

椎葉のスイーツ
菓te-ri

宮崎バターサンド

『人々の心に生きる活力を与える』

BY 菓te-ri
(かてーり)

About

菓te-riはクラフトスイーツブランドです。



南国宮崎の農園に直接足を運び、最高品質の食材を仕入れ、
自社工房で職人が手作業で製造し、販売しています。

宮崎バターサンド



2020年4月販売スタート

プロダクトの紹介

コロナ禍がきっかけに... 2つの原体験

1. 都市部に住む兄弟や友人から聞こえてくる自粛疲れの声
「食べることしか楽しみがない・・・。」

【自粛中でも南国宮崎を感じられるお菓子を届けたい】

2. 宮崎の農産物生産者は既存の卸先への売上が大幅減少
「このままだと農業を続けていくことができない」

【お菓子に使用することで協力協業したい】

ミッション・ビジョン

お客様：
ティータイムを通して心に生きる活力を与えたい。

地域：
宮崎の食材を使用することで生産者を応援したい。

Product(特徴)

素材を活かした日本のお菓子作り

POINT 1

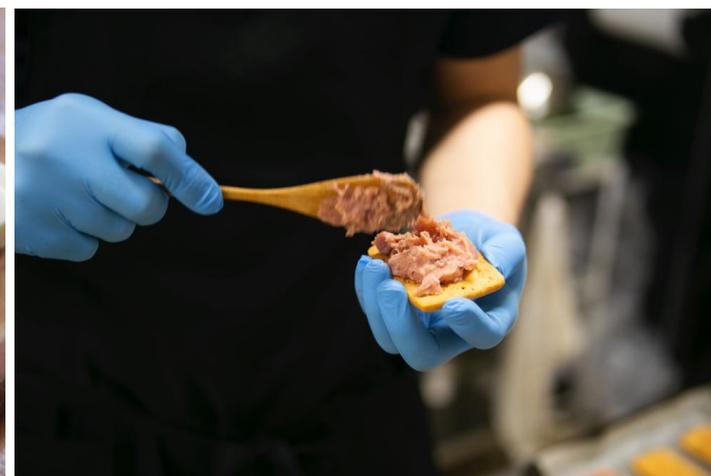
南国宮崎県産の特産品を使用

POINT 2

宮崎県産発酵バター100%使用

POINT 3

1つ1つ職人が手造り



南国宮崎の最高の食を全国へ

従来

「レーズン」バターサンド



一般的なバターサンド

菓te-ri

「宮崎の食材」バターサンド



オンリーワンのバターサンド

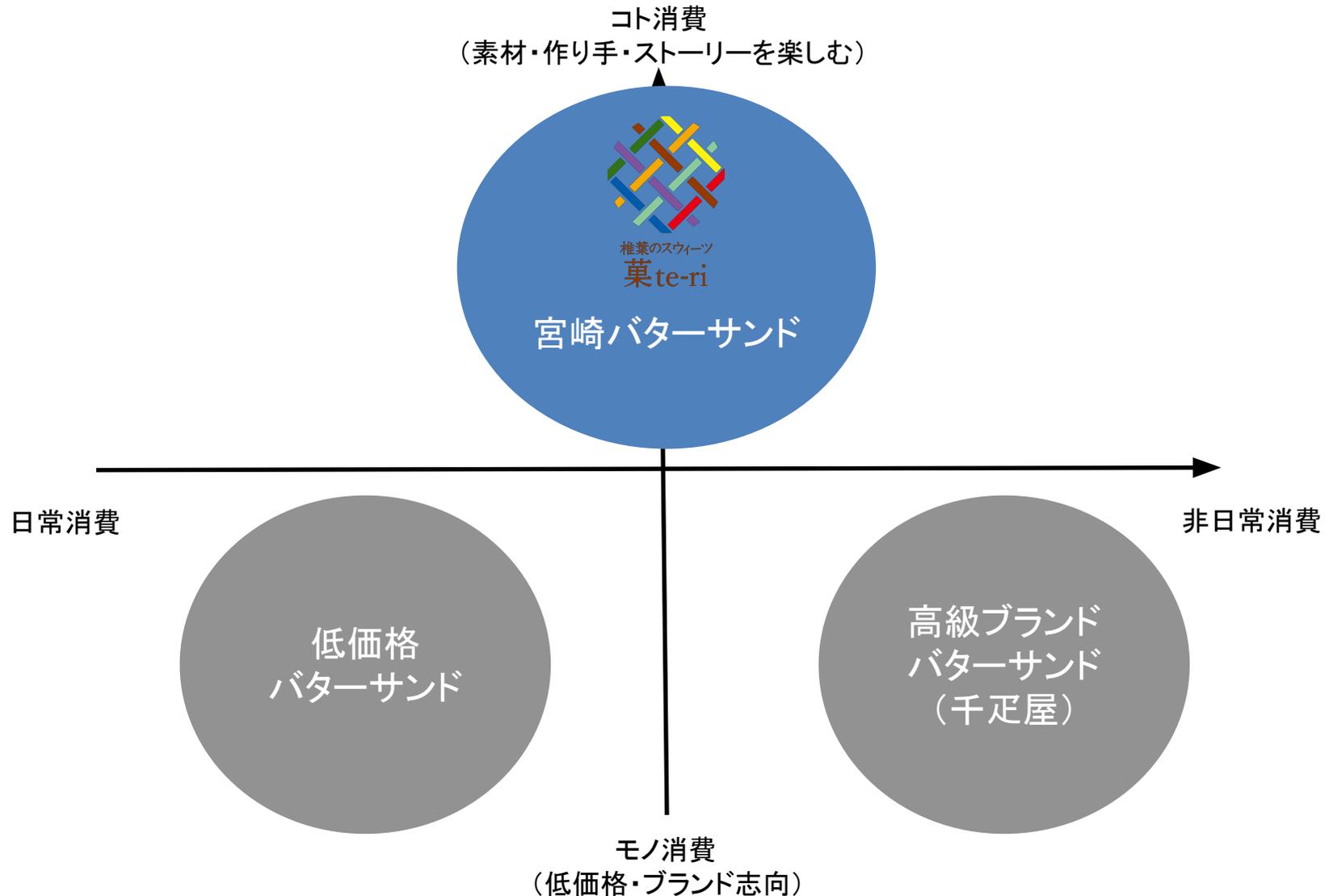
Brand Equity

素材を活かしたバターサンド、発売から6か月で賞を多数受賞
手作りにこだわった製法はバイヤーが認める商品力
第10回チームシェフコンクールで最高賞含む計6賞を受賞。

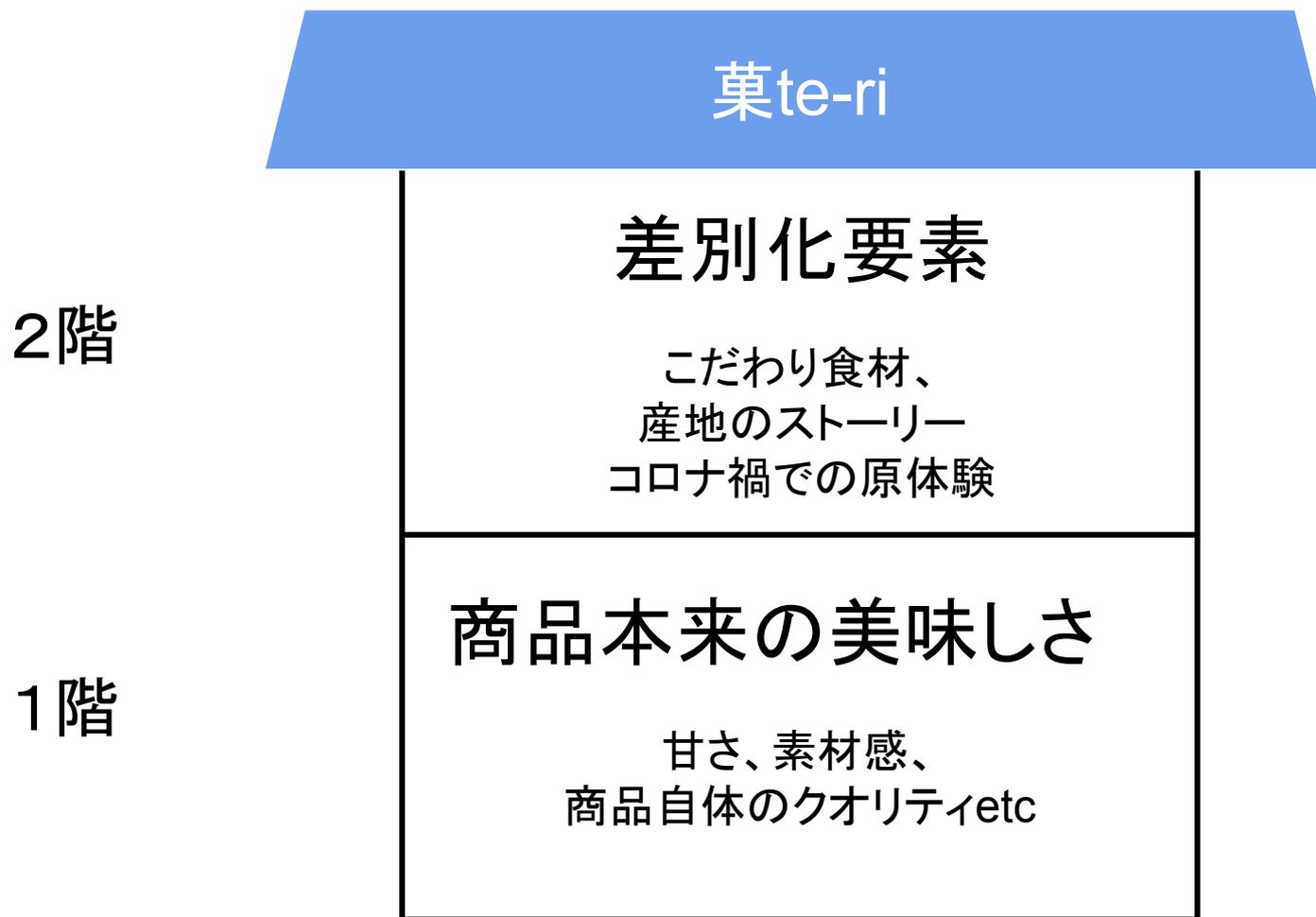


MarketPosition

ブランド名や価格で選ぶのではなく、
素材やストーリーを楽しむ嗜好品としてのバターサンド



2階建てで、しっかりと訴求



ブランドターゲット:25歳~55歳の女性

[食や文化に感度が高い、カルチャー好き]
「豊かな食体験と、それを通じたコミュニケーションを楽しみたい」
「エシカル消費しているという自己表現」

特に地域と繋がりたいという都市部の女性層にPRしていく

ブランドメッセージ:クラフトシップ

手作りにこだわる
モノづくりを丁寧に行うクラフトバターサンド

