

株式会社グルテンフリーラボ 御中



Instagram広告×LP制作による  
米粉スイーツ定期購入促進プロジェクト ご提案書

担当：石寄克行

# 00 目次

---

1. --- 企画概要
2. --- 現状について or 現状の課題
3. --- グルテンフリー&米粉スイーツ市場市場の現状
4. --- 現状について（4P分析/競合）
5. --- 顧客視点での分析（4C分析）
6. --- ご提案
7. --- ターゲット
8. --- 配信媒体について
9. --- 類似事例
10. --- キーワード単価の想定について
11. --- シミュレーション
12. --- クリエイティブ案
13. --- その他ご提案
14. --- 費用について
15. --- サポート体制
16. --- ご依頼事項

# 01 企画概要

Instagram広告およびGoogleディスプレイ広告を活用した販売促進キャンペーン。

現状の問題点である「ブランド認知の不足」および「定期購入への導線の弱さ」の解決のために、**ターゲットへの接触機会の最大化と購入ハードルの低減**を課題とし、広告配信とLP導線・クリエイティブのオペレーション最適化を実施します。

**商材：米粉スイーツ**

**広告の目的：新規顧客獲得（商品購買）**

**エリア：日本全国**

**ご予算：月額 200,000円**

**利用媒体：Instagram広告及びGoogle広告**

**ゴールまでの流れ**

**広告→LP→購入**



## 02 現状について or 現状の課題

- ❖ 定期購入のハードルが高く継続率が低い
  - ・ 単品購入はある程度回っているが、定期購入に繋がりにくい
  - ・ 「まずは試したい」というユーザーに対して導線が弱い
- ❖ Instagramフォロワーは一定数いるが売上に直結していない
  - ・ エンゲージメントはあるが、CVへの導線がない or 弱い
  - ・ 「見て終わり」になることが多く、購入への一歩を促す仕掛け不足
- ❖ 訴求ポイントが「健康志向」だけに偏りすぎている
  - ・ アレルギー対応・ダイエット・美容・お子様のおやつなど

複数の訴求軸を活かしきれていない

  - ・ ターゲットごとのパーソナライズが不足

# 03 グルテンフリー&米粉スイーツ市場市場の現状

## ❖ 市場規模と成長性

グルテンフリー食品市場は年々拡大しており、特に米粉スイーツは健康志向・アレルギー対応の両面から注目度が上昇中。

## ❖ 消費者ニーズの多様化

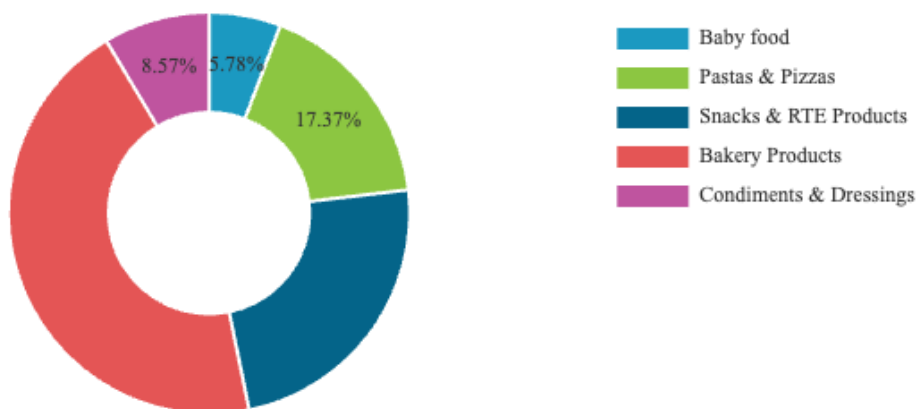
小麦アレルギー対応はもちろん、美容・健康・ダイエット目的でも需要あり。

「安心・安全・ヘルシー」に価値を感じる層が購買をリード。

## ❖ 競合との差別化要因

大手は小麦系スイーツが中心。米粉に特化し、無添加・保存料不使用・国産材料使用を訴求することで差別化が可能。

Global Gluten-free Food Market Share, By Type, 2024

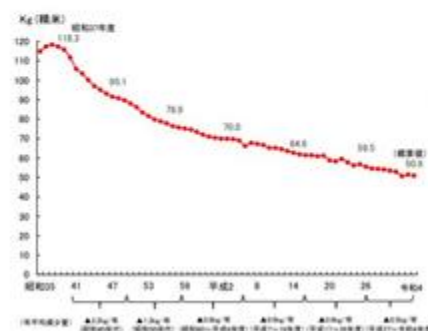


www.fortunebusinessinsights.com

## ○ 米の消費に関する動向

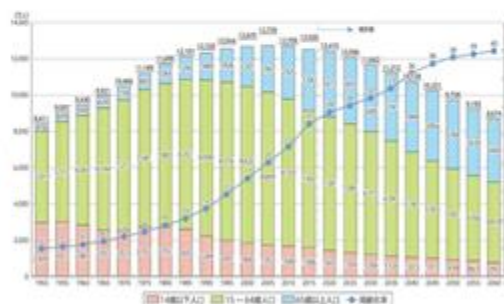
- 米の消費量は一貫して減少傾向にあり、一人当たりの米消費量はピーク時から半減。
- 国内で自給可能で総供給熱量の2割を占める米の消費拡大は、食料自給率向上を目指す上でも極めて重要。

### ○ 米の消費量の推移



資料：農林水産省「食料需給表」  
注：1人1年当たり供給食料の値である。

### ○ 日本の人口推計



資料：総務省「平成28年版国勢調査」（2015年までは総務省「国勢調査」、2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位推定による推計結果）

## 04 現状について（4P分析）

### ▼株式会社グルテンフリーラボ（自社）

Product ( 商品 )	Price ( 価格 )
<ul style="list-style-type: none"><li>・国産米粉使用のスイーツ（マフィン、クッキーなど）</li><li>・グルテンフリー・無添加・保存料不使用</li><li>・定期購入が可能（毎月配送）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・単品500～700円台／詰め合わせ2000～3000円台</li><li>・定期購入割引あり</li><li>・送料無料キャンペーンあり</li></ul>
Place ( 流通 )	Promotion ( 販売促進 )
<ul style="list-style-type: none"><li>・自社Shopifyサイト（EC販売）</li><li>・一部リアル催事で販売（期間限定）</li><li>・地域特産品ECモールとの連携もあり</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・Instagram／LINE公式アカウント運用</li><li>・レシピ紹介、キャンペーン告知、ギフト需要訴求</li><li>・広告出稿は限定的（Instagramのみ）</li></ul>

## 04 現状について 競合

	グルテンフリースイーツ専門店 「米粉のお菓子cotori（コトリ）」	米粉スイーツ「OKOME SWEETS」（D2C展開）	米粉焼き菓子ブランド 「nana's sweets」
Product ( 商品 )	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 米粉100%の無添加スイーツ（焼き菓子中心）</li><li>・ ヴィーガン対応商品あり</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 白砂糖不使用、米油使用など健康志向訴求</li><li>・ スムージーやグルテンフリーケーキも展開</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ アレルゲンフリー（卵・乳不使用）焼き菓子</li><li>・ 個包装でギフト需要に強み</li></ul>
Price ( 価格 )	<ul style="list-style-type: none"><li>・ マフィン1個400円台／ギフトセット3000円前後</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ スイーツ単品は400円台～</li><li>・ 定期便3,500円～（送料別）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 単品300～500円、詰め合わせ2000～4000円台</li></ul>
Place ( 流通 )	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 公式オンラインショップ</li><li>・ 百貨店催事やマルシェに定期出店</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ Shopify運営の自社ECサイトのみ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 楽天市場／BASEショップ両方展開</li><li>・ ふるさと納税返礼品も実施</li></ul>
Promotion ( 販売促進 )	<ul style="list-style-type: none"><li>・ Instagramにて積極的に発信（スイーツ写真、製造背景）</li><li>・ SNS広告あり</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ Instagram、Pinterestなど複数SNS展開</li><li>・ リターゲティング広告導入</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 楽天セール連動／LINEクーポン配信など多面的</li></ul>

- 定期購入モデル × UX設計の強化（購入体験の工夫）
- ブランドストーリーの発信力（世界観訴求によるファン化）
- SNS広告起点の運用最適化（PDCAとスケール性）

# 05 顧客視点での分析（4C分析）

## ▼株式会社グルテンフリーラボ（自社）

Cosutomer Value（顧客価値）	Cost（顧客費用）
<ul style="list-style-type: none"><li>・アレルギー対応・無添加・国産素材など、安心感と健康志向に応える商品価値が強み。</li><li>・ダイエット中でも食べられる、ヘルシーでおいしいスイーツ体験を提供。</li><li>・商品が定期的に届くことで「習慣化による健康サポート」にも貢献。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・通常の小麦スイーツより高価格帯だが、“健康価値”と“品質”で納得できる価格設計。</li><li>・「まずは試してもらう」心理的ハードルを下げる初回特典を設計。</li><li>・リピートのコスト負担を抑える設計で、LTVの最大化と顧客満足の両立を狙う。</li></ul>
Convenience（利便性）	Communication（コミュニケーション）
<ul style="list-style-type: none"><li>・ECサイト（Shopify構築）で、スマートフォンからの購入～スケジュール変更も直感的。</li><li>・日中不在でも受け取りやすく、“手間なく届く”便利さを提供。</li><li>・「飽きずに続ける」ための付加価値コンテンツを添付し、継続率アップに貢献。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ビジュアルを活かした商品紹介、ユーザーの声（UGC）を活用して信頼性と共感を醸成。</li><li>・配送予定、レシピ提案、特典告知などの双方向コミュニケーションチャネルを整備。</li><li>・「リアルな利用者の声」で不安解消と導入ハードルを下げ、口コミ導線を強化。</li></ul>

- 「健康・安心志向」の価値訴求が中核
- 「日常に取り入れやすい」利便性の高さ
- SNS・LINE活用による距離感の近いコミュニケーション



# 06 ご提案

## 1. 健康志向・アレルギー対応ニーズの高まり

消費者は単なる「スイーツ」ではなく、「健康的かつ安心して食べられるスイーツ」を求めている。無添加・米粉・グルテンフリーは強い訴求力を持つ。

## 2. 他社との差別化が打ち出しづらい状態

現在は商品コンセプトは優れているが、大手との差別化がユーザーに伝わりにくい。とくに「無添加・保存料不使用・国産原料」をしっかり打ち出す必要あり。

## 3. 購買導線・コミュニケーション設計の不足

SNSや広告、LP、定期購入の導線が一貫していないため、初回購入から継続購入への動線設計が弱く、機会損失を起こしている可能性がある。



### 上記の分析を活用した施策案

施策①：Instagram広告 × UGC訴求による共感型プロモーション

目的：ブランドストーリーと“安心できる素材選び”を視覚的に訴求

施策②：LPでの“ヘルシー定期おやつ”の特化設計

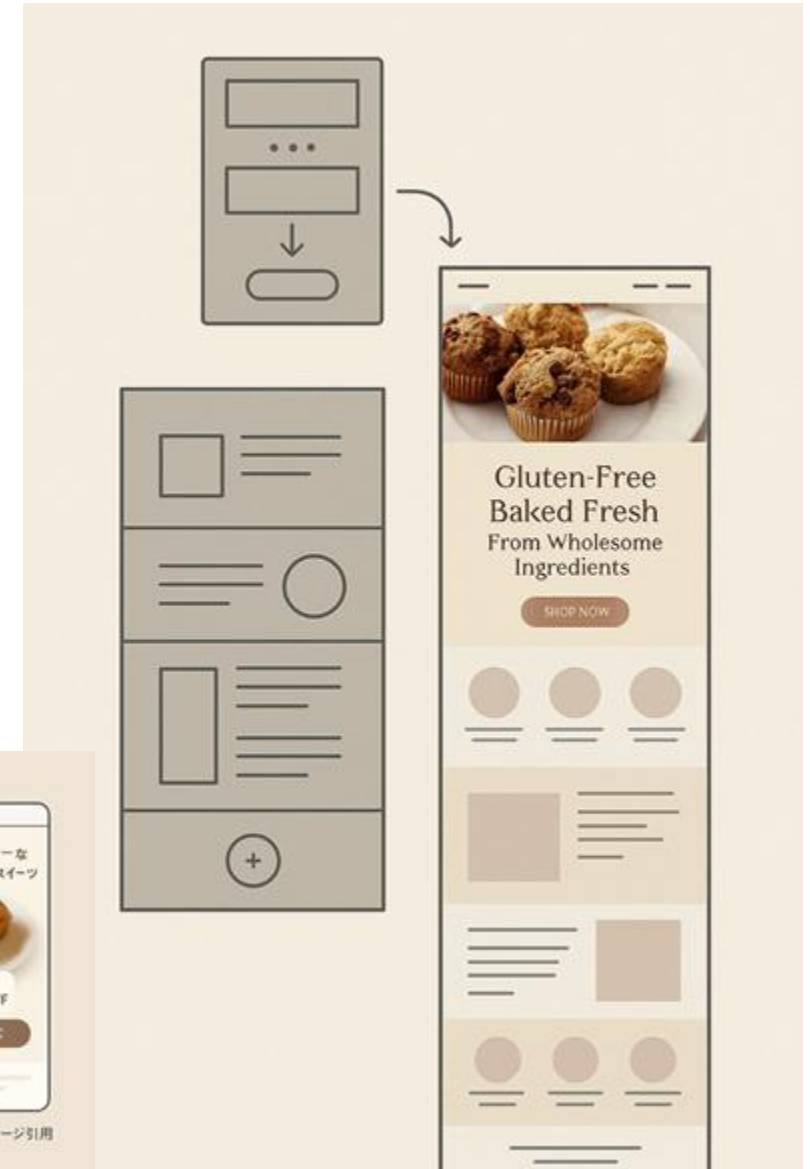
目的：初回購入から定期便へのスムーズな転換

施策③：LINE公式アカウント × 購入後フォロー導線

目的：継続購入とLTV最大化

## 06 ご提案

- ファーストビューで「健康価値×美味しさ」を両立した魅力を直感的に訴求
- 定期購入へのメリットをわかりやすく伝えるUI設計
- SNS流入を前提としたストーリー設計と導線



## 07 ターゲット

「健康志向でおしゃれな30代女性」がメインターゲット。

年代：30代（特に30～39歳）

性別：女性（独身・既婚問わず）

職業：会社員、主婦

収入：300～600万円程度

趣味趣向：グルテンフリーやオーガニック志向を持ち、InstagramなどSNSでの情報収集を欠かさず、美容・健康維持やおしゃれなカフェ・スイーツ巡りを楽しみつつ、子どものアレルギーにも配慮した食選びを大切にする感度の高い女性層。



## 08 配信媒体について

媒体名：Instagram広告（Meta広告）

キャンペーンタイプ：

コンバージョンキャンペーン（LP遷移 × 定期購入訴求）

### 【概要】

Instagramのフィード投稿・ストーリーズ・リールなどに配信されるMeta広告を活用し、ビジュアル訴求を中心に定期購入LPへ誘導します。ターゲットの「SNS情報収集行動」「スイーツ好き」「健康志向」にマッチする女性ユーザーへの精度の高い配信が可能です。



### 選定理由：

- ・ 画像・動画でスイーツの魅力を直感的に伝えられる
- ・ 「オシャレでヘルシーなライフスタイル」に関心が高い層が多い
- ・ Instagram上で「グルテンフリー」「米粉スイーツ」といった関連ハッシュタグの活用が盛ん
- ・ 興味・関心・ライフイベント（ママ層など）を活用したターゲティング精度が高い

## 09 類似事例

### ❖ BASE FOOD（完全栄養食パン）

Instagramで「栄養×おしゃれ」な朝食シーンをユーザー投稿風に広告展開し、LPに誘導しInstagram経由でのCVRが高く、リターゲティングで定期購入率も増加。食の“ビジュアル訴求”と“手軽さ”がSNSと相性が良い。

### ❖ ココナッツグレン（無添加ヴィーガンアイス）

Instagram広告+LPで、乳製品・添加物不使用を訴求。子どもと一緒に食べるシーンをストーリー形式で配信。アレルギー持ち家庭の支持を得て、定期便契約が増加。ターゲット（親子層）とシーン訴求の一致が鍵。

### ❖ おこめマフィン専門店「come×come」

Instagram広告を活用して、グルテンフリー・低GIスイーツの訴求を実施。インフルエンサーとのタイアップも展開。広告CTRが平均値を上回り、特に30～40代女性から支持。健康・美容志向と映える見た目の両立が刺さる。



## ▼Googleキーワードプランナーによる想定値

キーワード	想定ボリューム	クリック単価（低額帯）	クリック単価（高額帯）
グルテンフリー スイーツ 通販	約 1,200 ～ 2,500 回／月	80	200
米粉 スイーツ 初回 お試し	約 500 ～ 1,200 回／月	100	250
米粉 スイーツ 定期便	約 300 ～ 800 回／月	120	300
グルテンフリー クッキー	約 800 ～ 1,800 回／月	70	180
健康お菓子 無添加 米粉	約 400 ～ 1,000 回／月	90	220
アレルギー対応 スイーツ 通販	約 600 ～ 1,500 回／月	110	280

※クリック単価はGoogle提供ツールによる検索広告の推定値です。結果を保証する数値ではございませんのでご了承ください。

## ▼想定クリック単価・想定購入率別シミュレーション(予算20万円での試算)

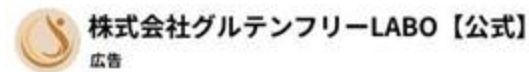
想定クリック単価	想定購入率	クリック数	購入数	獲得単価
130	2.5%	308	8	5,000
150	2.5%	233	6	5,833
180	2.5%	166	4	7,500
120	2.5%	250	6	5,000
140	2.5%	214	5	6,000
160	2.5%	218	5	7,000

※クリック単価・購入率はシミュレーション用の推定値です。結果を保証する数値ではございませんのでご了承ください。



# 12 クリエイティブ案

★クリエイティブに関して方向性やイメージがあれば提示します。



【初回限定】  
小麦・白砂糖不使用！

罪悪感ゼロの美肌スイーツ。

おうち時間がもっとご褒美になる、  
こだわりのグルテンフリー焼き菓子。



GLUTEN-FREE-LABO.COM

【公式】

初回980円で始める  
グルテンフリー焼き菓子提供サービス

[詳しくはこちら](#)



株式会社グルテンフリーLABO【公式】

広告

【ギフトにも選ばれるやさしい焼き菓子】

「オシャレでおいしい」を両立した焼き菓子ギフト。

健康志向のあの人にも喜ばれる、

グルテンフリースイーツを全国発送中！



GLUTEN-FREE-LABO.COM

【公式】

初回980円で始める  
グルテンフリー焼き菓子提供サービス

[詳しくはこちら](#)



# 13 その他ご提案

## ★+αの提案要素があれば提示します。

### ① Instagramストーリーズ広告への展開

理由：ストーリーズ広告はタイムラインよりも没入感が強く、直感的な購入導線（スワイプアップやCTA）と相性が良いため、特にスマホファーストなユーザーに刺さりやすい。

展開方法：

既存の1040×1040バナーを縦長（1080×1920）にリデザイン

ストーリーズ専用の動き（アニメーションGIFやシズル感のある動画）を付加

### ② 購入・申込完了者向けの「お礼広告（リターゲティング）」

理由：購入完了ユーザーに「ありがとう」や「シェアを促す」バナー広告を見せることで、SNSでの拡散を促進。

展開例：

「ありがとうございます。よかったら感想をシェアしてください」

「他にもこんなスイーツがあります」などアップセル導線

# 14 費用について

❖ 月額予算：20万円

❖ 運用代行手数料：

➤ 含まれるもの

- キャンペーン設計・初期設定

アカウント構成設計、ターゲティング設計、コンバージョン設定など 20,000円

- クリエイティブ制作・改善対応

バナー画像作成（月2本まで）、広告文案の作成・改善提案 30,000円

- 広告運用・レポート・改善提案

日々の入札調整、ABテスト、月次レポート提出と分析・改善の提案 50,000円

## 補足事項

上記価格はあくまで一例であり、予算や広告媒体、目標CPAに応じて調整可能です。

クリエイティブ制作は、画像だけでなく動画・LP改善提案も別途対応可（別料金）。

最低契約期間は3ヶ月以上推奨。1ヶ月単位で改善PDCAが回る設計。

**Meta広告・Google広告併用**も可能ですが、運用対象が複数媒体になる場合は、別途ご相談ください。

# 15 サポート体制

## 広告アカウントの運用について

広告アカウントにつきましては、御社名義にて新規アカウントを作成いただき、弊社にてアカウント共有（管理者権限）を受けた上で運用いたします。これにより、アカウント資産は御社に帰属し、長期的な運用データの蓄積・分析が可能となります。

※すでにアカウントをお持ちの場合は、既存アカウントへの共有付与でも対応可能です。

## レポートについて

広告運用における効果の可視化・改善提案のため、以下の通りレポートを提出いたします。

### 初月（施策開始月）

→ 週1回ペースで簡易レポートを作成・共有し、必要に応じてミーティング・チャット等で進捗報告・改善提案を行います。  
（初期フェーズにおける早期PDCA対応のため）

### 翌月以降

→ 隔週（2週に1回）ペースでレポートを提出し、成果の報告・課題抽出・改善案のご提示をいたします。  
また、月末には月次レポートとして総括資料をお渡しし、継続的な戦略見直しに活用いただけます。

## ご連絡について

日常のご連絡は、以下のいずれかの方法にて柔軟に対応いたします。

- チャットツール（Slack / Chatwork / LINE WORKSなど）
- メール（原則24時間以内に返信対応）
- オンラインMTG（Zoom / Google Meet等、事前予約制）

緊急対応が必要な際も、即時対応できるよう体制を整えております。初期設定やレポート説明、改善方針のご相談なども、適宜オンライン面談にて丁寧にご説明いたします。

# 16 ご依頼事項

今後のスムーズな運用開始に向けて、下記の項目についてご対応・ご確認をお願いいたします。

## ① 広告用アカウントのご準備・共有

Meta広告マネージャー（Facebook/Instagram）アカウントを御社名義で新規作成いただくか、既存の広告アカウントがある場合は、管理者権限の共有をお願いいたします。※アカウント作成マニュアル等が必要な場合は、こちらでご案内可能です。

## ② クリエイティブのご確認

ご提案済みの広告バナー・テキスト（Instagram・Facebook用）のクリエイティブ案をご確認の上、修正点やご要望があればご連絡ください。修正がない場合はその旨ご一報いただければ、正式に使用設定へ進行いたします。

## ③ 広告配信用の素材・情報提供

必要に応じて、以下の素材・情報をご提供ください。

商品画像やブランドロゴ（高解像度）、訴求したいキャンペーン内容（時期・価格・訴求ポイント）

商品紹介文やこだわりポイント（テキスト）、LPまたは遷移先のURL、顧客ターゲットに関する補足情報（ペルソナ像など）

## ④ 請求先情報とご契約確認

月額費用（20万円）および運用代行手数料に関するご契約内容の最終確認をお願いいたします。

請求書宛名・送付先情報をご共有ください（PDFメール送付 or 郵送 どちらでも対応可能です）。

## ⑤ レポート共有・ご連絡方法のご希望確認

レポートの共有方法（メール・チャット）や、\*\*ご希望の連絡ツール（Chatwork、Slack、LINE WORKSなど）\*\*をご指定ください。

定例ミーティングをご希望の場合は、曜日・時間帯の候補をお知らせいただけますと幸いです。

ご不明な点があれば、いつでもご連絡くださいませ。

円滑に広告運用をスタートできるよう、引き続きよろしくお願いいたします。