



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

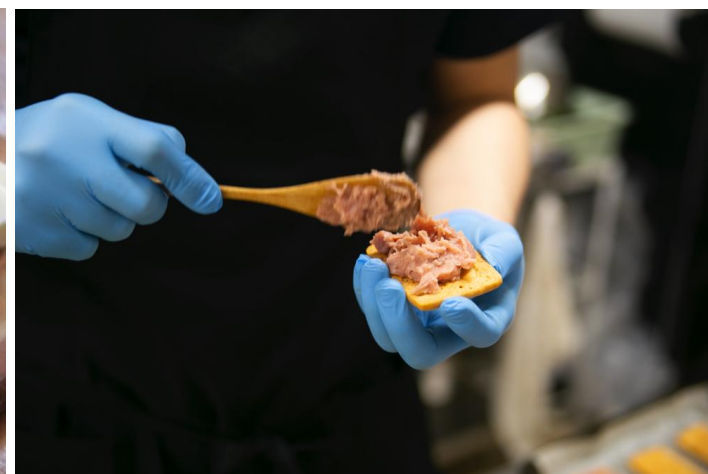
南国宮崎県産の特産品を使用

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

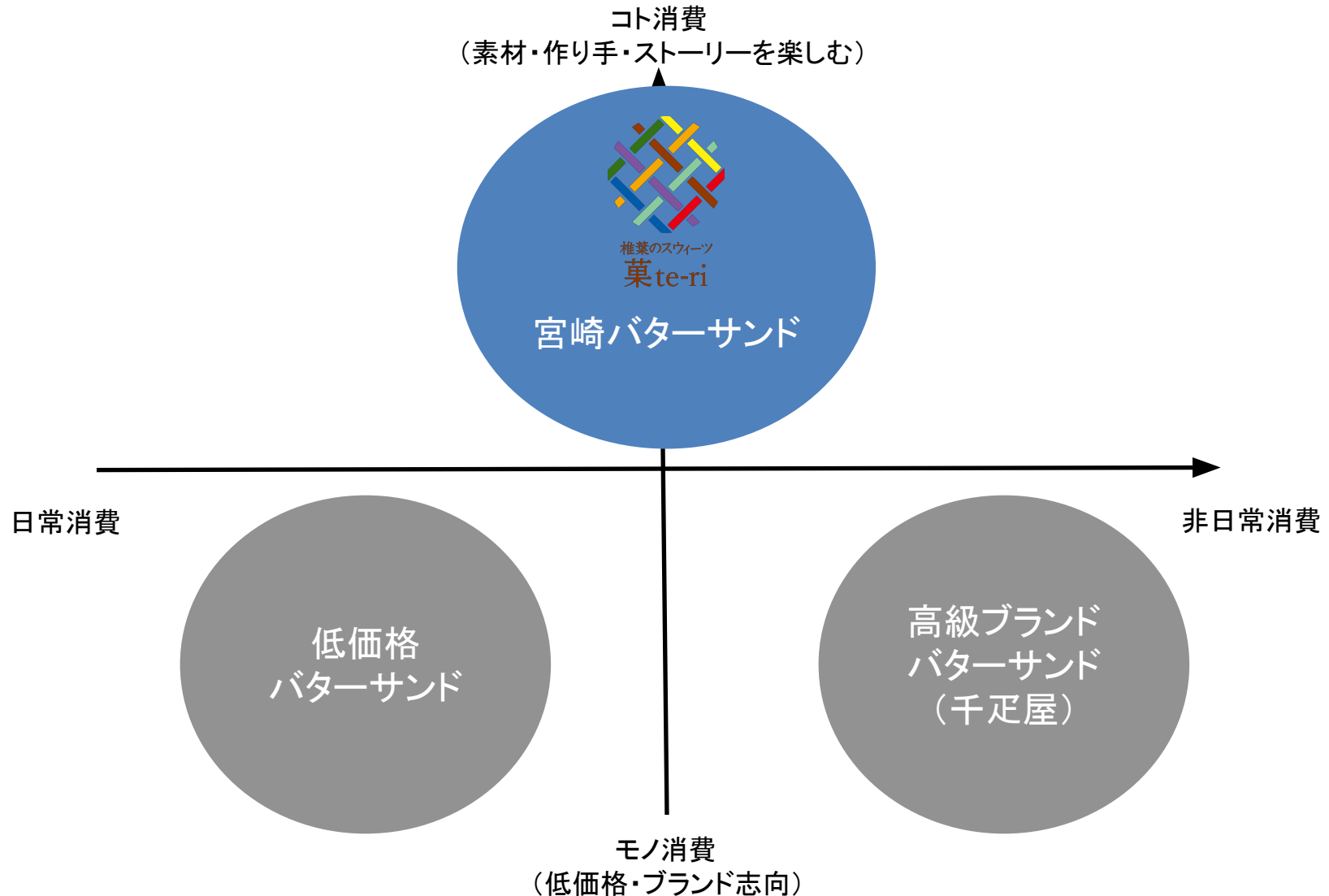
---

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。

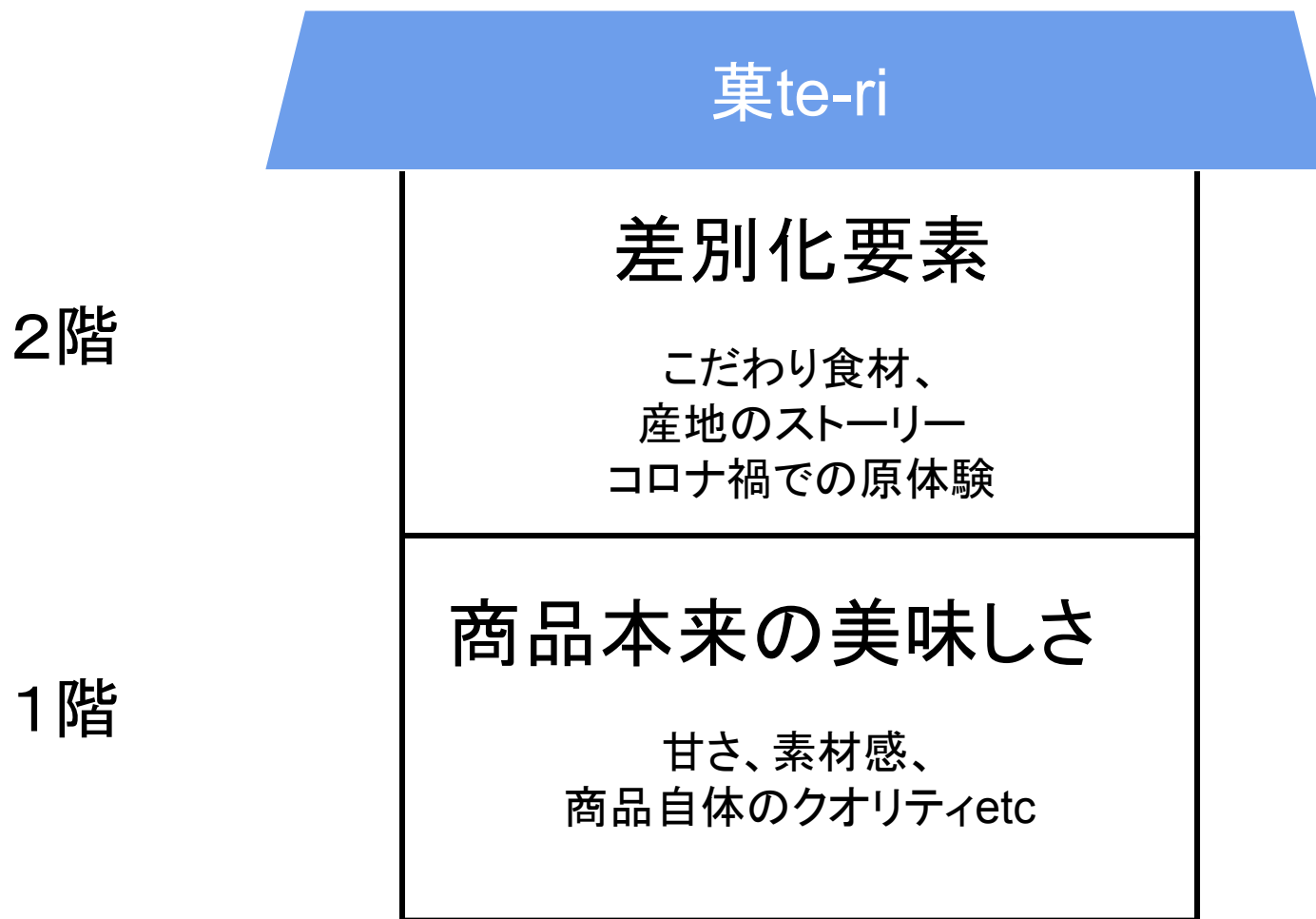


# MarketPosition

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

