



**wraps**

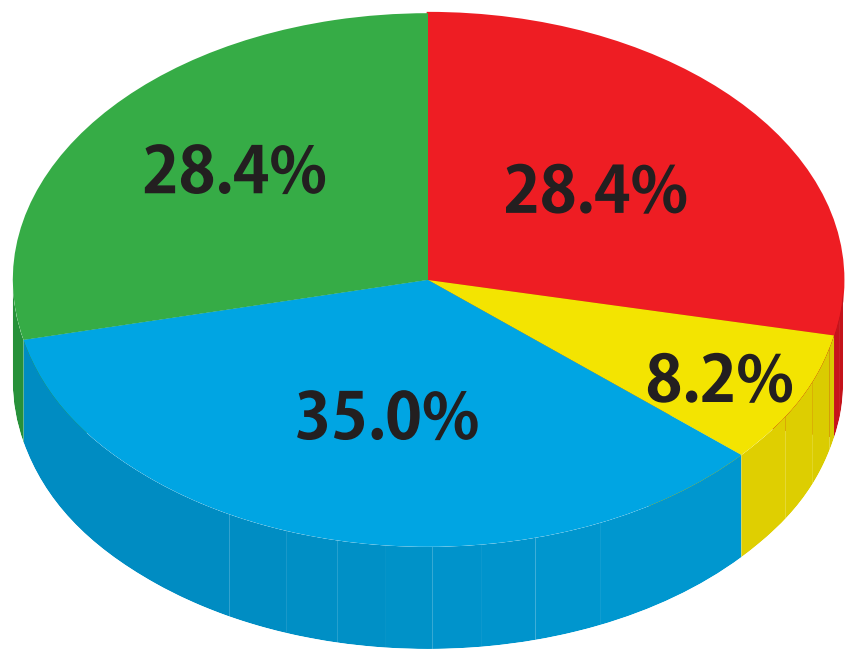


**Jabali yi Ciervo**

ジビエトルティーヤのお店

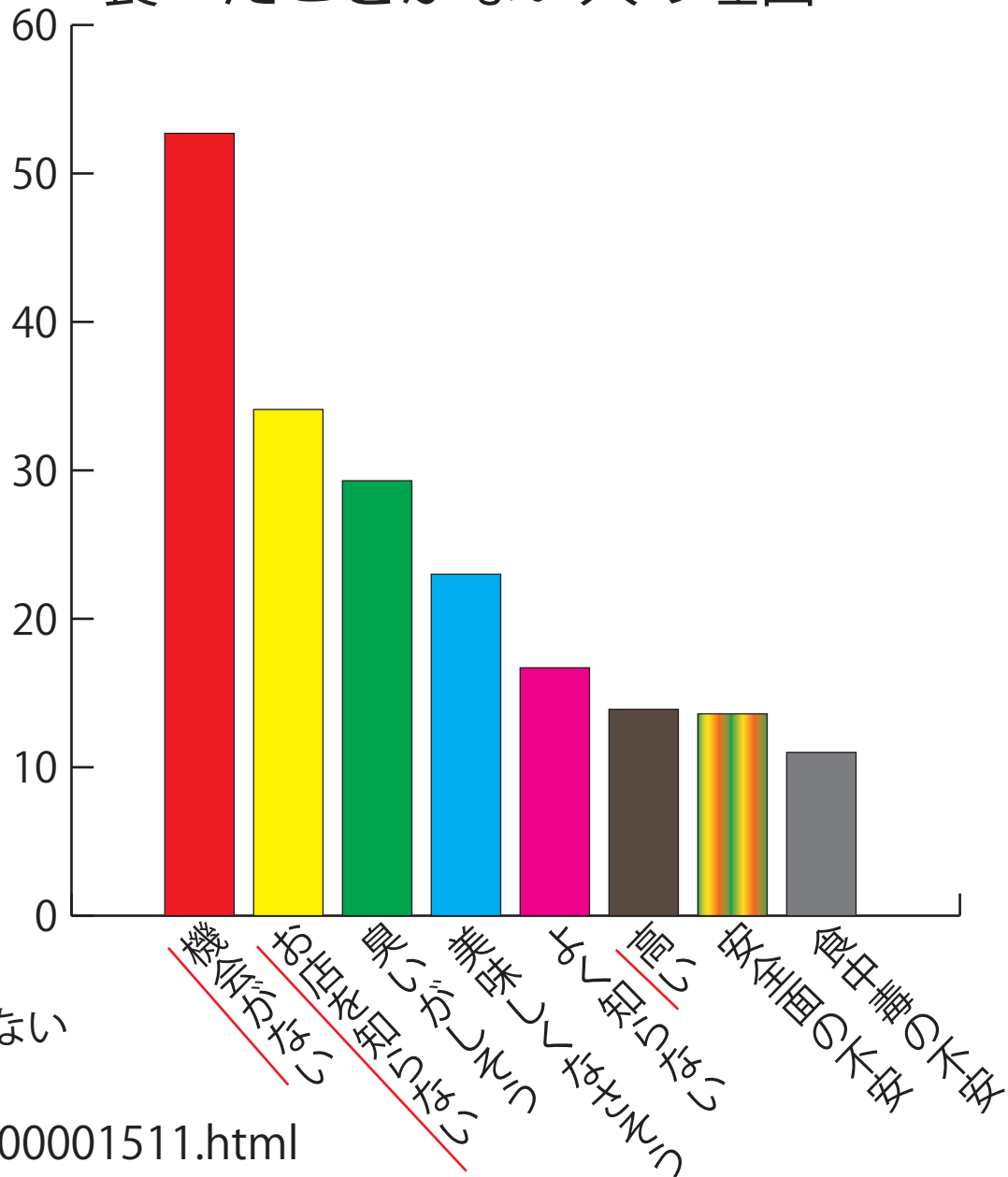
# 市場調査

## ジビエを食べたことがある人の割合



- 食べたことがあり、今後も食べたい
- 食べたことはあるが、今後は食べたくない
- 食べたことは無いが、今後食べてみたい
- 食べたことがなく、今後も食べたいとは思わない

## 食べたことがない人の理由



# SWOT 分析

## 強み

- 気軽に食べられる価格設定とメニュー
- 高タンパク、低脂肪な食材としての魅力

## 弱み

- 臭い・硬い・まずいというイメージ
- 高いというイメージ

## 機会

- 農林水産省も推進している
- 獣害が問題となっている
- 生態系の維持や里山の保全といったSDG'sの観点から注目を集めている

## 脅威

- 供給の不安定さ
- 夏場に提供できるものが少ない  
(魅力的な商材が少ない)

# ポジショニングマップ

敷居 低

**wraps**  
**Jabali yi Ciervo**

焼肉・鍋  
一人五千円からのコース

百獣屋  
**然喰**

炙ジビエ  
**御吉兆**

焼肉  
一人三千円からのコース

高

価格  
低

**奈かお**

予約必須  
一席二万六千円から  
場所が田舎

**マタギ**

大衆居酒屋  
郊外

**柳屋**

一見様お断り  
予約必須  
一席四万円から  
場所が田舎

高

# ペルソナシート



名 前	串田真之
年 齢	45 歳
性 別	男
家族構成	妻 美幸 42 歳 子無
仕 事	製造業
年 収	500 万円
居 住 地	名古屋市北区 持ち家
移 動 車	バイク
趣 味	<u>古着 アウトドア</u>
雑 誌	<u>2nd lightning Boon</u>
S N S	Instagram (見る専)

高校卒業後現在の会社に就職。子どもがいないため生活にも時間にも余裕があり、週末は友人と古着屋巡りをしたり、キャンプに行ったり。

キャンプで知り合った方にイノシシ肉を食べさせてもらい、その魅力に気付くも、手軽に食べられない事にやるせない気持ちを持っている。もともと環境問題には関心があり、昨今の SDG's の盛り上がりもあり、食べる事から派生して里山環境保全に関心を持ち始める。

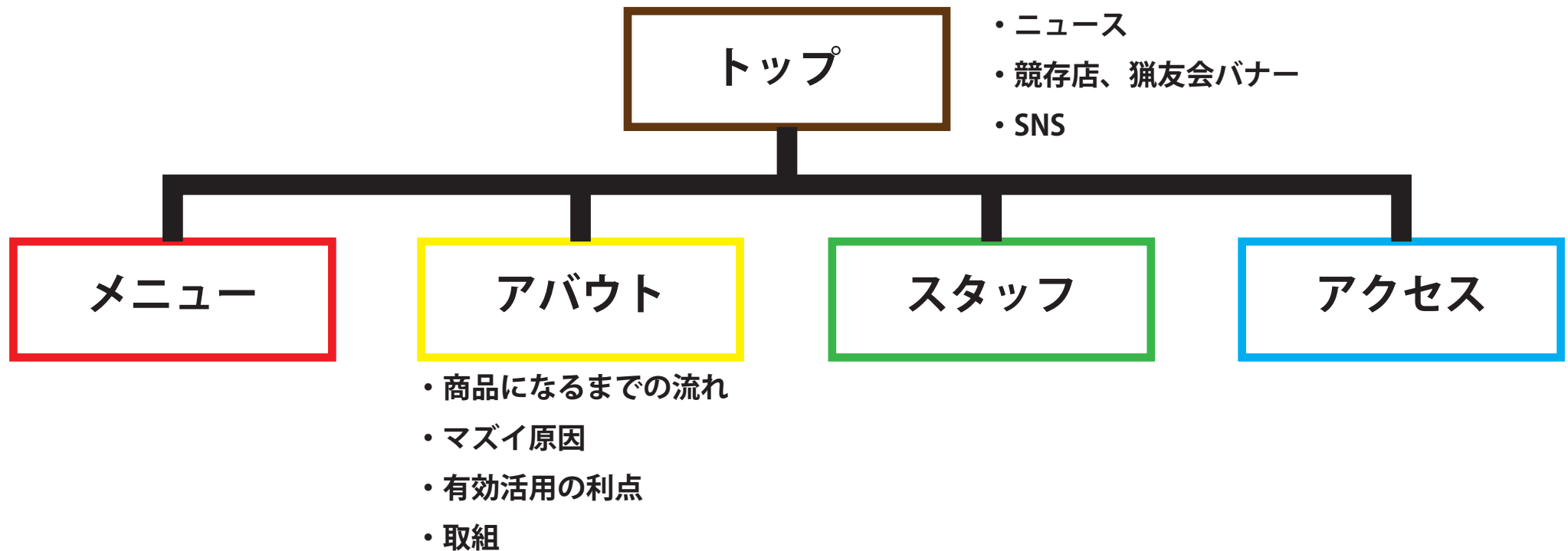
# 要件定義・サイトストラクチャー

## ジビエ肉を身近に手軽に

《誰に》 30～50代男性を中心に、地産地消やSDG's・環境問題に関心のある人、またすでにジビエに興味がありまだ食べたことがない人

《何を》 価格の安さの理由となぜ環境に優しいのか

《どうしてもらおうのか》 クーポンダウンロード+来店促進



# ペイドメディア

## ネイティブ広告

市場調査より、食べてみたいと考えているユーザー層が 35%、そのうちの大半が機会が無かったり何処で食べられるか分からない為、潜在層にアピールできできる、記事広告を選択。

安さの秘密  
安定供給の仕組み  
臭くないのはなぜ

ジビエ肉の活用は里山  
地域の環境保全につな  
がる

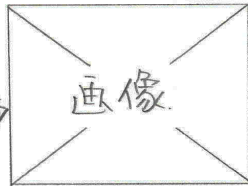
おいしいだけでなく  
ヘルシーなんです

# ラフ

## 記事広告

<h1> Catch Copy </h1>

商品画像



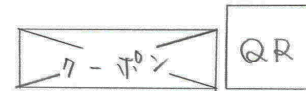
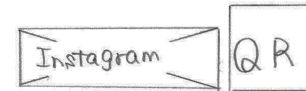
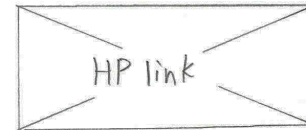
見出し1 <ジビエラップ紹介>

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

一番内容量  
多く

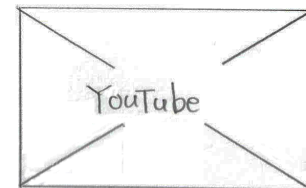
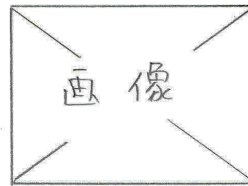


見出し2 <SDG&R>

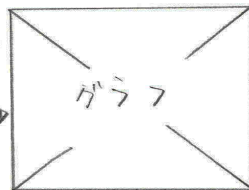
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



栄養



見出し3 <栄養>

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



# KGI・KPI

