

# ごはんが進む！「おかず青のり」 キャンペーンページ企画書





# はじめに

---

## サイトの概要とキャンペーン内容

- ・当サイト(「おかず屋」)は、ご飯に合うおかずをコンセプトに様々な食品を紹介、販売を行う EC サイトです。
- ・当キャンペーンは、その時期の旬のおかずを紹介する”旬のおすすめ”のコーナーの一つであり、「おかず青のり」という商品の紹介、販売を目的にしています。

# なぜ青のり？

- ・寒い時期に最盛期を迎える青のりは今が旬の食材です。
- ・一般的に青のりはおかずとしては浸透していません。google の検索ワードの推移から見ても、「おかず」「ごはん」という検索ワードは年々増加していますが、「青のり」というキーワードはそれに伴っては推移していません。「ごはん」を 100% としたとき、「おかず」は 40%、「青のり」に至っては、0%です。(2013 年 1 月 27 日現在)つまりおかずとしての「青のり」はまだ広く知られていないということがわかります。
- ・そのため、新たなニーズを開拓して、商品の販売が行えるという期待が持てます。

# 商品から考えたターゲットのお客様

- ご飯に合うおかずになる
- 簡単に食べられる
- 他社の商品と比べて目が細かい

メリット

- おかずとしての認識がない
- 安っぽい
- 前歯に付いてしまう

デメリット

target

27歳(女性)

- 一人暮らし
- 仕事をしており普段はあまり料理をしない
- 普段からスマートフォンを使用して洋服などの買い物をしている

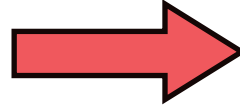
ターゲットの設定理由

青のりといえば、歯についてしまうなど、女性には嫌われやすい商品です。しかし、その手軽さと美味しさは、働く時間のない女性の大きな見方となります。また一人暮らしで仕事から帰って晩ごはんは食べていただくという提案をすることで歯についても心配がいきりません。

当キャンペーンページに求められる5つのこと

そして、そのためにすべき5つのこと

商品を知ってもらう



食べ方の説明を盛り込む

他社の商品との違いをアピール



商品の比較写真を使用

安心して買い物をしていただく



安心して買い物ができる  
ページデザイン

歯に付くのを気にしないで晩ごはんに食べてもらいたい



晩ごはんの写真を活用する

スマートフォンにも対応させたい



フレームワークの活用



より具体的に…

### 食べ方の説明を盛り込む

- ・「おかず青のりの美味しい召し上がり方」と題して、写真と文章で食べ方を伝えます。
- ・食べる直前の写真を使い、お客様がより想像しやすくします。

### 商品の比較写真を使用

- 商品の特徴でもある青のりの目の細かさをアピールするため一般的な青のりと比べた写真を掲載し、お客様の目で商品の良さを確かめてもらえるようにします。

### 安心して買い物ができる ページデザイン

- ・お客様に安心して買い物をしていただくため、落ち着いた配色に心がけてページを創ります。
- ・買い物中によく使うボタンは常に同じ場所に配置しておきます。

### 晩ごはんの写真を活用する

- ・歯についてしまうというマイナスのイメージが先行してしまわないように、ページ内に掲載する写真は晩ごはんをイメージしたものにする。
- ・「foundation3」を使用。

### フレームワークの活用

- 商用利用が可能なフレームワークで、お客様のウインドウサイズに合わせてデザインが可変するページが作成できる。そのため、スマートフォンへの対応もスムーズでPC、タブレット端末など様々なお客様に対応できるページが作成でき、作業時間の短縮が期待できます。

# PC モニターで見たとき

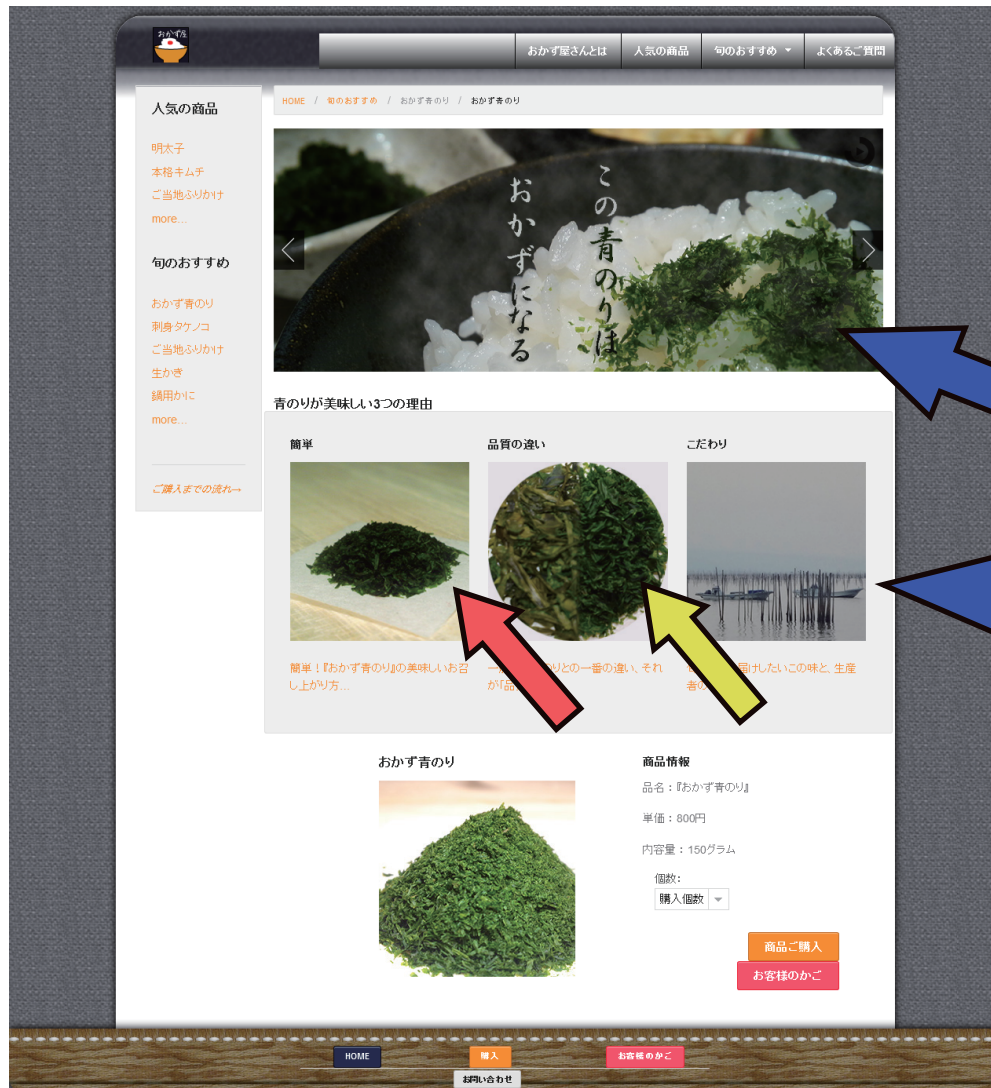
キャンペーン商品以外の商品も紹介するためサイドバーやトップバーにそれらの商品へのリンクを置きました。



歯に付いてしまうなどのマイナスの印象をお客様に抱かせないように、写真は晩ごはんをイメージしたものにしました。また、よりお客様の目を惹きつけられるように、3枚の写真を順にスライドさせるようにしました。

フッター部分は「HOME」などお客様がよく使うボタンを置き、またモニターの下部に固定していつでも操作できるようにしています。

# PC モニターで見たとき



安心してお買い物をしていただくために全体に落ち着いた配色でページを作りました。

しかし、落ち着いた配色ばかりでは暗い色が多くなってしまいますので、リンクやボタンなどは温かい印象や、お客様の購買意欲を後押しするように、オレンジやピンクに近い色を使用しました。

商品の説明や商品の比較などには、モーダルを使用しました。(上部の写真と中央の写真のリンクはモーダルになっています) 理由は二つあり

ひとつは、お客様があまりに縦に長いページでは購入に至る前に、立ち去ってしまうと考え、すぐ購入の部分が目につくようにしたかったためです。

もう一つはリンクごとにページを移動させてしまえば、お客様の不安に繋がってしまうと考えたからです。モーダルであれば背後には以前のページが見えているので一つのページの中であるという安心感をお客様に持ってもらえるのではないかと考えました。



# スマートフォンモニターで見たとき



こちらは、小さいモニターで見たときのページのレイアウトです。スマートフォンのタッチパネルでも操作がしやすいように一部ボタンを大きくしたり、画面が小さくなって文字が読みにくくなったりしないように、サイドバーをページ下部に配置し、トップバーはドロップダウンするようにしました。



# さいごに

---

最後まで読んでいただき本当にありがとうございました。

ヒューマンアカデミーで勉強を初めて1年ですが、初めて自分で1つのページを作ってみてまだまだ知らないこと、

知りたいことはたくさんあるなど実感させられました。

このような機会を与えてくださったことに本当に感謝感謝です。

これからも頑張ります。