

2025年秋季 楠木珈琲店 マーケティング戦略チーム プロジェクト



『秋薫る焙煎ブレンド』販売促進戦略

– 若年層の認知拡大・Instagram経由の来店促進 –



2025年12月13日
02_内山 志保



戦略の方向性



強み

- ・こだわりの自家焙煎コーヒー
- ・広々としたくつろぎ空間
- ・モーニングサービスが好評

弱み

- ・既存顧客の高齢化
- ・回転率が悪い
- ・デジタル会員登録率が低い

SO戦略【攻勢】

質と空間をInstagramで訴求し
若年層の新規来客を促進する

WO戦略【改善】

Instagram限定クーポンを配布し
若年層の来店ハードルを下げる

ST戦略【差別化】

価格競争には乗らず
店舗での体験価値で差別化する

WT戦略【回避】

安さではなく質を求める層に
ターゲットを絞り込む

脅威

- ・コンビニコーヒー市場の拡大
- ・競合の値下げ戦略
- ・カフェ市場の競争激化

Instagram（デジタル）× 実店舗（アナログ）のハイブリッド戦略



目標設計①

全社目標 (前年比170%)
1.6億円 - 33万杯相当

上乗せ目標 (70%)

6,500万円

||

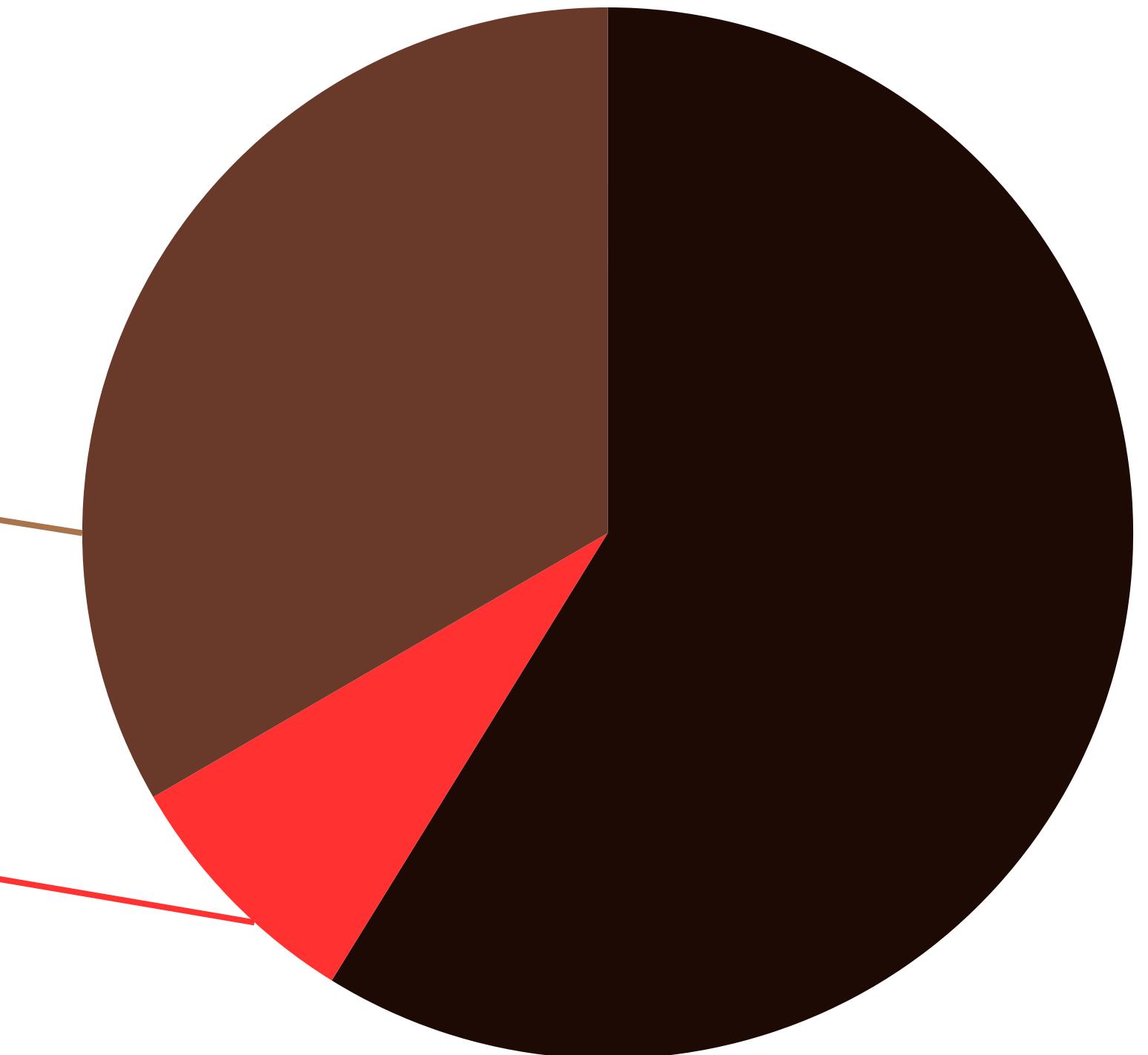
実店舗施策

5,250万円

+

Instagram施策

1,250万円

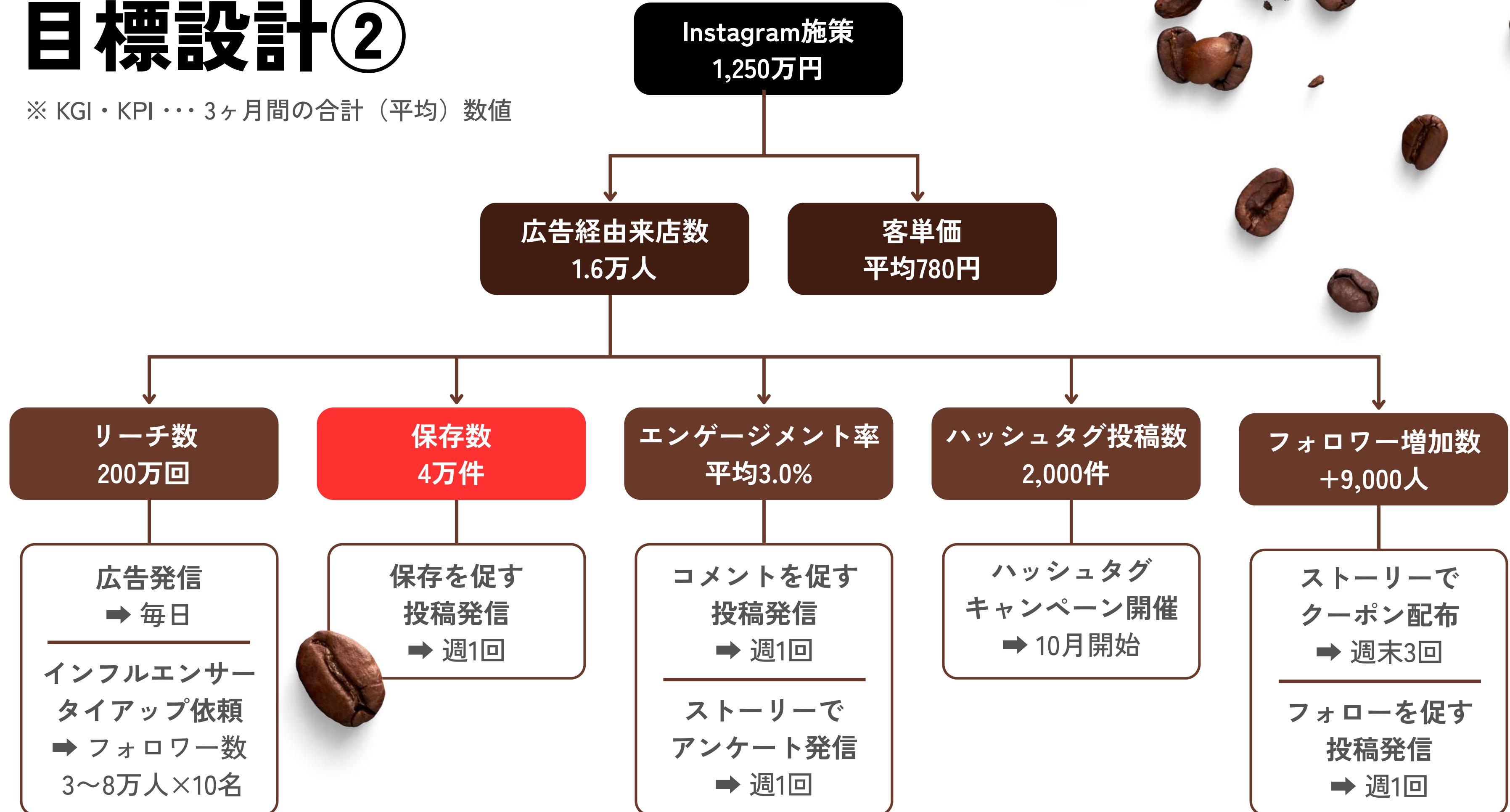


前年ベース (100%)
9,500万円



目標設計②

※ KGI・KPI … 3ヶ月間の合計（平均）数値



投稿サンプル案



フィード投稿（興味関心）



栗の香りを楽しむ！
限定ブレンドのペアリング
3選

保存版

キャプション

季節の変わり目、
皆様いかがお過ごでしょうか？

自家焙煎の豊かな香りと
栗の風味が特徴の
『秋薫る焙煎ブレンド』。
最高の体験にさせていただくための、
当店おすすめペアリング3選を
ご紹介します。

ぜひ、忘れずに保存して、
お近くの楠木珈琲店で
お試しくださいね。
ストーリーにて
限定クーポンも配信中！

#楠木珈琲店 #秋薫る焙煎ブレンド

ストーリー投稿（来店促進）



Special COUPON

新商品
『秋薫る焙煎ブレンド』

¥50
OFF

レジにてこの画面を
ご提示ください
有効期限：2025/11/30まで

実行スケジュール



9～11月

- ・ストーリー毎日投稿
- ・フィード週3投稿
- ・モーニングアップグレードサービス
- ・試飲サービス
- ・チラシ配布

9月

リーチ拡大



- ・広告集中投下
- ・インフルエンサー一斉投稿

10月

UGC拡散

- ・ハッシュタグ
- キャンペーン開催

11月

駆け込み強化

- ・リターゲティング
- 広告投下

参考文献

[1]

Adobe Learn - を学ぶ Adobe Express Instagramでエンゲージメントを高めるための9つのヒント

<https://www.adobe.com/jp/learn/express/web/increase-instagram-engagement-rate?learnIn=1&locale=ja>

[2]

[Z世代に着目] 空前のカフェブームをどう考える? | コラム | マーケティング | 朝日広告社 | 福岡県北九州市に本社 | 資料DLも

https://www.asako.co.jp/cafe_boom/

KPIツリー 補足資料

[客単価780円のロジック]

投稿でケーキセットを全面に押し出すことにより、40%のユーザーがケーキセットを頼むと仮定

→ 単品490円×60% + ケーキセット1,200円×40% = 774円

[リーチ数200万回のロジック]

一般的な広告接触後の来店率0.5%~1.0%の中央値より、既存のファンとの関係性が良いことを鑑み、やや高めの0.8%を設定

→ 広告経由来店数1.6万人 ÷ 0.8% = 200万人