

本日のセミナー



『偏愛戦略』著者石原氏に学ぶ ファンの心に火をつける 6つのスイッチ解説&ワークショップ

2021年5月27日（木） 14:00～15:00

講師：クリエイティブディレクター／コミュニケーション・ディレクター
石原夏子氏

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



クリエイティブディレクター／コミュニケーション・ディレクター

石原 夏子

「偏愛ストラテジー」著者。電通を経て、2021年よりフリーランス。

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）
- ✓ 基調講演「偏愛ストラテジー著者・石原氏直伝！ファンの心に火をつける6つのスイッチとは？」（20分）
- ✓ 長く愛してくれるファンをつかまえる「よりそいスイッチ」発見ワークショップ&解説（30分）
- ✓ まずはスイッチを知る！「生活者の声」傾聴トライアルプラン（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）
- ✓ 基調講演「偏愛ストラテジー著者・石原氏直伝！ファンの心に火をつける6つのスイッチとは？」（20分）
- ✓ 長く愛してくれるファンをつかまえる「よりそいスイッチ」発見ワークショップ&解説（30分）
- ✓ まずはスイッチを知る！「生活者の声」傾聴トライアルプラン（5分）



SnapDishのご紹介

貴社ブランドのロイヤルファンを育成・活用できる
マーケティング・プラットフォームです



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](#)

SnapDishの特徴

SnapDishは料理体験が楽しくなる仕組みを通じて、
貴社製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
2,400万
投稿以上



②気になるユーザーをフォロー
みんなで料理体験を共有

月間
300万
ユーザー



③いいね！やコメントの反応で
モチベーションUP

累計
1.6億
いいね



AIがシャッターチャンスを教えてくれるから、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



とにかくお料理がたかさんっ！みんないい人ばかり！とても楽しくて素敵なおところです



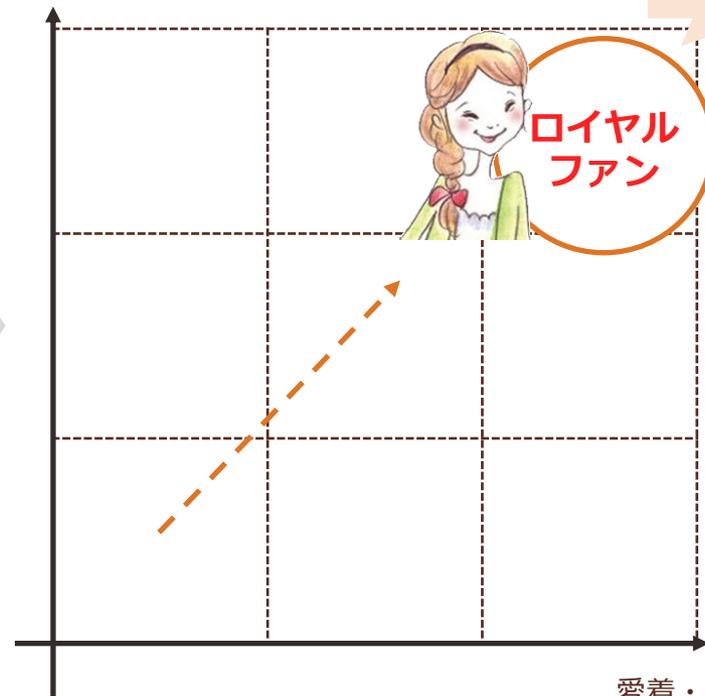
SnapDishとは

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、
貴社ブランドのロイヤルファンを育成・活用できる
マーケティング・サービスを提供しています。

御社商品における
食卓体験共有



購買金額



※SnapDish : 料理写真共有アプリ

特徴① 美味しそう！を軸にするから、良質な認知が伝わりやすい

日々、心のこもった美味しそうな料理写真とコメントを起点に
ユーザー間の本音のやりとりが生まれる環境を維持・管理しているため、
貴社製品の魅力がユーザー視点で直感的に伝わり、自然な認知の輪が拡がります。



特徴② 支持・共感のコミュニケーションで、貴社製品の「体験価値」を最大化

SNS形式のプラットフォームを通じ、

料理を愛する仲間との**本音のコミュニケーション**の中で
貴社製品の**体験価値が目に見える形で共有**され、支持と共感が渦となります。

貴社商品



体験の投稿



舞茸とベーコンとカマンベールのこれうま豆乳スープ

広がるコミュニケーション

Aさん

これうまつゆ「だけ」で美味しく出来ちゃいました(๑˘з˘๑)*°*°*°
舞茸とベーコンをバターで炒める・豆乳と水とこれうまつゆを加える・カマンベールチーズを入れる・胡椒を入れて味見をして完成・器に盛ってパセリを散らす ※シイタケの冷

Cさん

おはよー♡♡(*°▽°*)ムルカマンベールチーズが入るんだ！濃厚で旨味たっぷり！美味しそうだね(*ω*)これうまつゆは本当に万能(n´▽´)㊦㊦

Bさん

MAKUBIさん、こんばんは😊🌟
これうまつゆって、本当に、万能ですよー👍🌟もう私はすっかり虜です♡美味しそうな豆乳スープ❤️温まりますねー😊👏👏

Aさん

さん。(σ・3・σ)σ机YO!!豆乳やキノコでヘルシーにしていると思いきや結局チーズ入れるって言うね。入れなくても美味しいのにカロリーと脂肪をとりたがり屋さん♡これうまつゆとの出会いは今年の良かったことTOP10に入ります👍(๑˘з˘๑)*°*°*

Aさん

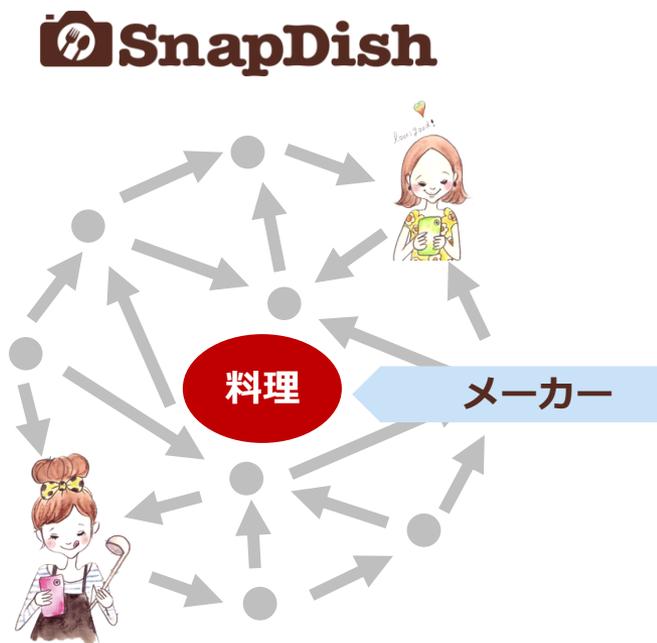
さん。本当にそうですよね(*˘艸˘)
白だしよりも使いやすいです。本当に味がドシッと決まります。凄いなあ〜♪。..*・°♪。..*・°食卓に汁物が欠かせない時期ですね。



特徴③ ユーザーの参加動機が違うから、良質なファンづくりができる

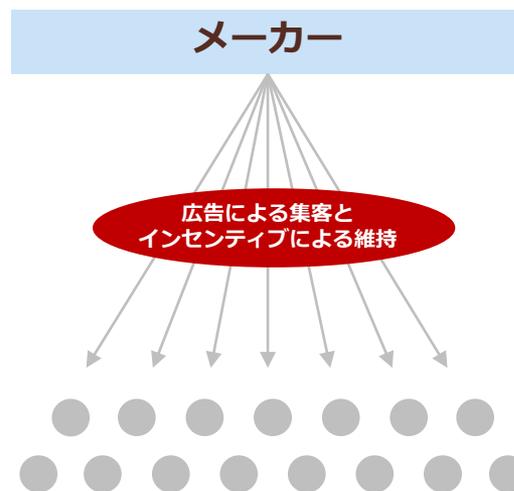
料理そのものに対する興味・関心でユーザーが集まっているため、無理な集客や、コミュニティの維持に余計な費用を使わず、

貴社製品のロイヤルファン育成に向けたコミュニケーションづくりに注力できます。



自発的に「人と人」がつながる場にメーカーが寄り添う。コミュニケーション作りに注力できる。

一般的なファンコミュニティ



広告費をかけて集客し、コミュニティ上の行動にポイントなどのインセンティブを付与することで、コミュニティを維持。



各社ご活用実績

ロイヤルファンマーケティング・プラットフォームとして
80社以上の食系メーカー様にSnapDishをご活用いただいています。

(一部お取引メーカー様・順不同)



本日のコンテンツ

- ✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）
- ✓ 基調講演「偏愛ストラテジー著者・石原氏直伝！ファンの心に火をつける6つのスイッチとは？」（20分）
- ✓ 長く愛してくれるファンをつかまえる「よりそいスイッチ」発見ワークショップ&解説（30分）
- ✓ まずはスイッチを知る！「生活者の声」傾聴トライアルプラン（5分）



石原さま
よろしくお願ひします！



本日のコンテンツ

- ✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）
- ✓ 基調講演「偏愛ストラテジー著者・石原氏直伝！ファンの心に火をつける6つのスイッチとは？」（20分）
- ✓ 長く愛してくれるファンをつかまえる「よりそいスイッチ」発見ワークショップ&解説（30分）
- ✓ まずはスイッチを知る！「生活者の声」傾聴トライアルプラン（5分）



ワークショップ



よりそいスイッチ、一緒に考えてみましょう

ワークショップの狙い：

- 自社（または気になる商品）にひきつけて手を動かす
- 講師・スピーカーのセッション
- 他参加者の回答を参考にする

資料：

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/12NFh18-o8x8lhIzb3rKNO-pZFtdczSLuX8g-ekCzEyI/edit?usp=sharing>



本日のコンテンツ

- ✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）
 - ✓ 基調講演「偏愛ストラテジー著者・石原氏直伝！ファンの心に火をつける6つのスイッチとは？」（20分）
 - ✓ 長く愛してくれるファンをつかまえる「よりそいスイッチ」発見ワークショップ&解説（30分）
- ✓ まずはスイッチを知る！「生活者の声」傾聴トライアルプラン（5分）



おさらい



出会いの「よりそいスイッチ」

偏愛を深める「特別扱いスイッチ」

偏愛を維持する「言霊スイッチ」

脱落を防ぐ「仲間スイッチ」

自走を促す「自分ごとスイッチ」

ファンを増やす「拡散スイッチ」

SnapDishファンコミュニティとは

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。

貴社商品における
食卓体験共有

広がるコミュニケーション

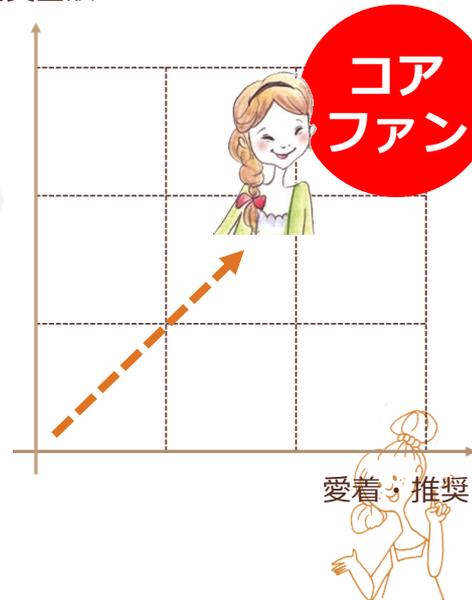
ライトファンから
コアファンへ



- Aさん** これうまつゆ「だけ」で美味しく出来ちゃいました(๑˘з˘)๑*~*~* 舞茸とベーコンをバターで炒める・豆乳と水とこれうまつゆを加える・カマンベールチーズを入れる・胡椒を入れて味見をして完成・器に盛ってパセリを散らす ※シイタケの冷
- Bさん** MAKUBIさん、こんばんは(๑˘з˘)๑*~*~* これうまつゆって、本当に、万能ですよー(๑˘з˘)๑*~*~* うち私はずっかり使ってます(๑˘з˘)๑*~*~* 美味しそうな豆乳スープ(๑˘з˘)๑*~*~* 温まりますねー(๑˘з˘)๑*~*~*
- Aさん** 当にそうですよ(๑˘з˘)๑*~*~* 本だしよりも使いやすいです。本当に味がピシッと決まります。凄いなあ〜♪(๑˘з˘)๑*~*~* ♪(๑˘з˘)๑*~*~* ♪(๑˘з˘)๑*~*~* 食卓に汁物が欠かせない時期です

- Cさん** おはよー♡♡(๑˘з˘)๑*~*~* 豆乳・カマンベールチーズが入るんだ！濃厚で旨味たっぷり！美味しそうだね(๑˘з˘)๑*~*~* これうまつゆは本当に万能(๑˘з˘)๑*~*~*
- Aさん** さん。(๑˘з˘)๑*~*~* オハヨ!!豆乳やキノコでヘルシーにしていると思いきや結局チーズ入れるって言うね。入れなくても美味しいのにカロリーと脂肪をとりたがり屋さん♡これうまつゆとの出会いは今年の良かったことTOP10に入ります(๑˘з˘)๑*~*~*

購買金額





2020年2月発売

ヤマサ「これ!うま!!つゆ」 めんつゆとも、白だしとも違う特長!!

全く新しい、進化した料理つゆ

- ① 甘み・だしの旨みが強い
- ② 素材の味を引きたて、失敗しにくい
- ③ 色が淡く、素材の色を邪魔しない
- ④ 味がやさしいので、洋風にも使える



今日はいつもより美味しい🍗って息子に言われました♡

2020/07/20



手羽元と大根の煮物

おはようございます 昨日の晩ご飯です
手羽元 大根 厚揚げ 卵入り味が染みて
今日...

👁️ 9,792 ❤️ 340 💬 9 ↕️ 33

よりそいスイッチ



おはようございます😊昨日の晩ご飯です。
★手羽元、大根、厚揚げ、卵入り味が染みて今日はいつもより美味しい🍗って息子に言われました♡これうまつゆも入ってます。



いっちゃんおはよう〜🌻大根の、くたつと感が最高やノ息子くんの美味しいって言葉も嬉しいね♡

仲間スイッチ



いっちゃん♡お邪魔しまーす😅手羽元も大根も卵もみーんな、味が染み染みで美味しそだにやー🐶❤❤❤❤❤「美味しいね♪」って言われると、本日嬉しいよね😊いっちゃんの愛情も含まれて、美味しく出来たのかも😅

ついに !!!探しまくりの念願の「これ!うま!!つゆ」購入です 🍷

2020/07/24



ひんやりくずし豆腐とろろ丼

うわああああああ やりました ついに
探しまくりの念願の これ!うまつゆ
購...

👁️ 2,147 ❤️ 114 💬 7 🔄 14

言霊スイッチ



99.....うわあああああああ
♡やりました !!! ついに !!!探しまくりの念願の「これ!うま!!つゆ」購入で〜す 🍷
🍷 仕事帰りいつものスーパー立ち寄ると調味料コーナー 🍷 きらーん ✨ 嬉しくって3本も購入してきちゃいました 😊 さっそくデビュー♡ #これ!うま!!つゆ #最高♡



仲間スイッチ

キヤー 😊 ふみしゃん!立ち寄るスーパーにうまつゆが 😊 3本お買い上げ おめでとう
🍷 😊❤️❤️ 思わず キヤーって声が出たかな。😊 これからはそこに行けば うまつゆが買えるね 😊❤️ いーなー 私のスーパーには未だに無いよ 😊 うまつゆとわさびでツツツん(´▽`)くずし豆腐と 🍷 で これうま晩ごはん 😊🍷 おいしそ。チョアヨ 😊❤️👍

2-4月の施策実施から、7月以降の自走まで

新カテゴリの商品開発を、SnapDish環境で支援しました。

特別扱いスイッチ

自分ごとスイッチ

新しいコンセプトの商品

高感度層との体験作り

ロイヤルファンとその利用シーンの形成

ヒット商品へ



新商品開発座談会



投稿企画



- Instagram から参加できますよ
- Instagram 上で「@yamasa_soy_sauce」をフォローしてハッシュタグ #きょう何食べた #これうまつゆ #snapdish を付けて投稿

新商品発表会



これうまつゆだし巻き卵

年間数千の投稿

いこれうまつゆを大量に購入と言っても店舗棚には10本しかなく大人買い締め。ちゃんとレジではまた入荷お願いしますねと催促してきました

♡これうまつゆとの出会いは今年の良かったことTOP10に入ります

ヤマサ醤油、前12月期は過去最高「つゆ・鮮度」好調

神増・倫浩 ニュース 2021.01.25 12175号 01面



石橋直幸社長

ヤマサ醤油（石橋直幸社長）の前12月期業績は過去最高に達しそうだ。外食向けなど業務用の苦戦を家庭用が補った。コロナ対策の調理増で特に「昆布つゆ」が支持され、新商品の「ばばとちゃんとこれ!うま!!つゆ」がヒットした。醤油は常温保存でき、大容量600mlの

日本食糧新聞 2021.1.25

スナップディッシュは

- ①スイッチが押しやすく
- ②見える化できる



味の素様 | ほんだし・食べ方提案

みそ汁の需要が落ちがちな夏場に「冷やしみそ汁」の投稿企画を実施。
新たな楽しみ方を提案。

拡散スイッチ

新しい食べ方の提案

-モニター募集&編集部記事-



モニター300名
(8日間)

編集部記事

体験づくりと広がりづくり

-投稿CP-



更なる拡散

-記事化×TwitterコメントCP-



味の素様 | 21年勝ち飯スタジアム

新たな楽しみ方のメニューを提案。季節やコロナ禍を踏まえた普及を狙い、スナップディッシュ、インスタグラムの2プラットフォームでの投稿と会話創出を行った。

新しい食べ方の提案
-モニター募集&編集部記事-



体験づくりと広がりづくり
-投稿キャンペーン-



ホットプレートで楽しく、免疫力が気になる冬に挑む！

やってみよう！ホットプレートで勝ち飯スタジアム



🌟🌟 勝ち飯、なんだかんだと楽しませて頂きました👍👍たんぱく質、ビタミン、暖かい汁物で免疫力上げて行こう企画、対戦型なので2品は絶対だから野菜もたんぱく質も色んな種類とれて考えられてますね〜😊



皆様が美味しそうにされてるので、私もやってみた〜エビチリがすごい食べたくなったので、陳建

アサインした少数ユーザーによるコミュニケーションの牽引
-SnapDishアンバサダー10名-

「Cook Do きょうの大皿」豚バラ大根用、「Cook Do 香味ペースト」、「味の素KKコンソメ」固形21個入箱セットを300名にモニター



アンバサダー用pic



- 理解促進
- お手本投稿



日本水産様 めかじき・カンパチ市場導入



日本水産株式会社
水産事業第四部
水産企画開発課
(右)大嶋さま
(左)直井さま

「これ以上インパクトある訴求ポイントはない」ユーザーの生の声を使った店頭販促物。



▲実際のめかじきの店頭POP（一例）

堀：ありがとうございます！今回、店頭販促物にフルフ、のは初めてになるんですか？

大：初めてですね。過去、商品のアピールポイントを載様に伝わっているのかが分かりませんでした。

ですけど、ユーザーさんのコメントはお客様の生の声なのは何よりもインパクトがあります。今までやったことがある訴求ポイントはないと思ってます。

社内でも、社外でも、人の心を動かす「生のことば」を使うことで、「人を動かせるデータ」になる。



▲社内・社外用に使っていただいた投稿レポート資料（一部抜粋）

堀：これまでお話を伺って、ユーザーさんの声は投稿そのものの活用よりも、まとまったレポート資料がより後押しになった感じですかね。

大：そうですね、社内説明材料、社外に対するご説明材料の2つで大きな力を発揮したと思いますね。

堀：私たちも、ユーザーさんの声をちゃんと届ければ、メーカーさんの取り組みをもっと後押しできるっていうのはここ1年ほどでの新しい気づきでした。商品のここってこう思われてるんだ、とか、ここって実は喜ばれてるとか、社内で推進する材料にして頂いているケースが増えてきてます。

(繰り返し)

スナックディッシュは

- ①スイッチが押しやすく
- ②見える化できる



ファンの心に火をつけましょう！



トライアルプランのご紹介



ファン施策の方針検討チェックリスト

特に重視したいことを3つ以内で選んでください

- 生活者との関係を構築したい
- ファンによる中長期的な売上を創造したい
- 自社商品のリアルな使用シーンや反応が知りたい
- ファンの声を商品開発や経営など社内で活かしたい
- 商品に理解・愛着が深いファンを育成したい
- ファンを起点に商品の魅力を広げたい
- ファンの声をコンテンツ活用したい（HP・SNS・販促物・広報など）



チェックリスト結果別おすすめプラン

チェックした項目が多いものがおすすめのプランです。

- 生活者との関係を構築したい
- ファンによる中長期的な売上を創造したい

基本プラン

- 自社商品のリアルな使用シーンや反応を知りたい
- ファンの声を商品開発や経営など社内で活かしたい

共創&インサイト発見
プラン

- 商品に理解・愛着が深いファンを育成したい
- ファンを起点に商品の魅力を広げたい

コアファン育成強化
プラン

- ファンの声をコンテンツに活用したい
(HP・SNS・販促物・広報など)

UGCコンテンツ制作
オプション



SnapDishファンコミュニティトライアルプラン

基本プラン・インサイト発見&共創プラン・コアファン育成強化プランそれぞれご準備しております。

基本プラン

SnapDishファン度分析アンケート

モニター50名
募集・抽選・発送

商品を使った投稿・
コミュニケーション創出

アウトプット



ぽつぽつと簡単6分で出来る材料4つのもちっと美味しい韓国豆腐

お簡単に簡単豆腐が作れます。しかも身近にある材料が中心なので、賢くもおいしく簡単に簡単豆腐が作れます。しかも材料は簡単に手に入る商品なので、買ったら作っていただく、もしなかったらお水でも作れます。自分で作るとお水と豆腐、豆腐のみ、お水と豆腐と美味しい韓国豆腐が作れます。これらすべてを使うことで、これだけの手間で簡単に美味しく作れます。



これらもちっとやちちの韓国豆腐を先週、近所のスーパーでやちちと買ったお水と豆腐が手に入りました。これらすべてを使うことで、これだけの手間で簡単に美味しく作れます。自分で作るとお水と豆腐、豆腐のみ、お水と豆腐と美味しい韓国豆腐が作れます。これらすべてを使うことで、これだけの手間で簡単に美味しく作れます。

投稿レポート



SnapDishファン度分析レポート



投稿二次利用10点



インサイト発見&共創プラン

基本プラン

- SnapDishファン度分析アンケート
- モニター50名 (募集・抽選・発送)
- 商品を使った投稿・コミュニケーション創出

+モニター事後アンケート



+オンライン座談会
orインタビュー



+アンケートレポート



+座談会orインタビュー
収録映像



コアファン育成強化プラン

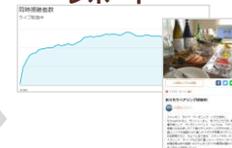
基本プラン

- SnapDishファン度分析アンケート
- モニター50名 (募集・抽選・発送)
- 商品を使った投稿・コミュニケーション創出

+オンラインイベント



+オンラインイベント
レポート



+オンラインイベント
アーカイブ動画URL



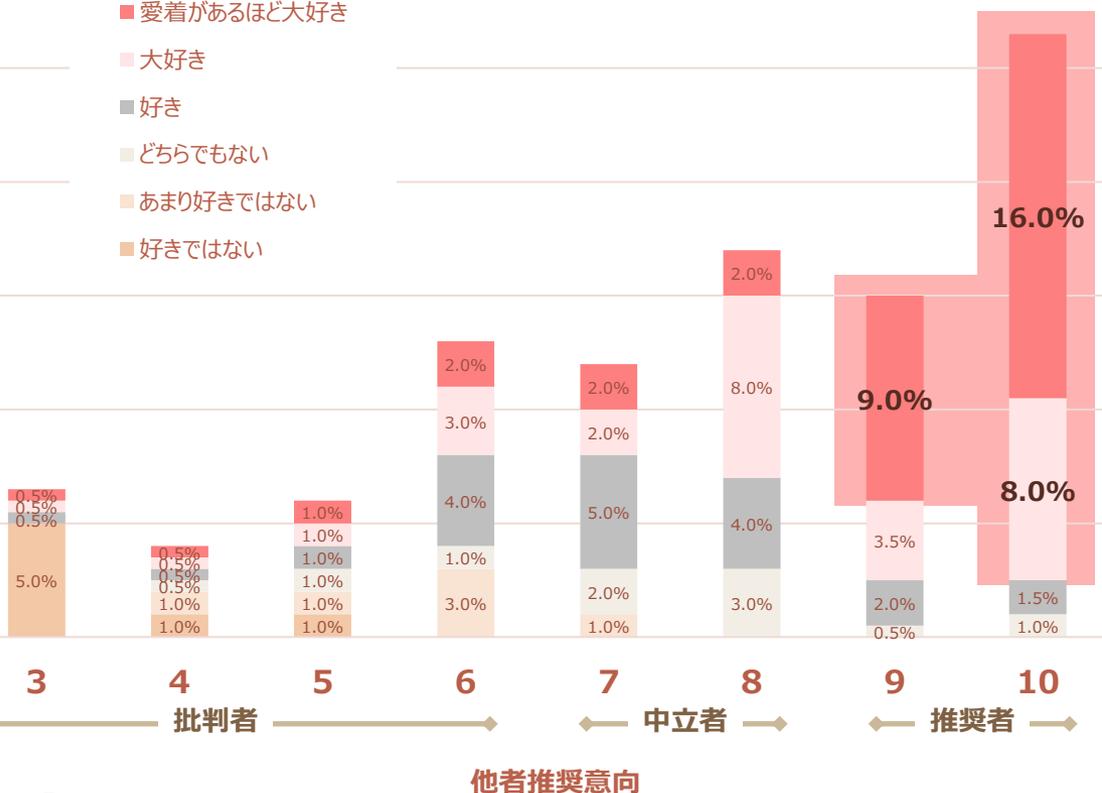
SnapDishファン度分析（例）

年間を通じてファン施策をすることでコアファンを育成し、
コアファンについて、定性・定量両面から深掘りし分析可能です。

※トライアルプランでも現状把握が可能です。※すべてサンプル数値

コアファン
33%

- 愛着があるほど大好き
- 大好き
- 好き
- どちらでもない
- あまり好きではない
- 好きではない



コアファンの中で購入意向が高いユーザーの投稿例

ヤマサ醤油新商品「ばぱっとちゃんと これ!うま!!つゆひろめ隊」として“対価なし”で活動。自身も購入しながら周囲におすすめ。メーカーへの激励も。商品を使った投稿年間100以上。



これうまつゆだし巻き卵

ん宣伝部長として、商品の使い勝手の良さを伝えています。まさに皆さんの為に頑張っています。宣伝部長は自称なのですが、今しばらくお待ちください。見つけたら買ってね〜。



皆沢 これうまつゆ寄せ鍋

知度低いですがスーパーの定番棚にネームカードがあるようになりうれしいです。この間は大人買いして、皆んなに配っています。ますますのこれうまつゆの販売実績を願っています。

トライアルプラン比較表

| | 基本プラン | インサイト発見&共創プラン | コアファン育成強化プラン |
|---------|--|---|--|
| 実施事項 | <ul style="list-style-type: none"> • SnapDishファン度分析アンケート • 商品モニター50名 | <ul style="list-style-type: none"> • SnapDishファン度分析アンケート • 商品モニター50名 • モニター事後アンケート(属性情報含まず10問以内・SA/MA/FAほか) • 座談会3名orインタビュー2名※オンライン | <ul style="list-style-type: none"> • SnapDishファン度分析アンケート • 商品モニター50名 • オンラインイベント(Zoom・YouTubeを使用した双方向型) |
| ご確認ください | <ul style="list-style-type: none"> • 商品についてのコミュニケーション • 投稿から見られる商品利用シーンや評価 • SnapDishファン度分析による自社立ち位置 | <ul style="list-style-type: none"> • 商品についてのコミュニケーション • 投稿から見られる商品利用シーンや評価 • SnapDishファン度分析による自社立ち位置 • アンケート・座談会から得られる深いインサイト(商品開発や方針決定に活用できそうか) | <ul style="list-style-type: none"> • 商品についてのコミュニケーション • 投稿から見られる商品利用シーンや評価 • SnapDishファン度分析による自社立ち位置 • 商品への理解の深まりや熱量の高まり |
| アウトプット | <ul style="list-style-type: none"> • トライアルレポート <ul style="list-style-type: none"> L 投稿分析 L 投稿数・延べリーチ数 • SnapDishファン度分析レポート • 投稿二次利用画像10点 | <ul style="list-style-type: none"> • トライアルレポート <ul style="list-style-type: none"> L 投稿分析 L 投稿数・延べリーチ数 L モニターアンケート結果 • 座談会・インタビュー収録映像 • SnapDishファン度分析レポート • 投稿二次利用画像10点 | <ul style="list-style-type: none"> • トライアルレポート <ul style="list-style-type: none"> L 投稿分析 L 投稿数・延べリーチ数 L オンラインイベントレポート • オンラインイベントアーカイブ動画(URL) • SnapDishファン度分析レポート • 投稿二次利用画像10点 |
| 準備期間 | 約3週間 | 約5週間 | 約8週間 |
| 価格※ | ¥800,000 | ¥1,450,000 | ¥2,300,000 |

※トライアル価格にはネットのメニューも一部含まれます。代理店様は直接お問い合わせくださいませ。

コアファン育成強化プラン【一部】

Zoomでユーザー6名程度・メーカー・MCが繋がり一緒に体験している様子をYouTubeで同時配信し、チャットに集まるコメントや質問を吸い上げをしながら双方向感のあるイベントを行います。一緒に体験をすることで商品理解が深まり、熱量が大きく高まります。

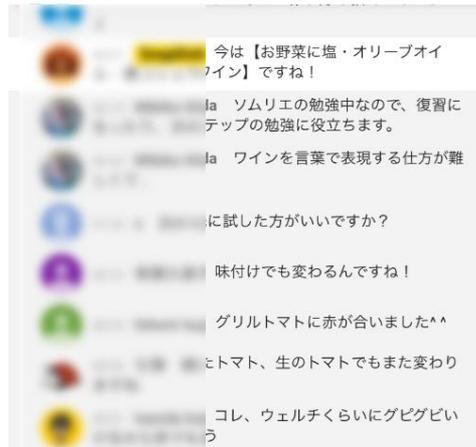
Zoom + YouTube



チャットのリプレイ
上位のチャットのリプレイ



チャットのリプレイ
上位のチャットのリプレイ



SnapDish



☆お気に入りに追加



🌸 手料理 ♡110 🗨️

おうちでペアリング体験中!

古尾谷りかこ

フォルタン ガイア オーガニック いただきまし
た!SnapDishさん サントリーさん ありがとうございます!!準
備万端にして オンラインイベント YouTube ペアリング
体験にのぞきました一丁前にディスプレインググラス出してみた
👩と〜っても勉強になり楽しかったです写真はペアリング用
のお野菜たちと ちょっとおつまみ パケットやチーズ ドラ
イフルーツ オリーブなどお口直しにハーブウォーターもねお
料理投稿はまた後程〜#フォルタンガイア#野菜料理#ワイン#
オーガニック#サントリー

ダイジェストはこちらからご覧いただけます

Youtubeリンク



【参考】

長期視点でファンとのつきあいを深める

SnapDish ファンコミュニティプラン



SnapDishファンコミュニティ3つのプラン

ファン施策の目的ごとに3つのプランをご用意。
バラバラに施策を行わず、1年を通じた継続コミュニケーションを実現。

SnapDishファンコミュニティプラン

※プランはニーズに応じてカスタマイズいたします。金額はあくまでも目安となりますのでお気軽にご相談ください。

①基本プラン

月額26万円～71万円

まずは着実に利用者の声を可視化・傾聴。体験共有機会を増やし、ファンづくり。

ミニマム

スタンダード

プレミアム



②インサイト発見&共創プラン

月額50万円～77万円

基本プランの年間レポートに加えて、n1で深掘るファンミーティングを実施。ファンとの共創やインサイト発見に活用。

スタンダード

プレミアム



③コアファン育成強化プラン

月額58万円～85万円

基本プランに加えて、商品への理解の深まりや熱量の高まりを作るオンラインイベントなどを実施し、社内外含めたコアファンづくりを実践。

スタンダード

プレミアム



UGCコンテンツ制作ほか各種オプション

基本プランの一例

(スタンダードの場合、月額42万円)

ベースとなるファンコミュニティプランで、商品利用体験の共有を中心に、着実にファン施策の実施が可能性です。

| | Month0 | Month1 | Month2 | Month3 | Month4 | Month5 | Month6 | Month7 | Month8 | Month9 | Month10 | Month11 | Month12 |
|--------------------------|--|--------------------|-----------------------------------|--------|--------------------|-----------------------------------|--------|--------|---|--------|-----------------------------------|---------|---------|
| 基本プラン (スタンダード) | 方針決定 SnapDish ファン度分析 | SnapDishファン 度分析 | 商品モニター (100名) report | | ファンへの情報発信 (メール) | 商品モニター (100名) report | | | 簡易投稿CP (4週) モニター200名 report | | ファンへの年間定期アンケート 年間report | | |
| | 御社によるレシピ投稿機能、オウンドメディアへのプラグイン機能 (API)、VOCの二次利用80点 | | | | | | | | | | | | |

準備期間

年3回モニターにより商品利用体験を共有・可視化 (年間400名)
内1回を簡易投稿キャンペーン同時開催し、実施しファンが自然につながる体験作り

ファン化のインサイトを抽出
次年度計画をプランニング

方針決定

SnapDish
ファン度分析

① 商品モニター100名

日の出料理道 (野菜) を100名様に♪

② 商品モニター100名

日の出サラダチキンの素 (2本) を100名様に!

③ 商品モニター200名

日の出サラダチキンの素 (2本) を100名様に!

④ 簡易投稿CP

Instagramでも参加できる

貴社によるレシピ投稿機能、オウンドメディアへ投稿表示プラグイン機能の提供

SnapDish企画参加における購入頻度の変化

貴社商品

年間 360-800 投稿
約3,000-4,000 フォロワー

※企業様課題ごとにご支援・ご提案内容が異なりますので、お気軽にご相談ください。※他メディアへの配信等はオプションとなります。



良質な投稿の二次利用 (年間80点) → プレスリリース・ニュースアプリ配信・営業支援 店頭販促・統合キャンペーンなど他施策へ活用可能

ヴァズ株式会社 | 本資料の無断での開示・複製・転送はご遠慮ください。

インサイト発見&共創プランの一例

(スタンダードの場合、月額50万円)

基本プランに加えて、座談会orインタビューを実施することでユーザーに深く傾聴し、インサイトの発見や共創実現に向けたプランです。



年3回モニターにより商品利用体験を共有・可視化 (年間400名)
内1回を簡易投稿キャンペーンを同時実施することで、ファンが自然につながる体験作り

ファン化のインサイトを抽出へ
座談会orインタビューの実施

ファン化のインサイトを抽出
次年度計画をプランニング

①商品モニター100名

②商品モニター100名

③商品モニター200名 X ④簡易投稿CP



化学調味料無添加のガラスープ、MCバレットフレンチドレッシングをセ100名様に
モニター事後アンケート



ユウキ食品の中薬タリスピーチンシーズニング、MCフライドガーリック、薬辛四川ラー油を100名様に！
モニター事後アンケート



化学調味料無添加のオイスターソースを200名様に
モニター事後アンケート



悪魔メシフェスティバル
刺激的な調味料で、新しい味が生まれてしまいませんか？
モニター事後アンケート



年間 360-800 投稿
約3,000-4,000 フォロワー

※企業様課題ごとにご支援・ご提案内容が異なりますので、お気軽にご相談ください。※他メディアへの配信等はオプションとなります。

貴社によるレシピ投稿機能、オウンドメディアへ投稿表示プラグイン機能の提供

良質な投稿の二次利用 (年間80点)

プレスリリース・ニュースアプリ配信・営業支援
店頭販促・統合キャンペーンなど他施策へ展開

コアファン育成強化プランの一例

(スタンダードの場合、月額58万円)

オンラインイベントによる熱狂的な利用体験作りで、
ブランドや商品愛着が深まり、コアファン育成を強化するプランです。



年3回モニターにより商品利用体験を共有・可視化 (年間400名)

内1回を投稿キャンペーンを同時実施し、さらにオンラインイベントを組み合わせることで、愛着あるコアファン作り

ファン化のインサイトを抽出
次年度計画をプランニング

①商品モニター 100名



②商品モニター 200名



③オンラインイベント



④簡易投稿CP



⑤商品モニター 100名



SnapDish企画参加における購入頻度の変化

貴社商品

年間 360-800 投稿
約3,000-4,000 フォロワー

貴社によるレシピ投稿機能、オウンドメディアへの投稿表示プラグイン機能の提供

良質な投稿の二次利用 (年間140点)

プレスリリース・ニュースアプリ配信・営業支援
店頭販促・統合キャンペーンなど他施策へ展開

SnapDishファンコミュニティプラン

バラバラに施策を行わず、1年を通じた継続コミュニケーションを実現。
ニーズに合わせた3つのプランのイメージです。

※プランは目安となります。ニーズに応じてカスタマイズいたしますのでお気軽にご相談ください。

| | 基本プラン | | | インサイト発見&共創プラン | | コアファン育成プラン | |
|-------------------------|---|---|--|---|--|--|--|
| | ミニマム | スタンダード | プレミアム | スタンダード | プレミアム | スタンダード | プレミアム |
| | 月額26万円* <small>総額312万円/年 約10% (約35.6万円) お得</small> | 月額42万円* <small>総額504万円/年 約12% (約74.6万円) お得</small> | 月額71万円* <small>総額852万円/年 約13% (約128万円) お得</small> | 月額50万円* <small>総額600万円/年 約12% (約83万円) お得</small> | 月額76.8万円* <small>総額922万円/年 約15% (約163万円) お得</small> | 月額58万円* <small>総額696万円/年 約12% (約103万円) お得</small> | 月額85万円* <small>総額1,020万円/年 約15% (約180万円) お得</small> |
| 年間モニター人数 | 150 | 400 | 600 | 400 | 700 | 400 | 700 |
| 二次利用可能数 ※モニター50名あたり10投稿 | 30 | 80 | 120 | 80 | 140 | 80 | 140 |
| 想定投稿数 | 135-300 | 360-800 | 540-1200 | 360-800 | 540-1200 | 360-800 | 540-1200 |
| 想定フォロワー数 | 1,500 | 3,500 | 5,500 | 3,500 | 5,500 | 3,500 | 5,500 |
| 基本メニュー | 初回ファン度分析 | — | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | 商品モニター50名 | ¥800,000 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | 商品モニター100名 | ¥1,000,000 | | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | 簡易投稿CP(モニター200名) | ¥2,500,000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | 投稿CP(モニター300名) | ¥3,500,000 | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ブランドページ設置 | ¥360,000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ファンへの情報発信(メール) | ¥150,000 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| | 年間アンケート&レポート | ¥250,000 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| オプション | 編集部記事 | ¥500,000 | | | | 1 | 1 |
| | ファンミーティング(6名以内) | ¥500,000 | | | | | |
| | オンラインイベント*1 | ¥1,500,000 | | | | 1 | 1 |
| | モニターアンケート*1 | ¥150,000 | | | 3 | 3 | |
| | オンライン座談会orインタビュー*2 | 500,000 | | | 1 | 1 | |

UGGコンテンツ制作オプション

- 販促物制作・・・15万円~/点
- 動画制作・・・50万円/本

拡散オプション

- Instagramリーチ・・・100万円~/回
- Twitterコメント拡散・・・80万円/回
- SmartNews配信・・・40万円~/回

蓄積オプション

- 専用コミュニティサイトの構築運営*3・・・初期500万円~/月額運営費30万円~/
- 専用コミュニティサイトの更新*3・・・5万円/回~/

*1 スタンダード、プレミアムでのみご提供可能です。*2 座談会の場合は6名以内、インタビューの場合は3名以内となります。*3 本プランでのみご提供可能オプションです。
※制作費等を含むため代理店様マージンは別途お問い合わせください。※プランはニーズに応じて、カスタマイズすることが可能です。



本日のコンテンツ

- ✓ オープニング・主催者自己紹介（5分）
- ✓ 基調講演「偏愛ストラテジー著者・石原氏直伝！ファンの心に火をつける6つのスイッチとは？」（20分）
- ✓ 長く愛してくれるファンをつかまえる「よりそいスイッチ」発見ワークショップ&解説（30分）
- ✓ まずはスイッチを知る！「生活者の声」傾聴トライアルプラン（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。

生活者の暮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、タイアップ取引社数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: 3億4,766万円
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

