



頒布会モデルサブスクリプション

“OMIYAGE”

プロモーションサイトのご提案

コンセプト

“日本全国のお土産をご自宅で”

元百貨店バイヤーが厳選した全国銘菓（和菓子 & 洋菓子）を
毎月47都道府県から2都道府県のお菓子をご自宅にお届け。

◇旅行に行けなくても自宅で楽しめる♪

◇当たりはずれがあるお土産も、バイヤー厳選だから安心！

◇全て実際に売られているものだから、お友達へのギフトにも！



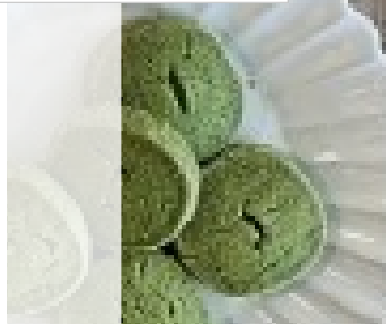
サブスクの概要

◇毎月47都道府県から2都道府県のお菓子をお届けします。

◇週に1～3回程度のご褒美時間を想定し、6～11個程度のお菓子が入っています。

◇旅行気分が味わえるように、その地域にまつわるコラムや旅行に行った気持ちになれるマップや写真をまとめたパンフレットも同送します。

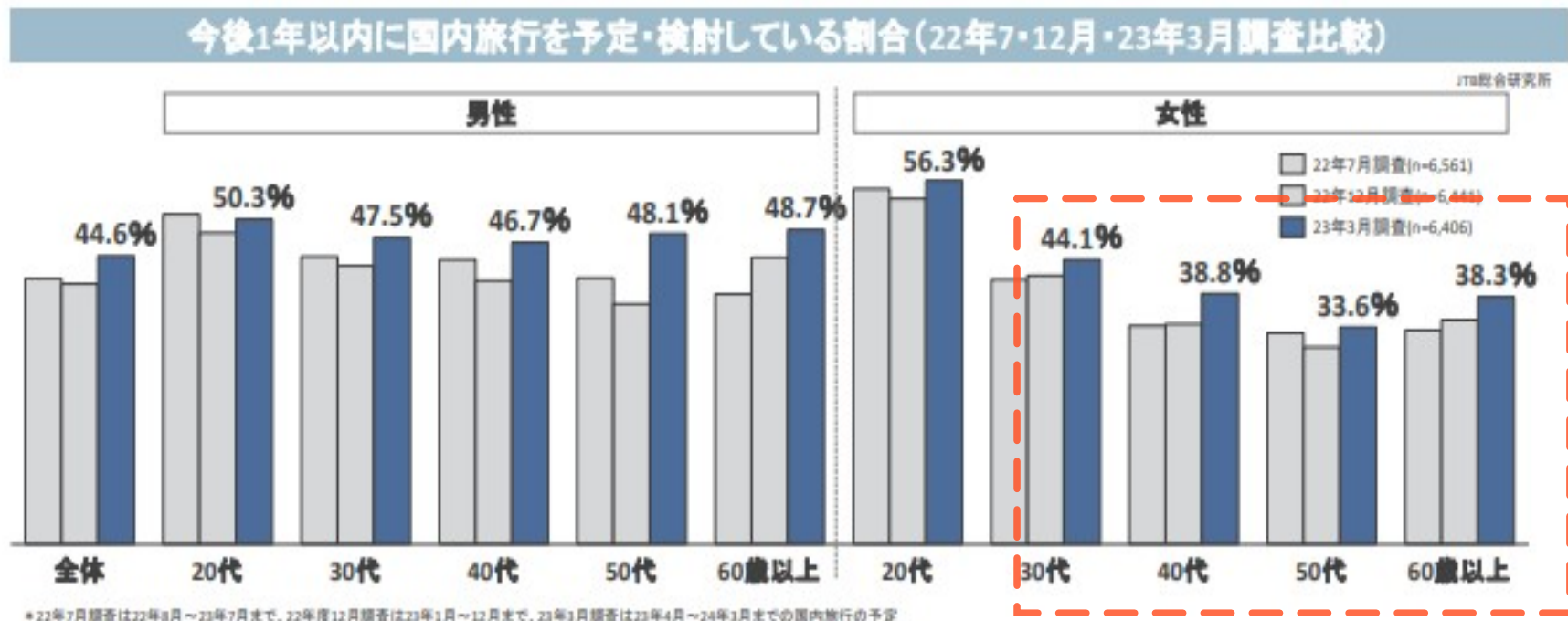
価格	4000円 + 送料
頻度	月1回
内容/回	お菓子（6～11個程度）
賞味期限	2週間程度の短いものと 3週間以上の長いものが 混在



市場調査 1

1 30代～60歳以上の女性が旅行に関してアクティブではなくなっている

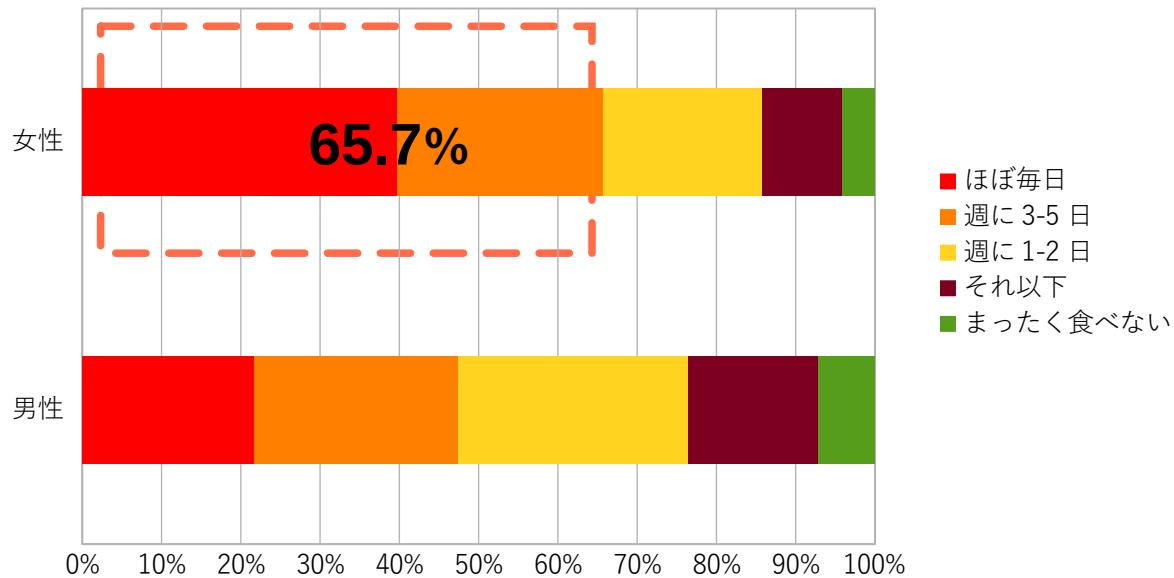
(図2) 今後1年以内に国内旅行を予定・検討している割合 (22年7・12月、23年3月調査比較) (単数回答)



市場調査 2

2 女性は半分以上の人が週に3日以上お菓子を食べる。

どのくらいの頻度でお菓子を食べますか？



ターゲット

30～50代の働いている女性。旅行に行きたいけど行けない。自分へのご褒美に。



松島かなこ

- ・ 33歳
- ・ 不動産営業
- ・ 年収450万
- ・ 千葉県郊外に夫と息子2歳と持ち家に住む。
- ・ 趣味はSNS。主にインスタグラム。
- ・ 子どもが寝た後に甘いものを食べる時間が至福。
- ・ 旅行は行きたいが節約&夫が出不精。

InstagramのPR投稿を見て
サブスク”OMIYAGE”を利用し始める。

プラス要因

マイナス要因

内部環境

強み

- ・旅行に行かなくても現地のものが食べられる
- ・何が届くかワクワクする

弱み

- ・商品の確保
- ・ユーザーの期待値とのギャップ

外部環境

機会

- ・お取り寄せブーム
- ・旅行客の衰退

脅威

- ・スーパーなど全国で卸されているお菓子もある
- ・宅配料の値上げ

サイトの目的／目標

[目的]

プロモーションサイトを使って
企画に対して興味、関心を
持ってもらおう。



[目標]

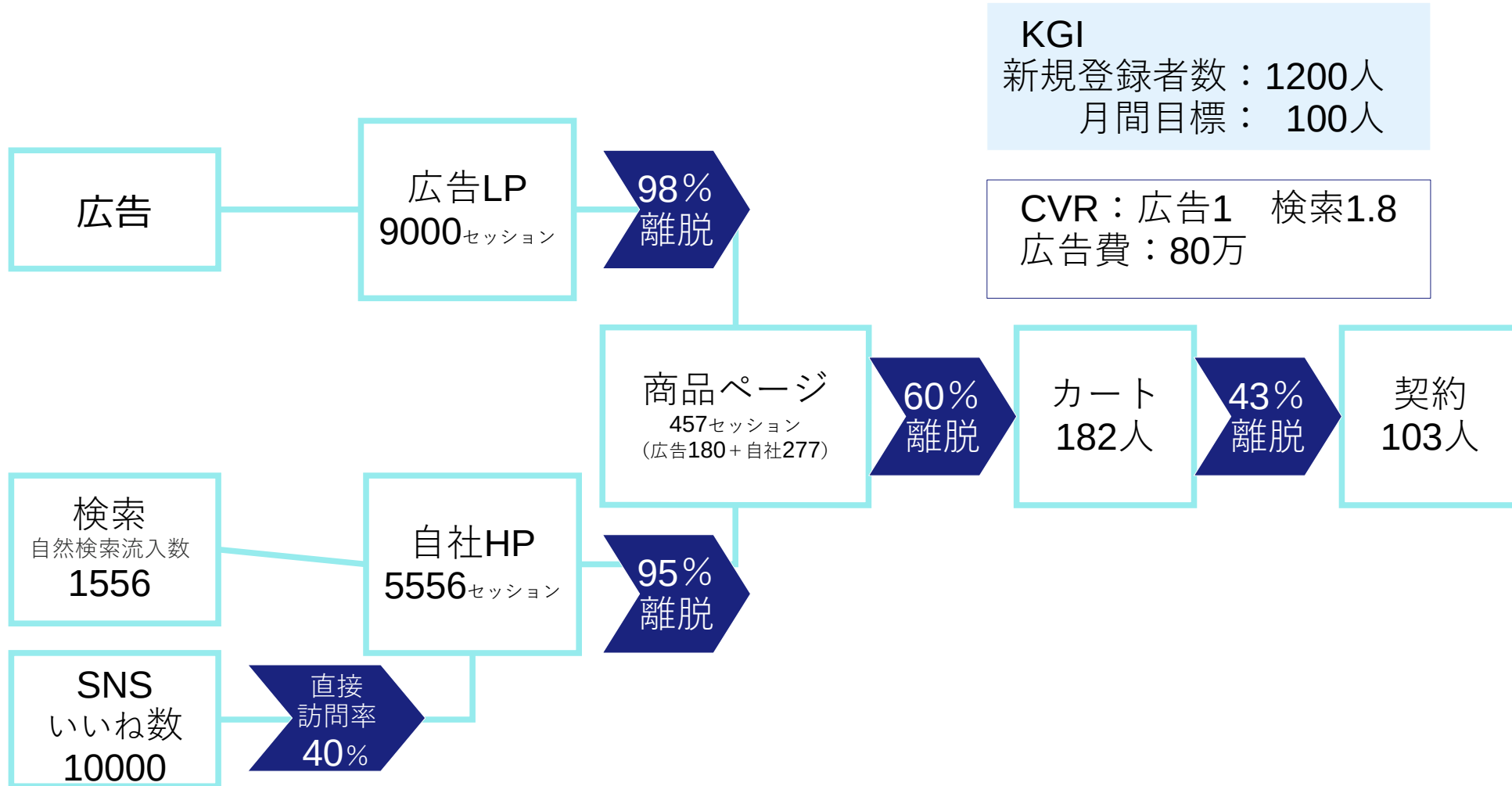
サブスクリプションへの登録

ソーシャルメディア広告 事業立ち上げ時

- 広くユーザーに知ってもらうため。
- 女性の利用が多いSNSを活用。
- サブスク利用者にSNS投稿してもらうことも考え、SNSユーザーに登録してもらうことを期待。



KGIフロー



参考URL

- ・ ネットリサーチタイムスドライブ「お菓子に関するアンケート」
(<https://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2018/181109/>)
- ・ JTB総合研究所「国内旅行・海外旅行への意識調査(2024年3月)」
(<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2024/06/tourism-survey-202403/>)