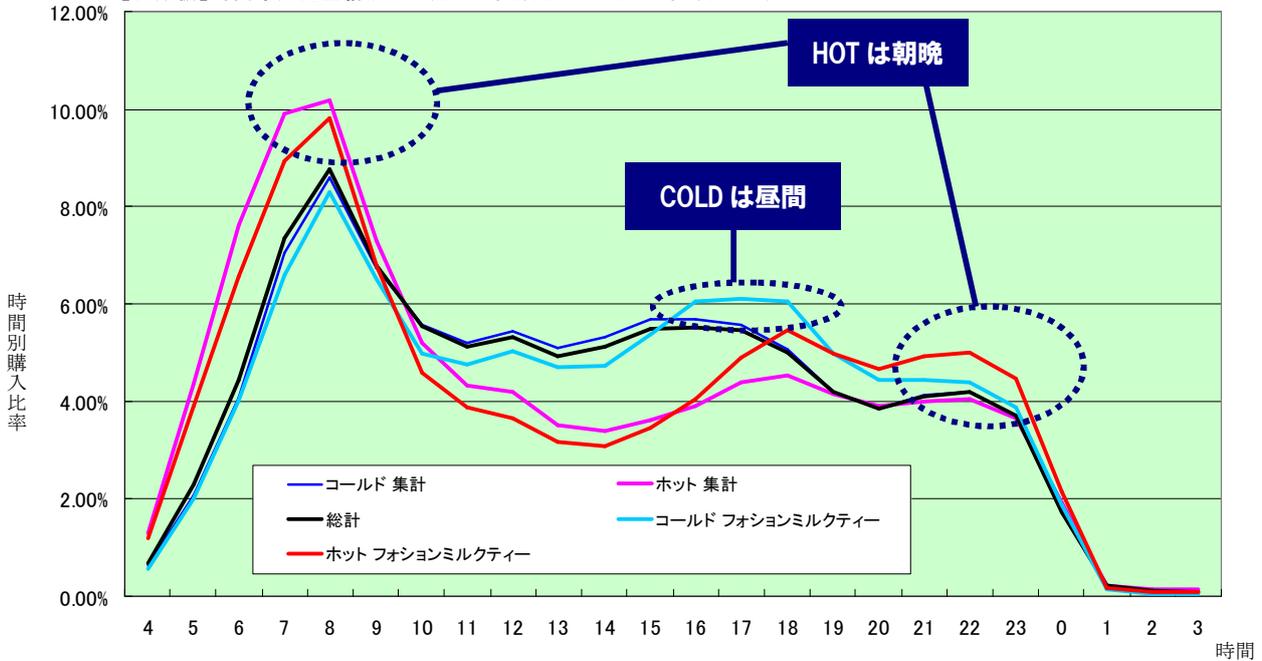


参考資料 エキナカ「acure 自動販売機」の Suica-POS データを活用したマーケティング分析

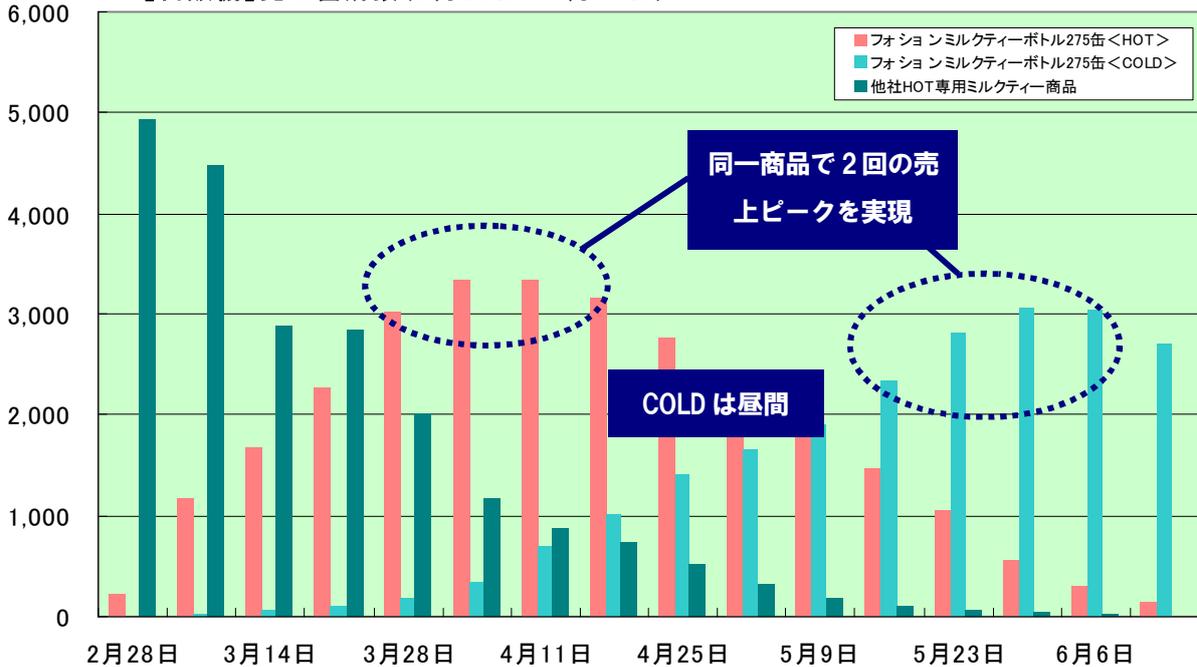
前年発売したファッションミルクティーで分析すると、コールドは昼間の時間に売上が伸びている一方でホットは朝晩に需要が集中。そこで昼間の購買意欲を高めるため「おやつの時間に飲みたい紅茶」をコンセプトにリニューアルを実施しました。

【自販機】時間帯別売上構成比（2010年2月28日～2010年6月13日）



それぞれの「販売時間帯」に合わせた商品開発をすればより売上があがるという仮説（朝晩は体が温まる飲料、日中はおやつ代わりの飲料）

【自販機】売上箇所数（2月28日～6月13日）



それぞれの「販売時期」に合わせた商品開発をすればより売上があがるという仮説（冬はホット、春は両方、夏はコールド）