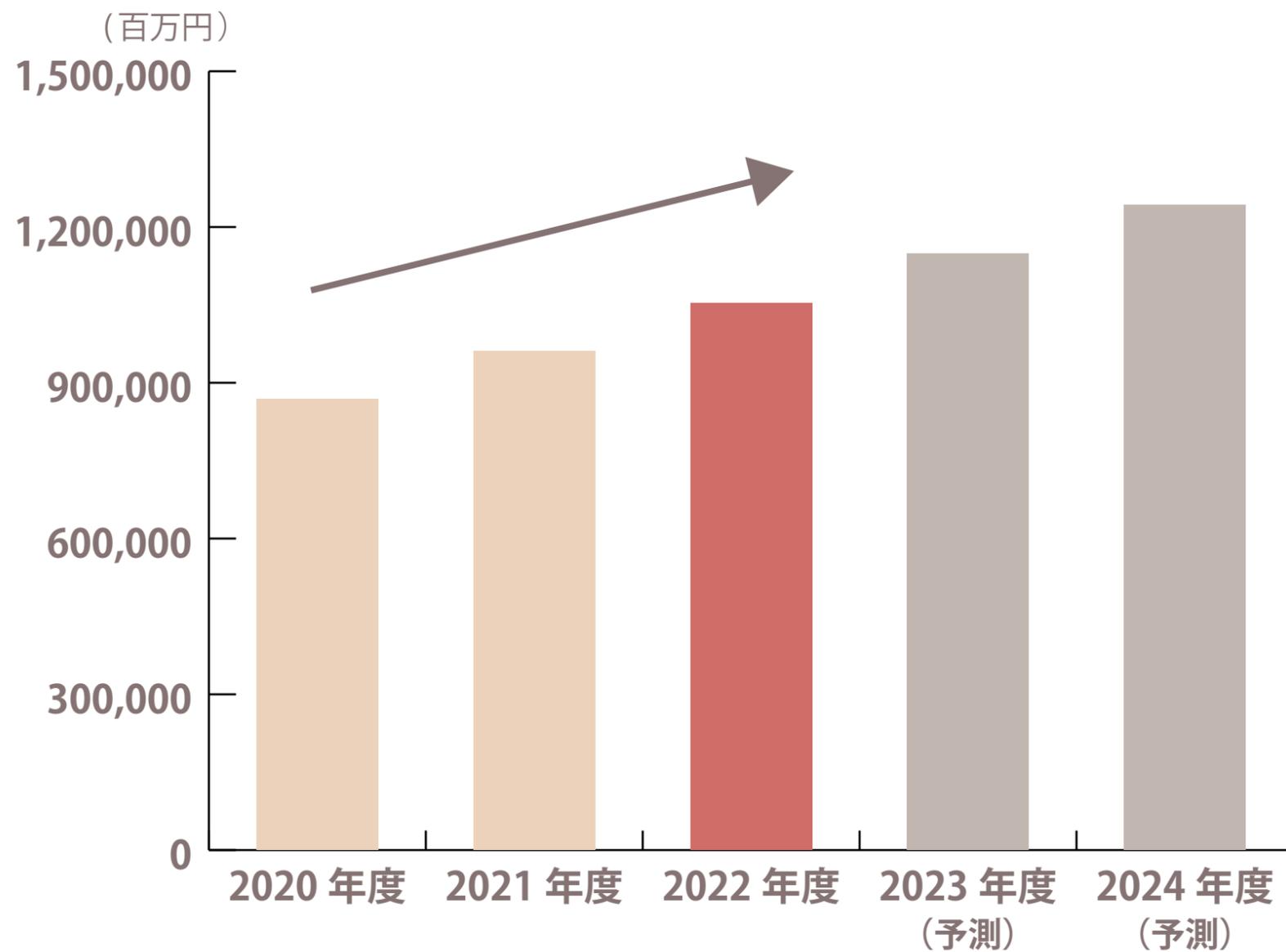




WEB サイト企画提案

ウイスキーに特化したサブスクリプション EC サイト

市場調査 1



出典：矢野経済研究所“2022 サブスクリプション・定額サービス市場の実態と展望”

サブスクリプションサービス市場の拡大

6市場を
対象

- ①衣料品・ファッションレンタルサービス
- ②外食サービス
- ③生活関連サービス
- ④多拠点移住サービス
- ⑤デジタルコンテンツ
- ⑥定期宅配サービス

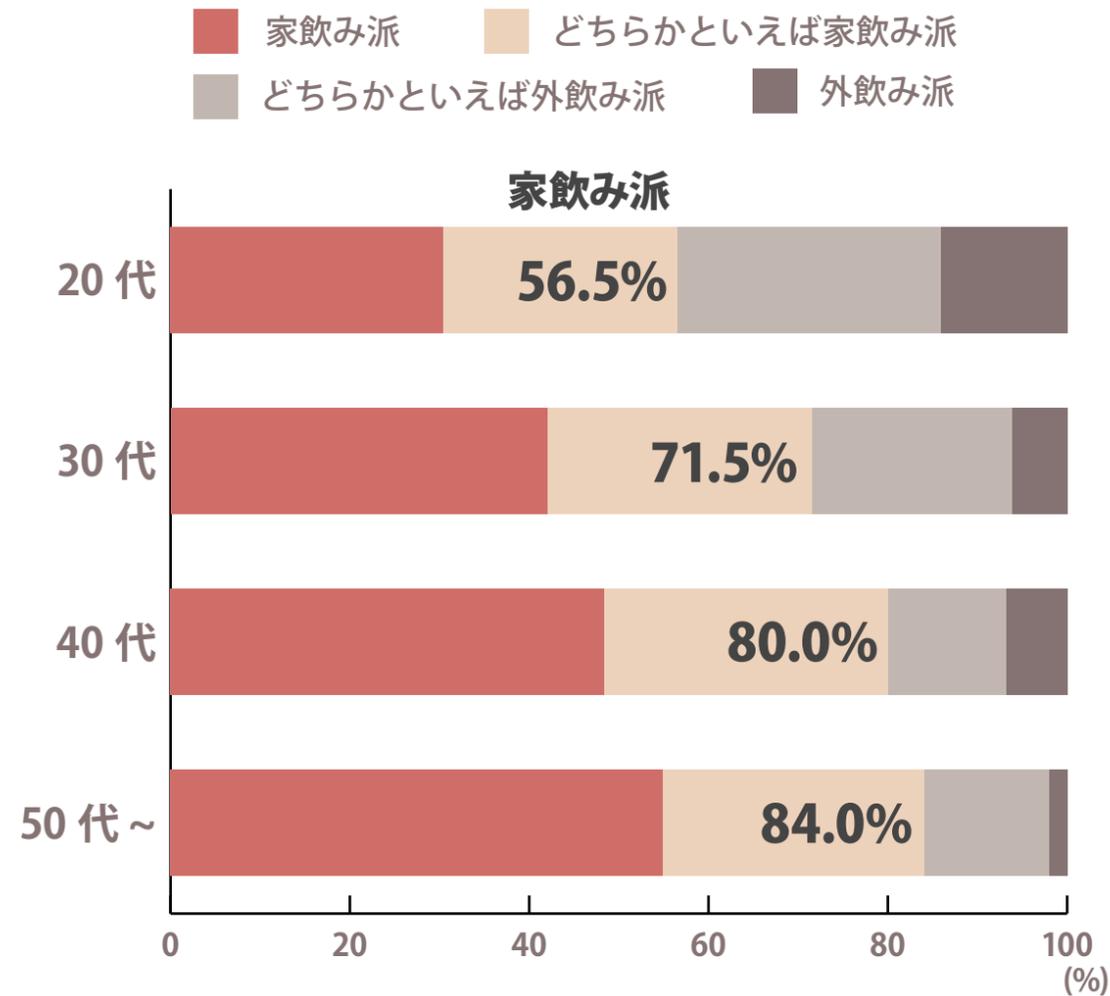
■ 2022年度の市場規模は1兆524億円で過去最高

■ 2024年度には1兆2422億円に到達する見込み

市場調査 2

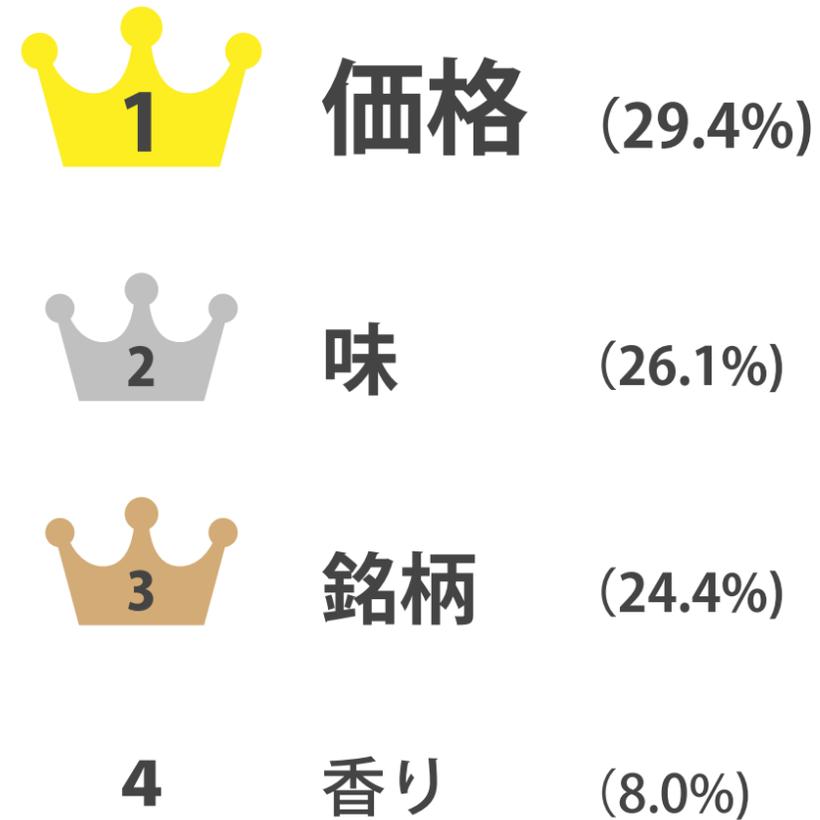
家飲み派の割合増

【世代別アンケート】あなたは「家飲み派」か「外飲み派」か



調査手法：キュレーションニュースアプリ「Gunosy」ユーザーを対象にした Web 調査キリンビール株式会社調べ
調査対象者：20～50代以上の男女 800人（男女年代均等割付）

洋酒購入時の重視点



1位の「価格」に次いで
2～4位は品質に関する
重視点が多め

調査手法：「MyVoice」のアンケートモニターを対象とした Web 調査
調査対象者：20代以上の男女計 10,425人（男性 53% 女性 47%）

SWOT 分析

S



- 高級なお酒を少量、安価で試せる
- 初心者でも気軽に購入しやすい
- サブスクリプションのため
商品を販売して対価を得るよりも
安定した収入を見込める

O



- サブスクリプション
サービスの普及
- 家飲み派の増加
- 競合他社が少ない

W



- 日常的にお酒を買う習慣がある人は
利用に至らない
- 解約のハードルも低く、利用者数の
維持が難しい

T



- スーパーやコンビニでも多様な
ウイスキーがミニサイズで購入できる
- ビールや日本酒、ワインなどの
よりポピュラーなお酒の存在

ターゲット



自宅でお酒を飲む
習慣がある人



手頃な価格で
質の良いお酒を飲みたいと
考えている人



“ウイスキーが好き”
あるいは
“興味はある”が
購入を躊躇っている人

ペルソナ



■ 基本情報

名前： 遠山 美穂
性別： 女性
年齢： 26 歳
居住地： 静岡県
職業： 営業事務
年収： 320 万円
家族： 独身、一人暮らし

■ ライフスタイル

趣味： 映画鑑賞、食べ歩き、キャンプ
休日： 自宅に籠って映画鑑賞、友人とショッピング
習慣： 毎朝20分程度の筋トレ、週末の晩酌

■ 性格、価値観

- ・ 社交的で明るく友人も多い方ではあるが、神経質な一面もあるため一人で過ごす時間も大切にしている。
- ・ トレンドに敏感はあるが、慎重派であるため商品購入時はしっかりと検討する方。

■ 現在の状況

- ・ 最近太ってしまったため、食事や生活習慣に気を遣っている。
- ・ 将来のために本格的に節約を始めたため、気の乗らない飲み会へは行かないようにしている。
- ・ 晩酌の定番はビールや酎ハイがほとんどであったが、最近観た洋画の影響でウイスキーを飲んでみたいと考えている。
しかし銘柄や割り方などがよく分からず、まだ購入には至っていない。

ウイスキーに特化したサブスクリプション型 EC サイト

誰に

家飲みを充実させたいと
考えている人

何を見せて

多種多様なウイスキーと
その特徴

どうしてもらおう

サブスクリプションの登録

- 品質を重視している層向け
- サブスクリプションに登録し、この中から毎月ウイスキーを選びたい！と思わせる
- 実店舗や他 EC サイトではできない ▶ 当サイトならではの価値

イメージ

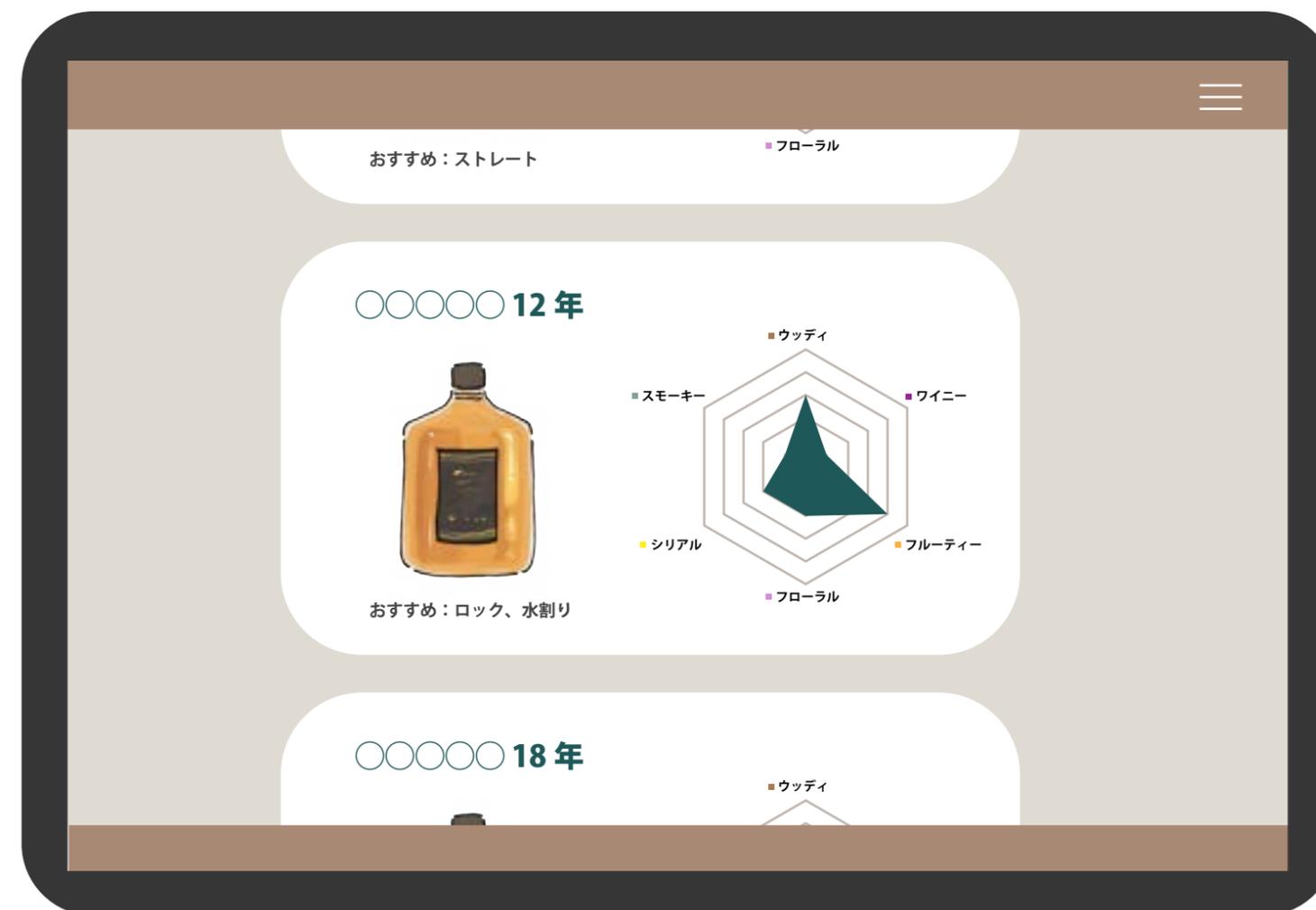
テーマカラー



メインカラーには木の温かみや穏やかさなどの印象を与えるブラウン
アクセントカラーに安心感や落ち着きなどの印象を与えるグリーン

サイトイメージ

- 取り扱いのあるウイスキーの一覧を、銘柄ごとのフレーバーチャート、おすすめの飲み方や相性のいいおつまみなどと合わせて見ることができる
- ウイスキーに詳しくない人でも、ひと目でわかるよう特徴の紹介は簡潔に
- 自分の気になるフレーバーやウイスキーのジャンルから絞って検索も可能



動画広告

選択理由

- 立ち上げ時を想定
- 低関心層・潜在層にサービス内容を認知してもらう
 - ・利用の流れ（ウイスキーの選択～お届け）
 - ・ウイスキーを飲む様子

予想できる効果

- 動画広告の特徴として、低関心層にも見てもらいやすい
- 動きがあるためサービスの内容やコンセプトをイメージしやすい



KGIフロー

