

Our New Flavor for 2013

井上 海岬(21311032mi@tama.ac.jp)

塩沢 健太(21311149ks@tama.ac.jp)

江場 雄司(21311050ye@tama.ac.jp)

私たちが考えた新しいフレーバーについて紹介します。

日本のサーティワンは1973年12月に設立されました。日本での最初の店舗は、1974年に目黒に開店しました。本社は東京の品川区にあり、資本金は約7億3千万円です。社員は166人おり、主要株主はB-R Japan HDLLCや不二家です。

サーティワンのスローガンは「アイスクリームを通じて人々に幸せを」です。ポリシーは「店舗売上高の増加」「生産・物流能力増強」「革新的店舗開発」「マーケティング進化」「本部機能強化」です。また販促として「年に7回(1月、3月、5月、7月、8月、10月、12月)ある31日と3月1日は、ダブルコーン、ダブルカップが、なんと、通常価格の31%OFF!」ということもやっています。

スタンダードフレーバーはカラフルで、トッピングなどされているフレーバーもあります。

ランキングは1位が「ホッピングシャワー」、2位が「31 World Record」、3位が「キャラメルリボン」でした。ランキングの傾向としてシンプルなフレーバーよりカラフルなフレーバーの方が人気な傾向があります。

ポジショニングマップを作ると、シンプルカラーでこってりしたアイスが多く、シンプルカラーであっさりしたフレーバーが少ない結果となりました。

アイスクリームについてアンケートを実施しました。回答者は24名です。最初の質問は「あなたの好きなフレーバーは何ですか」でチョコレートが37%、抹茶が21%という結果になりました。次に「普段どこでアイスを買いますか」という質問では50%の人がコンビニで買うと答え、21%の人がスーパーマーケットで買うという結果になりました。最後に「アイスを買うとき何を重視しますか」という質問では54%が味を重視し、38%が値段を重視する結果になりました。

ここで私たちが考えたフレーバーは「ダブルグレープ」です。このフレーバーはぶどうの紫色で、ぶどうのリフレッシュした感じをイメージしています。またぶどうの実がフレーバーに入っています。

このフレーバーを売り込む際はぶどうの実が入っていることを推していきます。またリフレッシュできるフレーバーとしてもいいでしょう。