業態
- ⑤ 貿易拡大に向けてどのような活動を行なっているか(対象事業者:「輸出実績あり」)
- ⑥ 輸出を検討する上で独自で対応可能な項目(対象事業者:「輸出検討中」)

① 輸出形態別年間輸出額

“直接輸出のみ”、“間接輸出のみ”の場合、相対的に小額の取引となっているが、5千万以上の売上げがある3社全てが“直接及び間接の併用”であった。輸出手段を多様化することにより、輸出拡大に繋がっていると考えられる。

図表3-17 輸出形態別年間輸出額



注:n は「輸出実績あり」、「輸出形態」ともに回答した県内事業者。

② 輸出品目と輸出先

商品の輸出先の96%(67件中63件)が香港、上海、タイ、シンガポール、マレーシア、台湾となっており、沖縄国際物流ハブ活用推進事業(航空運賃補助)の対象地域であることが影響していると考えられる。

図表3-18 輸出品目と輸出先

(複数回答)

輸出先 品目	合計	香港	台湾	シンガポール	タイ	中国			マカオ	ベトナム	マレーシア	アメリカ	インドネシア	カンボジア
						小計	上海	福建						
1 加工食品	24	9	6	2	3	1	1	-	1	1	1	-	-	-
2 飲料品	15	5	3	2	1	-	-	-	1	1	1	1	-	-
3 生鮮食品	13	4	1	2	1	2	1	1	1	1	-	-	-	1
4 化粧品	5	2	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-
5 健康食品	5	1	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-
6 建築・農業資材	4	1	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 工業製品	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
合計	67	22	13	8	6	4	3	1	4	4	3	1	1	1
比率		32.8%	19.4%	11.9%	9.0%	6.0%	4.5%	1.5%	6.0%	6.0%	4.5%	1.5%	1.5%	1.5%

(n=20)

マーカー:傾向を見るため、カウント上位2位について着色。

③ 輸出予定品目と輸出予定先(対象事業者「輸出検討中」)

輸出実績では香港、台湾、シンガポールの順で多かったが、「輸出検討中」の今後の検討先は、中国、台湾、香港への関心が高い傾向となった。

図表3-19 輸出予定品目と輸出予定先

(複数回答)

輸出先 品目	合計	中国				シンガポール	インドネシア	マレーシア	台湾	タイ	ヨーロッパ	香港	韓国
		小計	北京	上海	福建								
1 加工食品	13	5	2	2	1	2	-	1	3	-	-	2	-
2 生鮮食品	3	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	1	-
3 化粧品	3	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-
4 工業製品	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-
5 雑貨類	11	-	1	1	1	1	1	1	1	2	-	1	1
合計	32	5	3	3	2	4	2	3	5	3	1	5	1
比率		15.6%	9.4%	9.4%	6.3%	12.5%	6.3%	9.4%	15.6%	9.4%	3.1%	15.6%	3.1%

(n=7)

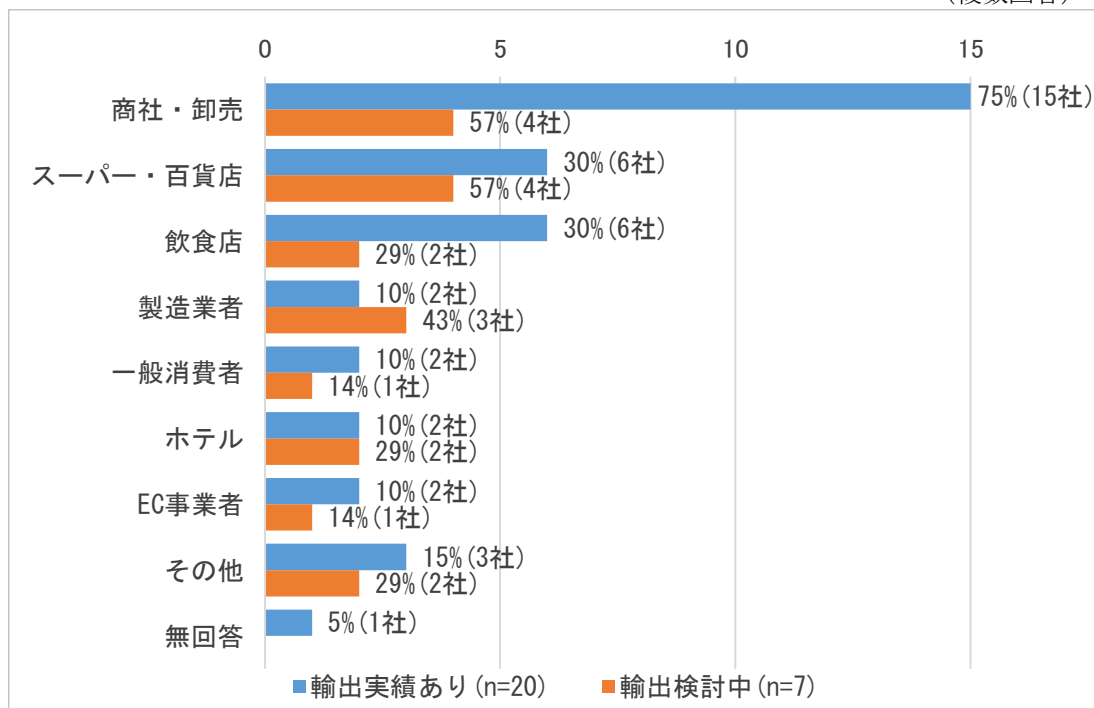
マーカー:傾向を見るため、カウント上位1位について着色。

④ 販売先業態/販売予定先業態

商社・卸売とスーパー・百貨店、製造業社などが多く、外国人事業者と比較してEC事業者への注目度が低い(図表2-21)。

図表3-20 販売先業態/販売予定先業態

(複数回答)

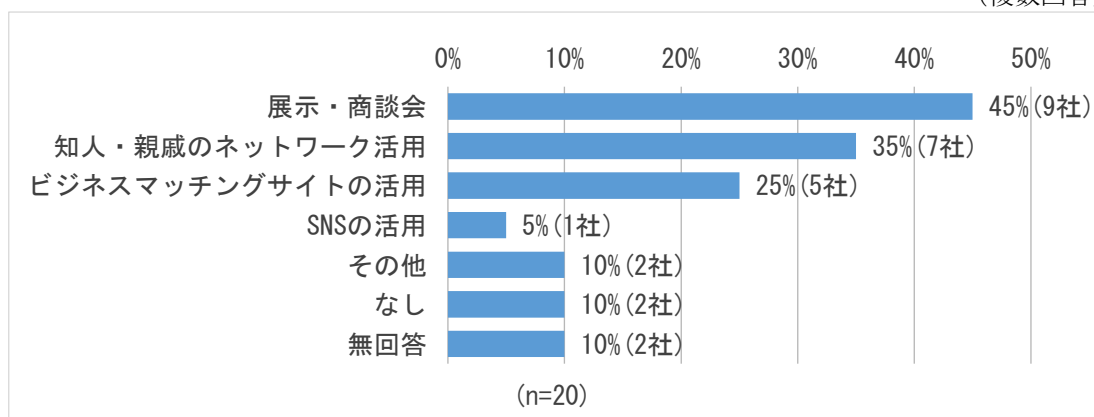


⑤ 貿易拡大に向けてどのような活動を行なっているか(対象事業者:「輸出実績あり」)

図表 3-21 に示した通り、貿易拡大に向けての活動方法は、「展示・商談会」の活用が全体の45%(9社)で、在沖外国人事業者に比べて多い傾向がみられた(図表 2-23)。

図表3-21 貿易拡大に向けての活動

(複数回答)

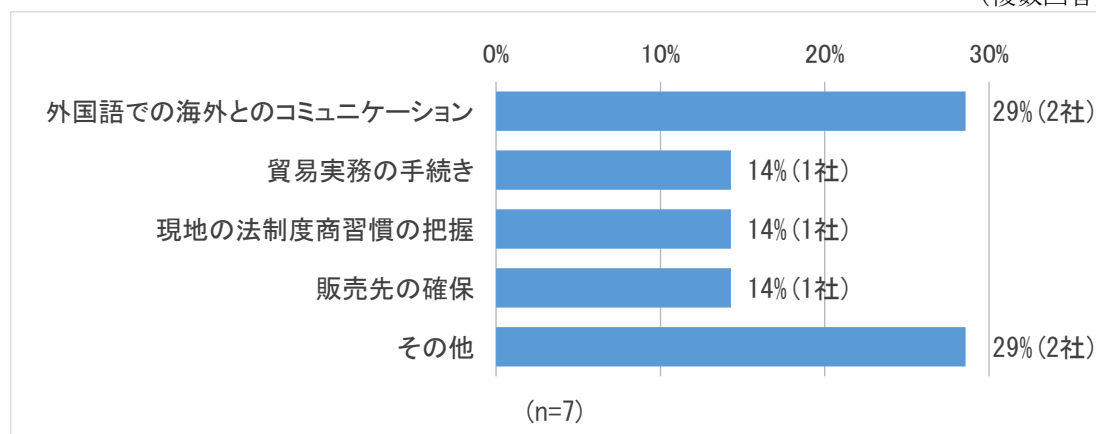


⑥ 輸出を検討する上で独自で対応可能な項目(対象事業者:「輸出検討中」)

「輸出検討中」の7社のうち、以下の項目に「自社で対応できる」とする企業は、「外国語での海外とのコミュニケーション」29%(2社)、「貿易実務の手続き」14%(1社)、「現地の法制度商習慣の把握」14%(1社)、「販売先の確保」14%(1社)、「その他」29%(2社)となった。

図表 3-22 独自で対応可能な項目

(複数回答)



第4章 マッチングの可能性についての検討

この章では、前述の在沖外国人事業者(第2章)及び県内事業者(第3章)の輸出の現状分析を基に、在沖外国人貿易事業者と県内貿易事業者のマッチングの可能性について検討していく。

【品目別】

品目別輸出実績および輸出検討事業者社数は以下の通りとなった。

図表4-1 品目別輸出実績および検討事業者社数

(複数回答)

	区分	在沖外国 人事業者 (社数)	県内事業者 (社数)		区分	在沖外国 人事業者 (社数)	県内事業者 (社数)
加工食品	輸出実績	2	12	生鮮食品	輸出実績	1	4
	輸出検討	27	12		輸出検討	10	6
中古品	輸出実績	8	-	飲料品	輸出実績	1	5
	輸出検討	23	-		輸出検討	9	4
化粧品	輸出実績	12	3	雑貨類	輸出実績	8	-
	輸出検討	21	5		輸出検討	8	2
工業製品	輸出実績	3	1	健康食品	輸出実績	3	1
	輸出検討	18	3		輸出検討	1	1
衣料品	輸出実績	4	-	農業・建築 資材	輸出実績	-	3
	輸出検討	17	-		輸出検討	1	1
医薬品	輸出実績	5	-				
	輸出検討	16	-				

注:輸出検討には「輸出実績あり」と「輸出検討中」事業者を含む。
連携の可能性があると思われる箇所をマーキングした。

・加工食品

在沖外国人事業者の輸出検討品目は加工食品が27社と最も多かった。

この27社に課題等についてヒアリングを行ったところ、15社より回答があり、「手続きの複雑さ」と答えたのが9社、「仕入先が見つからないもしくはどのような商品があるか分からない」と答えたのが9社、「県産品の知名度の低さ」と回答したのが6社。

「沖縄県産商品はアイテム数が少ない、価格が高い、供給量が少ない」と回答したのが2社となった(複数回答)。

マッチングの可能性を考えると「手続きの複雑さ」「仕入先が見つからない」との課題に対する支援策として、県内企業とのマッチングが有効であり、また、県内事業者も「輸出検討中」が12社もあることから、在沖外国人事業者のネットワークを活用することで輸出に繋がる可能性がある。

・中古品

在沖外国人事業者の輸出実績・輸出検討品目でも中古品は2番目に多い輸出品目となっている。しかし、アンケートの回答があった県内事業者では中古品の輸出実績、輸出検討はなかったため、商材でのマッチングの可能性は低いと考えられる。

・化粧品、医薬品

これまで化粧品や医薬品の中国向け輸出は中国側の輸入規制が厳しいため難しいといわれていたが、在沖外国人事業者の輸出実績では化粧品が最も多く、次に医薬品の輸出となっていた。どちらの商品も主な輸出国は中国となっている。

輸入規制が厳しい中国に輸出が行えているのでは、主に一般貿易ではなく越境 EC 等国際宅配便を活用したものによるのではないかと考えられる。(中国の越境 EC は、輸入管理上は、一般貨物ではなく個人用輸入品と同様に扱われる。そのため、①輸入時の法定検査の対象商品に該当する場合でも法定検査や②新規輸入の際に認可、登録または届出が必要とされる商品(化粧品、健康食品等)でも審査認可等が必要とされない。そのため、一般貿易に比べ中国市場への参入が比較的容易になる。)

在沖外国人事業者の化粧品輸出はナショナルブランドが中心で、県産化粧品の継続的な輸出事例は確認されていないものの、県内化粧品メーカーと輸出実績のある在沖外国人事業者が連携し、在沖外国人事業者のノウハウとネットワークを活用することにより、県内化粧品メーカーの販路開拓に繋がる可能性がある。

【輸出先】

輸出先別輸出実績および輸出検討社数は次の通りとなった。

図表4-2 輸出先別輸出実績および検討事業社数

(複数回答)

	区分	在沖外国 人事業者	県内事業者		区分	在沖外国 人事業者	県内事業者
		(社数)	(社数)			(社数)	(社数)
中国	輸出実績	31	7	シンガポ ール	輸出実績	1	3
	輸出検討	42	21		輸出検討	2	14
北京	輸出実績	12	1	タイ	輸出実績	1	3
	輸出検討	18	6		輸出検討	5	12
上海	輸出実績	14	4	マレーシ ア	輸出実績	1	2
	輸出検討	16	9		輸出検討	3	12
福建	輸出実績	-	1	アメリカ	輸出実績	-	2
	輸出検討	4	6		輸出検討	3	10
中国その 他	輸出実績	5	1	ヨーロッ パ	輸出実績	-	-
	輸出検討	4	-		輸出検討	4	9
香港	輸出実績	4	14	インドネ シア	輸出実績	-	1
	輸出検討	9	12		輸出検討	1	10
台湾	輸出実績	3	10	スリラン カ	輸出実績	-	-
	輸出検討	10	14		輸出検討	1	-
韓国	輸出実績	-	1	ベトナム	輸出実績	-	1
	輸出検討	1	4		輸出検討	1	1
ミャンマ ー	輸出実績	1	-	カンボジ ア	輸出実績	-	1
	輸出検討	-	-		輸出検討	-	-
フィリピン	輸出実績	1	-	ニュージ ーランド	輸出実績	1	-
	輸出検討	-	1		輸出検討	-	-

注:輸出検討には「輸出実績あり」と「輸出検討中」事業者を含む。

在沖外国人事業者は中国向け輸出が多いが、県内事業者では香港、台湾向け輸出が多く、在沖外国人事業者と県内事業者間のビジネス連携が少ないと推測される。

県内事業者が今後希望する輸出販売先としては、既の実績のある香港、台湾に加え、中国向け(主に北京、上海)において、在沖外国人事業者のネットワークを活用できる可能性がある。なお、東南アジアやアメリカ・ヨーロッパについては今回アンケートの回答があった企業が中国を中心としたネットワークのため、ビジネス連携の可能性は低い。

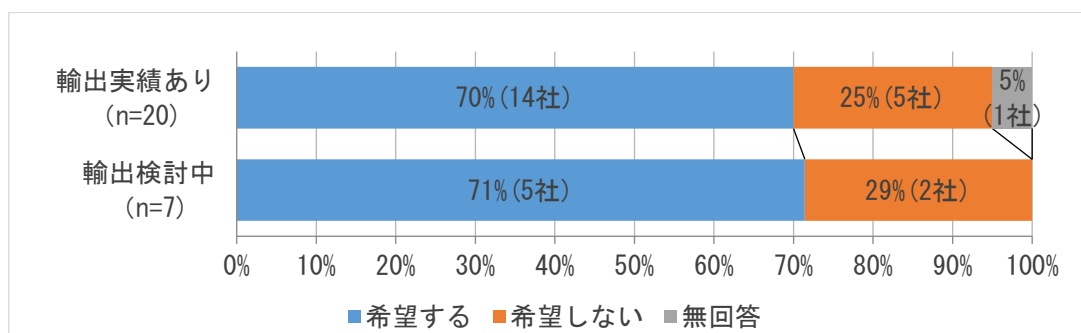
第5章 マッチング手法の検討

県内事業者と在沖外国人事業者とのビジネス連携に向け、この章では両者のマッチング手法について検討していく。

5-1 貿易業に対する関心の高さについて

本事業の調査結果で、県内事業者の7割が在沖外国人事業者とのマッチングを希望し、新たな商材卸先とのつながり、更なる貿易業拡大への期待を望んでいることが分かった。

図表5-1 マッチングについて



マッチングを希望しないとの回答があった7社に対してヒアリングを行ったところ、4社は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、海外渡航ができないため現在は国内販売に注力しているとの回答があった。

新型コロナウイルス感染症により、海外への営業活動などが困難な現状があり、このことから、在沖外国人事業者の海外ネットワークの活用が重要となっている。

5-2 マッチング手法の種類

日本企業の海外進出が急増している。現在の新型コロナウイルス感染症拡大以前より、人口減少や少子高齢化による国内市場縮小の影響のみならず、日本製品や日本式のサービスが世界から評価されていることもあり、近年日本企業の海外進出が加速していた。自社の商品・サービスにとって、海外進出が大きなチャンスととらえている企業がたくさん存在している。

実際に「自社の製品やサービスを海外で販売してみたい」、「実際に現地に店舗を出店して海外店舗を拡大させていきたい」、「海外の優良企業をM&A(合併・買収)して、海外の技術も取り込みつつ、会社の規模を拡大していきたい」という企業が増えている。

その一方で、日本とはまったく異なる市場での販路拡大は多くの企業にとってブラックボックスであるし、そもそも異文化の商習慣も異なる海外への進出を単独で行うことは、決して容易なことではない。

そこで一般的によく知られているマッチング手法の種類としては、(A)交流イベント型、(B) Web サービス型、(C)ビジネスマッチングサービス型があり、県内での具体事例としては、次のものが挙げられる。

(A)大交易会、美ら島商談会など

(B)Industlink など

(C)金融機関の顧客支援など

図表 5-2 マッチング手法

	マッチング手法	実施時期	マッチング相手	コミュニケーション方法	具体例
(A)	交流イベント型	年数回	複数社	対面、直接対話	公的機関や民間、官民一体等により実施している交流イベント・展示会・商談会
(B)	Webサービス型	常時	複数社	非対面、メールやチャット等	ビジネスマッチングサービスを運営しているWebサイト
(C)	ビジネスマッチングサービス型	常時	個別	対面、仲介者を介す	金融機関が提供しているサービス

5-3 在沖外国人事業者と県内事業者の傾向を踏まえたマッチング手法の検討

以下は上記に挙げた三つのマッチング手法について概観する。

(A) 交流イベント型について

ビジネスマッチングの交流イベントは、主に自治体や銀行などの主催によって行われる。企業の担当者同士が直接的に顔を合わせられるため、商談においては取引に関する詳細な話を行いやすいこともあり、企業同士のマッチングが成立しやすくなる。その一方で、開催場所と日時が決まっているため、スケジュールの都合が合わずに交流イベントに参加できない場合があるほか、商談の経験が浅い人が担当者として参加する場合、企業同士のマッチングが成立しない場合も考えられる。日時に制約があり、商談が不慣れである場合は、交流イベントではなく、後述の Web サービス型を利用する方法が有効である。

県内事業者は、販路開拓方法として「展示・商談会」(45%(9社))を活用しており、(A)交流イベント型になじみがあり、在沖外国人事業者に(A)への参加を求める方法がある。在沖外国人事業者は「知人・親戚のネットワーク活用」(59%(13社))、「SNSの活用」(41%(9社))等個人のネットワークを活用し販路開拓を行っている傾向があり、「沖縄大交易会⁵」等県内で行われている交流イベントに参加している例がほぼなかった(沖縄大交易会:2019年参加バイヤー301社中在沖外国人事業者は3社と思われる)。これは主催者側に在沖外国人事業者のデータが無いために参加案内が届いていなかったためと考えられる。そこで、当事業で作成したリストを活用し、沖縄大交易会に在沖外国人事業者の参加を募り、バイヤーとして商談を行うことで、県内事業者とのマッチングの場を提供する事は有効と考えられる。

(B) Web サービス型について

Web サービスまたはビジネスマッチングサイトともいう方法について、中小機構(中小企業基盤整備機構)が運営している「J-GoodTech(ジエグテック)」が挙げられる。中小機構は経済産業省が所管する独立行政法人ということもあり、安心して利用することができる。ジエグテックに登録している企業数は、国内の中小・大手企業、海外企業を含め、2019年9月時点で2万3000社以上であるため、マッチング先の企業を見つけやすいことが特徴である。また、自社の製品やサービスなどを国内の大手企業のほか、海外企業にもアピールすることができる。国内市場は人口減少、少子高齢化の影響もあり長期的に見ると縮小が予測されているが、海外企業にアピールすることによってビジネスチャンスの拡大が見込める。

しかしながら、Webによるマッチングサービスを設置運営する機関・企業が必要であり、一般に事業者双方の自助努力でマッチングを行うため、マッチングに至る確率を高めるのは難しいと考えられる。

⁵ 「沖縄大交易会」は、農林水産物・食品の輸出促進を目的として、海外バイヤーが多数参加する事前アポイント型個別商談会として国内・県内で定着しており、県内事業者からの認知は高い。沖縄大交易会は、8か年継続して開催されており、近年の成約率(マッチング率)は、2019年(沖縄大交易会2019、対面形式):29.1%、2020年(沖縄大交易会2020、オンライン形式):13.9%となっている(2021年3月21日沖縄タイムス「沖縄大交易会成約率は13% オンラインで開催」より)。

(C) ビジネスマッチングサービス型について

この方法にも、実施する機関・企業が必要である。その担い手として、現在各金融機関が行っている個別支援の中で、顧客(県内事業者)の抱えている課題やニーズに対して、それを解決できるスキルやネットワークを有している在沖外国人事業者とのマッチングを行うことが考えられる。

また、今年度沖縄県産業振興公社が行った「県内に立地した外国企業と県内企業との交流会」等、在沖外国人が集まる場に金融機関がブースを出し、アンケートやヒアリングを通して在沖外国人事業者のニーズを把握し、後日県内事業者と個別のマッチングを行うことが考えられる。

(A)と(B)では事業者双方の自助努力が前提となるのに対し、(C)では仲介するコーディネーターにコミュニケーションのギャップを埋める役割が期待でき、マッチングに至る確率を高められる。

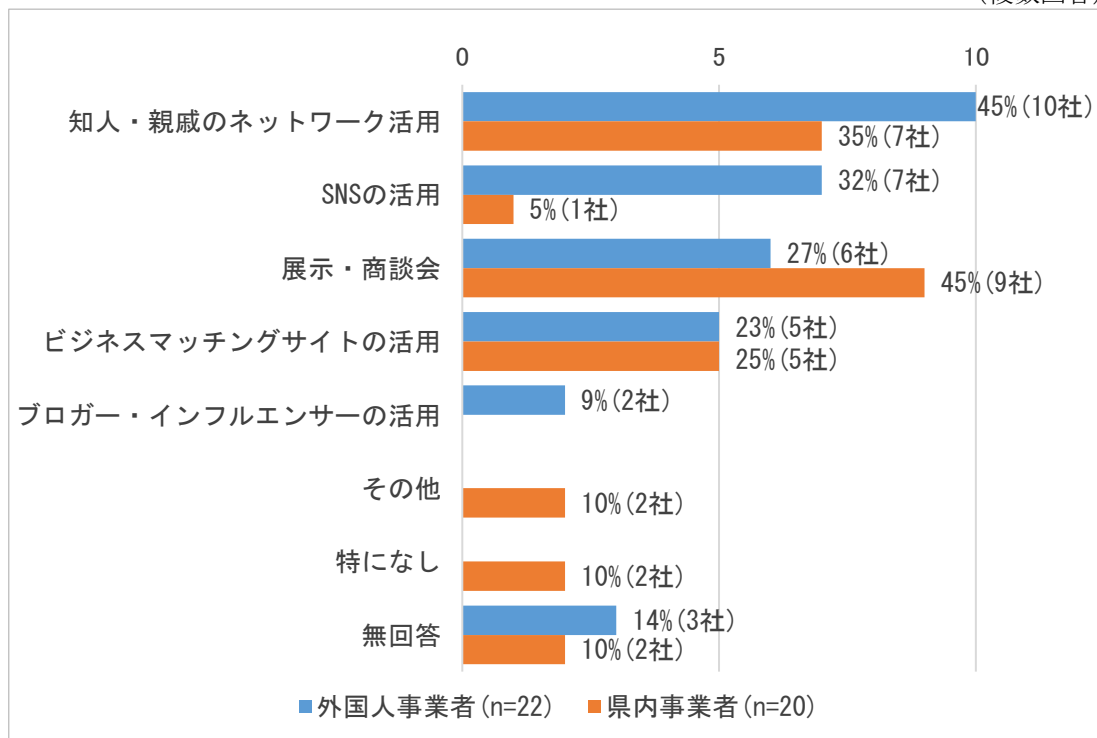
5-4 マッチング手法の検討のまとめ

販路開拓方法として、図表 5-3 に示したように在沖外国人事業者は「知人・親戚のネットワーク活用」(45%(10社))、「SNS の活用」(32%(7社))等個人のネットワークで販路開拓を行っているのに対し、県内事業者は「展示・商談会」(45%(9社))の活用が最も多く、「ビジネスマッチングサイトの活用」(25%(5社))と合わせて外部の支援・サービスを活用している傾向がある。

こうした中で、これまでにない外国人事業者と県内事業者とのマッチングサービスを構築していくことで、相乗効果が期待でき、貿易拡大につながると考えられる。

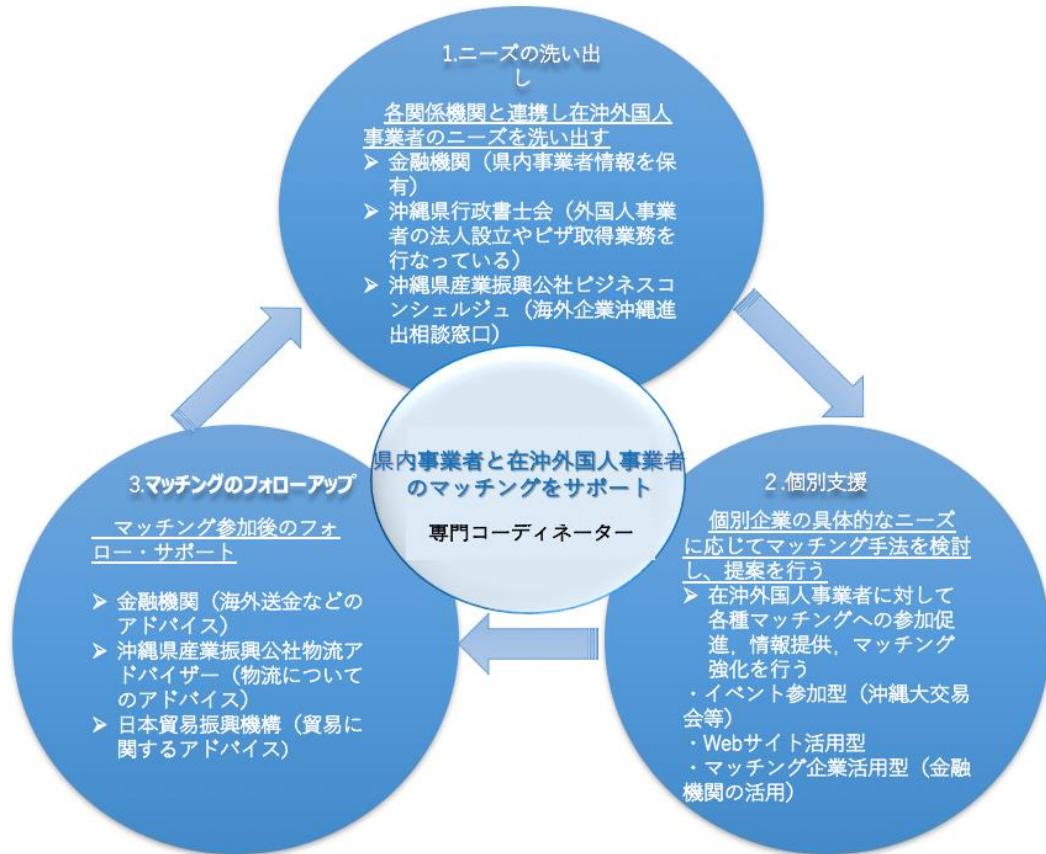
図表 5-3 貿易拡大に向けた取り組み

(複数回答)



本事業は、在沖外国人事業者と県内事業者について海外事業転換するために、「輸出実績あり」及び「輸出検討中」の事業者に対し、現状及び課題を把握するためにアンケート調査と分析を行った。また、県内事業者と在沖外国人事業者をマッチング手法の検討を行った。得られた結果を以下のようにまとめる。

図表 5-4 マッチング作業内容



マッチングを行う機関等の専門コーディネーターを配置して、マッチングをサポートし、図表 5-4 のように、まず在沖外国人事業者と県内事業者のニーズを洗いだし、そのうえに、「個別支援(マッチング)」を行い、マッチング参加後に「フォローアップ」を継続して行うことにより、輸出の自走化に向けた取り組みが行える手法が有効である。

その際、専門コーディネーター役割として、マッチングに必要な各事業者の経営・事業環境の理解、外国の貿易環境並びに規制等に関する知見・経験のほか、他の支援機関とのネットワークやビジネスレベルの語学力等が求められる。

またマッチングの活用を増やし、成果を高めるためにも、県内産業界等への働きかけが欠かせないと考えられ、「在沖外国人系団体と県内経済団体との交流」、「在沖外国人事業者と県内事業者の交流」を実施したり、事業者レベルでの機運を高めるため、「在沖外国人事業者への県内の企業支援策の情報提供」、「在沖外国人事業者・県内事業者を対象とした貿易ニーズ調査」、「在沖外国人事業者・県内事業者を対象とした貿易相談会・セミナーの開催」などを行う必要がある。

ただし、マッチングとして、いずれの手法も単体で行うより、(A)と(C)、(A)と(B)などを組み合わせて実施すると効果が高まると考えられる。

図表 5-5 マッチング手法

	メリット・デメリット	県内での実施可能性
(A) 交流イベント型	<ul style="list-style-type: none"> ・一度に複数社との商談 ・事後の双方の対話努力を要す 	<ul style="list-style-type: none"> ・現在開催のイベントに組み込めば実現性が高い
(B) Web サービス型	<ul style="list-style-type: none"> ・複数社の情報が得られる ・双方の対話努力を要す 	<ul style="list-style-type: none"> ・Webサイト起上げが必要 ・対話の継続がネック
(C) ビジネスマッチングサービス型	<ul style="list-style-type: none"> ・実施企業の能力を要す ・仲介者が双方の対話を支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施企業・機関が必要 ・マッチングの成率が高い

巻末資料

1. 再委託について

●再委託の内容

本事業では、在沖外国人事業者とのマッチングに最も適した、持続可能なビジネスマッチング手法を検討することを目的に次の再委託を行っている。

● 行政書士法人ときわ

県内で在沖外国人事業者の会社設立等をサポートしている行政書士法人。県内の在沖外国人事業者のリストアップ、アンケート回答の依頼、督促業務を委託。

● 沖縄銀行

沖縄銀行は、沖縄県那覇市久茂地に本店を置く地方銀行。県内事業者のリストアップ、アンケート回答の依頼、督促業務、また県内の在沖外国人事業者と県内事業者とのビジネスマッチング手法に関する検討を委託。

●再委託実績

● 行政書士法人ときわ

○県内の在沖外国人事業者のリストアップ

県内の在沖外国人事業者をリストアップするため、同法人の顧客、県内の在沖外国人系の経済団体等をリストアップし、本アンケートに関する協力依頼を行った。

○アンケート回答の依頼

同法人の顧客や同経済団体の会員等に対し、本アンケートへの協力依頼を行った。

○督促の実施

アンケート回答期間において、各団体の会長や事務局担当者、個人へアンケート回答協力依頼を2日に1回程度行った。

● 沖縄銀行

○県内貿易事業者等 31 社に対するアンケートへの協力依頼

○ビジネスマッチング手法についての検討に関する打合せ、社内検討を行い、下記のとおり有効なビジネスマッチング手法を提案した。

○県内事業者と在沖外国人事業者のマッチング手法として、①実際の取組み事例を基に個別マッチング方式、②行政との連携を踏まえた個別マッチング方式、③イベントを活用したマッチング方式、④プラットフォームを活用したマッチング方式

以下ではこの4つのパターンを概観する。

①個別マッチング方式

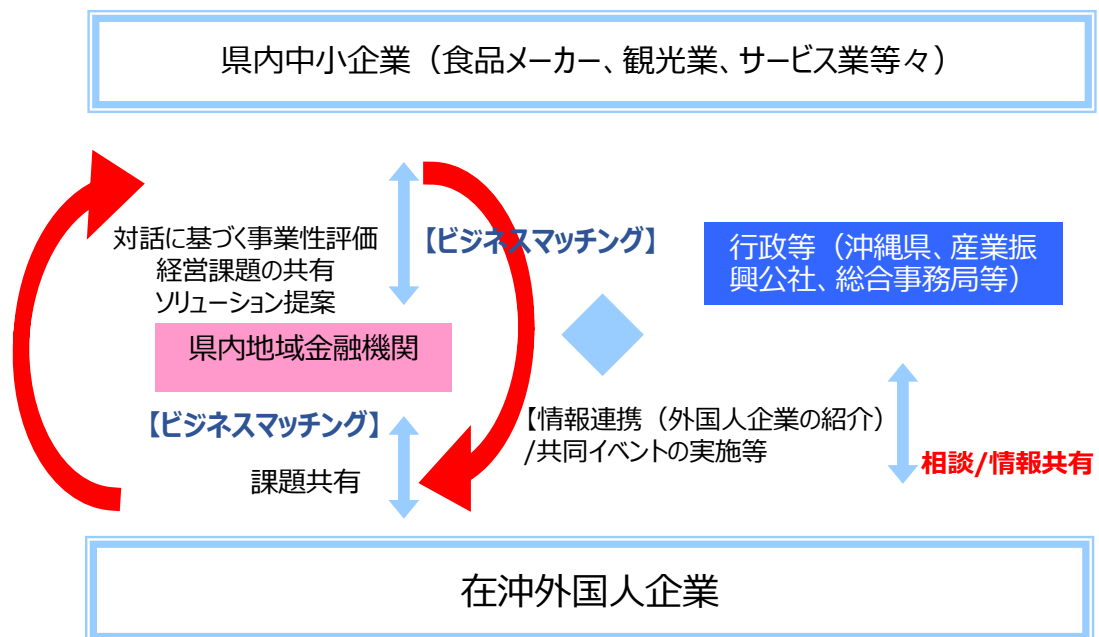
県内金融機関(沖縄銀行 65 店舗、琉球銀行 76 店舗、沖縄海邦銀行 50 店舗、コザ信用金庫 19 店舗)で合計 210 店舗の営業拠点を有している。当該拠点ネットワークにて有する県内事業者との接点を活用し、当該事業者と在沖外国人事業者とのハブとなり、双方の売上拡大の支援を図る目的で個別ビジネスマッチングを実施する方法である。

②行政との連携を踏まえた個別マッチング方式

行政にて、外国人企業の課題や要望事項の情報を収集し、金融機関と共有し、金融機関がマッチングを行う方式である。マッチングの手順として

- 1) 金融機関は、事業性評価に基づくお客さまの課題や商流を把握
- 2) 行政等からの在沖外国人事業者の情報を、各金融機関の本部にて把握
- 3) 各営業店へ在沖外国人事業者のニーズ等を周知
- 4) 県内事業者の課題や商流とマッチする在沖外国人事業者を検討
- 5) ビジネスマッチングの実施

図表 5-6 ビジネスマッチングサービスのイメージ



③イベントを活用したマッチング方式

地方銀行や民間事業者等が主催する各種イベントを活用したビジネスマッチング方式。現在行われているイベントとして、「美ら島商談会観光編」や「沖縄・福岡みらい元気応援オンライン商談会」等がある。金融機関にて県内事業者や在沖外国人事業者をバイヤー又はサプライヤーとして招聘し、個別商談会への参加を通じて双方の販路拡大支援を行うことが可能となる。

上記の①～③のマッチング方式はいずれも金融機関にて、双方のニーズを勘案した商談をセッティングすることから、高い商談成立が期待できる。金融機関主催等のため、参加者は一定の信頼性があると共に、商談会終了後の継続した伴走支援が期待できるメリットがある。

④プラットフォームを活用したマッチング方式

地方銀行や民間事業者等が運営しているビジネスマッチングのプラットフォームを活用したビジネスマッチングを行う方式。プラットフォームを活用することで、個別マッチングと比較しより多くのマッチングが期待できる。

在沖外国人事業者とのビジネス連携に関する調査

ご協力をお願い

各位 平素より、沖縄県の事業に格別ご理解とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、沖縄県では、県内事業者の輸出入ビジネスの拡大に向け、海外に商流・物流や人的ネットワークを持つ在沖外国人事業者（※1）を活用したビジネスの可能性やビジネスマッチングの手法について検討するため、輸出入実績のある、又は予定されている在沖外国人事業者の皆様向けのアンケート調査を実施します。（※2）

ご多忙中とは存じますが、本調査の趣旨をご理解頂き、ご協力賜りたく何卒よろしくお願い申し上げます。

また、本アンケートにより県内事業者とのマッチングの可能性ある事業者様につきましては、後日ヒアリングのご連絡を入れさせて頂くことがありますのでご協力頂ければ幸いです。

なお、調査結果につきましては、調査受託先機関であります株式会社俊美プロデュースにて取りまとめを行い、統計的に処理し、回答者が特定されない形で内容を取りまとめ、後日、沖縄県のホームページにて報告書の形で掲載させていただく予定です。

調査対象

輸出入実績のある又は予定している外国人事業者等（旅行業・IT業など現在行なっている業種は問いません）を対象としております。

回答期限

2020年11月5日～11月16日（締切日）

アンケートの位置付け

右の図をご参照ください

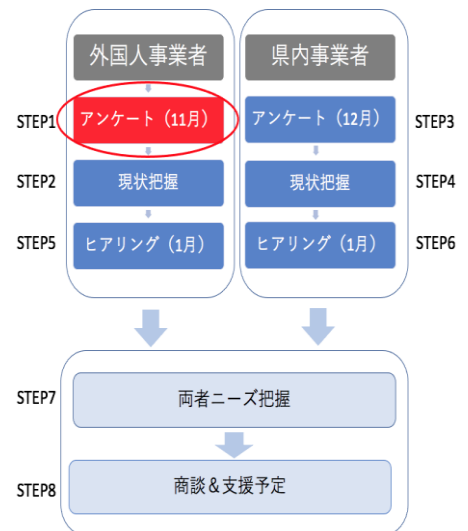
ご記入にあたって

1. この調査票は上記の目的以外に使用されることはありません。また、調査結果は全て統計的に処理し、個別企業の名前が公表されることはありません。
2. ご記載していただいた個人情報、第三者に提供することもございません。取得した個人情報は管理責任者を定め、紛失や漏洩などが発生しないよう積極的な安全対策を実施いたします。
3. ご回答は当てはまる項目にチェックをしてください。
4. ご回答に対し、回答内容の確認や追加の聞き取り調査をお願いする場合がありますが、ご了承ください。
5. 調査の内容等にご不明な点がございましたら、下記担当者までお問い合わせください。

回答サイト

本調査は、原則インターネットでの回答をお願いしております。
下記 URL へアクセスし、ご回答頂きますようお願いいたします。

URL <https://jp.surveymonkey.com/r/SXXGPBM>



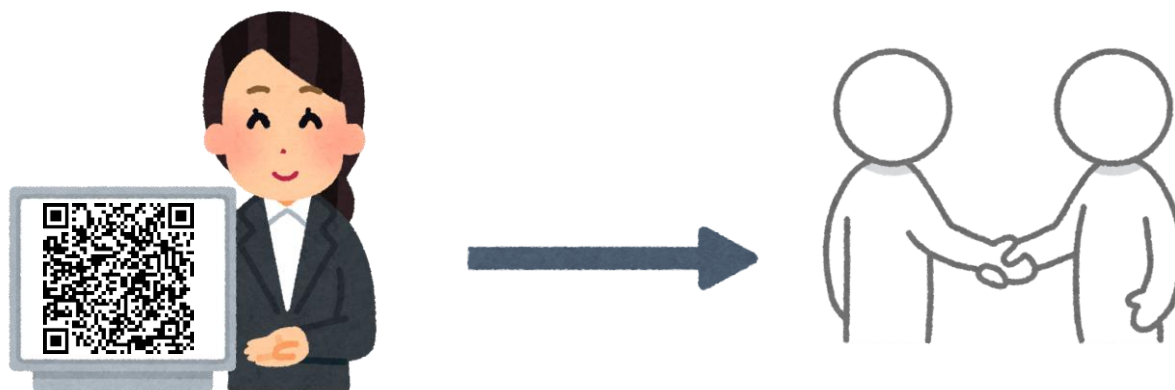
<調査票についての質問・回答方法>

- ◇ 調査受託機関:株式会社俊美プロデュース 担当:長嶺・王
- ◇ 電話:098-955-0053
- ◇ E-mail:info@junmei-p.com
- ◇ お問い合わせ時間:土日祝日を除く平日月～金 10時～12時・13時～17時

(※1)在沖外国人事業者とは沖縄で会社設立もしくは個人事業主として事業を行なっている事業で以下に該当する事業者をいいます。

- 1)日本国籍を有しない者
- 2)外国又は外国の公共団体若しくはこれに準ずるもの
- 3)外国の法令に基づいて設立された法人その他の団体
- 4)法人であって、1)～3)までに掲げる者がその代表者であるもの又はこれらの者がその役員の三分の一以上若しくは議決権の三分の一以上を占めるもの

(※2)本調査は沖縄県商工労働部アジア経済戦略課「国際戦略推進企画事業」において実施されます。



設問3 沖縄法人（個人）又は海外拠点法人（個人）の輸出・輸入実績について（複数回答可）

輸出実績有 輸入実績有 輸出を検討中 輸入を検討中

設問4 設問3で「輸出実績有」の場合（売上の高い順5つまで）

設問4-1 主な輸出品目（複数回答可）

加工食品 生鮮食品 飲料品 工業製品 衣料品
中古品（中古車・リサイクル品全般） 化粧品 医薬品
その他（ ）

設問4-2 主な輸出国・地域（売上の高い順5つまで）

北京 上海 福建省 台湾 香港 韓国 シンガポール
タイ インドネシア マレーシア アメリカ ヨーロッパ
その他（ ）

設問4-3 年間輸出货量

空路：総重量 /年 (t)
海路：コンテナ本数 /年 (20ft)

設問4-4 年間輸出額

100万円以下 1,000万円以下 5,000万円以下 1億円以下
5億円以下 5億円以上

設問4-5 海外の販売先とはどのように繋がりましたか（複数回答可）。

知人・親戚の紹介 展示・商談会
ビジネスマッチングサイト（サイト名： ）
SNS（コンテンツ名： ） 自社海外拠点 その他

設問4-6 海外の販売先業態（複数回答可）。

卸業者 小売店(店名：)
イーコマース事業者（サイト名 or URL： ） 食品製造業
その他製造業 一般消費者 その他

設問4-7 今後新たに取扱いたい具体的商材

加工食品（ ） 生鮮食品（ ） 飲料品（ ）
工業製品（ ） 衣料品（ ） 中古品（ ）
化粧品（ ） 医薬品（ ） その他（ ） 無

設問5 設問3で「輸入実績有」の場合

設問5-1 主な輸入品目（売上の高い順5つまで）

- 加工食品 生鮮食品 飲料品 工業製品 衣料品
中古品（中古車・リサイクル品全般） 化粧品 医薬品
その他（ ）

設問5-2 主な輸入国・地域（売上の高い順5つまで）

- 北京 上海 福建省 台湾 香港 韓国 シンガポール
タイ インドネシア マレーシア アメリカ ヨーロッパ
その他（ ）

設問5-3 年間輸入量

- 空路：総重量 /年 (t)
海路：コンテナ本数 /年 (20ft)

設問5-4 年間輸入額

- 100万円以下 1,000万円以下 5,000万円以下 1億円以下
5億円以下 5億円以上

設問5-5 国内の販売先業態（複数回答可）。

- 卸業者 小売店(店名：)
イーコマース事業者（サイト名 or URL：) 食品製造業
その他製造業 一般消費者 その他

設問6 設問3で「輸出または輸入実績有」の場合

貿易拡大に向けてどのような活動を行なっていますか（複数回答可）。

- 知人・親戚のネットワーク活用 展示・商談会等
ビジネスマッチングサイトの活用（サイト名：)
SNSの活用（コンテンツ名：)
ブロガー・インフルエンサーの活用（名前： フォロワー数：)
自社・海外拠点の営業 その他（)

設問7 設問3で「輸出検討中」の場合

設問7-1 今後取り扱いたい具体的商材

- 加工食品（ ） 生鮮食品（ ） 飲料品（ ）
工業製品（ ） 衣料品（ ） 中古品（ ）
化粧品（ ） 医薬品（ ） その他（ ）

設問7-2 主な輸出予定国・地域（複数回答可）

- 北京 上海 福建省 台湾 香港 韓国 シンガポール
タイ インドネシア マレーシア アメリカ ヨーロッパ
その他（ ）

設問7-3 海外の販売予定先業態（複数回答可）。

- 卸業者 小売店(店名：)
イーコマース事業者（サイト名 or URL：) 食品製造業
その他製造業 一般消費者 その他

設問7-4 現在海外から引き合いが来ていますか

- 有 無

設問8 設問3で「輸入検討中」の場合

設問8-1 今後取り扱いたい具体的商材

- 加工食品（ ） 生鮮食品（ ） 飲料品（ ）
工業製品（ ） 衣料品（ ） 中古品（ ）
化粧品（ ） 医薬品（ ） その他（ ）

設問8-2 主な輸入予定国・地域（複数回答可）

- 北京 上海 福建省 台湾 香港 韓国 シンガポール
タイ インドネシア マレーシア アメリカ ヨーロッパ
その他（ ）

設問8-3 国内の販売予定先業態（複数回答可）。

- 卸業者 小売店(店名：)
イーコマース事業者（サイト名 or URL：) 食品製造業
その他製造業 一般消費者 その他

設問9 沖縄県と海外のビジネス連携で今後どのようなビジネス展開・拡大の可能性があると思われますか。またそのような参考事例等ございましたらご記入頂ければ幸いです（自由回答）

例. 日本の食品を台湾の貿易商社が輸入し、中華圏（台湾・中国・東南アジア）向けにパッケージをアレンジし輸出販売を行なうことで成功している企業が増えてきている。
など

在沖外国人事業者とのビジネス連携に関する調査 (輸出実績のある又は検討している県内事業者様向けアンケート)

ご協力をお願い

各位 平素より、沖縄県の事業に格別ご理解とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、沖縄県では、県内事業者の輸出入ビジネスの拡大に向け、海外に商流・物流や人的ネットワークを持つ在沖外国人事業者(※1)を活用したビジネスの可能性やビジネスマッチングの手法の検討を行うため、輸出実績のある、又は検討されている県内事業者の皆様向けのアンケート調査を実施します。(※2)

ご多忙中とは存じますが、本調査の趣旨をご理解頂き、ご協力賜りたく何卒よろしくお願い申し上げます。

また、本アンケートにより外国人事業者とのマッチングの可能性ある事業者様につきましては、後日ヒアリングのご連絡を入れさせて頂くことがありますのでご協力頂ければ幸いです。

なお、調査結果につきましては、調査受託先機関であります株式会社俊美プロデュースにて取りまとめを行い、統計的に処理し、回答者が特定されない形で内容を取りまとめ、後日、沖縄県のホームページにて報告書の形で掲載させていただきます予定です。

調査対象

輸出実績のある又は検討している県内事業者(業種は問いません)を対象としております。

回答方法

ウェブアンケート

回答期間・締切日

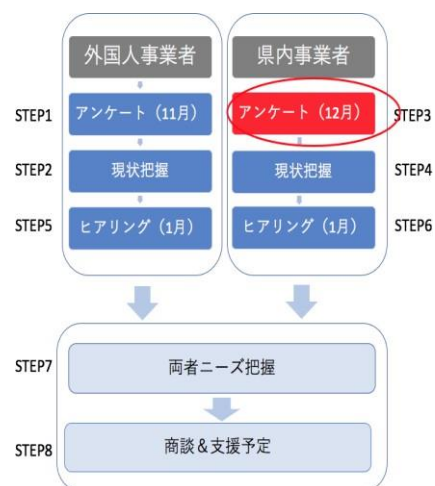
2020年12月07日～12月18日(締切日)

アンケートの位置付け

右の図をご参照ください

ご記入にあたって

1. この調査票は上記の目的以外に使用されることはありません。また、調査結果は全て統計的に処理し、個別企業の名前が公表されることはありません。
2. ご記載していただいた個人情報、第三者に提供することもございません。取得した個人情報は管理責任者を定め、紛失や漏洩などが発生しないよう積極的な安全対策を実施いたします。
3. ご回答は当てはまる項目にチェックをしてください。
4. ご回答に対し、回答内容の確認や追加の聞き取り調査をお願いする場合がありますが、ご了承ください。
5. 調査の内容等にご不明な点がございましたら、下記担当者までお問い合わせください。



本調査は、原則インターネットでの回答をお願いしております。

下記 URL へアクセスし、ご回答頂きますようお願いいたします。

URL <https://jp.surveymonkey.com/r/D933G28>



<調査票についての質問・回答方法>

■ 調査受託機関:株式会社俊美プロデュース 担当:長嶺 王

電話:098-955-0053

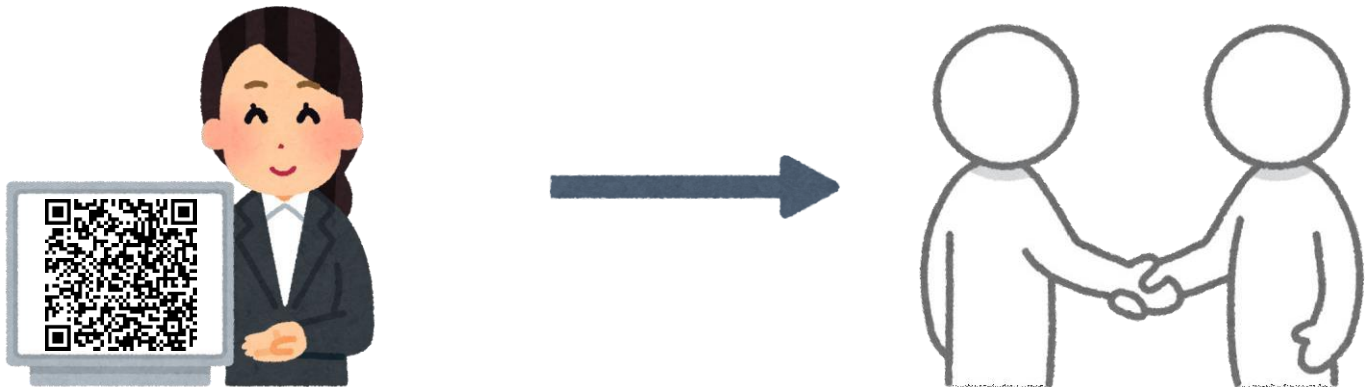
E-mail:info@junmei-p.com

※お問合せ時間:土日祝日を除く平日月～金10時～12時 13時～17時

(※1) 在沖外国人事業者とは沖縄で会社設立もしくは個人事業主として事業を行なっている事業で以下に該当する事業者をいいます。

- 1) 日本国籍を有しない者
- 2) 外国又は外国の公共団体若しくはこれに準ずるもの
- 3) 外国の法令に基づいて設立された法人その他の団体
- 4) 法人であって、1)～3)までに掲げる者がその代表者であるもの又はこれらの者がその役員の三分の一以上若しくは議決権の三分の一以上を占めるもの

(※2) 本調査は沖縄県商工労働部アジア経済戦略課「国際戦略推進企画事業」において実施されます。



設問1 企業概要

企業概要					
(ふりがな) 企業名					
業種（売上の高い順に3つまで）	製造業 <input type="checkbox"/> 食料品 <input type="checkbox"/> 化学 <input type="checkbox"/> 金属 <input type="checkbox"/> 機械 <input type="checkbox"/> 繊維 <input type="checkbox"/> その他（ ） 非製造業 <input type="checkbox"/> 貿易・商社 <input type="checkbox"/> 卸・小売 <input type="checkbox"/> その他（ ）				
主な取扱商品					
事業形態	<input type="checkbox"/> 法人 <input type="checkbox"/> 個人	事業開始	年 月	資本金	万円
本社住所	〒				
会社HP	http://				
代表者	(ふりがな) 氏名				
回答者	氏名				
	役職				
	E-Mail				
従業員数	<input type="checkbox"/> 10人未満 <input type="checkbox"/> 11～50人 <input type="checkbox"/> 51～100人 <input type="checkbox"/> 101人以上				
外国語人材	<input type="checkbox"/> 英語 <input type="checkbox"/> 中国語 <input type="checkbox"/> その他（ ） <input type="checkbox"/> 無				
売上高	<input type="checkbox"/> 1千万円未満 <input type="checkbox"/> 1千万円以上5千万円未満 <input type="checkbox"/> 5千万円以上1億円未満 <input type="checkbox"/> 1億円以上10億円未満 <input type="checkbox"/> 10億円以上				

設問2 輸出実績はありますか

有 検討中

設問3 設問2で「有」の場合

設問3-1 輸出形態

自社による直接輸出 他社を通じた間接輸出 直接及び間接の併用

設問3-2 主な輸出品目（売上の高い順5つまで）

加工食品 生鮮食品 飲料品 衣料品

中古品（中古車・リサイクル品全般）

化粧品 医薬品 その他（ ）

設問3-3 主な輸出国・地域（売上の高い順5つまで）

- 北京 上海 福建省 台湾 香港 韓国 シンガポール
タイ インドネシア マレーシア アメリカ ヨーロッパ
その他（ ）

設問3-4 年間輸出力

- 空路：総重量 /年 (t)
海路：コンテナ本数 /年 (20ft)

設問3-5 年間輸出額

- 100万円以下 100万円以上～1,000万円未満 1,000万円以上～5,000万円未満
5,000万円以上～1億円未満 1億円以上～5億円未満 5億円以上

設問3-6 輸出先事業形態（複数回答可）。

- 商社・卸売 スーパーマーケット・百貨店 飲食店 ホテル
イーコマース事業者 製造業者 一般消費者 その他（ ）

設問3-7 貿易拡大に向けてどのような活動を行なっていますか（複数回答可）。

- 知人・親戚のネットワーク活用 展示・商談会
ビジネスマッチングサイトの活用（サイト名： ）
SNSの活用（コンテンツ名： ）
ブロガー・インフルエンサーの活用（名前： フォロワー数： ）
その他（ ）

設問3-8 今後輸出を検討したい商材

- 加工食品（ ） 生鮮食品（ ） 飲料品（ ）
衣料品（ ） 中古品（ ） 化粧品（ ）
医薬品（ ） その他（ ） 無

設問3-9 主な輸出希望もしくは関心のある国・地域（複数回答可）

- 北京 上海 福建省 台湾 香港 韓国 シンガポール
タイ インドネシア マレーシア アメリカ ヨーロッパ
その他（ ）

設問4 設問2で「検討中」の場合

設問4-1 今後輸出を検討したい商材

- 加工食品 () 生鮮食品 () 飲料品 ()
衣料品 () 中古品 () 化粧品 ()
医薬品 () その他 () 無

設問4-2 主な輸出希望もしくは関心のある国・地域 (複数回答可)

- 北京 上海 福建省 台湾 香港 韓国 シンガポール
タイ インドネシア マレーシア アメリカ ヨーロッパ
その他 ()

設問4-3 輸出先事業形態 (複数回答可)

- 商社・卸売 スーパーマーケット・百貨店 外食産業 ホテル
工場 イーコマース事業者 製造業者 一般消費者
その他 ()

設問4-4 御社が輸出を検討する上で独自で対応可能な項目

- 販売先の確保 外国語での海外とのコミュニケーション 貿易実務の手続き
現地の法制度商習慣の把握 現地のニーズ把握 その他 ()

設問5 外国人事業者が御社の商品に興味がある場合、外国人事業者とのマッチングを希望するか (マッチングができない場合もございますので、あらかじめご了承ください)

- 希望する 希望しない