

BUSINESS PRESENTATION

米粉と向き合って10年。

商品の使い道を、
レシピから発信まで。

米粉料理家 こばやしまりこ

レシピ開発・写真／動画制作
SNSタイアップ

企業・メディア向けご提案資料 2026.09



商品を選ぶ理由を、レシピと対話から

01 購入・商品選択の実例

DMで確認できる行動と、その前後のやり取り

02 読者との接点と日々のサポート

フォロワー構成、月次のDMコミュニケーション

03 企業との制作事例・ご相談の流れ

依頼内容に応じた制作物と、共有する成果指標

01

購入につながった 読者の行動

商品を選んだ理由を、
届いた言葉から確かめる。



概念イラスト／実績写真ではありません

レシピを作るために、米粉を初購入

波里の米粉



概念イラスト

レシピを作るために米粉を初めて購入。
スーパーで波里の米粉を探し、
実際にスコーンを作ったと報告。

DMの要旨・匿名 2025.08.21

01 レシピに出会う → 02 商品名で探して購入 → 03 作った感想が届く

読者の自己申告として確認した購入例。特定PR投稿の成果・販売総数・売上金額への換算はしていません。

繰り返しの紹介が、米粉の銘柄選びに

波里の米粉



概念イラスト

レシピに波里の米粉がよく出てくるので、最近はその米粉を使用。価格面も理由に、よく購入している。

DMの要旨・匿名 2025.08.20

01 紹介で商品を知る → 02 銘柄を選ぶ → 03 繰り返し購入

読者の自己申告。価格への言及は当時の読者の判断です。購入回数・金額・特定PR投稿への帰属は未確認。

紹介を見て購入し、使い方も相談

セラポット



概念イラスト

まりこの紹介を見てセラポットを購入。
焦げ付きについて相談があり、
火加減や手入れについて本人が回答。

翌日には、購入してよかったという声も。

01 紹介を見て購入 → 02 使い方の相談に回答 → 03 使った満足が届く

DM要旨・匿名。2025年7月19～20日。購入のきっかけは確認済み。特定投稿・PR案件への帰属は未確認。

作りたい一品が、材料・道具の購入に

マフィン型の初購入

ブルーベリーマフィンを作りたいので、
初めてマフィン型を購入。
実際に作り、家族にも好評だったと報告。

調味料を買いそろえる

玉ねぎのマフィンを作るため、
ディジョンマスタードを購入。
作るのを楽しみにしているとの声。

01 使う場面が見える → 02 必要なものを選ぶ → 03 調理の準備が進む

各1件のDM要旨。マフィン型の銘柄と特定投稿URLは未確認。マスタードは購入を確認、調理完了は未確認。

投稿への反応は、購買の声と分けて評価



いちじくケーキ

6,429

いいね

37 コメント



パウンドケーキ

5,478

いいね

64 コメント



ソーセージマフィン

2,728

いいね

24 コメント

反応数は、届き方を考える補助指標。
購入報告は、読者が商品を選んだ理由まで確認します。

数値：2026年7月受領Excel。PR投稿の再生数は未収録。前頁の購入DMと、この3投稿との紐付けは未確認。

02

読者との接点と 日々の対話

作る前の疑問にも、
買った後の使い方にも。



概念イラスト／実績写真ではありません

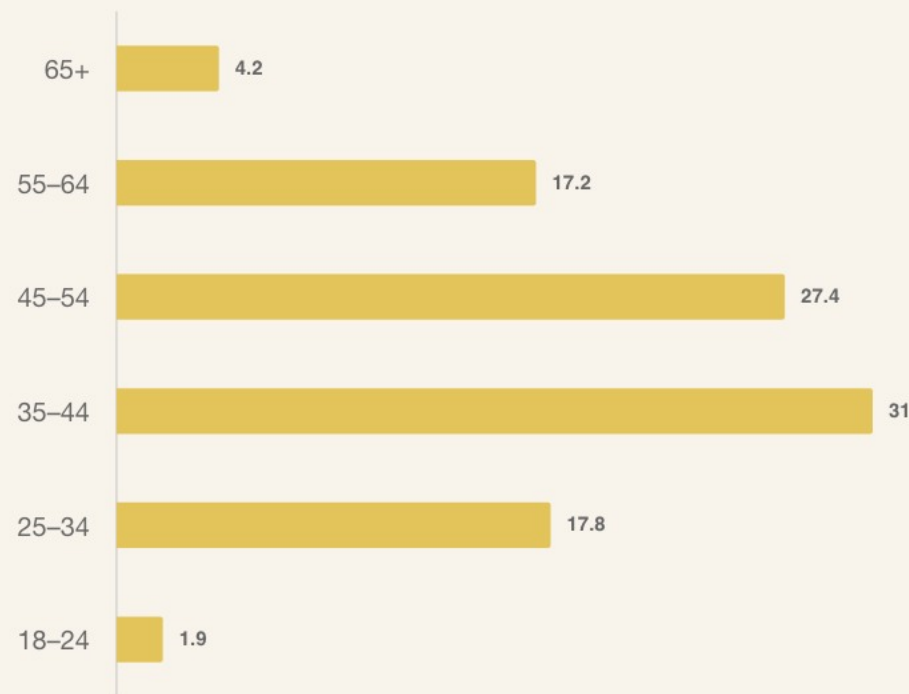
日々の料理を届ける、13万人規模の接点。

129,799

Instagramフォロワー

女性 96.6% 日本 95.8%

35～54歳が 58.4%
家庭の食卓を想定した企画に。



全フォロワーの年齢構成 (%) / 13～17歳0.1%は図から省略

2026年7月5日生成の公式インサイト (対象: 4月6日～7月4日)

作るときに見返したい、という反応。

173,329

件のリール保存

レシピは、投稿を見た瞬間だけでなく、
材料をそろえて作るときにも参照されるコンテンツです。

アカウント全体のリール保存数。2026年4月6日～7月4日。PR投稿のみの数値ではありません。

質問や報告に、日々言葉を返す

月平均

約700

件のDMコミュニケーション

材料の選び方、道具の使い方、
作った感想、購入の報告。
一つひとつのやり取りを大切に。



2025年8月～2026年6月の11か月、本人送信記録7,725件を月平均化。リアクション等を含み、人数・質問数・返信率ではありません。

材料・器具の相談から、実際に作るところまで

材料を選ぶときも、作った後も、
読者の質問に具体的に答えています。

器具・焼き上がりの相談

オーブンの調子や型から外す時期の質問に、
機種の違いを踏まえた温度・位置の調整、
型ごと粗熱を取る方法を回答。

2026.03.26の質問／03.30の回答

材料調整と、作った後の報告

砂糖と油を減らす限度の質問に、
豆乳への置き換えや焼き時間の調整を提案。
後日、作った感想と再調整の報告が届いた。

2025.09.05の質問・回答／09.23の報告

DMは匿名・要旨。特定PR投稿への帰属は未確認。個別の相談内容に合わせた回答を、前後のやり取りで確認しています。

03

企業との制作事例

商品の特徴に合わせて、
使い道と伝え方を設計。



概念イラスト／実績写真ではありません

食品の特徴を、季節のレシピで紹介



ハナマルキ様

塩こうじミルク チーズケーキ

減塩液体塩こうじと牛乳を
お菓子へ取り入れるレシピ。
材料・工程と使用方法を紹介。



東海酪連様

とろとろ新玉ねぎの ミルクスープ

春のミルクレシピを提案。
旬の食材と牛乳の使い道、
キャンペーンを紹介。

画像は実際の投稿。委託範囲・納品点数・二次利用実績は、企業別のヒアリングで補足します。

調理道具を、使う場面と一緒に紹介



ひなたライフ様

if you care の
ベーキングカップ・ペーパー

お菓子を焼くときの使い方と、ラッピングへの活用。
商品を使う場面を、写真と動画で具体的に伝えます。

投稿で確認できる内容：使用場面・商品情報・購入案内

2026年1月21日投稿。販売条件は当時のもの。現在の価格やクーポンは本資料で案内していません。

会場で、米粉の工程と仕上がりを伝える



波里様 FABEX東京2026

5 回の調理実演

シュークリーム・塩こうじスコーン
米粉の性質や仕上がりを、
実際の調理工程と合わせて紹介。

対面で商品を伝える企画にも対応。出典：本人投稿。来場者数・売上・商談獲得数は未確認。

目的に合わせて、必要な制作物を。

レシピを増やす

見せ方を整える

読者に届ける

レシピ開発

写真・動画制作

SNSタイアップ

試作・材料・手順
調理のコツ・原稿

完成写真・工程写真
レシピ動画・撮影

投稿企画・レシピ
写真／動画・投稿文

商品サイト／店頭／季節特集

Web／企業SNS／販促物

本人Instagramでの発信

点数・形式・投稿の有無・利用範囲は個別にご相談。執筆・監修・ワークショップ等も対応範囲を確認します。

案件で共有する、購入につながる指標

企画時に、確認できるデータを合意します。

- | | | |
|----|---------|---|
| 01 | 購入の把握 | 専用リンク・クーポン経由の購入数、売上
企業側の計測環境がある場合に集計 |
| 02 | 購入理由の把握 | 購入報告DM・コメントを匿名で要約
商品名、購入理由、対象投稿との関係を確認 |
| 03 | 届き方の把握 | 再生・保存・コメント・リンククリック
対象期間と母数をそろえて振り返り |

今後の案件への提案です。専用リンク経由以外の購入や、投稿と購入の因果を完全に把握できるものではありません。

社内で検討しやすい、進め方と確認事項。

01 目的を共有

対象商品・届けたい相手
掲載先・希望時期を整理

02 条件を明確に

制作点数・見積もり
確認日・修正範囲を合意

03 制作・ご確認

試作・撮影・原稿
商品の表現をすり合わせ

04 納品・発信

合意した形式で納品
投稿・実施へ

事前にそろえるもの

二次利用の媒体・期間 / 広告利用 / PR表記
確認フロー / 公開後に共有する数値と対象期間

過去の反響は参考実績です。案件ごとの成果を保証するものではありません。

まずは、商品のことを聞かせてください。

企画が決まる前から、ご相談いただけます。

商品・ブランド名
広めたい使い方、届けたい相手
制作物・掲載先・希望時期
ご予算、二次利用の予定

米粉料理家 こばやしまりこ | @mariko_lifestyle