

# 物流パートナーシップ実習の歩み

## 東京キリンビバレッジ（株） 顧客意識と社会とのつながり②

「売れる自販機にする」これが、物流コースに課せられた大きなミッションである。夏は期間限定でスポーツ飲料、冬はHOT商品の販売も行う。どの商品をどこに何種類入れるのか、どうやって売るのか、その根拠は？商品入れ替えの企画会議は毎年白熱した議論で盛り上がる。お客様の気持ちに立った意見、昨年度の売り上げデータから分析した意見、顧客からの聞き取り、様々な視点から「売れる自販機」に迫っていく。「お勧めの売りたい商品は何？」私たちが、メーカー側の立場であることも忘れてはいけない。自分たちで決められるから楽しい。と同時に責任も重大である。正解は一つではないのだ。商売の醍醐味を学ぶ。

