



21章 企業向けレシピ開発の極意

お菓子作りを仕事にする
スイーツビジネススクール



Marimo Cafe

この動画で学べること

企業向けレシピ開発の極意

- 01 企業向けレシピ開発とは
- 02 仕事の流れ
- 03 企業に選ばれるためには
- 04 仕事を得るために必要な準備
- 05 成功のためのテクニック

21-1 企業向けレシピ開発とは

企業向けレシピ開発とは

商品 を 売る ための レシピ を 考える こと

つまり... ≡

広告のためのレシピ



企業向けレシピ開発とは



実績の一部 サントリー「なっちゃん！」のおやつレシピ



- 👑 公式SNSで流れる動画用のレシピ開発
- 👑 動画出演



企業向けレシピ開発とは



JA全農とちぎ「春の栃木のとちおとめ × BRUNOコラボレーションキャンペーン」



パンについて

人気お菓子研究家marimoの
春の栃木のとちおとめスイーツ

BRUNOアン
春の栃木のとちお



とちおとめを使った



スイーツレシピ投稿CPのお手本作成



イベントレッスン開催

企業向けレシピ開発とは

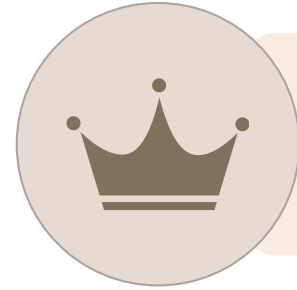


サントリー「ボス ラテベース 紅茶ラテ」のドリンクレシピ

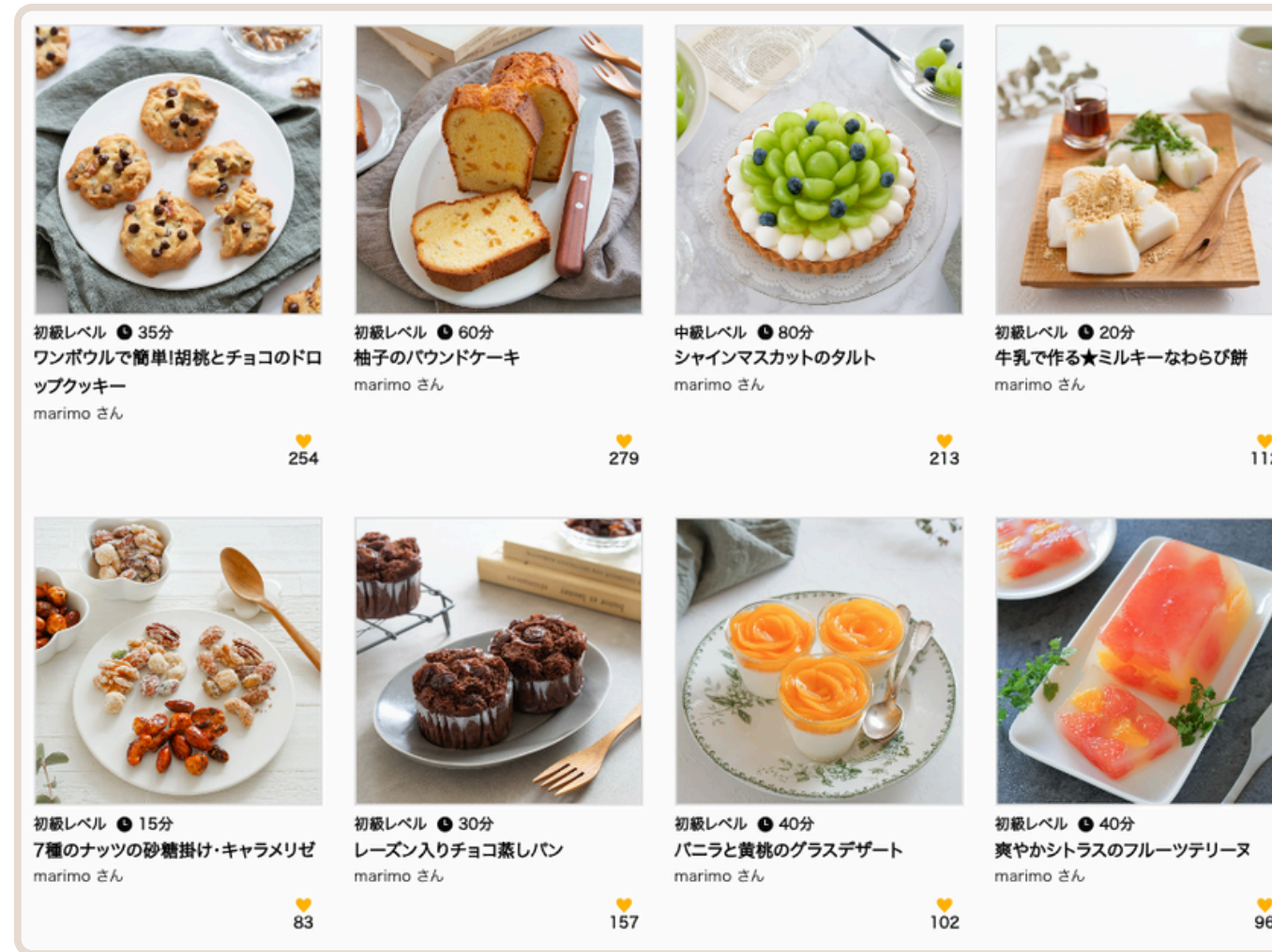
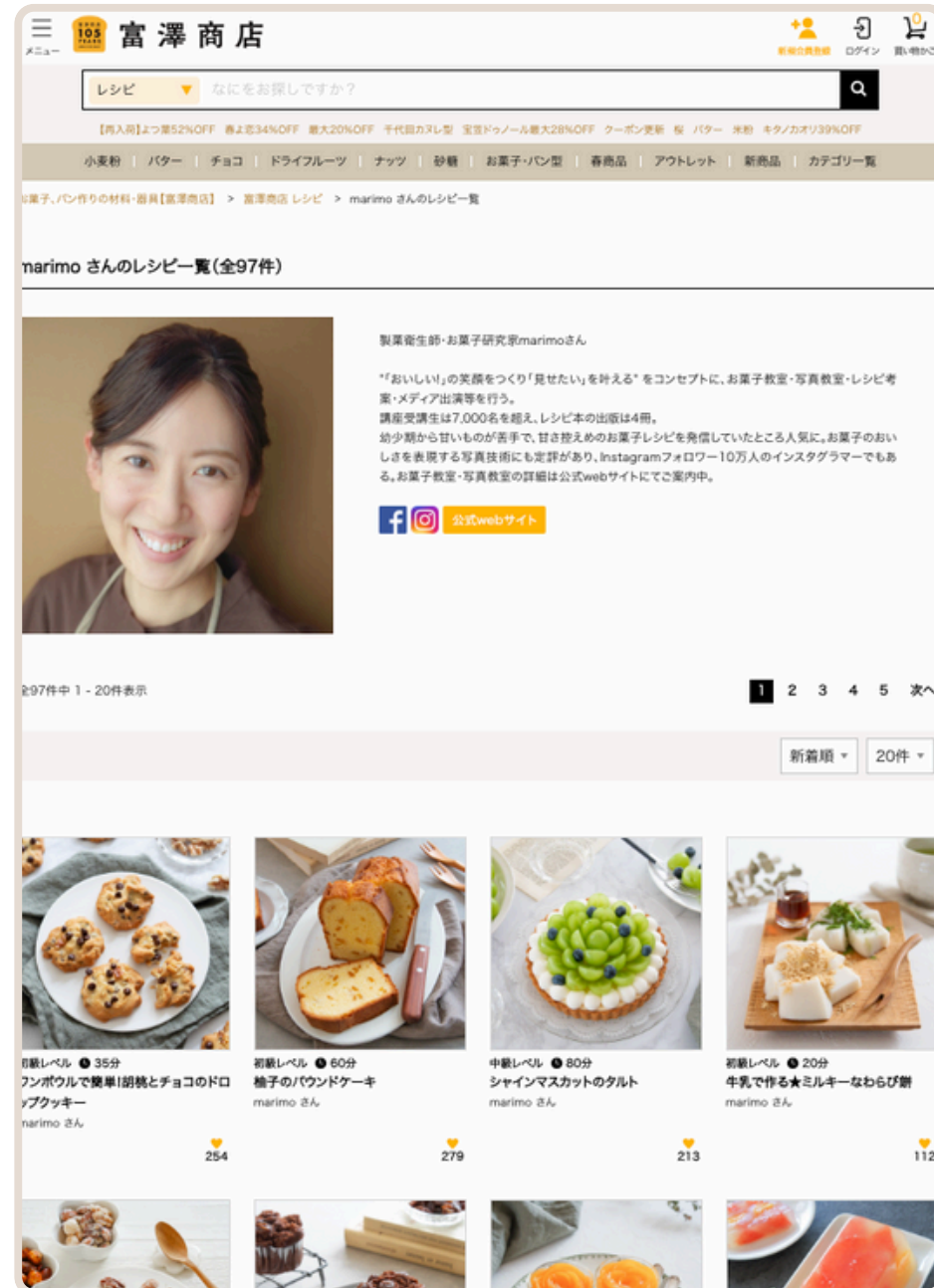


原宿の期間限定カフェで提供するメニューの考案

企業向けレシピ開発とは



富澤商店WEBページ掲載用レシピ



富澤商店の商品を使ったレシピの考案

企業向けレシピ開発とは



事例 「カリフォルニア・レーズン」を使ったお菓子レシピ考案

- クライアント：カリフォルニア・レーズン協会
- 商品：カリフォルニアレーズン
- 広告代理店：アイランド



• 仕事内容

カリフォルニアレーズンを使ったレシピ開発 1点
リール用動画作成&完成料理画像（静止画）撮影
Instagram リール投稿&フィード投稿

• 開発レシピの方向性

カリフォルニアレーズンを使用したおやつ（スイーツ）

企業向けレシピ開発とは



marimoが考えたレシピ

ラムレーズンチーズケーキ

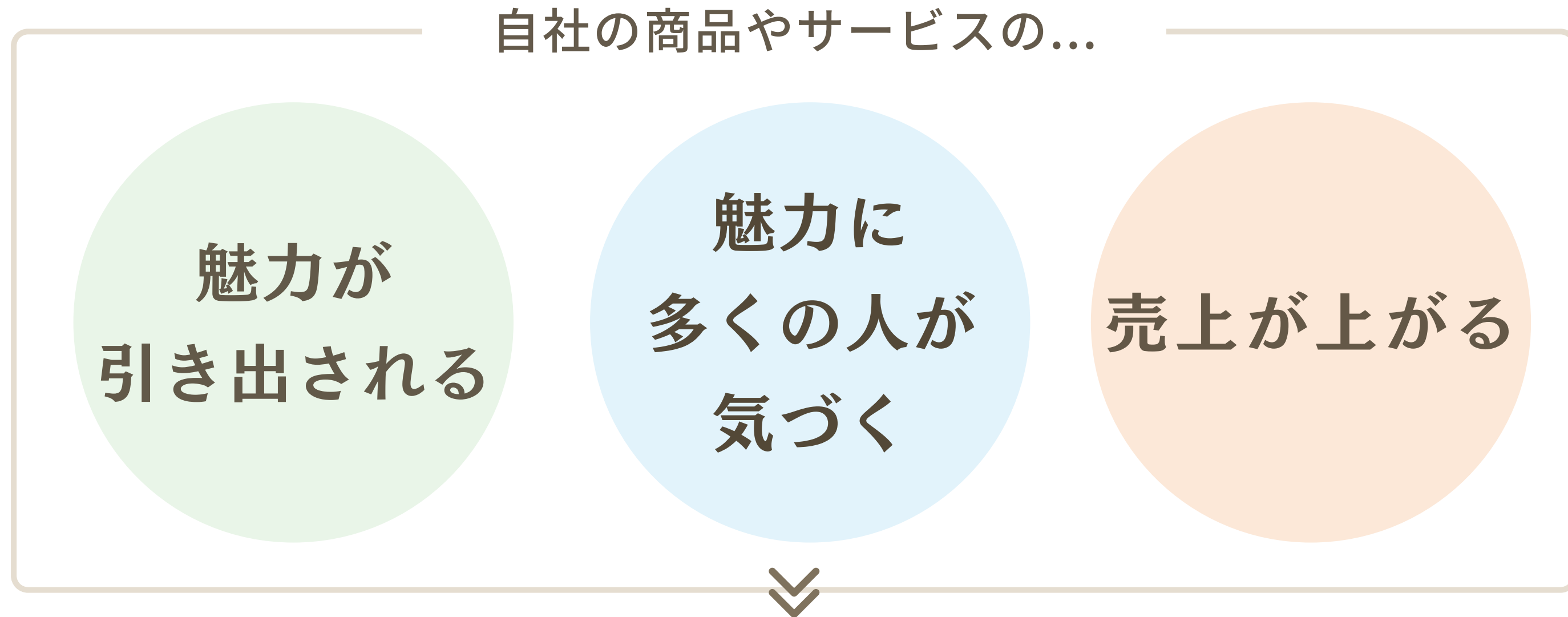


レシピ考案のポイント

- ① レーズン自体が柔らかい食材なので柔らかいケーキ系で考案
- ② 一般の人でも“私にもできそう！”と思え、簡単に作れるもの
- ③ 定番の人気ケーキにレーズンをプラスすることで「新しい味に出会える」提案
- ④ カット断面にレーズンが見えてフォトジェニック
- ⑤ ラム酒をお湯に変えれば子ども向けアレンジもできるレシピ

企業向けレシピ開発とは

レシピ開発時に心掛けること



これらを叶えるレシピを作れる・発信できる人に依頼したい

企業向けレシピ開発とは

レシピ開発時に心掛けること

商品やサービスの...

- ✔ 魅力を引き出す
- ✔ 作ってみたい！と思わせる見た目
- ✔ クオリティの高い写真・動画
- ✔ ほどよく広告感のあるSNS発信



これらを叶えると、リピート発注してもらえる

21-2 仕事の流れ

仕事の流れ

1 依頼が来る

ホームページ・メール
SNSのDM宛に依頼が来る

大企業



広告代理店
から

中小企業



その企業の
担当者から

確認すべきこと

- ① 商品
- ② レシピの方向性
- ③ 納品物・サイズ（縦横比）
- ④ スケジュール（納品日・投稿日時など）
- ⑤ 投稿のルール（タグ付け・#・キャプションなど）
- ⑥ 競合排除の有無
- ⑦ 報酬（食材費の有無）
- ⑧ 支払いのタイミング

2 メニュー案作成

商品サンプルを受け取る




- ④ レシピに使う商品を送ってもらふことが多い
- ④ 時々、自分で購入するパターンもあり

メニュー案を提出

- ④ 1レシピあたり、2～3案を用意することが多い
- ④ この時点で試作をするかは、人による
- ④ 写真を提出するかは、場合による
- ④ お菓子作りに不慣れな担当者が選びやすいよう工夫して伝える

仕事の流れ

📄 ~メニュー案提出資料の例~

メニュー名	完成イメージ	お菓子の説明	主な材料	作り方の概要	おすすめポイント
オレンジの パウンド ケーキ		しっとりした生地に オレンジピールの 食感がアクセント	バター、小麦粉 砂糖 卵 オレンジピール	バター、砂糖 卵、小麦粉の順に混ぜ オレンジを加える	パウンド型を使う 王道イメージの ケーキが作れる 混ぜるだけで失敗が少ない
いちごの ムース		生のいちごを使った フレッシュな美味しさの ふんわりムース	いちご、砂糖 生クリーム ゼラチン	いちご、砂糖を フードプロセッサーで攪拌し 溶かしたゼラチンと 泡だてた生クリームを加える	火やオーブンを使わずに 作業できるので 暑い日に良い 簡単に作れる
くるみの ブラウニー		ずっしりした チョコレート生地 に くるみをのせて焼いた ケーキ	バター、卵 チョコレート くるみ	バターとチョコを溶かし 卵を加えて混ぜる くるみを散らして焼く	泡立てる作業がないので 子どもでも楽に作れる 他のナッツでアレンジ可能

3 制作

メニュー案決定

- ④ 担当者から連絡が来る
- ④ 追加の材料が届く場合もある

制作

- ④ スケジュールに間に合うように試作
- ④ 締め切りの2日前には終わらせるイメージを持っておく
- ④ 想定外のことが起きたら担当者に連絡

4 納品

メールにて必要物を納品

レシピ原稿



先方指定の
フォーマット
(Wordなど)

SNS
キャプション
原稿



同左

写真
動画データ



ギガファイル便
などを使って
送付

修正

- ① 基本的にレシピの修正はない
- ① 写真・動画も撮り直しはない
- ① よっぽどの事があれば、やり直すかも？

5 公開

先方の ホームページ・SNS 広告媒体で公開となる

- ① 基本的には、公開の旨担当者より連絡がある
- ② 稀に連絡がないことも...

SNS投稿

- ① 予定通りの日時に投稿する
- ② 依頼以上の投稿をすると好印象
 - ▶ 依頼はInstagramだけ→ブログも書く
 - ▶ 2回投稿したり
- ③ 投稿した旨、URLを担当者にメールする
- ④ インサイト開示
(保存数 / インプレッション数 / リーチ数etc)

6 支払い

請求書の送付

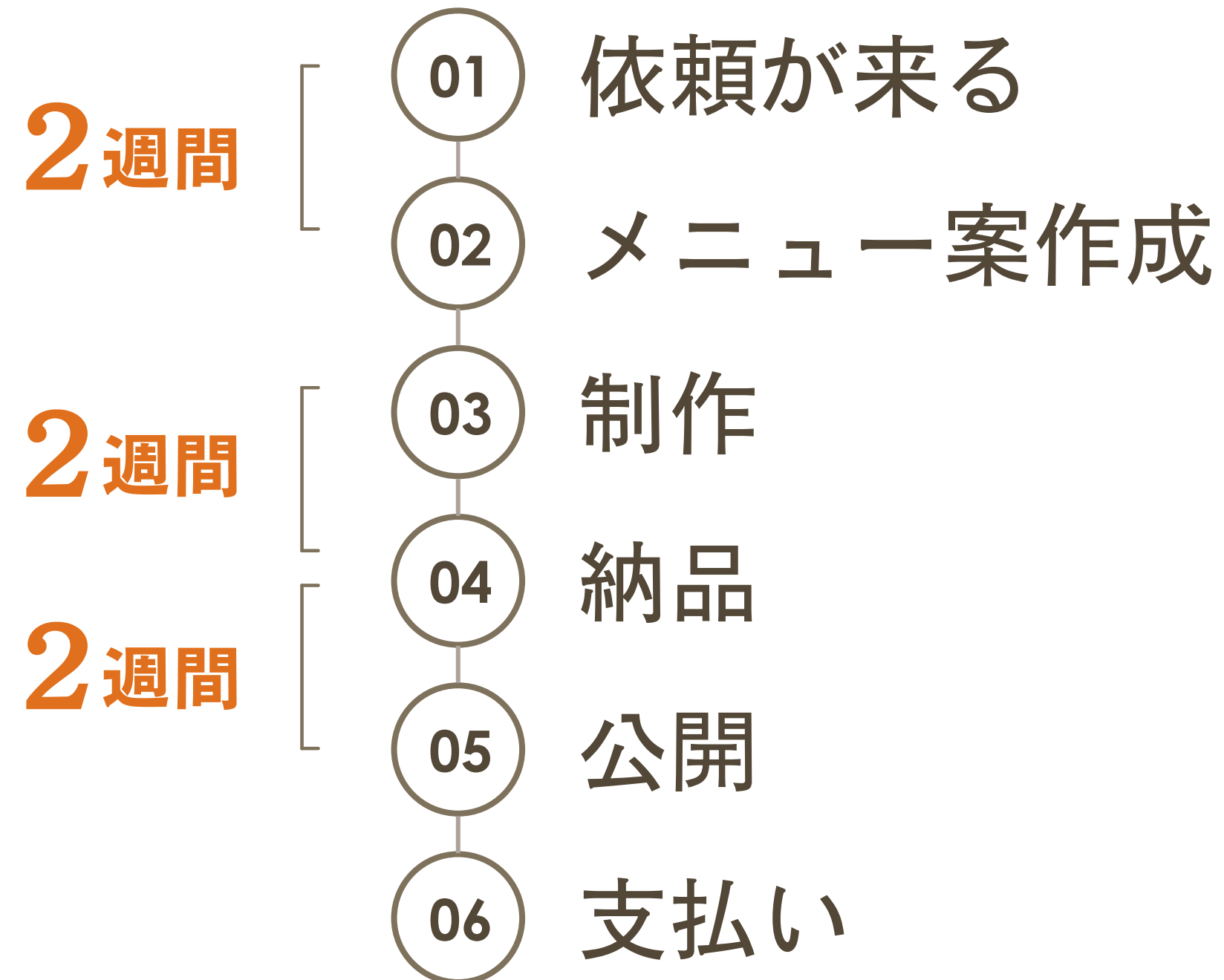
- ④ 先方のフォーマット or 自作
- ④ メール送付が主流

支払い

- ④ 企画終了後の支払いになることが多い
- ④ 2～3ヶ月後のこともある

仕事の流れ

💡 一般的なスケジュール感



レシピ開発のあれこれ

エントリー式について

- ④ SNSで目立つ存在でない場合は依頼がくることがないため自らエントリーする必要がある
- ④ 広告代理店のキャスティングサービスに登録すると、広告企画に対しエントリーできる仕組みもある

例) トレンダーズ
Life-Influencers Network

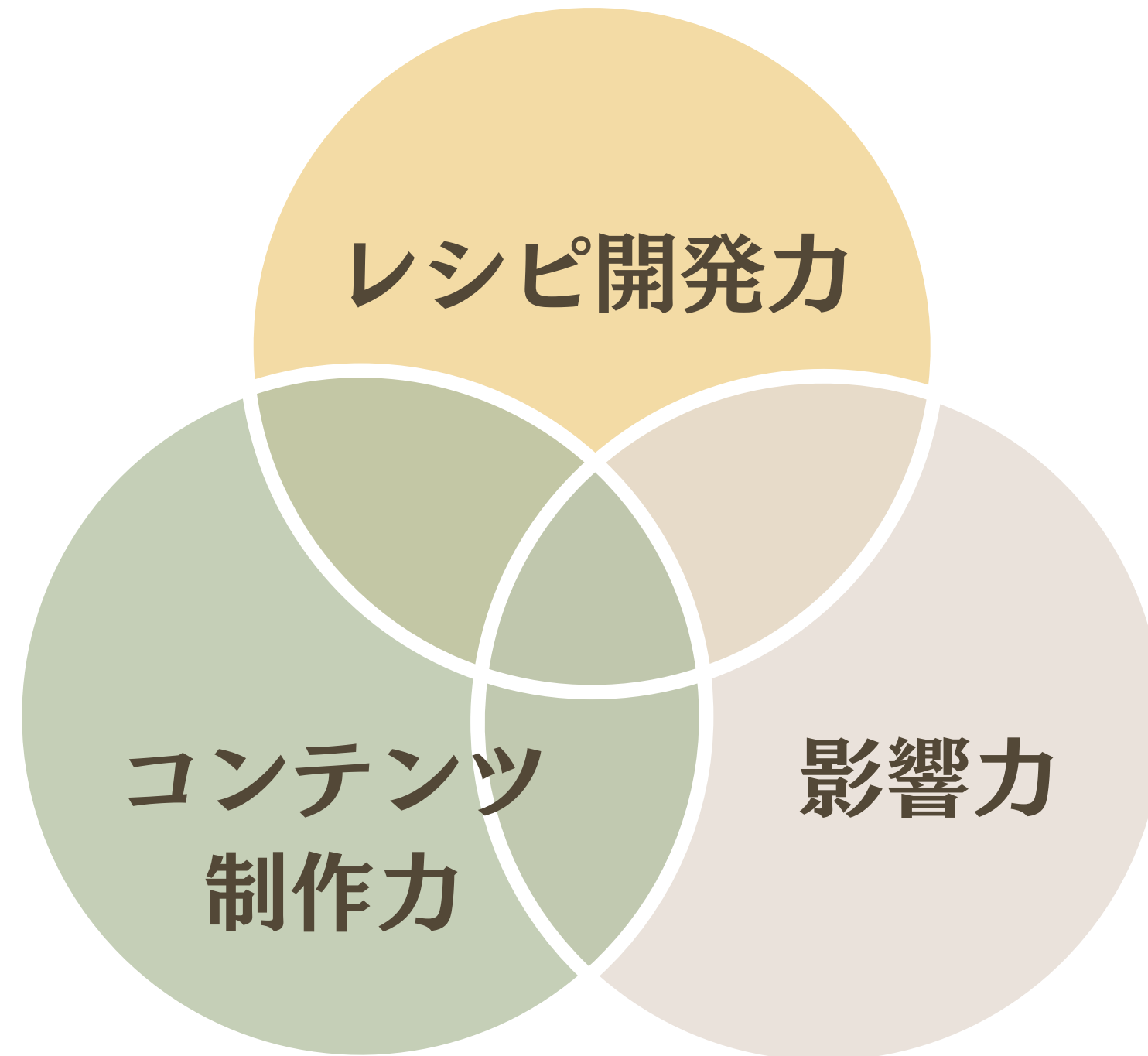
商品モニターについて

- ④ しっかりしたレシピ開発の手前に「商品モニター」がある
- ④ 商品をもらい、使った様子をSNSに投稿する仕事
- ④ 報酬は0円～数千円のことが多い

例) cottaアンバサダー

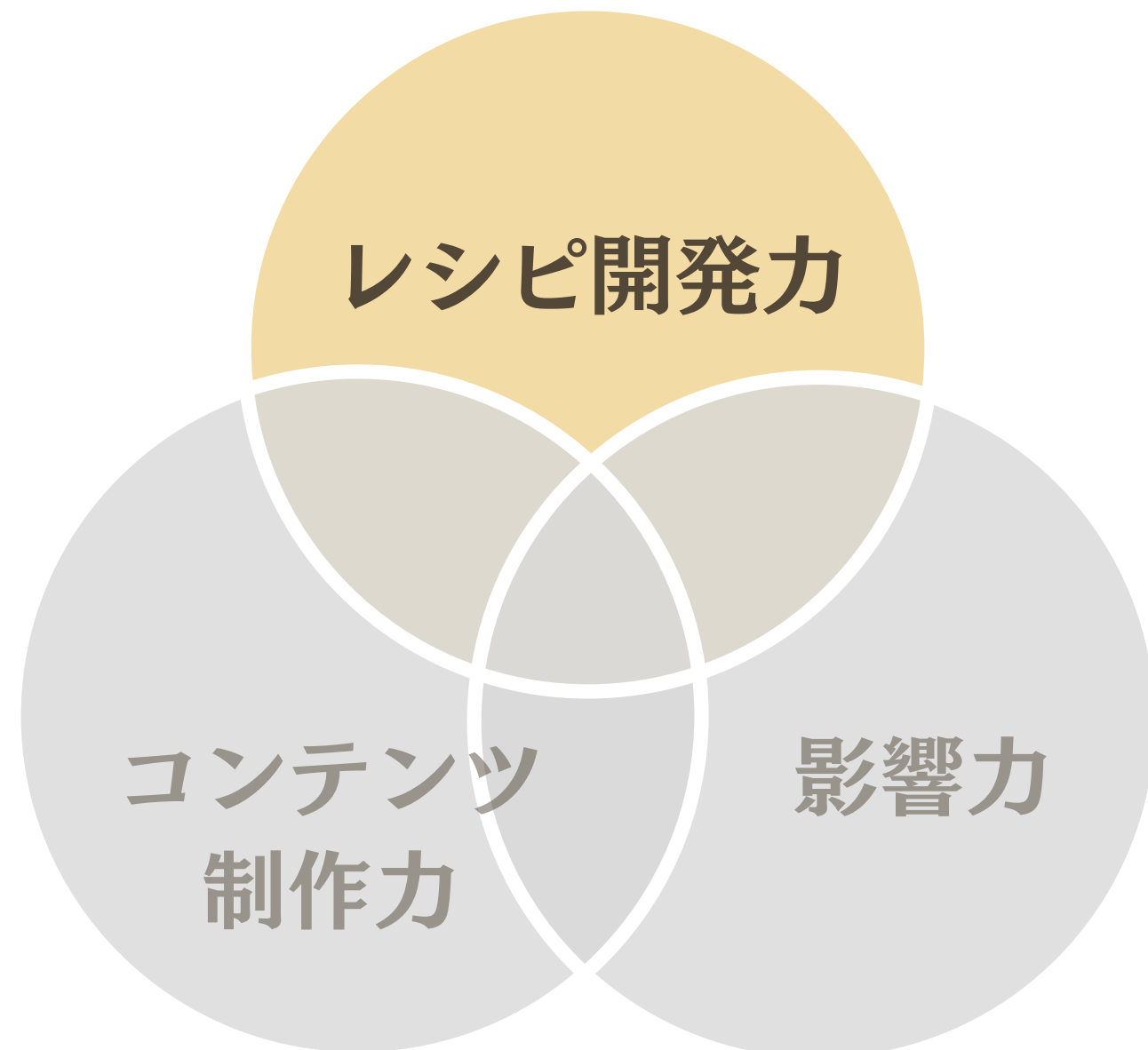
21-3 企業に選ばれるためには

選ばれるための3要素



企業に選ばれるためには

選ばれるための3要素



レシピ開発力

広告としてのレシピ開発の目的は
「商品进行ること」

- ④ その使命を果たせるレシピを作れるか？
- ④ 企業の担当者も
びっくりするアイデアを出せるか？
- ④ 納期までに作れるか？

企業に選ばれるためには

選ばれるための3要素

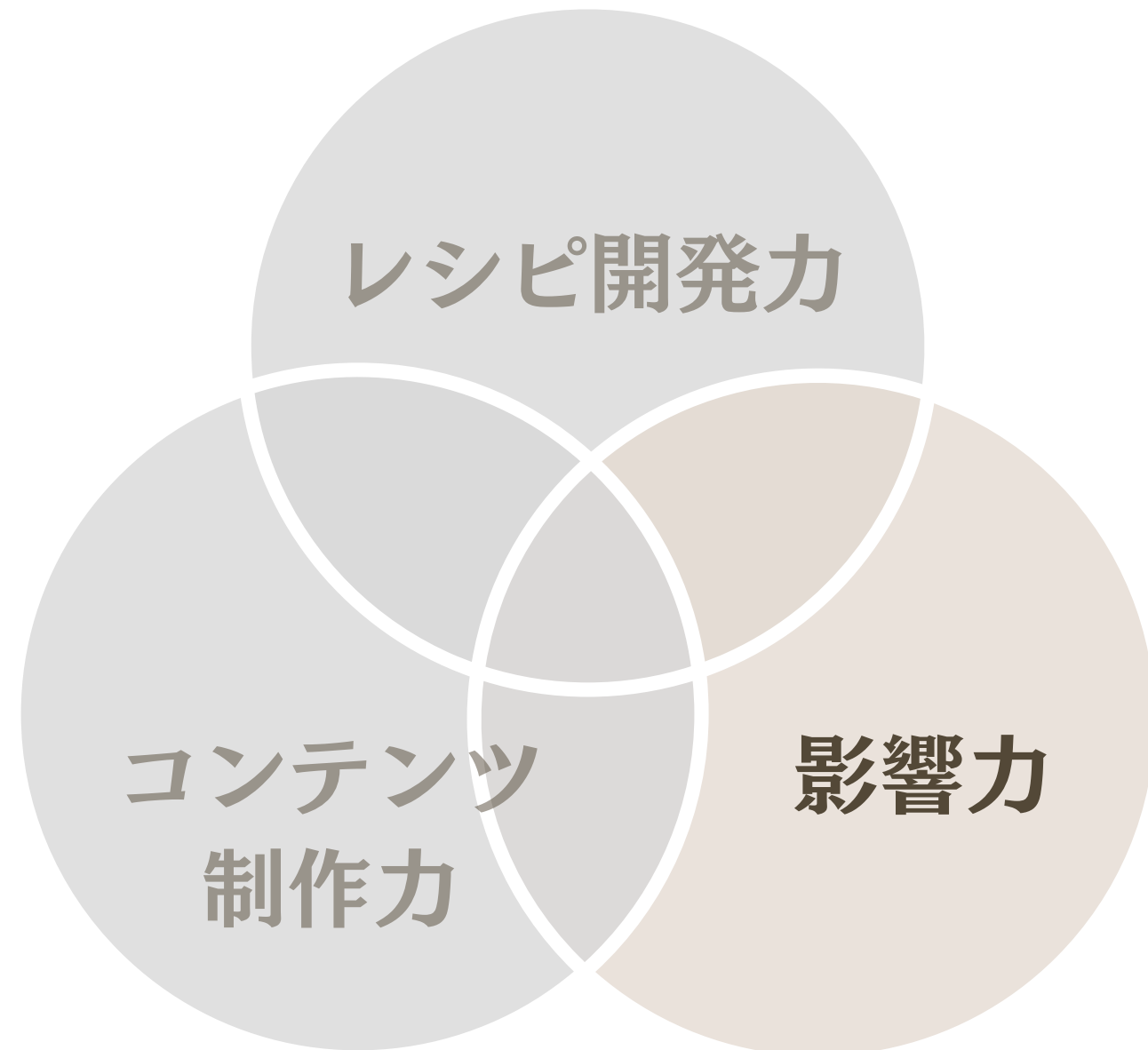


コンテンツ制作力

- ④ 消費者が思わず欲しくなるような写真・動画を制作できるか？
- ④ 自分のファンが見て喜ぶコンテンツになっているか？
- ④ 企業の意図を汲みつつファンも喜ぶバランスが必要

企業に選ばれるためには

選ばれるための3要素

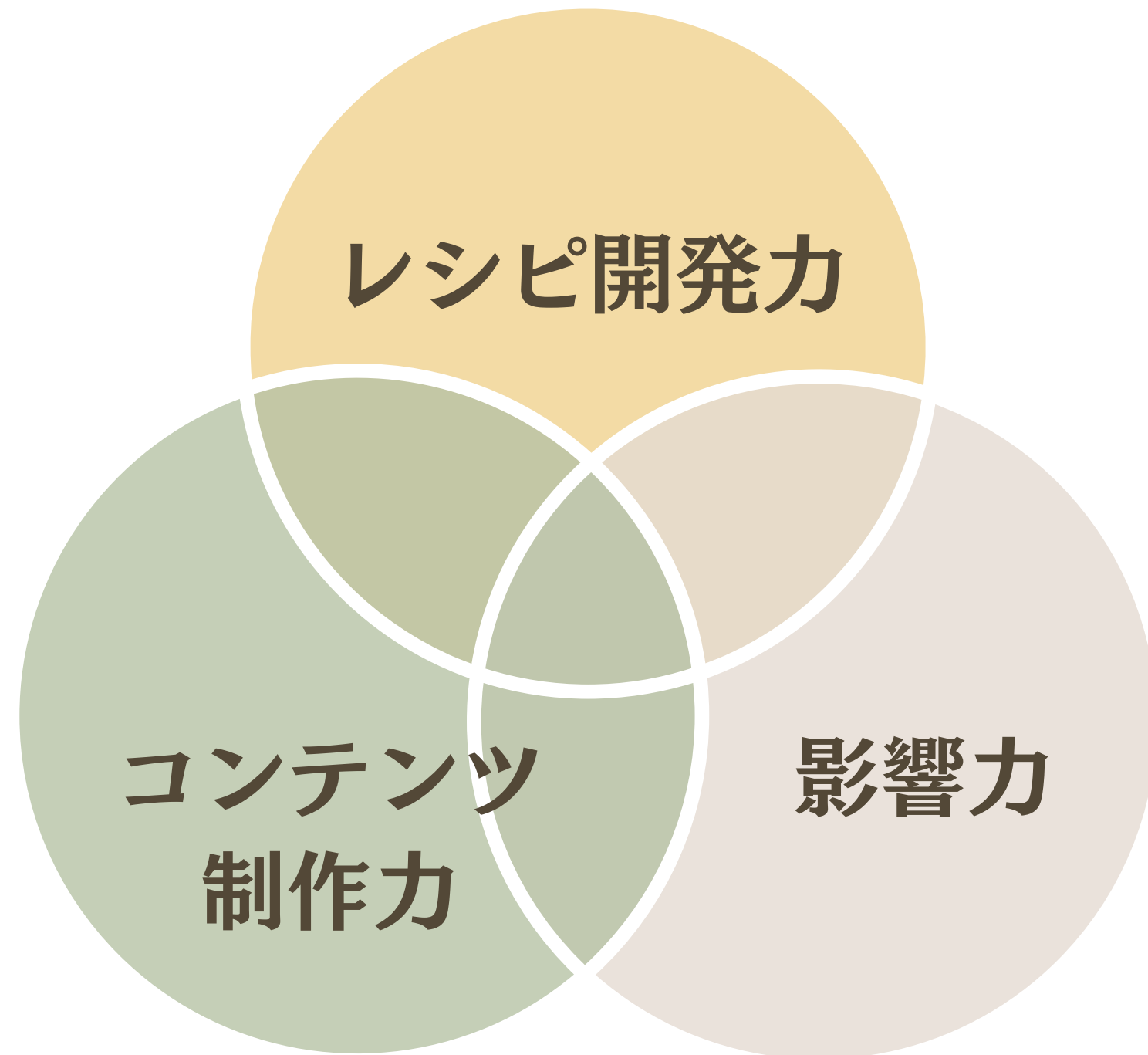


影響力

レシピ開発者が
SNS上にて影響力を
持っているほど有利

- ④ レシピ開発もコンテンツ制作
実力のある人が増えすぎているから...

企業に選ばれるためには



選ばれるための3要素
があることを

SNS上でアピールする
ことが大切！



発信

21-4 仕事を得るために必要な準備

準備① レシピ開発力をつけるために

お菓子作りを習う

色んなお菓子を作ったことがある方が有利

レシピ作りの数をこなす

作れば作るほどクオリティとスピードが上がる

レシピをSNSで発信する

反応をみて改善できる / 嬉しい反応があればやる気が出る

準備②コンテンツ制作力をつけるために

写真を習う

そのまま広告に使えるクオリティの写真は、自己流では無理

他の人のコンテンツを見る

選ばれる人の写真・動画はどんなものなのか知る

良質なコンテンツを真似する

美味しそうな写真・動画の良いところを取り入れる

準備③影響力をつけるために

SNS発信をする

自分という存在をWEB上に存在させる

レシピを投稿する

レシピを考えている人、という存在になる

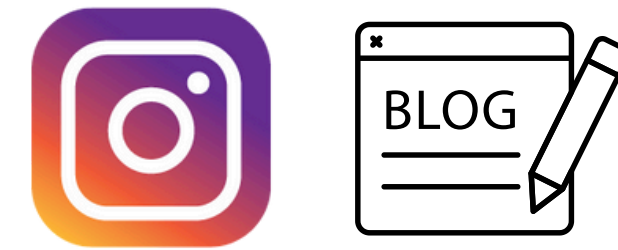
ファンの人と交流する

フォロワー数が少なくても、濃いファンがいれば有利になる

お菓子作りと
写真を撮り



レシピを作りまくって
SNS投稿！



レシピ開発が
仕事になる！

フォロワーが増えて
目立つようになれば

21-5 成功のためのテクニック

1 仕事の流れ

どんなレシピにするか、先方と打ち合わせする場合のポイントは...



その場でメニューをほぼ決める！

先方の担当者の中にある

OK・NG

をつぶしていくイメージで質問



メニューを絞り込む



例) トウモロコシのお菓子レシピ

2 報酬の相場

SNS投稿がある仕事の場合

- ① 1レシピあたりの報酬額は
フォロワー数によって変動する
- ② 目安
フォロワー数 × 1円

SNS投稿がない仕事の場合

- ① 先方の広告宣伝費の予算による
- ② 最大でも
1レシピ 約100,000円

3 価格交渉のコツ

「いくらですか？」と
聞かれたら



それでも聞かれたら

ご予算に応じて
調整可能です

1レシピ 10,000円 ~ですが
写真の枚数やSNS投稿の有無で
変動します

4 すごく低予算だった場合

報酬以外のメリットがあれば、引き受ける

- ① 初期の頃は、実績集めとして考える
- ② 先方の媒体にプロフィールを載せてもらう
- ③ 「お客様の声」をもらい、PRに使う



5 無理な要求をされた時

例) スケジュールより早い納品を求められた

プラス料金をもらい、対応するが
二度と仕事を引き受けない

仕事とは、人と人の繋がりで行うもの
心地よく仕事できる環境を選ぼう





✓ 企業向けレシピ開発とは・・・商品を守るためのレシピを考えること

✓ 企業に選ばれるためには

- ① レシピ開発力
- ② コンテンツ制作力
- ③ 影響力

この3つの要素が必要



HOMEWORK

WORK
01 広告代理店のキャスティングサービスを探してみよう 例) トレンダーズ

WORK
02 レシピ開発に必要なレシピ開発力・コンテンツ制作力・影響力のうち、あなたに足りないものは何ですか？

WORK
03 それをどうやって身につけるか、考えてみよう