

～欧米での琉球泡盛のハードリカー分野における販路拡大に向けたブランド構築事業～

平成30年度 沖縄酒類製造業自立経営促進事業 事業進捗報告

株式会社Blueship沖縄

2018年11月2日



1. 事業の概要

本事業は、琉球泡盛製造事業者3社と株式会社Blueship沖縄による欧米での現地ローカル市場、バーでの展開を目指した琉球泡盛のハードリカー分野における販路拡大に向けたブランド構築事業である。

沖縄の伝統的な酒である琉球泡盛は、「沖縄ブーム」にのり、2004年の出荷量は、過去最高の2万7,688キロリットルとなったが、その後、13年連続で減少傾向にある。理由としては、国内市場の縮小、消費者の嗜好の多様化への対応不足、泡盛に対するイメージの低迷（度数が高い、香りが独特）等が挙げられる。沖縄県や泡盛業界では需要拡大のため、泡盛のPR活動や展示会、アジアへの海外展開等の取組を行っているが、大きな効果は得られていない。

これまでの泡盛は国内やアジアを中心に販路開拓を進めていたため、アメリカ合衆国をはじめとする欧米には殆ど進出しておらず、認知もされていない。

本事業では知名度が全くないことを、泡盛が全く新しいハードリカーとして、ブランド構築できる市場と捉え直し、欧米での販路拡大に向けた取組を実施する。これまでの取組と異なるアプローチとして、海外のブランディングチームの協力を得て、欧米のローカル市場への売り込みを行う。日本食料理店や日系コミュニティ向けといった限られた輸出先ではなく、地元の住民が利用するバーや飲食店で取り扱われることを想定。

2017年度のアイスランド共和国でのプロモーションや現地ローカル市場の嗜好に合わせたブランディングの結果を踏まえ、（１）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地理的表示「琉球」の活用、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・検討の実施。（２）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を実施し、調査報告書としてまとめる。

これらの取り組みにより、2年後の平成32年度には、約5KLの出荷を目指す。

2. 本事業で実施している内容

実施する内容については、当プロジェクトの下記の事業を実施中です。

- (1) 新パッケージ開発（新ボトルデザインと初期型ボトルの開発）
- (2) 初期型ボトルによるプロモーション
- (3) インポーターの開拓
欧米圏への物流網の整備
- (4) 長粒米種の県内生産及び泡盛への醸造

2. 本事業で実施している内容

(1) 新パッケージ（新ボトルデザインと初期型ボトルの開発）

- ・ 初期出荷用のボトル及びラベルの開発が完了し、10月30日には記者発表。
12月初旬には欧州へ向け出荷開始。
- ・ 新ボトルデザインについては、10月決定、2月サンプル完成

< 初期型ボトル >



RYUKYU1429 MIZU

RYUKYU1429 KAZE

RYUKYU1429 TSUCHI



平成30年10月31日 琉球新報朝刊



平成30年10月31日 沖縄タイムス朝刊

2. 本事業で実施している内容

(2) 初期型ボトルによるプロモーション

- ・第2回カクテルコンペティション

<< 2019年2月上旬を予定 >>

アイスランドインポーターと協力して製品の発売イベントとして実施に向けて計画中。

- ・情報発信

RYUKYU1429.com

海外視点（英語サイト）のHPを制作して製品をアピールするとともに製品にまつわるストーリーを紹介。



2. 本事業で実施している内容

(3) インポーターの開拓

アイスランドバーテンダーからの情報を元に現在、欧州、米国共に今後、進出を検討を行っている。
併せて、IBT（インターナショナルブランディングチーム）からも情報提供を受け検討。

進出する際には、発売イベントとして、AWAMORI TASTE WARS（泡盛カクテルコンペティション）を開催し、現地での認知を上げるとともにバーテンダーの方々への浸透を図る。

欧州

- ・パリ
- ・ベルリン
- ・コペンハーゲン
- ・アムステルダム
- ・ロンドン
- ・ミュンヘン
- ・ストックホルム
- ・ブダペスト
- ・バルセロナ
- ・ダブリン



米国

- ・ワシントンDC
- ・サンフランシスコ
- ・ニューヨーク
- ・マイアミ
- ・ロサンゼルス
- ・オースティン
- ・シカゴ
- ・シアトル
- ・デンバー
- ・ボストン



2. 本事業で実施している内容

(4) - 1 長粒米酒プロジェクト（沖縄県内における長粒米の栽培（県産長粒米））

- ・沖縄県農業研究センター石垣支所にて栽培中。
天候（台風の影響等）を考慮して2回に分けて田植えを実施。

【第1期】（20アール）

田植え：8月1日実施

収 穫：11月5日予定

想定収穫量：450Kg程度

【第2期】（20アール）

田植え：8月20日実施

収 穫：12月上旬予定

想定収穫量：300Kg程度

【ジャポニカとの違い】

発育状況：他のジャポニカとは異なり倒伏は見られず、草姿
良し、風による粃のすれはあるが、収量に影響する
可能性は低い。

収穫量の違い：本センターで植えているジャポニカと比較し
て多収が見込まれる。



2. 本事業で実施している内容

(4) - 2. 長粒米種プロジェクト（県産米・県外産による泡盛の醸造）

県産長粒米	県外産長粒米
沖縄県農業研究センター石垣支所で栽培した、県産長粒米種を使用した泡盛の蒸留を実施予定。 <見込み> 収穫量：750Kg（精米後3割減） 蒸留所：忠孝酒造株式会社 数 量：約450L 蒸 留：平成30年12月上旬 開始 貯 蔵：平成30年12月下旬 開始	県産長粒米種の栽培において天候によるリスク回避等のため熊本産長粒米種を購入し泡盛の蒸留を実施。 購入量：100Kg（精米後3割減） 蒸留所：忠孝酒造株式会社 数 量：60L 蒸 留：平成30年8月6日開始 貯 蔵：平成30年8月末開始 上記の県外産長粒米種は、平成30年11月29日、30日に開催されます「沖縄大交易会」において試飲を予定。 また、平成31年2月に実施を予定している「第2回 AWAMORI TASTE WARS」に併せてアイスランド共和国にて試飲を実施予定。

参考

1. 経過

【2017年11月】

- ・アイスランド共和国でテイスティングと現地関係者の意見交換を目的とした市場調査「アイスランドミッション」を遂行。
- ・欧米市場のカクテル文化に代表されるバーシーンへの販路拡大の可能性を見出すアイスランド共和国日本大使館の協力のものと現地市場関係者に向けた琉球泡盛の紹介イベントを開催。

【2018年2月】

- ・琉球泡盛の認知度向上を目的としたカクテル大会「AWAMORI TASTE WARS in Reykjavik」を開催。
- ・最優秀カクテルを創作したバーテンダーを秋に沖縄へ招聘。

【3月】

- ・アイスランドの映像製作会社が、琉球泡盛を活用した沖縄の食文化を取材に4社で協力（11月に放送予定 <https://www.siminn.is/smakk>）。

【4月】

- ・海外普及を目的としたオリジナルブランド開発を開始。国内外のボトル製造会社に視察交渉を行い、7月にブランド名「RYUKYU 1429」と各社によるラインナップも決定。
 - MIZU : 株式会社久米島の久米仙
 - TSUCHI : 忠孝酒造株式会社
 - KAZE : 瑞泉酒造株式会社

【10月】

- ・新ボトルデザインを決定。
- ・現地で高級酒を専門に取り扱うインポーター（配給会社）と独占契約を締結。

【12月】

- ・OAS協力のもと、沖縄から輸出、平成31年1月中旬に欧州拠点となるオランダに到着予定。（2パレット、400本）

【2019年2月】

- ・アイスランド共和国向け100本へ出荷
- ・アイスランド共和国で2度目の「AWAMORI TASTE WARS in Reykjavik」を予定。
- ・琉球泡盛の本質的な普及活動としてイベント開催時期に合わせ琉球泡盛取扱店によるプロモーションイベント「Awamori Weekend（仮）」、レストラン・ホテルバーを対象にした勉強会「Awamori Master Class（仮）」を予定。
- ・オランダの保税倉庫を活用し、アイスランド共和国を皮切りに欧州主要都市への展開を予定。
- ・新ボトルデザイン決定
- ・県産長粒米酒お披露目

参考

2. 出荷内容

- ・取扱商品：RYUKYU 1429（オリジナルブランド、3商品：MIZU、KAZE、TSUCHI）
- ・輸送会社：OAS
- ・輸出先国：アイスランド共和国（オランダ王国内の保税倉庫に在庫確保）
- ・出荷予定：12月中旬
- ・欧州到着：翌年1月中旬
- ・出荷内容：1パレット（およそ500本）、およそ100本の受注済み。

3. ブランドコンセプト

- ・内容量は米国市場を見越し、750mlのボトルをイタリアから輸入。今後はオリジナルボトルの開発を国内外で調査検討中。
- ・アルコール度数は、3製品とも43度を採用。
- ・琉球泡盛の普及を目的とし、琉球泡盛の本質を海外市場に伝えていくため、市場調査の結果をベースに評価性の高い「地域性」、「歴史」、「自然」を打ち出すことをテーマとした。およそ600年の歴史を持つ、琉球王国の「RYUKYU」と、王国成立したとされる「1429」年をブランド名に採用。
- ・王家の紋章である左三巴紋を採用。
- ・「Product of Okinawa, Japan」と日本国産であることをアピール。

4. 配給会社

- ・2011年設立、高級ハードリカー専門の配給会社。国内のハイエンドのバー・レストラン取引多数。
- ・国営の小売販売を来年度予定。Vinbudinn。
- ・免税店向け販売も検討。
- ・750mlボトルの他、200mlボトルの販売も検討。



Blueship

Advance IT through co-creation