

／ グルメ業界・飲食店特化型 ／

# インフルエンサーマーケティング

グルメ業界・飲食店とインフルエンサーのマッチングサイト

FOODEE フーディーIM  
Influencer Matching



その他 SNS  
ブログ etc



株式会社BNF (ビーエヌエフ)

# インフルエンサーマーケティングってナニ？

## “インフルエンサーマーケティング”とは

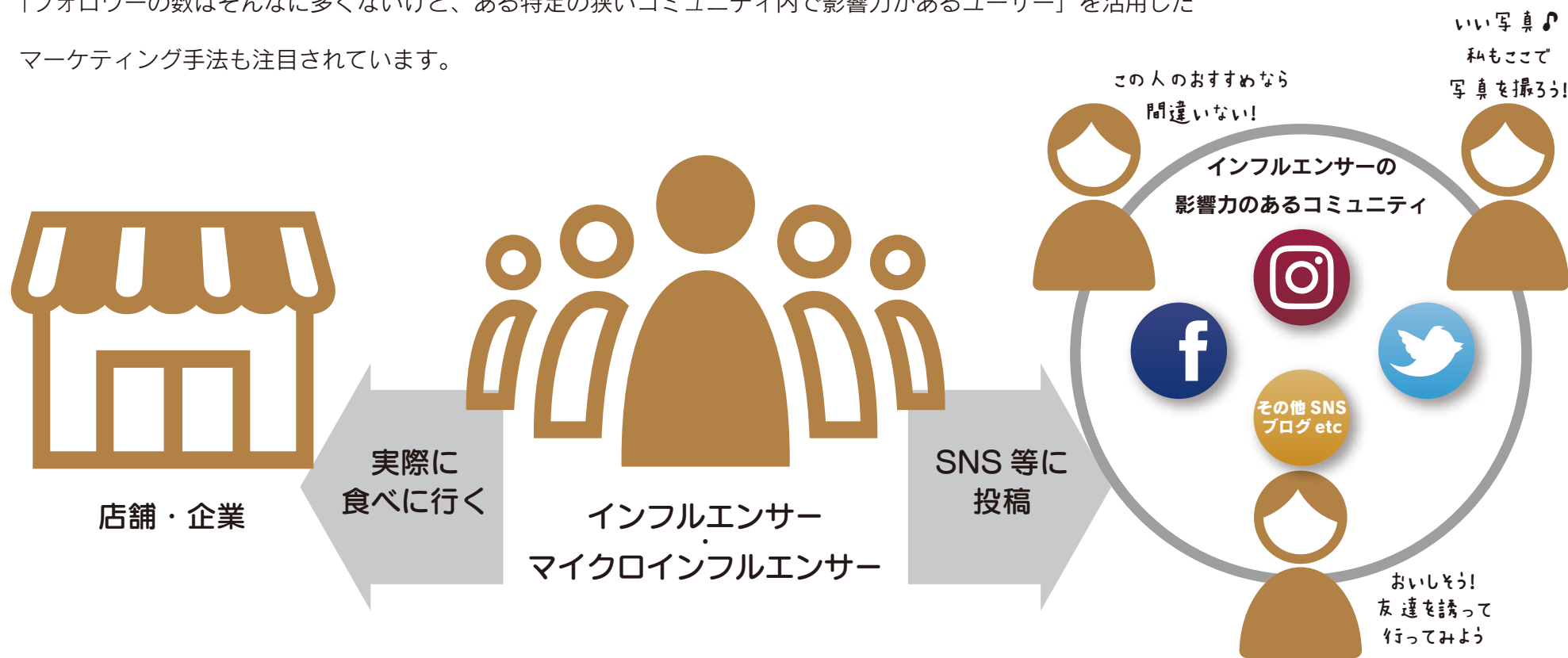
**「特定のコミュニティ内で口コミ影響力が高い人物」**のことを“インフルエンサー”と呼びます。

そのような人物の**影響力を活用して、店舗・企業が商品やサービスを宣伝**することを“インフルエンサーマーケティング”といいます。

芸能人を始めとした世の中に影響力をもつ極一部の人以上だけではなく、最近ではマイクロインフルエンサーと呼ばれるような

「フォロワーの数はそんなに多くないけど、ある特定の狭いコミュニティ内で影響力があるユーザー」を活用した

マーケティング手法も注目されています。



# 当社の FOODee Influencer Matching はここが違う

## 飲食に特化した訴求力 そして、直接ネットワークだから実現できる低コスト

当社は**グルメに特化したインフルエンサーやマイクロインフルエンサーと直接ネットワーク**をもっています。

そのため**低コスト**でインフルエンサーに拡散をお願いすることが可能です。

最近では一番活性している「Instagram」を中心に、Facebook、Twitter、LINE といった各種 SNS や、グルメブログ等のサイトだったり

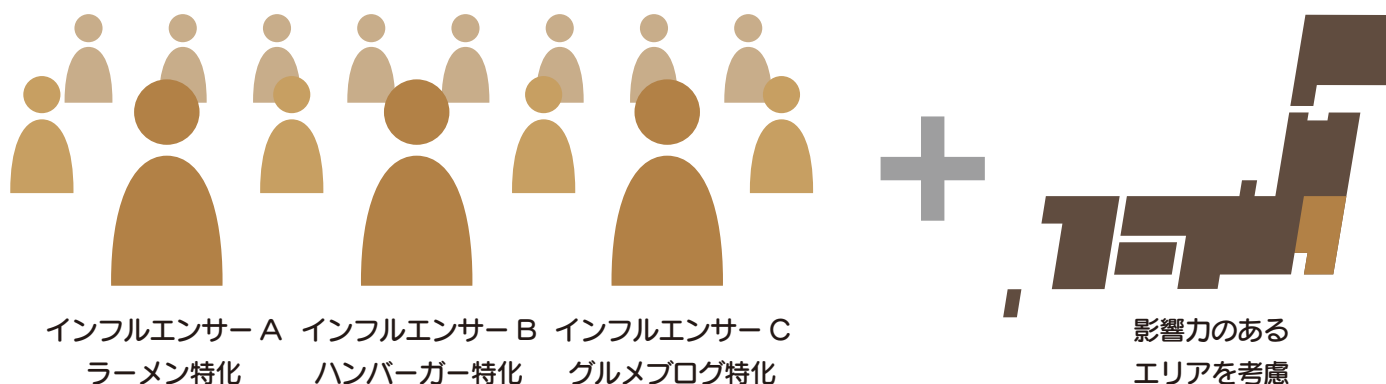
インフルエンサーによって影響力のあるコミュニティは様々です。

当社が推薦するインフルエンサーは、フォロワーの数で単純視した一般的なインフルエンサーではなく、

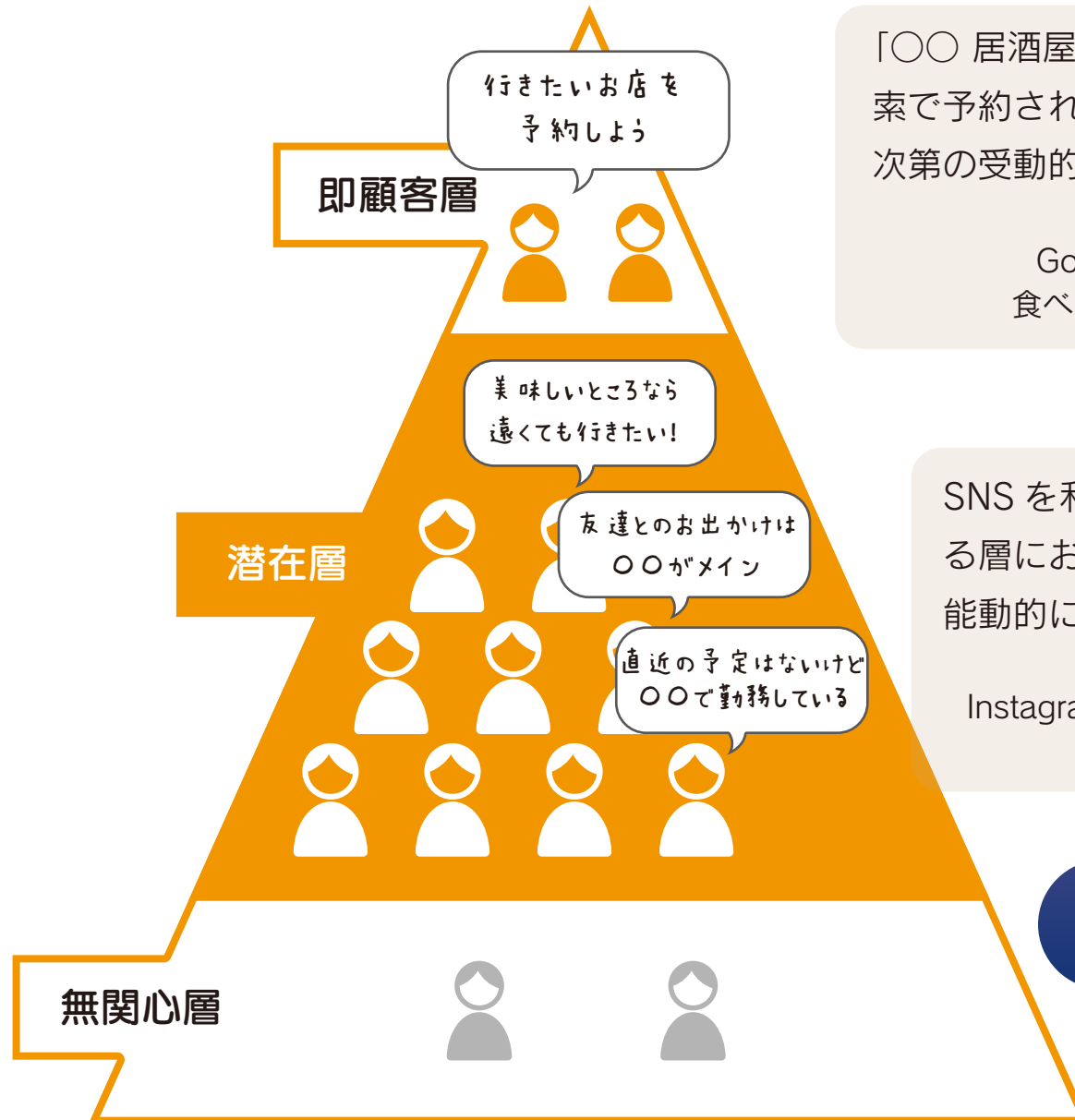
「いいね!」「コメントのやり取り」「食の専門性」等を重要視し、また、エリアセグメントも考慮いたします。

**フォロワーとコミュニケーションが取れることで、店舗、商品の訴求が高まります。**

＼ 貴社の業態・商品・店舗のエリアに合わせてアサイン ＼



# SNS は潜在層に影響が強い



「〇〇 居酒屋」等 店名や目的地検索で予約されるのを待つ、ユーザー次第の受動的な集客となる。

—  
Google Yahoo  
食べログ ぐるなび

SNS を利用し情報収集している層にお店側からユーザーへ能動的にアプローチできる。

—  
Instagram Facebook Twitter



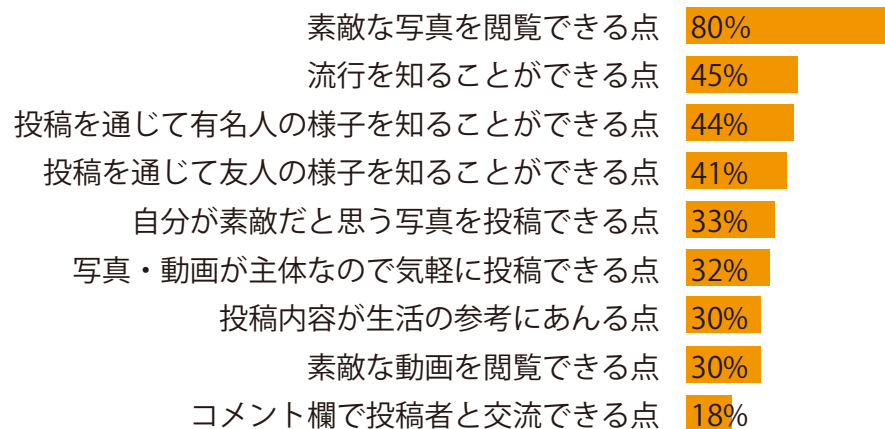
# インフルエンサーマーケティングと「食」は相性抜群

参考データ資料：トレンドーズ株式会社

## 中でも感情を動かすビジュアルがカギ！ “情報収集”にも活用される Instagram

はじめに、「Instagram の利用頻度（閲覧・投稿どちらも含む）」を調査すると、「ほぼ毎日」と回答した人が 56%と、約 6 割の人がデイリーに利用していることが分かりました。続いて、「Instagram の魅力」を聞いたところ、81%と圧倒的に多かったのは「素敵な写真を閲覧できる点」。また、「投稿を通じて、友人の様子を知ることができる点」（41%）、「自分が素敵だと思う写真を投稿できる点」（33%）などの SNS としての機能に加えて、「流行を知ることができる点」（45%）、「投稿内容が生活の参考になる点」（30%）といった、情報収集ツールとしての側面も挙がりました。

### Instagram の魅力は？

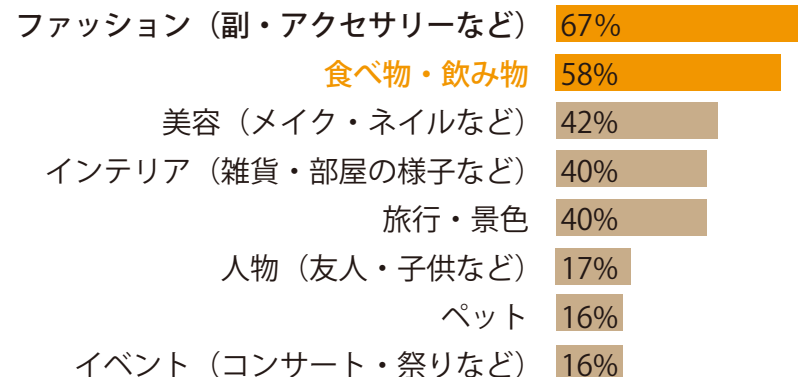


## 影響力が強い Instagram の 投稿ジャンル、上位 2 位は“衣”・“食”

次に、「Instagram に投稿されていた内容を“真似したい”と思ったことがありますか？」と質問すると、73%と 7 割以上の方が「ある」と回答しました。「“真似したい”と思ったことがある投稿のジャンル」として特に多かったのは「ファッション」（67%）と「食べ物／飲み物」（58%）。[グラフ 2] これらに続いて「美容」（42%）や「インテリア」（40%）、「旅行／景色」（40%）などが上位に並びました。

俗に“衣食住”と言いますが、その中でも“衣”・“食”に関する投稿に影響を受けている人が多いと言えます。

### “真似したい”と思った事がある Instagram の投稿ジャンルは？

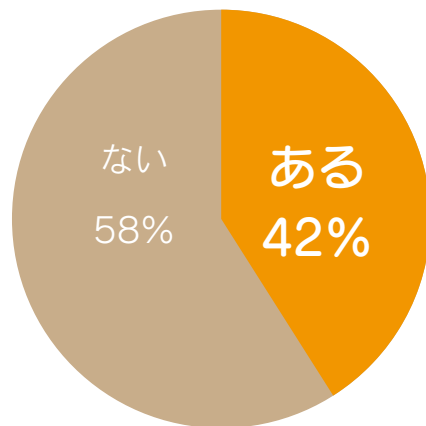


さらに、「衣」・「食」に関する投稿を見て思ったこと」を調査。その結果、「食」については「その食べ物／飲み物を“食べてみたい”と思った」(79%)、「衣」については「そのファッションアイテムを“欲しい”と思った」(73%)といった回答が多くなりました。若干の差ではあるものの、「食」の方が、投稿を見て実際に何かを試してみたいくなる傾向があることがうかがえます。

## 4 割が購入経験あり！ ユーザーのアクションを促す“食”の投稿

ここまでの調査から、特に影響力が強いことが分かった“食”の投稿。この分野について、「Instagram の投稿を見たことがきっかけで、実際にとったアクション」を聞くと、「投稿で見た食べ物／飲み物を、実際に買ったことがある」人は42%と4割超でした。

### Instagram の投稿で見た 食べ物・飲み物を 実際に買ったことがありますか？



また、「投稿で見た食べ物／飲み物を、店頭で探したことがある」人は40%、「投稿で見た食べ物／飲み物を、インターネットで検索したことがある」人は51%と過半数。合計すると、投稿で見た食べ物／飲み物について「買う・探す・検索する」のいずれかのアクションをとった経験がある人は57%と約6割にのぼりました。

さらに、食器やキッチン用品といった、投稿で見た食べ物／飲み物の関連商品を「実際に買ったことがある」(29%)、「インターネットで検索したことがある」(38%)という人も。Instagram で“食”の投稿を見ることで、その食べ物／飲み物だけでなく関連商品にも興味がわき、リアルでの行動につながっていることが読み取れます。

これらの結果を踏まえ、「“食”に関する投稿を見たことがきっかけで、具体的にどのようなアクションをとりましたか？」と自由回答で聞いたところ、次のような回答が集まりました。魅力的な投稿に影響を受けて話題の料理を実際に作ってみたり、作った料理を自分でも投稿したりしたという声が目立ちました。投稿が次の投稿を生んでいる様子が見え Instagram の影響の輪が広がっていると考えられます。

- 「Instagram で見て興味がわき、実際に“沼サン”を作ってみた。また、本も購入した」(38 歳)
- 「メイソンジャーを買って、投稿で見た“ジャーサラダ”を真似して作り、自分も投稿した」(30 歳)
- 「インスタグラマーが毎朝素敵なお弁当を作っていたので影響を受け、真似して作ってみた」(49 歳)
- 「朝食を素敵に撮っていたインスタグラマーの真似をして、朝食に装飾をプラスするようになった。また、自分でも投稿するようになった」(26 歳)

# 「写真のきれいさ」と「親近感」がポイント！ファン化する人も

それでは、ユーザーが真似したくなる Instagram の“食”の投稿には、どのような特徴があるのでしょうか。

「その食べ物／飲み物を“真似したい”と思う投稿のポイントは何だと思えますか？」と質問すると、特に多かったのは「写真のきれいさ（加工、レイアウトなど）」(85%)。同時に「投稿の内容に親近感を感じること」(67%)、「投稿者に親近感を感じること」(58%)にも回答が集まり、「投稿者のファンであること」(56%)も半数以上になりました。

## 真似したくなる“食”の投稿 そのポイントは「写真のきれいさ」と「親近感」 ファン化する人も

この結果から、真似したくなる“食”の投稿のポイントは「写真のきれいさ」と、投稿者や内容に対する「親近感」であると言えます。

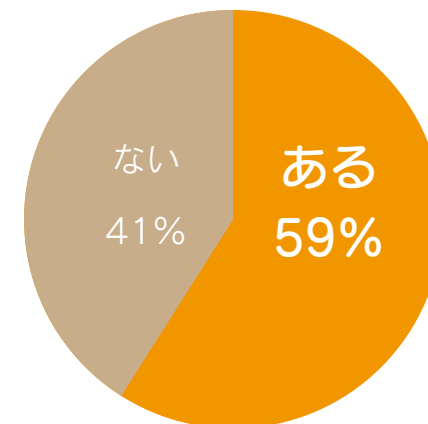
また、これらのポイントを押さえた魅力的な投稿をすることによって、一般人でもファンができる可能性があることもうかがえます。

さらに、「“食”に関する情報を得るためにフォローしている Instagram のアカウントがありますか？」と聞いたところ、「ある」という人は59%と約6割。

「フォローしているアカウント」としては、「知人ではないが、“食”に関する素敵な投稿をしているアカウント」(51%)が「“食”に関する素敵な投稿をしている、知人のアカウント」(31%)を上回りました。

“食”に関して魅力的な投稿をしているアカウントであれば、知人でなくともフォローし、参考にしていることが分かりました。Instagram は、“食”に関する情報収集に活用されていると考えられます。

## “食”に関する情報を得るために フォローしている Instagram のアカウントがありますか？



# FOODee IM の仕組み



グルメ・飲食特化型  
インフルエンサー



貴社の店舗・業態・商品・サービス・エリアに  
マッチしたインフルエンサーを推薦

貴社店舗・業態・商品・サービス



実際に  
食べに行く

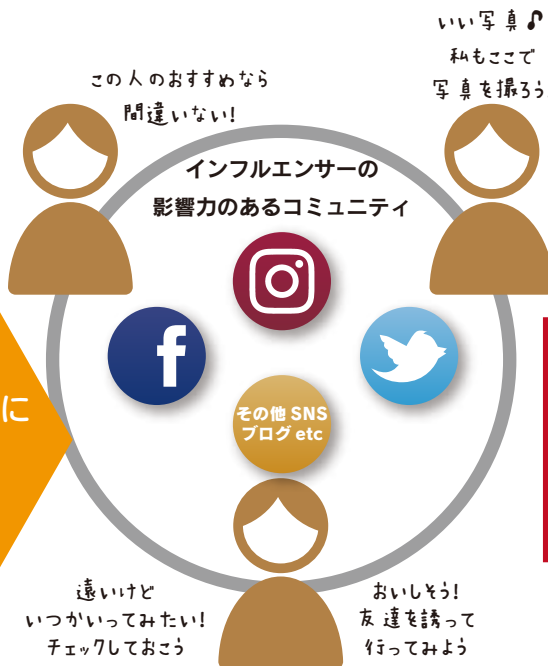


投稿



コミュニ  
ケーション

フォロワーに  
リーチ



拡散

店舗へ来店  
商品・サービスの認知 UP

フォロワーが拡散で  
更に来店の見込み



## 例えばこんなニーズにお応えします

メニューや店舗の  
認知度を上げたい!

□ コミで  
話題を広めたい!

インスタグラマーを  
活用した  
フォトコンテストの開催!

グルメ・フードに特化したフードメディア FOODee との連携も可能



## 例えば、フォトコンテストの場合

- Instagram で投稿されたコンテスト写真をリアルタイム全て FOODee に掲載
- 受賞者発表や受賞者に商品をお渡ししている写真や食べている写真なども掲載
- 受賞者や開催者のコメントを掲載

お店の PR ・ 更なる拡散に期待



# FOODee IM の費用について

## 来店型

インフルエンサーについて：弊社からインフルエンサーの応募者リストをお送りいたしますのでお選びいただきます。

	基本プラン
受付人数	10名～
募集掲載初期費用	55,000円
インフルエンサー費用	33,000円～/名(※1)

※1 インフルエンサー 1名あたりの単価はエリア・業態・PR商品によりお見積りをご提出させていただきます。

### ■ご注意事項

- ・費用の中にはお料理代金（お会計）、交通費、報酬が含まれております。（お料理を別途ご提供いただくことはございません。）
- ・1名あたりの料金は平均単価が1万円未満（税込・サービス料込）の場合に限ります。  
お会計額が1万円を超える場合は別途お見積りをご提出させていただきます。
- ・地域によっては対応が難しかったり、交通費が別途必要になる場合がございます。ご相談の上、別途お見積りをご提出させていただきます。

### ■募集条件変更について

募集開始後の条件変更による募集ページ再作成には、別途費用をいただいております。（33,000円）

条件変更とはPRのお料理やランチ・ディナーや来店曜日の来店条件の変更等をさします。

# FOODee IM の費用について

## 配送型

対象商品・食品を配送することで、インフルエンサーが自宅で食事・PRが可能です。  
購入費・配送費については、どのような型式をとるかで変わりますので、ご相談ください。

インフルエンサーについて：弊社からインフルエンサーの応募者リストをお送りいたしますのでお選びいただきます。

		基本プラン
受付人数		10名～
募集掲載初期費用		22,000円
インフルエンサー費用	調理が必要な場合(※1)	25,300円×10名～
	調理が不要な場合(※1)	22,000円×10名～
購入費(※2)		別途
配送費(※2)		別途

※1 「調理が費用な場合」とは、「他食材を購入して調理をする必要がある場合」としております。

※2 通販サイト等を使用した「購入費」や「発送費」は含まれておりません。インフルエンサーが自身で購入してPRの場合は別途お見積りをご提出させていただきます。

### ■募集条件変更について

募集開始後の条件変更による募集ページ再作成には、別途費用をいただいております。(33,000円)

条件変更とはPRのお料理やランチ・ディナーや来店曜日の来店条件の変更等をさします。



## 株式会社BNF (ビーエヌエフ)

設立年月日	2015年5月1日
所在地	〒107-0052 東京都港区赤坂 2-16-13 パークヒルズ赤坂 102
事業内容	飲食店の経営 グルメ・フードに特化したフードメディア FOODee スポーツに特化した広告代理事業、各種イベントのプロデュース 他

お問い合わせ・お見積り依頼

メール [info@bn-f.jp](mailto:info@bn-f.jp)  
フォーム <https://influencer.foodee.jp/register-c/>

