

輸出事業計画

申請者名：沖縄県酒造組合

品 目：泡盛、泡盛ベースのリキュール・スピリッツ

1. 輸出における現状と課題

■現状：海外輸出数量は、令和元年まで順調に輸出量を伸ばしていたが、令和2年は新型コロナウイルス感染症の感染拡大により35.7kℓまで落ち込んだ。しかし令和3年、令和4年は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の中で66kℓ、70kℓと最高の輸出数量を継続している。これは平成30年に泡盛メーカー等が行う海外展開を促進するため「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」が設立され、内閣府や国税庁をはじめとした関係省庁、沖縄県、沖縄県産業振興公社、弊組合等による官民の一体での取り組みの結果であり、令和6年に100kℓという輸出数量の目標達成に向けて業界として邁進していく。

■課題：

【製造・加工】泡盛は他の日本産酒類と混同されやすい。ボトル形状が似ており、他の日本産酒類との差異化ができていない。

【流通】認知度が無い（低い）。認知度が無いため現地酒類関係者は在庫を抱えるリスクがあると考ええる。

【販売】泡盛のブランディングがされていない為、泡盛への理解とほか酒類との比較評価がされにくい。

2. 輸出事業計画の取組内容

【製造・加工】海外用ボトル開発の協議（課題：ほか日本産酒類と混同される）

海外部会にて今年度海外用ボトルによる展開が必要かどうかを含め、議題に挙げており、今後ブランディングPRの経過と合わせて議論を行い、必要であれば海外用ボトルの開発など業界として進めていく。

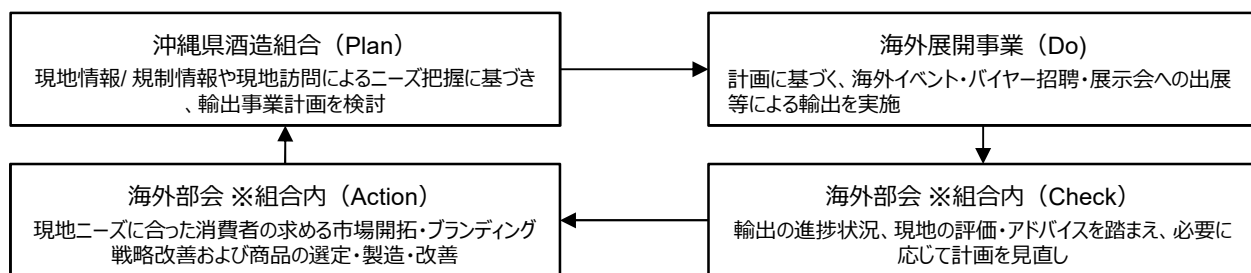
【流通・販売】海外ブランディングによる販路開拓PR

泡盛の海外展開ブランディングにて市場へPRし認知度向上を図り、個社は各商品（泡盛、泡盛ベースのリキュール・スピリッツ）のPRにより販路開拓・拡大を図る。

■令和5年度実施予定

- イタリア市場へのブランディングPRおよび販路開拓 ※試飲商談会、イベント出展
- 欧州市場におけるブランディングPRおよび販路開拓 ※展示会BCB（JAPANパビリオン出展（国税庁））
- アジア圏市場におけるブランディングPRおよび販路開拓 ※展示会BCB出展（泡盛ブース）
- アメリカ市場におけるブランディングPRおよび販路開拓 ※令和6年6月：展示会BCB出展（泡盛ブース）年度を跨ぐ事業

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



4. 輸出目標額

実績と目標値（30度換算）※1		令和4(2022)年	令和5(2023)年目標 ※3	令和6(2024)年目標 ※3
泡盛	輸出量(キロリットル)	70.0	80.0	100.0
	輸出額(千円)	55,160	65,216	81,519
リキュール	輸出量(キロリットル)	143.2	150.0	160.0
	輸出額(千円)	435,702	456,330	486,752
スピリッツ※2	輸出量(キロリットル)	57.9	90.0	120.0
	輸出額(千円)	27,786	43,221	57,628
合計輸出額(千円)		518,647	564,767	625,900

※1：欧米・アジア圏における輸出目標値 / ※2：ジン・ウォッカ・ラムなどは酒税法の酒類分類上スピリッツの定義となり、毎月の輸出報告を組合員より受けている / ※3：令和5年、令和6年は各酒類とも、令和4年の単価(平均)を元に、目標輸出量×単価にて輸出額を算出