



フルーツ王国・福島からお届けします！ 福島県産桃果汁飲料『福島あかつき』新発売

- 株式会社JR東日本ウォータービジネス(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:石戸谷 隆敬)は、2013年3月5日(火)、山形食品株式会社(本社:山形県南陽市、代表取締役社長:稲村 和之)と共同開発した果汁飲料『福島あかつき』を発売します。
- 福島県産のブランド桃「あかつき」の果汁を産地限定・単一品種限定にこだわって使用しました。
- 自販機の Suica-POS データのマーケティング分析を元に、女性の午後需要をターゲットに設定し、エキナカにおける20代~40代の午後の癒し・おやつニーズを狙った商品です。
- 商品パッケージに新島八重をモチーフにした福島県のキャラクター「八重たん」を使用しました。
- 福島県応援商品として、「福島県の名産品プレゼントキャンペーン」を実施し、福島県の地産商品のPRと地域活性化につなげます。

●商品名

『福島あかつき』

●価格

140円(税込)

●容量・容器

280ml ペットボトル

●発売開始

2013年3月5日(火)

※数量限定で販売。2013年6月頃販売終了予定

●販売箇所

JR東日本のエキナカ飲料自販機acure〈アキュア〉・
JR東日本管内NEWDAYS・新幹線車内販売等
JR東日本ウォータービジネス通信販売
その他(一部CVS、SMなど)

●コンセプト・ターゲット

「大人が楽しむ本格果汁」をコンセプトに、女性を中心に午後の癒しニーズ・小腹満たしをターゲットに商品開発。

●商品特長

- ◆福島県産の桃「あかつき」にこだわり、産地限定・単一品種の果汁を使用。果汁50%
- ◆単一品種果汁を生かし、「あかつき」特有のkokのある甘みを味わえます。
- ◆桃を食べた時のジューシーさと、とろける食感をお楽しみ頂けます。
- ◆エキナカでの持ち歩き・飲みきりニーズに適した280mlミニペットボトルを採用。



福島県の地域活性化をサポートします！



◆福島県のキャラクター「八重たん」をパッケージ側面に使用。



福島県キャラクター
「八重たん」

◆「未来へのじまんの一品づくり」プロジェクト(※)に参画。

(※)経済産業省主催・福島県後援の福島県産商品を通じて福島県の魅力を伝え、地域活性化をサポートするプロジェクト

【お問い合わせ先】

株式会社JR東日本ウォータービジネス 企画部
担当：和方・奥谷
TEL：03-6853-6001

「福島あかつき」のプロモーション施策

JR 東日本グループが推進する地域活性化の一環として、「福島あかつき」の販売促進と連動して福島県産商品の PR を行ないます。

①「福島県の名産品プレゼントキャンペーン」を実施します。

「福島あかつき」をご購入して頂き、パソコン・携帯電話等からインターネットでキャンペーンサイトにアクセスし、必要事項を記入の上、応募して頂くと、抽選で 100 名様に福島県の名産品をプレゼントいたします。

◆キャンペーン応募期間

2013 年 4 月 1 日(月)0 時 0 分～2013 年 6 月 30 日(日)23 時 59 分

◆キャンペーン内容

「福島あかつき」ご購入のうえ、キャンペーンサイトに登録し応募。抽選で 100 名様に福島県の名産品をプレゼントします。

【キャンペーン賞品】

「会津継承米 氏郷」白米・玄米セット (各 3 合)

商品説明: 甘くてもっちり、会津伝統のヴィンテージ米 取扱会社: 有限会社 会津食のルネッサンス

「八重の郷 さくら麺」お徳用詰め合わせ (320g・4 人前)

商品説明: ほんのりと桜の香り漂う風雅な麺 取扱会社: 有限会社 福島やない製麺

倉敷デニムブランド「ベティスミス」会津木綿ポーチ

商品説明: 会津木綿と倉敷デニムがコラボレーションしたポーチ 取扱会社: 株式会社ベティスミス

※当選者には、いずれかの賞品を 1 品発送いたします。(賞品は選べません)

※当選者発表は、発送をもってかえさせていただきます。

◆キャンペーンサイト(応募フォーム)

URL: <http://jre-water-cp.jp>

◆お問合せ先(キャンペーン事務局)

メールアドレス: campaign@jre-water.jp

※2013 年 4 月 1 日(月)～2013 年 6 月 28 日(金)

※平日 10:00～17:00 対応

※時間外のお問い合わせは翌営業日のご対応となります。



「八重の郷 さくら麺」



「会津継承米 氏郷」



「ベティスミス」
会津木綿ポーチ

②新幹線の車内販売・駅で商品を販売・PRします。

◆新幹線の車内販売(運営会社: (株)日本レストランエンタプライズ)で商品を販売します。

③首都圏のエキナカ自動販売機で商品・キャンペーンをPRします。

◆首都圏を中心に展開している次世代自動販売機のディスプレイで映像を使用したプロモーションを行います。展開期間: 2013 年 4 月 15 日(月)～5 月 14 日(火)

◆首都圏約 100 台の自動販売機側面の大型ステッカー広告で商品をPRします。

《掲出期間: 2013 年 4 月 1 日(月)～5 月 10 日(金)

※展開、掲出期間は、変更となる場合があります。



参考資料1 販売促進ツール

自動販売機側面ステッカー広告（掲出サイズ：H1800mm×W600mm）



自動販売機陳列用 立体ダミー



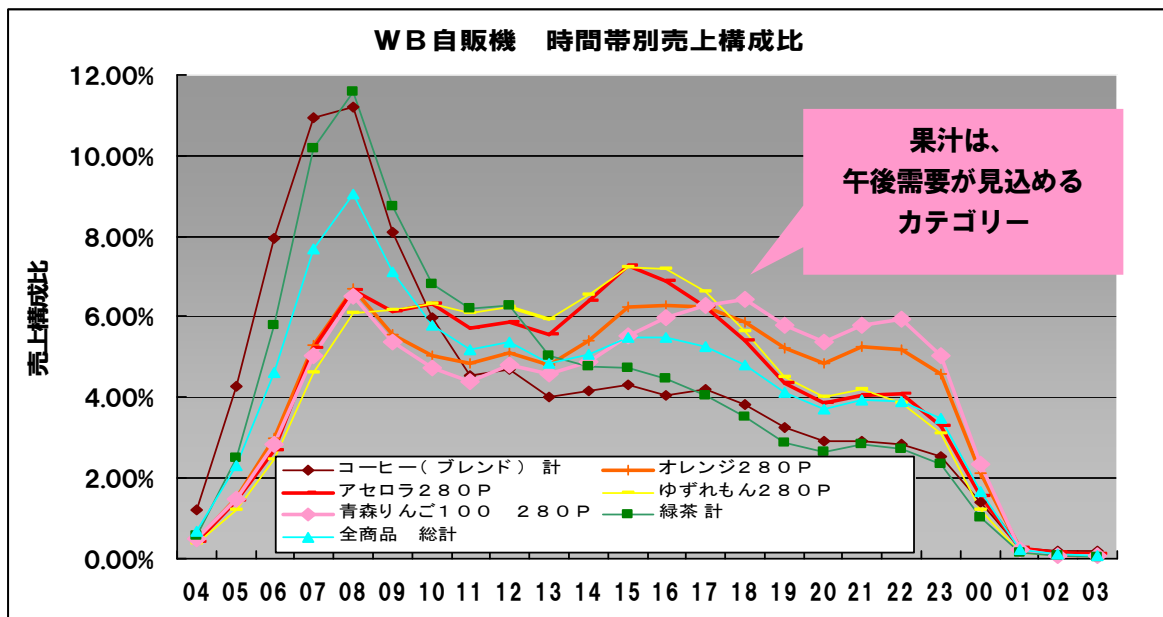
デザインイメージ
※変更の場合があります。

参考資料2 自販機 Suica-POS データによるマーケティング

自販機の Suica-POS データを活用してマーケティング分析を行い、商品コンセプト・ターゲットを明確にした商品開発を行なっています。

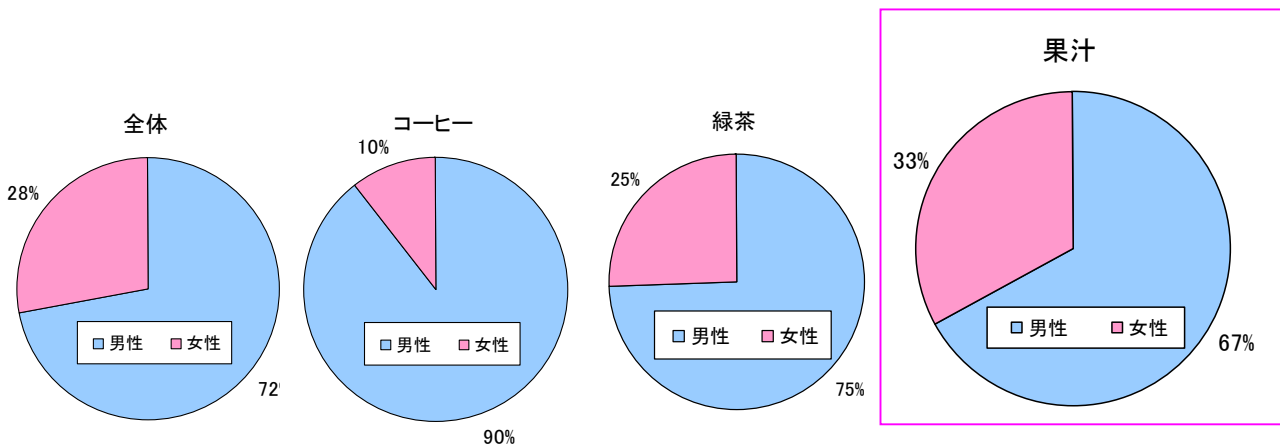
2012年4月～6月 時間帯別売上構成比

果汁カテゴリーは、午後にニーズが高まるカテゴリー



2012年4月～6月 Suica-POS 属性構成比

果汁カテゴリーは、他のカテゴリーに比べて女性の購入比率が高い傾向



午後の女性のニーズをメインターゲットにした商品コンセプトで開発を行なう