

完全メシ カレーメシ 現状診断

認知 → 購入 → 使用後想起 フロー一致分析

三段が、それぞれ別の商品

1 全体像：三段フローの現状

唯一機能しているのは「使用後の実満足」だけ

ここで断絶

認知

52.6%

話題の完全栄養食



購入

2~3%

100円高いカレーメシ



使用後

4.66/5

限界日のお守り

■ 認知 52.6%：

売っているのは「話題の完全栄養食」

■ 購入 2~3%：

棚で見えるのは「100円高いカレーメシ」

■ 使用後 4.66/5：

買われている価値は「限界日のお守り」

三段が別の商品

を売っている

2 ① 認知：間違った期待が形成されている

事前期待の3つの歪み

- 「健康食品」枠で期待される — 実物は483kcal、通常品より+94kcalの濃厚ジャンク
- 「完全」の語が過剰期待と不信を同時に生む — 公式サイト自ら「ウソじゃねえの？」
- 喫食場面が白紙 — 「自分のどの食事を置き換えるか」が未契約

ブランド認知率

52.6%

タレント大型広告で獲得

3

② 購入：棚前で選択が壊れる

比較の土俵が最悪の場所に設定されている

通常カレーメシ

322円

味の安心・世界売上NO.1

+100円



完全メシ

430円

差は「完全」の一語だけ

- 通常カレーメシの真横に、ほぼ同じ見た目で並ぶ — 322円 vs 430円
- +100円の中身が翻訳されない — 「高い」ではなく「何を買うのか不明」
- 健康層は棚に来ない／カップ飯層は価格・味優先 — どちらのニーズにも刺さらない

購入率

2~3%

4 ③ 使用後：広告と違う理由で満足している

買われている価値は「完全栄養」ではない

- 「**思ったよりうまい**」— 低い事前期待を実態が上回る
- 「一食完結・判断終了」「罪悪感がない」— 実感便益はここ
- 満足の正体は「**限界日のお守り**」— 常備食・忙しい日の保険
- 残る壁：健康実感は体感できない／継続430円は重い

楽天レビュー

4.66 / 5

234件・満足は成立している

5

一致度診断と含意

直すべきは商品ではなく、**上流2段の期待**

認知→購入



■ 認知→購入：× 断絶 — 期待が棚前の問い「なぜ+100円？」に答えない

購入→使用後



■ 購入→使用後：△ 良性の逆ギャップ — 買いさえすれば勝つ構造

使用後→認知



■ 使用後→認知：× 還流しない — 満足の言葉が広告の言葉と別物

使用後の実満足を、認知と棚前へ**巻き戻す**

backward alignment = ③を正として①②の期待を張り替える