

本日のセミナー



食品・調味料メーカーの 今あるべきSNS運用 (Twitter、Instagram) の姿を、 専門家にざっくばらんに聞きます！ ミニセミナー

2021年6月15日（火） 14:00～15:00

講師：アライドアーキテクト株式会社 協業サービス推進室長
久保田 那也氏

聞き手：ヴァズ株式会社 事業開発マネージャー
阿部 樹

ご来場ありがとうございます！
この画面が見えている場合、そのままお待ちいただければ、定刻より開始いたします。

※本セミナーは、Zoomのウェビナー機能を利用して開催しております。
※ご質問などは「Q&A」機能で受け付けておりますので、遠慮なくご質問いただければ幸いです。なお、大変恐れ入りますが時間の都合上、すべてのご質問にお答えできない場合がございます。あらかじめご了承くださいませ。
※セミナーの内容は一部変更になる場合がございます。
※オンラインセミナーの録画、録音、撮影については固くお断りいたします。
※当セミナーお申込でご提供頂いたお客様個人情報は、弊社からのサービス紹介、セミナー等のご案内、アンケート調査依頼、その他関連する事業活動の目的以外に利用いたしません。
※インターネット回線の状況やメンテナンス、その他視聴者側のパソコン、スマートフォン、タブレットなどの環境等により、映像や音声途切れる、または停止するなど正常に視聴できない場合がございます。上記を理由に配信が正常に視聴できない、あるいは視聴することにより何らかの損害が生じた場合においても、当社では責任を負いかねます。予めご了承ください。



本日のゲストスピーカー



アライドアーキテクト株式会社 協業サービス推進室長 **久保田 那也**（くぼた ともや）氏

2007年アライドアーキテクトに入社。Facebook・Twitterを活用してEC・店舗・メーカー幅広くソーシャルメディアマーケティング運用支援。2017年執行役員ならびに同組織の協業サービス推進室長に就任。出資や協業などのアライアンスを中心に活動を行う。2019年同社エグゼクティブパートナーに就任。

聞き手



ヴァズ株式会社 SnapDish事業開発マネージャー **阿部 樹**（あべ たつき）

司会



ヴァズ株式会社 SnapDish事業開発チーム 広報・マーケティング担当 **落井 麻紀**（おちい まき）

本日のコンテンツ

- ✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）
- ✓ 専門家が答える！SNS運用のギモン解決トークセッション（45分）
 - KPIの考え方って、どうしてますか？
 - Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
 - 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
 - ？
- ✓ SnapDishのSNS運用支援サービスご紹介（5分）



本日のコンテンツ

- ✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）
- ✓ 専門家が答える！SNS運用のギモン解決トークセッション（45分）
 - KPIの考え方って、どうしてますか？
 - Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
 - 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
 - ？
- ✓ SnapDishのSNS運用支援サービスご紹介（5分）



食卓体験プラットフォーム 「スナップディッシュ」



SnapDish

[ムービーをブラウザでみるにはこちら](#)

スナップディッシュの特徴

スナップディッシュは料理体験が楽しくなる仕組みを通じて、
貴社商品についての良質なコミュニケーションを生み出します。

①世界初！
おいしく撮れるAI料理カメラで
キレイに残せる

料理写真
2,500万
投稿以上



②気になるユーザーをフォロー、
フィードで料理体験を共有

月間
300万
ユーザー



③いいね！やコメントの
アクションでモチベーションUP

累計
1.9億
いいね



AIがシャッターチャンス教えてくれるから、簡単においしい写真が撮れるようになった



投稿して反応を貰えるだけで嬉しい、料理するのが楽しくなる



レポーターが増えて食卓での家族の笑顔もいっぱい

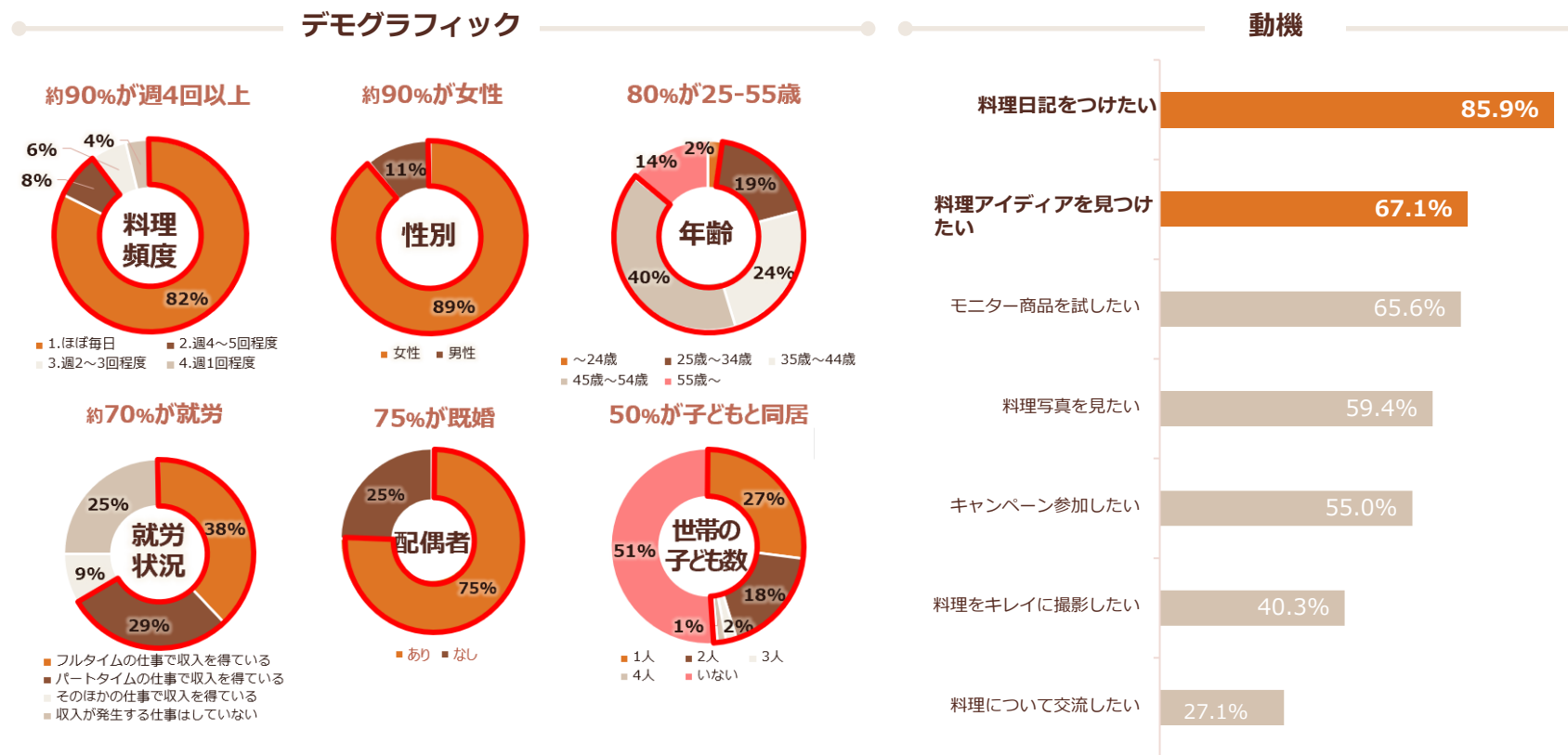


とにかくお料理が大好き！みんないい人ばかり！とても楽しくて素敵なお店です



どんな人がどんな目的で？

美味しいお料理を作る事・食べる事が大好きで、
日々お料理と向き合っている方を中心に、料理日記として、
アイデア発見、情報交換、交流・共感の場として楽しまれています。

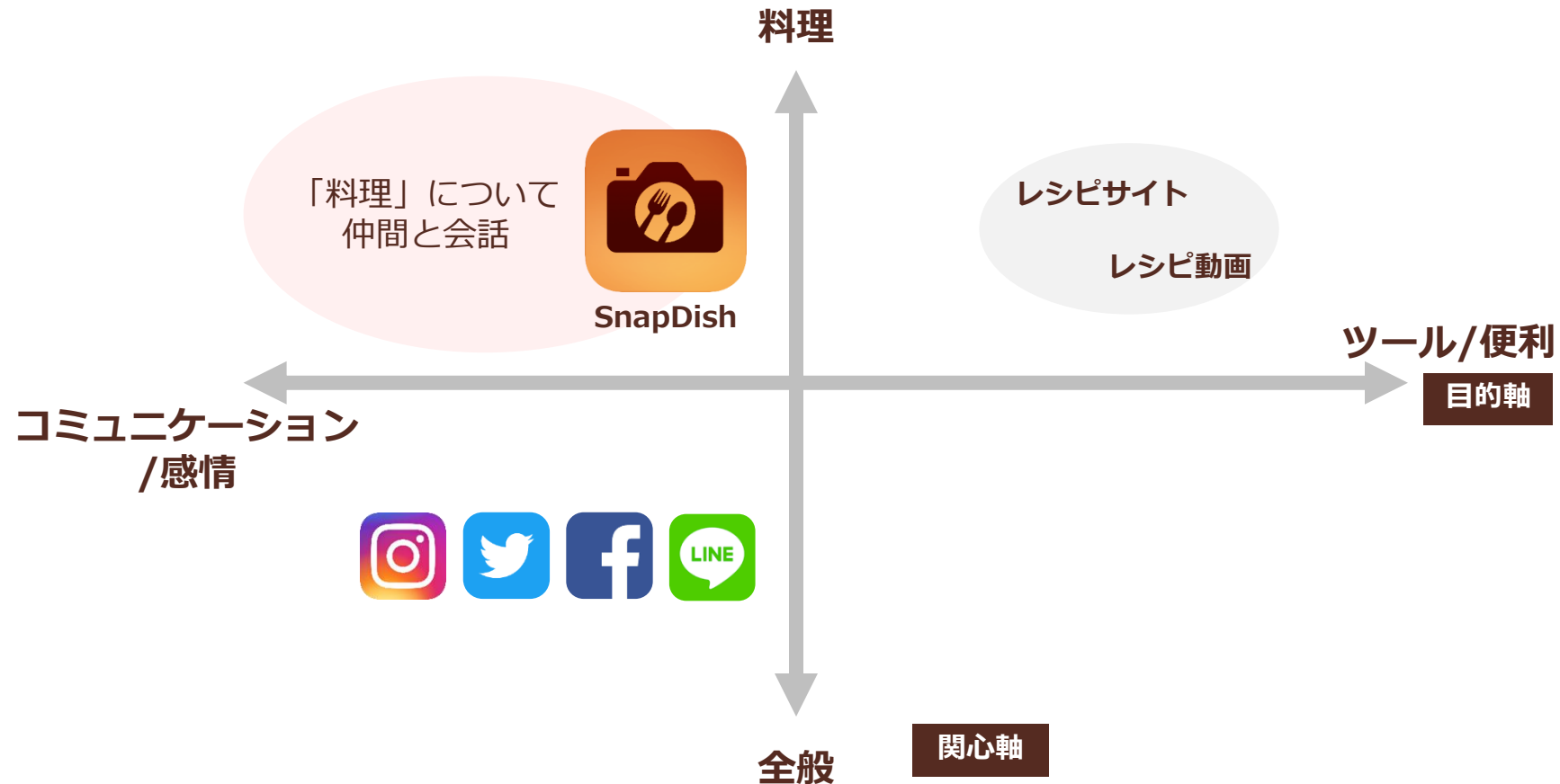


■ 調査概要
対象：SnapDishユーザー 回答者数：340名 調査方法：アプリ内にGoogleFormを設置し回答を募集 回答期間：2019年11月19日～2019年11月26日
一般統計：総務省「日本の統計2019」平成29年推計



他サービスとの違い

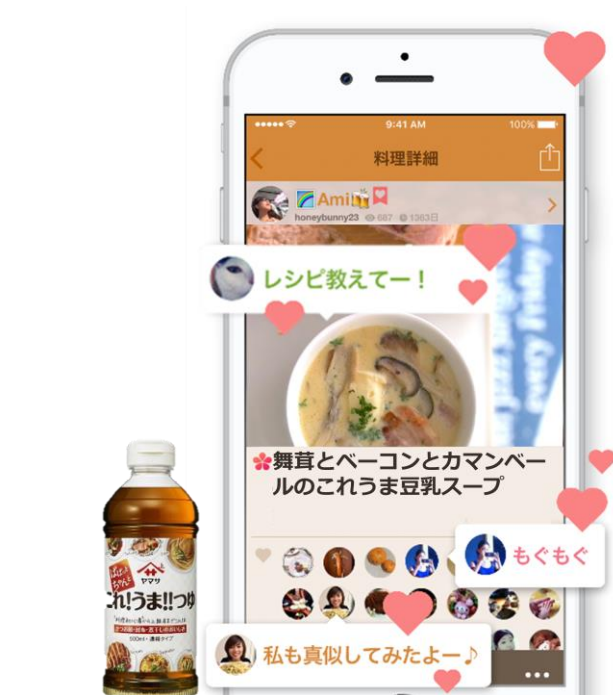
料理のレシピを調べたり伝えたりする事が主目的ではなく、
ユーザーが自身の料理体験を起点に、喜びや感動、美味しさの秘密等
仲間との自発的・建設的な情報交換や、コミュニケーションを行っている場です。



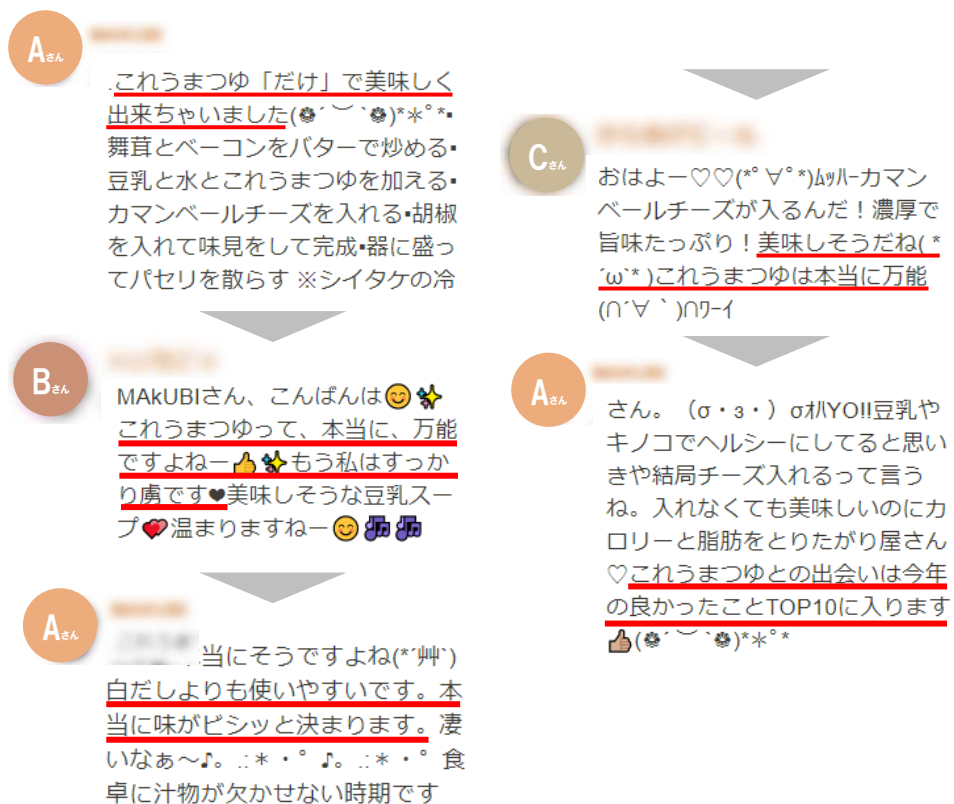
スナップディッシュについて

私達は、食卓体験を共有できるプラットフォームを通じて、
貴社商品・ブランドのコアファンを育成・活用できる
マーケティング・サービスを提供しています。

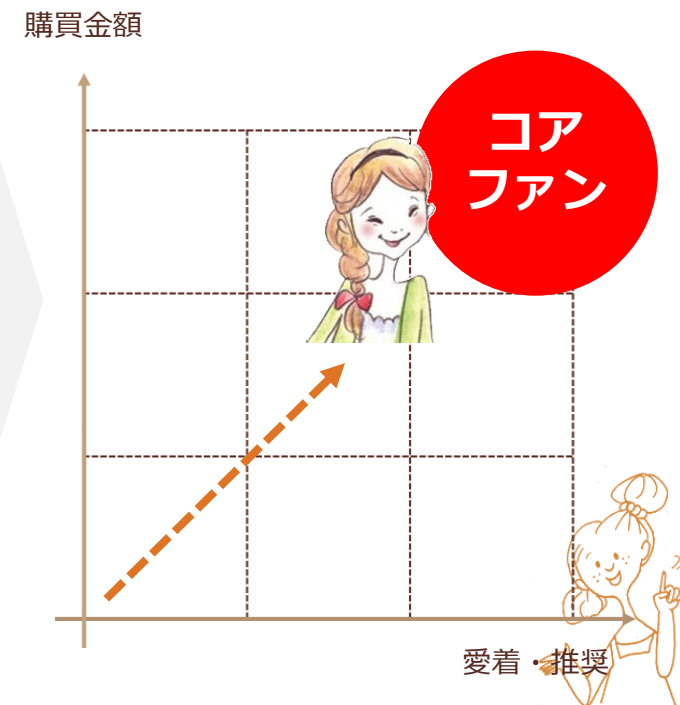
貴社製品における 食卓体験共有



広がるコミュニケーション

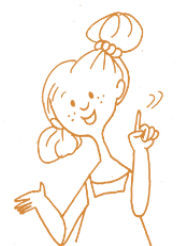


ライトファンから コアファンへ



ご活用実績

掲載実績（順不同）



本日のお題



食品・調味料メーカーの
今あるべきSNS運用（Twitter、Instagram）の姿を、
専門家にざっくばらんに聞きます！



ターゲット層に対して
ファンづくりがしたい



- × フォロワー = ファン
- ブランド・商品を愛してくれる人



接触した顧客の、
「ファン」度合いを高めていくために、
どんな施策を実施したらよいかご存じですか？





①体験・理解・交流

おひるごはんに大豆ミート🍖
大豆のお肉のミートパイ
11月29日の肉の日に
マルコメ×snapdishの
youtubeオンライン料理イベントに参加しました。
そちらで紹介されていたレシピ🌟

各社、体験作りやコミュニティ活動に取り組んでいる背景。

ほんとは実例をあげて紹介したいのですが、長くなるので別の機会に。



②興味・親近感

ほとんどのみなさんがSNS運用時に意識していらっしゃる。

食品・調味料の場合、「関与度」が低いため、単なる認知でなく「興味・気づき」が必要なのが特殊。



SNSはこうしたファンづくりにも、適したプラットフォームです。
本日はこの観点から、専門家である久保田さんにお聞きしたいと思います。

ファンづくり

②興味・親近感

①体験・理解・交流



本日のご質問

- ✓ KPIの考え方って、どうしてますか？
- ✓ Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- ✓ 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
- ✓ 運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？
- ✓ どういう投稿が喜ばれますか？
- ✓ 投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？
- ✓ コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？
- ✓ 社内でのうまい予算の通しかたってありますか？



本日のコンテンツ

✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）

✓ 専門家が答える！SNS運用のギモン解決トークセッション（45分）

- KPIの考え方って、どうしてますか？
- Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？

：

✓ SnapDishのSNS運用支援サービスご紹介（5分）



本日のご質問

- ✓ **KPIの考え方って、どうしてますか？**
- ✓ Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- ✓ 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
- ✓ 運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？
- ✓ どういう投稿が喜ばれますか？
- ✓ 投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？
- ✓ コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？
- ✓ 社内でのうまい予算の通しかたってありますか？



本日のご質問

- ✓ KPIの考え方って、どうしてますか？
- ✓ **Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？**
- ✓ 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
- ✓ 運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？
- ✓ どういう投稿が喜ばれますか？
- ✓ 投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？
- ✓ コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？
- ✓ 社内でのうまい予算の通しかたってありますか？



本日のご質問

- ✓ KPIの考え方って、どうしてますか？
- ✓ Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- ✓ **広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？**
- ✓ 運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？
- ✓ どういう投稿が喜ばれますか？
- ✓ 投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？
- ✓ コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？
- ✓ 社内でのうまい予算の通しかたってありますか？



本日のご質問

- ✓ KPIの考え方って、どうしてますか？
- ✓ Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- ✓ 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
- ✓ **運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？**
- ✓ どういう投稿が喜ばれますか？
- ✓ 投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？
- ✓ コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？
- ✓ 社内でのうまい予算の通しかたってありますか？



本日のご質問

- ✓ KPIの考え方って、どうしてますか？
- ✓ Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- ✓ 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
- ✓ 運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？
- ✓ **どういう投稿が喜ばれますか？**
- ✓ 投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？
- ✓ コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？
- ✓ 社内でのうまい予算の通しかたってありますか？



本日のご質問

- ✓ KPIの考え方って、どうしてますか？
- ✓ Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- ✓ 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
- ✓ 運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？
- ✓ どういう投稿が喜ばれますか？
- ✓ **投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？**
- ✓ コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？
- ✓ 社内でのうまい予算の通しかたってありますか？



本日のご質問

- ✓ KPIの考え方って、どうしてますか？
- ✓ Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- ✓ 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
- ✓ 運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？
- ✓ どういう投稿が喜ばれますか？
- ✓ 投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？
- ✓ **コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？**
- ✓ 社内でのうまい予算の通しかたってありますか？



本日のご質問

- ✓ KPIの考え方って、どうしてますか？
- ✓ Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
- ✓ 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
- ✓ 運営にかける人数や体制ってどういう場合が多いですか？
- ✓ どういう投稿が喜ばれますか？
- ✓ 投稿用の料理撮影にかかるコストってどれくらいかけているんですか？
- ✓ コロナ禍で、各社SNSの位置づけって変わりました？
- ✓ **社内でのうまい予算の通しかたってありますか？**



本日のコンテンツ

- ✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）
- ✓ 専門家が答える！SNS運用のギモン解決トークセッション（45分）
 - KPIの考え方って、どうしてますか？
 - Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
 - 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
 -
- ✓ SnapDishのSNS運用支援サービスご紹介（5分）



スナップディッシュ SNS運用支援 サービスご紹介

※原則、SnapDishを年間でご提供させていただいている企業様向けにご提供いたします。
※広告代理店様向けにはこちらのメニューはご提供しておりません。恐れ入りますがご了承ください。



体験・理解・交流までつなげられるところに強みを持つスナップディッシュが、SNS運用をご支援する相乗効果

ファンづくり

②興味・親近感

①体験・理解・交流



②興味・親近感

①体験・理解・交流

「興味・親近感」ばかりを追いかける体制に
なってしまうと・・・

【課題】

- キャンペーン・懸賞目的のユーザーとしかコミュニケーションが作れない
- フォロワー数ばかりが目的になってしまって、定性的なところがわからない
- どういう投稿が喜ばれるかわからない
- コンテンツが足りない・制作が大変



SnapDishは、体験・理解・交流づくりの側から、一般SNSの運用を支援いたします。

②興味・親近感

①体験・理解・交流

SNS運用支援サービス

Instagram、Twitterの経験値を積んだ
運用体制



家庭での料理に特化した
写真撮影体制

コンテンツ(年間契約)

自然で、美味しそうな
ユーザー投稿

理解を深める
記事・キャンペーン

体験を拡大する
オンラインイベント

SnapDishの特徴

料理感度が高い
ユーザーの属性と動機

ユーザー同士の
自然な交流が発生する環境

専用プラットフォームだから
クオリティ高く、活用しやすいコンテンツ



Instagram運用支援 お見積もり例

		体制構築&コンテンツ			フォロワー獲得期											
		7月	8月	秋新商品	→	→	12月	1月	2月	春新商品	→	→	5月	6月	7月	カテゴリ合計
■投稿計画		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月		
UGCによる 投稿支援と 月次定例	お客様レシピ		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
	UGC(ユーザー投稿)		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
	新商品			2	2	2				2	2	2			12	
	その他CP情報など		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
			9	11	11	11	9	9	9	11	11	11	9	9	120	
■予算計画(基本)																
UGC創出と SnapDish部分	投稿	UGCピックアップ&許諾&文案作成(13,000円/本)※別途	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥52,000	¥624,000	
		ディレクション費用	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥600,000	
		四半期振り返り/運用方針策定費用				¥150,000			¥150,000			¥150,000		¥150,000	¥600,000	
	レポート	体制構築費	¥250,000												¥250,000	
		初期構築費	¥200,000												¥200,000	
		レポート作成費用(お客様アカウント分)		¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥600,000	
		定例会費用(リモート・月1)		¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥600,000	
	運用ツール	初期費用	¥100,000												¥100,000	
		月額費用		¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥600,000
			¥550,000	¥252,000	¥252,000	¥402,000	¥252,000	¥252,000	¥402,000	¥252,000	¥252,000	¥402,000	¥252,000	¥252,000	¥402,000	¥4,174,000
■予算計画(UGC創出)																
広告等は 目標値による	UGC供給	モニター企画(100名・1商品・二次利用20点)		¥1,000,000						¥1,000,000					¥2,000,000	
		モニターオプション(上記3商品アソートに)		¥52,000						¥52,000					¥104,000	
			¥0	¥0	¥1,052,000	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥1,052,000	¥0	¥0	¥0	¥2,104,000	
■予算計画(広告配信)																
全投稿支援と 撮影はオプション	広告配信	フォロワー獲得広告														
		ポストアド(リーチ・ブランド)														
■予算計画合計(基本・広告配信・UGC創出)																
■オプション施策案																
	運用	投稿制作(御社コンテンツ文案作成)(25,000円/本)	¥125,000	¥175,000	¥175,000	¥175,000	¥125,000	¥125,000	¥125,000	¥175,000	¥175,000	¥175,000	¥125,000	¥125,000	¥1,800,000	
	撮影	調理・撮影(15万円/5投稿分)	¥150,000		¥150,000		¥150,000		¥150,000		¥150,000		¥150,000		¥900,000	
	レポート	個別投稿詳細分析	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥100,000	¥1,200,000	
		競合分析		¥100,000							¥100,000				¥200,000	

UGCによる
投稿支援と
月次定例

UGC創出と
SnapDish部分

広告等は
目標値による

全投稿支援と
撮影はオプション



本日のコンテンツ

- ✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）
- ✓ 専門家が答える！SNS運用のギモン解決トークセッション（45分）
 - KPIの考え方って、どうしてますか？
 - Instagram、Twitterなどの使い分けはどうしたらよいでしょうか？
 - 広告費と運営費の配分って、どれくらいが目安なんですか？
 - ？
- ✓ SnapDishのSNS運用支援サービスご紹介（5分）



質疑応答



本日はご参加いただき ありがとうございました！

Zoomの「退室」ボタンを押した後に
ブラウザで立ち上がる
アンケートにもぜひお答えいただければ
幸いです。



会社概要



代表取締役
舟田 善

ヴァズは、2010年創業。

インターネットサービスを事業の柱としています。

創業者の舟田は、オン・ザ・エッチ社にて堀江貴文氏の下、ウェブ事業担当役員としてインターネット事業の成長を牽引しました。

その後、仲間とともにシーサー株式会社を創業してブログ事業を国内最大規模に育てあげたのち、自ら創業したのがヴァズ社です。

生活者のくらしを変えるサービスとして、2011年に「料理写真共有サービス SnapDish（スナップディッシュ）」を公開したところ、現在までに累計2,400万投稿、取引社数100を超え、各方面から高い評価を得ています。

会社名: ヴァズ株式会社

住所: 東京都武蔵野市御殿山1-5-6 NEST403 （本店所在地: 東京都練馬区大泉町3-29-42）

設立: 2010年2月22日

資本金: 397,179,060円

従業員数: 9名（従業員兼務役員含む）



お申込・お問い合わせ



みんなと一緒に料理体験

SnapDish 料理カメラ

お申込、ご不明な点などございましたらお気軽にお問い合わせください。

ヴァズ株式会社 事業開発担当 阿部・堀部・奈良
〒180-0005 東京都武蔵野市御殿山 1-5-6 NEST 4 0 3
TEL/FAX 0422-24-6341
E-MAIL business@vuzz.com

ダウンロードがまだ
の方はこちらから

