

琉球泡盛海外輸出プロジェクト 取組状況等について

令和2年10月19日

国税庁・沖縄国税事務所

海外の日本産酒類専門家の招聘

令和2年1月、海外における日本産酒類の理解の向上を通じ、輸出拡大につなげることを目的に、海外市場で影響力や情報発信力のある海外の酒類専門家を招聘し、酒蔵（日本酒・焼酎・泡盛）の視察や酒類総合研究所によるレクチャーを実施。

泡盛（令和2年1月20日開催）

【実施内容】

- ・ WSET ※でスピリッツの講師を務める酒類専門家を招聘（英国、カナダ、米国から7名）。
- ・ 沖縄県の泡盛製造場3蔵（石川酒造場、瑞穂酒造、忠孝酒造）を訪問し、製造場見学、製造工程のレクチャー、試飲を実施。
- ・ 泡盛倉庫（会員制クラブ）にて、泡盛テイastingイベント（泡盛サングリアといった多様な飲み方やドライフルーツ等とのペアリング）を開催（JETRO主催）。
- ・ 蔵元との交流会において、泡盛のプロモーション方法などについて意見交換。

【施策の効果等】

- ・ 参加した酒類専門家全員から、泡盛やそれにまつわる文化に対する理解、ペアリングに対する理解が非常に深まったといった高評価を得た。
- ・ 帰国後にSNSで本施策の様子が発信されたり、今後、焼酎・泡盛教育に着手するとの約束を得ることが出来た。
- ・ 参加した酒蔵からも、酒類専門家とSNSで繋がるなどコネクションが作れたと高評価を得た。

※ WSET (Wine & Spirit Education Trust) : 英国・ロンドンに本部を置く世界最大のワイン・スピリッツ等に関する教育機関



（泡盛製造場視察の様子）



（泡盛テイastingイベントの様子）



（蔵元との交流会の様子）

地理的表示「琉球」の概要

1 産地の範囲

沖縄県

※ 下線部分が変更箇所

2 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性に関する事項

(1) 酒類の特性について

イ 官能的要素

黒こうじ菌を用いた米こうじ及び水を原料として発酵させたもろみを、単式蒸留機により蒸留した蒸留酒であり、米こうじに由来する適度な油分による芳醇な味わい。特に、古酒は甘いバニラ様の香りや松茸様の香り等が調和した、濃厚で奥の深い香りを有している

ロ 微生物学的要因

黒こうじ菌 (*Aspergillus luchuensis*) の学名は琉球に由来しており、「國菌」として指定されている

(2) 酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられることについて

イ 自然的要因

沖縄県の水は硬水でミネラル分が多く、微生物の働きが促進され、重厚な香味が形成される

ハ 人的要因

500年以上前に東南アジアや大陸との文化交流を通じて技術が伝来し、琉球の気候風土に適合していく過程で独自の製法が確立していった。「琉球」は、注がれた容器にできる泡の様子から「泡盛」や「花酒」とも呼称される。また、「琉球」は、酒自体に含まれる成分の物理的・化学的变化により熟成され、3年以上貯蔵したものは「古酒(コース)」と呼ばれる。この性質を活用して「仕次ぎ」と呼ばれる消費者等が自ら古酒を育てる文化や技術も定着している。

(3) 酒類の原料及び製法

黒こうじ菌を用いた米こうじ及び沖縄県内で採水した水を原料とし発酵させたもろみを蒸留したものであり、沖縄県内で発酵、蒸留、貯蔵、容器詰めが行われていること

酒類の品目が、単式蒸留焼酎又は原料用アルコールであること

(4) 酒類の特性を維持するための管理

GI琉球管理委員会が、酒類の特性を維持するための管理及び「GI琉球適格証明書」の発行を行う

酒類の容器等への表示義務における品目の例外表示制度の整備(令和2年度税制改正)

【改正前】

酒類の容器又は包装については、酒類の内容量、品目、アルコール分等の表示義務が課せられている。

当該表示義務のうち品目については、一般に慣熟した呼称があるものとして法令で定める酒類については、品目に代わって法令で定める呼称を表示することが認められている。

【改正後】

品目の例外表示制度について、一定の「原料用アルコール」の呼称として「泡盛」を加えることとする。 ※令和2年4月1日施行

【改正後】

品目の例外表示の追加

品目(原則)	呼称(例外)	要件
原料用アルコール	泡盛	米こうじ(黒こうじ菌を用いたものに限る。)及び水を原料として発酵させたアルコール含有物を単式蒸留機により蒸留したもの

(参考)

- ・現在、例外表示制度においては、一定の「清酒」の呼称として「日本酒」、一定の「その他の醸造酒」の呼称として「濁酒」等が認められている。
- ・「原料用アルコール」とは、酒税法第3条第9号(連続式蒸留焼酎)又は第10号(単式蒸留焼酎)の規定(アルコール分に関する規定を除く。)に該当する酒類(水以外の物品を加えたものを除く。)でアルコール分が45度を超えるものをいう。

上海の商業施設に「泡盛のアンテナショップ」を出店し、一般消費者向けの試飲・販売会(以下、「イベント」という。)を開催。

令和2年12月より2週間程度の開催を予定。

開催期間中、商業施設への来場者(50万人程度を想定)等に対して、約2千本の泡盛の試飲・販売及びPRを実施。

【イベント概要】

- ◆ アンテナショップでは、試飲をはじめとしたPRを実施。泡盛の販売も行う。
- ◆ 商業施設への来場者以外に対しても、インフルエンサーによるライブコマース(インターネット上での実演販売)等を活用したPRと販売を実施。
- ◆ 上海で泡盛を取り扱う販売店や料飲店を紹介するマップを作成・配布し、イベント後の既存販路の流通量拡大及び新規商品取扱いに繋げる。
- ◆ 新たな販路開拓のため、泡盛製造者、輸出商社及び上海の酒類販売事業者によるウェブ商談会を、令和3年3月までに2回以上開催。
- ◆ 新型コロナウイルス感染症への対応のため、本事業における「日本」と「上海」間の人的な移動は最小限に留める。

沖縄国税事務所における取組

		これまでの取組	2020年度の取組予定
1	中国人インフルエンサーによる泡盛動画	① 空手等の泡盛のストーリーを盛り込んだ多言語のPR動画を作成、情報発信ツールを整備し、各種施策での活用を図る。また、他のプロジェクト会員が実施する施策においても必要に応じて活用した。	中国人インフルエンサーを起用、実際に沖縄を訪れ、泡盛を体験する泡盛PR動画を作成。その動画をインフルエンサーのSNS(weibo)から閲覧できるように掲載する。
2	在日インフルエンサーによる泡盛動画発信	② クルーズ船内にシチュエーションに応じた泡盛の多様な飲み方の提案、泡盛講座、ワークショップのPR策を行い、乗客等の興味を引くことにより、SNS等による海外への情報発信を促した。	日本に居住する外国人(中国、台湾、香港、オーストラリア)インフルエンサーを活用し、沖縄居酒屋やBARにおいて泡盛と琉球料理を試食試飲し、その体験について動画を制作し、自身のSNSへアップする。
3	在沖外国人に対するメディアを活用した泡盛PR事業	③ クルーズ船が寄港する港ターミナルにて泡盛に関する展示物を常設し、関心を促すことで消費の増大を図った。	米軍基地内のケーブルTVに琉球泡盛PRの100秒程度のCMを作成、一日10回放送するとともに基地内で毎月発行される情報誌へ1ページの全面広告を掲載する。
4	泡盛クイーンズサポーター(QS)	④ 空港国際線ターミナルにて泡盛試飲、舞台イベントを実施し泡盛と沖縄の魅力を伝えることで、外国人観光客等に対して国際的な認知度の向上を図った。	米軍基地内のケーブルTVに琉球泡盛PRの100秒程度のCMを作成、一日10回放送するとともに基地内で毎月発行される情報誌へ1ページの全面広告を掲載する。
5	泡盛クイーンズサポーター(QS)	国税事務所長が歴代の「泡盛女王」の中から「泡盛クイーンズサポーター」として委嘱を行った。各種施策(イベント・会議等)への参加や意見交換等を行い、泡盛振興策を支援する。	コロナ禍において、イベントの開催、参加が厳しい中で「泡盛クイーンズサポーター」が自身のSNS・ラジオで泡盛に関する情報を発信する。
6	多言語琉球泡盛パンフレット等	沖縄県内の製造場情報を掲載したマップ(日本語版・英語版・韓国語版・簡体語版)を作成し、国税庁HP掲載や各種イベントで配布しているほか、旅行者が多数立ち寄る観光案内場等に設置している。	沖縄県産業振興公社の協力を得て、外国で空手とタイアップした泡盛PR動画を放映する。また、沖縄県の海外事務所に泡盛PRパンフレットを設置し、現地のイベントでも活用する。
7	泡盛鑑評会品質評価会・表彰式	泡盛の品質向上を目的として、各製造場から出品された新酒・古酒を品質評価委員が官能評価し、古酒については評価付けを行っている。品質評価会において、優秀と認められた古酒を出品した製造場を毎年11月1日の「泡盛の日」に国税事務所と沖縄県が共催する表彰式において表彰している。	ブレンド技術の向上を促進するため、新たに「泡盛ブレンダー・オブ・ザ・イヤー」を新設し、沖縄県と合同で受賞酒を記者発表する。
7	海外販路拡大に向けた支援窓口への誘導	沖縄県酒造組合を通じて、(独)日本貿易振興機構との輸出相談の活発化を促すとともに、泡盛事業者からの輸出に係る相談に応じて(独)日本貿易振興機構の窓口へ案内し、輸出に有効な情報の入手を支援することで輸出の活性化を図り、商流へ繋げるきっかけとする。	引き続き、(独)日本貿易振興機構との輸出相談の活発化を促すとともに、輸出に係る相談内容に応じて(独)日本貿易振興機構の窓口へ案内し、輸出に有効な情報の入手を支援する。



中国人インフルエンサーによるPR策
(イメージ画像)



泡盛クイーンズサポーター



泡盛鑑評会表彰式

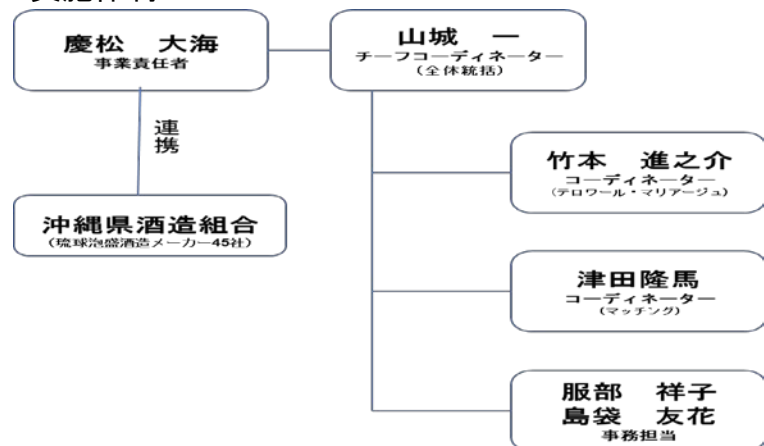
アワモリビジネスパートナーシップ事務局事業 (株式会社Blueship)

ABP事務局

●事業概要 (支援: マッチング3件、連携支援事業者10社)

海外への輸出(インバウンド対応を含む)を行おうとする泡盛メーカーと輸出のノウハウや体制を有する様々なビジネスセクターの発掘・マッチングや、「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」の関係機関が行うプロモーション等をビジネスに結びつけるネットワーク「アワモリビジネスパートナーシップ」事務局体制を構築する。

●実施体制



●実施計画

随時: 事業者マッチング

4月: 事業計画の策定

5月: 酒造メーカーアンケートの実施

5月: 酒造メーカー訪問

5月: 事業受託事業者訪問(7月、9月、11月、1月、3月)

7月: ABPP会合開催(11月、1月、3月)

10月: 海外展示会出展(オンライン出展予定)

1月: 海外専門家招聘(予定)

●事業実施内容(主な取り組み)

①新たなビジネスの創出、発掘業務等

- ・コロナ渦の中、海外で実施されている販売方法(ネットスーパー、デリバリーシステム、越境EC等)の活用を目指し当該事業者と泡盛酒造メーカー様とのマッチングの推進(シンガポール、中国、香港等)
- ・ハリアルコール(45度以上)ニーズにおける泡盛事業者の実態調査。

②各戦略の効果的な実施の支援等

- ・令和2年度沖縄酒類製造業自立経営促進事業の受託事業者に対しての定期的なヒアリングを実施。
- ・オンライン展示会(Bar Convent Berlin)への出展(10月12日~18日)withコロナ時代を見据えた販路開拓として、海外のオンライン展示会へ出展を行い、オンライン展示会の利点や欠点、泡盛の可能性を調査
- ・ABPP(アワモリビジネスパートナーシッププレーヤーズ)会合を年4回(7月、11月、1月、3月)開催し、事業を実施している事業者各社における情報の共有と課題の整理を行う。
第1回目は7月9日にリモートも活用し開催した。(2回目以降も開催方法検討)

③事業対象国ごとの輸出にあたっての課題の整理及び解決策の検討等

- ・事業実施事業者への定期的な訪問の際、事業実施に対する課題と対策について共有を行い、課題解決に向けた支援体制を確立し、目標達成に向けた支援を行う。

琉球泡盛海外展開（ハードリカープロジェクト）事業 株式会社Blueship沖縄

ハードリカー

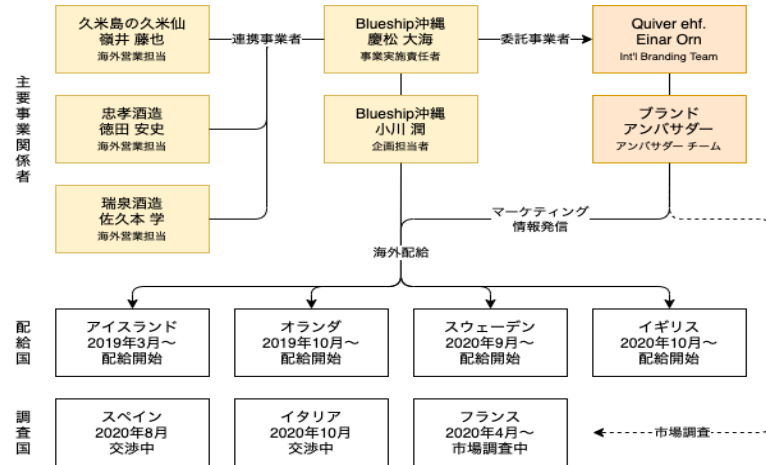
欧米

●事業概要（市場：欧米市場、R2年度出荷目標：8.00KL R元年度出荷実績：8.00KL）

本事業は、これまでのプロダクトアウト型ではなく、マーケットのニーズを把握して商品開発に活かすマーケットインの視点を取り入れることにより、売れる商品、マーケットに認めてもらう製品を作り、海外出荷を増加させる取り組みである。また、泡盛の持っているポテンシャルを活かし、アルコール度数の高い「ハードリカー」として欧米圏への販売を目指し、新たなカテゴリーとして、AWAMORIの可能性を追求していく。

コロナ禍により渡航が困難なため、リモート活動の強化と、現地協力者による普及活動の取組に注力する。

●実施体制



●事業実施内容（対象地域：北欧、中欧、Benelux、南欧） ※リモートミーティング 随時実施

- オリジナル・カクテルメニューの開発（5箇所）**
オリジナルカクテルメニューの開発を行い、メニュー定番化を実施。
- 店舗とのコラボレーション企画の推進（3箇所）**
影響力の高いバーの泡盛カクテルのプロモ映像制作・展開。
- ブランドアンバサダーの活用**
酒類業界の現地協力者をアンバサダーとして任命し、認知度向上と市場調査を実施。
- AWAMORI MASTER CLASS（琉球泡盛の勉強会）の開催（3回）**
対象地域においてオンラインセミナーの開催を積極的に実施。
- 市場の開拓**
欧州ネットワークを強化し、既存配給国のプロモーション調査並びに新規販路開拓に向けた調査活動の実施。

●実施計画

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	1月	2月	3月
1. オリジナル・カクテルメニューの開発	① SLIPBARINN (氷)		② CHINA TANG (英)			④、⑤ 仕込み中				
2. 店舗とのコラボレーション企画の推進						① アイスランド	② スウェーデン	③ 調整中		
3. ブランドアンバサダーの活用		任命、普及活 (英)	市場調査 (伊、西)			普及活動 (英)、市場調査 (仏)				
4. AWAMORI MASTER CLASS の開催	① 国際バーテンダー向け (英、伊、仏)	② 国際バーテンダー向け (英)	③ The Bar at the Dorchester (英)	④ Galvin at the Windows (英)	⑤ Duck & Rose (氷)	⑥ Funi 1898 (伊)				
5. 市場の開拓		★プロモ開発開始 (氷)			★プロモ開発開始 (瑞)	★プロモ開発開始 (英)				

●事業概要 (目標: 世界各国スピリッツ関係者への「沖縄＝泡盛」の認知及び認知拡大)

海外市場において、泡盛製造業者が主体となって、泡盛の輸出を促進するための「ブランドイメージ」の在り方の検討、現地での新たな販路開拓等の調査

①沖縄県産長粒種米で製造された泡盛を活用した商品差別化戦略(テロワール戦略)の実施

②食と泡盛のペアリング等の提案を組み合わせた販売戦略(マリアージュ戦略)の実施

●事業目標: 参加者にアンケート調査を実施し、本事業に参加した事による“意識向上”及び“事後の具体的な活動内容”を確認

- ・「泡盛テロワール理解が向上した」「購入意欲が向上した」「推奨意向が向上した」等において、参加者の80%以上が向上と回答する事を意識向上の指標とする
 - ・①自身が務める海外向け研修プログラムに泡盛を盛り込む②自身の持つメディアで泡盛の魅力を発信する③自身の店舗にて泡盛の取扱いを行う
- これらのいずれかを、今後行う活動として参加者に設定してもらう

●事業実施内容(主な取り組み)

①沖縄県産長粒種米で製造された泡盛を活用した商品差別化戦略(テロワール戦略)

■泡盛全体を、沖縄の地域性＝テロワールと捉えたオンライン研修を実施し、WSETの専門家7名を泡盛アンバサダー(泡盛ジブンナー*)に任命

*泡盛ジブンナー(AWAMORI JINBUNER)

生きるための知恵、生活に生きる知恵を方言で「ジブン」と言い、ジブンに備えた人・賢い人を「ジブンナー」と呼ぶ、尊敬をもって評する言葉。
泡盛の知識を備えた、評価に値する人。という意味合いで。

■WSET®泡盛アンバサダーを活用した世界のスピリッツ業界に最も影響力がある海外展示会出展(BCB2020)による普及活動

- ・BCB(Bar Convent Berlin) 2020自体が今年度はオンラインで開催される為、このオンラインプログラムに参加をする。

BCBベルリン2020オンラインウィーク

開催日: 2020年10月12日(月)～18日(日)

参加プログラム

- 公式HPへの情報掲載: 「泡盛訴求動画」を作成し掲載
- 最大47,000名のスピリッツ関係者データベースに向けたEメール配信
→ウェビナーへの参加誘導
→沖縄酒造組合のWEBサイト内に設置する特別ページへの誘導
- ウェビナーの実施: 45分間のウェビナー+20分間のQ&A(2コマを想定)→ベルリン時間 10/12もしくは10/13で調整中



■WSET専門家監修による沖縄県産長粒種米泡盛の今後のブランディングの指針を作成

- ・WSET専門家やミクソロジスト南雲主于三氏に沖縄県産長粒種米泡盛のテイスティング&フィードバックを頂き、テイスティングコメントの取りまとめ、沖縄県産長粒種米泡盛のスペシャルブランドとしての戦略指針を作成する。
- ・年末に送付～2021年1月頃にテイスティング～フィードバック～テイスティングコメントの取りまとめ～戦略指針を作成

②食と泡盛のペアリング等の提案を組み合わせた販売戦略(マリアージュ戦略)

■北米地域に在住し、沖縄への訪問経験のあるWSETの専門家等にオンライン研修を実施し、泡盛アンバサダー(泡盛ジブンナー)に任命

- ・家庭で作れる泡盛カクテルレシピやマリアージュメニューを開発してもらい、オンラインマリアージュイベントを開催

泡盛ジブナープログラム（北米例）

実施日時				講師の名前	肩書	講義内容	備考	日本時間			
1	2020/9/13	日	19:30-21:30	120'	豊川哲也	沖縄県 工業技術センター 技術支援班	■泡盛の製造工程 （麹、発酵、蒸留） ■泡盛の歴史（製造方法や熟成、 味わい、スタイルの変遷）と、琉球の歴史		2020/9/14	月	0830-1030
2	2020/9/28	月	19:30-20:30	60'	田中洋貴	沖縄県 農業研究センター 名護支所 作物園芸班	■県産長粒種米の栽培について ・気候等の栽培環境について ・品種の特徴 ・栽培カレンダー ・タイ米との比較 ・栽培実験に際しての苦労等		2020/9/29	火	0830-0930
3	2020/10/12	月	19:30-21:30	120'	相澤常滋	沖縄国税事務所 主任鑑定官	■泡盛のフレーバーホイール、 オフフレーバー ■官能評価、 鑑評会の評価手法	事前にお送りした 酒器とお酒を使います	2020/10/13	火	0830-1030
4	2020/10/19	月	19:30-21:00	90'	玉村隆子	沖縄県 工業技術センター 食品・醸造班	■泡盛の熟成について （古酒、容器、瓶内熟成）		2020/10/20	火	0830-1000
5	2020/11/2	月	18:30-19:30	60'	比嘉康二	泡盛倉庫 店主	■マリアージュ ■伝統的なサービス手法		2020/11/3	火	0830-0930
			19:30-20:30	60'	南雲主于三	ミクソロジスト	■ミクソロジー カクテルメイキング	事前にお送りした お酒を使います			0930-1030
					■泡盛ジブナー叙任式						

スケジュール

TIME	テロワール オンラインセミナー	テロワール BCBオンライン	テロワール 沖縄県産長粒種米泡盛	マリアージュ ※想定スケジュール
10月	泡盛ジブナーとして 以下のような活動を積極 的に行っていく	12～18 オンラインウィーク		オンラインセミナー
11月				
泡盛ジブナー叙任式				
12月	・自身が務める海外向け 研修プログラムに泡盛 を盛り込む ・自身の持つメディアで 泡盛の魅力を発信する ・自身の店舗にて泡盛の 取扱いを行う		本年度の 沖縄県産長粒種米泡盛を 送付	泡盛ジブナーとして 活動を積極的に行ってい く マリアージュイベント 開催
1月			テイスティングイベント 開催	
2月			テイスティングコメント の取りまとめ～ 戦略指針を作成	
3月		3/22 契約期限		

新型コロナ禍の状況も踏まえ、輸出拡大を促すために、今後組合として取り組むべき施策の方向性

■プロモーション施策

	施策内容	取組状況	酒造組合 重要度	コロナ禍 重要度
①	海外における泡盛の販路拡大・広報周知の支援	取組中		
②	海外での酒類コンペティションの周知徹底（オンラインセミナー等を含む）	取組中	○	◎
③	各地域と各酒造所の親和性を考慮した、地域独自の酒蔵ツーリズムのMVV（ミッション・ビジョン・バリュー）構築とPRの周知	取組中	○	
④	海外観光客導線ポイントとしての「クルーズ船」「羽田空港国際線（出国エリア含む）」「那覇空港国際線（出国エリア含む）」などでの試飲体験及び即売会イベントの実施	検討中		
⑤	泡盛PR用の多言語対応動画の作成	取組中		
⑥	多言語対応動画を各国現地で閲覧を促すためのSNS展開施策	検討中	○	

■環境整備施策

	施策内容	取組状況	酒造組合 重要度	コロナ禍 重要度
⑦	地理的表示「琉球」の酒類の範囲の拡大（原アル含む）に伴う公正競争規約	取組中		
⑧	海外における「琉球泡盛（漢字・英語・現地語）」商標登録の申請登録	検討中		
⑨	海外における、各国別の輸出にあたり留意すべき点の指標化 （国別の規制事項や商慣習、また商取引での与信問題や現地国での消費者ライフスタイルの変化などの情報をまとめた一覧表）	検討中	○	

■人材育成施策

	施策内容	取組状況	酒造組合 重要度	コロナ禍 重要度
⑩	これからのデジタル貿易に対応するための人材育成事業 ※BtoB向けのオンライン商談スキル（Eコマース活用充実）やプレゼン能力の向上 ※BtoC向けの、想定ターゲット層を意識した情報発信スキルアップの向上	検討中	○	◎