

業種	酒類専門商社
活用分野	AR技術を利用した 販売支援 / 情報提供サービス
テクノロジー	スマートフォン、AR

ブドウマークにワイン情報を満載 iPhone アプリで情報提供サービス

酒販店や飲食店で興味を持ったワインの詳しい情報が、「iPhone」を通じてその場でわかる——。こんなユニークなサービスが2010年のボジョレー・ヌーボー解禁日(11月18日)にスタートした。

ワイン輸入業者のモトックスが活用する「Wine-link」(ワインリンク)は、AR(拡張現実)技術を用いた独自開発の“ブドウマーク”をiPhone向けの専用アプリケーションで読み取ることで、ワインの年代・産地・生産者、料理との相性などが画面上に表示されるというサービス。消費者にとってはiPhoneがソムリエ代わりとなり、酒販店や飲食店はiPhoneを通じて接客の効率化やサービス向上を図れる。

ARとスマートフォンの可能性に着目 爆発的に普及したiPhoneから展開

モトックス 取締役副社長・営業戦略部ディレクターの寺西太亮氏は、「B to Bで商売をする当社が、ワイン市場拡大のために消費者に働きかけられる手立てを考えていたとき、取引先である酒販店や飲食店でワインを“選ぶ・飲む・語る”ための情報提供が頭

に浮かびました」と、サービス開発のきっかけを話す。

2010年春、社員から話のあったAR技術とスマートフォンの可能性に着目。まずは爆発的に普及したiPhoneに照準を絞ってアプリケーションを開発した。気に入ったワインを再度購入あるいは注文する際に便利な履歴機能や、ツイッターとの連携で口コミ情報の発信・受信も可能にするなどの特徴を盛り込んだ。

ワインとの関連性を意識したブドウマークは、20粒のデザインで約100万品目の個別情報を表現できるという。取扱いワイン約7000品目のブドウマーク作成については、「以前から生産者情報などのデータベースを整備していたので大きな手間はかかりませんでした」と寺西氏はいう。

店舗も利用者も評価は上々 同業他社や他業界への展開も

モトックスでは、従来から営業活動で提供してきた酒販店向けのワインボトル用首掛けラベルやプライスカード、飲食店のワインメニューにブドウマークを付加することで、ワインリンクの利



モトックス
取締役副社長
営業戦略部
ディレクター
寺西太亮氏

用環境を整えた。さらにボトルの裏ラベルへ直接印刷する方法も徐々に広がっている。

そうしたワインを取り揃える「ワインリンク展開店」は、酒販店で1000店、飲食店で200店を超えた。2011年度中には両者合わせて2500店以上への展開を目指している。

また、iPhone用アプリケーションのダウンロード数もサービス開始から今年の8月末で10,000超に達した。利用者からは「ワインを選ぶ・飲む際に楽しみ方が増えた」などの評価が多数寄せられているという。

対象端末を拡大すべく、すでにAndroid端末向けアプリケーションを開発中。機能面では、ワインリンク展開店の検索機能や「マイ・セラー」として利用できるアイテム登録機能などを追加・拡充していく。さらに寺西氏は、ワイン市場全体の底上げのため、「このサービスを同業他社にも活用できる準備を整えています」と話す。また、言語を変更して海外でのサービス展開も視野に入れている。

加えて、ワインリンクの仕組みに関心を持った別の業界からも相談を持ちかけられているとのこと。ワイン市場からの横展開によるビジネス拡大も見えてきているようだ。

図 「Wine-Link」サービスの概要



Profile

株式会社モトックス http://www.motokuss.co.jp	本社所在地 大阪府東大阪市小阪本町1-6-20	事業内容 酒類専門商社(輸入ワイン、日本全国の銘酒・焼酎・泡盛など)
	設立 1954年3月(創業1915年9月)	
	資本金 3000万円	