

Webマーケティング演習

調味料に特化したレシピサイト



2024年9月11日

Webマーケティングデザイナー養成科

目次

step
0 はじめに

step
1 市場調査 1
市場調査 2
市場調査 3
市場調査 4
市場調査 5

step
2 SWOT分析

step
3 ターゲット

step
4 コンセプト

step
5 デザイン

step
6 ペイドメディア

step
7 KGIフロー

step



はじめに

この題材にしたきっかけ

- ・ 料理が好き
- ・ 調味料を使いきれない
- ・ 家族や友人にも同様のことが起きている

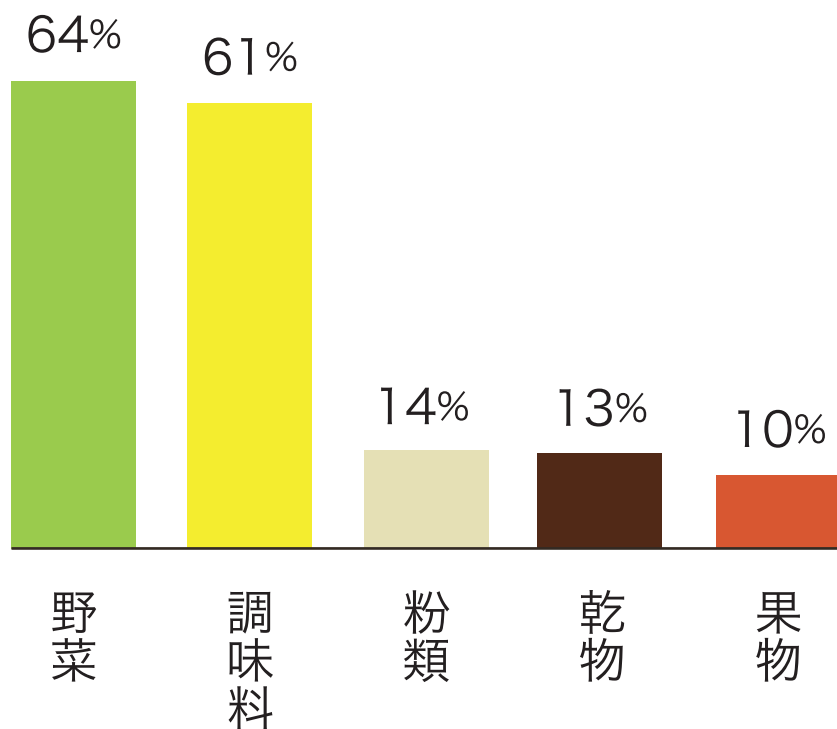


step

1

市場調査 1

Q. 家庭内でフードロスになりがちな食品は何ですか？



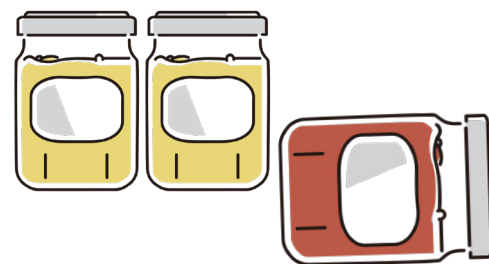
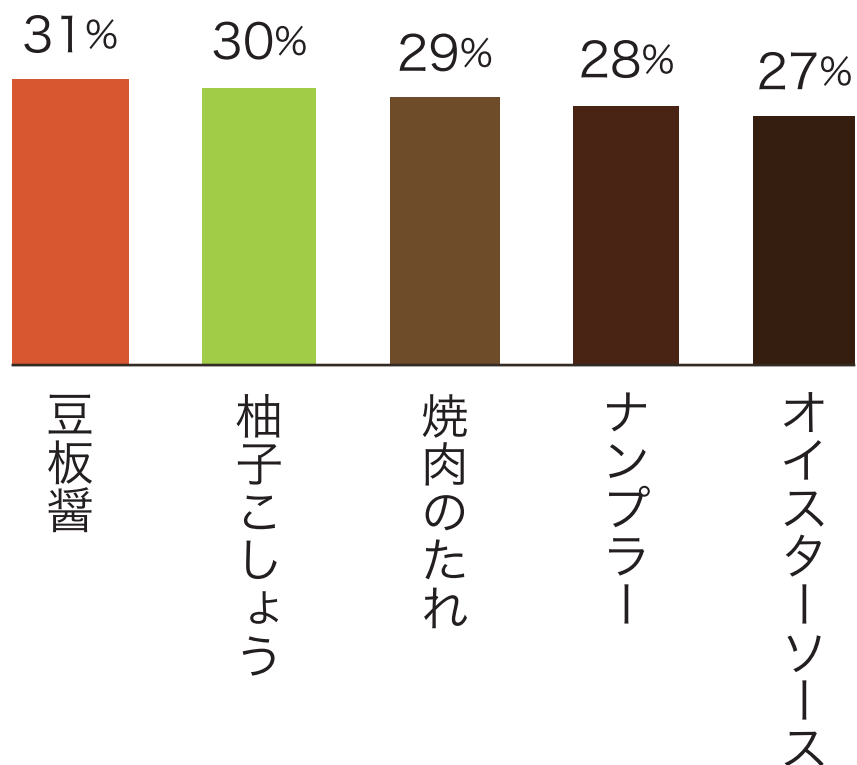
※複数回答可 ※上位5位まで表示
※出典元：「Oisix 家庭内フードロスについて（2023年）」

step

1

市場調査 2

Q. なかなか最後まで使い切れない調味料は何ですか？



※複数回答可 ※上位5位まで表示

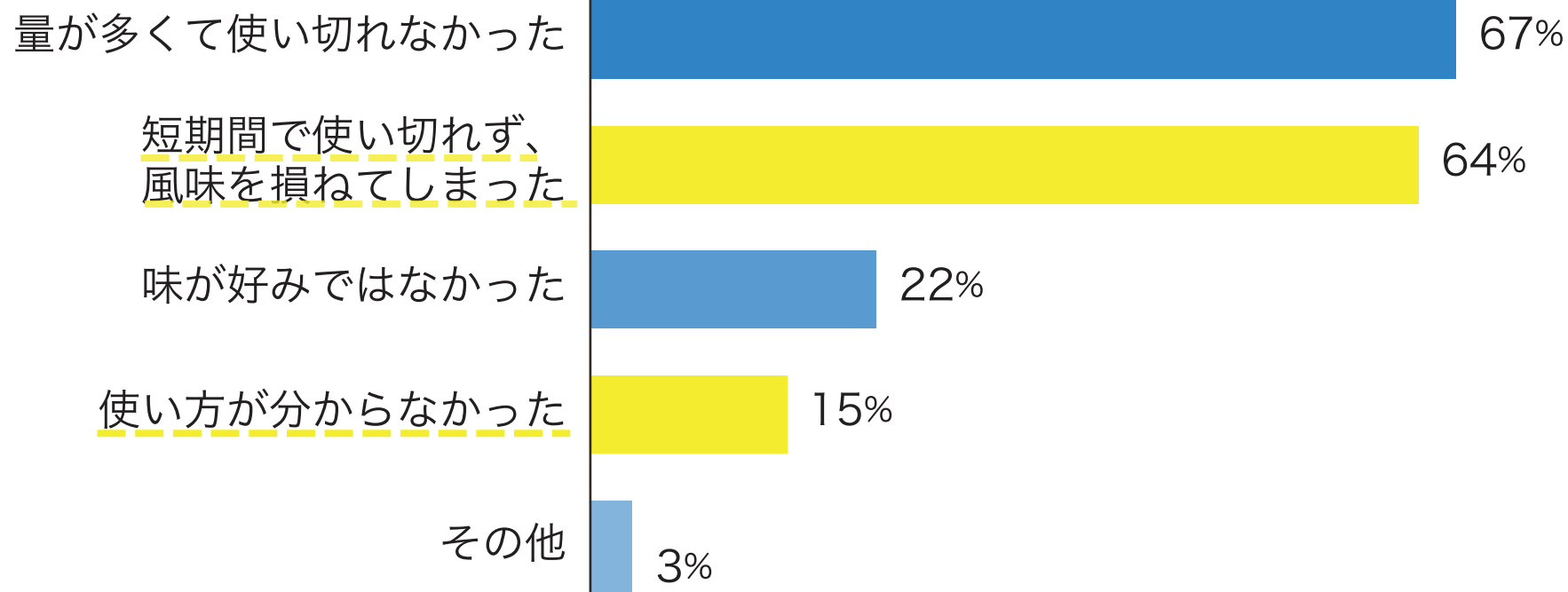
※出典元：「Oisix 家庭内フードロスについて（2023年）」

step

1

市場調査 3

Q. 調味料を余らせてしまっている理由は何ですか？



※複数回答可

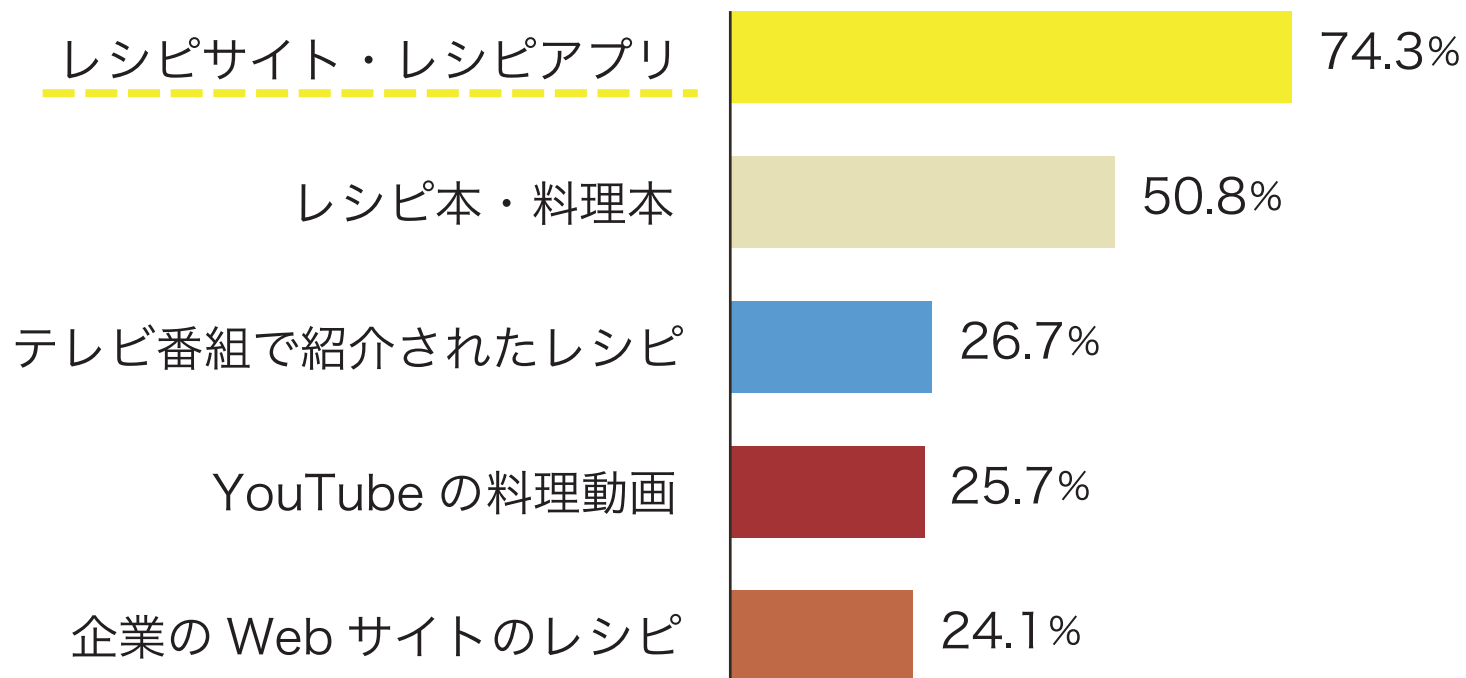
※出典元：「Oisix 家庭内フードロスについて（2023年）」

step

1

市場調査 4

Q. どのような料理レシピを使っていますか？



※複数回答形式 ※上位 5 位までを表示

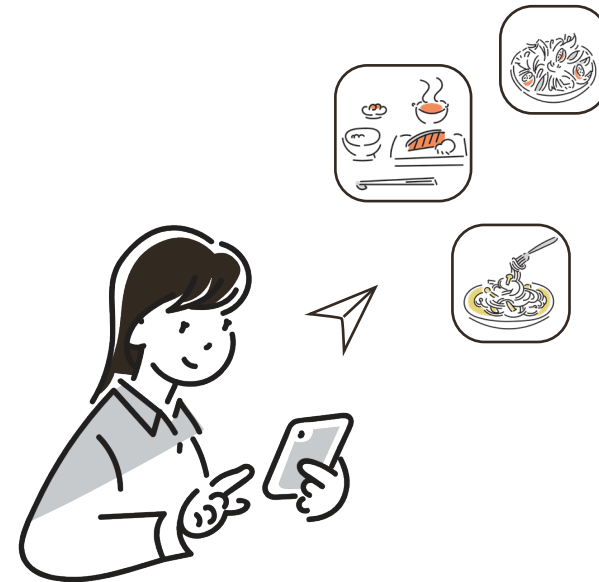
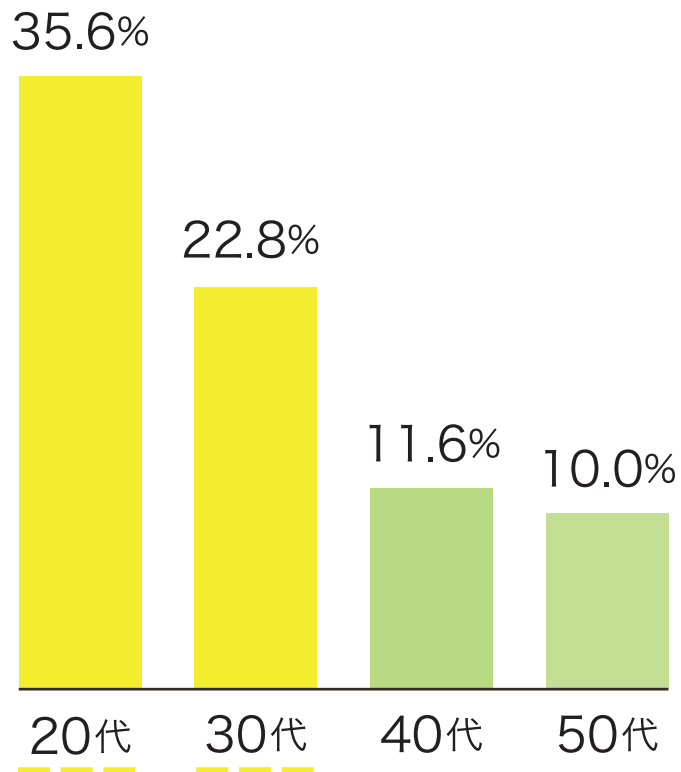
対象：料理レシピを利用することがある ※マルハニチロ調べ

step

1

市場調査 5

Q. SNS に自分が作った料理を投稿しますか？



※マルハニチロ調べ

step

2

SWOT分析

Strength 自社の持つ強み

- ・ 調味料の分量でレシピ検索できる
- ・ 取り扱う調味料の種類・レシピが多い

Weakness 自社の持つ弱み

- ・ 既存のレシピサイトや SNS、Youtube に満足している人には利用に至りづらい

Opportunity チャンスとなる機会

- ・ レシピサイト・アプリの利用上位
- ・ 物価の高騰で食品への関心が高まってきている

Threat 脅威となる要因

- ・ グーグル検索の進化
- ・ 他レシピサイトも同様のシステムを導入する可能性あり

step

3

ターゲット

- ・ 20代～30代
- ・ レシピサイトを日常的に使っている
- ・ 調味料を使い切りたい
- ・ 使い慣れない調味料の活用レシピを知りたい



step

4

コンセプト

調味料余りがち問題！一緒に解決しよう！



調味料の
種類・分量を
入力



レシピの提案



会員登録

 point

調味料を使い切れるようにレシピを複数提案

 会員

レシピを制限なく保存したり、献立を組むことができる

step

5

デザイン



ロゴイメージ

わたしの
調味皇



テーマカラー

#f6f5ee

#85bc5b

#c87859



サイトイメージ

親しみやすさを伝えるために、全体的に丸みを持たせる
絞り込み検索で調味料の分量を入力可能

step

6

ペイドメディア



SNS 広告



動画広告



ディスプレイ
広告



選択理由

低関心層を想定

サービス立ち上げ時の認知を図る

SNS・Youtube・他サイト等でサービスをアピール

動画広告でコンセプトや使い方をわかりやすく伝えることで、

ユーザーに興味を持ってもらいやすい



KGIフロー

目標 年間会員登録者数 1 万人
KGI 月間会員登録者数 833人
CVR 広告 1
自然検索 1.8

