



琉球泡盛 海外輸出プロジェクト

～現状・課題と今後の取り組みを踏まえた目標数値について～

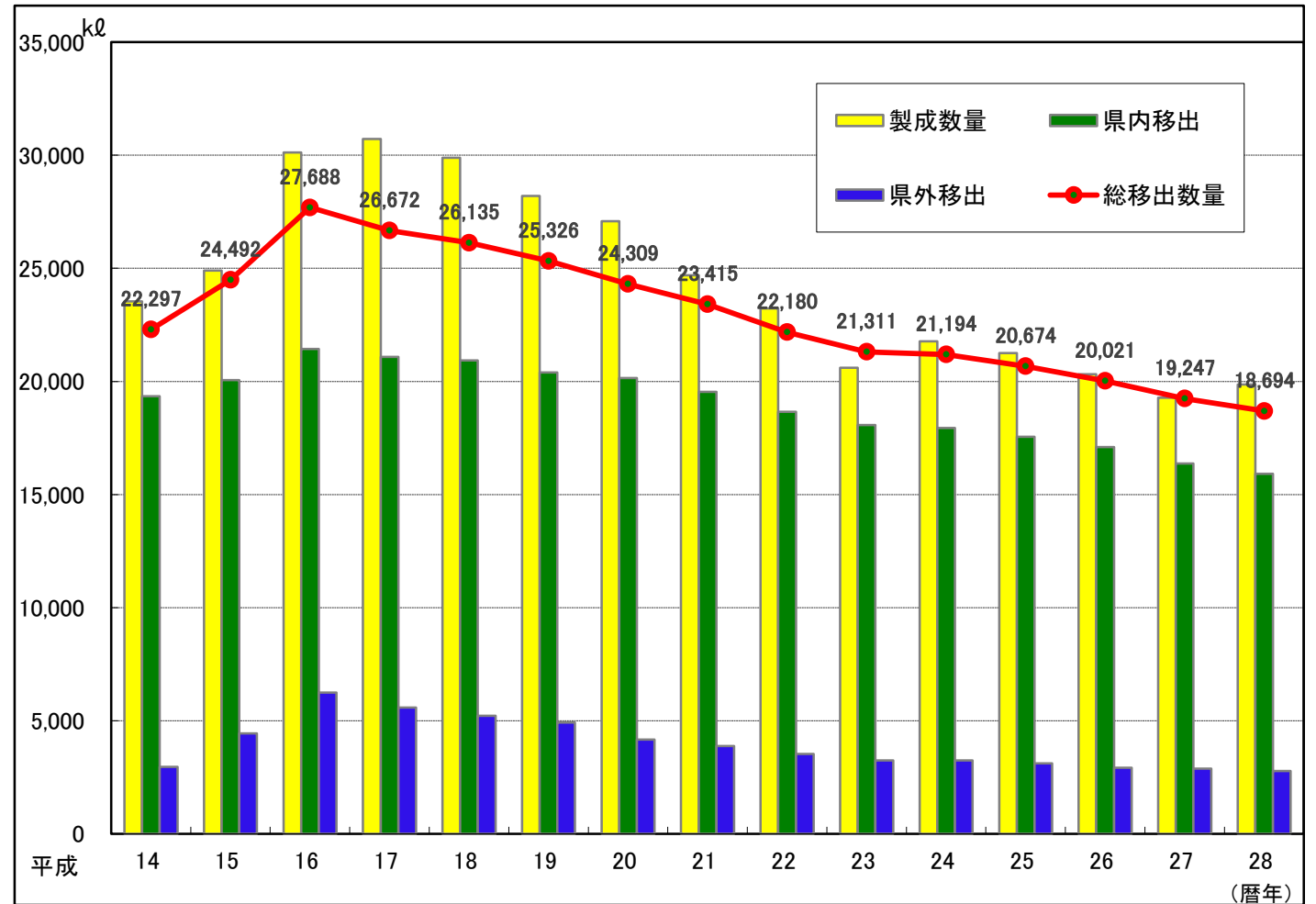
■ 琉球泡盛 製成数量・移出数量（県内、県外）の現状

①移出数量は平成16年の
27,688KLをピークに
12年連続で減少

②平成28年の移出数量の内訳と
ピークの平成16年との対比

- ・ 県内移出 15,913kl（34%減）
- ・ 県外移出 2,781kl（47%減）

③平成28年の移出数量はピークの
平成16年と比較して**32.5%の減少**



■ 琉球泡盛 海外輸出数量の現状

- ① 平成28年の輸出酒造所数は【20社】で
平成23年度と比較して2倍以上の輸出数量
- ② 平成28年の移出数量（18,731kl）に占める
輸出数量の割合は【0.2%】
- ③ 平成28年の海外輸出割合（酒造組合調べ）
【アジア：66.5%】 【アメリカ：31.1%】
【欧州：1.4%】 【その他：1.0%】

上位海外輸出国割合について

1位	香港	(31.2%)
2位	アメリカ	(31.1%)
3位	台湾	(14.2%)
4位	中国	(9.6%)
5位	タイ	(4.3%)
6位	韓国	(3.9%)



■ 輸出国（平成28年時点） ※合計24カ国

アメリカ・カナダ・メキシコ・台湾・香港・マカオ・中国・韓国・
シンガポール・マレーシア・タイ・フィリピン・ベトナム・パラオ・
インド・ネパール・ロシア・オランダ・スペイン・スイス・フランス・
ベルギー・オーストラリア・ニュージーランド

■海外展開の取り組み ①

①アイスランドミッション

- ・ **北欧でのアイスランドでの現地消費者調査を実施**
現地の消費者へ原材料を明かさず、意見交換をした際に、「高級なウォッカ」「上質なジン」と好評価！
- ・ **欧米市場への泡盛カクテルコンペ実施（2018年2月実施）**
現地消費者向けの泡盛カクテルを開発し、泡盛の特徴や歴史的背景を踏まえた上で、更なる泡盛ブランド拡大を狙う



琉球新報社 朝刊
2017年12月7日（経済面）



沖縄タイムス社 朝刊
2017年12月8日（経済面）

②日タイ修交130周年記念事業

- ・ タイで泡盛に関する基調講演及び商品PR（県アジア経済戦略課）
- ・ 外務省主催天皇誕生日祝賀レセプション



沖縄県酒造組合 提供
2017年11月21日～23日

■ 海外展開の取り組み ②

③ ロサンゼルスでの泡盛販路拡大

- ・ アルコール度数が高い商品が特に人気
- ・ 糖質ゼロのヘルシーさが口コミで話題沸騰
- ・ 40度以上の泡盛、ロックでの飲用が特に人気！



沖縄タイムス社 朝刊
2017年1月7日（経済面）

④ 海外優良インフルエンサー招聘ツアー企画

（日本酒造組合中央会）



沖縄県酒造組合 提供
2017年10月23日

インフルエンサーの配信サイト：<https://talesofthecocktail.com/in-depth/ancient-art-awamori>

■海外展開の取り組み ③

⑤外務省在外公館 推奨商品

- ・在外公館のパーティーに泡盛使用（外務省が初採用）
- ・2018年2月 外務省主催シンガポールで琉球泡盛をPR！

在外公館宴に泡盛

【東京】世界各地の日本大使館・総領事館などの公館が開く歓迎会や夕食会、パーティーなどに提供される泡盛リストに、2017年度から琉球泡盛が登録された。泡盛が登録されたのは初。5月から約3カ月の間に200本近くの注文があり、外務省の担当者は好スタートを切ったと話している。外務省は注の成績がよく、日本酒造組合連合会からの推薦がある。

今年度から初提供

3カ月で200本注文

琉球新報社 朝刊
2017年8月9日
（経済面）

⑥OCVBと連携したMICE事業



沖縄県酒造組合 提供
2017年8月23日

⑦泡盛マイスター協会

- ・台湾主要大学での琉球泡盛学講座の実施
- ・シンガポールでのエリートバーテンダーコース



■ 海外展開の取り組み ④

⑧ 海外クルーズ船内での商品プロモーション



沖縄県酒造組合 提供
2017年10月

⑨ 県内観光地でのインバウンド対応（首里城銭蔵でのプロモーション）



沖縄県酒造組合 提供
2017年11月1日～5日

■外国人観光客受け入れの環境整備

1 酒造所見学の受け入れ

(1) 3 1 酒造所が受入れ対応

※酒造所内での酒蔵ツアーやライン見学、泡盛の製造体験などでの受け入れ対応を行っている

※ 1 5 酒造所は現在検討中している

2 多言語対応

(1) 英語対応職員配置（1 5 酒造所対応）

(2) パンフレット（1 8 酒造所対応）

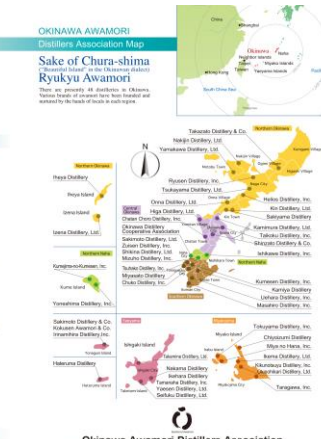
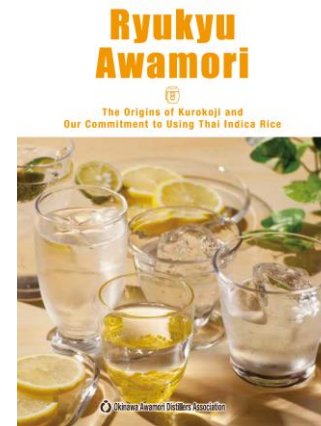
※英語・簡体語・繁体語・ハングル語を制作

(3) 泡盛プロモーションビデオ（酒造組合）

※英語・繁体語・ハングル語のテロップ対応

10分ほどの尺で、泡盛の歴史や文化・製造工程や飲み方提案などを踏まえた説明用PV

（2月中旬完成予定）



■ 海外出荷に向けての「課題」

【規制】

- ・ 関税の懸念（参入障壁）
- ・ 各国での容器容量の規制（容器選択の難渋）

【人材育成】

- ・ 言語対応の懸念（人材育成含め）
- ・ 輸出に対する基本知識が乏しい

【商業活動】

- ・ 商慣習の懸念（与信問題など）
- ・ ライフスタイルの懸念（生活慣習や価値観の不一致）
- ・ 泡盛商品の理解と認識の不一致
- ・ 外国での市場価格が高価格帯（多くの流通介入など）

【その他】

- ・ 長期的な現地販売戦略の下支え（海外への初期投資や売上対収益の採算性など）
- ・ IOTやフィンテックなどの「ITインフラ整備」の遅れ

■ 海外輸出に向けての「今後の取り組み（予定）」

- ① **多言語化の充実**（英語・中国語・韓国語・タイ語などの翻訳対応）
- ② **国別客層のペルソナ分析**（業界の共通指標として）
⇒各国の消費者の実情把握を行い、情報精度をあげて業界の海外顧客の国別のライフスタイル指標を作成（沖縄県アジア経済戦略課やOCVBと連動して）
- ③ **H.PやSNSの充実**（記事などの配信工夫）
⇒泡盛百科のH.P改修やスマートフォン用のフレキシブル対応
⇒地理的表示（GI琉球）の意義などについての理解周知をはかる
- ④ **食と泡盛とのペアリング提案**（和食・洋食・中華での相性提案など）
- ⑤ **健康志向に伴う、泡盛の効能効果の伝え方**
⇒糖質ゼロ、プリン体オフ、低カロリー、血栓溶解酵素、アンチエイジング効果など

■ 海外輸出拡大に向けての「業界目標数値」

輸出倍増計画

💡 3年後（2020年）
輸出目標数値⇒70kl
※2017年対比で233%

💡 5年後（2022年）
輸出目標数値⇒100kl
※2017年対比で303%

