



沖縄の酒類製造業の振興策に関する
検討会
中間まとめ（平成29年6月28日）
フォローアップ調査

平成30年5月11日

沖縄の酒類製造業の振興策に関する検討会 中間まとめ (平成29年6月28日) フォローアップ調査について

調査概要

- ◆内閣府沖縄振興局では、泡盛製造業の自立経営の確立に向け、関連する各分野の専門家により構成する「沖縄の酒類製造業の振興策に関する検討会」（座長：小泉武夫 東京農業大学名誉教授）を、平成29年4月から6月にかけて開催
- ◆検討会での意見を集約した「中間まとめ」を受けて、沖縄県酒造組合、同組合参加酒造所、沖縄県、沖縄振興開発金融公庫において、平成29年度中又は30年度以降に実施又は実施を予定している取組について調査を実施

回答があった酒造所等

- ◆15酒造所等（沖縄県酒造組合、忠孝酒造（株）、まさひろ酒造（株）、（株）石川酒造場、瑞泉酒造（株）、瑞穂酒造（株）（株）久米島の久米仙、（有）比嘉酒造、やんばる酒造（株）、（有）今帰仁酒造、ヘリオス酒造（株）、菊之露酒造（株）、（株）多良川、（有）八重泉酒造、請福酒造（有））
- ◆沖縄県商工労働部、沖縄振興開発金融公庫

取組概要

1. 県内における泡盛の認知度向上・消費拡大

(1) 若者、女性に向けた「泡盛サングリア」の普及（広報から販売までをも含めた一体的な展開）

沖縄県酒造組合

■ 2017泡盛の日inイオンライカム

【期間】平成29年10月31日～11月5日

【対象】県民及び観光客

【目的】泡盛の日を通じたプロモーション

【概要】泡盛の日（11月1日）の周知、泡盛の飲み方提案を実施。酒造所20社弱ほどが出店。産業まつりの限定出品酒を始め、県知事賞受賞のお酒など、泡盛コレクターや観光客に商品PRを実施。

泡盛サングリアのPRも実施。試飲、レシピ等の提示、泡盛サングリアの作り方、フルーツの選定や容器選びなどの提案を実施。（イオン琉球事業への協賛）

八重泉酒造

■ 泡盛サングリアの飲み方提供

【期間】平成29年11月25日

【対象】音楽好きな若者、女性、観光客

【目的】イベント参加者に泡盛の飲み方を提案

【目標】イベント販売売上5～10万円

【概要】音楽イベント「TsunDAMI ISLAND FESTIVAL」に参加、泡盛サングリアを提供。定期的に行われた、石垣市商工会のイベント「さんばしマーケット」で販売。

多良川

■ 泡盛サングリアの提案、泡盛カクテルレシピ開発及び展開

【期間】平成29年4月～11月

【対象】主に女性、アメリカ在住者

【目的】泡盛経験者の枠拡大

【目標】SNSでの発信件数100件

【概要】①泡盛サングリアの提案

以前より海外（主にロスアンゼルス）にて、市場で調達した果物を用いた泡盛サングリアの試飲会等をレストラン等で開催。

平成29年の宮古島の市場でのイベントにて、すぐに買える果物（オレンジ、りんご、レモン）を用いた泡盛サングリアの試飲、レシピ案内を実施。

②泡盛カクテルレシピ開発及びレストラン展開

北米市場での泡盛出荷拡大を図るべく北米のバーテンダーに依頼して泡盛ベースのカクテルを作成。現在北米3店舗でメニュー掲載。イベント開催、レストラン内での泡盛（沖縄）セミナーを通じてAWAMORIを飲酒シーンに入れ込む作業中。北米のカクテル市場で泡盛カクテルが有名になれば沖縄、日本への逆輸入発信も可能性はある。今後、アジアだけでなく、北米欧州への補助金制度拡充があればもっとチャンスは増加する。

【成果】主に女性を中心に好評であり、スペインを旅行した経験のある男性も非常に興味を示していた。今後商品化や、季節に合わせた果物等話題性を持って仕掛けるのも必要と感じた。

(1) 若者、女性に向けた「泡盛サングリア」の普及（広報から販売までをも含めた一体的な展開）

請福酒造

【概要】泡盛で漬けた梅酒と赤ワインをブレンドした「ウメフレーバードワイン」を発売済。フレーバードワインの一種でもあるサングリアと相性も良く「泡盛サングリア（仮）」としてリニューアルを検討。

やんばる酒造

【期間】平成29年6月～
【対象】30代男女、やんばるを訪れる観光客
【目的】地元で愛される泡盛を知ってもらう
【目標】月に10回の工場見学受け入れ態勢を整える
【概要】ツアー会社と連携し、酒蔵見学をメインにしたツアーを組み、ホームページ等で紹介、地元のホテルの館内紙へ掲載。
泡盛サングリアなどの講習会に参加、地元の居酒屋をメインに泡盛サングリアを広めるセミナーを検討。

(2) 若者、女性をターゲットとした広報・販売戦略の立案と、そのための人材育成

沖縄県酒造組合

■音楽PV（尺：3分）の制作

■泡盛PV（尺：10分前後）制作

【対象】オールターゲット

【目的】泡盛の普及啓発と振興

【概要】別紙1のとおり。

【成果】音楽PV再生回数:16000回超（平成29年11月29日時点）

沖縄県酒造組合

■平成29年度沖縄型産業中核人材育成事業の実施
～泡盛フレーバホイールを用いたブレンドマーケッタ育成プログラム～

【時期】平成29年9月～平成30年3月末

【対象】泡盛酒造所17社20名を対象に実施※但し官能経験を1年以上有することが条件

【目的】「泡盛フレーバーホイールを用いた利き酒能力に精通したブレンダー」であり、「市場動向や競合他社動向、また多様な消費者ニーズを迅速かつ的確に把握ができるマーケッター」を兼ね備えた人材を育成する

【目標】官能目標は「泡盛の香味を分別出来る官能評価能力を確立させること」。マーケティング目標は「泡盛フレーバーホイールを踏まえたマーケティング思考脳をつくること」

【概要】官能講座とマーケティング講座を実施し、製造からのシーズと、市場からのニーズの目利きが出来、双方の視点を兼ねた人材として、横断的かつ俯瞰的な調整力を持ち、高次元の官能評価と官能開発による商品設計力、そして総合的な商品企画力などを兼ねた人材。（内閣府の平成29年度沖縄型産業中核人材育成事業）

（今後の展開）

本研修を終えて、各酒造所の商品開発力の向上をはじめ、泡盛の酒質管理を含めた明確なプロファイリングを示し、官能開発をベースとしたマーケットインの商品戦略を展開していく。また各酒造所の製造担当者によるネットワークを形成し、情報交換や勉強会などを適時実施し泡盛業界のベースアップにつながる活動も実施していく。

(2) 若者、女性をターゲットとした広報・販売戦略の立案と、そのための人材育成

石川酒造場

■琉球大学ブランドの泡盛開発

【期間】平成29年1月～

【対象】若者・女性（琉球大学教職員・在校生・卒業生）

【目的】琉球大学の研究成果を利用しこれまでにない味わいの泡盛を製造。産学連携を促進。

【目標】実機試験を行い、製品化する。

【概要】琉球大学農学部外山教授が開発した「R217酵母」を用いた商品開発。琉球大学で学ぶ1300人以上の学生へ自学の泡盛に興味を持ち、泡盛に理解を深めるきっかけを作る商品として、琉球大学生協にて発売開始。

学会での利用や教職員の出張のお土産などに活用。琉球大学同窓会総会などに生協が出店し販売実績を上げている。琉球大学教職員内でも周知活動を行い、販促につなげている。

ブランディング戦略として、発売当初は流通を制限し「ここでしか買えない」という付加価値をつけ、プレミアム感を出すこととした。

【成果】琉球大学、大学生協、バイオジェット、弊社と販促会議を重ね、戦略的に販売実績を上げている。平成29年度秋季全国酒類コンクールにて、第一位を受賞。

瑞泉酒造

■泡盛イメージチェンジ戦略

【時期】通年

【対象】20、30歳代、男女

【目的】泡盛をベースとしたリキュールの認知向上に努め、泡盛のマイナスイメージの払しょくを図る。

【目標】売上目標43百万円 出荷目標40kl

【概要】コンビニでの販売拡大の為、映画チケットプレゼント、ミュージックフェスチケットプレゼントキャンペーンを実施。毎年、ミュージックフェスなどに参加し泡盛ベースのリキュールをグラス売りし認知向上に努めている。現在、泡盛リキュールのCM、番組を放映中。女性向け雑誌などに景品提供。

■ブライダル市場での普及戦略

【時期】平成30年1月～

【対象】結婚を控える方々

【目的】結婚式、披露宴における県産品での乾杯商材、沖縄ならではのセレモニーの普及。

【概要】スパークリング泡盛リキュールでの乾杯、キャンドルサービス、ケーキ入刀などに代わる沖縄式のセレモニーの普及に努めており、「泡盛マーケティング支援事業」（沖縄県）の補助を受け、PV、パンフレットを制作予定。完成後、Youtube Trueview、ニュースリリースを配信予定。

(2) 若者、女性をターゲットとした広報・販売戦略の立案と、そのための人材育成

比嘉酒造

■SNSを活用した若年層への認知度向上プロジェクト及びマーケティング事業

【期間】平成29年12月～

【対象】20代～30代男女、関心：SNS、旅行、飲食

【目的】インフルエンサーを活用して泡盛、リキュールのイメージを変え、認知度向上、売上拡大に繋げる。

【概要】首都圏、大阪で、女性インフルエンサー数名と一般の女子により、沖縄料理店やCaféで飲食した体験を拡散。同時に飲食店も絡めたハッシュタグキャンペーン等を展開。同じく女子会を実施して泡盛、リキュールのお洒落なイメージ、飲み方等の情報を拡散。

県外よりSNS等で集客。インフルエンサーも招聘してゆいレールを貸し切り「ZANPA TRAIN」を実施。泡盛、リキュールと料理の食べ合わせや飲み方等を提案。音楽も絡め泡盛はお洒落で美味しい、楽しいを体験してもらう。

リゾートホテル4か所で県外・海外観光客を対象にQRコード等を用いて多言語サイトでアンケート実施、同時に地元や自国に帰って飲食できるレストランや購入できる小売の情報を発信しそれぞれの地域で売り上げ拡大につなげる。SNSでの拡散も図る。

多良川

■わしミルク酒マーケティング

【時期】平成29年10月末～

【対象】女性・若者

【目的】甘味の泡盛リキュールの可能性を考察する

【目標】年間6,000本～10,000本（600ML）の出荷

【概要】宮古島で古くから飲まれていたコンデンスミルクで泡盛を割る飲み方。泡盛の品質向上並びに健康志向も相まって、その飲み方は減少してきた。女性・若者をターゲットとして、飲み方の提案だけではなく、商品化を目指してテストマーケティング。

【成果】沖縄本島と宮古島での「産業祭り」で300本（600ML）を販売。予想以上に反響が大きく、一日で完売。（沖縄本島の産業祭りは中止となったが、那覇支社での小売でほぼ完売）

小売りする前段階（8月～9月）で宮古・沖縄本島で試飲会をわざと実施せず、東京・大阪の発信力の高い団体及び飲食店に協力頂き、SNSを中心に発信。泡盛ファン層へのコアな発信ではあったが、発売前より問い合わせがあり、意図したとおりの結果となった。

請福酒造

■人材育成

【概要】ネット通販、SNS等での情報発信を日常的に行うために専任担当者を設置、また製品開発・改良に女性視点を取り込むため各部署から女性職員を開発メンバーに組み入れている。その経験を積み重ねることで製造販売にかかるスキルを向上させていく。またイベント等での若者が親近感を持てるように露出の仕方を順次改善している。

(2) 若者、女性をターゲットとした広報・販売戦略の立案と、そのための人材育成

八重泉酒造

■泡盛サングリアの飲み方提供（前掲）

■泡盛ハーブリキュールの提案

【時期】平成29年11月～

【対象】若い女性

【目的】SNS映えの商品開発

【目標】売上目標300万円、出荷数量1KL

【概要】青のアントシアニン色素を有するバタフライピー（和名・蝶豆）の花を使ったリキュール。鮮やかな青が沖縄のブルーとよくマッチ。レモンやシークァーサー等の柑橘類の酸を加えると、青色が赤紫色に変化する面白いカクテルベース。

宮崎大学の西山教授等は蝶豆花の色素に抗酸化作用があることを確認。新規の多機能性天然色素として、食品色素、化粧品や疾病予防食品などの応用が期待。

■泡盛樽原酒リキュールの提案

【時期】平成29年11月～

【対象】贈答用商品

【目的】高付加価値商品開発

【目標】売上目標1500万円、出荷数量3KL

【概要】洋樽に貯蔵した泡盛原酒の販売。洋樽に貯蔵しウイスキーのように色の濃い泡盛をリキュールい仕立て、贈答用の高付加価値商品として販売。イベントなどで普及にハイボールなどを提案。

菊之露酒造

【時期】平成30年6月～

【対象】県内20歳以上の男女

【目的】泡盛初体験者及び経験者への啓発と再体験への誘導、リピーターの獲得、拡大

【目標】自社の前期出荷数量10%増大

【概要】若年層が関心のあるイベント（ロックフェス、地域まつりなど）への出店、参加、イベント限定商品のボトル販売、低アルコール商品（泡盛リキュール、RTD類）の商品開発、販売提供に注力し、泡盛「初体験者」を増やす。同時に「1回は飲んだことがあるけれど」の経験者への対面接客、泡盛の飲み方の幅広さを伝え、購入を促進する。

タレントを起用したCM、飲食店、酒類販売店へのポスター掲出、自社泡盛の飲み方の幅広さを訴求したPOPの展開、飲食店のフードとタイアップしたPOPの提案と展開を継続的に行う。

■人材育成

実行力の軸は「人材育成」と重要視し、先輩職員による後輩社員への「社内勉強会」や「社内ディスカッション」の実施、推進。

ヘリオス酒造

■くらハイボール

【対象】男女30代

【概要】地元の飲食店を中心に、自社製品を用いたハイボールというカジュアルな飲み方で普及させる

(2) ①ジャズなど音楽イベント、エイサーなど地域の伝統芸能とのタイアップによる立体的な広報展開

まさひろ酒造

【概要】蔵祭りで、糸満発信の「瓶踊り大会」を行う。
糸満市と協力し、全国大会を目指す。

八重泉酒造

■泡盛サングリアの飲み方提供（再掲）

瑞泉酒造

■泡盛イメージチェンジ戦略（再掲）

請福酒造

【概要】石垣島島内の複数の音楽イベントでのスポンサーや、タイアップ商品の開発を行い泡盛のPRをしており、今後も拡大予定。

瑞穂酒造

■古酒の普及・体感

【時期】平成29年10月8日

【対象】30歳代～50歳代、男女

【目的】地域密着

【概要】別紙2のとおり

【成果】110名が参加。

菊の露酒造

■泡盛初体験者及び経験者への啓発と再体験への誘導、
リピーターの獲得、拡大（再掲）

(2) ②泡盛の特徴や歴史的な価値についての理解を深めるような取組

沖縄県酒造組合

■平成29年度「琉球泡盛県外展開強化事業」～泡盛の日
記念イベント～首里城公園開園25周年記念 琉球泡盛の
粹in銭蔵

【時期】平成29年11月1日～11月5日

【対象】県民及び観光客

【目的】首里城銭蔵での泡盛ブランディング施策

【目標】試飲杯数2000杯、販売本数200本

【概要】別紙3のとおり

まさひろ酒造

■税務大学校に保存の戦後直後の酒類ラベル

【概要】資料をもとに、出張講師や展示会等でのモニターにより、泡盛の歴史と泡盛の応援団になってもらえるよう活動を実施。

■古酒についての歴史調査

【概要】江戸時代の新井白石、康熙の酒の調査・研究。

■仕次について

【概要】県内に残る戦前の泡盛を用い、「仕次元年」として沖縄の泡盛の保存方法で伝統的な「技術」を継承。

瑞泉酒造

■泡盛鑑評会受賞の高付加価値普及活動

【時期】平成29年11月～

【対象】泡盛コアファン

【目的】県知事賞受賞酒の付加価値の普及

【概要】8年前より県知事賞受賞したときのみ、一甕分(約210本)を商品化し、鑑評会の意義、受賞の品質を知ってもらう取組を実施。

(2) ②泡盛の特徴や歴史的な価値についての理解を深めるような取組

石川酒造場

■琉球大学ブランドの泡盛開発（前掲）

■『コウノトリ育むお米』の網下米を有効利用した泡盛開発

【時期】平成29年6月～

【対象】県外の飲酒層（兵庫県豊岡市中心に）

【目的】『コウノトリ育むお米（ジャポニカ米）』の網下米（以下「網下米」という。）を有効利用し泡盛を製造。泡盛の技術や酒質バリエーションを広げる。

【目標】網下米を有効利用した泡盛を製品化。

【概要】(株)サンエーの企画・製造依頼に基づき開発。沖縄県工業技術センターにて製造試験を行い、米蒸の条件等を検討し、平成29年11月商品化。

【成果】11月、豊岡市にて先行発売のプレスリリース（同県内3紙に掲載）。同市職員、JAたじま、生産者に対し造りについて説明を行い、同市を中心に拡販。網下米を有効利用でき、生産者も喜んでいた。沖縄県内では30年春発売予定。

ジャポニカ米を用いる製造技術をクリアし、新たな酒質のバリエーションを広げることができた。他府県の課題（網下米の有用利用）を泡盛の技術を持って解決する、地方連携や地方創生のモデルケースになると考える。

石川酒造場（続）

■泡盛蒸留粕を乳酸発酵させた乳酸菌飲料『美らBio』の開発

【時期】平成29年4月～

【対象】20～40代の女性

【目的】泡盛蒸留粕のもつ栄養成分を美味しく活用できるシーンをつくり、有効利用を促進

【目標】付加価値の高い商品へステップアップ

【概要】平成25年度から琉球大学と共同研究で開発を進め、平成29年4月に商品化。

発売時に新聞各社を表敬訪問、沖縄タイムス社、琉球新報社に掲載。沖縄県内のTVで報道。

県内量販店に採用。県内外の展示会に出展し、商品のPRを行い、販路を確保している。

平成29年度「戦略的製品開発支援事業」（沖縄県）に採択。レシピのブラッシュアップを県外企業と連携して実施。更なる付加価値向上に向け、琉球大学・岡山理科大学・奈良先端科学技術大学院大学と共同研究を実施。次年度以降、機能性表示食品に向けヒト試験を行っている。産学官連携のモデルケースとして期待。

泡盛製造で発生する蒸留粕の有効利用を進めることで、もろみ酢に次ぐ新たな産業の創出が期待。もろみ酢同様、泡盛業界・流通業界・資材業界の活性化が期待され、県経済の発展に寄与できる取組と考える。

(3) 泡盛と料理を関連付けた品評会など、社会的関心の高いイベント等を開催し、報道等を通して情報発信を促す取組

沖縄県酒造組合

■平成29年度「琉球泡盛県外展開強化事業」～泡盛の日記念イベント～首里城公園開園25周年記念 琉球泡盛の粋in銭蔵（前掲）

■9月4日は 古酒の日試飲イベント

【時期】平成29年9月4日
【対象】県内客対象（一部観光客）
【目的】古酒の試飲PR及び販売
【概要】別紙4のとおり

久米島の久米仙

■小売店での消費者キャンペーン

【時期】平成29年8月21日～10月20日
【対象】沖縄県内 全世代
【目的】消費喚起(売上増)
【概要】県内小売店（量販店、CVS、酒販店）にて実施。テレビCM・ラジオ・店頭POPにより、「金のブラウン30度720ml」という限定非売品を景品にすることで、同社ブランドの構築を図る。
ベストセラー商品「ブラウン30度720ml」の非売品「金のブラウン30度720ml」を景品にすることでインパクトを与え、SNSや口コミ、飲食店での「ブラウン」の認知が広がることを図る。

石川酒造場

■新商品説明会及び泡盛の夕べ

【時期】平成29年7月14日
【対象】西原町内各種団体・西原町民
【目的】ターゲット層に新商品・その他商品の説明・試飲をしてもらい懇親を深め、地酒としての認知度を高める。
【目標】来場者80名
【概要】西原町商工会後援のもと商工会ホールにて実施。西原町役場の掲示板、町内各種団体へのビラ配布により案内。
新商品やその他の商品を、まずは地元である西原町にPR。地酒として認知してもらう。新商品の説明のもと試飲をして頂いたうえ、販売・購入先を案内し拡販を図る。

比嘉酒造

■SNSを活用した若年層への認知度向上プロジェクト及びマーケティング事業（再掲）

請福酒造

【概要】泡盛を原料にした醸造酢を開発済みであることを生かし、料理関係とのタイアップを検討していく。
西表島の世界自然遺産登録に向けた応援として売り上げの一部を寄付する登録応援＆自然保護応援専用製品を開発中。

2. 県外、海外に向けた泡盛の高付加価値化・ブランド化に関する提案

(1) 空港でイベントの実施やワゴンでの販売、ホテルでウエルカムドリンクとしての提供

沖縄県酒造組合

■ 那覇空港国内線 観光客への泡盛試飲・販売促進PRイベント

- 【期間】平成29年7月10日～7月12日
- 【対象】観光客
- 【目的】泡盛の試飲会
- 【目標】試飲杯数600杯、販売本数100本
- 【概要】別紙5のとおり。

瑞穂酒造

■ 地酒、泡盛の認知度向上

- 【時期】随時
- 【対象】観光客への試飲会
- 【目的】観光客へ自社の古酒の広報展開
- 【概要】那覇空港にて、随時泡盛の啓蒙と試飲を促進。協力して頂ける店舗と連携して、1週間～3,4日間位で実施。協力して頂けるホテルにて、夕方から20時頃まで試飲・販売（随時）実施。

比嘉酒造

■ SNSを活用した若年層への認知度向上プロジェクト及びマーケティング事業（再掲）

(2) 古酒について、飲食店における提供方法や、顧客ニーズの多様化等に対応するとともに、提供に当たっての付加価値を高めるための商品開発

瑞泉酒造

■ブライダル市場での普及戦略（再掲）

■海外販路拡大マーケティング活動

【時期】平成29年1月～

【対象】欧米を中心とした海外

【概要】現在海外へ輸出しているものの日本食レストラン、日系スーパーでの取扱しかない。その課題解消の為各関係機関支援のもと、同業社2社と共に現地にあった商品開発、販売活動及び広報活動をしている。

菊之露酒造

【時期】平成30年6月～

【対象】県外20歳以上の男女

【目的】泡盛初体験者及び経験者への啓発と再経験への誘導、リピーターの獲得、拡大

【目標】自社の前期出荷数量10%増大

【概要】自社東京営業所を起点に、首都圏、主要都市で開催される物産展、イベントに出店参加。「初体験者」「1回だけ経験者」の声を販売と同時に調査し、飲み方の幅広さや情報不足からくる「買い控え」「誤った情報」からお払拭を目的に試飲を実施。

県外のスーパー、ディスカウントストア等とタイアップし、期間限定で自社商品の売り場面積を広げ、販売コンテストを実施。販売意欲の増進を図る。

瑞穂酒造

■古酒の普及・体感

【時期】平成29年11月15日

【対象】30歳代～50歳代、男女

【目的】地域密着

【概要】スペイン・アンダルシア地方ヘレスで、300年の歴史あるフラメンコのBarで泡盛リキュール（梅酒）、古酒を提供、啓蒙。

海外向けのモニターリサーチ実施検討

【成果】80名～90名参加。

■地酒、泡盛の認知度向上（再掲）

石川酒造場

■『コウノトリ育むお米』の網下米を有効利用した泡盛開発（再掲）

請福酒造

【概要】ニーズの多様化に対応するために飲食店での提供の小容量化などを検討中

(3) デジタルマーケティングによる対象の分析と映像を用いた広報の実施

沖縄県酒造組合

- 音楽PV (尺: 3分) の制作 (再掲)
- 泡盛PV (尺: 10分前後) 制作 (再掲)

多良川

- わしミルク酒マーケティング (再掲)

比嘉酒造

- SNSを活用した若年層への認知度向上プロジェクト及びマーケティング事業 (再掲)

(3) ①国際的なブランドである「空手」の活用

まさひろ酒造

■「空手」商品を発売することで世界に泡盛を

【概要】「琉球空手」「沖縄空手」商標取得して 今後の展開を図る。一部空手家とタイアップして商品発売と沖縄伝統菓子である「きっぱん」等の組み合わせ等、沖縄の伝統の商品とのセット販売等を計画

沖縄県、沖縄県酒造組合

■沖縄空手国際セミナー

【時期】平成29年8月6日、平成30年8月（予定）

【対象】空手愛好家

【目的】ターゲット層をインフルエンサーとして、消費喚起に繋げる。

【目標】空手愛好家に対する泡盛普及

【概要】沖縄県空手振興課主催のイベントで泡盛をPR。国内外の空手家を対象としたセミナーの最終日に開催の交流会において、泡盛の試飲会を開催。（主体は沖縄県酒造組合）平成30年8月開催予定の『第1回沖縄空手国際大会』においても、沖縄県酒造組合を主体としたPRを調整中。

久米島の久米仙

■空手ボトルの販売

【時期】平成29年6月～

【対象】空手関連ユーザー、観光客

【目的】空手文化との融合による消費・購買の喚起

【目標】売上目標 2千万円

【概要】沖縄伝統空手道振興会のご理解のもと、商品開発。新聞媒体・各テレビ局を招聘し空手会館での記者発表。

「30度600ml」「30度1,800ml」の2種類を販売。世界各国から注目されている「空手」ブランドをラベルにし、空手イベント実施の際に販売。また、お土産店への提案や免税店への提案等。売上の一部を沖縄伝統空手道振興会の活動に役立てる。

(3) ②琉球料理、「仕次ぎ」や酒器なども含めた高い文化的、歴史的価値などの可視化

沖縄県酒造組合

■平成29年度「琉球泡盛県外展開強化事業」～泡盛の日
記念イベント～首里城公園開園25周年記念 琉球泡盛の
粹in銭蔵（再掲）

沖縄県、沖縄県酒造組合

■タイ王国特命全権大使への泡盛古酒の注ぎ分け

【時期】平成29年11月1日

【対象】海外観光客

【目的】日タイ修好130周年記念イベント

【目標】タイ王国における泡盛普及

【概要】平成29年は日タイ修好130周年に当たり、11月1日の「泡盛の日」に開催した沖縄県酒造組合主催の「琉球泡盛の夕べ」の中で、琉球泡盛を沖縄とタイ王国の交流のシンボルとして、駐日タイ王国特命全権大使と沖縄県知事、沖縄県酒造組合会長によるシャム南蛮甕にて貯蔵された琉球泡盛古酒の注ぎ分け式を実施し大使に贈呈した。

(4) 沖縄観光の一分野としての「酒蔵ツーリズム」の実施（他業界との連携）

沖縄県酒造組合

■酒蔵ツーリズム

【時期】平成29年7月～

【対象】観光客

【目的】泡盛酒造所への導入施策

【概要】別紙6のとおり

やんばる酒造（再掲）

今帰仁酒造

■蔵元見学強化による泡盛文化の訴求と共感

【時期】通年

【対象】観光客や若年層

【目的】泡盛を通じてお客様を幸せにする

【目標】蔵元見学を年間1200名にする

【概要】駐車場の整備、直売店の改装、WEBやSNSによる情報発信、看板設置（予定）

忠孝酒造

■豊見城のちょっといいもの 3工場めぐり 体験スタンプラリー

【時期】平成29年10月7日～15日

【対象】地域住民、地域企業

【目的】地域アイデンティティづくり、各施設への集客

【概要】別紙7のとおり

【成果】想定を超える人数が参加。忠孝酒造で711名（60%以上が新規）

まさひろ酒造

■「蔵ツーリズム」

【概要】蔵見学の質の向上をめざして検討中。現在5社以上の旅行会社と連携、年間6万人来場。英語、中国語等を話せる職員を配置。スマホで通訳と酒造での専門用語の外国語に翻訳等、可視化をめざす。

(5) 「泡盛の情報発信センター」の設置、既存のウェブサイトの充実、SNSや専門誌への投稿を促す取組、「ジャパンハウス」などの政府関係機関を情報発信拠点としての活用

比嘉酒造

■ SNSを活用した若年層への認知度向上プロジェクト及びマーケティング事業（再掲）

3. 伝統文化としての泡盛の振興に関する提案

(1) 伝統文化としての認知度の向上、泡盛と琉球料理と一体となった食文化の情報発信

まさひろ酒造

■ユネスコ無形遺産登録等

【概要】署名活動の継続、関係団体へのPRを実施。
また、「錢蔵」の復元活動で啓蒙活動を実施。国の原産地証明「GI」に、琉球泡盛は「国酒」であること、泡盛の製造に使用している黒麹が「国菌」であることを表記をするよう活動。

請福酒造

【概要】純米酢が日本酒から造られるように、泡盛から造る純米酢を開発したことを生かし、様々な派生商品を展開し沖縄料理と泡盛の接点を増やしていく。

瑞泉酒造

■泡盛と食のコラボ戦略

【時期】平成29年7月

【対象】20～60歳代 男女

【目的】ホテルの料理とマッチングを行い泡盛古酒の違い、飲み方の違いなど楽しみ方を知ってもらう

【概要・成果】7月11日、ダブルツリーヒルトン那覇首里城にて和食料理コラボイベントを開催し48名の参加。
7月17日、ロワジールホテルにて中華料理コラボイベント「ペアリングディナー」を開催し32名の参加。7月29日、ホテルコスタビスタ沖縄にてコラボイベント「泡盛の夕べ」を開催し26名の参加。

4. 経営基盤の強化に関する提案

(1) 泡盛酒造所の経営健全化に向けた行政、金融機関等による支援の枠組みの構築

沖縄県

■琉球泡盛産業経営改革促進事業

【時期】平成29年12月～平成30年3月

【対象】経営状況が赤字等の酒造所

【目的】個別酒造所の経営の安定化及び泡盛業界の経営強化に向けた啓発

【目標】酒造所への経営支援

【概要】45事業者中15社が赤字である厳しい泡盛業界の状況を考慮し、平成29年9月議会において補正予算を計上し、議決された。沖縄振興特別推進交付金（一括交付金活）活用事業

（事業目的）沖縄県内の泡盛酒造所を取り巻く厳しい状況を考慮し、主体的に経営改善に取り組む酒造所を対象に、経営専門家を派遣し、助言、指導を行うことで、経営改善の促進を図る。

（今後の展開）平成30年度事業においても、経営改善に関する支援は継続予定である

沖縄振興開発金融公庫

■沖縄県泡盛振興協議会における支援

【時期】平成29年6月～

【対象】営業損益が赤字等の泡盛業者

【目的】経営基盤強化に向けた取組

【概要】沖縄県及び沖縄県酒造組合の共催により、6月16日に第1回泡盛振興協議会が開催され、融資第二部長が委員に就任した。

当該協議会において、営業赤字の泡盛業者に対して、沖縄県が行う支援策として、「経営改善に向けた支援（主体的な経営改革プランを策定して酒造所への支援策の検討）」が示されたところ。

沖縄県、沖縄県酒造組合及び金融機関等による支援の枠組みの構築並びに酒造所が作成する「経営改革プラン」に基づく必要な支援について、各関係機関と連携して取り組んでいきたい。

一方、前年度以前から経営改善に取り組んでいる泡盛業者3社に対しては、金融機関等関係機関と連携して、支援に取り組んでいるところ。

(2) 泡盛酒造所が中長期的に経営の革新等を行うプランを作成、申請し、それに基づき金融機関が必要な支援

沖縄振興開発金融公庫

■ **沖縄県泡盛振興協議会における支援（再掲）**

(3) 業界をけん引する「リーダー」としての若手経営者育成と従業員も含めた人材育成の支援

沖縄振興開発金融公庫

■泡盛製造業者に対する支援

【時期】平成29年6月～

【対象】泡盛製造業者

【目的】経営基盤強化に向けた取組

【概要】1. 泡盛業界情報交換会（部内勉強会）

融資第二部において、当該情報交換会を立ち上げ（5月12日：第1回開催）、泡盛企業の経営の現状と課題や泡盛業界の振興及び支援のあり方等を情報共有、一元化。

2. 売上増加に繋がる商品開発等に向けて意見交換

（1）9月19日にコンビニ会社商品開発部と泡盛の店頭での販売状況（マーケットのニーズ、消費トレンド）や売れる商品の開発について意見交換。

（2）9月27日に取引先の泡盛業者若手経営幹部と泡盛業界の現状（低価格競争、消費者ニーズの多様化、技術革新による味の均一化・没個性等）及び今後の展開（価格戦略の抜本的な見直し、泡盛業界のイメージ一新、需要と供給のバランス）等について意見交換。

（3）10月23日にコンビニ会社商品開発部と取引先の泡盛業者若手経営幹部を交えて、消費トレンド、商品開発、県内でのボトリング等について意見交換。

(4) マーケットの拡大に向けて意欲的に取り組む酒造所に対する、共同利用施設の整備、新商品開発等のための新規設備投資に対する公的資金や金融機関の支援

沖縄県

■琉球泡盛マーケティング強化事業及びハンズオン支援

※琉球泡盛県外展開強化事業の細事業

【時期】平成29年9月～平成30年3月

【対象】泡盛業界の先導的役割を担う酒造所

【目的】リーディング企業の育成及び業界全体の底上げと市場競争力の強化

【目標】酒造所へのマーケティング支援5件

【概要】(事業目的)泡盛製造業を県経済振興に寄与する移出型産業として成長させることを目的として、泡盛業界の成長戦略を支援するため、多角的な取り組みを行い、県外展開を強化する。

沖縄振興特別推進交付金(一括交付金活)活用事業

(今後の展開)平成30年度事業においても、マーケティングに関する支援及び補助は継続予定である。

沖縄振興開発金融公庫

■泡盛製造業者に対する支援(再掲)

(参考) 調査票

沖縄の酒類製造業の振興策に関する検討会・中間まとめ フォローアップ 調査票

「沖縄の酒類製造業の振興策に関する検討会・中間まとめ」(平成 29 年 6 月 28 日)において、各分野の専門家から下記の提案項目について、該当する取組を実施中又は今後実施を検討している場合は、その内容について、別紙回答様式にご記載をお願いいたします。

なお、提案項目に必ずしも該当しない取組であっても、その趣旨が類似しているものであれば、幅広くご記載ください。

記載については、概要のわかるもの(事業企画書、パンフレット等)がある場合は、添付をお願いいたします。

(該当する取組が複数ある場合は、別紙回答様式を適宜コピーいただき、取組ごとに様式にご記載をお願いいたします。)

なお、「中間まとめ」3.(3)「経営基盤の強化について」は、今回の調査では対象外としておりますが、下記リンク先の支援施策も含め取組をご検討ください。
<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/leaflet/l-2017/170922saisai11.pdf>

○提案項目

整理番号	提案内容
1. 県内における泡盛の認知度向上・消費拡大に関する提案	
1(1)	若者、女性に向けた「泡盛サングリア」の普及(広報から販売までをも含めた一体的な展開)
1(2)	若者、女性をターゲットとした広報・販売戦略の立案と、そのための人材育成
1(2)①	ジャズなど音楽イベント、エイサーなど地域の伝統芸能とのタイアップによる立体的な広報展開
1(2)②	泡盛の特徴や歴史的な価値についての理解を深めるような取組
1(3)	泡盛と料理を関連付けた品評会など、社会的関心の高いイベント等を開催し、報道等を通して情報発信を促す取組
2. 県外、海外に向けた泡盛の高付加価値化・ブランド化に関する提案	
2(1)	空港でイベントの実施やワゴンでの販売、ホテルでウエルカムドリンクとしての提供
2(2)	古酒について、飲食店における提供方法や、顧客ニーズの多様化等に対応

	するとともに、提供に当たっての付加価値を高めるための商品開発
2(3)	デジタルマーケティングによる対象の分析と映像を用いた広報の実施
2(3)①	国際的なブランドである「空手」の活用
2(3)②	琉球料理、「仕次ぎ」や酒器なども含めた高い文化的、歴史的価値などの可視化
2(4)	沖縄観光の一分野としての「酒蔵ツーリズム」の実施(他業界との連携)
2(5)	「泡盛の情報発信センター」の設置、既存のウェブサイトの充実、SNSや専門誌への投稿を促す取組、「ジャパンハウス」などの政府関係機関を情報発信拠点としての活用
2(6)	「料理に合う泡盛銘柄リスト」などの作成、内外の食の祭典などへの参加
3. 伝統文化としての泡盛の振興に関する提案	
3(1)	伝統文化としての認知度の向上、泡盛と琉球料理と一体となった食文化の情報発信

(※太字は早急に取り組むことが提案されたもの。)

(参考) 調査票

【別添回答様式】

(団体・酒造所名：)

取組の名称			
関連する提案項目	(整理番号)	実施時期	
対象(ターゲット層)		目的	
目標			
実施内容			