



いいね！AWAMORI展 開催概要

沖縄総合事務局・沖縄県酒造組合は、琉球泡盛の需要拡大に向けた「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」の取り組みとして沖縄大交易会2018の開催（11月29日、30日）に併せて「いいね！AWAMORI展」を開催した。沖縄の全47酒造所の琉球泡盛を展示・試飲、製法・歴史の紹介や海外市場に向けたブランド戦略・海外向けに開発した泡盛新商品の展示、料理に合わせた泡盛の提案・試食等を実施した。【来場者数】約960名（2日間）11月29日(木) 約600名 30日(金) 約360名

実施内容

・琉球泡盛海外輸出プロジェクト紹介

官民による泡盛海外展開の取組のパネル展示や、国産長粒種米による泡盛づくりの取組のパネル展示、試飲。

・泡盛と食の組み合わせ提案～マリアージュ～

食事のシーンに合わせた泡盛との組み合わせの展示、試飲・試食。

・琉球泡盛製法・歴史紹介

パネル展示や47酒造所の泡盛を展示、試飲。

・欧米・中国における泡盛の海外展開

海外市場から見たブランド戦略・商品づくりをテーマにアイスランドや中国向けの取組についての海外向け商品の展示、パネル展示、映像による紹介。

・インバウンド向け取組紹介

酒蔵ツーリズム、クルーズ船内プロモーション等についてパネル展示及び映像で紹介。

主 催：沖縄総合事務局、沖縄県酒造組合

共 催：(株)Blueship沖縄、(株)ビンコウHD

日 時：平成30年11月29日(木)・30日(金)10:00～17:00

場 所：沖縄コンベンションセンター会議棟A 会議場A3

来場者数： 約960名（2日間）

泡盛と食の組み合わせ提案（沖縄総合事務局）

日本ソムリエ協会の協力により、泡盛をよりおいしく楽しめる食との組み合わせ25例を紹介。当日は、日本ソムリエ協会沖縄支部のソムリエが解説を交え、来場者へ5例の試食・試飲を提供。



欧米における琉球泡盛の海外輸出プロジェクト

（株）Blueship沖縄

欧米市場に向けた取組。ローカルのバー等で展開し、ハードリカー分野での琉球泡盛のブランド構築を目指す。2017年度はアイスランドでカクテルコンペ等を実施、本格販売に向けた取組を紹介。



「沖縄白酒」中国輸出&インバウンド展開事業

（ビンコウHD(株)）

泡盛を中国市場および中華系インバウンド市場向けに展開。泡盛「日本酒」ではなく「白酒」（蒸留酒）として認知させるため、歴史的な琉球王国の御用達酒としてブランディング・PRの取組を紹介。



県産長粒種米泡盛の製造プロジェクト（株）Blueship沖縄

琉球泡盛の価値を向上させるべく、沖縄県内にて長粒種米を栽培し泡盛を製造する取組。沖縄県内で栽培中のコメの収穫が11月のため、展示会では、国産長粒種米で仕込んだ泡盛を紹介、試飲を行った。



酒蔵ツーリズム・クルーズ船内プロモーション展開事業

（沖縄県酒造組合）

インバウンドを中心とした観光客を対象に琉球泡盛をPRする取組。各酒造所を紹介し地域回遊や体験を促す酒蔵ツーリズムや、香港等のクルーズ船内での泡盛試飲体験等のプロモーションの取組を紹介。



泡盛と食の組み合わせ提案～マリアージュ～

日本ソムリエ協会の協力により、泡盛をよりおいしく楽しめる食との組み合わせ25例を紹介。沖縄大交易会 2018 の開催（11月29日、30日）に併せて併設した「いいね！AWAMORI展」において、日本ソムリエ協会沖縄支部のソムリエが解説を交え、来場者へ5例の試食・試飲を提供した。



【来場者感想】

①強い泡盛は飲めないと思っていたが、食事と組み合わせたことでこんなにおいしくなると思わなかった。（バイヤー）

②泡盛と食の組み合わせ提案は面白い試み。取引のあるカンボジアで同じような展示会を企画したい。（バイヤー）

 シュークルット (キャベツの塩漬けとソーセージ) ✕ 泡盛 常圧 ロック 猪肉做成的香肠与盐渍高麗菜的熟成香氣，與泡盛的風味完美調和 The aged aroma of pork sausage and salt preserved cabbage harmonize with the taste of this Awamori.	 グルクンのから揚げ ✕ 泡盛 木樽熟成 ロック 橡木桶裡的煙燻味，讓香氣更為突顯，風味更加高雅。 The refined taste is enhanced due to the elevated aroma of roasted oak barrel.	 ブランダー (塩鱈とポテトのサラダ) ✕ 泡盛 常圧 ライト ロック 泡盛特有的礦物質感及鹽碘香與堅果香，將鹽鱈與馬鈴薯的風味完美融合。 The mineral taste with iodine and nut aromas of this Awamori compliments the taste of both salt cod and potatoes..	 カレー風味の一口コロケ ✕ 泡盛 減圧 カクテル (うっちゃん茶割り) 與咖哩中的薑黃（薑黃）風味融和，突顯出料理的風味。 The taste of turmeric, often found in curry, is absorbed and enhances the dishes flavor.	 鶏レバーのムース ✕ 泡盛 減圧 カクテル (ハイビスカスティー割り) 深色果實宛如鐵質般的口感與肝臟蘊含的鐵質風味完美融合。 The Awamori's flavor like that of iron in dark fruit wine harmonizes with iron taste of liver.
---	---	--	---	---

【泡盛×食の組み合わせ事例】

欧米における琉球泡盛の海外輸出プロジェクト(株)Blueship沖縄)

欧米市場に向けた取組。ローカルのバー等で展開し、ハードリカー分野での琉球泡盛のブランド構築を目指す。2017年度はアイスランドでカクテルコンペ等を実施した。

新パッケージ(オリジナル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日に記者発表。

①2019年1月9日空輸にて欧州へ向け出荷(750ml 180本)

②2019年1月29日船便にて欧州へ向け出荷(750ml 540本)合計**720本**出荷(30度換算で約**0.7kl**)

・オリジナルボトルデザインについては、3月にサンプル完成。



①2019年1月9日空輸便



②2019年1月29日出荷分船便

初期型ボトルによるプロモーション活動

・AWAMORI MASTER CLASS(2019年2月26日実施)

泡盛がどういうお酒なのかを酒造メーカーの方々に講師になってもらい、アイスランドのバーテンダーや酒類販売関係者向けに勉強会を開催した。(第1回講師: 忠孝酒造株式会社 代表取締役社長 大城勤氏)

・第2回AWAMORI TASTE WARS in Reykjavik(2019年2月28日実施)

泡盛カクテルコンペティションを開催し、バーテンダーの方々に泡盛ベースの創作カクテルを開発してもらい、泡盛の商品開発、認知度向上を図る。

・AWAMORI Weekend(2019年3月1日、2日実施)

TASTE WARS参加バーテンダーの店舗にて泡盛カクテルを前面に押し出したイベントを実施。

バーテンダーが創作した泡盛カクテルを各店舗にて提供してもらい、泡盛の認知度向上を図る。

<初期型ボトル>



MIZU

TSUCHI

KAZE



ハイレベルなカクテルが誕生する



業界関係者などおよそ20名が来場

「沖縄白酒」 中国輸出&インバウンド展開プロジェクト

泡盛を中国市場および中華系インバウンド市場向けに展開。泡盛「日本酒」ではなく「白酒」(蒸留酒)として認知させるため、歴史的な琉球王国の御用達酒としてブランディング・P Rの取組を紹介。

泡盛が中国輸出における原因分析と対策

- ・課題1 マーケット問題: 同じ漢字圏であっても、「泡盛」は通じない
→現地に理解される名称で展開する必要がある(「沖縄白酒」)
- ・課題2 日本酒マーケット問題: 日本酒の一種として展開すると非常にニッチなマーケットに限られる
→白酒のマーケットで販売する必要がある。

「沖縄白酒」製品開発までの流れ

- ・沖縄白酒として用いる53度の泡盛原酒の品質確認・調整
- ・容器の選定、デザイン調整、ロゴの決定
- ・今回の製品は富裕層向けハイエンド商品として製品化するため、泡盛の原酒を「沖縄白酒」(53度採用)として商品化することになった。

「沖縄白酒」の定義



沖縄酒 (琉球酒)	
沖縄白酒←45度以上	45度以下→琉球泡盛

- ・ 沖縄産
- ・ 45度以上
- ・ 無色透明
- ・ 蒸留酒・原酒

★中国のハイエンド白酒は50~53度である

販売戦略

- ・中国白酒のハイエンドマーケットに切り込む→富裕層向けの商品を開発。
- ・大中華圏のマーケットに展開する→台湾・東南アジアの華人ネットワークを活用(協力: 香港現地法人「一本木」(貿易会社))
- ・国内とインバウンドマーケットに展開する
→南島酒販、他(民泊会社、配車会社、マリンスポーツ社)を通してマーケット展開中。
- ・オンライン・オフラインの2本立てで販売する
→「1919」「天猫」等に出品予定。福建省にある「沖縄館」(店舗)を拠点とする。

今後の主な課題と対策

1. 販売ネットワークの構築
 - ・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中。
 - ・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の販売を開始する。
2. ブランドと商品の認知度の低下
 - ・啓蒙活動
 - ・PR活動強化
 - ・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。
3. 商品の質のさらなる向上。
 - ・価値基準を一致させ、標準化して管理する。
4. 中国流通面の確保(倉庫、物流等)
 - ・定番ルートを構築する。



平成30年度沖縄酒類製造業自立経営促進事業（長粒種米酒プロジェクト）

琉球泡盛の価値を向上させるべく、沖縄県内にて長粒種米を栽培し泡盛を製造する取り組みを行った。

～沖縄県内における長粒種米の生産（県産長粒種米）～

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

【圃場 1】（20アール）
田植え：8月1日実施
収 穫：11月5日実施
想定収穫量：660Kg程度

【圃場 2】（20アール）
田植え：8月20日実施
収 穫：12月3日実施
想定収穫量：480Kg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、草姿よし
風による粳のすれはあるが、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。



県産長粒種米	県外産長粒種米
沖縄県農業研究センター石垣支所で栽培した県産長粒種米を使用した泡盛の蒸留を実施した。 ＜第1回収穫分＞ 収穫量：660Kg 蒸留所：忠孝酒造株式会社 数 量：約560L 製 造：平成30年12月2日 貯 蔵：平成31年1月4日開始 ＜第2回収穫分＞ 収穫量：480Kg 蒸留所：株式会社多良川 数 量：約410L 製 造：平成31年1月31日 貯 蔵：平成31年2月16日開始 * 第2回目収穫分については、想定以上の分量となったことから同社へ試験製造を依頼した。	県産長粒種米の栽培において天候によるリスク回避等のために熊本産長粒種米を購入し、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 製 造：平成30年8月6日 貯 蔵：平成30年8月末開始 上記の県外産長粒種米は、平成30年11月29日、30日に開催された「沖縄大交易会」において試飲実施。 これまでにない味わいと国内バイヤーからも高評価、コスト面での課題をどうクリアするかが課題である。 平成31年2月28日に実施した第2回 AWAMORI Teast Warsに併せて、試飲を実施。アイランドのバーテンダーからは、香りがよく甘みを感じるという評価を得た



沖縄伝統空手×泡盛 PR動画の制作

泡盛の市場拡大に向けた情報発信事業として、空手と泡盛の関連動画を制作。

国際的なブランドである空手と泡盛は、歴史的背景などから親和性が高く、世界の1億3千万人の空手家を対象として、第1回沖縄空手国際大会(平成30年8月1日～8日)や、オリンピック等で来沖する空手家や海外の空手家へ泡盛の良さなどを伝えるため、本事業では、関連動画を制作しSNS・動画サイト等による情報発信を行った。

【PR動画の内容】

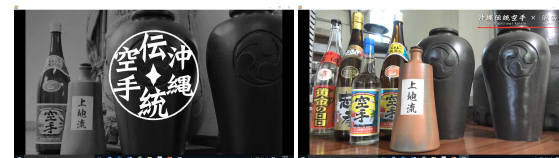
(1) 沖縄空手と琉球泡盛の関係の視点

- テーマ1) 歴史
- テーマ2) 製造方法
- テーマ3) 飲み方
- テーマ4) 楽しみ方 エイジング、贈答用、記念品

(2) 沖縄空手家と琉球泡盛の関係の視点

- テーマ5) 剛柔流 伝統編 高段者マスタークラス
- テーマ6) 剛柔流 現代編 現役選手
- テーマ7) 少林流 伝統編 高段者マスタークラス
- テーマ8) 少林流 現代編 現役選手
- テーマ9) 上地流 伝統編 高段者マスタークラス
- テーマ10) 上地流 現代編 現役選手

<https://www.youtube.com/channel/UCmaikW-gShg2BfV-1xPWAYA>



空手家優待符の発行

(KARATE-MAN PASS)

沖縄に在住・訪問した空手家向けに、沖縄県空手会館、各空手道場にて配布中。

【優待内容】

富士商店(沖縄県那覇市久茂地3-23)

- ・お買い上げ金額から10%OFF
- ・泡盛ミニボトルを1本プレゼント

DOJO BAR(沖縄県那覇市字安里101)

- ・お会計時に500円分割引き など

