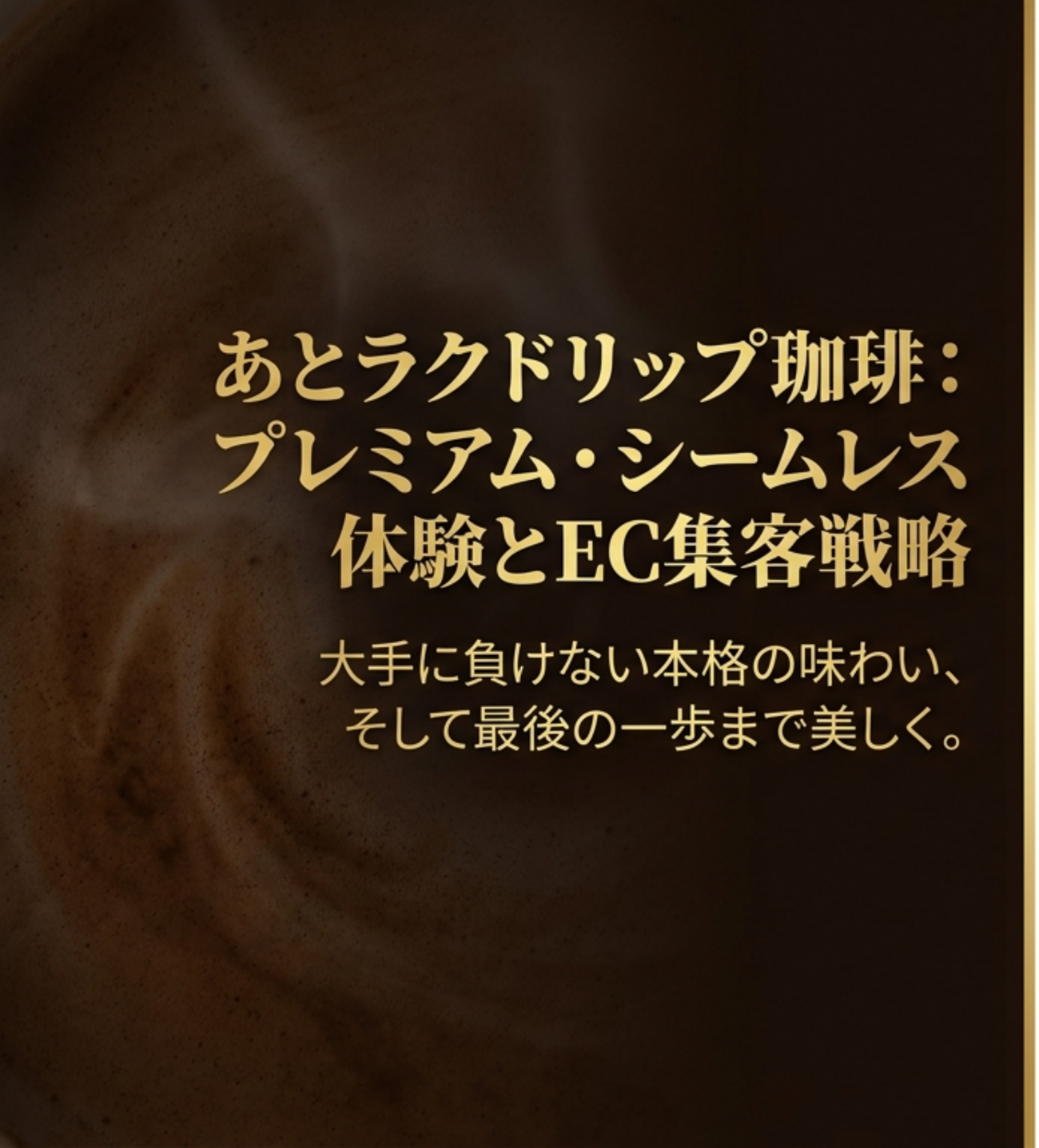


あとラクドリップ珈琲：プレミアム・シームレス体験とEC集客戦略

大手に負けない本格の味わい、
そして最後の一歩まで美しく。

月額10万円の低予算からスケールさせる、高効率デジタルプロモーション・ロードマップ

2024年 最新戦略提案

Gemini Notebook

老舗の妥協なき味

厳選豆と焙煎技術による圧倒的な香りと深み。
最高の安らぎの瞬間。



余韻が冷める「最後の一歩」

ボタボタと垂れるしずく。一時置き場の不在。
濡れたコーヒーかすを処理する小さな面倒が、
極上の味わいを台無しにする。



「最後の心理的ノイズ」が、ドリップバッグ特有の障壁を生んでいる。

Gemini Notebook

ターゲット：40〜50代のビジネスパーソン（男性）



味に妥協しない本物志向の人ほど、抽出から片付けまでの「一連の体験のノイズのなさ」を本質的に求めている。

Gemini Notebook

従来のパッケージ ＝「単なる包み紙」

あとラクのパッケージ ＝「スマートな捨て袋」





老舗の本格アロマを完璧に保護するアルミ個包装パッケージに画期的な設計変更を施し、
そのまま密閉可能な処理袋へと再定義。余計なゴミ袋やトレイは一切不要。

Gemini Notebook

ワイド開口

手元を汚すことなくスムーズに
一発で戻せる、幅広の開口設計。

折り返し式入口

バッグを入れる際、袋の口を汚さず
に開口部を清潔に広げられる形状。



自立構造

底マチ付きでデスク上にスッと美しく
自立。一時置きトレイとして機能。

シール付き

不快なニオイや漏れ出る水分を
徹底遮断し、スマートに廃棄完了。

Gemini Notebook

The 5-Step Seamless Flow



1. 淹れる

本格ドリップ。
プロのハンドドリップ抽出。

2. 楽しむ

極上の美味。
最高峰の深い味わい。

3. 水切り

ポタポタ防止。
スマートに一瞬水切り。

4. 入れる

袋に戻す。
自立パッケージの中へ
濡れたバッグを回収。

5. 捨てる

シールを密閉。
ニオイと水分を
完全に遮断。

「大手に負けない美味」から「心地よい完結」までがシームレスに循環する。

Gemini Notebook

体験の美しさ

「新次元の競争軸」

圧倒的な味を大前提に、
「淹れてから捨てるまで」を
美しく再設計。
心理的障壁を根本から排除。

1袋あたりの低価格化
・泥沼競争

プレミアムな価値提供

「味だけの競争」

どんなに美味しくても
「後片付けが面倒」という
心理的障壁を放置。

味・香りへの特化

Gemini Notebook

~~従来の訴求：「香り」→「おいしそう」→「リラックス」~~



- コーヒーを飲んだ後、どうしてますか？
- 使用済みバッグを見せる
- あとラクなら、袋に戻せます
- 実際に入れる
- 淹れる時間は本格的。あと片付けはラクに。

あえて「味」から入らない。50代男性の隠れた“あるある（不満）”を視覚的に突き、商品を知らない層の注意を瞬時に奪う逆転のコミュニケーション。

Gemini Notebook

6分の企画説明動画（横展開可能な原資）」

6秒動画（認知）

「使用済みバッグ、
どうしてる？」
→ SNS広告へ

15秒動画（興味）

パッケージに戻す仕組み
（視覚的デモ）
→ SNS広告へ

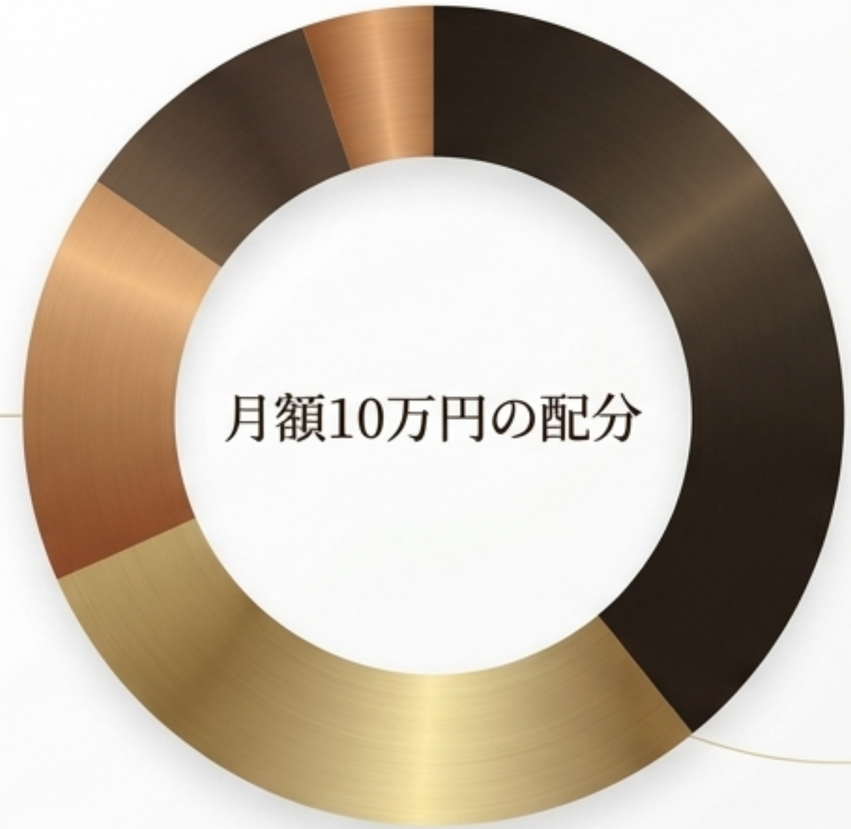
30秒動画（理解）

「淹れる→飲む→入れる
→捨てる」の全プロセス
→ 検索・リタゲへ

6分フル版（深掘）

開発背景と
老舗のこだわり
→ EC・商品ページへ

Gemini Notebook



- 40% (40,000円):
  検索広告
  (購入意欲の高いユーザー獲得)
- 30% (30,000円):
  SNS広告
  (認知・興味喚起)
- 15% (15,000円):
  リターゲティング
  (EC再訪・購入促進)
- 10% (10,000円):
  PR・記事
  (第三者による信頼形成)
- 5% (5,000円):
  マイクロインフルエンサー
  (使用感・口コミ)

目標イメージ

月間リーチ: 15,000〜25,000人
平均接触回数: 2〜3回

SNS CTR: 0.8〜1.2%
検索 CTR: 3〜5%

EC流入: 1,000〜1,500セッション
EC購入率(CVR): 2〜3%
購入: 20〜45件

Gemini Notebook

リーセンシー設計：AISASシナリオ

Day 0 [認知：Attention]

SNS広告。「コーヒーを飲んだ後、どうしてますか？」と問いかけ、認知を獲得。

Day 1-3 [検索/関心：Search/Interest]

検索連動（キーワード：「ドリップバッグ 片付け 簡単」等）。
「パッケージが、そのまま処理袋に、に。」という具体機能の提示。

Day 3-7 [行動：Action]

リターゲティング広告。「淹れる時間は本格的。あと片付けはラクに。」と背中を押す。

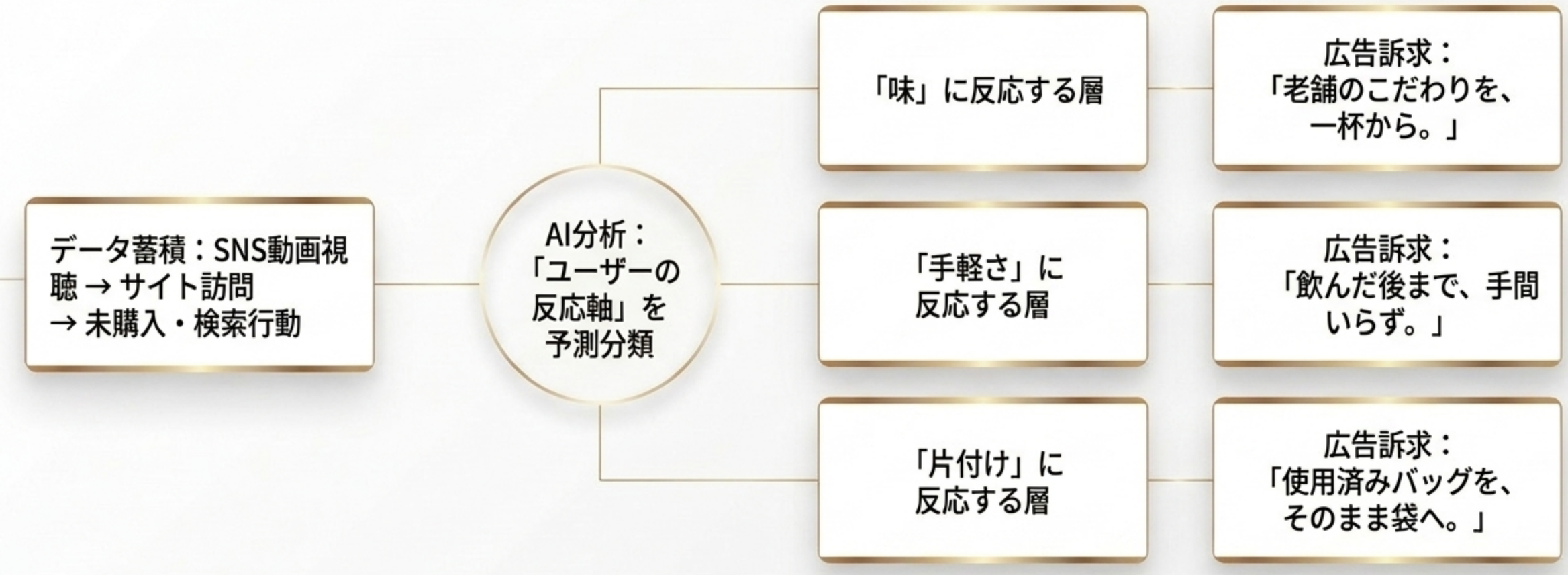
Day 7+ [共有：Share]

EC購入後のSNS投稿促進。「あなたの“あとラク”なコーヒー時間」をテーマに生活シーンの共有を促す。

接触するたびに情報が一段深まるシナリオ設計。

Gemini Notebook

AI予測型パーソナライゼーション



単純な属性ターゲティングから脱却する、AIによる「隠し味」の訴求最適化。

Gemini Notebook

「おいしい」ではなく、
「飲み終わった後までいい。」

買う → 淹れる → 楽しむ →
水を切る → パッケージに戻す
→ 捨てる。全てのプロセスが
デザインされた完璧な体験。



私たちは「コーヒー」を
売るのではない。
「飲み終わった後まで
気持ちいい体験」を売る。

ターゲットの痛みに寄り添うプロダクト設計と、認知から購入までをシームレスに繋ぐ低予算・高効率AISAS戦略により、独自の市場ポジションを確立します。

Gemini Notebook