

ヤクルト1000の分析

## 顧客

花粉症に効いてほしい  
安眠したい  
ストレス緩和  
TVで話題  
品薄で他人の興味を惹く

## 競合他社

健康ドリンク  
眠れるチョコ  
ニンニク卵黄  
R-1

## ヤクルト1000

SWOT分析

# Cross-SWOT分析

強み

弱み

機会

睡眠不足の社会に対する効力  
訪問販売によってコロナ禍で  
家にいても購入ができる

生産量上げる

脅威

花粉の季節など  
特定の期間の飲用に限らず  
継続飲用の効果を伝え  
定期購買を促す

味のバリエーションを増やして  
他社と差別化

# Segmentation

---

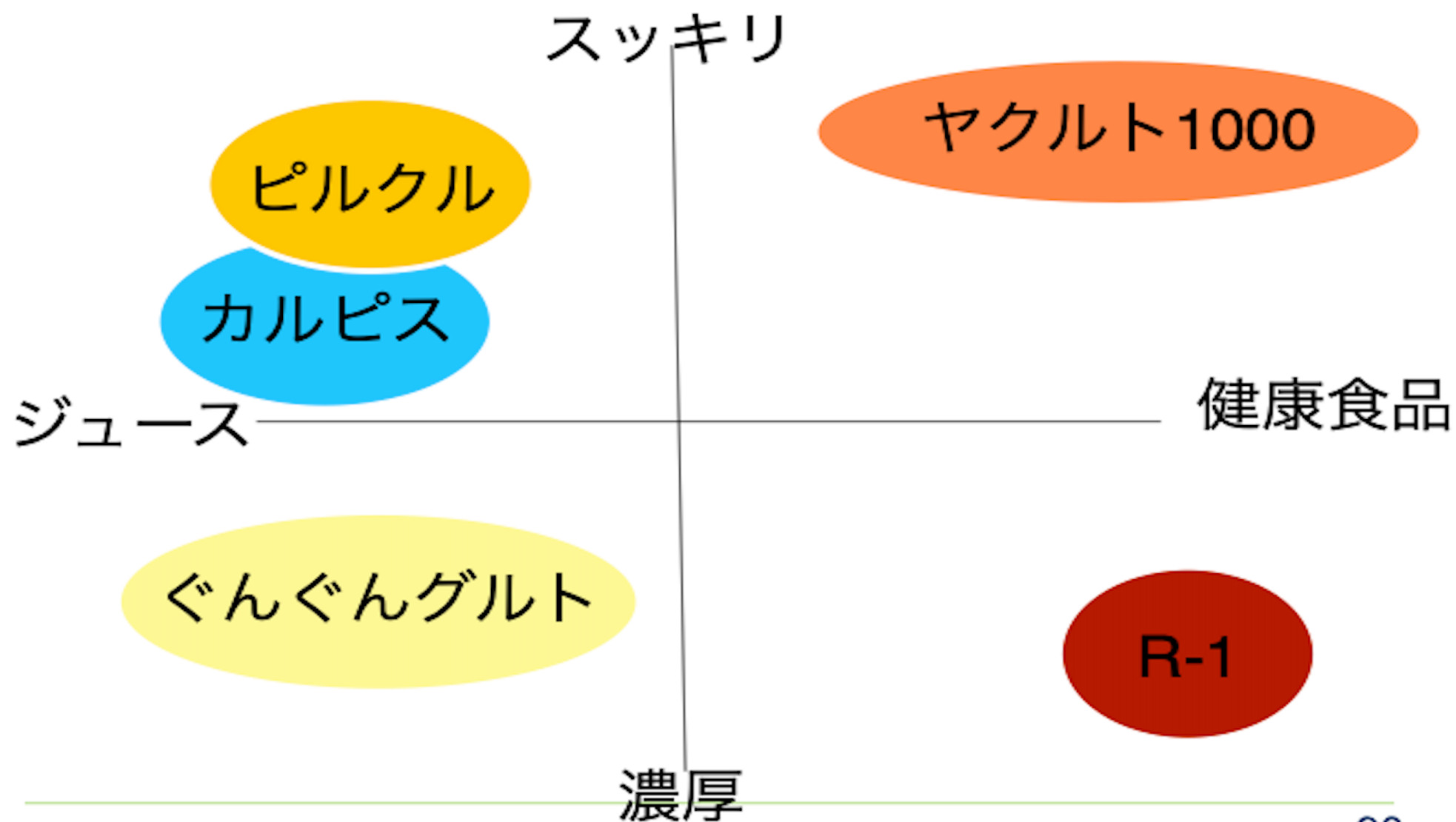
保険機能食品  
乳酸菌飲料

## Target Customer

---

睡眠障害・花粉症を中心とした  
健康に気を使う人々

# Positioning



# MM

---

<p>Promotion</p> <p>TV (マツコ)</p> <p>SNS</p>	<p>Place</p> <p>訪問販売 小売店</p>
<p>Product</p> <p>保険機能食品 乳酸菌飲料 効能の期待度が高い</p>	<p>Price</p> <p>高め</p>