

沖縄県酒造組合

泡盛・泡盛ベースのスピリッツやリキュール等

基本情報

対象国 欧米・アジア諸国

輸出額 約25,000万(2023年見込)

加盟者数 46社

主な販売先 外食・小売

活動地域 沖縄

品目数 複数

希望スキーム 間接輸出

備考 -

泡盛の認知度向上を目指し、泡盛メーカーと輸出関連業者のチームで輸出を加速

コロナウイルスによって輸出量が落ち込んだが、官民を巻き込みながらの「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」の取り組みにより2021年・2022年は最高の輸出数値を記録。2024年100klの目標に向け業界一丸で輸出取組を推進

団体概要

所在地 沖縄県那覇市

設立年 2012年

事業内容 酒税保全及び法律に基き、健全な進歩発展および組合員の事業活動の振興を期する事業を行う。

認証取得 -

生産規模 -



取組の経緯/概要

- 各市場の動向や琉球泡盛の米国ニューヨークの酒類展示会「DRINKS AMERICA」に酒造メーカー（組合員）と「琉球泡盛」ブースを共同出展。業界一丸となり、泡盛のPRおよび商談を実施。また展示会出展にあわせて米国西海岸3都市（ロスアンゼルス、サンフランシスコ、ラスベガス）にて酒類関係者向けの試飲商談会を実施。
- ドイツ・ベルリンで開催のBtoB展示会「BCB」のJAPANパビリオンにて、酒造メーカーと共同出展。泡盛のPRおよび商談を実施。
- ブランディング戦略策定、展示会・商談会の実践を通じたOJTなどを行うことで知識と技術の定着を図り、海外市場を開拓できる人材の育成を図る。

取組の成果

- 輸出金額：46,993万円（2021年）→約25,000万円(2023年見込)
処理水の影響・中国経済の落ち込み等の影響で金額が減少。次年度以降は中国以外への販路拡大に注力し、輸出促進を図る
→55,000万円（2024年目標）

取組のポイント

ブランド構築を目指し、展示会への出展や試飲会の実施に加え、海外へPRができる人材育成にも注力

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

国内での若年層のアルコール離れや、低アルコール飲料へのシフトが顕著に表れている

TASK

課題

2

認知度不足による日本産の他のお酒と混合する酒類関係者が多発

TASK

課題

3

酒のカテゴリーの一つとして「泡盛」を売り込むための知識や連携不足

輸出成功のポイント

関係主体と連携した品目一体での取組

国内行政支援機関、業界団体と組合の官民連携による輸出プロジェクトの実施と目標の設定

海外の「お酒のプロ」に泡盛を売り込み

BtoBの展示会に参加し「日本のハードリカーは泡盛」とPRすると同時に、泡盛アンバサダーを各地に叙任し活用

人材育成事業を含むブランディング戦略

海外市場を開拓できる人材の育成や部会での勉強会の開催・用語統合の協議等、組合として輸出に係る表記や意識を統一

サプライチェーン別取組

加工食品のPRと実証実験

- 新規開拓・商流拡大に向けた商品のPRや実証実験
- 規制・ニーズに対応する商品開発・改良、輸出人材育成

琉球泡盛海外輸出促進部会の立ち上げ

- 泡盛メーカーと輸出関連事業者がチームを組むことで、輸出の加速を図る
- 海外部会に組合外部の輸出関連事業者も参入

BCB シンガポール2023でのブース出展

- 日本のカテゴリーではなく、独立した泡盛ブースで出展し、ほか日本産酒類およびほか蒸留酒（スピリッツ）との差異化をアピール

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

「泡盛」という蒸留酒を最大限PRできる展示会への出展・現地での試飲商談会等を継続して支援していくと同時に、各組合員からニーズを吸い上げ、新たな取組に繋げていく。

国内行政支援機関とも連携し、対象の国・地域でPRを促進していき、泡盛のプレゼンスを高める。