



2012年収穫の山形県産さくらんぼ使用 さくらんぼ果汁飲料『山形のさくらんぼ 2012』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、2012年9月11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『山形のさくらんぼ 2012』を発売します。
- 2012年に収穫された山形県産のさくらんぼにこだわった産地限定・収穫年限定果汁を使用しています。
- さくらんぼの優しい甘さと華やかな香り、綺麗な桜色を味覚・嗅覚・視覚で楽しめる果汁飲料です。
- 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。
- 山形県の地産果汁使用の商品として、「山形の『うまい』が当たるキャンペーン」を実施し販売促進と連動して山形県産商品のPRを行ないます。

●商品名

『山形のさくらんぼ 2012』

●価格

140円(税込)

●容量・容器

280ml ペットボトル

●発売開始

2012年9月11日(火)

※2012年12月末までの期間限定販売(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・キオスク売店等

山形新幹線ほか車内販売

JR東日本ウォータービジネス通信販売

(<http://www.jre-water.com/online/index.html>)

●コンセプト・ターゲット

「エキナカでのプチご褒美」をコンセプトに、女性の午後の癒しニーズ・小腹満たしをターゲットに商品開発。

●商品特長

- ◆2012年に収穫した山形県産のさくらんぼのみを使用。佐藤錦などの品種をブレンド。果汁8%
- ◆さくらんぼ果汁の優しい甘さと華やかな香りを生かす味わいに仕上げました。
- ◆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。



【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：加藤・奥谷

TEL：03-6853-6005

「山形のさくらんぼ 2012」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、「山形のさくらんぼ 2012」の販売促進と連動して山形県産商品の PR を行ないます。

①「山形の『うまい』が当たるキャンペーン」を実施します。

「山形のさくらんぼ 2012」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 名様に山形県産のブランド米「つや姫」をプレゼントいたします。

◆キャンペーン応募期間

2012 年 10 月 1 日(月)0 時 0 分～2012 年 12 月 31 日(月)23 時 59 分

◆キャンペーン内容

「山形のさくらんぼ」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 名様に山形県産のブランド米「つや姫」5kg をプレゼント

◆キャンペーンサイト(応募フォーム)

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

(キャンペーンサイトは 2012 年 10 月 1 日開設となります)

◆キャンペーン問合せ先

山形の「うまい」が当たるキャンペーン 事務局

メールアドレス:campaign@jre-water.jp

※2012 年 10 月 1 日(月)～2013 年 1 月 31 日(木)

※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。



山形県産ブランド米「つや姫」
フード・アクション・ニッポン
アワード2010
プロダクト部門最優秀賞を受賞

②「山形新幹線」の駅・車内販売で商品を販売・PRします。

◆山形新幹線「つばさ」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。

◆山形新幹線の駅ホーム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。

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:2012 年 10 月 15 日(月)～12 月 14 日(金)》

◆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:2012 年 10 月 1 日(月)～10 月 31 日(水)》

※展開、掲出期間は、変更となる場合があります。



参考資料1 「山形のさくらんぼ 2012」自動販売機側面ステッカー広告デザイン

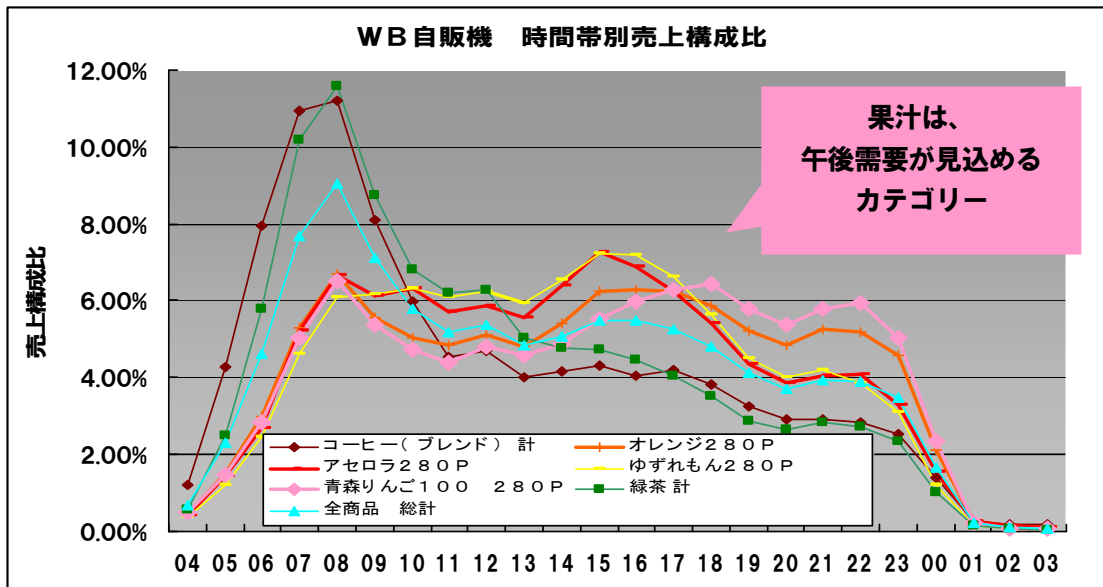
※デザインは変更の可能性があります。



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、午後にニーズの高いカテゴリー

2012年4月～6月 Suica-POS 属性指数

《属性指数》「各性別年代の属性比率÷全商品属性総計」で、全商品総計を 1.00 として全商品総計と比較した指数。

1.00 より数字が大きいほど、その性別年代の購入比率が全商品平均より高い。

1.00 より数字が小さいほど、その性別年代の購入比率が全商品平均より低い。

カテゴリー別 属性指数	女性					女性 集計	男性					男性 集計
	10代以下	20代	30代	40代	50代以上		10代以下	20代	30代	40代	50代以上	
緑茶	1.07	0.99	0.89	0.94	1.21	0.96	0.72	0.92	0.89	1.03	1.33	1.01
ミネラルウォーター	0.99	1.22	1.18	1.12	1.34	1.19	0.73	0.98	0.88	0.89	1.08	0.93
コーヒー(ブレンド)	0.08	0.21	0.41	0.58	0.44	0.40	0.29	0.86	1.28	1.35	1.23	1.23
炭酸	2.62	1.03	0.82	0.98	0.82	0.94	3.71	1.44	0.99	0.92	0.75	1.02
果汁	1.51	1.27	1.25	1.20	1.34	1.26	1.06	0.94	0.91	0.86	0.90	0.90
全商品総計	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

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にある。

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