

泡盛振興に関する民間事業者との意見交換会（概要）

＜趣旨＞

泡盛振興に関し、国内外における需要喚起、認知度向上、効果的なプロモーション等をビジネスの観点からどのように図っていくかをテーマに、1月上旬、宮腰大臣と民間事業者との間で意見交換を実施。

＜参加企業＞

物流、商社、プロモーション、素材メーカー等6社

＜意見交換の中で出た主な意見＞

（国内の需要喚起について）

- ・ 泡盛を店頭で扱う小売店等の認知度向上を図るための地道な努力が必要。
- ・ 瓶のデザインを工夫すること（例：100mlのミニボトル）で、新たなカクテルの飲み方を提案することも可能となる。また、泡盛スパークリングなどこれまでにないジャンルは、泡盛のイメージを一変させる可能性。
- ・ プリン体が低いといった特徴もアピールしつつ、食中酒として広めていく必要があるのではないか。

（海外向けのプロモーション・認知度向上）

- ・ 日本酒は「SAKE」ということでブランディングに成功。泡盛についても、場合によっては、海外展開に当たって呼び方を工夫する必要があるのではないか。
- ・ ターゲットを明確に絞ってプロモーションを実施する必要。提供場所、提供時間など徹底的にこだわるべき。

（効果的なプロモーション）

- ・ 「アワモリータ」はインスタ映えし、可能性があると思う。コーラやジンジャーエールで割った泡盛が、お年寄りの世代には「懐かしい」と感じる方も。
- ・ 泡盛に関する知識やストーリーをほぼ知らないメディアにも一般にも訴求する、これまでとは全く違うタイプの効果的なイベントが必要ではないか。
- ・ ストーリーづくりももちろん重要であるが、コアな層だけではなく、泡盛が「楽しい」と思わせるようなアプローチも重要ではないか。

注：上記の意見は、意見交換会の中で民間企業の方々から出た意見の概要を記載したものであり、内閣府やJETRO等の見解を示すものではない。