

- 1 **くがにくとぅば[黄金言葉] vol.174**
**地域企業の連携・共有で
アジア市場における競争力強化を図る**
株式会社新垣通商 代表取締役 新垣 旬子
- 5 **地域リレーションシップ情報 167**
**沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について
アジア市場の獲得に向けて
～沖縄国際ハブクラスター事業の取組～**
- 6 **中小機構 沖縄事務所の取組**
事業承継への取組みについて
- 7 **「おきぎん企業動向調査」にみる2017年度の沖縄経済**
- 14 **けいざい風水**
- 16 **県内景況・確報**
2018年4-6月期の県内景況
- 24 **国内景気動向**
- 26 **沖縄マーケティング情報**
 - ①沖縄県内の事業所数・従業者数・人口・世帯数
 - ②世界の中の沖縄(年次)
 - ③グラフでみる沖縄経済
 - ④数値でみる沖縄県・全国の経済動向(月次)
- 46 **経済社会のできごと (沖縄、国内・海外)**
2018年7月
- 48 **各種セミナー等開催インフォメーション**



表紙写真/アンガマ

地域企業の連携・共有で アジア市場における競争力強化を図る



代表取締役 **新垣 句子**



今回は、1980年の創業以来、アジアを拠点とした貿易を行い、成長し続けている総合商社、株式会社新垣通商の新垣 句子 代表取締役に、沖縄貿易の変遷や今後の在り方などについてお話を伺って参りました。

台湾で海外旅行が自由化された1980年に夫と一緒に免税店、新垣通商を開業

私は1949年4月、台湾台北市にて、10人兄妹の9番目として生まれました。幼年期を台湾で過ごし、1960年に家族とともに沖縄へ渡り、小中高を沖縄の学校で学業を修め、高校卒業後は国立台湾大学へ入学しました。1970年に夫の新垣 勇氏（故人）と結婚、1980年、台湾で海外旅行が自由化された時に、夫と一緒に免税店、新垣通商を開業しました。

台湾の旅行業者との人脈を築き、業務は順調に拡大し、1990年以降は貿易に力をいれて、日本のブランド品を台湾や香港に輸出し、業績を伸ばして参りました。



▲1986年時の新垣代表(右)と台湾からのお客様

時代の流れに沿って貿易で取り扱う商品は変わる

会社は時代と共に磨かれ、その時代の流れに沿って貿易で取り扱う商品は変わってきます。

私達の貿易はこれまで日本の技術の強さの上に成り立っていましたが、ここ10年位は、技術以外の日本の素晴らしさ、特に日本の文化や伝統が世界中で注目されるようになり、取り扱う商品も変わってきました。

現在は1980年代、90年代に売れた、技術が全面に出たビデオカメラやウォークマンなどではなく、日本の日常の生活の中で培われてきた文化や伝統の中に、高度な技術が籠もった商品が世界中から求められるようになりました。

例をとれば、日本のお菓子が世界中でとても売れています。日本のお菓子の歴史は古く紀元前・大和時代に始まりますが、現在の和菓子の殆どが、江戸時代に作られ、庶民の生活に密着しながら色々なお菓子が作られてきました。伝統として継承される心尽くしの技と、日本の精糖技術や製菓技術の進歩が絡んで、世界中から“エクセレント”と評されています。



▲商社×メーカー×バイヤー連携による新商品「馬鈴薯3兄弟」

貿易会社にとっては厳しい時代

80年代、90年代は日本を代表する家電製品ではソニー、パナソニック、サンヨー、化粧品では資生堂、雑貨ではライオンや花王など、全てが珍しく、またクオリティーが素晴らしいと日本製品を台湾などから買い求めに来ていました。寝る間も惜しんで働きました。

しかし今では、日本メーカーの技術的なブランド力は以前に比べて平準化し、インターネットの普及により、全世界どこからでも商品を購入できるようになったため、選択肢が多様化してきました。

5~10万円位した高価なビデオカメラなどの電化製品から300円~1,000円の単価の安い生活雑貨品などにシフトしてきており、その分、売上や利鞘も縮小し、運び難くもなりました。これまでは10アイテムで1コンテナが埋まっていたのが、今では何百アイテムを揃えても埋まりません。また、ニーズが多様化しているため、何が絶対売れるというのが見え難くなっています。

しかし別の視点からみると、ソニーやパナソニックなどの特別な大手企業が作ったモノでなくても、文化や伝統に裏付けられた日本のライフスタイルそのものが、現在では世界中に心地良さをもたらしており、そういった意味では、「みんなが、私でもチャンスを拾える時代が到来している」と言えるかと思います。

新垣通商に国際部門を預けてくださる企業が広がる

これまで、日本商品を輸出し、現地でのマーケットをお客様と共に創り上げてきたノウハウを活用し、新垣通商に国際部門を預けようとしてくださる企業様が広がってきています。

専門的で複雑な輸出代行業務や、現地での倉庫での商品管理と配送を行うロジスティック・ソリューションの提供、また、国、地域の様々な視点から、所在する市場、店舗にあった商品陳列の提案などを行うマーケティング・ソリューションもご提供しています。

売り場の大きい香港そごう様には、長年にわたり日本のパーソナルケア商品、またベビー商品を中華圏へ流通していた私達のノウハウを活かし、売り場の総合プロデュースをさせて頂いています。日本からの輸出、現地での調達、お客様の足取りを計算したお買い物のし易い商品の選定・ご提案から、陳列企画も行い、毎日の在庫管理、補充、また、キャンペーンの際は販売員の派遣を行うなどのマーチャンダイジング・マネジメント・ソリューションをご提供しています。



▲香港そごう PERSONAL CARE フロア

常に“日本”を持ち寄り、相手と共有できる会社

私達は香港、台湾、シンガポールに現地法人会社を出しています。

当初、現地法人会社を香港に出したのは営業のためではなく、東日本大震災後の対応でした。震災で日本商品に対する今までの信頼が揺らいでいました。国際電話、あるいは飛行機で飛んできた時しか会えない相手ではなく、常に傍に寄り添うことで信頼を回復する必要がありました。

今では現地の社員も育成して、常に“日本”を持ち寄り、現地の生活、マーケットに密着した会社に特化しております。



▲香港 現地会社のスタッフ

また、香港の場合は、世界中から人が集まっており、その多様性の中で求められる日本商品のご提供をご一緒に考えています。



▲台湾台北駅地下街の日本情報発信館「E∞JAPAN」

連携及び相互補完することによりアジア市場における競争力強化を図る

欧米の商品は世界中で絶対的なマーケットを持っています。それは欧米のメーカーが各国への戦略を持って取り組んでいるからです。一方、日本のメーカーの場合はその取り組みが弱く、そこで「地域商社」の活躍が、政府の掲げる地方創生でも期待されているところです。

昨年3月に私共を含む県内の商社7社が連携協定を締結しました。内閣府沖縄総合事務局経済産業部の「沖縄国際ハブクラスター形成推進事業」の取り組みです。地域商社が海外事業における連携及び相互補完することによりアジア市場における競争力強化を図り、県内外の農水畜産物・加工食品等の輸出拡大を目指すものです。今まで新聞などでしか面識がない会社同士が月1回開催の会議に一緒に参加しているうちに、情報や、商品を共有するようになり、県内外産地・メーカーとの連携による共同仕入、アジア市場のマーケティング等情報収集、混載等物流の効率化などが図れるようになりました。

また、昨年からは沖縄県貿易協会の会長を拝命し、内閣府の「沖縄型産業中核人材育成事業」にも取り組んでいます。沖縄県の貿易業務に関連する企業の課題解決を進める企画提案・営業・調整力を有する人材を育成するプログラムです。卸問屋、生産業者、流通業者、商社の人材が連携・共有して取り組むプログラムであり、地域企業の連携・共有による成功事例をつくりあげたいと思います。

喜ばれることに喜びを

設立以前から、夫（故）は祭り事を大切に地域のことを考え活動をしてきた人で、ボランティア活動を中心に家族の生活や会社が組み込まれています。今では家族、またグループ企業も増えてきましたが、私達は「喜ばれることに喜びを」を社是としており、座右の銘にもしています。

関わる全ての方々に喜んでいただける事で、私達は志事を貫かせていただいています。社員全員にもその精神は伝わり、たくさんのボランティア活動を行っていますが、喜ばれるというのは本当に「うれしい時間」です。



▲那覇大綱挽に全面協力



【新垣通商グループ企業】

株式会社アニメコスメ
株式会社承逸
株式会社琉鳳堂
株式会社サンテック開発
株式会社プロジェクト琉球
クイックリージャパン株式会社
株式会社シークレットハウス
日本語学校 沖縄JCS学院
ステーションホテル牧志
Okinawa Cuisine&Wine CLIFT
日本料理 松鶴
沖縄発信-楽天

台湾の日本情報発信館

E[∞]JAPAN

日本各地の優れた商品を台湾へ！
マーケティングやプロモーションをサポートいたします。

- ① アンテナSHOP
- ② 企業広告
- ③ テスト販売
- ④ アンケート調査
- ⑤ 商品説明会・イベント
- ⑥ web情報発信



E[∞]JAPAN
カタログサイト

<http://arakaki-tsusho.co.jp/e-japan/>



E[∞]JAPAN
facebook

<https://www.facebook.com/ejapanasia/>



臺灣沖縄発信
facebook

<https://www.facebook.com/okinawataiwan/>

株式会社新垣通商は1980年の創業以来、アジアを拠点とした貿易を行っている総合商社です。海外との取引経験の浅い日本国内メーカー様と世界のマーケットを結び、ビジネスを広げるお手伝いをさせていただきます。



株式会社 新垣通商

Arakaki Tsusho Corporation

TEL.098-861-3506

FAX.098-864-0305

〒900-0033 沖縄県那覇市久米2-11-13

<http://www.arakaki-tsusho.co.jp/>

Email: japan@arakaki-tsusho.co.jp

けいざい風水

訪日観光客の消費動向 爆買いから体験へ

観光庁の訪日外国人消費動向調査2017年10-12月期（速報）によると、訪日外国人客（インバウンド）の旅行消費額は4.4兆円となり過去最高となっています。

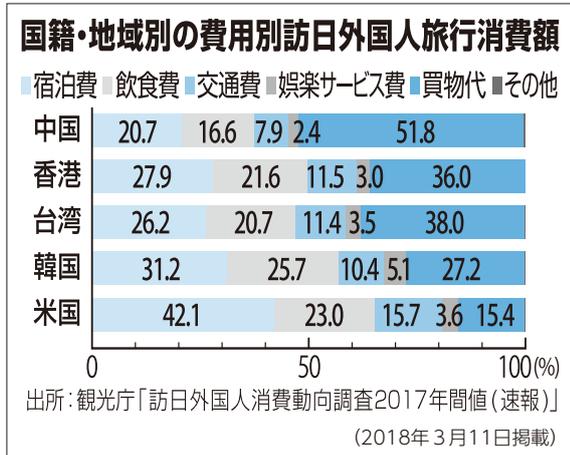
アジア諸国の訪日外国人で特徴的なのが、中国人旅行者の消費動向です。内訳を見ると買い物代が消費総額の51.8%と、他地域に比べて突出しています。アジア諸国は、比較的短期間の滞在で買い物を目的として来訪する旅行者が多く、買い物代が占める割合が多いといわれており、特に中国でこの傾向が顕著になっています。

最近まで、中国人旅行者が高額家電製品を大量に購入し「爆買い」と呼ばれて話題を集めました。現在の人気商品はより実用的で単価の低い日用品へ拡大しています。これはビザ発給の要件の緩和によって、中国からの旅行者が富裕層だけにとどまらず中間所得層にまで広がってきていることや、日本の観光地や日本商品の情報が増えたことなどが背景として挙げられます。

日本が観光立国として成長し、日本旅行の経験者が増えていくにつれて、訪日目的が変化していくことが予測されます。欧米諸国からの旅行者は、比較的長期滞在で、歴史・伝統文化体験などを目的とする者が多く、今後はアジア諸国からの旅行者の行動も欧米旅行者のパターンに近づき、消費動向が変化していくことが考えられます。

沖縄の観光市場の活性化を期待し、今後もインバウンドの動向を注目したいです。

（沖縄銀行 証券国際部市場企画管理グループ
調査役 前原 寛之）



事業用資産引き継ぎ 将来像を明確に

中小企業経営者の高齢化が進む中、円滑な事業承継は大きな課題となっています。従業員の家族、生活を守るためにも、経営者にとって大きな仕事といえるでしょう。

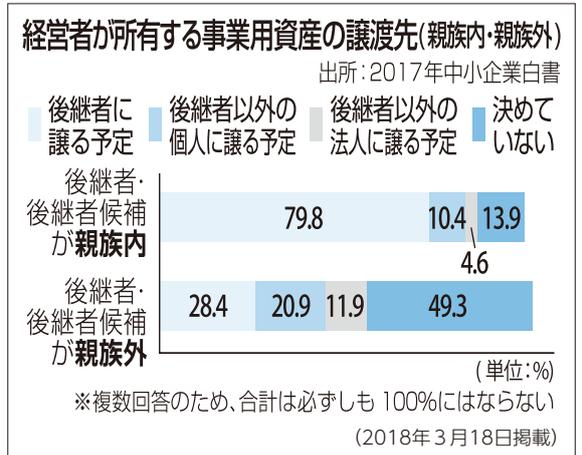
事業継続という点から事業用資産の承継は法人だけではなく、個人事業主にとっても重要な課題です。2017年版中小企業白書によれば、親族へ事業承継を予定している経営者のうち、事業用資産の譲渡先を「決めていない」と回答したのは13.9%ですが、親族以外に承継を予定している経営者は49.3%が「決めていない」と回答しており、対策が急がれます。

しかし長年の使用で老朽化しているものもあり、引き継ぐもの、処分するもの、あるいは買い換えておくものなど慎重に検討し、整理することが必要です。

例えば「事業用資産の買い換え制度」など、税負担を軽減できるものもあります。ただし所有期間や面積、売却後一定期間内に買換資産を取得するといった条件があります。売却不動産の当初取得価格を基に買換不動産の帳簿価格を算出するため、建物など購入価格よりも帳簿価格が低くなり、減価償却額が低く計上されることから、長期的に見て税負担が増加する場合があります。

重要なことは、ご自身の事業用資産をどのように引き継ぎ、継続していくかという将来像を明確にすることです。方向性が決まれば、個々の条件や事情に応じていろいろな方法があります。時間がかかるものもありますので、早めに専門家へ相談することをお勧めします。

（沖縄銀行 坂田支店長 久貝 達則）



● 休眠預金等活用法

10年たつと公益活用

2018年1月1日、休眠預金等活用法が施行されました。新聞やテレビのニュースなどで目にされたことがあるかと思います。

休眠預金とは、10年以上入出金などの取引がされずに金融機関（銀行や信用金庫、労働金庫など）に眠っている預貯金のことです。

金融庁によると、2013～15年度では毎年1,200億円程度発生しているとされています。そのうち500億円程度が毎年払い戻しされているようですが、それを差し引いても毎年700億円程度に上る計算になります。

休眠預金等活用法は、この眠っている預貯金を、子どもや若者の支援・日常生活での困難者・地域活性化などの支援といった、民間公益活動に活用することを目的に制定されました。

休眠預金は、普通預金だけでなく定期預金、貯金、定期積金なども対象となります。財形貯蓄やマル優（少額貯蓄非課税制度）適用預金、外貨預金など対象外となる預金もありますが、この法律により19年1月以降は、10年以上取引のない預貯金は休眠預金として、金融機関から預金保険機構へ移されることとなります。

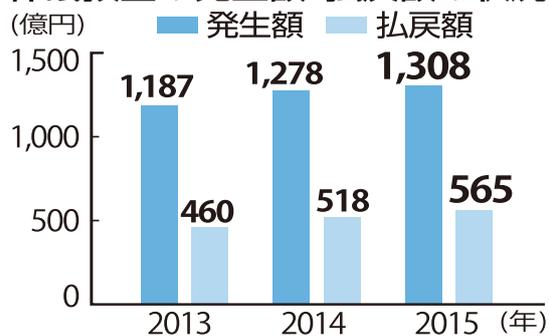
預金保険機構へ移された後も、取引のあった金融機関で引き出すことはできますが、必要となる手続きは金融機関によって異なり、手続きに時間を要する場合もあります。

長い間取引をされていない預金通帳や証書をお持ちではありませんか。お心当たりのある方は、休眠預金になる前に、取引金融機関に問い合わせされることをお勧めします。

（沖縄銀行 事務部事務企画管理グループ

調査役 新城 多紀子）

休眠預金の発生額・払戻額の状況



出所：内閣府「休眠預金等発生額の推移」

（2018年3月25日掲載）

● 部下から見た人材育成

上司の関心度 影響大

4月の新年度スタートを機に、新しく部下となる人材に期待しつつも、どのように育てていくべきか悩んでおられる方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

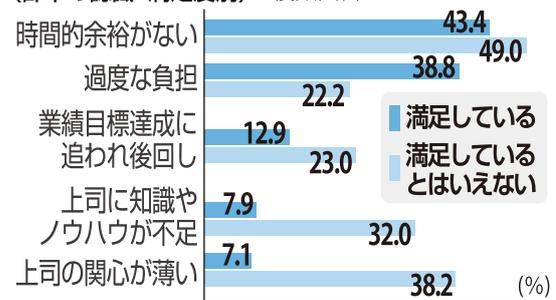
労働政策研究・研修機構によると「上司が部下の育成・能力開発を行う上での課題」（満足度別）で、部下の認識として回答割合が最も高い項目は、上司の「育成・能力開発を行う時間的余裕がない」となっています。同項目では、上司による能力開発支援について「満足している部下」と「満足しているとはいえない部下」の回答割合の差があまり大きくないことから、上司に時間的余裕がないことは、部下の満足度には大きな影響を与えていないことが推測されます。

一方で、上司の「育成・能力開発に対する関心が薄い」「育成・能力開発のための知識やノウハウが足りない」の項目では「満足している部下」と「満足しているとはいえない部下」の回答割合の差が非常に大きくなっています。忙しい中でも「上司の心が部下の育成に向いているか否か」「上司が育成における知識とスキルを身に付けているか否か」を部下は感じ取っており、それが育成に対する満足度にも影響しているものと考えられます。

企業にとっては、人材をしっかりと育成して組織の発展につなげていくと同時に、その流出を防ぐことは非常に大切なことといえます。人手不足感が高まっている今だからこそ、上司の部下に対する「育成力」がより一層、重要になってきているのかもしれない。

（おきぎん経済研究所 研究員 喜瀬 真人）

上司が部下の育成・能力開発を行う上での課題（部下の認識：満足度別）※複数回答



出所：「労働政策研究報告書」から再編

（2018年4月1日掲載）