

泡盛業界の今後の展望について

沖縄県酒造組合連合会会長 佐久本 武

沖縄総合事務局次長 竹井 嗣人

沖縄の地場産業である泡盛業界の今後の振興や展望等について、沖縄県酒造組合連合会の佐久本会長にお話を伺いました。

1 泡盛業界の現状について

(竹井次長)

佐久本会長は2004年から沖縄県酒造組合連合会の会長として、古酒表示の自主基準を設け、古酒、詰口年月日、琉球泡盛のラベル等の統一表示を実施するなど、沖縄の地場産業である泡盛業界の振興に御尽力されています。また、昨年7月には泡盛業界として「琉球泡盛の出荷拡大戦略」を取りまとめられました。

本日は、沖縄の地場産業として産業や雇用など地域経済の一翼を担っておられる泡盛業界のこれまでの取り組みや現状をお聞かせいただいた上で、今後の泡盛の出荷拡大に向けた戦略や展望等について、お聞きしたいと思います。まず初めに、泡盛業界の現状についてお聞かせください。

(佐久本会長)

泡盛業界は酒税軽減措置などの御支援をいただきながら、経営基盤の強化を図るとともに泡盛の品質向上に取り組んで

まいりました。おかげさまで、泡盛の出荷量は順調に伸びてきましたが、昨今の景気低迷や若者のアルコール離れなどにより、平成17年度以降、数量、売り上げは減少傾向にあります。業界が一丸となって「琉球泡盛の出荷拡大戦略」を展開することにより、売り上げを回復させるとともに、出荷拡大を通じて沖縄経済への貢献を果たしていくことが、今後の大きな課題だと考えています。

30年前、泡盛の県外への出荷量はわずかしかありませんでしたが、現在は全体の2割を県外へ出荷しています。今後の目標は、全体量の5割を県外出荷とすることであり、県外・海外への販路拡大や市場開拓に地道に取り組んでまいります。

ちなみに、空港でお土産品として販売されている泡盛は、かなり大きなウェートを占めています。これらは県外出荷ではなく県内消費として扱われますが、実質は県外消費になりますので、実態は3割近くが県外で消費されていることになると思います。

沖縄を訪れる観光客は、7〜8割がリピーターということなので、沖縄に足を運んでいない人の方が圧倒的に多いんです。逆の発想をすれば、圧倒的なボリュームの市場がそこにあるわけです。泡盛は知っているけれども飲んだことがないという人が全国に相当いると思っています。泡盛には、消費面でまだまだ伸びしろがあり、県外・海外市場の開拓の余地があると思っています。

(竹井次長)

泡盛の専門店に行くともものすごい数の泡盛が置かれています。本土のほとんどの人がその種類の多さを知らないと思うんです。県内各地に47の酒造所があり、各メーカーがいくつものブランドを販売していて、非常に多様性があります。私の友人が沖縄を訪れたとき、「こんなに種類があるんだ。」と驚いていました。そういうものを観光や文化に結びつけていくことが大事だと思います。

スコットランドのモルトウイスキーも蒸留所がたくさんあって、それぞれで味わいが異なるものが生まれています。8割以上が輸出だと聞いたことがあるんですが、世界中の皆様が多様性を楽しんでいると思うんです。泡盛もそのようになればいいなと思っています。



沖縄県酒造組合連合会 会長 佐久本 武

Ⅱ 泡盛業界の今後の振興

「古酒の郷（くーすのさと）」

（竹井次長）

今後の振興策の核として、「古酒の郷（くーすのさと）」にも取り組まれているようです。古酒の貯蔵所という意味合いが大きいようですが、観光の名所にすることも考えているのでしょうか。

（佐久本会長）

琉球泡盛は、沖縄の歴史文化そのものであり、世界に誇れるお酒です。この泡盛の付加価値を高め、世界に発信しながら、古酒を核とした県外出荷拡大戦略を確立するため、「協同組合琉球泡盛古酒の郷（くーすのさと）」を設立しました。現在、一期工事として、500キロリットルの貯蔵庫、管理棟、駐車場などの整備を行っており、本年3月には完成します。来年以降は順次貯蔵庫を増やし、最終的には博物館も併設する予定です。博物館は、全酒造所の銘柄をそろえ、泡盛の歴史や泡盛ができるまでの工程を紹介したり、体験学習ができる総合的な施設を目指しています。最初は古酒を貯蔵することに力点を置きますが、琉球泡盛を広く発信する場として、沖縄だけでなく県外の人たちに対しても、泡盛を通じて、沖縄の文化と歴史に触れることができる施設にしたいと考えています。

私の会社の酒造所は那覇市首里にあります。他県の酒と作り方が違うということもあって、視察目的だけでなく一般の

観光客も多数訪れます。「古酒の郷」では、相当の数の観光客の来訪が期待できると思います。

焼酎の中でも、主に寝かせて熟成させるのは泡盛だけです。古酒といえば、琉球泡盛の代名詞であり、アイデンティティです。ところが、アイデンティティと言いつつも、アイデンティティとして古酒を貯蔵する余力がなかったのです。この度、「古酒の郷」として古酒の貯蔵施設ができることを非常に喜ばしく思っています。



完成イメージ図

「琉球泡盛は黒麹の源流！」

（竹井次長）

今年の秋には沖縄科学技術大学院大学が開学します。すでに連携している研究機関もあると思いますが、現状はいかがでしょうか。

（佐久本会長）

県内の大学や研究機関などとの共同研究が考えられます。顕微鏡レベルの研究で、きつと面白いものができると思います。本土の大手焼酎メーカーでは、50人から100人態勢の研究室を持っていますが、県内の泡盛メーカーには研究施設がありません。泡盛の黒麹菌や蒸留粕などの研究はこれからの分野で、大きな可能性を秘めておりますから、今後、研究機関と一緒に、精神的に取り組んでいきたいと思っています。

琉球泡盛の定義は、タイ米を原料とし、黒麹を用いて、全麹仕込みで製造することです。黒麹を使用することによって琉球泡盛を特徴づけています。ところが近年、本土の焼酎メーカーが、黒麹を使用した焼酎を大ヒットさせました。

泡盛は600年以上も同じ製造方法で、黒麹を使うのは当たり前のことでしたから、宣伝に利用するという発想すら浮かばなかったのです。今こそ、沖縄が黒麹の源流だとアピールしなければいけないと思っています。そのためにも泡盛の基礎研究は、重要と考えています。

泡盛業界の今後の

「新しい飲み方の提案」

（竹井次長）

最近では、若者が強いお酒をあまり飲まなくなつたと聞きます。度数の低い10数パーセント程度の焼酎を販売したら、非常に売れたというのを聞いたことがあります。

（佐久本会長）

泡盛にも8度ぐらいの度数の低い商品があります。例えば、沖縄で鏡開きと言えば、今では泡盛が主流です。度数の低い泡盛を販売したことで、鏡開きでは、清酒に替わり、泡盛が主流となりました。低濃度のアルコールでも十分市場としてやっていけると思いますし、実際、売れています。

また、泡盛は無色透明なので、カクテルのベースに向いています。我々は「泡盛マイスター協会」とも連携し、新商品開発や新しい飲み方の提案といった販売促進も行っています。女性や若者などのアルコールが苦手という方々にも楽しく飲んでいただけるよう、水割り、ハイボール、カクテルなどの飲み方の普及を図っています。泡盛は血液をサラサラにする効果がある酵素が含まれていると言われており、低カロリーでお肌や美容にもいいということ、こうした飲み方は女性にも大変人気です。

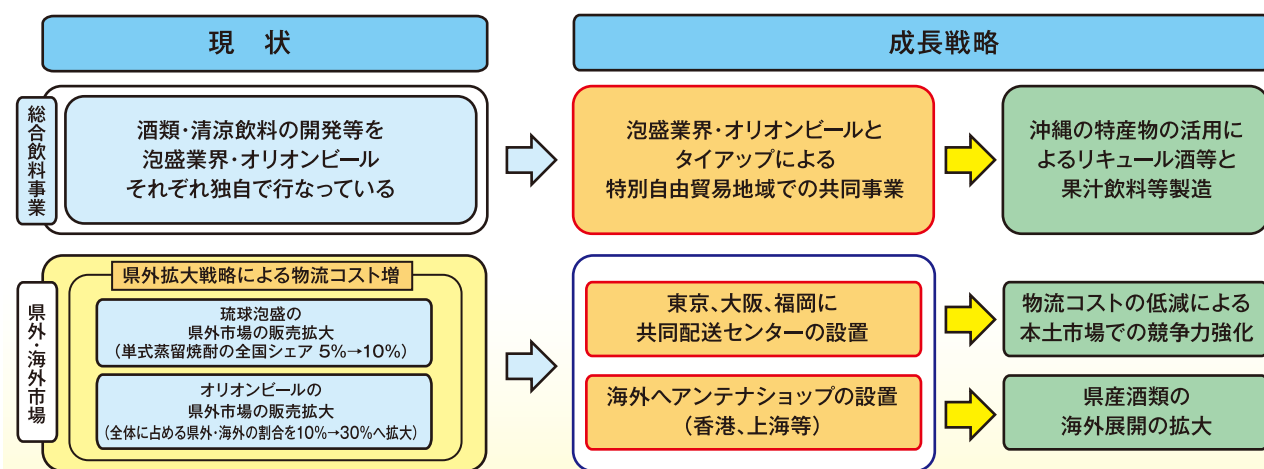
「オリオンビールとの共同事業」

（竹井次長）

同じ沖縄県産酒類ということで、オリオンビールとの共同事業による成長戦略

にも取り組まれているようですね。

泡盛業界とオリオンビール(株)の共同事業による成長戦略



（佐久本会長）

オリオンビールと共同し、J A おきなわとも連携しながら、沖縄の特産物や県産果実を使ったりキール酒や清涼飲料水の製造に向けて取り組みを始めています。また、オリオンビールも県外・海外出荷に取り組んでおられるので、東京、大阪、福岡に共同配送センターを設置することで物流コストを抑え、本土市場での競争力強化を図ることをしています。さらには、香港や上海にアンテナショップを設置して海外市場への展開も共同して行うこととしています。銀座にある「わしたショップ」のようなものが香港や上海にも出来れば、海外に泡盛を広める最適な手段になると思っています。こうした取り組みを通じて、泡盛だけでなく沖縄の様々な食文化を県外・海外に発信することができますようお手伝いしたいと思っています。

「泡盛産業の社会貢献」

（竹井次長）

沖縄県内の雇用状況は厳しいところであり、特に若い方の雇用の場が限られています。人材育成の面で、何かお考えはありますか。

（佐久本会長）

泡盛業界としての社会貢献を絶えず念頭に置いています。泡盛業界では現在1000人以上の方が働いています。また、酒造所は本島・離島の各地に所在しており、各地域での雇用効果は大きいと考え

展望について

ています。

かつて、私が泡盛業界に入った頃は年配者ばかりでしたが、今では若い人達が酒造りに参加するようになりました。これは泡盛業界に関わる皆様の頑張り的魅力ある職場作りに努めてきた結果と思っています。これからの若い人たちが夢を持って働くことができる環境作りに取り組んでいきたいと思っています。



竹井 次長（左）と佐久本 会長（右）

「観光客の動向」

（竹井次長）

沖縄を訪れる観光客数が回復してきていると聞いていますが、泡盛の売り上げ

にも回復の兆しは見えますか。以前と変わった点があるのでしょうか。

（佐久本会長）

お土産品は売れてはいるものの、高価な商品から安価なものにシフトしています。単価が落ちています。那覇空港での売り上げを例に挙げると、以前は3000円から3500円の泡盛が売れていましたが、今は1500円から2000円ぐらゐの泡盛が主流となっています。経済不況のなか、我々の高付加価値戦略、古酒化戦略では、どうしても古酒の販売が中心となりますので、割高感が解消しきれないところがあります。現在は消費者の低価格指向が続いているため、高付加価値商品の県外出荷が伸び悩んでいる状況です。ただし、経済さえ好転すれば、ビンテージの酒は消費者に支持されると思っています。ですので、今は我慢の時期だと考えています。いかに業界が我慢して、その価値を保ち続けながら次への展開を考えていくことが重要だと思います。

（竹井次長）

中国からの数次ビザが解禁となり、沖縄を訪れる中国人観光客が増えています。泡盛は購入されているのでしょうか。中国にも度数の高い蒸留酒があるので、泡盛は馴染みやすい酒ではないでしょうか。国としても外国人観光客を日本に呼び込もうとしているなか、中国人観光客の動向は非常に気になっているところだと思います。

（佐久本会長）

海外のテレビ局が沖縄取材でよく訪れていますので、泡盛のことは当然中国でも知られていると思います。しかし、中国人観光客は当初から電化製品や化粧品などが買物の目的になっているところがあり、泡盛を始め地場産品を買ってもらえるような手を打たなければならぬと思っています。

先ほど話題になった高付加価値戦略、古酒化戦略という点でも、成長するアジアの需要をいかに取り込むかが重要になってくるものと思われまゐす。

「最後に」

（竹井次長）

国としては、日本文化を体現するようなものをどんどん海外に売っていこうという戦略を掲げています。最後に今後の抱負をコメントいただければと思います。

（佐久本会長）

泡盛業界が今日を迎えさせていただいているのも、沖縄の酒として泡盛を育ててくださった県民の皆様、国・県等関係機関の皆様方の御支援のおかげです。海外展開事業については、この数年だけでも上海での試飲・商談会、香港でのワイン&スピリッツのイベントなどに参加させていただいています。今年は泡盛ブランド確立に向け、ジャパンブランド事業に取り組みたいと考えています。その中で、高アルコールを好むロシアの市場調査を行い、海外展開の可能性を探ってい

泡盛業界の今後の

きたいと考えています。泡盛の海外展開を通じて、沖縄の文化・歴史を海外に紹介し、他の産業の海外展開の支援にも繋がっていききたいと思います。

また、県内にある47の泡盛メーカーの商品についてデータベース化に取り組み、現在、932銘柄の商品特性、メーカーのこだわり、価格などを「泡盛百科」として、ホームページで情報発信しています。

今後は、それらが買える店、飲める店まで検索できるように整備していく予定です。また、飲食店の方などを対象に琉球泡盛の商品特性、飲み方や古酒のことを理解していただき、泡盛をまだ飲んだことがない消費者の方にも泡盛の魅力を広めていただけるよう、東京、大阪などの主要都市において、「泡盛大試飲会&セミナー」を開催しました。泡盛カクテルの試飲や泡盛と料理との相性をテーマとしたセミナーなど大変好評でしたので、出荷拡大に向けて何らかの兆しが出てくるという手応えは感じています。

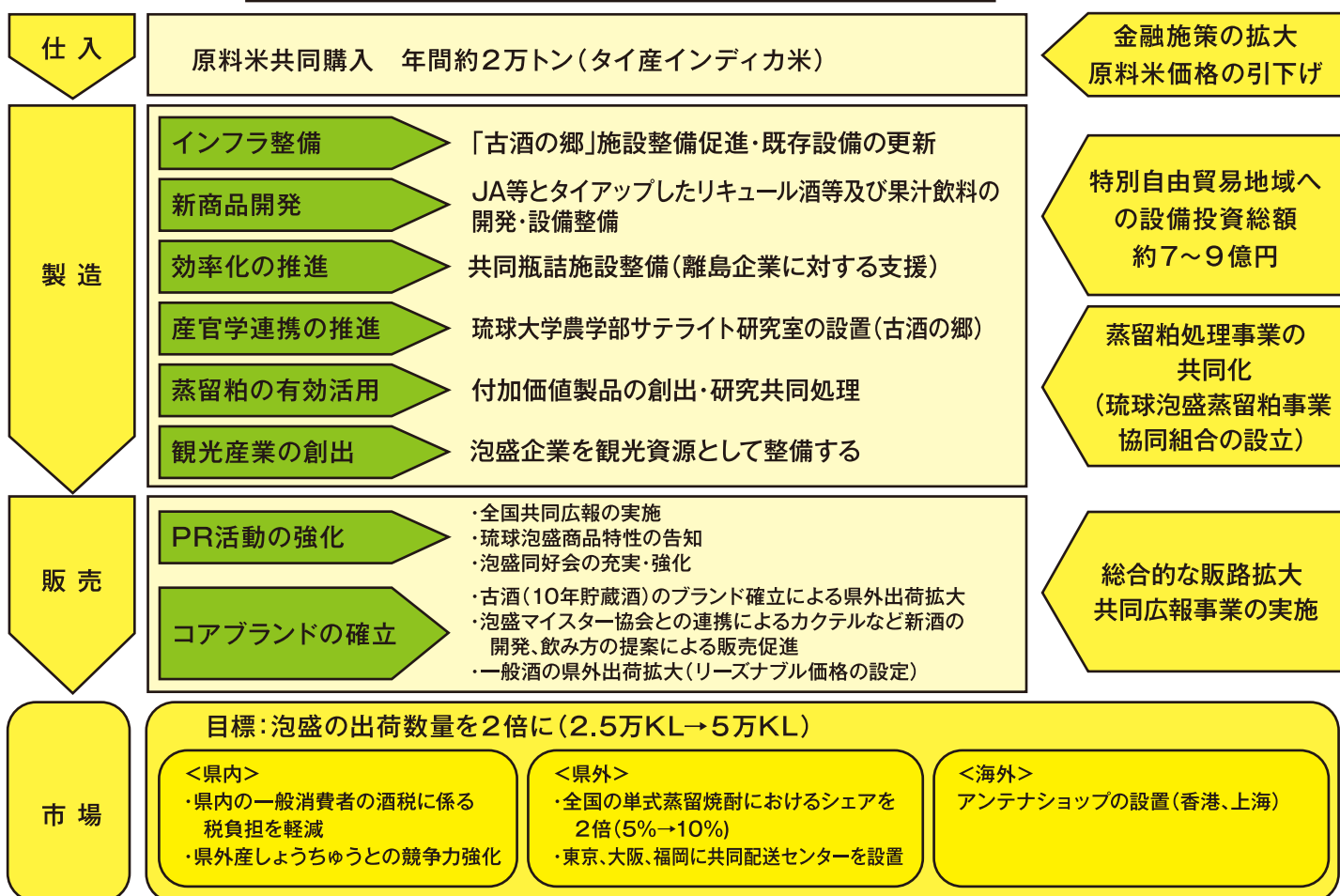
国、県等関係機関の皆様方には大変お世話になっておりますが、引き続き泡盛業界への御理解と御指導をお願いいたします。

(竹井次長)

今後とも泡盛業界の発展に御尽力いただきますようお願いいたします。
本日は、ありがとうございます。

泡盛業界の振興に係る中長期的取り組み —琉球泡盛の出荷拡大戦略—

沖縄県酒造組合連合会



泡盛総合情報公式サイト「泡盛百科」→ <http://www.okinawa-awamori.or.jp/>