

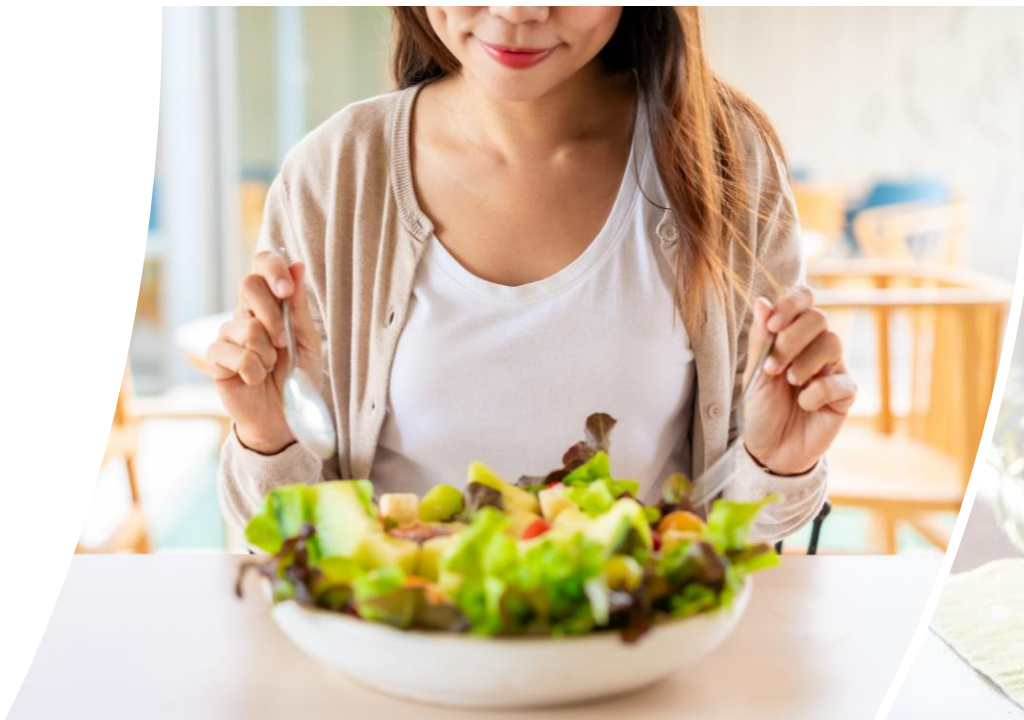
セブンのスムーズジャー

金子 杉崎 白井 瀬戸

著作権の観点から削除

ターゲット カスタマーイメージ

- 健康を意識したいけど何から始めればいいのか？
- 簡単に続けられる挑戦がしたい
- スムージー飲みたいけどミキサー、材料用意するのが大変
- ミキサーの掃除も面倒...



3C分析

Who: 社会人、サラリーマン、子供連れ
When: 平日のお昼休憩、帰り途中

お客様

コンビニ: ローソン、ファミマ、
スムージー屋さん: 果汁工房果琳、野菜生活

食品がおいしいコンビニ

競合他社

自社

練習：(SWOT分析)

内部環境

外部環境

Strength
(強み)

定期的に健康意識できる
つくるのが大変なスムージー
を気軽に飲める
約70秒で出来上がる。

Opportunity
(機会)

コンビニにあるので気軽に寄れる
スムージーを気軽に飲める
コンビニの普及
健康志向の人の増加
菜食主義に注目が集まっている

Weakness
(弱み)

高価格
中身がきまっている
ストローである(持ち運び不便)
冷たいものしかない

Threat
(脅威)

低コストで簡単に、家でもス
ムージー作りができるように
なること
専門店の存在

温かい
スムージー
あるの？

コンビニで材
料買えたらいい
んじゃない？
??

練習：(SWOT分析) Cross分析

内部環境

外部環境

Strength
(強み)

Opportunity
(機会)

Weakness × 強み
(弱み)

スムージーって冷たいものがほとんど。暖かいスムージーを作ろう。種類数を増やすことができたり、より顧客の好みを開拓できたりする。こうしたチャレンジができるのもコンビニならではの。

Threat × 強み × 弱み
(脅威)

自分のほしい栄養素？に沿って、スムージーの身をカスタマイズ！