

そのほか、シンプルな活用事例（食品メーカー、流通関係など）

A社 プロモーション部門

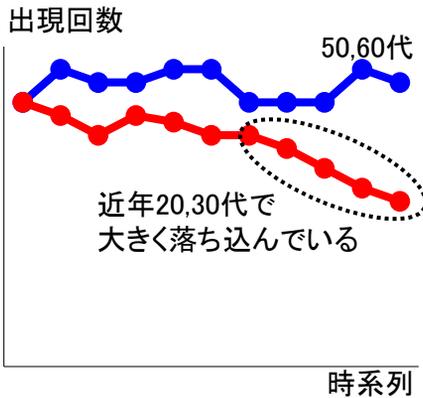
課題例

需要が長期的に低下している調味料のてこ入れ

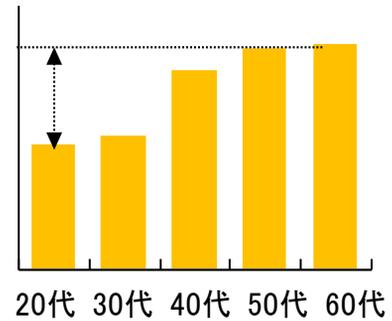
メニューセンスで
わかること

- ・この商品は若年層の主婦で、大きく落ち込んでいる
- ・若年層主婦は、使用するメニュー幅も狭い
- ・シニア層（当該商品発売当事の若年層）は今も多頻度で使用している

この調味料の年代別出現回数



この調味料を使ったメニュー数



データの解釈
～アクション

若年主婦（主婦エントリー時）になじまなければ、
その後も使わない可能性が高い。

重点的に若年主婦をターゲットにしたプロモーションを実施し、
その調味料に接点をもってもらう機会を作った。