PRESS RELEASE

報道関係各位

2026 年 11 月 12 日
アライドアーキテクツ株式会社

アライドアーキテクツ、バカルディジャパンの「Dewar’s」X公式アカウントに対し、CEPs分析を起点としたアンバサダー施策の実行支援を実施

「家での晩酌」シーンを訴求の軸に設定、初開催のファンミーティングは応募数が目標の 117%に

AXの力で企業成長を実現するアライドアーキテクツ株式会社（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、バカルディジャパン株式会社（以下「バカルディジャパン」）が運用するスコッチウイスキーブランド「Dewar’s（デュワーズ）」のX公式アカウントにおけるアンバサダー施策およびファンミーティングの実行を支援しましたので、お知らせいたします。

本支援では、当社のデータプラットフォーム「Kaname.ax®」を活用し、VOC（※1）からCEPs（カテゴリーエントリーポイント：※2）を分析しました。その結果をもとに「家での晩酌」シーンを軸に施策を設計し、アンバサダー数は約 350 名に拡大しました。また、初開催のファンミーティングでは、参加応募数が目標の 117%に達しました。

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



■フォロワー数の増加ではなく、購入につながるコアファンの育成が課題

バカルディジャパンは、世界最大級のスピリッツカンパニーであるバカルディグループの日本法人です。同社は「Dewar’s」のX公式アカウントの運用において、フォロワー数の増加よりも、既存フォロワーのコアファン化と、商品に関心を持ちうる未フォローの生活者への訴求を重視していました。目指していたのは、購入への貢献と、UGC（※3）の自然な創出です。

同社の公式アカウントには、ファンによる晩酌シーンの投稿が数多く寄せられていました。しかし、自然発生的な投稿に任せているだけでは、UGCを継続的に生み出す仕組みにはなりません。また、キャンペーンでー

時的に集めたユーザーとのつながりは、長続きしにくいという課題もありました。

そこで同社は、コアファンの獲得・定着に向けて、アンバサダー施策の立ち上げを決めました。

■「Kaname.ax®」のCEPsリスニング®で、「家での晩酌」という仮説をデータで裏付け

アンバサダー施策で訴求する利用シーンを見極めるため、当社は「Kaname.ax®」を用いてCEPsリスニング®（※4）を実施しました。X上の投稿データから「Dewar's」ブランドに関するVOCを抽出し、投稿に含まれるCEPsを分析しました。その結果、「家での晩酌」シーンでの飲用が最多であることが判明しました。この結果は、バカルディジャパンがそれまでの運用経験から有していた仮説と一致するものでした。

仮説がデータによって裏付けられたことを受け、同社はアンバサダー施策の告知およびクリエイティブに「家での晩酌」シーンを反映する方針を固めました。

■「家での晩酌」を軸にしたアンバサダー施策で、約 350 名のコアファンを獲得

アンバサダー施策では、Xのオーガニック投稿を起点に、フォローとコメントによる参加表明の形式でアンバサダーを募集しました。告知画像には、「家での晩酌」シーンを想起させるビジュアルを用いています。

あわせてアンバサダー向けのUGC投稿キャンペーンを実施しました。参加者が「#デュワーズストーリー」を付けて投稿したDewar's の写真とエピソードの中から、最優秀賞および優秀賞の受賞者を選出し、Dewar's公認アンバサダーとしての表彰状を贈りました。ユーザーの投稿には、公式アカウントがすべてリプライで反応し、双方向のコミュニケーションを重ねた結果、アンバサダー数は約 350 名に拡大しました。

■初開催のファンミーティングは、応募数が目標の 117%、満足度は 96%

アンバサダーとの関係をさらに深めるため、アンバサダー限定のファンミーティングを、オフラインとオンラインのハイブリッド形式で初開催しました。Dewar's検定やバーチャル蒸溜所ツアー、テイスティングなど多彩なコンテンツを用意し、目標の 117%となる応募が集まりました。

参加者同士の交流によってアンバサダー同士の結束が強まったほか、公式アカウントの運営担当者と直接交流したことで、公式アカウントへのエンゲージメントの強化につながりました。イベント後のアンケートでは、満足度が 96%、「知人にDewar's を薦めたい」との回答が 88%、アンバサダー活動の継続意向が 100%という結果でした。また、イベントの様子はXニュースにも掲載されました。

■クライアント担当者コメント

「デジタル施策からリアルな購買にどのようにつなげていくのか」その問いへの一つの答えとして、熱量の高いファンの皆様と共創し、デュワーズへの熱量が高い発信をしていくことを心掛けました。その前段として、ファンの方と本当の意味で目線を合わせるために、いつ・どこで・どのような形でデュワーズを普段飲用いただいているかを分析・可視化。それらのCEP要素をクリエイティブに落とし込みました。また、リアルイベントを通して、現場ならではの熱量を伝播することが重要だと感じ、ファンミーティングを開催しました。各企画をサポートいただきまして、誠にありがとうございました。

（バカルディ ジャパン株式会社　ご担当者様）

事例詳細ページ：https://service.aainc.co.jp/kaname-ax/case-study/case-bacardijapan

＜サービス概要文＞

「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。SNS投稿、レビュー、EC購買者のアンケート、リサーチパネルの調査結果など、顧客の声を多角的にデータ収集・統合し、AIで一元的に解析することで、Who × What × Howのマーケティングフレームワークや CEPsに適応する形でデータ分析結果を出力します。

＜バカルディ ジャパン株式会社 会社概要＞

・代表者 ： 代表取締役社長 サラ・ニコルズ

・所在地 ： 東京都渋谷区東 3-13-11　A-PLACE恵比寿東ビル 2F

・URL ： https://www.bacardijapan.jp/

・設立 ： 1995 年 12 月 1 日

・事業内容 ：洋酒の輸入、マーケティング、販売及びそれに関連する業務

＜アライドアーキテクツ株式会社 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事業・資産AX事業

＜アライドアーキテクツ株式会社とは＞

アライドアーキテクツ株式会社は、従来の事業構造をAI前提で再設計するAX（AIトランスフォーメーション）を推進し、企業の持続的な成長を実現するAXカンパニーです。

AIを活用したデータ×クリエイティブでマーケティングを変革する「マーケティングAX事業」と、オンチェーン経済圏におけるAXを通じて資産価値の向上を目指す「資産AX事業」を展開しています。

2005 年の創業以来、6,000 社を超えるマーケティング支援実績と、UGCをはじめとする顧客の声データ資産、独自開発のSaaS・AI技術を蓄積。戦略立案からクリエイティブ、運用、開発までを担うデジタル・AI人材を結集し、自らを変革し続ける企画者・創造者の集団として、「世界中の人と企業の創造がめぐる社会」を目指して、挑み続けています。

※1 Voice of Customer 顧客の声のこと。

※2 Category Entry Points 顧客が特定の商品カテゴリの購入を想起・検討するきっかけのこと。

※3 User Generated Content ユーザー生成コンテンツのこと。

※4 独自AI技術を活用して、生活者の声をCEPsを軸に分析。アスキング調査では見出せない生活者の実態を発見・評価し、効果的なマーケティング戦略の策定を可能にします。

＊ 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】

アライドアーキテクツ株式会社　経営企画室　広報担当

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