

別紙3

「さがみはらのお土産」コンセプト・要件

令和7年10月21日 さがみはらスイーツ振興委員会 事務局

			基本ターゲット・シーン (必須要件)	満たしていただくことが望ましい要件
コンセプト	1-1	ターゲットユーザー	■小学生以下のお子様をお持ちの若年層女性	
	1-2	使用シーン・用途	■親しい友人・ママ友とのプライベートな集まりに持参するのにふさわしいお土産	■子供づれで集まりに参加する際に持参するお土産 ■長時間移動で集まりに参加する際に持参するお土産

			必ず満たしていただきたい要件 (必須要件、全て満たしてください)	満たしていただくことが望ましい要件
商品	2-1	商品の特徴・差別性	■お土産を渡すとき、または食べるときに、「相模原のショートトーク」のきっかけになる ※商品名・外装包装紙・個包装のいずれかに、相模原を連想するデザインや名称	
	2-2	味	■「多くの市民がおいしい」と評価してくれるお菓子	■子供にも好まれる味のお菓子
	2-3	見た目 物性的特徴		■子供が食べるときに散らかったり手が汚れたりしにくいお菓子
	2-4	原料素材	■アルコール不使用	■素材の価値を訴求できる地産素材を使用したお菓子。 ※使用する地産素材の、他エリア産素材との比較優位性を訴求できるもの。
	2-5	温度帯	■常温保存できる	
	2-6	賞味期限	■お買い上げ後、少なくとも7日以上賞味期限があるお菓子 ※店頭在庫・流通在庫期間を勘案して賞味期限日数を設定ください	■お買い上げ後、14日以上賞味期限があるお菓子
	2-7	商品名		■相模原を連想するワードが商品名の一部に入る。 ※商品名・外装包装紙・個包装のいずれかにはいれたい。
	2-8	販売形態・入数	■パッケージ売りとは別に、バラ売りされるお菓子	■パッケージ売りのラインナップに6個入りがある
	2-9	価格(1個)	■1個あたり300円 以下(税抜)	■若年層の広いユーザーにお買い求めいただくため、1個あたり200円以下(税抜)が望ましい。
	2-10	外箱・包装紙 (形・大きさ)		■6個パッケージでA4サイズ以下 ■扱いが多少雑でも、箱も中身も変形しない外装箱入り
	2-11	外箱・包装紙 (デザイン)	■商品名が記載されたオリジナルの包装紙デザイン	■相模原を連想するワードまたはデザインが包装紙に記載 ※商品名・外装包装紙・個包装のいずれかにはいれたい。 ■売場で目立つ包装紙デザイン
	2-12	個包装	■個包装され、個包装ごとに、商品名・原料・アレルギー情報記載 ■バラ売り時には個包装への商品名・原料・アレルギー情報に加え、賞味期限記載	■個包装に賞味期限記載・商品がデザインされている(商品の一部が見える) ■相模原を連想するワードまたはデザインが個包装紙に記載 ※商品名・外装包装紙・個包装のいずれかにはいれたい。
事業者	3-1	販売店舗数・場所	■自店以外に、相模原市内に2か所の売場がある。 ※応募申請時に、販売店舗候補を挙げていただきます。	■自店以外に、相模原市内3区それぞれに売場がある。
	3-2	営業時間	■「夜20時まで営業」(1店舗以上)	
	3-3	事業者その他要件	■「相模原愛」を強く持ち、「さがみはらを代表するお土産」育成に長期にわたって取組んで頂けるオーナー	

「さがみはらを代表するお土産」要件 参考情報

令和7年10月21日 さがみはらスイーツ振興委員会 事務局

			＜参考情報＞ お土産ユーザーの声・アイディア	ユーザー意見の方向性
商品	2-1	商品の特徴・差別性	<ul style="list-style-type: none"> ■商品仕様、商品名、外装包装紙・個包装等、いずれかで相模原を表現してほしい ■文字で表現する場合、「相模原」、「SAGAMIHARA」、「さがみ」のいずれでも相模原を想起できる。 ■「相模原」よりはむしろ「さがみ」のほうがイメージがいい。 	
	2-2	味	<ul style="list-style-type: none"> ■リピートしてもらえるためには、味が最も重要な要素 ■純粋に、美味しいものをあげたい ■子どもが食べられないものはNG。 	★とびぬけて美味しい新商品の開発は、極めて困難と考えられるので、シンプルで万人受けする味がいい
	2-3	見た目 物性的特徴	<ul style="list-style-type: none"> ■相模原を想起させる商品そのものへのイラスト・印字等の独自のデザイン 例)「相模原」の文字。「さがみん」のイラスト ■お皿を出さずに食べられるものがいい 	★商品のカタチによる「相模原」訴求はユーザー内でも賛否が分かれ、事業者に委ねたい。
	2-4	原料素材	<ul style="list-style-type: none"> ■無添加・安全・安心、嫌われがちな添加物ほできるだけ使わない ■「地産素材を使っている」方が、売価アップや不安定供給につながるのであれば必要ではない ■「地産素材」が他エリア素材との比較でどう優れているのかを訴求してほしい。 ■子供を連れていく前提で考えれば、子供が機嫌よく食べてくれるものが必須要件 	★地産素材について、「商品開発・製造上の制約」「経済合理性」「訴求できる価値の強さ」の観点からよりよいということであればOK。 ★むしろ、安心安全安価の優先度が高い
	2-5	温度帯	<ul style="list-style-type: none"> ■最高30℃想定では夏場は厳しい ■昨今の夏場の高温を勘案した注意書きがほしい ■チルドだと持参先の冷蔵庫を占有するので、持っていくにくい 	
	2-6	賞味期限	<ul style="list-style-type: none"> ■皆がそれぞれ持参するので、余って、当日中には食べきれない前提 ■店頭でのロス廃棄もあり、賞味期限が短いのは、結局売価が高くなる ■製造からの日数はユーザーにはよくわからないが、「買ってから最低7日」が最短。 ■焼き菓子であれば、そこそこの賞味期限は担保されるはず。 	★最短の想定で、購入→持参で3日、食べきるまでに3日はほしい ★長ければいいわけではない。むしろ添加物が心配になる
	2-7	商品名	<ul style="list-style-type: none"> ■商品名はとても大事。名前が地名のPRになるし、商品名がユーザーの広がりのキーワードになる。 ■難漢字や英語の不使用(子供でも読める) ■相模原市が話題にできるような名称がいい 	
	2-8	入数	<ul style="list-style-type: none"> ■集まりの人数に対応できるように、ばら売り・複数個入りのバラエティは必要 ■経験的に6個入りパッケージをよく買っている 	
	2-9	価格(1個)	<ul style="list-style-type: none"> ■高すぎず安すぎず、が200円。200円超だと買いつらいし、親しい友人の集まりの手土産の相場 ■6個パッケージで1,200円であれば納得価格 ■フェス等での受賞商品でも広がらないのは価格が高いことが原因の一つ ■ビジネスユースとプライベートユースでは価格帯が違う(ビジネスの方が安価) 	
	2-10	外装パッケージ (形・大きさ)	<ul style="list-style-type: none"> ■かぼんや紙袋に入れて持ち運びやすい大きさ ■箱が頑丈で中身が崩れにくい、袋付き ■雨の日はビニールで覆ってほしい ■雨の日や子連れでも持ちやすい大きさ、形、袋であってほしい。 	★プライベートユースでは、サイズには比較的寛容。 ★むしろ持ちやすさや雨対策が重要
	2-11	外装パッケージ (デザイン)	<ul style="list-style-type: none"> ■商品名と関係なく、「相模原」は記載されてほしい。商品名に相模原の名前がなくても、包装に入っていればいい。 ■相模原を想起させる色やモチーフを使う ■外装包装紙よりも売場を目立たせた方が売れる。 	★「買う時」「渡す時」の第1印象が重要 ★ただし、デザインそのものは事業者委ねたい
	2-12	内装パッケージ	<ul style="list-style-type: none"> ■みんなに配り、1日では食べきれない前提なので個包装必須 ■ナッツ類等わかりにくいアレルギーを、目立たず容易に確認するためには表示必要 ■もらった人にリピートしてもらうには個包装に商品名必要。 ■静かに片手で開けられる 	★「配られた時」の第1印象が重要。 ★アレルギー等表示への強いこだわり。 ※既存商品の個包装への表示に関する不満が強い。
事業者	3-1	販売店舗数・場所	<ul style="list-style-type: none"> ■主要駅ビル内か、駅から5分以内 ■日常生活で利用する場所 ■スーパー・CVSでもお土産はよく買う ■売場でのプロモーションが重要 	★遠くの美味しいお菓子より それなりでも近くで買えるお菓子が勝る
	3-2	営業時間	<ul style="list-style-type: none"> ■平日の仕事帰りに買える ■仕事帰りの時間帯(20時頃)にも販売してほしい ■遠方だと朝早く電車で乗りたいので朝8時から店舗が開いてほしい 	
	3-3	事業者その他要件	<ul style="list-style-type: none"> ■相模原が好きで、お土産開発に対する熱意がある人でなければ継続できない ■相模原を盛り上げよう！という思い ■商品への想いが熱いオーナー ■相模原土産の事業は片手間では難しいし、続かない 	★「相模原」「市民」「商品」等への熱い思い・・・「相模原愛」