

嗅覚×においセンサー×AIによる香りDX 「地酒の香りを見える化」して対インバウンド・海外輸出における販売力強化



採択事業者名

株式会社レボーン

コンソーシアム構成員

水口酒造株式会社 | 養老酒造株式会社

勉強会の実施概要

コンソ内部のみ	含む外部
実施回数の累計	10
参加人数のユニーク累計	6
実施回数の累計	10
参加人数のユニーク累計	130

代表的な実施事例

狙いとゴール	- 実装パートナーにおける日本酒香度の実装トライアルPDCAの協議、進捗や成果の共有 - 実装先以外のパートナー候補に向けたナレッジ共有、横展開に向けた可能性の発掘 - 日本酒ファンや関心層など消費者ターゲットセグメントへの認知拡大
実施の成果	- 内部向け：国税庁補助事業の活用や実際の輸出先での活用につき有効性と課題を共有 - 外部向け①：県内普及に向け、新規のトライアル実装先を4社獲得 - 外部向け②：県内消費者に向け香度チャートとそれを用いた楽しみ方の普及に手応
実施アジェンダ 協議内容	- 内部向け：国税庁補助事業・輸出先での香度チャート活用方針検討～実施結果評価 - 外部向け①：香度チャート概要説明、既存実装先の進捗や有効性紹介、トライアル実装協議 - 外部向け②：愛媛の地酒を楽しむうえでの香度チャートの有用性の紹介、実際の試飲
参加者の一例	- 外部向け①：県内酒蔵（訪日客対象の接客販売や卸し先有りまたは輸出の実績/予定あり） - 外部向け②：県内外の日本酒ファンや関心層
次年度以降の 想定アクション	- 政府補助事業（国税庁、観光省etc）活用含めインバウンド向け・輸出向けの実績創出 - 県内酒蔵への普及の継続 - 有償利用した場合の顧客ROIをより厳密に可視化・定量化→説得力もった営業・普及



データ活用・協議の具体例

重要指標例

- ◎香りを特徴としたい銘柄における、香りの客観指標および消費者に伝わる表現（「日本酒香度®」）
- ◎海外の現地ECや現地LIVEコマースにおける、香度チャートの有用度（売上寄与度・顧客体験向上度）
- ◎蔵元直売拠点におけるインバウンド客（外国語）に対する、アプリ実装による売上増加・接客工数削減率

実装前

- 生産：杜氏の経験、鑑評会、コンクール等
- 販促：蔵元（杜氏ほか）によるメーカー自薦説明、権威によるテイスティング
- 業界標準の客観指標は日本酒度、酸度、アルコール濃度、アミノ酸のみ。香りは指標無し。消費者が受ける味わいを全て表現できておらず、当てにならないとの声も

実装後

- 日本酒に特化せず多様な業界知見のある香りの専門家が、日本酒の香り指標（日本酒アロマホイール）を作成し、それに基づいて各銘柄を評価（分析）
- 将来的にはにおいセンサーとAIで、当該評価を自動化

データ取得

データ活用

実行

業務反映

- 酒造りに関する香りの客観的基準がないため杜氏を中心に従事者の経験と記憶に依存
- 鑑評会は客観評価であり権威付けも科学的裏付けもある程度持っているが、減点方式であること、旧来の規範が強いこと、トップ争いの様相があること等に課題
- 杜氏にせよ第三者にせよ具体データは属人的かつ非言語的にしか記録されない→活用に大きな限界あり

- 生産において属人性が極めて高いため杜氏の交代・体調不良による品質変動が頻繁。
- テイスティングコメントは詩的表現による定性表現が中心。幅も狭い。それゆえ差異の可視化が難しい
- ワイン等をにらみ香り高い日本酒を作るメーカーは急増中であるが、販促のための表現が困難
- 特にインバウンド客や輸出先への伝達に苦心

- 主観的・定性的な会話による協議や比較にとどまる。
- メーカー、流通、消費者の間で見解が大きく分かれることがよくある。どのような製品が望まれているか、喜ばれているか、といった質のフィードバックが利かない（品質や個性よりもプロモカ、ブランドイメージがより有効）
- 海外向けに個性伝えるには現地商談会を中心に現地営業に打って出る必要あり、高コスト

- 生産：自社の異なる銘柄間での比較、同銘柄の時系列での比較、競合する他社銘柄との比較、等が可能になる
- インバウンド客：外国語版チャートやアプリを接客で活用
- 輸出：国税庁補助事業等も駆使し、リアル商談会の他、現地LIVEコマースや現地ECにおいて、銘柄ごとの繊細な個性をインポーター・飲食業者・消費者に伝える際に活用

- 蔵元同士やその他の協議において、客観的・定量的データをもとにして日本酒の香りを議論可能
- メーカー、流通、消費者の間での香りに関するフィードバックループが実効性をもちうる
- 外国人向け販売シーンの定番ツールの一つとなる可能性
- 異なる個性の銘柄が集まる販売シーンでの活用を模索

代表的な実施事例

- データ活用・協議を踏まえ、香りによる検索やベアリングフードから検索できるアプリを開発
プロモーションイベントにおいて、アプリで情報検索→ベアリングの試飲試食→お酒の実売に貢献 という導線を実証
- 同、海外インポーターへのリモート商談において活用
試験販売ロットとして取り扱う商品を検討してもらう際に円滑なコミュニケーション→県内銘柄2アイテムが1か月で取扱開始
- 同、訪日インバウンド向けの有効性が認識できたことから、酒蔵ツーリズム整備において活用
想定：「酒蔵見学→商品説明→試飲（飲み比べ）」といった体験型ツーリズムコンテンツにおいて、オーディオガイド等と組み合わせる形で多言語版の香度チャートを整備