

## 平成 30 年度「沖縄県酒類製造業自立経営促進事業」 に関する委託業務の報告書

### 「沖縄白酒」中国輸出& インバウンド展開共同企業体



ビンコウ HD 株式会社



瑞穂酒造株式会社



南島酒販株式会社

平成 31 年 3 月

## 目次

1. 本事業について .....	1
1-1. はじめに .....	1
1-2. 事業内容の要点 .....	2
2. 泡盛の生産・販売の状況 .....	3
2-1. 泡盛総出荷量 13 年連続で減少 .....	3
2-2. 中国のアルコール飲料のマーケットについて .....	5
2-3. 泡盛が中国で売れない原因の分析 .....	9
2-4. 泡盛の中国展開の方針について .....	10
2-5. 「沖縄白酒 王国貢酒」の誕生 .....	12
3. 事業実施前の市場調査 .....	15
4. 「沖縄白酒」開発・製造 .....	23
5. 商標・ブランディングについて .....	40
5-1. 商標について .....	40
5-2. ブランディング .....	42
6. 中国市場販路開拓：重点市場訪問、展示会出展 .....	52
6-1. 第 10 回大連日本商品展覧会出展 .....	52
6-2. 第 99 回全国糖酒商品交易会 .....	56
6-3. 第 1 回中国国際輸入博覧会 .....	63
6-4. 第 9 回総合酒類展示会（平成 30 年 9 月 19 日南島酒販主催） .....	67
6-5. 日本沖縄華僑華人総会成立 45 周年宴会（平成 30 年 10 月 19 日） .....	68
6-6. 沖縄大交易会 2018/いいね！AWAMORI 展併催事業 .....	69
6-7. 沖縄白酒商品完成案内 首都圏訪問及びその他 .....	71
6-8. 田中角栄生誕 100 周年 田中角栄平和記念財団設立記念パーティー .....	72
6-9. 広菱深セン区域商品推薦会 .....	73
6-10. メディア露出及び宣伝 PR 一覧 .....	74
7. サンプルの中国輸出、配布状況及び商談進捗 .....	82
7-1. 沖縄白酒の初回輸出 .....	82
7-2. 配布状況及び商談進捗 .....	89
8. 事業実施した結果に対する課題と対策 .....	92
資料編 .....	94
1. 資材（キャップ）検査レポート .....	95
2. 2018 年 4 月 4 日沖縄タイムス .....	100
3. CCIC・JAPAN 株式会社の会社紹介 .....	101

## 1. 本事業について

### 1-1. はじめに

泡盛製造業は、製造業の少ない沖縄における貴重な地場産業であり、離島を含む地域経済や雇用を支える重要な産業であるが、泡盛出荷量は 12 年連続で減少するという厳しい状況に置かれている。

2017 年の泡盛総出荷量（アルコール度数 30 度換算）は、1 万 7,709 キロリットルで、前年を 5.3% も下回った。前年比で減少するのは 05 年から 13 年連続となっている。

このことから、泡盛製造業の自律的経営の促進に向け、海外への販売開拓等に向けた先進的・モデル的な事業の実施を委託され、泡盛製造業全体の海外展開の動きを促進するという目的によって、本事業を実施する。

よって、当事業では泡盛の中国展開へ向けて沖縄ブランドを確立するために試行錯誤を重ねた結果、「沖縄白酒」の開発に辿り着いた。

沖縄の海や空を連想させるフォルムや、蓋を開けた時の何とも言えない深い香りと味わいを世界の人々にぜひ味わってもらいたい。

今回の事業を通して、より多くの人々に泡盛の良さが伝わるだけでなく、販路開拓や輸出方法等が今後の泡盛業界全体の参考になれば幸いだ。

平成 31 年 3 月

ビンコウ HD 株式会社

## 1－2. 事業内容の要点

本事業「平成 30 年度 沖縄酒類製造業自立経営促進事業」における事業内容の要点は以下の 4 点である。下記の点を踏まえた上で、調査・ブランディング・テスト・製品の完成及び販売へ繋げる。

### 1. 泡盛のブランディング

泡盛をジン、テキーラ、ラム等と並ぶ「蒸留酒」として認知させることや古酒ブランドの発信等、現地市場における「ブランド・イメージ」の在り方の調査・検討を実施する。

### 2. テスト・マーケティング

泡盛について、ターゲットを絞ったプロモーションの実施や食事とのペアリング、飲み方の提案等も含めたテスト・マーケティング調査の実施したうえで新商品の開発も行う。

### 3. 通関テスト

高度数酒として安定的な国際物流ルートの構築、海外通関手続きの迅速化を図るために通関テストを実施する。

### 4. 調査報告

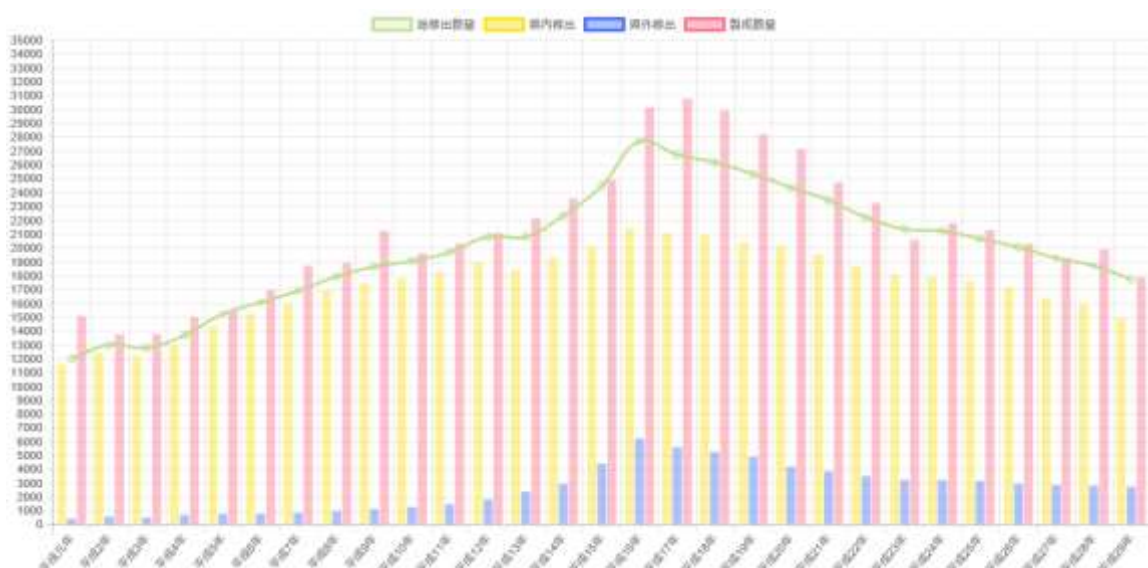
「ブランディング」「テスト・マーケティング」「通関テスト」を通して得られた結果を取りまとめ、調査報告をする。

## 2. 泡盛の生産・販売の状況

### 2-1. 泡盛総出荷量 13 年連続で減少

「2017 年の泡盛総出荷量（アルコール度数 30 度換算）は 1 万 7,709 キロリットルで、前年を 5.3% 下回った。前年比で減少するのは 05 年から 13 年連続となる」と県酒造組合が発表した（2018 年 4 月 6 日）。

#### 沖縄タイムスが社説



これを受けて 4 月 13 日、沖縄タイムスが「[逆風止まらぬ泡盛] 業界で危機意識共有を」との社説を掲載した。

「消費者ニーズにあった商品の開発や官民一体となった泡盛の輸出強化のプロジェクト、「泡盛マイスター」の内外での普及など」の業界の努力を評価した上で、「業界の努力だけではなく、県民も文化を大事にするとの観点から、泡盛との“出会い”を大切にしてもらいたい」と呼びかけた。

#### 大衆の嗜好傾向

日本古来のお酒は「日本酒」（醸造酒）である。酒税法上アルコール度数は 22 度未満で、世界的（蒸留酒が主流）にみると日本酒は低アルコール飲料に属する。

しかし、飲み会などでよく飲まれるビール、チューハイなどのアルコール度数は 5% 程度で、22 度未満（15 度～16 度が主流）の日本酒でも、アルコール度数が高めのお酒として認識されている。

上述したタイムスの社説で「県民も文化を大事にするとの観点から、泡盛との“出会い”を大切にしてもらいたい」と呼びかけているが、泡盛は酒税法上本格焼酎というジャンルに属し、45 度以下（25 度～30 度が主流）というハードリカーである。低アルコール飲料を嗜好する傾向にある現在の大衆の好みに合わないといえよう。「消費者ニーズにあった商品の開発」という意味では、既に多くの努力がはらわれているが、出荷量の低下傾向に歯止めはかかっていない。

内需が細るなか、業界あげて輸出に販路を見出すべく努力をしているが、状況はあまり芳しいものではないようだ。

## 海外輸出の状況



棒グラフが示す通り、輸出は H18 年がピークで、その後 H22 年まで低下し、近年持ち直してきたが、H28 の泡盛輸出量は 37KL で、同年の生産量に占める割合は僅か 0.2%に過ぎない。

### 《琉球泡盛の主な輸出先》

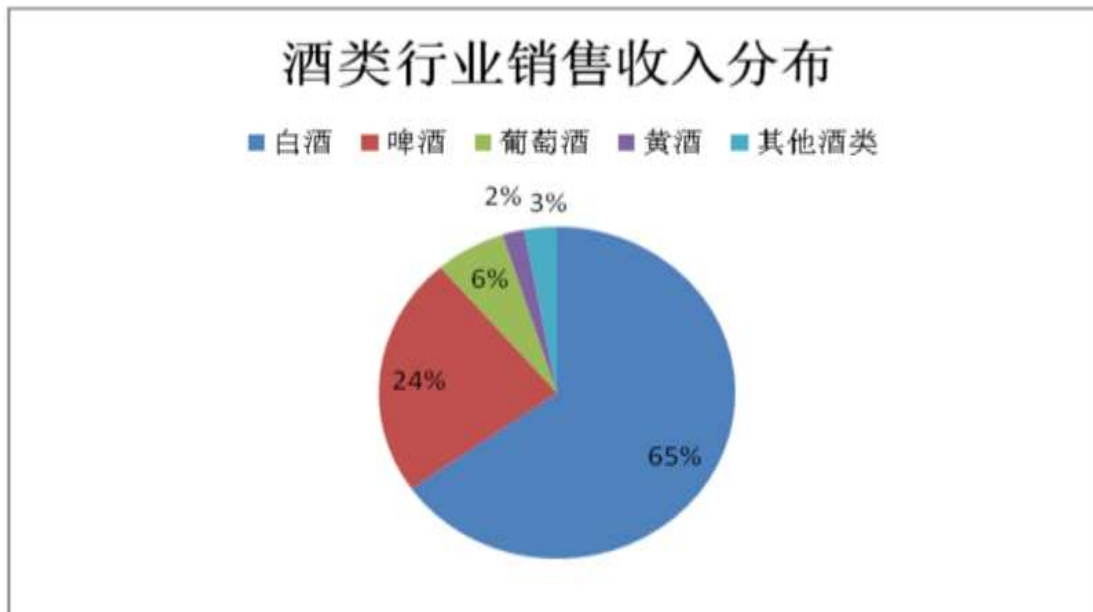
香港、アメリカ、台湾、中国、タイ、韓国、スペイン、ベトナム、オランダ、オーストラリア、マレーシア、ニュージーランド等

上梓は国税庁が発表した H28 の泡盛の主な輸出先だが、上位輸出国のランキングは 1 位香港 (31.2%)、2 位米国 (31.1%)、3 位台湾 (14.2%)、4 位中国 (9.6%) (3.6KL) である。

白酒（ハードリカー）が主流で、13 億人という巨大マーケットの中国への輸出がほんの僅かであることが予想外である。その原因について以下探ってみよう。

## 2-2. 中国のアルコール飲料のマーケットについて

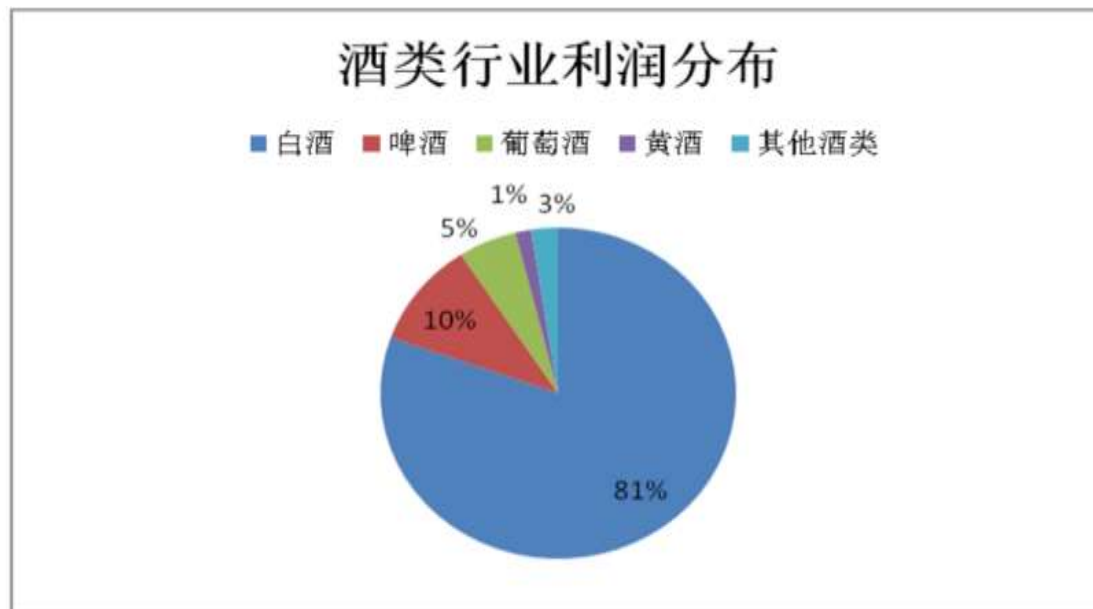
### 酒類別売り上げの割合



出所：中国統計局

円グラフを見てもわかるように、中国のアルコール飲料の総売上高の 65% が白酒である。

### 酒類別利益の割合



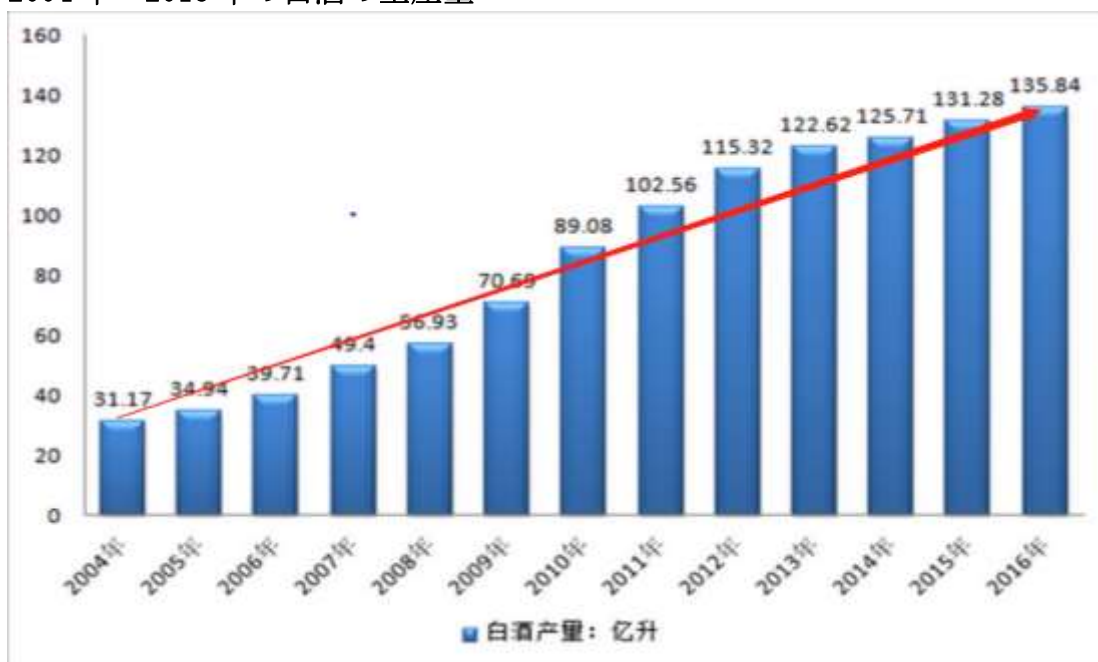
出所：中国統計局

円グラフが示すように酒類全体の利益の 8 割が白酒が占めており、中国では白酒は高利潤の製品であることがわかる。では、白酒のマーケットの状況はどうなっているのか。



## 白酒マーケットの状況

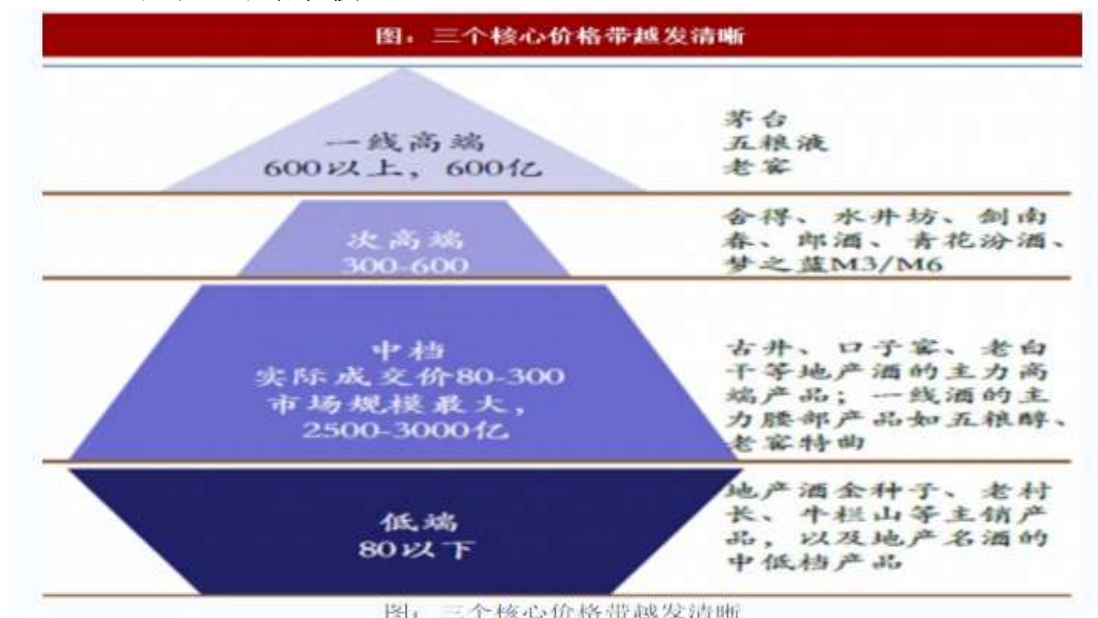
### 2004 年～2016 年の白酒の生産量



出所：中国統計局

棒グラフが示すように、白酒の生産量は右肩上がりで推移しており、2016 年は 1,358 万トンで、同年の泡盛生産量の約 730 倍にあたる。

### ランク別白酒の市場規模とブランド



白酒は価格により 4 ランクに分類できる。ハイエンドは 600 元以上、ハイクラスは 300～600 元、ミドルは 80～300 元、ローエンドは 80 元以下。  
(1 元＝約 17 円)



## ランク別白酒の市場シェア

次高端存広闊扩容空间

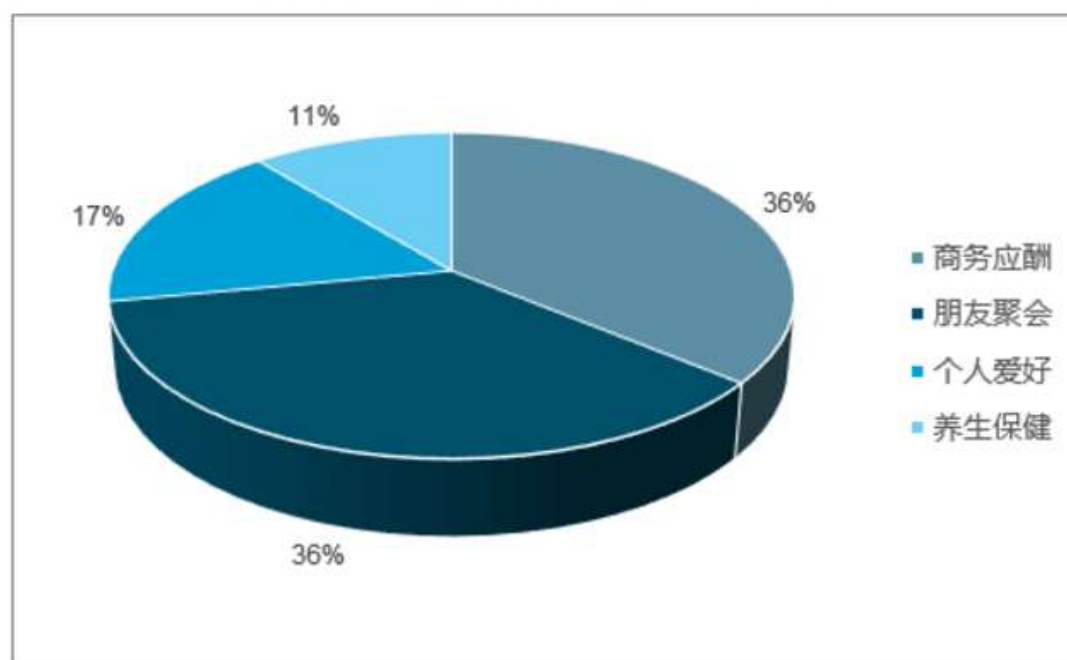
-	价位带	市场容量占比	主流产品
高端	600元以上	11%	茅台、五粮液、国窖1573
次高端	300-600元	5%	水井坊、洋河、沱牌舍得、酒鬼酒、山西汾酒
中端	100-300元	40%	古今贡、口子窖、今世缘
低端	100元以下	44%	老白干、金种子酒、迎驾贡酒

数据来源：公开资料整理

ハイエンドは 11%、ハイレベルは 5%、ミドルが 40%、ローエンドは 44%。

## シーン別白酒飲用シェア

商务活动和朋友聚会是主要饮酒场景



ビジネス 36%、飲み会 36%、自家用 17%、滋養強壮 11%

## 中国の白酒とは

白酒（パイチュウ）は、中国の穀物（中国産の米・麦・粟・トウモロコシ・高粱・ジャガイモ・薩摩芋など）を原料とする蒸留酒。状況に応じて、主原料から高粱酒（カオリヤンチュウ、gāoliángjiǔ）とも、製法から焼酒（シャオチュウ、shāojiǔ、繁体字：燒酒、簡体字：烧酒）とも称される。（Wikipedia より）

## 白酒の紹介



貴州 茅台(マオタイ)酒



洋河大曲 海之藍



汾酒



五糧液

## 2-3. 泡盛が中国で売れない原因の分析

泡盛は 20 年以上前から中国市場に進出している。しかし、統計（H28、3.6KL）によると、ほとんど売れていないのが現状である。その原因は以下の二つであると考えられる。

### 一、ネーミング問題

幸か不幸か中国と日本は同じ漢字圏である。これまで泡盛を中国マーケットに展開する際、同じ漢字圏のため、「泡盛」で販売をしてきた。しかし、泡盛は県外の人でも多くの人は何であるか分からないように、中国人に泡盛と言っても一体何なのかはわからない。ちなみに中国語の文法上泡盛は形容詞であり、形容する目的語が必要である。例えば、泡盛酒のように言わないとお酒だとは認識されない。他国に商品を販売する時は、当然相手国の人々にわかるネーミングが必要である。かつて焼酎を欧米市場に展開しようとした時、業界が「White Liquor（ホワイト・リカー）」という和製英語を作り、リキュール市場で展開した前例もある。

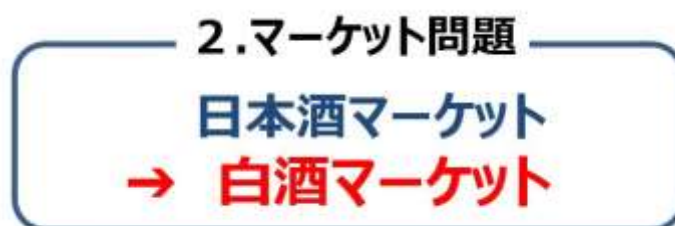
よって、泡盛を中国に展開させる場合、以下のようなになる。



### 二、日本酒マーケット問題

泡盛は普通に考えれば、日本のお酒の一種（本格焼酎）で、当然中国でも日本のお酒のニッチなマーケットに展開することになる。そうすると日本料理店・居酒屋、日系百貨店・スーパー・コンビニに販路を求めることになる。ところが、泡盛はいずれのシーンでも端に置かれる存在に過ぎない。さらに、輸入酒（日本酒や焼酎の一部メーカーは現地生産をしている）であるため価格はかなり高い。結果、売れないということになる。

よって、日本酒マーケットではなく「白酒」としてのマーケットで販売する。



## 2-4. 泡盛の中国展開の方針について

### 中国・福建ルート説

言うまでもなく、泡盛（琉球酒）は日本最古の蒸留酒である。そのルーツには異なる見解があるものの、中国・福建ルート説は有力説の一つである。

1993 年に沖縄タイムス社の多和田真助氏ほか、6 人のメンバーが琉球酒のルーツを求めてアジア各国で調査を行った。この調査で、琉球王朝時代に交易で互いに密接に行き来していた中国・福建を中心とする中国西南地域にも、沖縄と同じように、カビ菌を使って醪を作り、酵母菌で醸造し、一次仕込みの醪をそのまま単式蒸留して酒を作っていることが明らかになった。

### 「沖縄白酒」で新たなマーケットを開拓

泡盛のルーツが中国西南地域であれば、泡盛は中国の白酒の一種だと考えることができる。ならば泡盛を中国の日本のお酒のニッチなマーケットで展開するのではなく、中国の白酒のマーケットで展開すべきではないか。そうすれば、販売先は日本料理店・居酒屋、日系百貨店・スーパー・コンビニなどではなく、地元中華料理店、百貨店、スーパー、酒類専売店、免税店などになり、目の前に泡盛の約 730 倍ものマーケットが広がってくるではないか。

以上に鑑み、当共同企業体は「**沖縄白酒**」のブランドで中国の白酒マーケットに泡盛を再デビューさせようと考えている。この構想を実現するために、幹事企業のビンコウ HD は 2018 年 1 月に福州市に現地会社「福州便行国際貿易有限公司」を設立した。また、福州市の巨大ショッピングモール「利嘉国際商業城」に店舗「日本・沖縄館」を開設し、同年 3 月に開店した。





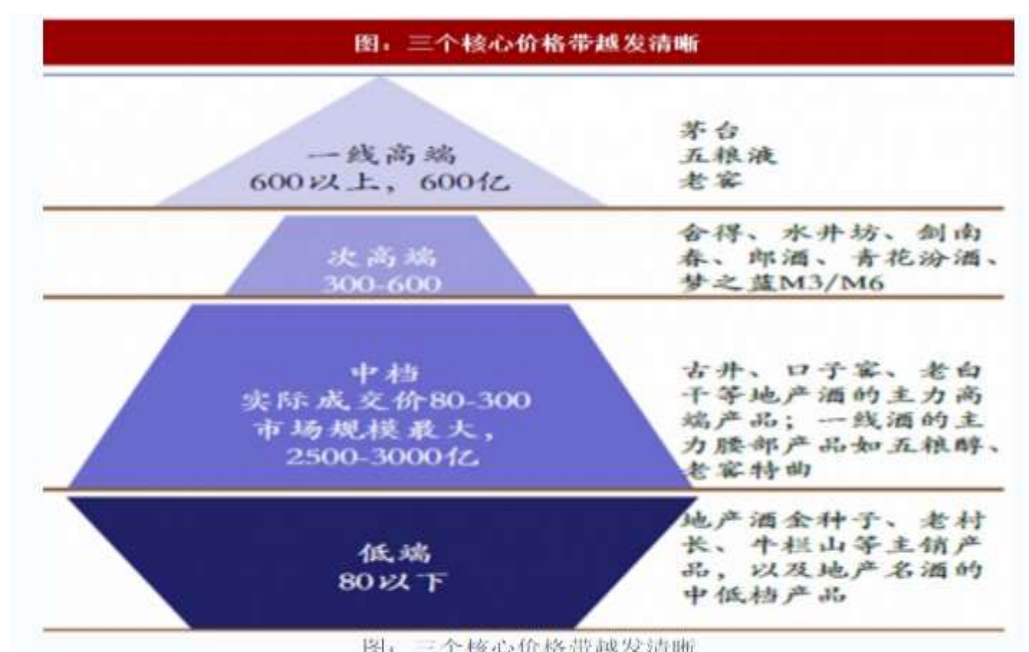
## 泡盛原酒による中国市場開拓

泡盛は輸入酒で値段が高くなるので、高級白酒のマーケットで勝負しなければならない。しかし中国の高級白酒は **53 度** が中心で、泡盛（酒税法で言うアルコール度数 45 度以下の本格焼酎の分類）ではこのランクに入ることができない。ただし、**泡盛の原酒**であれば 50 度から 55 度のものが一般的であり、中国の高級白酒のランクに入ることができる。

当共同体の実施する泡盛の中国白酒マーケット展開においては、中国の高級白酒マーケットに合わせ **53 度の泡盛原酒**を商品化し、市場開拓を実施した。

参考：

ランク別白酒の市場規模とブランド（再掲）



白酒は価格により 4 ランクに分類できる。ハイエンドは 600 元以上、ハイクラスは 300～600 元、ミドルは 80～300 元、ローエンドは 80 元以下。

(1 元＝約 17 円)



廈門市の高級酒飯店。陳列された高級白酒のアルコール度数は全て 53 度。

(2018 年 3 月 ビンコウ HD 調査)

## 2-5. 「沖縄白酒 王国貢酒」の誕生

中国の高級白酒のマーケットに「沖縄白酒」を展開する場合、他の白酒との差別化を図る必要がある。

当方は「沖縄白酒」には他の白酒にない貴重なストーリーが豊富にあると考えている。しかも、これらのストーリーは歴史として記述されており、その信憑性が担保されている。

例えば、琉球王国での酒造りは王府が直接管轄し、首里三箇(赤田・崎山・鳥堀)と呼ばれる地域に限られ、焼酎職と呼ばれるわずか 40 数人に委託していたこと、原料の米なども王府から支給され、蒸留器も王府管理のもと、蒸留が終われば返納し、銭蔵という場所で保管されていたこと一などの史実がある。

これらの史実はまさに首里三箇で作られた泡盛は「国酒」であったことを物語るものであり、首里三箇にルーツをもつ酒造の作る泡盛の原酒は琉球の国酒に通じると解釈できる。

また、1460 年、第一尚氏王統の尚泰久王が朝鮮に使者を派遣し、このとき朝鮮国王・世祖に「琉球国酒」を送ったこと、1534 年、明からの冊封使・陳侃が琉球に赴いたときの記録『陳侃使録』に、「琉球国酒」でおもてなしを受けたと記したこと、ペリー提督が 1853 年に黒船で琉球国に来訪した際、「琉球国酒」を飲み「フランスのブランデーに匹敵するうまさ」と絶賛したこと一などのエピソードが歴史に登場している。

更に、琉球の国酒は、15 世紀末から 19 世紀まで、奉納品として中国の皇帝に献上されていたことも歴史的事実であるため、「王国貢酒」とネーミングした。

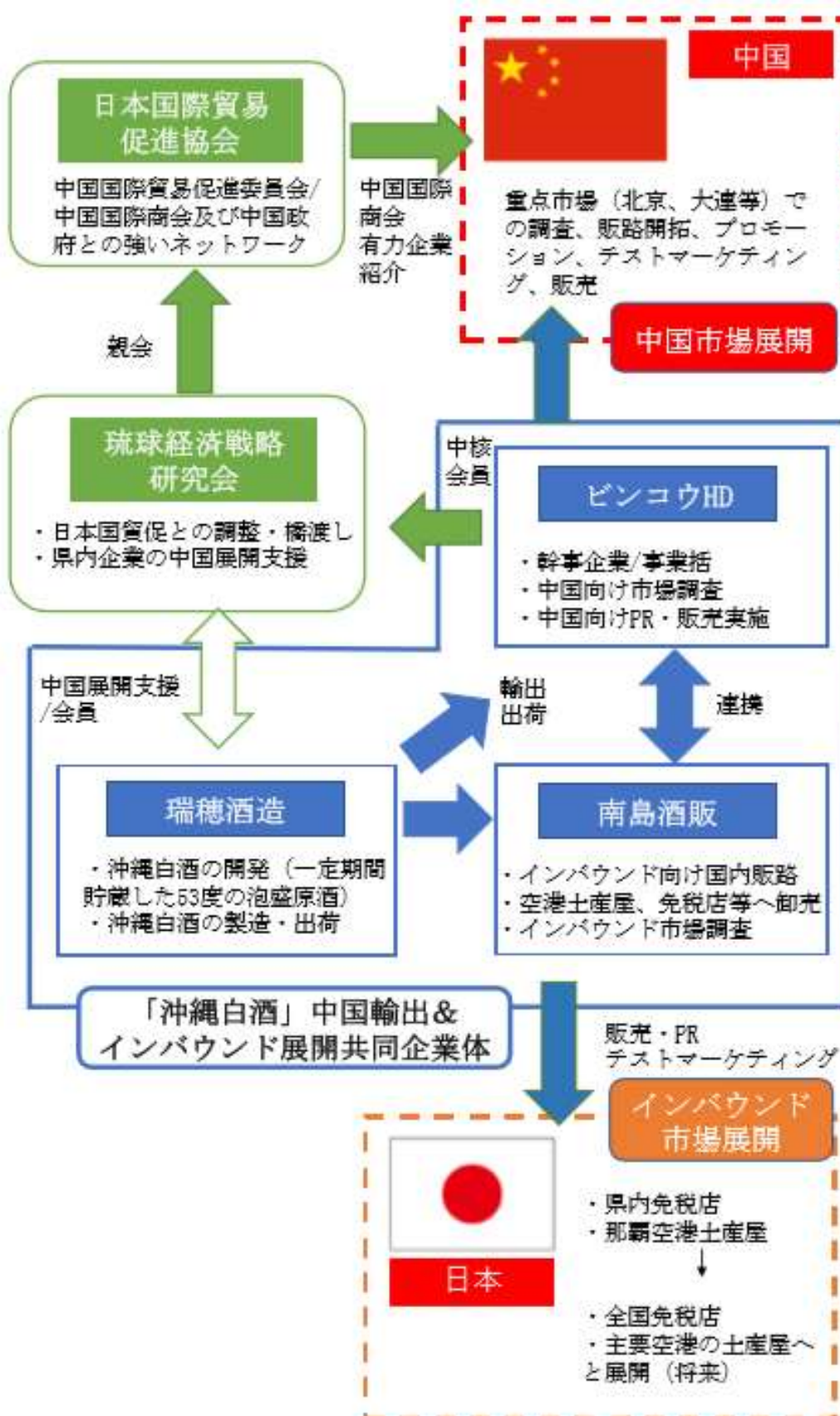
以上のように、「王国貢酒」を中国で展開するとき、歴史的な裏付けのある魅力的なストーリーに事欠かないことが大きなアドバンテージである。当共同企業体はこのアドバンテージを最大限に生かし、ダイナミックにプロモーションを展開していきたいと考えている。

### インバウンド展開

「沖縄白酒」はインバウンドでも大いに期待できると考えている。中国をはじめとする大中華圏の中国人や、本土の観光客のお土産としても販売する。インバウンド向けにも沖縄の新しい物産として適切なプロモーションを行うことで、需要を喚起したいと考えている。

※お酒の地理的表示 (GI) の観点から、「沖縄白酒」として展開する。

「沖縄白酒 王国貢酒」事業戦略体制および事業スキーム





## 各社の役割

### ビンコウ HD 株式会社（幹事企業）

「中国市場のプロフェッショナルとして、「沖縄白酒」の開発と中国展開を担当」

#### 役割

- ・ 幹事企業として、事業の統括／管理を実施
- ・ 「沖縄白酒」開発と展開に向けた中国市場調査実施
- ・ 市場調査結果を基に「沖縄白酒」の開発
- ・ 市場調査結果を基に「沖縄白酒」のブランディング・プロモーション・知財対応等の検討、実施
- ・ 商品の中国輸出、課題対応
- ・ 中国における重点地域・ターゲットを絞ったプロモーションの実施
- ・ 中国におけるテスト・マーケティング調査の実施
- ・ 調査報告書の作成

### 瑞穂酒造株式会社

「首里三箇の老舗酒造として、「沖縄白酒」の製造を担当

#### 役割

- ・ 「沖縄白酒」の開発
- ・ 「沖縄白酒」の製造・出荷

### 南島酒販株式会社

「泡盛販売実績 No. 1 の県内最大手の酒類卸売として、インバウンド向け国内販路開拓を担当」

#### 役割

- ・ インバウンド向け国内販路開拓
- ・ 空港土産屋、免税店等への卸売
- ・ インバウンド向けテスト・マーケティング調査の実施

### 3. 事業実施前の市場調査

具体的な商品開発へ向けて、まずは現地にて事前調査を実施した。

中国の白酒の一大消費地である大連、北京、上海、杭州、福州、厦門、済南、広州等から数都市を選択して市場調査を行った。

調査内容は主に、マーケットにおける 600 元以上の高級白酒商品の市場調査、購買者のプロフィール調査・分析、対抗製品の調査、ブランディング・プロモーション方法調査、代理店・販路調査等を実施した。

調査方法は酒類を取り扱う専門会社、通販店やデパートを考察することと、展示会に参加して試飲や商談を行うことをメインとする。

調査にあたっては、ビンコウ HD および瑞穂酒造がメンバーである「一般社団法人 琉球経済戦略研究会」の親会である「日本国際貿易促進協会」のネットワークを利用し、主要消費市場である大都市の中国国際貿易促進委員会の分会を通じ、適切なパートナーを紹介して頂いた。(同様の取組は、2018 年 3 月に福建省厦門市でも実施済み(下記の調査例 1～5 を参照)。琉球経済戦略研究会が MOU を締結している中国国際貿易促進委員会厦門市委員会/厦門国際商會に沖縄白酒のマッチングパートナーの選定と紹介を依頼。同商會の会員である国際商取引を行う 2,500 社から最適なマッチング先を 4 社紹介頂き、面会・市場調査を実施した)

#### 調査例 1 酒類を取り扱う専門会社アモイ夏商酒業有限公司を考察

会議時間：2018 年 03 月 12 日
訪問先：アモイ夏商酒業有限公司
メンバー：潘曉峰（執行取締役）、陳国栄（夏商百貨仕入部）、周琳（営業部）、中原、安田、何、張
内容：1、先方側から業務、商品などの紹介；2、沖縄白酒を先方側に紹介；3、先方側から建議；4、ほか
要 旨：
1、夏商酒業は 70 ヲ所の小売店を所有するだけでなく、他スーパーや長年の付き合いがある販売チャンネルも多数あり。アモイを主な市場とする。
・小売店は政府が主導し、夏商が運営を担当する。
・商品は洋酒、ワイン、白酒を含め、一番売れているのは白酒。
・販売している白酒は、各ブランドにつき代表作となる銘柄のみを並べ、同じ銘柄の酒でも年代別・価格別に配置されている。
・アルコール度数について、一番の売れ筋は 50 度以上。50 度以下はあまり売れていない。
・国際的に 40 度以上の酒はスピリッツと認められているようで、中国では 50 度以上でないと強い酒とは言えない。
・アルコール度が低い（38 度～43 度）白酒は長く保存できない。
2、当社が先方に沖縄白酒の歴史、特徴などを紹介する。

3、瓶の色（瑞穂の古都首里）が濃く、清酒のように見える。
・中国の白酒には代理商が必要。
・新商品を受け入れやすい顧客が多いスーパー（華潤傘下の Olé など）で売れる可能性がある。
・夏商は小売業者で、消費者の需要を見据えて商品の代理権を求める。
・前期の宣伝、ブランド作り、オンラインとオフライン、チーム作りなどは非常にお金がかかる。
・今後沖縄白酒の価格戦略などが決まったら、夏商小売店に棚を上げる方向で検討中。
4、陳国栄（夏商百貨仕入部）と何（カ）が窓口として今後連絡を取り合う。

## 調査例 2 通販会社優銖 e-コマース有限公司を考察

会議時間：2018 年 03 月 12 日
訪問先：優銖 e-コマース有限公司（漢連サプライチェーン）
メンバー：陳金偉（運営総監取締役）、張錦鴻（e-コマースマネージャー）、頼剣平（サプライチェーンマネージャー）、中原、安田、何、張
内容：1、沖縄白酒と総代理（福州便行）を先方側に説明する；2、沖縄白酒についての質疑応答など；3、先方側からの業務紹介；4、ほか；
要 旨：
1、当社は先方側に沖縄白酒の歴史、特徴などを紹介する。
2、沖縄白酒がすでに中国市場へ進出したか、工程、アルコール度などについて質問あり。
・優銖には台湾の金門高粱酒を代理販売した経験がある。以前の経験で 53 度や 58 度のアルコール度数が高い白酒は売れ筋。
・アルコール度 38 度以下の白酒はあまり売れていない。
・沖縄白酒の中国進出には茅台、五粮液、江小白、台湾金門高粱酒を参考すると良い。
3、先方側は通関検疫代理など物流業務も取り扱っており、イタリアワインの一般貿易輸入とオーストラリアの粉ミルクを EMS 経由で販売；
・販売業務について：（1）福建省以外の地域の加盟店；
（2）オフライン：永輝スーパー等；オンライン：第三方プラットフォームと自営プラットフォーム（優銖優購）
・先方側が取り扱っている酒類は主に春節などイベントの際に販売を展開している。
4、中国市場へ進出するには、メディア宣伝、ブランド作り、販売、利益分配などには資金投入と計画（例えば前期、中期、後期）が必要との事。
・頼剣平（サプライチェーンマネージャー）と何さんが窓口として今後連絡を取り合う。

## 調査例 3 酒類を取り扱う厦門大手社美酒汇（建発物流集团有限公司）を考察

会議時間：2018 年 03 月 12 日
訪問先：美酒汇（建発物流集团有限公司）
メンバー：陳韦仲（総経理）、楊艷芬（総経理アシスタント）、中原、安田、何、張
内容：1、沖縄白酒などを先方側に紹介；2、先方側から会社や業務の説明；3、ほか
要 旨：
1、先方側に沖縄白酒の歴史や特徴、BINKOU HD 概要を紹介する。
2、先方側から沖縄白酒を新商品として、中国市場への進出計画や宣伝策略などを聞かれた。
・ 建発集团は福建省の大手（ランキング第一）国有企業で、2017 年売上高が約 1280 億元。
・ その中で酒類を取り扱っている会社が <b>建発酒業</b> と <b>美酒汇</b> 2 社ある。
・ 建発酒業はブランド運営を行う会社で、よく知られている玛茜（RocheMazet）ワインも運営ブランドの一つである。
・ 美酒汇はサービスを提供するプラットフォームで、中国輸入社が全世界の酒を仕入れすることや輸入後の中国市場での宣伝、ブランド作り、販売を協力するサービスを取り扱う。
・ 沖縄白酒が中国でパートナーを探すのであれば、ビジネスモデルの観点から美酒汇より建発酒業が相応しいと思われる。（建発酒業に沖縄白酒を紹介して興味があるかを確認）
・ 3/18-3/20 に成都糖酒会の時に、3-4 種類のサンプルを持って美酒汇と一緒に展示する。
・ 去年 11 月沖縄知事が福建省を訪問した時に、現地接待などのサービスを提供する会社は建発だった。
・ 30 年に渡って国際貿易をしてきた（最初は大口貿易、約 5 年前からモデル転換として国際消費商品もし始める）建発集团は貿易・物流（上場した会社）、不動産と不動産管理、観光・ホテル（福建省の国レベルの接待、活動等はほぼ建発が対応する）という 3 つの業務を行う。
・ ブランドを持つ会社にとって運営計画が非常に重要。
3、陳韦仲（総経理）と何さんが窓口として今後連絡を取り合う。

## 調査例 4 デパート厦門美歳商業投資管理有限公司を考察

会議時間：2018 年 03 月 12 日
訪問先：厦門美歳商業投資管理有限公司（アモイ国貿集団）
メンバー：王旭輝（常務副総経理）、林さん（酒類仕入れ関係）、中原、安田、何、張
内容：1、沖縄白酒の歴史や特徴などを先方側に紹介；2、業務提携について；3、ほか
要 旨：
1、先方側に沖縄白酒の歴史や特徴を先方側へ紹介する。
2、1988 年から輸入商品を取り扱い始め、2002 年頃からアモイでチェーンスーパー（2010 年からハイレベルへアップグレード）を運営してきた。
・林さんは以前首里天を仕入れたことがある。
・酒類の CIF 価格は約仕入れ価格の 1.571 倍と林さんは概算した。
・今後沖縄白酒が正式に輸入された後、スーパーの白酒販売区に棚を上げることが可能。
・アモイでは前年から国の試験区として食品や酒類に追跡システムを構築していて、つまり包装に二次元コードを張り付け、スキャンすると商品名、輸入時間等商品に関するデータが現れる。（今後アモイ経由で通関する時に要注意）
・福州経由輸入される場合に、アモイへの商品配送は今後検討する必要がある。（宅急便はコストが高い、物流は破損リスクある）
3、王旭輝（常務副総経理）と何さんが窓口として今後連絡を取り合う。

## 調査例 5 2018 成都糖酒会を考察

## 2018 成都糖酒会レポート

## 1、展覧会の紹介

中国の食品産業で最大展示博覧会として知られている、1955 年に始まり、中国で最も歴史のある専門食品、お酒の展示会と呼ばれている。年 2 回春と秋に開催される。

今回は第 98 回目開催ということで成都を訪れた。3/18－20 日成都市内 7 つのホテルで展示会を訪問し、3/22－24 日成都郊外西部国際博覧会館を訪れた。今回の展示会では 40 カ国、地域 4000 社企業が参加した。使用面積 21 万平米。史上最大となった。過去を含め当展示会でのプロバイヤー数は約 15 万人、売上高は約 200 億元で、中国の食品業界で最大の影響力を持つ展示会として知られている。第 99 回目の開催は、2018 年秋に湖南省長沙市に行く予定。





### 展示会参加背景

今回展示会に参加する背景は、3/11 日厦門ポリスター訪問の際に、中国輸入酒で一番のシェアを持つ建厦門建発物流を紹介してもらう機会を得たからだ。3/12 に建発物流に訪問し、成都糖酒会に参加したほうが良いという助言があり、この助言をきっかけに今回展示会は建発の特別招待ゲストとして参加することができた。

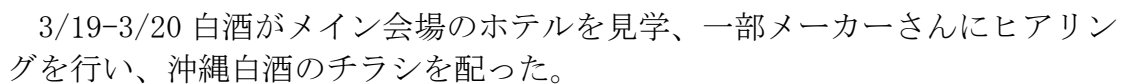
### 展示会ブース出展費用及び展示商品条件

ホテルの展示料金は、大体 9 m<sup>2</sup>で 10 万元かかるそうだ。ダブルオープンブースは 10%追加料金が適用される。チラシを配る人の日当 200 元ぐらい。展示商品は一般貿易を通過したものである。正式な通関検測書などが必要とされる。

### 展示会状況

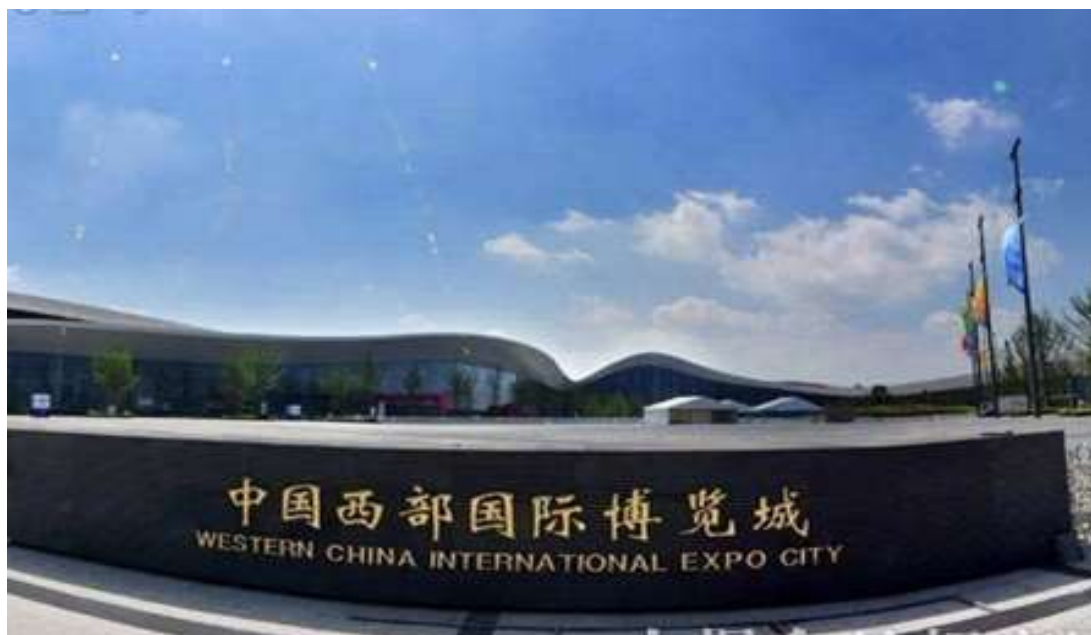
3/18 に成都シャングリラホテルの建発ブース内一角に瑞穂の三種類お酒を展示した。これが今回展示会最大の収穫と思われる。顧客反応度が低かったが、理由はシャングリラホテルのメインはワインの展示であったと考えられる。







3/22 に西部国際博覧会を見学、初日入場者 23 万人。建発物流は自社のブースを持たずに、厦門国際酒類交易平台のブースに展示した。日本酒を展示する業者も見かけた。



### 展示会結果まとめ

- ①沖縄白酒が初めて中国最大規模酒博覧会に展示されたことが今後プロモーションに役立つと考えられる。
- ②今後の博覧展示会では白酒専門展示ホテル及び白酒エリアに展示すべきであることがわかった。
- ③白酒の家族として売れ筋は醬香型高度酒 52ー53 度となること。
- ④多数のメーカーよりヒアリングした結果、基本的に当該エリア(華南、東北など)では、総代理店への応募が少ないようだ。一般的に、市県級代理店への応募が多い。管理管轄が広くなるとリスクも大きくなるため、省の代理店も少ないようだ。
- ⑤市県級代理企業の仕入れ価額は販売価格の 40-50%以下となる。省代理企業は 20-30%が一般的だ。
- ⑥省代理企業は加盟条件が高く年間売上ノルマは何千万元であることが多い。市県級代理企業はメーカーによって違うが、何万元から何百万元程である。
- ⑦大手酒業代理企業は、基本的に有名なメーカーしか代理契約を結ばない。
- ⑧メーカー側は、販売代理企業や代理店オーナーを誘致する手段として、展示会会場で直接契約(購入)すると優待サービスが受けられるシステムを導入。優待サービスの具体的な内容としては、分け売り販売が主に見られた。
- ⑨伝統的に省、市、県級代理ルートが少なくなってきた、直接卸業者と契約する形に変更されつつある。

上記の企業訪問及び展示会考察は、本事業を提案するきっかけでもあり、企画から実施まで枠づくりにおいて非常に重要な役割も果たした。

- ・中国白酒の市場規模、競争状態、変化趨勢など全体的な市場現状について情報交換ができた。
- ・新商品として酒類市場に進出するための重要点、注意点等専門的なアドバイスを得た。
- ・今中国の酒類市場で受け入れやすい酒類、価格帯、味、香り等の情報を得ることができた。
- ・中国の酒類専門代理社が泡盛に対してどの程度、どこまでの認識を持っているかを把握できた。
- ・中国酒類市場でのいくつかの成功案件を含めて典型的な案件について意見交換を行った。
- ・全国的に重要な展覧会、イベントを含めて効果的なプロモーション方法を紹介してもらった。
- ・年度にわたって酒類販売時期、販売ルート等実用的な市場現状について検討を行った。
- ・沖縄白酒を取り扱う、または協力できるパートナーができた。

要するに、先行的な取り組みとして「沖縄白酒」の展開方針・方法を確認し、より踏み込んだ分析調査を行うことで、今年度実際に行う具体的なプロモーション方法を含めて重要な参考価値となる。

## 4. 「沖縄白酒」開発・製造

3 で実施した中国市場調査および、これまでビンコウ HD が行ってきた中国市場調査（中国での泡盛をはじめとした商品販売・店舗運営経験も含む）をベースに、沖縄白酒の開発を進めた。開発に当たっては、以下の点を重視した。

### ① 沖縄白酒として用いる 53 度の泡盛原酒の品質確認・調整

今回の製品は、富裕層向けハイエンド商品として開発しており、中国の白酒（パイチュウ）に比べ泡盛の度数が低い。

また、泡盛の定義については、45 度以下を「泡盛」とするため、それ以上の度数になると、「原料アルコール（泡盛原酒）」という名称になる。

よって今回の製品は、泡盛の原酒である原料アルコール（45 度以上）を「沖縄白酒」として商品化することになった。

以下の図は、「沖縄白酒」の商品化に伴い、ビンコウ HD で作成した「沖縄白酒」と「琉球泡盛」の定義を示したものである。

これまでの調査に基づき、ハイエンド白酒は 50～53 度であること明らかになっている。よって、原酒 53 度を採用することになった。

## 「沖縄白酒」の定義

沖 縄 酒	
沖縄白酒 ←50度	45度→琉球泡盛
<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄産</li> <li>・50度以上</li> <li>・無色透明</li> <li>・蒸留酒・原酒</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄産</li> <li>・45度以下</li> <li>・無色透明</li> <li>・琉球泡盛</li> </ul>
★中国のハイエンド白酒(50~53度)をターゲットに展開	★沖縄白酒の市場投入後、現地のニーズを捉えながら展開



## 瑞穂酒造株式会社を視察



瑞穂酒造株式会社にて、何度か工場を見学し、酒作りの工程や生産ライン、品質管理等について説明を受けた。

そのうえで、「沖縄白酒」の商品開発用の泡盛原酒（白酒）の製造を依頼し、品質確認・調整を細かく進めてきた。

## 展示会で試飲を行う

原酒の開発段階では中国市場で消費者の味覚調査を実施した。中国市場は広いので、地域によりお酒の好みも異なることも考えられるので、地理的に南にある福州市と北にある済南市を代表都市として展覧会に参加し、来場者に複数の泡盛原酒を試飲してもらい、香り、味、飲みやすさ等に関して情報収集を行った。



ここでは、数種類の「泡盛原酒」（それぞれ 50 度前後）や一般的な泡盛（30 度前後）を調査のために来場客に試飲してもらった。

好みはやや分かれるものの、度数の高い原酒は評価が高く、中国の白酒に近いという声が多かった。濃厚な香りや味の濃さが中国人には馴染みやすい事がわかった。下記に掲載した来場客のフィードバック（表）は、全 15 種類の酒を試飲してもらった感想である。これらの調査を基に、商品化する原酒を選出。





試飲フィードバック：

品名→	沖縄白酒	備考
1	口当たりが柔らかい、味が良い	
2	匂いが良い	
3	味が良い	
4	米酒よりアルコール度数が高い	
5	味は悪くない	
6 (50代男性)	味はよい	
7 (40代男性)	フルーツ味がする。女性に向いている	全体的に中国白酒に近い
8 (40代男性)	/	運転するので匂いだけをした
9 (30代男性)	/	飲んだら蒸留酒、食糧酒だとわかる。
10 (50代男性)	アルコール度数が低い	運転するので匂いだけをした
11 (30代男性)	匂い：薄い	試飲後全体的に薄い味で、あまり違いがない
12 (60代男性)	/	全体的に味にあまり慣れていない。
13 (60代男性)	比較的に味がよい	甘口です。中国の白酒はエステルの香りで、それぞれの香りもしっかりと分けている。
14 (30代男性)	薄い	
15 (40代男性)	比較的に味がよい	

## ②容器の選定、デザイン調整、キャップ等を含めた品質確認

製品開発において、第一印象は重要な項目の一つである。デザインについては、主に「瓶」「化粧箱」「袋」の調整が必要となった。

### 《瓶について》

瓶のデザインが製品の印象を決定すると言っても過言ではない。本事業の目的には、沖縄をアピールする事も含まれていると考える。よって、様々な意見が出た中で、最終的に「沖縄らしい空と海のコントラスト」を表現したデザインを採用することになった。「沖縄白酒」に興味を持ってくれたお客様がいつか沖縄を訪れた際に、瓶のデザインが沖縄のイメージとマッチする事でより深く印象に残るよう意図した設計になっている。

#### 瓶のデザイン案①



#### 瓶のデザイン案②



#### 瓶のデザイン案③

採用





- 容器は、高級感のある「嘉瓶（ゆしびん）」を採用。
- 沖縄の「空から海にかけての美しい青のグラデーション」を連想させる瓶の色合いに金の文字で装飾。

採用したデザインを基に商品製造へ



デザインからの試作品



細かく色合いの選定



瓶蓋について検討



蓋の素材の選定

瓶蓋については、以下のとおりいくつかの候補が上がり、それぞれの蓋について検討を重ねた。

1. シリコン製・・・・・・・・シリコン製は、変形したり溶けたりしなければ基本的に問題はないが、時間が経つと黄色に変色する可能性がある。
2. プラスチック製・・・・・・・・プラスチック製は硬いので、瓶口に対応する能力が低い。
3. 高分子素材・・・・・・・・高分子素材は、変形や溶解の可能性も低く、耐久性があり、劣化しにくい。

「沖縄白酒」は 53 度という高度数の酒であることから、蓋の素材には十分に留意しなければならない。少しでも変形や変色、劣化のしにくい素材を選ぶ必要があったため、最終的には「3. 高分子素材」を採用した。

なお、採用した高分子素材キャップの正式名称は、「食品包装用高分子重合体弾力体キャップ」と言い、食品に接触しても問題がない素材かどうか測定検査も実施済みである（※資料編 1 を参照）。



瓶裏の刻印を確認



話し合いを重ねて完成品へ

沖縄白酒に最適な瓶を製造に当たって、最初は何か所の工場を選定して問い合わせをしてから 2 か所の工場にデザインに基づいてサンプルを製造。質、コスト、技術面を考慮し各工場が提供したサンプルを比較しながらようやく今の瓶が製造できた。

## 《化粧箱について》

瓶のサンプル完成に伴い、化粧箱のデザイン・製品づくりも同時に進めていく。瓶と同様、化粧箱もイメージ作りにおいて重要である。また、化粧箱はデザイン性だけではなく、その形状から情報の発信ツールとして活用することができる。「沖縄白酒」には歴史的背景に裏付けされたストーリー作りが欠かせない。よって、化粧箱は沖縄白酒を包装する箱であると同時に、泡盛のストーリーを発信するパンフレットの存在として制作する。

### 化粧箱デザイン案①



## 化粧箱デザイン案②



※デザインの段階では日本語表記のみ。試作品の段階では、英語、日本語、中国語の3ヵ国対応タイプに変更。

## 化粧箱デザイン案③



採用



デザインが決定した時点で、瓶と同じように化粧箱の作成を何か所の工場に依頼したにて試作品確認へ。



## 化粧箱試作品①



化粧箱の試作品に関して材質から文字のサイズまで全体的なイメージを評価したうえで細かいところまで追求した。化粧箱自体のほか、瓶の色、形等にも合わせて商品の全体包装として問題点を 1 つずつ改善した。

### 改善案（例）

#### 1. 化粧箱の表面について

- ・ ロゴ、文字、龍等をロゴの上から箱の端に 2.7 センチまでに全体的上に移動する)
- ・ 箱の長さを 1 センチ、高さを 2mm か 3mm か短くする。(高さは難しければ工場側のアドバイスによる)
- ・ 箱の正面の下に下記の文字を追加する)  
内容量:500ml 便行酒業株式会社 日本沖縄 Binkou Liquors Co., Ltd. Okinawa, Japan
- ・ 金抜きのロゴにする

## 2. 化粧箱の裏面について

- ・ 龍の背景を追加する
- ・ 中、日、英文の一番下の文字はサイズ拡大せず。(太くするだけ)
- ・ 文章のフォントは参考写真のようなフォントを使用する。
- ・ 文章の最新バージョンを使用する
- ・ 文章の字体を小さくして、参考写真と同じ、或いはちょっと大きいサイズにする。(英語の方が参考写真より大きくする)
- ・ 文章の第 2 段落の年代のあるところで参考写真のフォーマットを参考する。
- ・ 文章の順番：英文、日文、中文。
- ・ 文章の上、下部分に余白を残る。
- ・ 金色と白色 の両方の文字をみたい。
- ・ 英文、日文、中文の 3 つのタイトルを真ん中に、2 級タイトルは左で OK。

## 3. 化粧箱全体と側面

- ・ 裏側に黒い、瓶を入れる箱 にする。
- ・ 側面のしたから上に：3cm（ノリを貼り付ける部分）+0.4cm（空白，金色見える）+8.7cm(蓋部分)
- ・ 瓶を入れる箱の厚さを 25mm にする



1 回目の試作品を受けて、改善点等を明確にしたうえで、2 回目の試作品へ。化粧箱の中に入れ込む布の色・生地を選択する。  
また、化粧箱の色味は、より瓶のイメージに近い色に変更することで、全体の統一感を演出する。

### 化粧箱試作品②



### 改善案（例）

#### 1. 化粧箱の表面について

- ・ 正面龍の UV 工程が落ないように面と面に接合するところで線の空白を残す。
- ・ 箱の表面と裏面を青色にする。

#### 2. 化粧箱の裏面について

- ・ 龍の背景をもっと明るくし、目立つように。
- ・ 日本文の最後段落のところの文字のサイズを上に合わせて。

### 3. 化粧箱全体と側面

- ・ 瓶を入れる箱を金色にする。
- ・ 側面に 0.3 cm（金色が見える）を空白にする。
- ・ 瓶の頭と首の部分の下の発泡スチロールをもっと厚さを増やす（枕を付けるように）
- ・ 布をもっと質のよいものを。

化粧箱の最終決定まで上記のような改善案を何度も工場側とやり取りを行い、試作品も何度も作ってもらったことを通して瓶に負けないほどの高級感と厚重感を持つ化粧箱が出来上がった。

### 液漏れ防止の留め具を採用

「沖縄白酒」では、ロック式の留め具を採用した。ロック式の留め具を装着する事で、品質保全として蓋栓の浮きを抑える役割と、蔵元からは留め具を装着した状態で出荷されるため、未開封証明の役割にもなっている。

また、このロック式の留め具は、中国では一般的に使用されており馴染みのある装飾方法でもある。よって、中国語版の説明書は不要となった。瓶の雰囲気にもマッチしており、蓋栓の浮き防止でもありながら高級感を演出してくれる。

さらに、海外への輸出を想定するにあたり、長距離運送に耐えうるよう強固なロック式が採用になった。



### 「沖縄白酒」の完成品

以上の工程を経て試作品が完成。原則として初期に製造する一定量についてはサンプルとしてプロモーションやテストマーケティングで試供用として用いる。

試作品による検証および市場調査からのフィードバック等をもとに改善を行い、製品の製造につなげる。



サンプル完成



## 《手提げ袋》

手提げ袋は、沖縄の県花である「でいごの花」を採用した。「沖縄白酒 王国貢酒」にふさわしく、沖縄を代表するお酒であることを表現している。

### 手提げ袋デザイン



## 5. 商標・ブランディングについて

### 5-1. 商標について

製品開発において、商品名は重要な項目である。歴史的なストーリーから言えば、本来の「沖縄白酒」は「琉球白酒」という名称が望ましいと考えロゴ案を進めていたが、GI の観点から「琉球」の使用を控え、「琉球白酒」から「沖縄白酒」に修正してロゴを作成することになった。

#### ●当初使用を検討していたロゴ



●最終採用したロゴ案



印象に残るロゴを作成することにより、「沖縄」という地名を広く知ってもらうのと同時に、「BINKOU 沖縄白酒」は、中国で泡盛を展開するために、中国の消費者に泡盛は中国の白酒と同じルーツを持つハードリカー酒であることをアピールするための共通ブランドとして展開する事ができる。

## 5-2. ブランディング

これまでビンコウ HD が行ってきた中国市場調査（中国での泡盛をはじめとした商品販売・店舗運営経験も含む）をベースに、沖縄白酒のブランディング・プロモーションについて実施した。

具体的には、顧客ターゲットである中国白酒市場の富裕層に向けたブランディング・プロモーションを実施する。高級白酒は主に宴席、贈答、およびコレクションの3つの目的で用いられる。3つのシーンともに、商品の品質とともに、商品の持つストーリーや希少性が重視される。古の琉球の王が国酒として冊封使に振る舞い、また進貢船に寄せられて中国大陸に運ばれ明代・清代の皇帝に献上された、という中国の歴史とのつながり、王室御用達のインターナショナルなハイブランドの希少性の高い白酒であることを、中国の富裕層に向け効果的な方法で訴求していく。

この方針と調査結果をもとに、販促物の制作を行う。販促物は主にパンフレット・チラシ系の紙資料を作成した。

### チラシ





ポスター



**沖縄白酒 王国貢酒**

中国总代理:便行酒業株式会社  
 运营公司:福州便行国际贸易有限公司



**沖縄白酒 日本最古の蒸留酒**

**琉球「王国貢酒」**

琉球酒（沖縄白酒）は15世紀末より琉球王国で造られ約600年の歴史を持つ。15世紀末から19世紀まで琉球酒は正室の御用酒として琉球王国の歴史とともに歩み、中国と日本の権力者に献上された。当商品「沖縄白酒 王国貢酒」は日本最古の蒸留酒としての歴史を持つ琉球酒を、最高の品質をもって現代に伝えたものである。

**歴史に登場する琉球「王国貢酒」**

1460年、第一尚氏王統の高泰王が朝鮮に使者を派遣し、朝鮮国王・世宗に琉球酒を送った。1534年、明からの冊封使・陳侃が琉球に赴いたときの記録『陳侃使琉』に、琉球酒でもてなしを受けたと記した。1853年、ペリー提督が星加坡で琉球国に参じた際、琉球酒を飲み「フランスのブランデーに匹敵するうまさ」と絶賛した。

**琉球「王国貢酒」の醸造**

琉球王国における酒造りは王室に厳しく管理された。首里三都（赤田・崎山・島嶺）と呼ばれる地域に限定され、おおよそ40人余りの職制職に琉球酒造りまされた。その管理は厳格なもので、原料の米などは王府から支給され、蒸留所も王府管理のもと、蒸留が終われば返納し、蒸留という場所では保管された。酒造りのよきは国王自らが行った。

ピンコウHD株式会社 TEL.098-861-2368  
 沖縄県那覇市泉崎1-13-8 ハーモニー泉崎ビル3F

パンフレット

沖縄白酒  
日本沖縄産

琉球 “王国贡酒”

目 录



- ① 沖縄白酒产地
- ② 起源和历史
- ③ 琉球“王国贡酒”
- ④ 标志展示
- ⑤ 品牌介绍
- ⑥ 原料和生产工艺
- ⑦ 饮用好处

## 一、沖縄白酒产地

### 沖縄

面积2,281km<sup>2</sup>

人口约140万人

平均寿命81.2岁

被誉为“长寿岛”

每10万人中有34位百岁老人



1

## 二、起源和历史

琉球王国（1429～1879）在15世纪末就开始酿制“沖縄白酒”是日本蒸馏酒的祖源，至今已约有600年的历史。

由于琉球王国从15世纪就作为明朝的册封国与中国有着密切的关系，且沖縄白酒的酿制法和中國东南部的酿制法极为相似。因此，权威推测沖縄白酒的起源应来自于中国东南部。





## 二、起源和历史

在琉球王国，冲绳白酒作为贡酒上贡琉球王府、接待国宾，并作为外交礼品赠送朝鲜王、进贡中国明清两朝皇帝等，在史册上均有记载。



**15世纪**

蒸馏酒酿制法传入琉球，在琉球采用了琉球特有的黑麹菌，酿制成了琉球独特的白酒。



**15-19世纪**

琉球王府将冲绳白酒作为对外贸易品和对中国的贡品。



**1460年**

琉球国王尚泰久遣使赴朝鲜，赠与朝鲜国王世祖“琉球“王国贡酒””。



**1534年**

琉球王府用“琉球“王国贡酒””招待了明朝册封使陈侃。



1853年，琉球王府用“琉球“王国贡酒””接待了乘“黑船”造访的美国佩里提督，佩里提督绝赞“琉球“王国贡酒””可与法国的白兰地媲美。

3

## 三、琉球“王国贡酒”

在琉球王国，作为琉球“王国贡酒”的酿制被严格管制，造酒厂被限制在首里城边的赤田、崎山、鸟堀三处，并称其地为“首里三箇”。王府对贡酒酿制的管理非常严格，仅任命40余位酿酒师(「焼酎職」)在此地酿制贡酒。由官府提供大米、黑麹菌等原材料和蒸馏器，蒸馏器用完后要归还官府置国库保管。酿制出来的贡酒全数由官府征收，且储存贡酒的酒库的钥匙由国王亲自保管。



大正时期（1912～1926）的首里三箇

4



## 四、标志展示



5

## 五、品牌介绍

黑麴菌、纯粮酿制、53度原浆酒



6

## 六、原料和生产工艺

冲绳白酒的原料是大米，加入冲绳原产的黑麴菌发酵酿制而成。其酒味醇净，香气优雅，入口绵甜爽净。

### 大米

截至明治中期，冲绳白酒的原料主要是“唐米”，一种来自中国的大米。到了明治末期，因为唐米的价格上涨，故而向亚洲各国进口大米作为替代品，然而发现泰米与黑麴菌绝配，非常适合酿造冲绳白酒，因此，目前泰米已经完全替代唐米成为冲绳白酒的主要原料。



### 黑麴菌

酿造冲绳白酒的黑麴菌是冲绳原产的菌种，其繁殖能力极强，在发酵过程中会生成大量柠檬酸，非常适合在高温高湿气候的冲绳酿酒。



7

## 六、原料和生产工艺

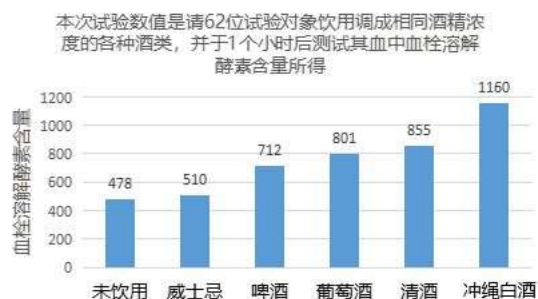


冲绳白酒的酿制工艺传承了近600年，以大米为原料纯粮酿制，加入独特的黑麴菌、酵母酿造醪糟，再将醪糟加入单式蒸馏器中一次蒸馏（仅一锅）而成。

8

## 七、饮用好处

- 冲绳白酒中含有丰富的多元酚（为葡萄酒的1.5倍），可预防动脉硬化、血栓及具有抗衰老功能。
- 适度饮用冲绳白酒可增加体内的尿激酶，消除血液中的血栓，促进血液循环。
- 冲绳白酒杂质少，溶栓酶活性高，酒精更易被肝脏代谢，不会导致宿醉。



9

## 便行控股株式会社

日本冲绳县那霸市泉崎1-13-8 Harmony泉崎3楼

中国运营公司

福州便行国际贸易有限公司

福建省福州市仓山区利嘉国际商业城1号馆1层42,43号

座机&传真: 0591-83851807

手机: 15311881920 (张)



【微信公众号】



バーナー類

タイプ①



沖縄白酒

日本沖縄産

BINKOU  
沖縄  
白酒

BINKOU  
沖縄  
白酒

中国总代理  
福州便行国际贸易有限公司

福建省福州市仓山区利嘉国际商业城1号馆1层42, 43号  
电话/传真: 0591-83851807

【微信公众号】

タイプ②



BINKOU  
沖縄  
白酒

BINKOU  
沖縄  
白酒

中国总代理: 便行酒業株式会社  
运营公司: 福州便行国际贸易有限公司

福建省福州市仓山区利嘉国际商业城1号馆1层42, 43号  
电话/传真: 0591-83851807

【微信公众号】



タイプ③



**中国总代理:便行酒業株式会社**  
**运营公司:福州便行国际贸易有限公司**

福建省福州市仓山区利嘉国际商业城1号馆1层42,43号  
 电话/传真: 0591-83851807  
 手机: 15311881920 (张)  
 18106028620 (郭)

【微信公众号】

タイプ④



**冲绳白酒**

进贡明清两朝皇帝的名酒

[冲绳白酒 王国貢酒]  
 首次高品质还原琉球古酒-日本最古老，最具历史的蒸馏酒。

500ml  
 53度原浆酒

**1588元**

創業嘉永元年(1848)首里城古の蔵元  
**瑞穂酒造株式会社**  
 沖縄県那覇市首里末吉町4-5-16 TEL.098-885-0121

**中国總代理公司**  
**福州便行国际贸易有限公司**  
 福建省福州市仓山区利嘉国际商业城1号馆1层42, 43号  
 青翠: 180-6848-8205

## 《今後の課題について》

今後は、中国向けの映像資料（広告宣伝）が非常に重要となる。  
映像資料は、琉球の白酒である琉球王国酒が琉球王国で生まれ、冊封使をもてなし、進貢船で中国の皇帝に送られた歴史を、沖縄の美しい自然と文化、首里城等の映像とともに伝える。そして現代の人々もこの希少なお酒を楽しむことができることを伝えるのである。映像は SNS や動画サイトでの配信、店舗や商談会での営業ツールとして有効である。

## 6. 中国市場販路開拓：重点市場訪問、展示会出展

「沖縄白酒」の試作品が完成した段階で中国市場の販路開拓を開始する。販路開拓は大連、北京、上海、杭州、福州、厦門、広州等の重点市場に訪問し、当該地域のキープレイヤー（高級酒販店、百貨店、白酒販売代理店）への営業と、展示会出展は主に2つのルートで実施する。当該地域のキープレイヤーへの接触は、日本国際貿易促進委員会のネットワークを活用し、また、これまでビンコウ HD が独自で築いてきた人脈を最大限に活用して開拓及び具体的なプロモーションを行ってきた。

これまで参加してきた中国での展示会やプロモーション活動の内容は下記のとおりである。

### 6-1. 第 10 回大連日本商品展覧会出展

場所：遼寧省大連市

開催期間：2018 年 9 月 22 日（土）-24 日（月）

規模感：全体のブース数は 350 で、日本からの出展社数は 260 社となった。また今年で 10 回目の節目ということもあり、27 の都道府県からの出展があった。展覧面積が 1 万 m<sup>2</sup>で、来場者数が 6.8 万人となり、前回の 6.1 万人を上回った。

出展理由：

- ①同展覧会は日本商品に特化したユニークな展覧会、多くの大連市民に定着し、親しまれている為、この展覧会を機に、多くの大連消費者に沖縄白酒の PR を行いたい；
- ②展覧会と同時に、お酒を取り扱うバイヤーとの商談も設けられる。
- ③高度数の酒が好まれている北方の都市でのリサーチができる。





## 王国貢酒\_バイヤー情報

基本情報 (3/15)					
NO.	期日/場所	会社名	住所	商談内容・進捗	備考
1	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	天津市貿促会	天津	王国貢酒	★
2	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連悠銘国際貿易有限公司	大連	王国貢酒	★
3	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連瑞森生態農業発展有限公司	大連	王国貢酒	★
4	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大商集團	遼寧省大連市	王国貢酒(商談中)	★★★★
5	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	中国国際商会	北京	王国貢酒(商談中)	★★★★
6	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連市玖世酒家経貿有限公司	大連	王国貢酒	★
7	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	鞍山市舜鑒老窖酒业有限公司	鞍山市	王国貢酒	★
8	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連新杰酒业有限公司	大連	王国貢酒	★
9	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	盛訊国际贸易(大連)有限公司	大連	王国貢酒	★
10	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連裕弘国际贸易有限公司	大連	王国貢酒	★
11	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連瓦沙必食品有限公司	大連	王国貢酒	★
12	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連汉和住生科技有限公司	大連	王国貢酒	★
13	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連弘安商贸有限公司	大連	王国貢酒	★
14	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	大連仙谷酒业有限公司	大連	王国貢酒	★
15	2018/09/23 大連日本商品 展覧会	江戸前日本料理	大連	王国貢酒(商談中)	★★

★：商談の可能性が高いレベルを示す

## 展示会レポート

### 1、大連展示会での試飲者の声：

- ・包装デザインは非常に美しく、ハイエンド白酒の包装要求に合い、中国国内の高級白酒の包装よりも印象が良い。
- ・白酒の味は全体的に悪くない。消費者にとって新商品の白酒に慣れるには時間がかかる。
- ・白酒の定価はやや高く、ハイエンド消費者層を狙う。価格としては一般消費者は受け入れず、一般消費者はブランドを比較して選択する傾向がある。

### 2、大連の白酒経営者（大連新杰酒业有限公司、大連三礼服務有限公司）の提案：

- ・新品として最初は低価格で市場を開拓して、後はだんだん種類を増やしながら、ハイレベルに進出したほうがいいじゃないかという建議をもらった。
- ・限定生産品にして少ないものは貴重なものだというイメージを作る。

今回の展示会より、「沖縄白酒」が中国の人々にとってはまだ馴染みがないのであり、度数や味、香りについてはむしろ良い印象。当展示会でのアドバイスを元に、次回の展示会では「沖縄白酒」（泡盛原酒）が沖縄という土地にのみ存在し、第二次世界大戦の打撃を受けてもなお、600年もの間脈々と受け継がれてきた製法で製造された歴史ある酒であることを伝え、その希少性をアピールしていきたい。



## 6－2．第 99 回全国糖酒商品交易会

場所：湖南省長沙市

開催期間：2018 年 10 月 25 日（木）-27 日（土）

規模感：40 の国と地域から 3012 社にも及ぶ企業が参加した。展示面積が 15 万平米、入場者数は 15 万人超え。秋糖酒会で史上最大となった。

選定理由：

1. 中国の酒類産業では最大の展示博覧会であり、且つ影響力を持つ展示会として知られている。1955 年に始まり、年 2 回春と秋に開催される。中国で最も歴史のあるお酒の展示会である。
2. 専門的な酒類展覧会なので、白酒の市場調査や業界の情報収集等を通じてこれからの中国市場進出に進出するうえで参考にする。
3. バイヤーの沖縄白酒に対する反応をリサーチすることができる。

### 全国糖酒商品交易会の様子





## 展示会レポート

### 1. 会場展覧会の全体的イメージ

- ・会場の標準ブースに通う来客の数が特装ブースより少ないうえに、ターゲットとしての客層の割合が少ない印象だった。(会場が広くて来客が隅々まで行けない；ハイエンド商品を探しに来る客層が標準ブースに来ない可能性がある；だが、当社は初参加であり商品も未完成であるため、今回の展示は標準ブースで十分だと考える)
- ・来客を惹きつけて商品の魅力をアピールする為に各メーカーがブース装飾などの面で色々工夫しており、非常に参考になった。
- ・ホテル会場には出展するが、展覧会会場には出展しない大手メーカーもある(例えば洋河)。各社によって展示方針が違う。

### 2. 来客からもらった全体的なフィードバックやアドバイス

- ・味：基本的に良い評価をもらった。香りが中国の清香型に近い。
- ・価格：新商品としては小売価格が高い。(茅台酒が約 1700 円で、五糧液などの名酒の価格に近い)
- ・小冊子に書いてある工程が簡単すぎる。(茅台酒が高く売れる理由の一つは複雑な工程で作られる；一気に 53 度のお酒が作ることができるのは無理だと言われることもある)
- ・ストーリーが絶対必要だが、沖縄や琉球と中国の歴史などがよく知られていない。
- ・“沖縄白酒”は新商品で最初の市場進出でお客様に高い価格で購入して飲んでみてもらうことが難しい。
- ・別のメーカーや商品を参考に、当社の商品にも簡潔なキャッチフレーズが必要だ。
- ・商品の認知度を高める展示を進めたほうがいい。(知っていたら飲んでみてもらう可能性がより高い)
- ・手始めに宣伝費用が低い微博、微信、tiktok などの自媒体を利用したほうが良い。

### 3. 商談相手の意見・感想

10/25 日 杭州の李志忠(ローエンド白酒“絶対男人”のコンサルタント)

- ・日本文化に興味があるので、現場で“沖縄白酒”について色々教えてもらった。
- ・今取り扱っている白酒がローエンドでハイエンド白酒とぶつからないので、今後商品が完成できたら杭州の最大代理商に紹介してもらう；今の販売ルートから高級なレストランを選んで沖縄白酒を置いてもらうことができる；今持っている販売ルートで販売に繋がることは保証できないが、まずは展示することに意義がある。

10/25 日 北京の呉旭民(北京三礼豚科技有限公司)

- ・企業団体に向けて食用油、植物ミルク、醬香酒などの商品を販売している；
- ・沖縄白酒が完成したら情報共有して販売してもらう可能性がある。

10/27 日 河南省の趙海成(茅台白金酒 河南省事務所 マネージャー)

- ・“沖縄白酒”の味を高く評価した；(中国人はお酒を飲んだ後の感覚を重視する。また、二日酔いがあるかだけは心配する。)
- ・ハイエンドのお酒でディーラーとして利益が高いのにも興味がある。
- ・中国市場へ進出する前にメーカーから色々サポートが必要。

10/27 日 厦門の陳捷宇(金門酒厂厦門貿易有限公司)

- ・台湾金門高粱酒を取り扱っている。
- ・うちの商品が完成したらサンプルを郵送して情報共有して販売してもらう可能性がある。

10/27 日 湖南省の胡鉄民(湖南省兄弟連盟国際貿易有限公司)

- ・釣魚台商品を販売している；
- ・名刺交換だけで今後情報共有して販売してもらうかどうか打診してみる。

以上が、「沖縄白酒」に興味を持った企業からの意見。

今回の展示会では、「沖縄白酒」のストーリーや希少性を積極的にアピールした。その結果、多くの企業が沖縄白酒に関心を示した。またその中には、沖縄白酒が完成した際には代理販売を検討したいと申し出た企業が数社あった。ハイエンド商品において、ストーリー性と希少性は重要である事を改めて確信した展示会となった。



## 長沙ホテル会場考察レポート

期日：2018 年 10 月 23 日

場所：湖南省・長沙

### 1. スケジュール

- ・華天大酒店展覧会場考察
- ・富麗華大酒店展覧会場考察
- ・芙蓉華天大酒店展覧会場考察
- ・明城国際大酒店フォーラム参加（約 1 時間）

### 2. ホテル展覧会（秋糖酒会）の全体的イメージ

- ・会場規模や人の流れの面では春糖酒会より比較的に規模が小さい。
- ・白酒とワインを分けずに同展覧会に展示するが、規模の大きな春糖酒会（展示会）の時には白酒だけのホテル会場やワインだけを展示するホテルもある。（秋糖酒会の規模が小さいので専門展示できない。）
- ・ブース配置や宣伝方法などは春糖酒会とほぼ同じ。

### 3. 出展メーカーについて

- ・いくつかのホテルに同時出展する大手メーカーがいる。
- ・茅台、五糧液、洋河などの全国の名酒メーカーがいずれも参加する。
- ・出展商品の他に OEM 等の業務も取り扱うメーカーもいる。
- ・健康酒（薬酒）を取り扱うメーカーが何社かいる。

### 4. 出展商品について

- ・化粧箱と瓶の色の変更でランキングして分けられるお酒が多い。
- ・白酒の価格は年代別、アルコール度別、香り別、消費者別（若者向け等）によって異なる。

### 5. 宣伝方法

- ・バイトを雇ってホテルドア等人の流れが多い場所でチラシや名刺を配る。
- ・商品やメーカーの情報を印刷した袋やティッシュなど実用品宣伝物として来客に配る。
- ・QR コードスキャンしてモーメンツで発信すると小容量の酒を贈与するなど WECHAT を利用した宣伝も重視。
- ・会場で取引が成立した場合、優待サービスを受けられる等の方法でディーラーを誘致。
- ・メーカーからは、契約が成立に至った場合、ディーラーや代理店に対して手厚くサポートするというような声が目立った。

### 6. 白酒の市場や当社の商品について（衡水老白干の担当者の感想）

- ・見た目については、包装だけを見ると中国のお酒だと思われる可能性がある。

- ・ 中国の白酒は、苦味、渋み、酸っぱさを感じるが、沖縄白酒（米酒）は甘味がある。
- ・ 中国白酒の市場競争は激しく、自国のメーカーでも大量資金を投入する必要があるため、沖縄白酒は外国のお酒として市場に苦戦する可能性が高い。
- ・ 環境問題からリサイクルを強く意識する昨今では、化粧箱に使用する資材は、発泡スチロールより紙がよいのではないかと。
- ・ ストーリーや文化の重要性：200 元や 300 元のお酒なら質だけで十分にセールのポイントとしては足りるが、1000 元以上のお酒なら質がよいというだけでは足りない。必ずストーリーや文化や歴史などが入っていないとならない。
- ・ 中国北方市場より南方市場が比較的に良い。理由として、北方より南方は消費能力が高い；北方では、飲酒量は多いがアルコール度数への要求は高くないのに対して、南方では飲酒量は少ないがアルコール度数が高いほうが好まれる。
- ・ 中国市場が広くて、全国で宣伝すると資金や労力がかかるので、一つの省や地域を切り口として中国の市場を開拓する方がよいのではないかと。
- ・ 茅台酒はなぜ国内で一位なのか：まずは、酒の質が良いという事と、ブランドであるという事。中国では、お酒の美味しさや質を重視する一方で、ブランドの持つ力が非常に大きい。つまり、単純に「お酒を飲む」というよりも、「ブランドを飲む」と言っても過言ではない。
- ・ お酒は、見た目、香り、味という三つの角度から評価することができる。例えばカップに入れて酒の粘り度を見る。舌の前、両辺、後ろにはそれぞれ甘味、酸っぱさ、苦味を感じる部分があり、沖縄白酒の場合は飲むとすぐ甘味が感じられる。

今回の長沙考察において、効果的な展示方法や広告宣伝方法などが主に参考になった。中国では Wechat 等の電子媒体の使用率が高く、支払い方法については著しく電子化が進んでいる。よって今後は、このような媒体を活用した宣伝及び販売方法（QR コードでの支払いや商品情報の登録等）を取り入れる必要がある。ブランディングという観点からも、商品に対する信頼性やストーリー性を手軽に確認できるシステムの導入は必須となると感じた。（QR コード検討へ）

長沙ホテル会場考察





### 6-3. 第1回中国国際輸入博覧会

場所：上海市

開催期間：2018 年 11 月 5 日（月）-10 日（土）

規模感：来場者数：5 日-7 日は約 43 万人、8 日-10 日は約 75 万人。

約 150 の国と地域から 3000 社以上の企業が出展し、そのうち日本の出展社数と団体数が 380 以上を超え、国別で見ると数が一番多い。

選定理由：

- ①中国政府が主導する影響力のある大規模のイベントで、国側が今後五年間、10 兆ドル以上の商品・サービスを輸入するという発表があった。（福建省商務庁からお声かけをいただいた。）
- ②上海の優位性は際立ち、全国へ明らかな輻射効果を持つ。上海を含め全国のバイヤー企業が参加している。
- ③政府、国営企業等の一定消費力が高い客層が多いので、試飲や展示を行うことを通じて今後の市場宣伝や小売販売に繋げる。

#### 第1回上海輸入博覧会会場の様子







お客様からは「代理店はすでにあるのか」「最小ロットは何本からか」等の質問があり、お客様（バイヤー）からは代理店になる為の条件などの話もあった。

第1回上海輸入博覧会開催で上海のテレビでも沖縄白酒が取り上げられる。



## 展示会レポート

期日：2018 年 11 月 5 日（月）-10 日（土）

場所：上海・国際会展中心

参会者：安田、張

### 1. 全体的イメージ

- ・国が主導する影響力のある展覧会
- ・11/5(月)-11/8(木)バイヤーがメイン
- ・11/9(金)-11/10(土)一般消費者がメイン
- ・来場者数：5 日（6 万人）、6 日（18 万人）、7 日（19 万人）、8/9/10 日約 25 万人
- ・出展分野：サービス貿易、車、インテリ及びハイテク設備、消費電子及び家電、服装及び日用品、医療器械及び医薬保健品、食品及び農産物

### 2. 来場者

- ・お酒を取り扱っている専門バイヤーが少ない。
- ・バイヤーの中には社内の指示を受けて展覧会を回る者がいる。
- ・バイヤーは全国から（上海が一番多い）。
- ・一般消費者は上海市民を中心とする。

### 3. 王国貢酒について

- ・沖縄白酒という名前で人の目を惹きつけることができる。
- ・一般消費者からよく聞かれた質問  
度数、価格、原料、香型、どこで購入できるか
- ・バイヤーからよく聞かれた質問  
中国に既に代理ができたか、ディーラーや代理になる条件、最小ロット、代理レベル（全国？省？市？）、ディーラーや代理にむけの卸価格、日本国内も販売されるか、日本国内も高級酒ですか、名ブランドですか、福州便行は中国全国代理ですか
- ・試飲で得た消費者の声  
試飲してもらった消費者は米で作った高度数のお酒がほとんど初めてである。総じて反応は良いが、この味に慣れないという声も一部ある。中国の白酒と何が違うのかという話を複数人から受けた。

### 4. 商談結果等

《商談の可能性を持つ会社》

山西八爪魚輸出入貿易有限公司

東浩蘭生集団（上海外総服電子商務有限公司）

江蘇世紀新城投資控股集团有限公司

ラオックス株式会社

上海国際輸入交易服務有限公司

株式会社リュウボウ商事

株式会社ジェイアンドシー

## 北京北方京糖洋酒販売有限公司

今回はターゲットを政府、国営企業等の一定消費力が高い客層に向けて試飲や展示を行うことで、今後の市場宣伝や小売販売に繋げることが可能。

### 5. マスコミ宣伝等

- ・ 11/9(金)夜 C C T V ネット配信の生放送で展示された
- ・ 11/10(土) C C T V ネット配信の生放送で会場で商品を説明した

今回の展示会は、マスコミが報道するほどの大規模なものであった。ハイエンド商品「沖縄白酒」の客層ターゲットとなる政府、国営企業等の一定消費力が高い客層に向けて試飲や展示を行うことで、今後の宣伝活動や代理店契約への布石とした。また、「沖縄白酒」というネーミングが功を奏し、中国の人々にとって珍しく真新しいため多くのディーラーの目を惹きつけていた。さらにディーラーからは、代理店の有無や、卸価格、さらに最低ロット数を聞く声も多く、具体的な販路に繋がる可能性を大いに感じた。

#### 6－4．第 9 回総合酒類展示会（平成 30 年 9 月 19 日南島酒販主催）

##### 展示会の様子



コンソーシアムを組んでいる南島酒販株式会社が主催した展示会に「沖縄白酒」を展示。興味を示して頂いたお客様からは、瓶の美しい青が目を引くと高評価を得た。また、度数の高い泡盛はとても珍しいため関心も高く、試飲してくれたお客様からは、「泡盛の香りが濃厚」「思ったよりも飲みやすい」等の声を聞くことができた。

また、良い評価とは反対に「値段が高い」や「度数が高くて飲みにくい」という声も一部挙がった。

沖縄白酒の化粧箱に描かれた歴史的ストーリーを熱心に読むお客様の姿もあり、化粧箱をパンフレットと位置付けしたのは良策であった。全体としてとても収穫の多い展示会となった。



6－5．日本沖縄華僑華人総会成立 45 周年宴会（平成 30 年 10 月 19 日）



10/19(金)に沖縄県華僑華人総会の創立 45 周年記念イベントに参加し、その後 19 時から開催された祝賀会の乾杯に沖縄白酒を使用した。参加人数は約 150 名程度。会場に PR 用のブースも設置され、ビジネス業界、各関連協会等の来場者に試飲してもらい味の点で高い評価を得た。

特に、中国・香港のお客様が非常に興味を持っていたことから、「沖縄白酒」が中国で受け入れられる可能性を大いに見出せた。

## 6-6. 沖縄大交易会 2018/いいね！AWAMORI 展併催事業 (平成 30 年 11 月 28 日～11 月 29 日)

### 沖縄大交易会商談にて

商談会では、特に中国・香港からのバイヤーからの質問が多く、沖縄という特有の土地で造られたお酒に非常に興味を持っていた。

#### 【沖縄大交易会2018 商談プログラム】

S226

サプライヤー ブース番号	【U-1】	サプライヤー名	ピンコウ HD 株式会社
-----------------	-------	---------	--------------

商談日時			商談先
11 月 29 日 (木)	①	10:00～10:30	
	②	10:45～11:15	HK015 SHIN TAI HO (HK) CO., LTD ①
	③	11:30～12:00	SG011 Goshoku Trading Singapore Pte Ltd
	—	12:00～13:00	ご昼食
	—	13:00～14:30	フリー商談
	④	14:30～15:00	CN013 杰夫西圣源宏(北京)商贸有限公司
	⑤	15:15～15:45	TH011 SCS Trading Co., Ltd.
	⑥	16:00～16:30	HK005 Continental Ltd
	⑦	16:45～17:15	JE011 ジャパン・インターナショナル・トレーディング株式会社
	—		商談結果アンケート記入時間
11 月 30 日 (金)	①	10:00～10:30	CN005 丰田通商(天津)有限公司北京分公司
	②	10:45～11:15	CN012 中商集团经济合作有限公司 ①
	③	11:30～12:00	TW008 南田實業有限公司 ①
	—	12:00～13:00	ご昼食
	④	13:00～13:30	
	⑤	13:45～14:15	CN010 百思福食品貿易(上海)有限公司
	⑥	14:30～15:00	JP048 株式会社 香那ホールセール
	⑦	15:15～15:45	JETRO3 蘇州嵐山貿易有限公司
	—	15:45～17:15	フリー商談
	—		商談結果アンケート記入時間

## いいね！AWAMORI 展にて



沖縄総合事務局が主催した「いいね！AWAMORI 展【沖縄大交易会 2018 併催事業】」にて沖縄白酒を出展。当展示会は、アウトバウンド・インバウンド共に琉球泡盛の認知度を高めることを目的としている。

琉球泡盛の歴史や製法、今後のブランド戦略・商品づくりを国内・海外に向けて発信する良い機会となった。

## 沖縄大交易会懇親会にて



## 6－7．沖縄白酒商品完成案内 首都圏訪問及びその他

1 月 8 日から 11 日にかけて、商品サンプルを持参し首都圏訪問した。CCIC・JAPAN 株式会社、日本国際貿易促進協会等方々を訪問して商品完成の報告を行うとともに、今後の商品宣伝、販路開拓、通関等の面において非常に有意義な情報交換ができた。

今回の訪問を通して下記のような協力を得ることができた。

- ・通関テストのスムーズ化と迅速化の実現
- ・中国酒販会社を紹介してもらう
- ・在日本中国人向けの展示会を紹介してもらう
- ・四月訪中団の宴会でのアピール
- ・免税店で販売する可能性を検討する



長沙の展示会考察時において得られた調査を元に、CCIC・JAPAN 株式会社にて商品の QR コード作成を依頼した。結果、その功績は大きい。日本において、まだまだ商品の情報化が進んでいない中で、この取り組みは比較的新しい。今後の商品開発の新しい流れになる可能性が十分にある。



6-8. 田中角栄生誕 100 周年 田中角栄平和記念財団設立記念パーティー  
(東京、2019年2月22日)



感想：

- ①マオタイと一緒に出すことでブランディングと宣伝に非常に良い効果がある；
- ②現場でお酒を取り扱うマディソンワイン香港などの会社を紹介して頂く話があった。(現時点商談中)
- ③展示の仕方や配置についてマオタイから参考になった部分が多い。例えば、舞台の側等、常に人が注目する場所に配置されていた。
- ④メディア：現場で知り合った日本新華僑報が沖縄白酒を取材する予定を取り付けた。

## 6-9. 広菱深セン区域商品推薦会

3月14日に広州広菱食品（三菱食品子会社）と“深セン市日料協会”が共同主催した商品推薦会に参加した。商品推薦会で、来場された深セン区域各料理店の購買担当や、マスコミ（MEDIA）記者などに対し沖縄白酒の紹介と試飲を行った。



また、ビンコウ HD 現地スタッフの曹より瑞穂酒造の事業概況と王国貢酒（沖縄白酒）について詳しく説明し、バイヤーやマスコミ記者（沖縄白酒についての紹介が放送予定）がより興味を示した時点で、王国貢酒を試飲してもらった。（沖縄白酒と日本三和酒類のいいちこは並列で展示を行い、紹介の紹介をした）。

来場者の意見は以下のように反映されている：

- ① 度数は少し高いが（アルコール数：53 度）、口当たりが良い、中国白酒で言えば「清香型」と類似。
- ② 価格は若干高い。（小売り価格や仕入れ価格など）

## 6-10. メディア露出及び宣伝PR一覧

No.	日付	分類	媒体名	URL/放送時間帯等
1	5/16	新聞	沖縄タイムス（泡盛を白酒として輸出へ）	
2	5/16	WEB	沖縄タイムス（泡盛を白酒として輸出へ）	<a href="https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/252709">https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/252709</a>
3	5/16	新聞	琉球新報（泡盛、中国展開へ）	
4	5/16	WEB	琉球新報（泡盛、中国展開へ）	<a href="https://ryukyushimpo.jp/news/entry-719941.html">https://ryukyushimpo.jp/news/entry-719941.html</a>
5	9/19	記者会見	内閣府記者会見	
6	9/19	TV	NHK	お昼の NEWS
7	9/19	WEB	NHK	<a href="https://www3.nhk.or.jp/lnews/okinawa/20180919/5090004329.html">https://www3.nhk.or.jp/lnews/okinawa/20180919/5090004329.html</a>
8	9/19	TV	RBC NEWS 「泡盛の原酒を使った商品 中国に初展開」	TV(午後一と夕方の NEWS)
9	9/19	WEB	クラウドファンディング Makuake(マクアケ) 沖縄白酒「王国貢酒」が 9 月 19 日に限定先行発売	<a href="https://www.makuake.com/project/binko/">https://www.makuake.com/project/binko/</a>
10	9/20	出展	ロワジールホテル那覇展示会	<a href="https://www.makuake.com/project/binko/communication/">https://www.makuake.com/project/binko/communication/</a>
11	9/20	新聞	沖縄タイムス	
12	9/20	WEB	沖縄タイムス	<a href="http://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/317415">http://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/317415</a>
13	9/20	新聞	琉球新報	
14	9/20	WEB	琉球新報	<a href="https://ryukyushimpo.jp/news/entry-805641.html">https://ryukyushimpo.jp/news/entry-805641.html</a>
15	9/20	WEB	Yahoo! NEWS	<a href="https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20180920-00000017-ryu-oki">https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20180920-00000017-ryu-oki</a>
16	9/20	WEB	沖縄経済新聞	
17	9/20	WEB	47news	<a href="https://www.47news.jp/2785820.html">https://www.47news.jp/2785820.html</a>
18	9/20	WEB	NEWS Collect	<a href="https://newscollect.jp/article/?id=415399345548051553">https://newscollect.jp/article/?id=415399345548051553</a>

19	9/20	WEB	goo ニュース	<a href="https://news.goo.ne.jp/article/ryukyu/region/ryukyu-20180920154502.html">https://news.goo.ne.jp/article/ryukyu/region/ryukyu-20180920154502.html</a>
20	9/20	WEB	d メニュー ニュース	<a href="http://topics.smt.docomo.ne.jp/article/ryukyu/region/ryukyu-20180920154502?fm=latestnews">http://topics.smt.docomo.ne.jp/article/ryukyu/region/ryukyu-20180920154502?fm=latestnews</a>
21	9/21	TV	QAB 取材対応	瑞穂酒造、ビンコウ HD
22	9/21	出展	第 10 回大連日本商品展覧会 日本国際貿易促進協会展示ブース	
23	9/22	TV	RBC A ランチ内で扱う	
24	9/24	WEB	泡盛新聞	<a href="http://awamori-news.co.jp/2018_09-19_ryukyu-baijiu-complete_kingdom-tribute-awamori/">http://awamori-news.co.jp/2018_09-19_ryukyu-baijiu-complete_kingdom-tribute-awamori/</a>
25	9/24	WEB	FACEBOOK 専用ページ開設	<a href="https://www.facebook.com/okinawashirozake/">https://www.facebook.com/okinawashirozake/</a>
26	9/25	WEB	QAB Q プラス内	<a href="http://www.qab.co.jp/news/20180925106879.html">http://www.qab.co.jp/news/20180925106879.html</a>
27	9/25	TV	QAB Q プラス内	夕方の NEWS 内で特番
28	9/26	WEB	日本経済新聞(泡盛「白酒」で中国売り込み)	<a href="https://www.nikkei.com/article/DGXMZ03571863025092018LX0000/">https://www.nikkei.com/article/DGXMZ03571863025092018LX0000/</a>
29	9/26	新聞	日本経済新聞(泡盛「白酒」で中国売り込み)	
30	11/09	TV	中央テレビ生放送(中国輸入博覧会)	
31	11/10	TV	中央テレビ生放送中国輸入博覧会)	
32	12/18	新聞	日刊醸造産業速報(中国向け泡盛「沖縄白酒」開発)	
33	1/21	新聞	琉球新報(泡盛の海外展開)	
34	3/21	新聞	沖縄タイムス(沖縄白酒 輸出へ手応え)	
35	3/21	新聞	琉球新報(「沖縄白酒」の通関手続き終了)	



(旧刊)

# 琉球新報

2018年(平成30年)  
5月16日 水曜日  
[旧4月2日・大安]

THE RYUKYU SHIMPO 第39265号

発行所 琉球新報社 〇琉球新報社2018年  
〒900-8525 那覇市東崎1-10-3 電話:098-865-5111



泡盛の中国展開を発表する(左から)瑞穂酒造の玉那覇美佐子社長、ピンコウHD専務の中原英越氏、南島酒販の大岩健太郎社長=15日、県男女共同参画センターにいる

**泡盛、中国展開へ**  
**ピンコウHD**  
**瑞穂酒造、南島酒販**

貿易業のピンコウHD(那覇市、方徳輝社長)、瑞穂酒造(那覇市、玉那覇美佐子社長)、南島酒販(西原町、大岩健太郎社長)は15日、那覇市内で会見し、琉球泡盛を中国で展開すると発表した。中国で親しまれている白酒にちなみ「琉球白酒」の名称でPRするとともに、アルコール度数53度の原酒「琉球王国貢酒」を売り出す。今後、通関手続きやボトルのデザインなど海外展開の準備を進め、11月に上海で行われる第1

## 「琉球白酒」でPR、訪日客にも

回中国国際輸入博覧会に出展する考えた。

瑞穂酒造の泡盛原酒をピンコウHDが中国展開し、南島酒販が訪日観光客向けの泡盛PRを行う。2022年までに輸出量100%以上を目指す。

「白酒」は穀物を原料として作られる蒸留酒で、中国のアルコール市場の65%を占める。ピンコウHDの中原英越専務は「中国人には泡盛は『泡』の文字のイメージが強くお酒だと思われない。中国人に親しまれる白酒をネーミングすることで、手に取ってもらいやすくなるだろう」と話した。

アルコール度数を高くした「琉球王国貢酒」について中原氏は「今回、白酒市場に切り込むのは、日本国内で1万円以上の高級酒市場。中国の高級な白酒は53度が主流だ」と述べた。「貢酒」という名前については、琉球王国時代に進貢船で泡盛を中国に送っていた歴史などを挙げ、ストーリー性を盛り込むとともに、中国になじみ深い酒であることをPRする狙いという。

中国展開と同時に訪日中国人観光客も狙う考えで、県内外の土産店などに同じ商品を置く予定だ。

**沖縄** OKINAWA TIMES  
**タイムス**

2018年 5 月 16日 水曜日  
(平成30年) 【旧4月2日・大安】

発行所 那覇市久茂地2丁目2番2号  
(印刷部)098-860-3000 沖縄タイムス社  
社務部 那覇市久茂地3322号分社ビル4F(4F) 3318号  
代表電話 (098) 860-3000

読者センター  
(098) 860-3663 読者・配達に関するお問い合わせ  
電話 0120-21-9674



## ピンコウHD・瑞穂酒造・南島酒販

### 中国市場向け 認識広め浸透狙う

## 泡盛を「白酒」として輸出へ

貿易業のピンコウホールディングス（HD）と瑞穂酒造、南島酒販の3社は15日、泡盛を中国へ本格的に輸出する新たなプロジェクトを発表した。白酒が大半を占める中国市場になじむよう、泡盛を「琉球白酒」の名称で売り出す。海外では関税などがかり価格が高くなる泡盛だが、琉球王国との関係性や歴史的なストーリーを基に、琉球王国の御用酒を意味する「琉球王国酒」としてハイエンド（高級顧客向け）の市場へ挑む。

ピンコウHDによると中国のアルコール飲料の市場は65%を白酒が占め、ビール24%、ワイン6%と続く。白酒の生産量は年々増加している。2016年は1358万リットルで、同年の泡盛生産量の約730倍に上る。

同日、那覇市内で説明会を開いたピンコウHDの中園英樹専務は「今後も経済が成長し、中間層や富裕層が増えていくことから、このトレンドはまた続く」と分析。その上で「まずは泡盛を白酒の一

種だと認識させることが有効」と強調した。

沖縄から輸出すると、関税などがかり価格が高くなってしまいが、あえて600円（約1万円）以上の高価格帯の市場に売り込む。同価格帯の白酒は市場の11%を占めるといい、「琉球白酒」が選ばれる可能性が高いという。

また、中国の最高級白酒のアルコール分は53度が主流であることから、瑞穂酒造の53度の泡盛酒を出荷する。

ピンコウHDは中国の国際貿易促進委員会などのネットワークや、福建省にある自社のアンテナショップ「日本・沖縄館」などを活用し、輸出拡大を支援。南島酒販は中国人観光客に売り込む。プロジェクトは沖縄総合事務局の沖縄酒類製造業自立経営促進事業の支援を受け実施。輸出の実証実験などを続けて11月に上海で開催される第1回中国国際輸入博覧会でお披露目を目指す。

## 琉球新報

### 中国向け沖縄白酒完成 ビンコウなど 来月から販売

2018 年 9 月 20 日 15:45

泡盛の原酒を使った中国輸出向け新商品、沖縄白酒「王国貢酒」

ビンコウHD（沖縄県那覇市、方徳輝社長）と瑞穂酒造（那覇市、玉那覇美佐子社長）、南島酒販（西原町、大岩健太郎社長）は 19 日、泡盛の原酒を使った中国輸出向け新商品、沖縄白酒「王国貢酒」が完成したと発表した。アルコール度数は 53 度で、中国で親しまれる蒸留酒の「白酒」を商品名に取り入れた。



国際通りを中心とした土産品店や免税店、高級リゾートホテルのレストランなど、中国人が集まる場所で 10 月 22 日から販売を開始する。11 月に上海で行われる第 1 回中国国際輸入博覧会へ出展して、中国の百貨店や酒類専門店での販売を進めていく。

3 社は 4 月から沖縄白酒の商品化に取り組んできた。ビンコウHD が中国展開、南島酒販が訪日外国人客向け販売、瑞穂酒造が酒製造を担当した。2022 年までに国内外で 100 キロリットルの販売を目指す。南島酒販の大岩社長は「県内で認知されてきたら、われわれの既存のルートである東京や京都にも営業を掛けていく」と話した。

価格は 500 ミリリットルで 1 万 5800 円（税抜き）。クラウドファンディングサイト Make では 19 日から先行発売を始めている。







[illegible]

(1) 2018年(平成30年)12月18日 (主 要 内 容) (火曜日) 第16761号

(光復版) 第 1676 號

(附註)

(7) (第三號郵便物認可) 日刊聯産商業通報 2018年12月18日(火曜日) 第16761号

[illegible]



## 7. サンプルの中国輸出、配布状況及び商談進捗

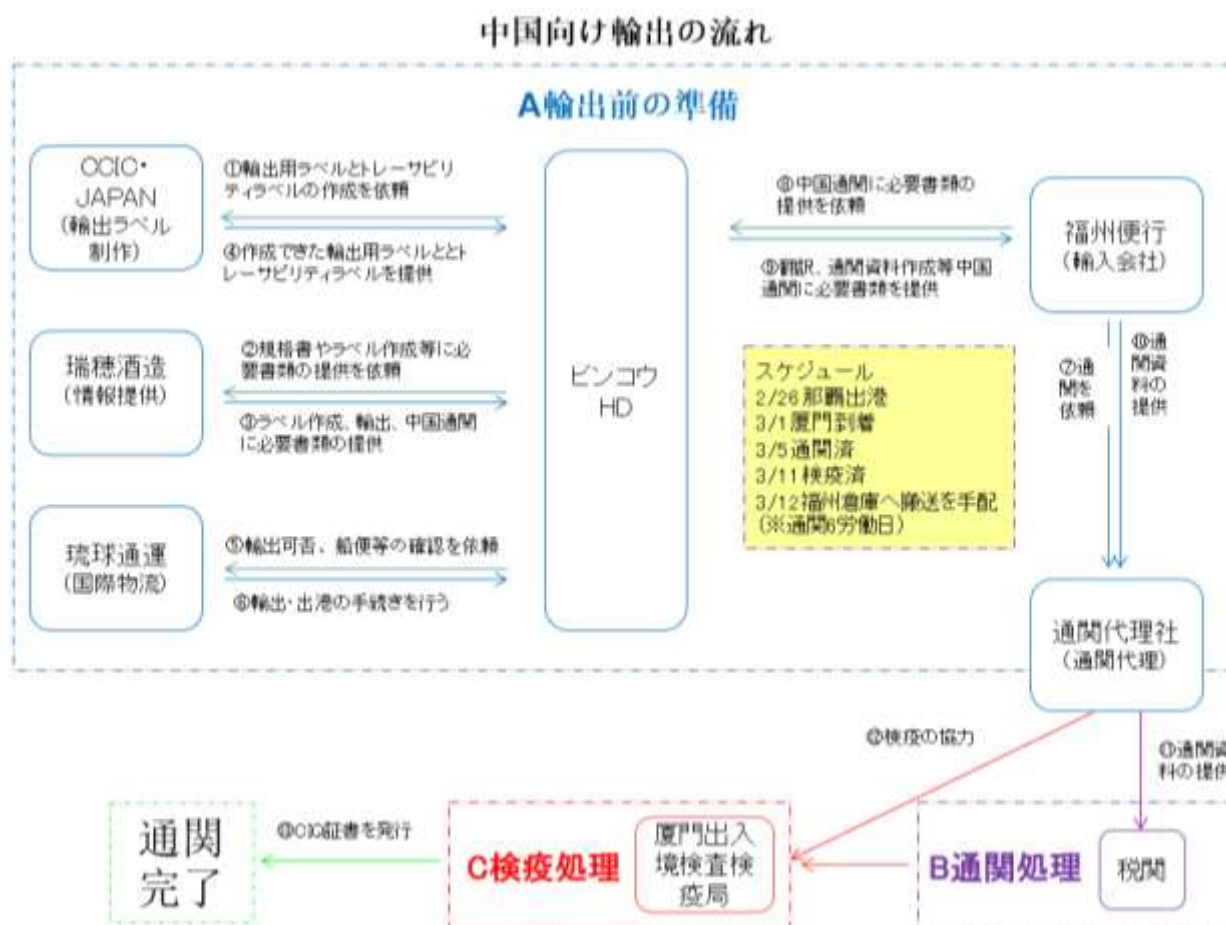
### 7-1. 沖縄白酒の初回輸出

中国輸出にあたっては、ビンコウ HD の子会社「福州便行国際貿易有限公司」（酒類の輸出入免許保有）が現地の受け手会社となる。通関等もこれまでの福州での通関実績（資料編 2：2018 年 4 月 4 日沖縄タイムス）等をもとに、最速で通関することができた。

輸出数量に関しては、今年度におけるインバウンド展開の進捗と在庫状況、現時点で中国市場の開拓状況、商談企業数及びそのサンプル必須数、通関の際のサンプル検出比率と数量、および輸出コストを最低限することを踏まえて今回は 360 本の輸出を決定した。

#### 通関テスト実施状況

- ・ 輸出数量：360 本
- ・ 輸送手段：船便
- ・ 2/26 那覇出港、3/1 福建省アモイ港到着
- ・ 3/11 日通関済み（※かかった期間わずか 6 営業日）
- ・ 3/13 日福州倉庫へ搬送



項目	今回の輸出スケジュール	前回の輸出スケジュール
那覇出港	2019/2/26	2018/1/5
目的港到着	2019/3/1	2018/1/19
通関・検疫	2019/3/2~3/11 (6 営業日)	2018/1/19~2/7 (14 営業日)
倉庫へ	2019/3/12	2018/2/8

53 度高度数の「沖縄白酒」が無事に中国へ輸出し、迅速かつスムーズに通関できたのは下記の 2 点が有効な手段と考えられる。

### 1 点目：トレーサビリティの仕組導入

CCIC・JAPAN 株式会社（母体が中国検験認証（集団）有限公司であり、以下「CCIC・JAPAN」と称する、資料編 3：CCIC・JAPNA 株式会社の会社紹介）のトレーサビリティサービスを利用すること。

中国検験認証（集団）有限公司は中国最大の国有機関であり、また唯一グローバルな拠点を持つ第三者検査、認証、試験の機関である。当機関は、中国政府と消費者に商品の質、健康、安全など検査、認証、試験サービスを提供する。そのうち『トレーサビリティ』は実地検証や商品検査試験、認証、工場検





査等を通じて商品の生産地、品質、特定の属性などを検証する第三者合格評定活動で、これは偽造防止にもなる。さらに、QR コード等の技術を利用し、検証情報と商品を紐付けし、検証情報の照会やトレースを実現し情報公開するサービスでもある。つまり、海外で中国向け輸出商品に対して事前審査を行い、通関の利便化を図るサービスともいえる。

#### メリット

- ・ 中国の消費者不安を解消
- ・ 製品の知名度・信頼度 UP
- ・ 模倣品・粗悪品対策のコストダウン
- ・ 中国輸入通関がスムーズになる

#### 沖縄白酒のトレーサビリティサービスの利用流れ

- ・ CCIC・JAPAN による瑞穂酒造工場審査（2019/1/8）
- ・ 審査結果発表（トレーサビリティ検証証書の発行）及びトレーサビリティラベルの送付（2019/1/22）
- ・ 商品包装にトレーサビリティラベルの貼り付け（工場出荷前）



審査は、沖縄白酒の生産環境、加工過程、生産設備、保存状況、商品状況（保管状況、商品パッケージ各側面、内容物など）の確認や工場の写真（入口、事務所、倉庫、生産現場、生産設備）等が記録され、沖縄白酒が本当にこの工場で生産された物かどうか、生産する工場の生産能力や製品品質などについて現場検証を実施した。（CCIC・JAPAN 担当者同伴）

一連の検査を受けて安全性や確実性を確保する上で CCIC・JAPAN より下記のトレーサビリティ検証証書が発行された。



**中国检验认证集团日本有限公司**  
CCIC • JAPAN 株式会社

Addr: 2 CHOME, 7-1, NINONBASHI-KAYABACHO,  
CHUO-KU, TOKYO, 103-0025 JAPAN  
Tel: 0081-3-3662-2663  
Fax: 0081-3-3662-2720  
E-mail: info@ccicjapan.com

证书编号 (No.): CO190122ACOK  
签证日期 (Date): JAN.22, 2019

**正本**  
**ORIGINAL**

### 中检溯源实地验证证书

中国检验认证集团日本有限公司受BINKOU HD株式会社の委托, 于2019年1月8日, 在日本沖縄県对发货人BINKOU HD株式会社输往中国的沖縄白酒进行了实地验证, 核实了境外生产商、贸易商、产地信息、产品信息。经验证, 上述商品的原产地为日本沖縄県地区, 商品及其标识与申请人所提供的文件一致。所涉及的商品如下:

序号	品牌	商品详细名称
1	流球®	沖縄白酒

实地验证机构: 中国检验认证集团日本有限公司

签字人:

For and on behalf of  
CCIC • JAPAN Co., Limited  
中国检验认证集团日本有限公司  
  
Authorized Signature

发行日期: 2019年1月22日

Member of CCIC Group

BCO 0000691



中国檢驗认证集团日本有限公司  
CCIC・JAPAN 株式会社

Addr: 2 CHOME, 7-1, NIHONBASHI-KAYABACHO,  
CHUO-KU, TOKYO, 103-0025 JAPAN  
Tel: 0081-3-3662-2663  
Fax: 0081-3-3662-2720  
E-mail: info@ccicjapan.com

证书编号 (No.): CO190122BCOK

签证日期 (Date): FEB.1, 2019

正本  
ORIGINAL

## 食品标签咨询报告

申请单位: BINKOU HD 株式会社

品牌/品名 (中文): 流球®冲绳白酒

规格: 500ml/瓶

原产国/地区: 日本冲绳县

其他说明: 我司仅对上述产品的标签版式进行核对, 并未对产品进行检测。

经核阅, 上述产品的标签版式符合《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》  
(GB 7718-2011) 及下列主要参考依据的规定。

主要参考依据:

GB 2757-2012《蒸馏酒及其配制酒》

For and on behalf of  
CCIC・JAPAN  
中国檢驗认证集团  
骑缝

标签版式图样附后

\* \* 结束 \* \*

备注:

- 1) 本报告是基于申请单位所提供的申请材料, 并参照签发日期当天有效的中国国家标准及有关规定签发。
- 2) 本报告不视作对有关申请单位材料真实性的确认, 也不保证产品实际成分符合中国法规及相关标准要求。
- 3) 本报告不能保证产品进口时标签能顺利通过相关审查机构备案, 仅供申请单位制作进口食品标签参考之用。

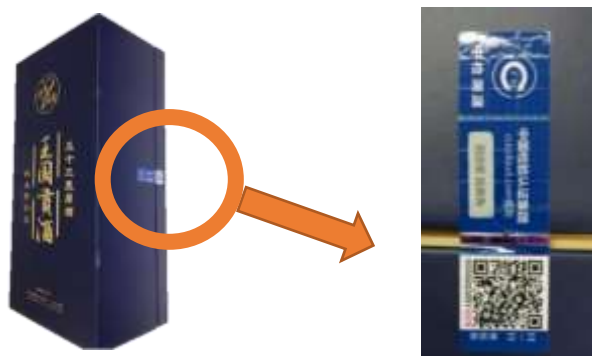
For and on behalf of  
CCIC・JAPAN Co., Limited  
中国檢驗认证集团日本有限公司  
周玉波  
Authorized Signature(s)

Member of CCIC Group

BCO 0000732



出荷前にトレーサビリティラベルを張り付けた沖縄白酒。



トレーサビリティラベルに印刷されている QR コードをスキャンすると商品

トレーサビリティラベルは偽造防止、商品紹介等の機能を有し、且つ携帯で紹介、や製造過程、背景等のデータをみることができる。





## 2 点目：輸出用ラベルの事前作成

中国へ商品を輸出する際、特に輸出実績のない商品を輸出する際は、ラベルの作成と審査が最も時間と手間がかかる。不合格の場合にはシップバックまたは商品が廃棄処分される事もある。リスク回避と通関迅速化を考慮し、CCIC・JAPAN に沖縄白酒の輸出用ラベルを事前に作成させた。港に到着後にラベルを作成するのではなく、輸出する前に中国の関連法規や規定に基づき検査を行うことで、中国語ラベル審査、ラベル貼付チェックなど検査が行われた。沖縄白酒は輸出用ラベルの事前作成によって通関時間を大いに短縮させることができた。以下は、CCIC・JAPAN より作成した沖縄白酒の輸出用ラベル及び作成報告書。



## 7-2. 配布状況及び商談進捗

### 1. 配布状況

沖縄白酒「王国貢酒」サンプル配布管理簿 合計 619 本（国内PR用 259 本、輸出用 360 本） 現時点：2019/03/21		
日本国内PR用配布明細（259 本）		
配布目的	配布数量（本）	備考
インバウンド PR・販促	62	
展示会等イベントにおける試飲・販路開拓	50	
大取引の面談企業	28	
支援機関に協力要請	25	
金融、物流企業の協力・ネットワーク	10	
中華系ネットワークにおける宣伝・販路開拓	7	
メディア対応	4	
オンライン販路構築	1	
担当社員の教育	2	

中国PR用配布明細（360 本）		
配布目的	配布数量（本）	備考
通関の検疫検査用	6	
代理社募集・PR・販路開拓用	19	
展示会等イベントにおける試飲・販路開拓	18	
支援機関に協力要請	2	
メディア対応	9	
今後活用予定分	306	

## 商談結果及び重要商談先

1、	日系企業	広州広菱食品商貿有限公司（三菱子会社）
商談内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 3/14 日の深センイベントで深セン区域で今後如何に沖縄白酒を販売、顧客を広めることについて広菱食品と商談した。</li> <li>・ イベントで広菱食品より深セン深三和社の紹介を受けた。</li> <li>・ 深三和社の協力で深セン市内で注目されている MALL で沖縄白酒（首里天など泡盛も）を含める沖縄県産品のイベントを行うことが可能（広州広菱食品と共催可）。</li> <li>・ 沖縄白酒は新商品として展示会、イベント等に積極的に参加し、中国人向けの糖酒会（お菓子、たばこ、お酒の商品大会）にも出展してプロモーションしたほうが良いという意見を頂いた。</li> <li>・ 展示会やイベントで一般消費者より商品が注目される場合、深三和社や地域の間屋も沖縄白酒等の沖縄県産品が仕入れやすくなる（広菱食品から協力の意をもらった）。</li> </ul>	
2、	現地企業	浙江省胥谷商貿有限公司
商談内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 杭州の白酒市場、飲酒文化、市場ターゲット等について商談した；</li> <li>・ 杭州で大手酒販代理者と連携するかを検討中；</li> <li>・ ブランドを重視すべき、沖縄／日本マオタイと宣伝することは非常に良いということ；</li> <li>・ 市場開拓、宣伝等の面でどのようにサポートするかに関して具体的に検討していく；</li> <li>・ 杭州をモデル市場として沖縄白酒を展開すること、今後別の都市へ進出する際に参考価値も高い。</li> </ul>	
3、	オンラインプラットフォーム	北京酒仙網絡科技有限公司
商談内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ “沖縄白酒” という新しいブランドと商品に非常に興味を示す。</li> <li>・ 現在オンラインプラットフォームで取り扱っている商品はワインと中国白酒がメインで、泡盛というカテゴリーがまだない為、沖縄白酒をはじめ、ほかの泡盛も扱うことが可能かの確認。</li> <li>・ オンラインで提携しているディーラー（ハイエンド白酒を取り扱う）を紹介することが可能。</li> <li>・ 新商品としてブランド作り、宣伝等の面で協力してくれる。</li> </ul>	
4	日本企業	キッコーマン株式会社
商談内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 沖縄白酒はとても評判が良かった、ロック、水割りが最高、また高級な白酒のイメージにマッチしているとのこと。</li> <li>・ 海外に日本酒販売を行う子会社にサンプルを郵送して、今後の展開について検討する。</li> </ul>	



## 8. 事業実施した結果に対する課題と対策

### ＜課題 1＞

近年、沖縄県が中国向けの観光やビジネスの誘致などのプロモーションの支援を強化しつつ、物産をはじめとして観光、人材育成等の関連会社が中国市場へ進出するイベントや展覧会に積極的に参加する中で、「沖縄」の知名度は高まりつつある。その一方で、沖縄県産品の認知度はまだ低く、なかなか販路を見いだせられないのが現状である。「泡盛」も例外ではない。

#### →対策

- ・PR 活動：これまでの展示会で得た経験を反映させ、今後も継続して大連、天津、上海等いくつかの代表的な都市で展覧会等をはじめとする宣伝を行う。
- ・啓蒙活動：現地の代理社と共同で試飲会等のイベントを行うことを通して沖縄白酒の価値を理解してもらい、ブランドイメージを高めていく。
- ・メディア戦略：SNS を活用した映像による発信や、プロモーションビデオ作成による拡散等、効果的に消費者の商品に対する興味を高めて売上向上につなげていく。

### ＜課題 2＞

- ・事前調査では、中国市場において泡盛は主に日本料理店、日系スーパー等を中心に、日本酒（焼酎）としてのカテゴリー内で販売を維持してきたので、売上拡大が容易ではないと考えられる。
- ・沖縄白酒 360 本分のサンプルがプロモート目的で中国に輸出された。中国での PR 活動はこれからが本番となる。中国での人脈やネットワークを活用し、沖縄白酒の受け入れ先を確保すること。

#### →対策

- ・新たな販売ルートの開拓：従来の販売ルートを重視しながら中国の本格的な白酒市場にも進出する戦略を実施。
- ・販売ネットワークの構築：具体的な目標として中国国内主要都市の 20 か所に販売代理店を募集する。従来のオフライン販売（店舗での販売）と合わせてオンライン（1919）の販売を開始する。

### ＜課題 3＞

新商品を開発する前段階において、資材の使いやすさ、実用性、デザイン性などの面を考慮しながら進めてきたが、予想よりも中国側と日本側の商品に対する基準がうまく伝わらないこともあり、結果的に商品の不安定さを生むことになった。

#### →対策

商品開発の明確な基準が完成の段階にあるので、今後は双方の価値基準を一致させ、標準化して管理する。

#### <課題 4>

輸送に関しては、今まで泡盛原酒を中国へ輸出した実績が殆ど無い。そのため、53 度という高度数の沖縄白酒を輸出する前に、沖縄と輸出先両方の物流会社との確認事項が多く、取扱い可否や必須書類の問い合わせから実際に輸出するまでに約 2 か月以上かかった。例えば、船会社による取扱い不可であった事例や、輸出先の港において取扱い不可であった事例、危険品として混載ができない事例等があった。さらに、高度数の酒は危険品として取り扱われるため、必須書類の提供義務がある。そのうえでコスト面やスケジュール面を考慮しなければならない。今回の輸出においては、沖縄での取扱いは可能だが、輸出先の港で取扱不可の可能性があることが原因で出港の遅延、ブッキング不可等の問題が発生した。

通関に関しては今回は初回の輸出で、CCIC・JAPAN の輸出用ラベルの事前作成とトレーサビリティサービスを受けたことで、通関をスムーズに成功させた。しかし、これまで沖縄県産品を中国へ輸出した経験から、中国では港によって若干ではあるが規定の相違が見られる。よって、通関実績のある商品であっても、資料の追加、輸出用ラベルの再修正等を求められる場合も少なくない。

そして、今回の輸出時期はちょうど中国の春節にあたり、休暇期間に海上輸送を完了し、休暇後すぐ通関させる予定だった。しかし、運送側と通関との確認時間が予想以上にかかり、結局春節に入る前に確認を取ることができなかった。よって、約一週間の春節休暇を経てから再確認することになり、結果的に出港遅延となった。

#### →対策

以上の経緯を通して、輸出時に発生する問題点が明確になった。よって今後は、船のスケジュール、通関リスク等要素を考慮し、出荷前の事前確認等を行う。国際輸送ルートや通関手続きの安定化とスムーズ化を引き続き図っていく。具体的には、今回の輸出で得られた結果を鑑みて、どの運送会社・運輸会社・運送先（港）がより問題なく輸出可能か等の定番ルートを構築する。

## 資料編

- 1、資材（キャップ）検査レポート
- 2、2018 年 4 月 4 日沖縄タイムス
- 3、CCIC・JAPAN 株式会社の紹介

## 1. 資材（キャップ）検査レポート



## 検査レポート

レポート番号 A2170069939102C

申請企業 郛城華熙包装有限公

住所 山東省荷澤市郛城県経済開発区旷庙蘇荘社区

下記の測定用サンプル及びサンプル情報は申請者より提供及び確認

サンプル名称 食品包装用高分子重合体弾力体キャップ

材質 PPE

サンプル状態 固体状態

サンプル数量 10 個

サンプル届く日 2018. 01. 10

サンプル測定日 2018. 01. 10－2018. 01. 11

### 測定内容

申請要求に基づく。詳細な要求は次のページをご参考ください。

検査結論： 1) 検査項目の測定結果が GB 4806. 11-2016 食品安全国家標準  
食品接触用ゴム材料及び製品の限定値の要求を満たす。

2) 検査項目の測定結果が GB 9685-2016 食品安全国家標準  
食品接触材料及び製品用添加剤の使用標準の限定値の要求を満たす。

検査のメイン担当 \_\_\_\_\_

承認者： \_\_\_\_\_

技術マネージャー

審査 \_\_\_\_\_

期日 \_\_\_\_\_



深セン市宝安区新安街道留仙三路 4 号華測檢測ビル



## 検査レポート

レポート番号：A2170069939102C

測定概要：

測定テスト	測定結果
1) GB 4806.11-2016 食品安全国家標準 食品接触用ゴム材料及び製品 ー総移行量 格	合
ー過マンガン酸カリウムの消耗量 格	合
ー重金属（Pb の検出数に基づく） 格	合
2) GB 9685-2016 食品安全国家標準 食品接触材料及び製品用添加剤使用標 準 ーフタル酸エステル類特定移行量 格	合

合格（不合格）は測定結果が限定値の要求を満たす（満たさない）。

\*\*\*\*\*詳細な結果は次のページをご参考ください\*\*\*\*\*



## 検査レポート

レポート番号：A2170069939102C

### 1. GB 4806.11-2016 食品安全国家标准 食品接触用ゴム材料及び製品

#### ▼総移行量

測定方法：GB 31604.1-2015&GB 31604.8-2016

食品模擬物：4%酢酸； 測定条件：40℃、10 d

測定項目	結果	方法の検出下限値	限定値	単位
総移行量	N. D.	3.0	10	mg/d m <sup>2</sup>

食品模擬物：10%アルコール； 測定条件：40℃、10 d

測定項目	結果	方法の検出下限値	限定値	単位
総移行量	N. D.	3.0	10	mg/d m <sup>2</sup>

食品模擬物：62%アルコール； 測定条件：40℃、10 d

測定項目	結果	方法の検出下限値	限定値	単位
総移行量	3.2	3.0	10	mg/d m <sup>2</sup>

#### ▼過マンガン酸カリウムの消耗量

測定方法：GB 31604.2-2016

食品模擬物：水； 測定条件：60℃、0.5h

測定項目	結果	方法の検出下限値	限定値	単位
過マンガン酸カリウムの消耗量	N. D.	1.0	10	mg/kg

#### ▼重金属（Pb の検出数に基づく）

測定方法：GB 31604.2-2016

食品模擬物：4%酢酸； 測定条件：60℃、0.5h

測定項目	結果	方法の検出下限値	限定値	単位
鉛（Pb）	<1	--	1	mg/kg



## 検査レポート

レポート番号：A2170069939102C

### 2. GB 9685-2016 食品安全国家标准 食品接触材料及制品用添加剂使用標準

#### ▼フタル酸エステル類特定移行

測定方法：GB 31604.30-2016

食品模擬物：4%酢酸； 測定条件：60℃、10 d

測定項目	結果	方法の検出下 限值	限定値	単位
001				
フタル酸ジブチル (DBP)	N. D.	0.1	0.3	mg/kg
フタル酸ジ-2-エチルヘキシル (DEHP)	N. D.	0.1	1.5	mg/kg

食品模擬物：10%アルコール； 測定条件：60℃、10 d

測定項目	結果	方法の検出下 限值	限定値	単位
001				
フタル酸ジブチル (DBP)	N. D.	0.1	0.3	mg/kg
フタル酸ジ-2-エチルヘキシル (DEHP)	N. D.	0.1	1.5	mg/kg

食品模擬物：50%アルコール； 測定条件：60℃、10 d

測定項目	結果	方法の検出下 限值	限定値	単位
001				
フタル酸ジブチル (DBP)	N. D.	0.1	0.3	mg/kg
フタル酸ジ-2-エチルヘキシル (DEHP)	N. D.	0.1	1.5	mg/kg

#### 備考

—N. D. =未検出（方法の検出下限值より以下となる）

—mg/kg=ppm=百万分の一

—実験室は全浸漬方法を利用し、S/Vが 6.0 d ml/L、V ( ) 値は申請企業より提供。

—移行テストの結果は第一回の浸漬による測定結果である。

—該レポートの測定結果はレポート A2170069939101C から得られる。

#### 測定サンプル/部位記述

- サーモンピンクプラスチック



## 検査レポート

レポート番号：A2170069939102C

## サンプル写真



\*\*\*\*\* 終わり \*\*\*\*\*



2.2018 年 4 月 4 日沖縄タイムス

2.2018 年 4 月 4 日沖縄タイムス

# 中国福建に「沖縄館」

ビンコウHD開設



## 県産品展示 商談拠点に

通関期間 従来の半分以上

貿易業のビンコウホールディングス（那覇市、方徳輝社長）は、中国福建省に沖縄をはじめ日本の特産品を展示し、中国企業と商談する拠点「日本・沖縄館」を開店した。現地採用の職員3人が中国企業に日本の特産品を売り込む。同社は、福建省での通関期間を従来の半分以上に短縮できるルートも構築。輸送期間の短縮も売りに、沖縄からの輸出増を目指す。（政経部・照屋剛志）

「日本・沖縄館」は3月10日、中国で大型ショッピングセンターを展開する利嘉和商業有限公司が福州市に開業した「利嘉和商業城」内で開店。ビンコウが立ち上げた現地法人「福州便行国際貿易有限公司」が運営する。利嘉和商業城は売り場面積130万平方メートル、イオンモール沖縄ライカム16個分の規模を誇る。沖縄を含む日本の特産品の輸出増を目指す。商談の拠点として開設した「日本・沖縄館」（ビンコウHD提供）

に相当する広さ。施設内に地下鉄の駅が二つ開業する予定で、福建省内外からの来客を想定している。日本・沖縄館の売り場面積は170平方メートル、沖縄ハム、総合食品、赤マルソウ、瑞穂酒造などの健康食品や加工食品、泡盛などを展示している。園産の化粧品や美容品もそろえた。福建省出身の3人を採用し、中国企業との商談に臨んでいる。県の海外展開事業の一環で、同社は参加する県内企業を募っている。展示や商談対応を当面は無料で受け付ける方針。福州便行国際貿易は、日本からの輸入も手掛けている。沖縄と中国の貿易を支援する琉球経済戦略研究会と協力して、福建省商務庁や税関、検疫局などと事前協議し、福建省での通関期間を14営業日まで短縮させた。福建省では日本からの輸入

品は放射能検査などの手続きがあり煩雑で、県の委託実験では39営業日かかっている。ビンコウの中原英樹専務は「福建省に輸入商社と商談窓口を設けたことで、中国企業との取引が円滑に進む。泡盛などの魅力的な県産品の輸出を増やしたい」と意気込みを語った。

### 3.CCIC・JAPAN 株式会社の会社紹介



## 1.CCIC及びCCIC・JAPANの紹介



### ・ CCIC概要

- 中国最大の国有の唯一グローバル拠点を持つ第三者検査、認証、試験の機関。CCICとCQCの2大ブランドを持っている。
- 「中国サービス」ブランドの競争力500位にランクイン。
- 国際検査機関連盟(IFIA)準会員、国際認証機関ネットワーク(IQNet)中国加盟機関、国際有機農業運動連盟(IFOAM)メンバー
- 設立以来35年間、中国政府と消費者に商品質量、健康、安全など検査、認証、試験サービスの提供に力を注いできた。

創造変換の信頼の世界。

## 1.CCIC及びCCIC・JAPANの紹介



### CCIC中国国内拠点



創造変換の信頼の世界。



## 1.CCIC及びCCIC・JAPANの紹介



CCIC海外拠点

創造変換の信頼の世界。

## 1.CCIC及びCCIC・JAPANの紹介

**CCIC・JAPAN会社概要**

- ◆設 立：1991年2月
- ◆住 所：東京本社：東京都中央区日本橋茅場町2-7-1  
大阪支社：大阪府大阪市中央区博労町3丁目5-1  
御堂筋 グランタワー 9 階
- ◆資 本 金：3000万円
- ◆主要業務：日中間貨物の船積前検査、鑑定、認証、コンサル等
- ◆従業員数：48名（他、日本各地に契約検査員約400名）
- ◆母 体：中国検験認証（集団）有限公司  
(CCIC: China Certification & Inspection (Group) Co., Ltd.)



創造変換の信頼の世界。



## 1.CCIC及びCCIC・JAPANの紹介



### ・ 認証コンサルティング業務

- ◆ QMS、EMSマネジメントシステム認証
- ◆ 中国向き有機食品(オーガニック食品)認証
- ◆ 中国強制性製品認証(CCC)
- ◆ 中国向け水産品輸出企業登録代行
- ◆ 中国HACCP認証



創造・変革の信頼の世界。

## 1.CCIC及びCCIC・JAPANの紹介



### ・ コンサルティング業務

- ◆ 中国規格適合性コンサルティングサービス
- ◆ 中国向け食品表示ラベルコンサルティング
- ◆ 中国向け化粧品事前許可取得コンサルティング



創造・変革の信頼の世界。

## 2.中国向け肉類産品、水産物の輸出



- ・近年日本の食品、水産品は中国の消費者に人気度が急上昇している。
- ◆ 中国の経済発展によって、食に対する考え方の変化。
- ◆ 近年、食安全へ関心が高まる。
- ◆ 健康志向、食へのこだわり。
- ◆ 日本製食品、水産品への高い信頼。

創造・変換の信頼の世界。

## 2.中国向け肉類産品、水産物の輸出



### 日本食品・化粧品・生活用品の人気



➡ 食品や化粧品、生活用品の市場拡大

創造・変換の信頼の世界。



### 3. 中国向け水産物、肉類、酒の通関

◆ 検疫手続きを行う際の主な書類

- ◆ 検査申込書
- ◆ 検疫証明書
- ◆ 原産地証明書
- ◆ 放射線測定証明書
- ◆ 貿易契約
- ◆ 船荷証券
- ◆ パッキングリスト
- ◆ インボイス
- ◆ その他必要書類

創造・変換・信頼の世界。



### 3. 中国向け水産物、肉類、酒の通関



#### 検疫不合格の貨物は公告後…

シッパバック または 廃棄処分



創造・変革の信頼の世界。

### 4. 中国HACCPとCCICトレーサビリティサービス



商品のトレーサビリティ: 革新的な管理方法 (新たなトレンド)  
— 消費市場は「**トレーサビリティ時代**」に突入

食品安全法



#### 『中華人民共和国食品安全法』

食品生産・経営者に、食品安全のトレーサビリティシステムの構築及び食品トレースの保証を要求。

国务院



第三者機関がトレーサビリティプラットフォームを構築し、企業に情報化トレーサビリティクラウドサービスを提供することを推奨。

国家認證認可監督管理委員会  
CNCA



HACCP認証におけるトレーサビリティを認め、マネジメントシステムと登録手続きの最適化を図る。

創造・変革の信頼の世界。



### 3. 中国向け水産物、肉類、酒の通関



#### 『外検内放』について

商品の輸出前にCCIC海外ブランチが中国の関連法規や規定に基づき検査を行うことで、中国語ラベル審査・現場検査・サンプリング・ラボ試験・積み込み立ち会い・ラベル貼付チェックなど検査を実施する。

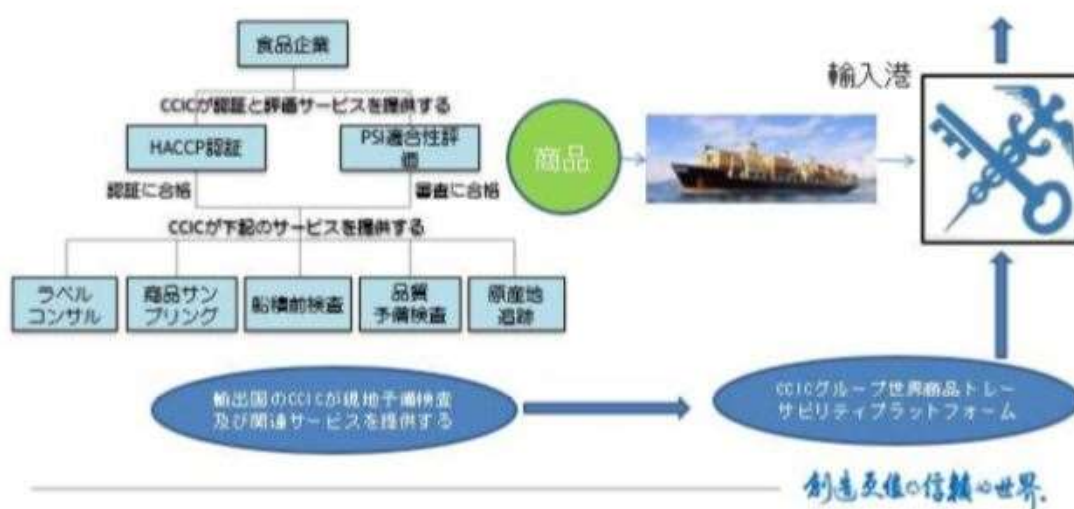
検査の情報は、CCICトレーサビリティクラウドを通じてUPされ中国の検査検疫部門へと送られる。貨物の中国到着時には、そのデータ情報が採用され、港での検査が簡素化し、書類審査のみでリリースされる。

創造・変換・信頼の世界。

### 4. 中国HACCPとCCICトレーサビリティサービス



#### ・CCICトレーサビリティの付加価値サービス



## 4. 中国 HACCP と CCIC トレーサビリティ サービス

30カ国以上の国が82品目・1,000種類以上の製品でCCICトレーサビリティを利用し累計数億万枚のラベルを発行。



## 4. 中国 HACCP と CCIC トレーサビリティ サービス

### CCIC トレーサビリティの付加価値サービス

- ・トレーサビリティ商品販売促進サービス（独自のプラットフォームと公共メディアでトレーサビリティ商品を広める）



#### 4. 中国HACCPとCCICトレーサビリティサービス

### CCICトレーサビリティで**解決**！



創造更後の信頼の世界。

#### 4. 中国HACCPとCCICトレーサビリティサービス

- ・ 生産工場の審査 → MADE IN JAPANを証明
- ・ 輸出前の検査 → 製品の安全性を確保
- ・ 製品の宣伝・PR → 製造過程や背景を紹介
- ・ CCICのサービス → 中国国内での信頼性

創造更後の信頼の世界。



#### 4. 中国HACCPとCCICトレーサビリティサービス

牛肉



烏拉奎牛肉

サーモン



チェリー



智利黄金车厘子

創造と信頼の世界。

#### 4. 中国HACCPとCCICトレーサビリティサービス

CCICトレーサビリティで、信頼性の見える化を！  
— 全世界の優良商品を、私たちが評価・宣伝します



1. 企業名が「中国」から始まる唯一の検閲（検査）認証機関
2. 40年近い品質専門サービスに定評あり



1. オフラインネットワーク：世界各地に約400の出先機関
2. 品質のトータルサービス体系



検査検疫、品質監督、食品薬品、商務、工商、農業など、各政府部門との連携



1. 全世界で10万社以上の顧客
2. 食品安全認証市場シェア約50%

創造と信頼の世界。