

料理SNS「スナップディッシュ」主催ウェビナー



成功のヒントは**生活者の声**にあり！

「**生活者が主役**」のマーケティング実例を解説



スナップディッシュ株式会社
ファンマーケティング事業部 落井麻紀

6月27日(火)28日(水)29日(木)
16:00~17:00

Zoomウェビナー・参加無料・社内シェア大歓迎

※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。



本日のスピーカー



スナップディッシュ株式会社
ファンマーケティング事業部 広報・マーケティング担当
落井 麻紀 (おちい まき)



アジェンダ

1) 生活者が主役！傾聴と共創のマーケティングとは？

2) 「生活者が主役」の3つのマーケティング実例を解説

- 実例1：象印マホービンさま：熱量高いアンバサダーのUGCで新商品の魅力を訴求
- 実例2：東海漬物さま：生活者の声に傾聴しニーズに合った新商品開発を実現
- 実例3：日清オイリオグループさま：

オンライン料理教室による体験作りを通じた、トレンドの「こめ油」啓発活動

3) 質疑応答

4) クロージング

アジェンダ

1) 生活者が主役！傾聴と共創のマーケティングとは？

2) 「生活者が主役」の3つのマーケティング実例を解説

- 実例1：象印マホービンさま：熱量高いアンバサダーのUGCで新商品の魅力を訴求
- 実例2：東海漬物さま：生活者の声に傾聴しニーズに合った新商品開発を実現
- 実例3：日清オイリオグループさま：

オンライン料理教室による体験作りを通じた、トレンドの「こめ油」啓発活動

3) 質疑応答

4) クロージング

生活者が主役！ 傾聴と共創のマーケティングとは？

企業活動を応援してくれるのは ファンになってくれた「生活者の声」

- ファン＝興味関心・愛着・信頼・関与度が高い
- 長く買ってくれる
- まわりにも広めてくれる
- ときには厳しい意見もくれる
- 株主として支援してくれる …etc

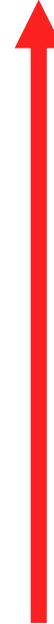
ちなみに、対義語は批判者ではなく「無関心」

生活者が主役！ 傾聴と共創のマーケティングとは？

<これまで>
企業の声が起点



<これから>
ファンの声が起点



傾聴と共創のマーケティングに必要な 2つのステップ

ファン
育成



ファンの声を
企業活動
に活用

傾聴と共創のマーケティングに必要な 2つのステップ

ファン
育成



ファンの声を
企業活動
に活用

課題

応援してくれる「ファン」は重要

では、応援してくれるファンは
どうやったら生まれる？

【ファンが生まれるのに不可欠な3要素】

①体験・②理解・③交流

①体験



①体験



受動的情報

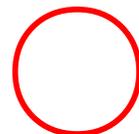
- ✓ テレビでCMを見かける
- ✓ スマホで記事を見かける
- ✓ 人から噂で聞く

伝聞

視覚

聴覚

膨大な情報の中で自分ゴト化が難しい



能動的体験

- ✓ **店頭で試食する**
- ✓ **家で使ってみる**
- ✓ **家でレシピに挑戦**
- ✓ **料理教室で教わる**
- ✓ **工場見学する**
- ✓ **作り手と話す**

自身

五感

時間

空間

一度体験したことは自分の「思い出」に

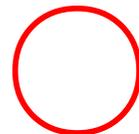
②理解



受動的情報

- ✓ 広告を見かけたことがある
- ✓ なんとなく聞いたことがある
- ✓ 知識を一方向的に受け取る

一度知っても定着が難しく忘却…



能動的体験

価値について
腹オチする

体験を知識で裏付け、確信が深まる

③交流



【ファンが生まれるのに不可欠な3要素】

①体験・②理解・③交流

→商品価値を能動的体験に落とし込み
横同士のコミュニケーションを発生させる

スナップディッシュの仕組み

料理写真投稿&テーマ特化SNSの仕組みを通じて、
商品価値をユーザーの「体験の声」に変換し、横のつながりの中で伝えていくことができる



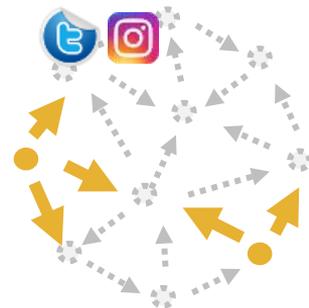
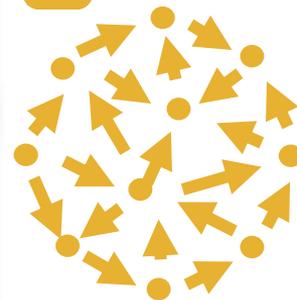
①体験 ②理解

商品モニター
や体験イベント



③共有

料理投稿での
体験共有



傾聴と共創のマーケティングに必要な 2つのステップ

ファン
育成



ファンの声を
企業活動
に活用

体験・理解・交流を生み出しファンを育成しながら、
ファンの声を活用した各種マーケティング課題解決を支援



①体験 ②理解 ③交流



企業活動



すでに多くの企業が売上向上のために、
ファンを育成しながら、ファンの声を活用し始めています



アジェンダ

1) 生活者が主役！傾聴と共創のマーケティングとは？

2) 「生活者が主役」の3つのマーケティング実例を解説

□ 実例1：象印マホービンさま：熱量高いアンバサダーのUGCで新商品の魅力を訴求

□ 実例2：東海漬物さま：生活者の声に傾聴しニーズに合った新商品開発を実現

□ 実例3：日清オイリオグループさま：

オンライン料理教室による体験作りを通じた、トレンドの「こめ油」啓発活動

3) 質疑応答

4) クロージング

事例 象印マホービン株式会社 熱量高いアンバサダーのUGCで新商品の魅力を訴求



調理家電・生活家電・リビング製品などを製造・販売。
2022年秋にオーブンレンジEVERINOを新発売。

機能充実を推す競合企業が多い中、機能を使いこなせていないという声も多く出ていることに着目し、「まいにちの、みんなの、とことん使えるオーブンレンジ」をコンセプトに商品化。

代表機能として、レンジ機能と組み合わせて時短でグリル調理ができる「レジグリ®」・浮かせて全方位あたためをすることで温度ムラを防ぐ「うきレジ®」・揚げ物の温め直しが中まで温かく衣がサクツとする「サクレジ®」を搭載。

アンバサダー投稿②：「うきレジ®」

全方位温めだからこそ短時間で加熱ムラなく染み染みの煮物に。「象印さんの得意な“温度コントロール”のなせる技なのかな？」といったコメントも。「一気に4人分くらいの材料が入るのも嬉しい」という家族分のお料理を作るからこそその声も出ていました。



Mariru

15分で！簡単にラタトゥイユが出来ました〜♪今まで作っていたラタトゥイユとは味が違う😍おおおお！なんだかシンプルですがお野菜が柔らかくてとっても美味しいです〜👍家族にも好評でした👍本格的なラタトゥイユがたった15分でうきレジは、加熱のムラもなく、ポウルを浮かせる事で温度ムラがなくなり、全方位から加熱する事でしっかり味の染み込んだ美味しいお料理に仕上がります！しかも時短で👍👍👍とっても嬉しいですね！(NO.13) A



mizuho

全方位あため、温度ムラを抑え、加熱効率を高めます謳い文句に倚りなし！短時間でムラなく、しみにしみに仕上がりました。今までのレンジで温めた際のムラが全くありません。浮かせて調理するという発想に脱帽です。ただ浮かせただけでなく、角皿はセラミック製、ポウルの形状、浮き具合などなど沢山の工夫がなされています。他にも、今までにないレジ



nainai

なりました。早速、食材を庫内で浮かせて調理できる[うきレジ]を使って黒豆を作りました。浮かせて調理することにより上部と底部の加熱ムラが抑えられ全方位加熱が実現。しっかり味が染みこみまます👍お正月にいつも作る黒豆。今年はこれで時短調理が可能になります！snapdish様象印マホービン様



なだちい

って。早速「うきレジ」で肉じゃがを作ってみました。レシピ通りに材料を切り、調味料を合わせ、ポウルをセットし、チンするだけ〜20分ちょっとで肉じゃがの加熱完了👍そのあと味を染み込ませる為に30分ほど放置しました。味染み染みで美味しい〜♡こんなに簡単に、そして美味しく煮物が出来るなんて、オープンレンジも進化しています👍スコイ！色々な機能を使いこなして、色々なお料理にチャレンジしていきたい



mizuki

いたします😊はじめに「うきレジ」機能を使って、厚揚げと野菜の煮物を作りました。まずは「うきレジ」専用のポウル、厚揚げも野菜もたっぷり入る容量に感激。4人分くらいの材料は楽々入ります。ポウルを天板にセットして「うきレジ」600W14分でスタート、洗いをしている間にあっという間に出来上がりました。火加減を気にせず、放置して出来ちゃっ簡単さにも感激👍じゃがいもも人参も蓮根も厚揚げも程よい火の通り具合で楽しみしみます。これはすごい！これが象印さんの得意な“温度コントロール”のなせる技なのかな。これから色々なお料理に挑戦するの楽しみです



shiba

お手本のような美しい肉じゃがです👍煮崩れなしでもしっかりシミシミはうきレジの得意技ですね！インゲン苦手なですね。私

アンバサダー投稿③：「サクレジ®」

揚げ物は揚げたて派も納得のサクサク感。まとめて揚げておいたコロツケや、買って来た惣菜・カレーパンも家族の帰宅に合わせて便利にサクレジ。「普段はオーブントースターで焦がしてしまっていたけど、失敗せずありがたい」といった具体的な活躍エピソードも。



由美
揚げたてが美味しいからとこれまでは衣だけつけといて、食べる直前に揚げてたでも息子も大人になると帰って来るのが皆バラバラだからそれに合わせて揚げるのが大変だったけどサクレジってそれを一発で解消してくれるってこと?!コロツケは息子の大好物だから作ることが多いし、なんたって材料費安い!今回はサクレジ使いたいかから全部揚げてしまっ食べる直前のサクレジ!うわ!本当にサクサクしてるよ!前日に揚げたコロツケだけでも普通にサクッと揚げたてのコロツケのように!これならお惣菜も買ってこれる!EVERINOは本当にかしこい!#簡単料理#



サミカ
惣菜パン大好き!コロツケは揚げたてが命だから、サクレジ機能で揚げたてのようになるならとても便利です!コロツケみたいな手間のかかる物は、まとめて作るもん



chicaoacafe
んですけど♥♥♥揚げ物がそんなにサクサクに温め直してできるなんてめっちゃいいですね!お譲いっ



由美 から chicaoacafe へ
(笑)サクレジは神機能ですよ惣菜も私は温め直すとも美味しく無いのでこれまであまり買ったことなかったらばど忙しい日は半惣菜を買って揚げて出しました!がこれからは惣菜の日は無理なく惣菜を買いますよ!どれも美味しく



むぎこ
"うきレジ"で作った煮物と"サクレジ"で温めたフライでお昼ごはんです。買って来たフライがびっくりするくらい熱々のサクサクになりました。包丁で切ったらサクサク言いました!食べた感じも揚げたてそのもの!#象印



Mariru から むぎこへ
うきレジとサクレジの二刀流!EVERINOさんの凄さがよくわかる美味しい美味しいお昼ご飯ですね!サクレジは中々調くと!シリシリしているのが分かりますよ!揚げ物さんが喜んでくれる様に見えます!二刀流の



があ
へセット、「サクレジ」専用のボタンと"スタート"を押すだけでアツアツのサクサク!!カリカリのサクサク!!のカレーパンが復活してビックリ!!感動です!お昼上がり具合は「強」にして6分で仕上がりました!そして表面がべちゃべちゃだったのですが、真ん丸になって買って来た時の様な形に戻りました!すごい!私は揚げ物作るのが大の苦手揚げ物コーナーでお世話になる事が多いのですが...自分で揚げた揚げ物はもちろんです、お店で揚げ物のお惣菜を買って来て色々温め直しを話したくなる大変ありがたく活躍間違いなし!!の機能だと思



なたちい
があさん、おはようございます!サクレジ機能、体感されたんですね!私はまだです!揚げ物が生き返る感じですね!オーブントースターで温め直すともよく焦がしたりして失敗する事があるので、EVERINOのこちらの機能はありがたいです!私もサクサクのカレ

投稿まとめ記事化・SmartNews配信

体験価値が見える化したアンバサダー投稿を編集部で商品情報と合わせて記事にまとめ、SmartNewsで配信。

EVERINO購入後の料理シーンが想像しやすい形で配信することで、Snapdish外にも**広く興味喚起**しました。



2022年11月の日(更新:2022年11月14日)
【SDユーザーお話し企画】誰でも、毎日、ラクに使いこなせるって本当？象印のオープンレンジ「EVERINO」(エブリノ)

象印といえば炊飯器やホットプレートなど調理家電のイメージがすごく強いですよね。その象印さんがなんと、オープンレンジを発売したという情報がキャッチ！しかも、今までのオープンレンジにはなかった、ユニークな新機能がいろいろ付いているとか…。しかし、炊飯器などの製品では絶大な信頼を寄せているものか、正確に、オープンレンジは知識…。その実力を知りたかった。そこでSnapdishユーザー10名にお話しいて、象印のオープンレンジ「EVERINO」(エブリノ)を実際にお試しいただくことに。その素晴らしいご感想を報告します！

提供元：象印マホービン

「機能が充実する最近のオープンレンジ、でも使えないかな…そんな不満解決に象印が挑戦



電子レンジとオープングリル、1台2役のオープンレンジって一見、便利そうですよね。でも実は「機能は多いけど、ほとんど使っていない」「毎週毎日使っているのは、電子レンジの温め機能のみ」という人が、とても多いそうなんです。(象印調べ)

そうした不満を解消するために、長年こだわって炊飯器やホットプレートなどの調理家電で培ってきた温度コントロールの技術を役立てられないかと考えたのが、今回の製品。『毎日のごはん』に寄り添ってきた歴史があるからこそ、日々の調理にフルに使える、新しいオープンレンジ「EVERINO」が誕生したのです。

「グリル調理は時間がかかる」→レンジ機能とグリル機能の自動切り換え調理→【レンジリジ】

忙しくて、1分でも早く仕上げたい。オープン調理だと時間がかかってしまうし、短い時間で、しかもおいしく仕上げることができるかな…



【16分】鶏肉と野菜を焼く 【9分】煮豚をこんがり焼き上げ

そこで象印マホービンは、レンジ機能とグリル機能を自動で切り換える「レンジリジ」機能を開発。最初にレンジ機能で食材の芯まですばやく熱を通し、その後自動的にグリル機能に切り換えれば美味しく焼き色をつけるので、調理がぐーんとスピードアップ。

ハンバーグでは、1個約150gとボリュームのある大きさのものを4個、約13分で調理可能。中までしっかりと熱が通りつつジューシーで、しかもおいしいような焦げ色がついた本格的ハンバーグを作ることができるんです。

「料理がうまくなった気分」「お利口さんで焼き香！」…【レンジリジ】レポート



「厚みのあるふくらしたハンバーグが出来上がりました。感謝です※ EVERINOさんが来てから料理がうまくなった気分です」(むぎこさん)

もっと詳しく見るにはこちらから！



「放置して他のことしたら出来上がり！しかも豚バラがめっちゃ柔らかくて美味しかったです」(由美さん)

もっと詳しく見るにはこちらから！

「忘れられる」「感動です！」…【うきレジ】レポート



「忘れられる『うきレジ』機能、しっかり熱が通りムラがない仕上がりは大変感動です」(いっちゃんさん)

もっと詳しく見るにはこちらから！



「今まで作ったかぼちゃの煮物の中で一番見た目が綺麗に仕上がって嬉しい！感動です！」(がみがさん)

もっと詳しく見るにはこちらから！

サッカー キャリア 恋愛 グルメ もっと



【感動の声続々！】象印から新発売のオープンレンジの驚きの3機能体験レポート

広告：象印マホービン



甘酢っぱさがクセになる「オレンジチキン」

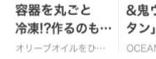
クックパッド



洋風なお米に合いすぎる！ゴロゴロ野菜の「鶏の味噌クリーム煮」

【もあいかすみ】の一品で大満足「御美ごはん」①

E・レシピ



【フライパン不要】ハンバーグの容器を丸ごと冷凍!?作るのも…

オリブオイルをひ…

OCEANS オーシーヤ…



【ツナのリセット】「ツナ缶+グリチで簡単フランスの味…

with online - 調剤社…



ホーム 天気・ライブ ターゲット 検索 アカウント



ブランドサイトに投稿掲載

アンバサダー投稿をブランドサイトでも掲載いただき購入を検討している方の参考にしていただいています。



 SnapDish
みんなのレシピ



MAKUBIさん
お料理ノートの型抜きクッキーのレシピに小匙2のシナモンと小匙1/2のカルダモンを加えました。あ、岩塩も少々🧂
バターもしっかり入るレシピなので、サクサクに焼き上がりましたよ〜🍪



https://www.zojirushi.co.jp/syohin/kitchen/oven_range/es-gt/



象印マホービン様からのご評価



象印マホービン株式会社
マーケティング部

今水 陽一様
(いまみず よういち)

EVERINOは象印では初のオープンレンジで、多機能訴求の他社製品とは異なり、調理時間や温めムラなどオープンレンジの基本機能の不满を解消し日常生活で使いやすいことをコンセプトに開発しました。

そういった日常での使いやすさを生活者の体験ベースで見える化することで、EVERINOを我が家のキッチンに迎えたい・毎日いろいろな料理を作りたいといった購買意欲を促したいと思いスナップディッシュを活用しました。

実施をしてみて、アンバサダーの皆さんは毎日のように日常使いをして下さってEVERINOの体験価値が広がっていたり、周りの方が興味を持って下さったり、さらに料理好きの方ならではの自社では思いつかないようなレシピが投稿されたりと、目的に沿って実施できたと感じています。

引き続き生活者の声も活用しながら自社製品の魅力を広げていきたいです。

アジェンダ

1) 生活者が主役！傾聴と共創のマーケティングとは？

2) 「生活者が主役」の3つのマーケティング実例を解説

□ 実例1：象印マホービンさま：熱量高いアンバサダーのUGCで新商品の魅力を訴求

□ **実例2：東海漬物さま：生活者の声に傾聴しニーズに合った新商品開発を実現**

□ 実例3：日清オイリオグループさま：

オンライン料理教室による体験作りを通じた、トレンドの「こめ油」啓発活動

3) 質疑応答

4) クロージング

生活者の声に傾聴しニーズに合った新商品開発を実現

純日本品質

東海漬物



東海漬物株式会社様 経営理念

私たちは、野菜をもっと食べてもらいたい、健康で豊かな食生活を送ってもらいたい。

この想いをかなえるため、私たちは、

漬物を通じて、野菜にもっとおいしさを、彩りを、

そして健康的な価値を高めるため努力し続けます。

野菜の魅力を引き出す、それが、私たちの使命です。

取り組み概要

料理関与度の高い生活者が集まるスナップディッシュで**開発の支援～発売前の調査～営業商談や販促まで**
一気通貫で提供。**食卓ニーズに沿った商品開発の実現に向けて並走。**

開発中の新商品



STEP1 新商品開発支援

- ・商品開発MTG参加者アサイン
- ・試作品送付 & 調理試食
- ・座談会実施



商品改良



STEP2 新商品発売前の調査

- ・シークレットモニター100名
- ・非公開投稿
- ・モニターアンケート調査



※100名モニター
※100名モニター

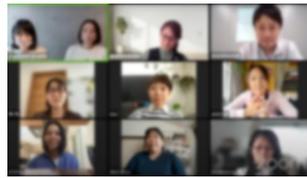
※100名モニター
※100名モニター

※100名モニター
※100名モニター



STEP3 営業商談や販促活用

- ・投稿や調査データの営業活用
- ・商談シート制作
- ・POPなど制作



STEP1：新商品開発支援

スナップディッシュで商品コンセプトにマッチしたユーザーを6名アサイン。試作品を事前に送付し、調理
試食をしてもらった上で、約60分のオンライン座談会にて体験の声を傾聴。



商品コンセプトにマッチした
ユーザー6名をアサイン



6名へ試作品と商品情報
資料を送付し
自宅で調理・試食

オンライン座談会の開催

- ・司会進行：スナップディッシュ
- ・参加者：東海漬物ご担当者様
ユーザー6名
- ・時間：60分程度
- ・内容：試食の感想(良い・悪い・シーン)
デザイン評価
量や価格

STEP2：新商品発売前の調査

試作品の改良後には**新商品開発協力モニター**100名を募集。商品を送付し、**非公開で商品を使った料理写真**と**感想の投稿**を回収。合わせて**アンケート調査を実施**し、結果を取りまとめてレポートにてご報告。



★極秘★東海漬物さんの浅漬け2種の新商品開発協力モニター100名大募集！

昨年10月にSnapDishユーザーさん6名と商品開発ミーティングを行った【東海漬物さんの浅漬けの新商品】がご参加いただいたみなさんの声を反映させて、発売まで近づいてまいりました！

そこで、今度はより多くの皆さんに「新商品の浅漬け」をお試しいただき、ご意見をお伺いしたく【新商品開発協力モニター100名】を大募集いたします。

より良い新商品を発売するために、ご意見・ご感想を聞かせていただかせませんか？
みなさんのご応募をお待ちしております！

新商品開発協力
モニター100名募集

※守秘の同意も合わせて取得



めぐと

早速食べてみました！商品名
はご飯にとても合い、子供もよく食べました！商品名
は、思ったより辛かったので子供は食べませんでした！ちょっと味が濃いめだったので、色々アレンジして食べようかと思います！！

商品を使った様子と感想を「非公開」で投稿

※ご要望に応じて後に公開も可能

良い点だけでなく改善要望も率直にコメント

あゆ

お昼ごはんに、そのまま漬物として食べました。漬物という概念が変わるとはこういう事。もう、餃子の箸休めと思っていたのに、しっかりおかず。半分無くなりました。漬物のように塩味が強いのかと思ったら、丁度いい塩梅。キムチとか出さないうで、これ出してよと息子に言われる程でした。ただ、にんじんが大きいので、調理にはこの大きさで問題ないと思いますが、そのまま食べるには、にんじんがいっぱい入ってる感が強かったです。

①今回ご試食をしてみて、購入したいと思いましたか？

はい、購入したいです いいえ、購入したくないです

商品名

②「商品名」について①でご回答いただいた理由を可能な限り具体的に教えてください。

回答を入力

投稿
アンケート
をまとめて
レポート

投稿や
アンケート結果は
商談やHP等で
活用予定

商品に関する
10問程度の
アンケート回答回収

※属性情報は別途取得

東海漬物様からのご評価



東海漬物株式会社
漬物機能研究所
商品開発課 課長

長野 雄平様
(ながの ゆうへい)

新商品開発にあたり、購買層の声の傾聴と食卓での活用用途の把握のために実施しました。

過去様々な調査を行ってきましたが、比較をしてスナップディッシュのユーザーは食に興味が高いためメーカー視点・消費者視点での意見がもらえ、商品の訴求ポイントや活用用途など発見が多くありました。

商品発売前に非公開でユーザーから投稿を集めることができたのも、情報公開に配慮しつつ食卓イメージを沸かせることができ良かったです。

また今回集まったユーザー投稿は商談資料や商品パッケージなどでも活用予定です。

引き続き、スナップディッシュを活用しながら商品開発を行い、喜び・感動を届けていきたいと思います。

アジェンダ

1) 生活者が主役！傾聴と共創のマーケティングとは？

2) 「生活者が主役」の3つのマーケティング実例を解説

□ 実例1：象印マホービンさま：熱量高いアンバサダーのUGCで新商品の魅力を訴求

□ 実例2：東海漬物さま：生活者の声に傾聴しニーズに合った新商品開発を実現

□ 実例3：日清オイリオグループさま：

オンライン料理教室による体験作りを通じた、トレンドの「こめ油」啓発活動

3) 質疑応答

4) クロージング

事例 日清オイリオグループ株式会社 オンライン料理教室による体験作りを通じた「こめ油」啓発活動



日清オイリオグループは、「ビジョン 2030」で**目指す姿を実現**するために、注力していく6つの重点領域の中に「すべての人の健康」や「おいしさ、美のある豊かな生活」を設定。

その一環で生活者接点であった料理教室がコロナ禍により十分にできなくなり、今回トレンドのこめ油を使った“揚げ物パーティーメニュー”や、話題のMCTオイルの機能性を紹介するオンライン料理教室をSnapdishで開催。

日清こめ油でワンランク上の揚げ物♪ みんなで味わう パーティーメニューオンライン教室を開催

Zoom・YouTubeでライブ開催。油脂の健康情報や商品情報を学び、講師と一緒に調理体験。参加者からは商品を使ってみての感想や、出来上がりの違いなど、**使ってみたからわかる嬉しいポイント**が広がりました。



- 👧 さっちゃん 甘い香りのフライドチキンになる!!
- 👧 ひろりん フライドチキンで米油♪どんな感じになるんだろう
- 👧 ナガマン 米粉はよく使うけど、米油使った事ない!
- 👧 ナガマン 温度は何度がいいんだろう 😊
- 👧 ひろりん なるほど 🌀
- 👧 SnapDish どんなフライドチキンになるかになりますね〜! 後程ご自宅までぜひお試しくださいね 🙌
- 👧 tugumi4322 ニンニクはチューブのもいいですか?
- 👧 ひろりん フライドチキンのカリカリの衣美味いですねー 😊
- 👧 Masayo Kuze から揚げに使った後の油は、そのあとどのように再利用するのがよいでしょう。また利用できる期間なども知りたいです。
- 👧 tugumi4322 オールスパイスを揚げ物に使ったことないから、やってみたい〜
- 👧 ひろりん テレビから出てこないかな 😊
- 👧 ASMOmostcomemoSUB(アスママ視聴用) 揚げたて、おいしいそう!
- 👧 ASMOmostcomemoSUB(アスママ視聴用) こめ油で揚げると冷めてもおいしいんですよね!



- 👧 ひろりん シュワシュワいい音♪
- 👧 nekocats 音と香りも食べたい 😊
- 👧 ナガマン 今回の音がよく聞こえてて美味しそうな雰囲気は伝わるね!
- 👧 tugumi4322 きれいに揚がってる!
- 👧 ひろりん 衣がぶっくりしてきた ✨
- 👧 ちよび 音で癒されますね ✨
- 👧 stabkitchen ほんとと本当、美味しい音が聞こえてたまりませんね
- 👧 ひろりん 私のお腹の音も負けてない 🙌
- 👧 ilyandto 美味しそう 😊
- 👧 ASMOmostcomemoSUB(アスママ視聴用) キレイな色に揚がってておいしいそう!
- 👧 ちよび 子供向けにウイナーどうでしょうか?
- 👧 ヒヌービー つまみ食いさせてくださあーい(笑)
- 👧 ilyandto こめ油で揚げ物、贅沢ですね ✨
- 👧 ひろりん めっちゃ美味しそー 😊
- 👧 tugumi4322 後からお塩なんですね



- 👧 stabkitchen mctオイル愛用してます!
- 👧 ひろりん いつもお味増汁に入れてます!
- 👧 tugumi4322 コーヒーにも 😊
- 👧 stabkitchen コーヒーに入れてウインと混ぜるとクリーミーコーヒーになります!
- 👧 ひろりん かぼちゃ 🍠フリットにしてみたいなあ
- 👧 tugumi4322 ありがとうございます、やってみます 😊
- 👧 stabkitchen 即活欄りにはたまらない味ですね 😊
- 👧 ナガマン 万願寺シトウよく食べます! 焼肉で笑
- 👧 nekocats プラスチック気をつけます 🙌
- 👧 stabkitchen マリネは他におすすめの材料ありますか?
- 👧 ひろりん お子様がお野菜食べなくなるってすごい 🙌
- 👧 ひろりん MCTオイル、ウケが少ないので合わせやすいですね 🍷
- 👧 香後 うちの子は産後がズッキーニが食べないので、食べてくれるのを期待してます
- 👧 ひろりん あとからこのサイトチェックしところ

料理投稿で商品体験の共有・コミュニケーション創出

イベント開催後は、アプリ上で商品体験のコミュニケーションがスタート。イベントレシピを起点に、家族・お子さんの反応や、他のレシピへの応用など、ユーザー同士の共有共感が広がりました。

▼Zoom参加者の事後投稿



りました〜🥰🥰🥰 こめ油はフリットをする時にふわっと甘い香り♡カラッと揚がっておいしい♡ズッキーニは外はカラッと中はジュシー この作り方でいろんな食材が楽しそうです🥰 いつもはついつい少ない油やかけてオーブン焼きになってしまいましたがたくさん油で揚げる揚げ物はやはりおいしいですね🥰 トマトのマリネはMCTオイル入り♡MCTオイルは身体に嬉しいことがたくさん!!しかもサラッとしていてかけやすい! トマトのマリネはさっぱりしていてフリットとの相性抜群でした🎵 とっても楽しいオンライン教室 あっという間の時間でした♡ NISSHIN oillioさんから油の使い方も教えてもらって揚げ物もちょうどいい!!(笑)あ

ラフランスのカプレーゼ 昼間に日清オイルさんのパーティメニューのオンライン料理教室イベントで作ったメニューが一瞬で子どもたちに食べられてしまったので、改めて作りました🎵 今度は大人用ワインのお供に♡ 全て今回頂いたオイルを駆使して作りました🥰 美味しい🥰🥰🥰

回は、ノンアルコールビールで飲みながら揚げました! リール動画を残しているので気になる方はInstagramへ(笑) ノンアルコールでもしっかりサクフワ! そして、牡蠣のプリとした食感もあって最高🥰!! 家族からも大好評でした🥰♡ 次回、先生が作ったフライドチキンも作って投稿します🥰🎵 とっても楽しいイベントに参加出来て良かったです🥰 皆さんあ

オンラインイベント参加しました🎵 今まででコーヒードリ้งで使用しなかったのでもっていい勉強になりました🥰 あっさりしていて揚げ物との副菜として相性バツグン、ばくばく止まりませでした🥰 #日清

いただき嬉しかったです🥰🥰 当日は娘と一緒に料理を楽しむながら、参加しました🥰🥰 衣を混ぜたり、食材に衣をつけたりするお手伝いをたくさんして張り切っていました🎵 今回は少し食材にアレンジを加えて、海老、ペーパーホタテ、ズッキーニ、パプリカ、金時人参を使ってフリットを作りました。米油で揚げたいの香りズッキーニ、とパプリカを見て、娘が真っ先に「わぁ!美味しそう!早く食べたい!」と待てずにバクリ!「美味しい!」「もっとちょうだい!」と今まで食べたことがないズッキーニをバクバク食べて驚きました

▼YouTube参加者・モニター投稿コメント



KAORUNSHEEP

初めて日清こめ油を使ってみたけどいつも使っている油とは比べようがない位とても香ばしくて甘い香りがして揚がっている時こそ二倍の香気にならなかったのはびっくりでした🥰 とてもサクサクして美味しかったです🥰 SnapDishさんのYouTube中々面白かったです🥰 参考になりました、有難う御座います🥰 #こめ油



nancy-1106

初めてこめ油を使って、ズッキーニ・ブロッコリー・赤パプリカでフリットを作りました。衣には、大根と人参の葉を刻んで入れてみました。軽い口当たりで、揚げ物にはこめ油が最適だと思います。#日清オイルオ #こめ油 #モニ



はサクサク中はジュシーな美味い唐揚げの出来上がり!オンラインイベントで何かが仰っていたけれどこめ油を使うと部屋が油臭くならない...って確かに。ずーっと米油を使って来たからあまり気にすることがなかったけれど確かにそうよね🎵 如何にも揚げ物を楽しみたって言うような臭いは全然ない!我が家は結構な頻度で揚げ物するけれど🥰 食べ疲れたとか胸焼けしたとかも無いものねこれからこめ油使い続けます🥰



いたこめ油です🥰 元気になってきてやっとなら使えました! サラダ油とは違う、甘い感じのいい香り〜🎵 早速皮付きのレンコンを素焼きして塩だけふってみました。美味い! コロナ大学芋も肉巻きもこめ油使用。家中こめ油の香りに溢れていて、幸せな気持ちになりました〜♡ いつもサラダ油を使っていましたが、こめ油のこの香り♡ ホント虜になってしまいました🥰



新club

モニター当選でいただいた♡#日清オイルオ #日清こめ油 使ってサクサクフライドチキン🥰 こめ油🥰 使った、覚めてもサクサクがそのまま🥰 みなさん、素敵なXmasを🥰🎵🥰 #Xmas



kukulutomo 🍷🍷🍷🍷

Snapdishさまより頂きましたこめ油を使って唐揚げを作ったためちやめちやカラッと揚がるんでびっくりしました🥰🎵 中はジュシー🎵🎵 外はカリッと🎵🎵 タワー🎵🎵 にしてビックリでクリスマスパーティー🎵 大人も子どもも嬉しいメニューだよ🥰 #唐揚げタワー



広報活動にも活用

イベント開催後も、内容を記事やプレスリリースにして広く広報活動に活用。商品の魅力訴求だけでなく、企業活動のPRにもつなりました。

▼イベントレポート記事公開、「SmartNews」に広告配信



▼プレスリリース配信・サステナビリティ活動としてHP掲載



日本食糧新聞

The Japan Food Journal



日清オイリオグループ様からのご評価



日清オイリオグループ株式会社
広報IR部 広報課
岩松 里佳子 様
(いわまつ りかこ)

数値評価としては各項目が想定内、もしくは**想定を超える好調な結果**で、特に料理教室のユーザー体験を活用した**こめ油の記事については、想定**
の2倍以上のPVとなりました。

揚げ物のオンライン教室ということで、ユーザーの実践に懸念がありましたが、**参加率も高く**、たくさんのこめ油での揚げ物を通じた**コミュニケーション**と、**油の健康情報の理解や共感につながりました**。

また**広報コンテンツとしても活用**することができ、BOSCOシーズニングオイルの**継続施策の実施にも至りました**。

一方、料理教室のレシピ数やメーカーの伝えることが増えること、参加者との対話・質疑が限られてしまい、接点をもつ有意義な機会としては、課題に感じています。

今後、**さらなる油の健康情報の発信と正しい理解の定着、生活者との接点づくりに取り組んでいきたい**です。

傾聴と共創のマーケティングに必要な 2つのステップ

①体験②理解③交流による

広告・販促・開発・広報など

ファン
育成



ファンの声を
企業活動
に活用

事例活用のポイント



- ①体験 ②理解 ③交流



企業活動

象印
マホービン様

日清オイリオ
グループ様

広告プロモーション

広報/PR

ファンの声

商品企画開発
/リサーチ

営業支援/
流通対策

東海漬物様

3名のメンバーが 貴社に最適なファン施策をご提案します！



奈良



佐藤



野中



アジェンダ

1) 生活者が主役！傾聴と共創のマーケティングとは？

2) 「生活者が主役」の3つのマーケティング実例を解説

- 実例1：象印マホービンさま：熱量高いアンバサダーのUGCで新商品の魅力を訴求
- 実例2：東海漬物さま：生活者の声に傾聴しニーズに合った新商品開発を実現
- 実例3：日清オイリオグループさま：

オンライン料理教室による体験作りを通じた、トレンドの「こめ油」啓発活動

3) 質疑応答

4) クロージング

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
アンケートにぜひお答えいただければ幸いです。



会社概要

スナップディッシュは、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・エッジ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、**自ら創業したのがスナップディッシュ**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 スナップディッシュ**」を公開したところ、現在までに累計2,900万投稿、取引社数140を超え、各方面から高い評価を得ています。

会社名: スナップディッシュ株式会社
住所: 東京都武蔵野市御殿山1-5-6 NEST403
設立: 2010年2月22日
資本金: 4億2,465万円
従業員数: 16名 (従業員兼務役員含む)



代表取締役
舟田 善



お申込・お問い合わせ



みんなと一緒に料理体験

料理SNS スナップディッシュ

<https://snapdish.jp/>

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。

スナップディッシュ株式会社 ファンマーケティング事業部 阿部・奈良・佐藤・野中
〒180-0005 東京都武蔵野市御殿山1-5-6 NEST 403
TEL/FAX 0422-24-6341
E-MAIL business@snapdish.jp

ダウンロードがまだ
の方はこちらから



(参考) 体験・理解・交流が起きると？

愛着度別 年間購買金額 (3を100%とした場合)

