

にいがたデジコングランプリ2018  
オープンデータ活用企画書部門

# 日本酒コンシェルジュ

日本電子専門学校  
AIシステム科 岡田峻平

## はじめに

- やりたきこと

アプリを通じて日本酒に対する難しいイメージを払拭する。  
日本酒ファンを増やすことで新潟に興味を持ってもらい、  
観光客の集客・現地消費の向上へ繋げる

## 新潟県といえば

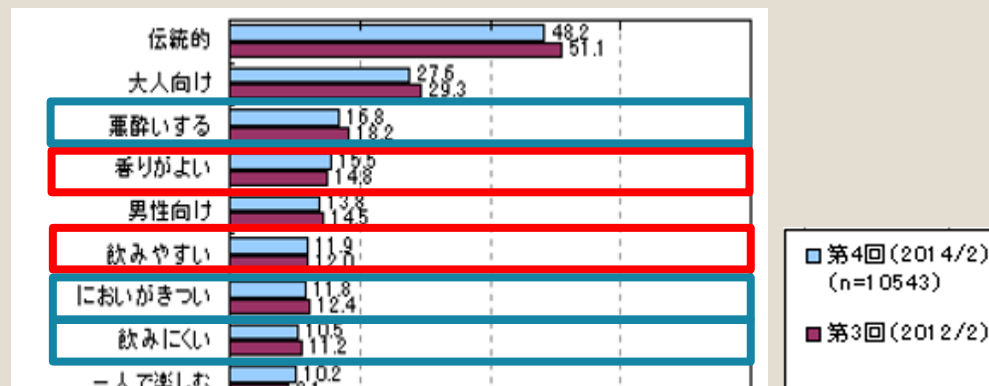
順位	都道府県	酒蔵数
1	新潟	96
2	長野	90
3	兵庫	87
4	福島	77
5	福岡	63
6	広島	60

順位	都道府県	消費量	
		総数	20歳以上人口1人あたり
並替	北南	降順 昇順	降順 昇順
1	新潟県	25,404kℓ	13.32リットル
2	秋田県	8,607kℓ	9.97リットル
3	石川県	8,956kℓ	9.48リットル
4	山形県	7,966kℓ	8.58リットル
5	福島県	13,321kℓ	8.41リットル
6	長野県	14,099kℓ	8.19リットル

※2015年度 都道府県別 酒蔵数 ※2016年度 都道府県別 日本酒消費量

酒蔵数・消費量ともに日本一  
言わずと知れた日本酒県

## 日本酒に対するイメージ



※2014年度 日本酒イメージ調査

良いイメージと悪いイメージが混在している  
好みが分かれやすい

## ターゲット・課題

### ○ ターゲット

# 日本酒は嫌いじゃない/興味はあるけど、良さがわからない人

## • なぜその客層にアプローチをするのか

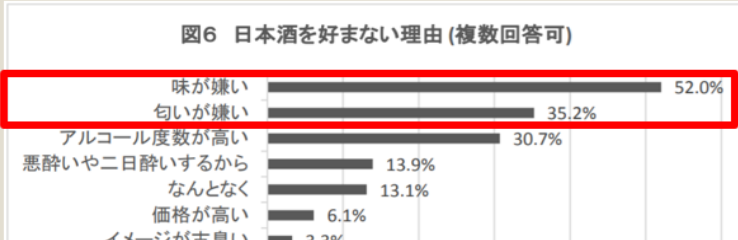
※2016年度 日本酒アンケート調査より

好き	59人	18.8%
どちらともいえない	146人	46.6%
嫌い	98人	31.3%
無回答	10人	3.2%
合計	313人	100.0%

日本酒が好きでも嫌いでもないと答えた人が約半数を占める

⇒ 日本酒好きになる可能性を秘めている

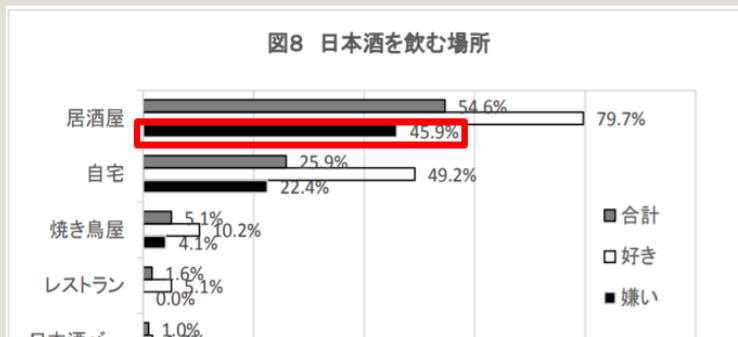
正しい知識を持たず、居酒屋で飲んだ日本酒が日本酒であると勘違いしている可能性がある



様々な味や香りを楽しめるのが日本酒の特徴であるため、その人の 好みが一貫すればマイナスな理由を払拭できる可能性がある



ただし知識を持って、自分の味覚にあった日本酒を飲んでもらうためにWebページやアプリを制作・利用してもらう事で



日本酒が嫌いだと答えた人の半数が、日本酒を飲む場所として居酒屋をあげている

⇒ 安く癖の強い日本酒を飲み、その印象しか持っていない可能性がある

嫌いではないけども、良さがわからない人たちに新たな日本酒の一面を知ってもらう

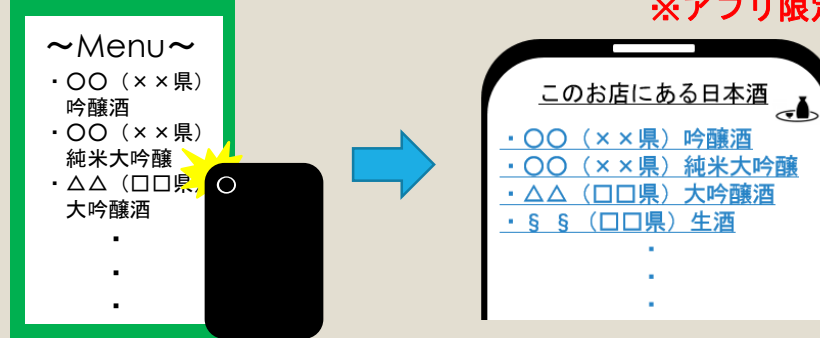
新しい日本酒ファンの獲得

TOPページ



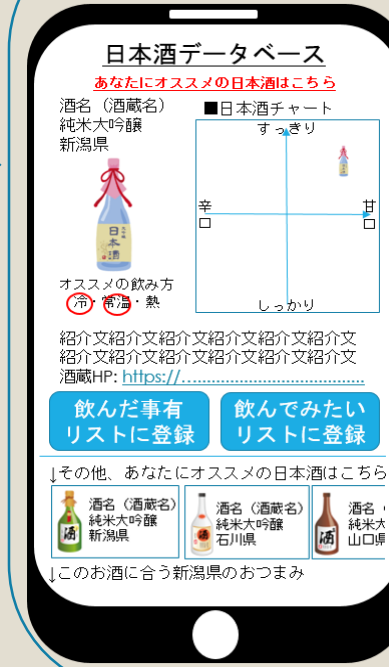
機能②：お店のメニューを読み込み

※アプリ限定



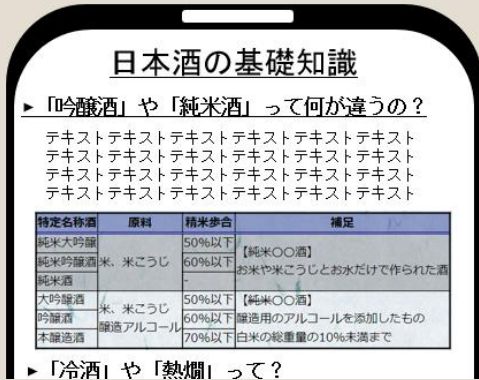
お店のメニューの写真を撮り、アプリに読み込ませる事で、お酒のリスト・詳細ページへのリンクを発生させる

機能④：日本酒データベース



- ・日本酒の基本データや特徴を閲覧 (酒蔵・都道府県等)
- ・ネット注文出来るように、酒蔵のHPリンクを設定しておく
- ・飲んだ事のあるお酒や、のんでみたいお酒をワンタップで登録可
- ・類似したオスメの日本酒の紹介や、製造されている都道府県のおつまみを紹介

機能①：日本酒の基礎知識



日本酒の造り方や醸造方法等、日本酒に関係する様々な基礎知識を記載

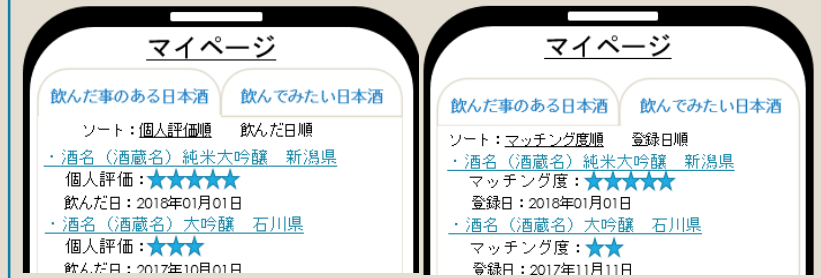
機能③：日本酒コンシェルジュ



- ・飲んだ事のある好みの日本酒から似た日本酒を紹介
  - ・味の好みから、その人にあった日本酒を紹介
  - ・今食べている / 好きな料理に合う日本酒を紹介
- ⇒日本酒の紹介は機能④：日本酒データベースへ飛ぶように設定

今いるお店で飲める日本酒の中から選ばれるように機能②と連携

機能⑤：マイページ ※アプリ限定



飲んだ事のあるお酒と飲んでみたいお酒の登録  
自分自身の好みのデータとして蓄積させる

- 何故Webページも作成するのか

最初からアプリをダウンロードしてもらう事は難しいと考えられる。

⇒Webページで一部機能を体験してもらう事でアプリの魅力を知ってもらい、  
アプリのダウンロードにつなげる

- アプリの展開方法

日本酒や新潟に関係イベントや日本酒の取り扱いがある居酒屋へポップ等の設置をしてもらう

※店内での日本酒販売促進にも繋がるため、設置はしてもらえると考えられる

- まとめ

日本酒ファンを増やすことで、

日本酒のメッカとも言える新潟県に観光客の誘致や

新潟県産の日本酒やおつまみ等の消費へと繋げていきたい