

TOPICS

お楽しみ  
今月のZANPA



【今月のZANPAの特徴】  
泡盛残波をベースに比嘉酒造独自の技術で開発した、シークワサースピリッツと泡盛残波をブレンドしました。ソーダで割ると女性のお客さまでも飲みやすく、和食はもちろんパスタや魚介を使ったシーフード料理にもよく合います。フルーツとの相性も抜群なので、カクテルパーティーなどに最適なZANPAです。残波のフルーティーさはそのままに、『シークワサー香る残波』に仕上げました。

【美味しい飲み方】  
ZANPAの新しいコンセプトモデル「シークワサースピリッツ」は、洋酒の他のスピリッツのように女性のお客さまでも気軽に楽しめるお酒として開発しました。さまざまなパーティーシーンや集いのシーンでフルーツやソーダ、トニックウォーターなどとカクテル風に飲んでいただける商品です。

ちなみに編集部

ちなみに編集部では、唐揚げやピタ、お好み焼きなど味の濃い料理と共に冷えたソーダで割ってこの商品を楽しんでいます。是非お試しください。

琉球泡盛

Shequwaser Spirits

品目:スピリッツ  
原材料名:泡盛(沖縄県製造)、シークワサースピリッツ  
内容量:720ml / アルコール度数:25度  
希望小売価格:2,096円(税込)

残波が 飲むお店



地元の声が集まる素敵な夜を  
那覇の酒場風景を楽しむお店

今回ご紹介するお店は、那覇・松山エリア、県庁前駅から徒歩315mの好立地に2025年春オープンした「県民酒場 五ツ星」さん。扉を開けると、沖縄らしい掛け声と大衆酒場ならではの活気が迎えてくれます。こちらの

お店は、焼き鳥と沖縄料理の両方を気軽に楽しめるスタイルで、特に焼き鳥は、ショーケースに並ぶ中からお客様ご自身で好きな種類の焼き鳥を選んで、1本から注文可能。またソーメンチャンプルーやラフテー、ポーク玉子、もずく天ぷら、テビチなど沖縄の定番料理も、手頃な価格で豊富に取り揃えておられます。泡盛やビール、サワーなどお酒の種類も充実していて、せんべる感覚の一杯から、じっくり楽しむ夜まで幅広く対応。地元の常連さんから観光客まで幅広いお客様に支持される人気のお店です。もちろんZANPAも楽しめて、那覇の夜を締めくくるはしご酒のお店としても楽しめます。沖縄の大衆食文化と酒場文化を気軽に体感できるお店として、ぜひお立ち寄りください。



那覇の日常が詰まった、人気の居酒屋  
県民酒場 五ツ星

沖縄県那覇市松山1丁目9-2  
☎ 098-894-5769  
☎月・火・水・木・金・土・日・祝日  
13:00 - 23:00



\*営業時間・定休日は変更となる場合がございますので、ご来店前に店舗にお電話でご確認ください。



次回のZANPA JOURNAL 2026 Vo.2は、「TORAKICHI 2026」を特集。

ZANPA JOURNAL

編集部からのお知らせ

ZANPA JOURNALをご覧いただき誠にありがとうございます。これまで、マンスリーでお届けしておりましたZANPA JOURNALは、今年から2ヵ月単位で発行させていただきますことになりました。その分内容にも深みを加え、ZANPAの新商品やイベント情報、活動内容などを、これまで以上に読み応えのある紙面としてお届けしてまいります。今後とも何卒よろしくお祈りいたします。次回ZANPA JOURNAL 2026 Vo.2も是非お楽しみに。

ZANPA JOURNAL

Vo.1  
2026

New visual contents  
Respect from the visual front

ZANPAの新しいビジュアルへの挑戦  
ZANPA SIGNATURE VISUALS 2026

Feature



泡盛の伝統と既成概念を超えて  
世界のZANPAへと進化する

2026年が幕を開けました。ZANPAは、これまで大切に受け継いできた泡盛の伝統と正面から向き合いながら、その古典的なイメージを越え、世界の酒文化に名を連ねるZANPAを目指してまいります。その意志を体現するのが、今回の新しいビジュアル表現です。光と影が交錯する空間、洗練された佇まい、グラスを傾ける一瞬の美しさ。そのすべてに、泡盛という枠を超えた美意識を込めました。ZANPAは今、沖縄発のハードリカーとして、世界の酒文化が交差するシーンへと踏み出します。文化であり、スタイルであり、体験として選ばれる一杯へ。2026年、新しいZANPAの物語が、静かに、しかし確かに動き始めています。



Ryukyu Awamori

# monitor check

撮影にはショットごとにモニターで撮影イメージをチェック。何十枚も撮ったショットの中から最高のショットをクリエイティブディレクターが選び出します。

# Makeup

撮影前には少し時間をかけて、ヘア&メイクスタッフがモデルのイメージを最も出し出します。

# Model selection

ポスターや動画撮影のコンセプトに合ったモデルを選ぶため、オーディションを実施。多様なバックグラウンドを持つキャストが集まりました。

# Behind the-scenes report

ZANPA SIGNATURE VISUALS 2026

# Grand hammer

撮影会場は、多彩なレストランが集積する東京新橋のグランハママー。多様な文化と人が交わる空間が、今回のビジュアルの舞台となりました。

# Shooting scene

アジア料理店や横丁、ショーレストランなど異なる表情を持つ空間が連なる店内。撮影シーンは、ZANPAのポスターと動画を、それぞれの世界観に合わせて撮影しました。

# Location staff

今回の撮影では、スタッフ約10名体制で実施。現場では、照明や動線を細かく調整しながら、空間の空気感とZANPAの新しい表現を丁寧に切り取り、クリエイションしました。



ZANPA

# SIGNATURE VISUALS 2026

New visual contents  
Report from the visual shoot



こちらのQRコードからZANPA SIGNATURE VISUALS 2026のメイキングムービーをご覧ください。

日本国内における酒類消費市場は、年々縮小傾向にあります。人口減少と高齢化、さらには若年層の価値観の変化による酒離れ。これらの要因が重なり、従来の国内需要を前提とした酒造りやブランドの在り方は、大きな転換点を迎えています。しかし一方で、視点を世界へと広げると、まったく異なる景色が見えてきます。アジアを中心とした地域では人口が増加を続け、都市化とともに新しい酒文化が生まれています。食と酒をライフスタイルとして楽しむ層が拡大し、スピリッツに対する関心も高まっています。また日本国内に目を向ければ、インバウンド観光は急速に回復し、2030年には訪日外国人が年間6,000万人に達するという予測も現実味を帯びてきました。日本の食文化は、今や国内にとどまらず、世界中で共有される価値となっています。和食が世界的に親しまれるようになったことで、日本酒、焼酎、そして泡盛といった日本の伝統的な蒸留酒・醸造酒も、国境を越えて注目される存在となりました。2024年には、日本酒・焼酎・泡盛を含む日本の「伝統的醸造」がユネスコ無形文化遺産に登録され、その価値は文化として正式に認められています。今まさに泡盛が、地域の酒から世界の酒文化へと羽ばたくための好機が訪れているのです。ZANPAは、この時代の変化を真正面から受け止めてきました。泡盛という日本固有の蒸留酒を持つ歴史と精神性を大切にしながらも、その枠に安住することなく、世界の酒文化の中でどのような存在であるべきかを問い続けています。その答えの

ひとつとして生まれたのが、「ZANPA SIGNATURE VISUALS 2026」です。今回のビジュアルが描くのは、特定の国やジャンルに閉じた世界ではありません。光と影が交錯し、人種や文化、価値観が自然に混ざり合う空間。グラスを手にした人々の佇まい、言葉を交わす前の静かな間、背景に連なる無数の灯り。そこに表現されているのは、世界の酒文化が交差する場所です。ZANPAは、その中心に溶け込む一杯として描かれています。モノクロームを基調とした表現は、色彩という情報を削ぎ落とし、本質だけを際立たせます。人物の視線、指先の緊張感、グラスに映る光。余白を活かした構図は、お酒を飲むという行為の奥にある時間や感情、空気感までも想像させます。それは、長い年月をかけて熟成される泡盛の在り方も重なります。ZANPAが目指すのは、単なる輸出や販路拡大ではありません。泡盛を「地域の酒」から「文化として選ばれるZANPA」へと昇華させること。世界の酒文化が交差する場所で、自然に手に取られ、語られ、記憶に残る存在になることです。そのために必要なのは、派手な主張ではなく、一貫した美意識と確かな品質、そして物語です。ZANPA SIGNATURE VISUALS 2026は、その方向性を視覚化した宣言であり、未来への入口でもあります。国内市場の変化、世界市場の拡大、インバウンドの回復、文化的評価の高まりなど、これらすべてが重なる今、ZANPAは世界の酒文化が交差する場所へと泡盛の新しい可能性を提示してまいります。



# Making episode

New visual contents  
Report from the visual shoot

今回の「ZANPA SIGNATURE VISUALS 2026」の制作にあたり、ロケ地として選んだのは、昨年の特集取材でも深く関わらせていただいた東京・新橋のグランハママーでした。グランハママーは、BAR、レストラン、劇場、ラグジュアリーな空間のカラオケ、クラブまでを内包する、極めて稀有な複合施設です。そこには、国籍や文化の異なる人々が集い、それぞれのスタイルで酒を楽しむ、まさに「酒文化の交差点」が存在しています。私たちが今回描きたかったのは、特定の国やジャンルに閉じないZANPAの姿でした。世界のさまざまなシーンで、自然に選ばれ、楽しめるスピリッツ。そのイメージを具現化するため、モデルには外国人キャストを起用し、グランハママーの多様な空間を舞台に撮影を行いました。撮影当日は、あえて演出を作り込み過ぎず、モデルたちの自然な所作や空気感を大切にしました。ZANPAが主張しすぎるのではなく、その場の雰囲気や溶け込み、体験の一部として存在すること。そのバランスを探りながら、カメラは光と影、人の動き、グラスの傾きを丁寧に切り取っていきました。グランハママーという場所は、訪れる人の数だけ物語が生まれる空間です。世界中から集まるインバウンド観光客が、それぞれの背景を持ち込み、交差し、また次の場所へと向かっていく。その流動性こそが、今回のビジュアルに欠かせない要素でした。ZANPAは、その流れの中で静かに存在し、どのシーンにも寄り添う一杯として表現しました。