

報道関係各位

2025 年 12 月 3 日

アライドアーキテクト株式会社

アイリッシュウイスキーブランド「バスカー」が Kaname.ax を活用し、 新たな飲用シーンを発見

CEPs リスニングによる示唆から制作した Instagram リール動画が通常投稿の 50 倍再生を記録

データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計し、企業のマーケティング AX を支援するアライドアーキテクト株式会社（本社：東京都渋谷区、取締役社長：村岡弥真人、証券コード：6081、以下「当社」）は、株式会社ウイスク・イー（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：遠山公隆、以下「ウイスク・イー」）が輸入代理店を務めるアイリッシュウイスキーブランド「バスカー」に対し、データプラットフォーム「Kaname.ax」を通じて、生活者の CEPs リスニングから顧客インサイトの発見と SNS マーケティング施策の最適化支援を行いました。

サービス詳細ページ：<https://service.aainc.co.jp/kaname-ax>



アイリッシュウイスキーブランド「バスカー」

CEPsリスニングで
Instagramリール動画が
通常投稿の50倍再生



■ CEPs リスニング活用の背景

ウイスク・イーは、複数の洋酒ブランドの正規輸入代理店として国内販売を展開しています。同社が輸入代理店を務める「バスカー」は、2016 年に創業し 2021 年に日本上陸したアイリッシュウイスキーブランドで、バーボン樽、シェリー樽、マルサラワイン樽の 3 種類を使用することで華やかなフルーツアロマが特徴となっています。

同社ではこれまで、従来型のマーケティング活動を中心に展開してきましたが、より幅広い層への訴求と売上拡大を目指し、ウェブマーケティング施策にも本格的に取り組み始めました。特に、SNS を活用したブランド認知拡大において、新たなマーケティングアプローチの可能性を模索していました。

また、これまでも顧客の声を収集するツールは導入していたものの、それを十分に活用しきれていませんでした。そこで、「気づいていない生活者の傾向があるのではないか」「そこにブランド認知拡大のヒントがあるのではないか」という期待から、収集した顧客の声を本格的に分析することを決め、「Kaname.ax」による CEPs（カテゴリーエントリーポイント）リスニングを実施することとなりました。

■ブランド想定と生活者の実態にギャップを発見

CEPs リスニングを実施した結果、同社が想定していた生活者の飲用傾向と実際の傾向に大きな違いがあることが判明しました。

- ブランドとして「ハイボール」での飲用を強く推していたが、実際の生活者はバスカーをハイボールで飲んでも「ハイボール」という表現を使わず、ブランドの意図と消費者の認識にギャップが生じていた。
- メーカー側で設定したブランドイメージを踏襲し「パーティー」「バーベキュー」「みんなでワイワイする」といったシーンでの飲用を日本でも想定していたが、実際はそのような言及数が少なかった。

これまでは、メーカー側が想定した飲まれ方がそのまま日本にも当てはまるだろうという前提がありました。実際の分析結果は意外なもので、CEPs リスニングを通じて、ブランドの新たな可能性を見出すことができました。

■新たな切り口でのリール動画で 50 万回再生を突破

ウイスキーは、当社の支援のもと、CEPs リスニングの結果を踏まえた従来のブランドイメージとは異なる新しい見せ方での Instagram リール動画を制作しました。「帰宅したら夫がバーテンダーをやっていた」というインパクトのある設定で、「こんなフルーティーなウイスキーあったんだ…！」というコピーとともに、生活者にも受け入れやすい形で商品の魅力を表現する動画となりました。



普段の SNS 投稿では 1 万回再生ぐらいでコメントもほとんど付きませんでしたが、本動画は 50 万回再生を突破し、多数のコメントが寄せられました。「トロピカルって気になる！」「バスカー、パイナップルの香りがして

めっちゃフルーティ」「ウイスキーはどれを飲んでも全く良さが分からなかったような私ですが、今度チャレンジしてみたいと思います」など、従来のターゲット層だけでなく、新たな層からも大きな反響を獲得しました。

■クライアント担当者コメント

販売元からすると、味わいや飲み方に注力しがちですが、今回はアライドアーキテクト社から、一般の方に受け入れやすい見せ方を提案していただきました。今までは、蒸溜所関係者を招いたインタビュー動画や、メーカー側が制作した動画に日本語キャプションを付与する形に留まっており、日本市場に最適化された動画を提供することは困難でした。しかし今回 50 万回再生を突破し、普段コメントがつかない投稿に多くの反響をいただけたことで、新しいアプローチの可能性を実感しています。特に新規層からの反応は非常に嬉しく、ブランドの新たな価値を伝えられたと感じています。

＜CEPs リスニングについて＞

CEPs リスニングは、「Kaname.ax」に取り込んだ SNS の UGC や EC のレビューなどから特許出願中(※1)の独自 AI 技術を活用して顧客の声を分析し、商品・ブランドを購入・利用する際のきっかけ(CEPs: カテゴリーエントリーポイント)を導き出すサービスです。生活者の実際の体験や感想を CEPs を軸に分析することで、生活者インサイトを発見・評価し、より効果的なマーケティング戦略の策定を可能にします。

＜Kaname.ax について＞

顧客の声を要(かなめ)に、マーケティング AX を起動する。

「Kaname.ax」は、蓄積された顧客の声(VOC)データからコミュニケーションの「起点となるインサイト」を発見し、企業のマーケティングコミュニケーション設計を支援するデータプラットフォームです。あらゆる“声”をデータ資産化し、AI による高頻度なインサイト把握と成果学習で精度を高め、経営の意志決定から現場での実行まで、市場変化に強い戦略・施策に繋がります。

サービス詳細ページ: <https://service.aainc.co.jp/kaname-ax>

＜株式会社ウィスク・イー 会社概要＞

- ・代表者: 代表取締役社長 遠山 公隆
- ・所在地: 東京都千代田区神田和泉町 1-8-11-4F
- ・URL: <https://whisk-e.co.jp/>
- ・設立: 2000 年 9 月(旧 アランジャパン設立 1998 年 3 月)
- ・事業内容: ウイスキー、ビール、スピリッツ、リキュール、ソフトドリンクなどの輸入販売卸、自社輸入製品のインターネット通信販売、イベント企画・運営

＜アライドアーキテクト株式会社 会社概要＞

- ・代表者: 代表取締役会長 田中 裕志
取締役社長 村岡 弥真人
- ・所在地: 東京都渋谷区恵比寿一丁目 19-15 ウノサワ東急ビル 4 階
- ・URL: <https://www.aainc.co.jp>
- ・設立: 2005 年 8 月 30 日
- ・事業内容: マーケティング AX 支援事業

＜アライドアーキテツ株式会社とは＞

アライドアーキテツ株式会社は、データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計することで事業成果の向上に貢献するマーケティング AX(※2) 支援企業です。2005 年の創業以来培った 6,000 社以上のマーケティング支援実績と UGC を始めとする顧客の声データ資産を活かし、独自開発の SaaS・SNS・AI 技術とデジタル・AI 人材(※3)を組み合わせた統合ソリューションで、企業のマーケティング AX 実現を加速しています。

※1 2025 年 7 月 25 日発表「アライドアーキテツ、SNS 投稿などから消費者インサイトを抽出する AI 技術の特許を出願」

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2025/02616.htm>

※2 マーケティング領域における AI トランスフォーメーションのこと。AI 技術やデジタル・AI 人材(※3)によって業務プロセスや手法を変革し、データと AI の活用によって人と企業の新しい関係性を創出すること、と当社では定義しています。

※3 主に AI 技術、SaaS、SNS などのデジタルマーケティングに関連する技術・手法に精通し、それらを活かした施策やサービスを実行できる人材 (AI マーケティング戦略立案者、生成 AI プロンプトエンジニア、SNS 広告運用者、SNS アカウント運用者、エンジニア、Web デザイナー、クリエイティブ・ディレクター等)を指します。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテツ株式会社 経営企画部 広報担当

TEL: 03-6408-2791 MAIL: press@aainc.co.jp