

日本酒業界の構造的課題を ブランディングとAIで解く

awasake・AI Sake

ブランディング マーケティング プロセスイノベーション 事業創造 組織改革



AI ―― 伝統産業（日本酒）

日本酒の市場は、利益幅の小さい価格構造、安価な輸入品との競争激化や、人手不足、それに伴う技術承継の困難さなどから厳しい現状を強いられています。戦前、5000蔵ほどあった酒蔵は年々減少を続けており、現在も年平均で20ほどの酒蔵がその事業を畳んでおります。

1000年以上も前から作られてきたとされる日本酒を今後も産業として存続させるためには、「市場の拡大」と「安定した生産」が必要不可欠です。本プロジェクトでは、新たな日本酒市場を開拓することにより需要の拡大を図るとともに、杜氏をサポートするため匠の技を可視化することをテーマに支援を行いました。

スパークリング日本酒を「awasake」としてブランド化。また、匠の技術をAIに移転し、技術継承を容易な形に伸び悩んでいた日本酒の市場を拡大する試みとして取り組んだのがスパークリング日本酒「awasake」です。日本酒は食中酒として浸透していますが、スパークリング日本酒に乾杯酒という新たな意味を与えブランディングすることで、これまでの商品とは違う利益率の商品開発に取り組みました。

また、単にお酒を作るだけでは面白いお酒が出来ただけで終わってしまいます、「厳格な品質基準の作成」「複数社による協会化」「不正を防止する認証の仕組み」「権威による認定」といったブランディングに必要な要素を盛り込むことで、新しいお酒のカテゴリーを創出することを目指しました。

また、技術承継の困難さを解決するため、製造工程にAIを導入するプロジェクト「AI Sake」も実施。

これまで「浸漬」という米の吸水工程においては、杜氏が目で見ながら最適な吸水時間を判断していましたが、お米の膨張率、白化率などを測定できる画像認識デバイスを開発し、その数値をAIに学習させることで、熟練の杜氏がいなくても最適な吸水時間が自動的に通知されるように致しました。

「awasake」は7割という高利益率を実現。
市場も25億円規模に。
AIを活用した技術継承も業界全体で進行中

2016年2月には「一般社団法人awasake協会」を設立し、弊社代表である三浦亜美が初代代表理事を務めました。リブランディング商品の「awasake」は、利益率が7割を超える高単価な価格設定を可能にし、約25億円の市場を創出。

「AI Sake」プロジェクトも日経新聞に取り上げられるなど注目を浴び、多くのプレイヤーが日本酒業界におけるAI活用に取り組む、先駆け的存在となりました。

