

No.

18

欲しいウイスキーが見つかる ポータルサイト「SAKEDORI」

ウイスキーのショッピングサイトの運営開始後、当初はサイトを訪れる人も増えず苦労したが、ターゲットを明確にした情報発信やサービス開発により、2年目から徐々に飲食店を中心にユーザーが増加し、約5年が経過した現在の売上額は、2年目に比べて2倍以上に成長した。



20ml試飲販売用のボトル



企業名

スコッチモルト販売株式会社

所在地

〒173-0004 東京都板橋区板橋1-8-4

電話番号

03-3579-8587

URL

<https://scotch-malt.co.jp>

代表者

島村啓子

資本金

1,000万円

従業員

13人

企業紹介

昭和46年創業の当社は、スコッチウイスキー「ボウモア」の輸入が始まった当初に輸入販売の代理店となった老舗である。以来、全国の酒販店、ホテル、バー、レストランへのシングルモルトウイスキーの卸販売を行ってきた。

日本初のお酒の試飲販売を提供するテイasting&ショッピングサイト「SAKETRY」を運営するかたわら、板橋区に実店舗としてリカーショップ「M's Tasting Room」、自分で醸造できるクラフトビールのブリュワリー「TOKYO ALEWORKS」、ビールと和食を楽しめるレストラン「IBU (Itabashi Brewers Unit)」を展開している。



SEチーム 橋本とも子氏、江原義英氏



SEが常にサイトのメンテナンスを行う



地ビールの製造体験もできる

取組みの内容

20mlの有料試飲ボトルを販売する「SAKETRY」の新規会員集客と宣伝告知を目的に、情報ポータルサイト「SAKEDORI」の開発とSNS専用アプリ「酒撮り」の試作開発を行った。「SAKEDORI」では酒造メーカーではなく、第三者ブロガーに情報発信をしてもらい、購入できるところや実際に飲めるお店を紹介する。こうしてニーズと商品をマッチングしたのちに受け皿となるのが「SAKETRY」である。サイトの裏側には、独自に開発した商品及び顧客のデータベースがあり、酒屋か一般客かという顧客属性や購入履歴等を一元管理できるようになっている。

サービス開発のポイントと課題

以前は、営業が取引先を1軒ずつ回って酒の実物を販売していたが、現在は「SAKETRY」「SAKEDORI」を中心とするプラットフォームを活用して営業を行うようになった。また、従来はフォローしきれなかった遠隔地にも取引先を広げることができた。営業活動でも、新規開拓にかかる時間を増やすことができた上に、実質的に営業を3名増員したのと同程度の営業力を確保することができた。

個人情報を扱うため、インターネットに関連する技術の進歩やセキュリティ対策は気を抜くことができない。当社では、経験豊富なSEチームによってデータ管理に力を入れている。

今後の展望

Web上で試飲ボトルを販売したことにより、顧客にとっても味を確かめるという利便性が高まり、仕入れから販売までのルートが多様化できた。また実店舗もあるため、ユーザー側にとっても、全体として信頼して利用できるサービスとなっている。

現在、サイトへの登録件数では飲食店が7割となっており、残りの3割が酒販店や一般小売等で構成されている。今後は、全体の登録件数を伸ばしていくことと、一般の愛飲家をネットに誘導するための情報発信をSNS等の活用を進めて行っていく予定である。

成功のポイント

顔を見てお薦めするのと違い、Webサイトでは、いかにデータベースをしっかりと作り、好みにあった商品と出会っていただけるかが重要になります。しかし、やはりウイスキーは味わっていただくものですから、20mlの試飲ボトルは自分で確かめてからお薦めしたい店舗の方に好評です。今後は、古くからのお得意先を大切にしながら、実店舗とWebサイトの両輪でウイスキーを広げていきたいです。

代表取締役 島村啓子氏

