

WEBサイト"scsc arc(サクサクアーク)"

企画ご提案書

# ご依頼内容

ご依頼者様 株式会社●●●●

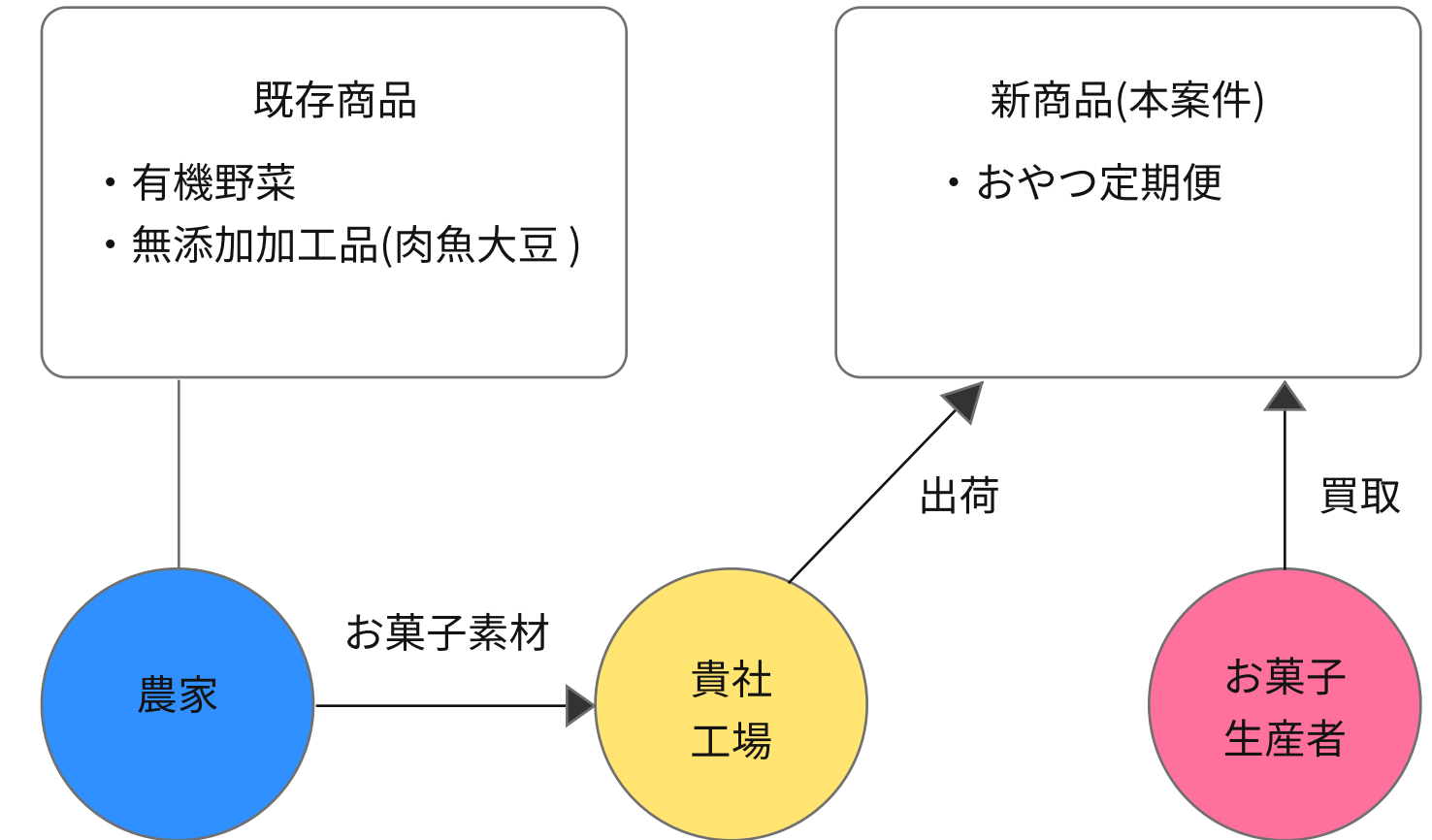
業態 一般の消費者や法人の会員に向けて、環境の負荷の少ない有機野菜・低農薬野菜や無添加加工食品(肉魚類)などの食品宅配事業を行い、現在は大手スーパーにもその商品の一部を店頭販売している。定期便での販売が主であり、その内容としては季節ごとの旬な野菜数点と加工品数点を月に一度お届け、利用人数によってサイズを選ぶことができ、商品内容も変更することができる。単品としての購入も可能。  
お値段は3~4名サイズの定期便で7,000円。

ご依頼内容詳細 今回は上記宅配コースに加えて、自然派おやつの定期便という新しいコースに関するご依頼。すでに提携している農家の野菜や果物を使ったお菓子を貴社工場で作成・販売する。またマルシェなどで販売されている生産者こだわりの人気おやつなども、商品として買取販売する。両者とも基本的に無添加・上白糖を使わないといった体に優しいおやつの定期便であり、そちらのご依頼。形態は以下の通り。

WEBサイトの形態 自然派おやつのWEBサイト構築・ロゴマーク・キャンペーンの提案・LP及びバナーの作成

- コンテンツ面でのご要望
- ・わかりやすいサービス内容
  - ・ブログやコラムで、身体の健康に役立つものを掲載したい。
  - ・キーカラーは食べ物を美味しそうに魅せ、且つお客様に元気を与えるイメージのイエロー。

- デザイン面でのご要望
- ・素材などにこだわり、消費者に健康面で安心してお召し上がりいただける商品であるということを伝えたい。
  - ・ベースカラーはキーカラーのイエローとなじむ色で、主張の強くないもの。
  - ・ロゴに関しては、わかり易く、20~50代の女性やそのお子様から見て「可愛い」と親しみを持ってもらえるものにしたい。
  - ・おやつ=体に悪いというイメージを払しょくするため、ナチュラルな雰囲気が良い。



# おやつ

## ■おやつの誕生＝平安時代

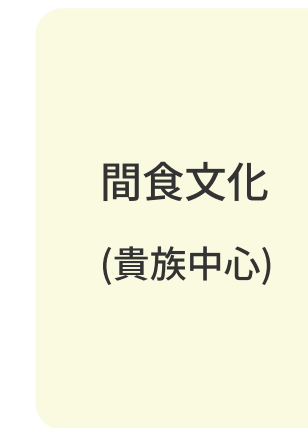
平安時代の「延喜式」（平安時代の法令集。宮中行事のときのいろいろな食べ物の儀式についても記されている）によると、貴族社会において二度の食事の間に「間食」という言葉が初めて出てきており、それがおやつの歴史の初まりではないかと言われている。

## ■一般市民のおやつ文化の広がり＝江戸時代

江戸時代、まだ1日2食が一般的だったが、和時計の時刻で「八つ時(現在の午後2時から3時ごろ)」に小昼という間食を摂っていた。その間食を「おやつ」と呼ぶようになり、やがて間食全般を「おやつ」と呼ぶようになる。

また武士の食事は原則として朝夕二度食で、戦争が起きると三度食が続くため、そういったことが現在の日本人の三度食の基礎ではないかと言われている。室町時代（1392～1573）からその後、江戸時代（1600～1867）には、既に三度食という生活がかなりしっかりと根付いたようだ。

## ■おやつメニューの歴史



- |            |   |
|------------|---|
| 平安時代       | 最澄が砂糖を持ち帰ったことにより、唐菓子などの甘いものが普及。                               |
| 鎌倉時代       | 喫茶の風習がおこり、饅頭などの蒸し菓子が主流となる。                                    |
| 室町時代       | カステラ・パン・ポーロなど南蛮菓子の輸入が盛んになる。                                   |
| 江戸時代       | 菓子と水物（果物）が分立。中国から白砂糖の製法を習い、琉球に伝える。栗おこし、練羊羹、お団子、かりんとう、きんつばを製造。 |
| 明治時代       | 後の木村屋や森永製菓などにより、パンやキャンディーが国内で製造。                              |
| 大正時代       | ミルクキャラメル・チューイングガム・チョコレートが国内で製造。                               |
| 昭和時代 (終戦後) | 昭和時代（戦後昭和21年～）製菓用砂糖の配給実施。大手メーカーがスナック菓子の量産を始め、スナック菓子ブームが起こる。   |
| 平成         | ティラミス、ナタデココのブーム到来。  |

# 諸外国のおやつ習慣

## イギリス

- ・アフタヌーンティーという食文化がある(お茶を飲む機会は1日に4回ほどあるが、午後4時頃客人を招いて飲む紅茶のことを指す)
- ・スコーンやアップルクランブル、サンドイッチの軽食等
- ・子供の日常のおやつは野菜スティックや果物であることも多い



## アメリカ

- ・午後の時間帯に間食をすることが一般的
- ・ポテトチップス、クッキー、チョコレート、アイスクリーム、キャンディなど、甘い・塩辛いおやつが人気
- ・学校で果物やスナックを配布するところもある



## フランス

- ・おやつの時間は午後4時(夕食が遅い)
- ・スーパーには子供用のお菓子が無く、チョコレート・グミ・クッキー、果物を食べる
- ・飲み物を楽しむカフェとは別に、サロン・ド・デというスイーツを中心にお茶を飲めるお店があり、そこで過ごすこともある(左画像)
- ・夕食後にも必ずデザートを楽しむ(家庭ではフルーツやヨーグルト等)



## 中国

- ・「アフタヌーンティー」や「3時のおやつ」といった食習慣が基本的でない。
- ・子供たちが会話をしながらひまわりの種やナッツ類をつまむ。
- ・大人はケーキやクッキー、パンなどをコーヒーと一緒に飲む



## ドイツ

- ・カフェーツァイト (コーヒーの時間) 午後3時が一般的であるが、地域によって異なる
- ・子供のおやつは、野菜スティックやフルーツなど、栄養価の高い食品を選ぶ親が多い
- ・大人はケーキやクッキー、パンなどをコーヒーと一緒に飲む

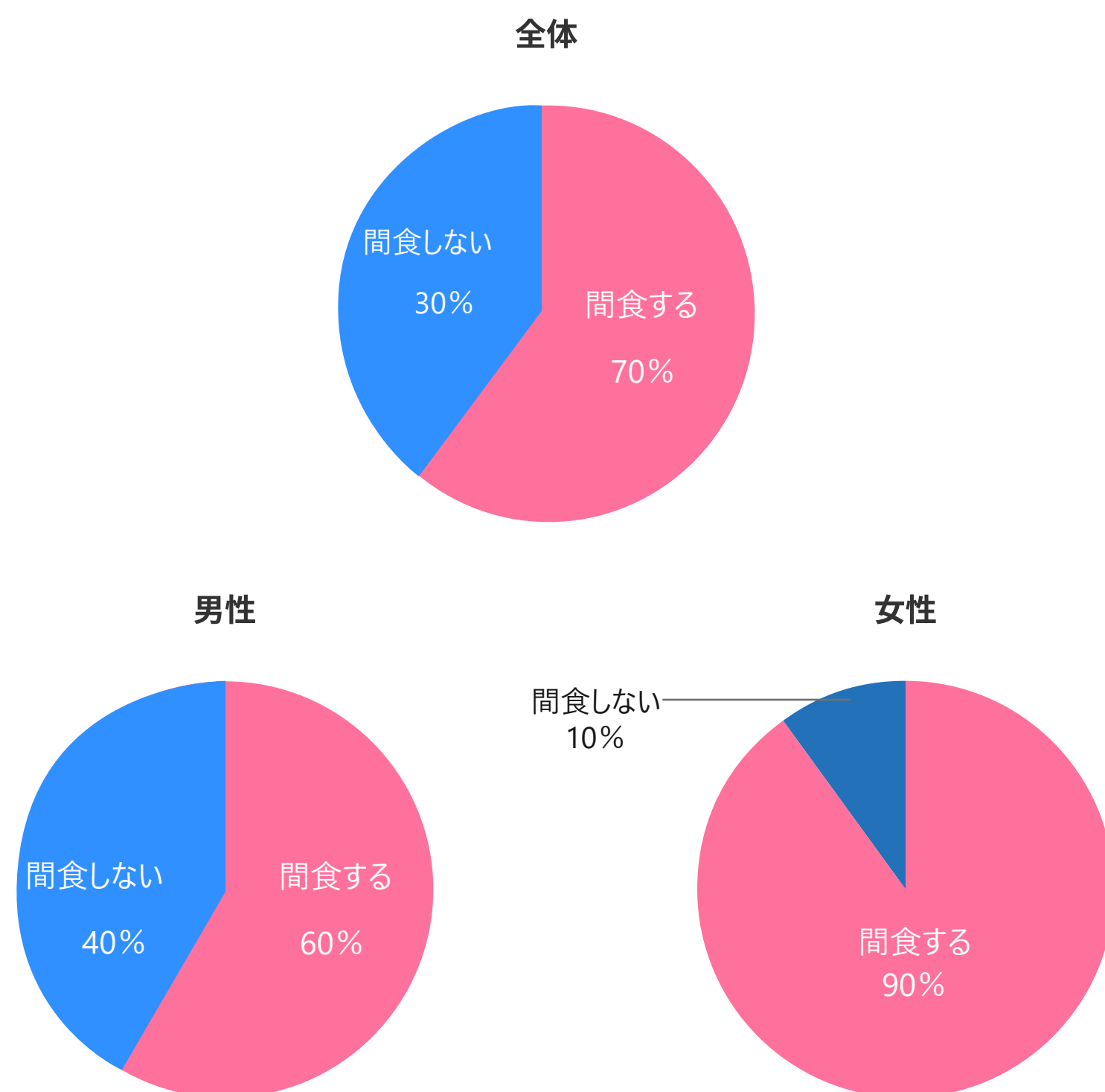


## POINT

- ・世界中で食事とは別に「おやつ」という時間を設けていることが多
- ・子供のおやつにはフルーツや野菜など、素材の味を楽しめるものを与える親も多い
- ・親子や周りの人々とコミュニケーションを取る手段にもなっている

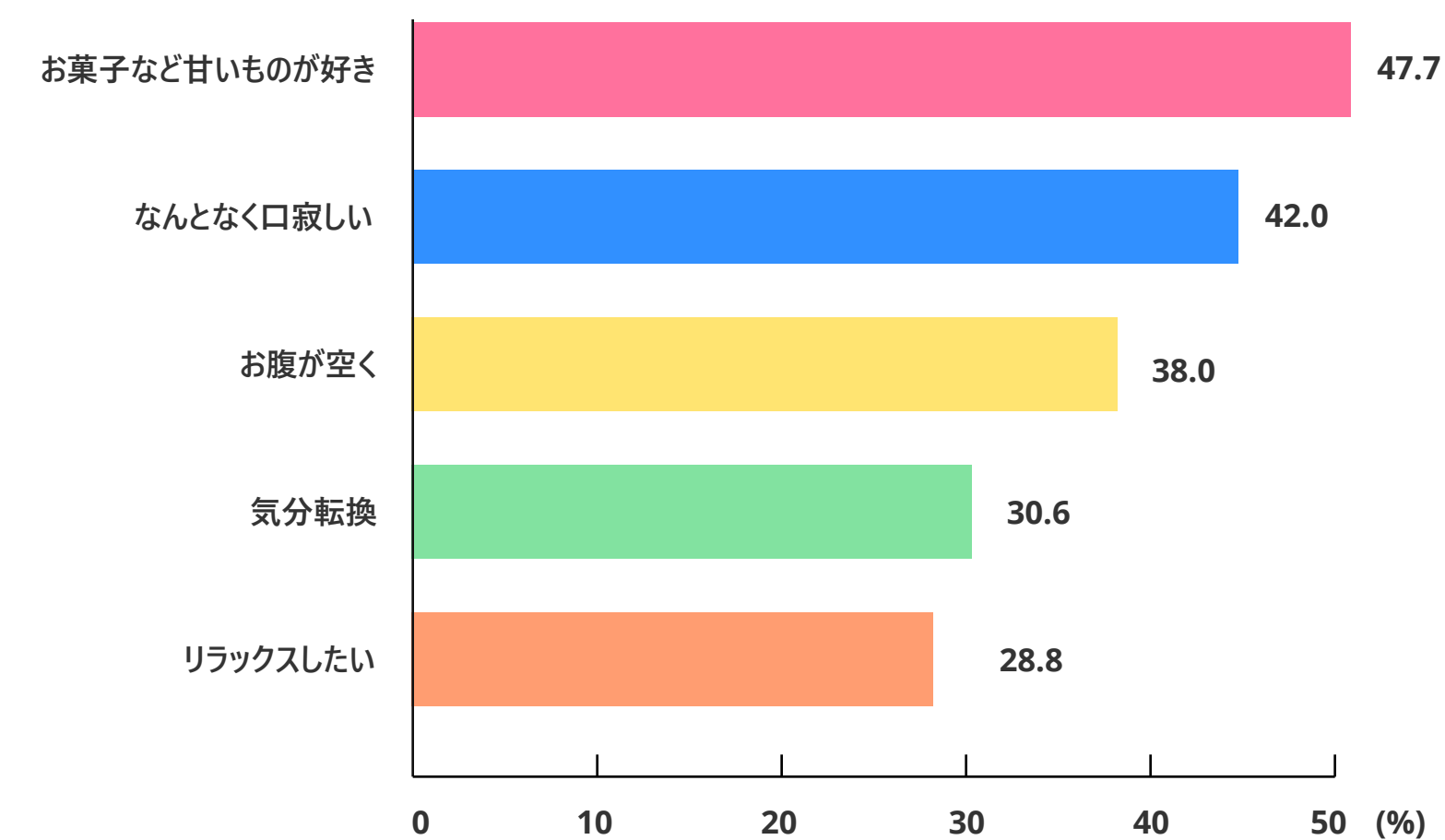
# 日本人のおやつ習慣(1)

## ■おやつを食べる人の割合



比率でいうと女性のほうが間食する割合が多いが、  
全体で見ても7割以上の人が間食をする。

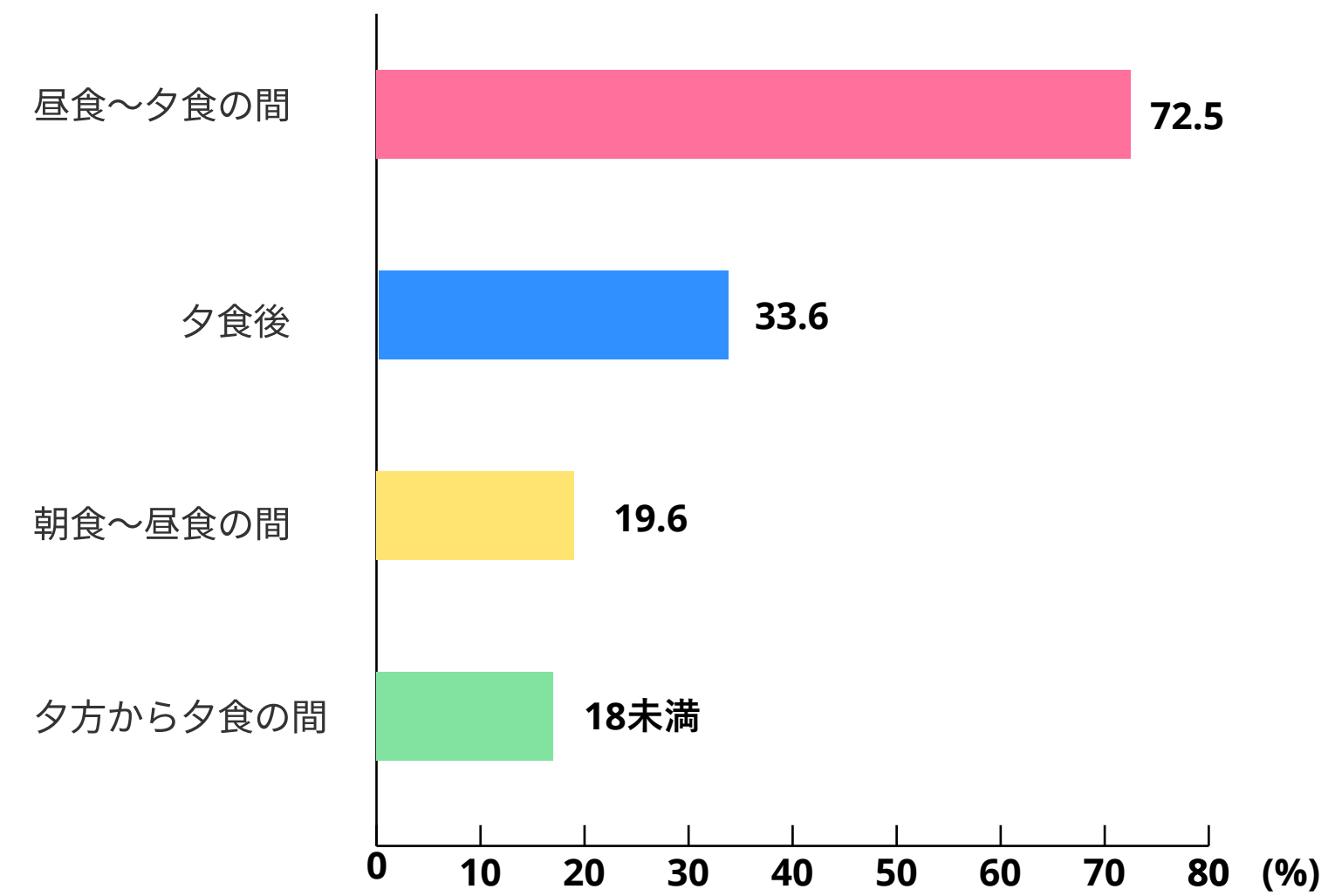
## ■おやつを食べる理由



甘いものが好きという理由やお腹が空いて食べるという理由以外に、  
特にお腹が空いているわけではないが、精神的な感情を満たす理由(気分転換、リラックスしたい、ストレス解消、暇つぶし等)が多くを占めているという現状。

# 日本人のおやつ習慣(2)

■おやつを食べる時間帯(複数回答可)

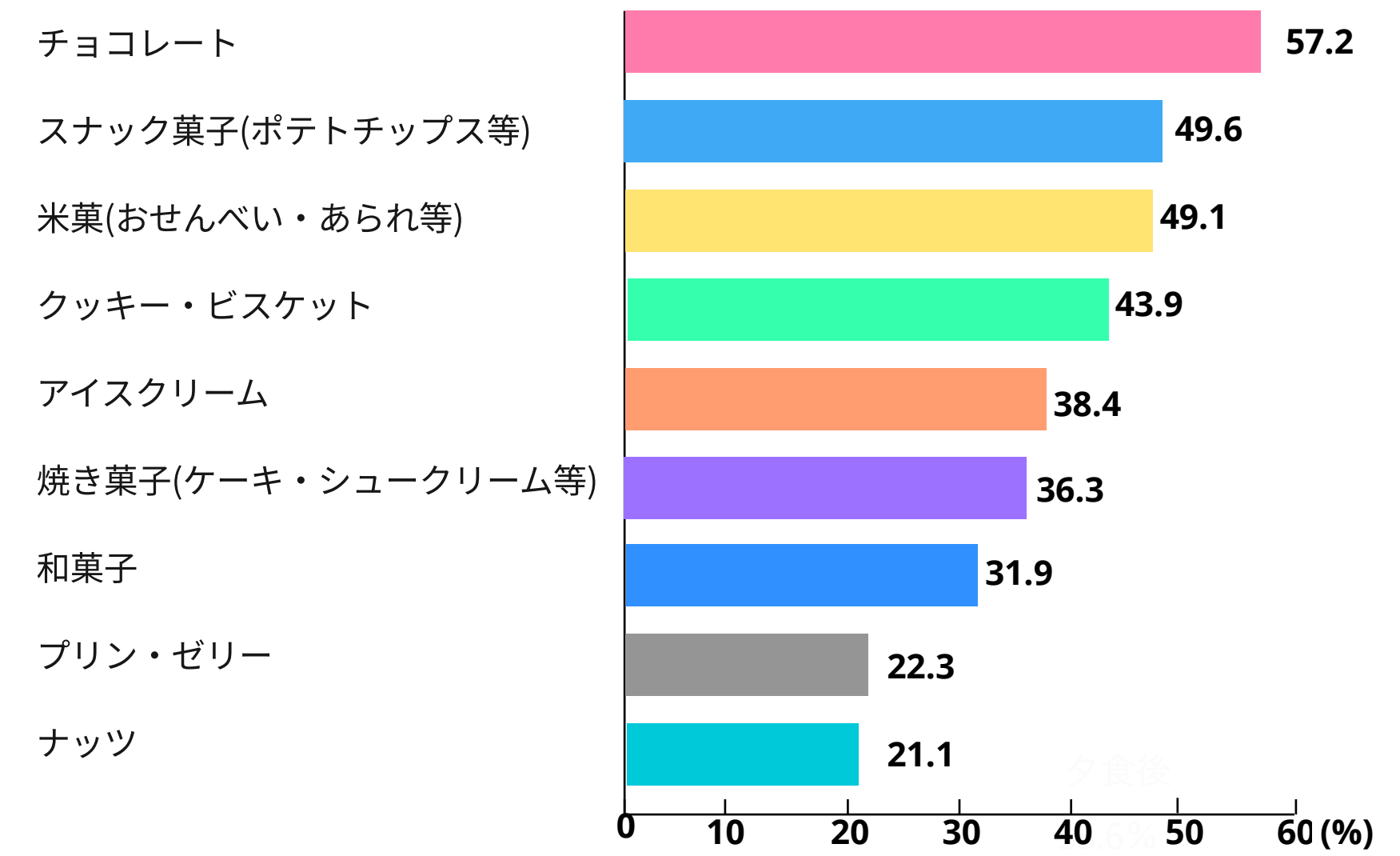


夕方から夕食の間は若年層、昼食から夕方の間は30～50歳代や60～70歳代で比率が高い。

また10%程の男性30～50代の男性は深夜に間食する傾向にあるという。

仕事がひと段落する夕方頃、もしくは主婦が家事をこれからもうひと頑張りする時間帯に少しの息抜きとして間食をするのではないかな。

■おやつでよく食べるもの(複数回答可)

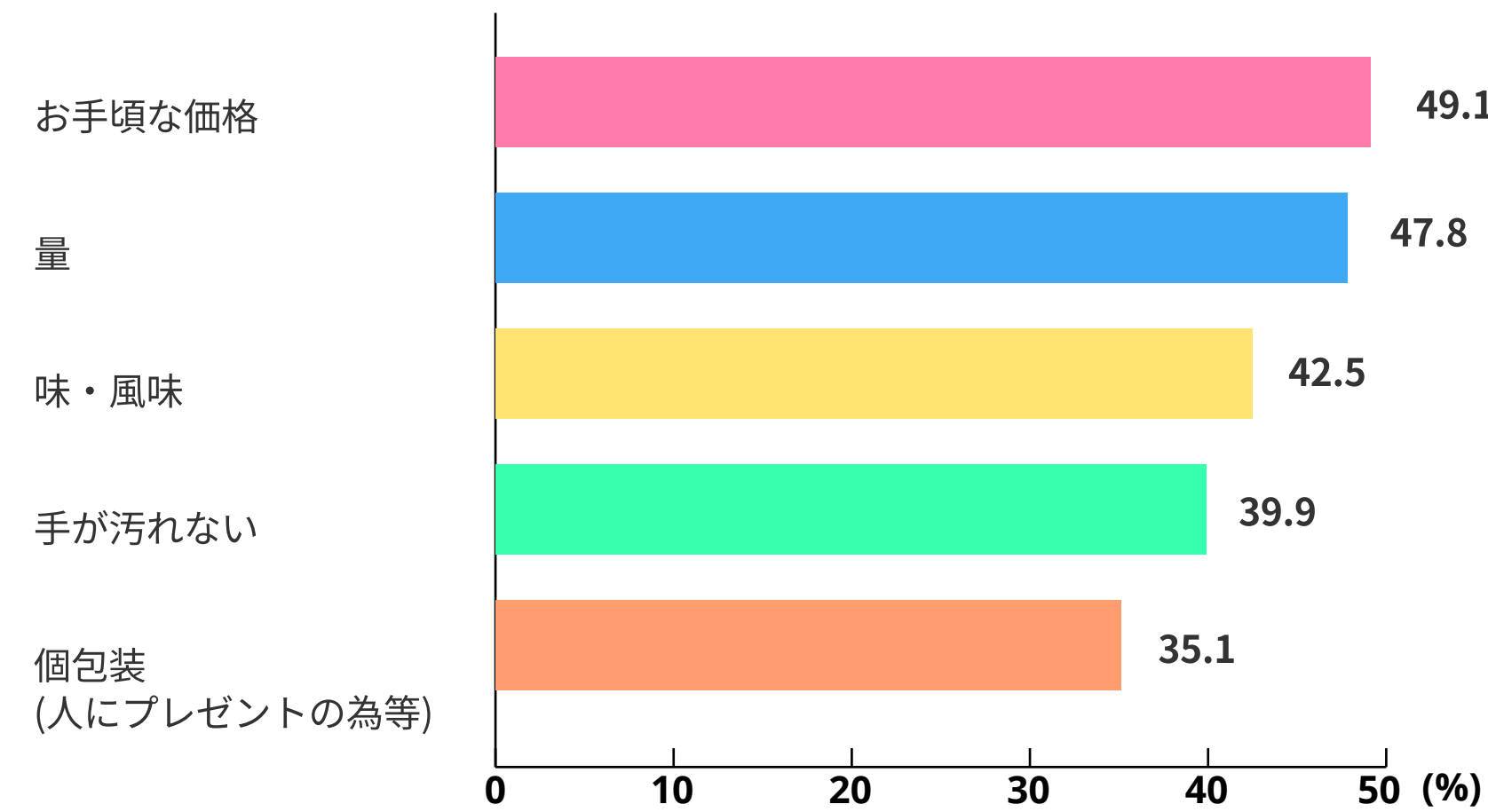


ケーキ等の焼き菓子やカップデザートを抑えて、チョコレートやスナック菓子等が上位に来ている。

- ・仕事や家事の合間にさっとつまめるものを多く取り入れる傾向。
- ・専門店等で購入するのではなく、スーパーやドラッグストア等で安価で買えるものが多いのでは？
- ・家族が好きなものを購入し、自分も同じものを食べているスタイルでは？

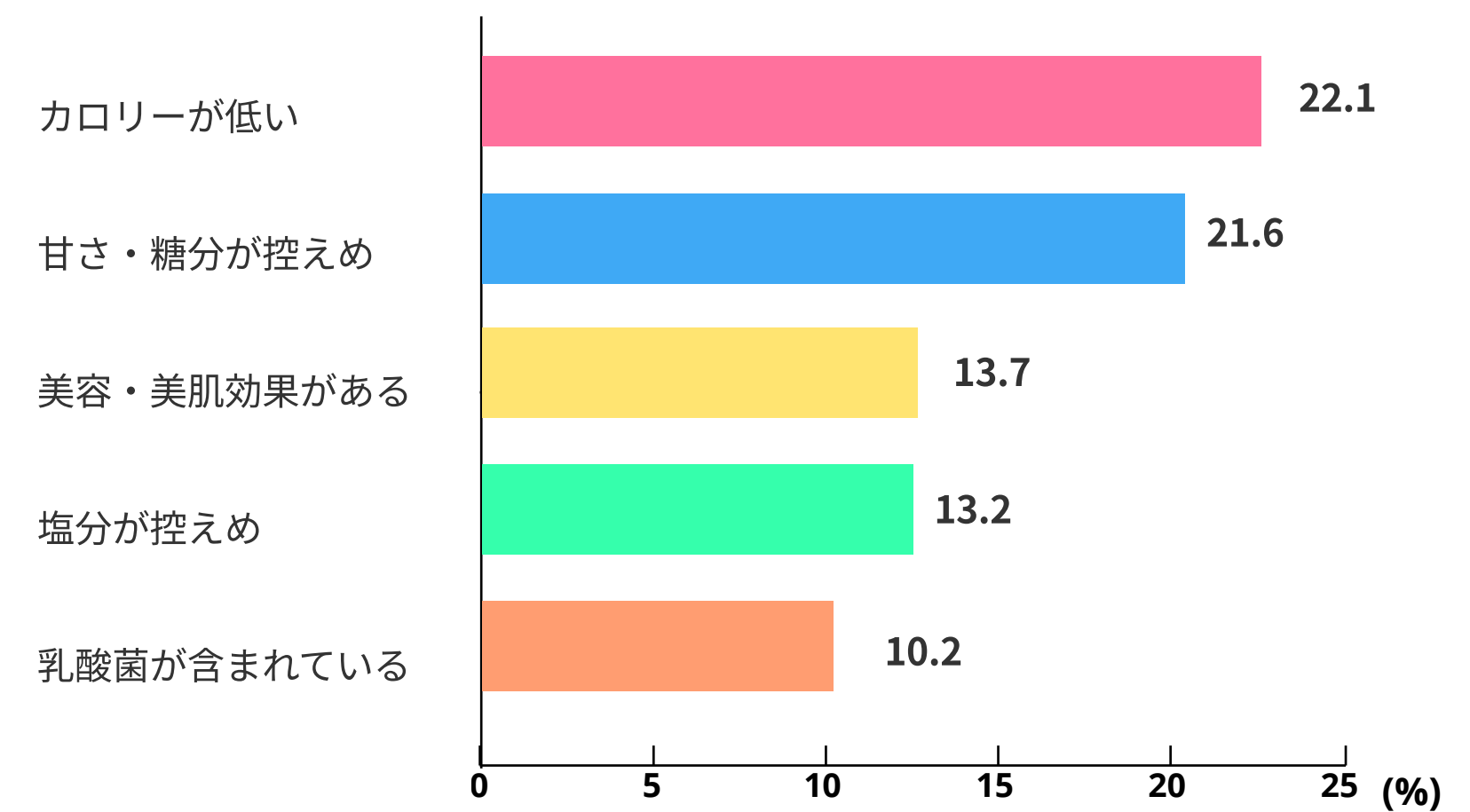
# 日本人のおやつ習慣(3)

■おやつに求めるもの(回答者女性のみ・複数回答可)



忙しい時間の合間にお腹を少しでも満たすため、リラックスタイムを取るために味や風味が1位と思われたが、実際はやはり価格やコスパが1位という結果に。近年の相次ぐ材料費の高騰も影響している可能性が高い。

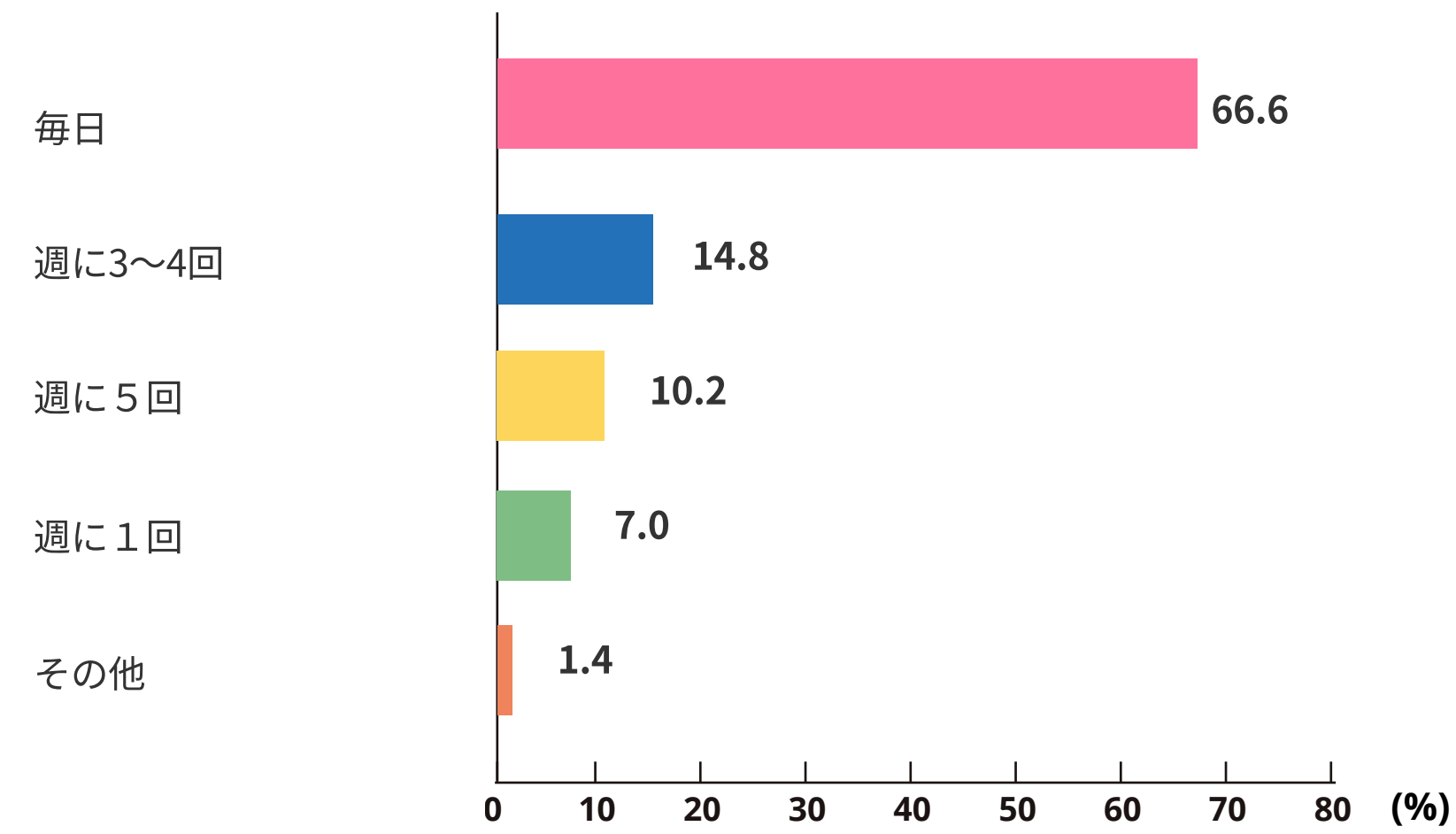
■健康・美容面でのおやつ選びのポイント(回答者女性のみ・複数回答可)



やはり健康や美容に気を配る女性はとても多い。しかし実際購入するお菓子はスナック菓子が上位であるが、本当は自分自身のために美容に良く健康的なものを取り入れたいのではないか。  
→パッケージの裏面を確認する人は多いが、本当に満足したものを購入できているのか？  
またそういったお菓子は単価が比較的高く、種類も限られてくるため、なかなか購入にまで至らないケースも多いのでは？

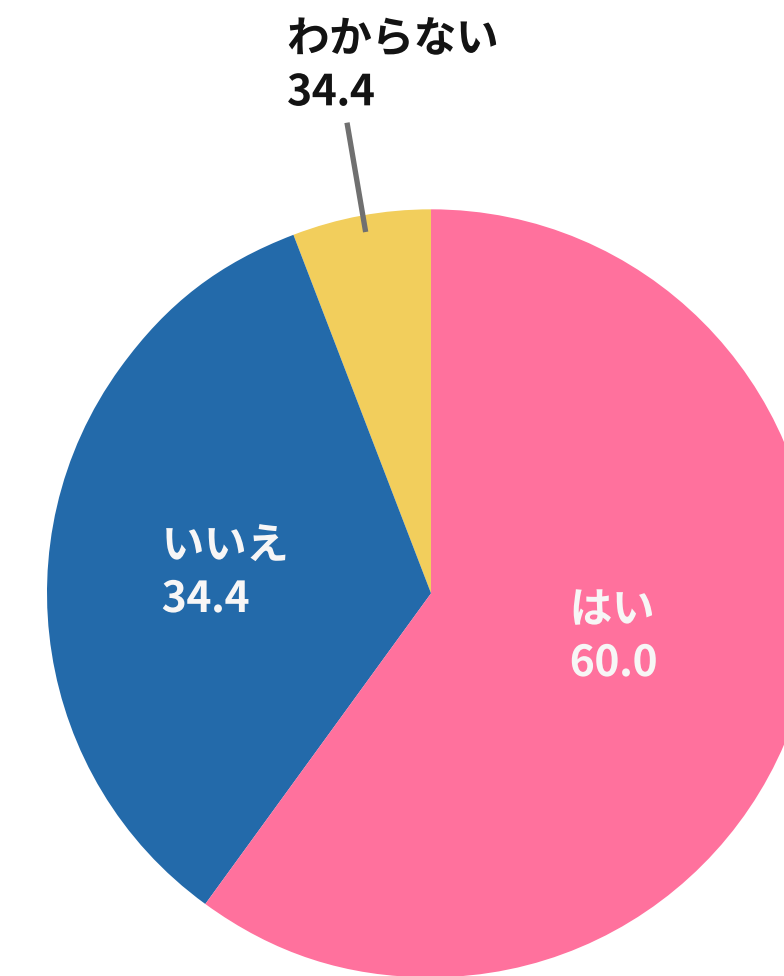
## 日本人のおやつ習慣(4)

■親が子供に与えるおやつの回数



子供には毎日おやつを与える、若しくは週に5回与えると回答した親は、全体の75%を超えている。子供にとっておやつは楽しみの時間であることがわかる。また親にとって子供におやつを与えるという行為は、子供に楽しみを与えることが大半であると思うが、時には子供の機嫌を取るためであったり、自分自身もほっと一息つくための手段であると言えるだろう。

■子供にどんなおやつを与えるべきか悩むことはあるか

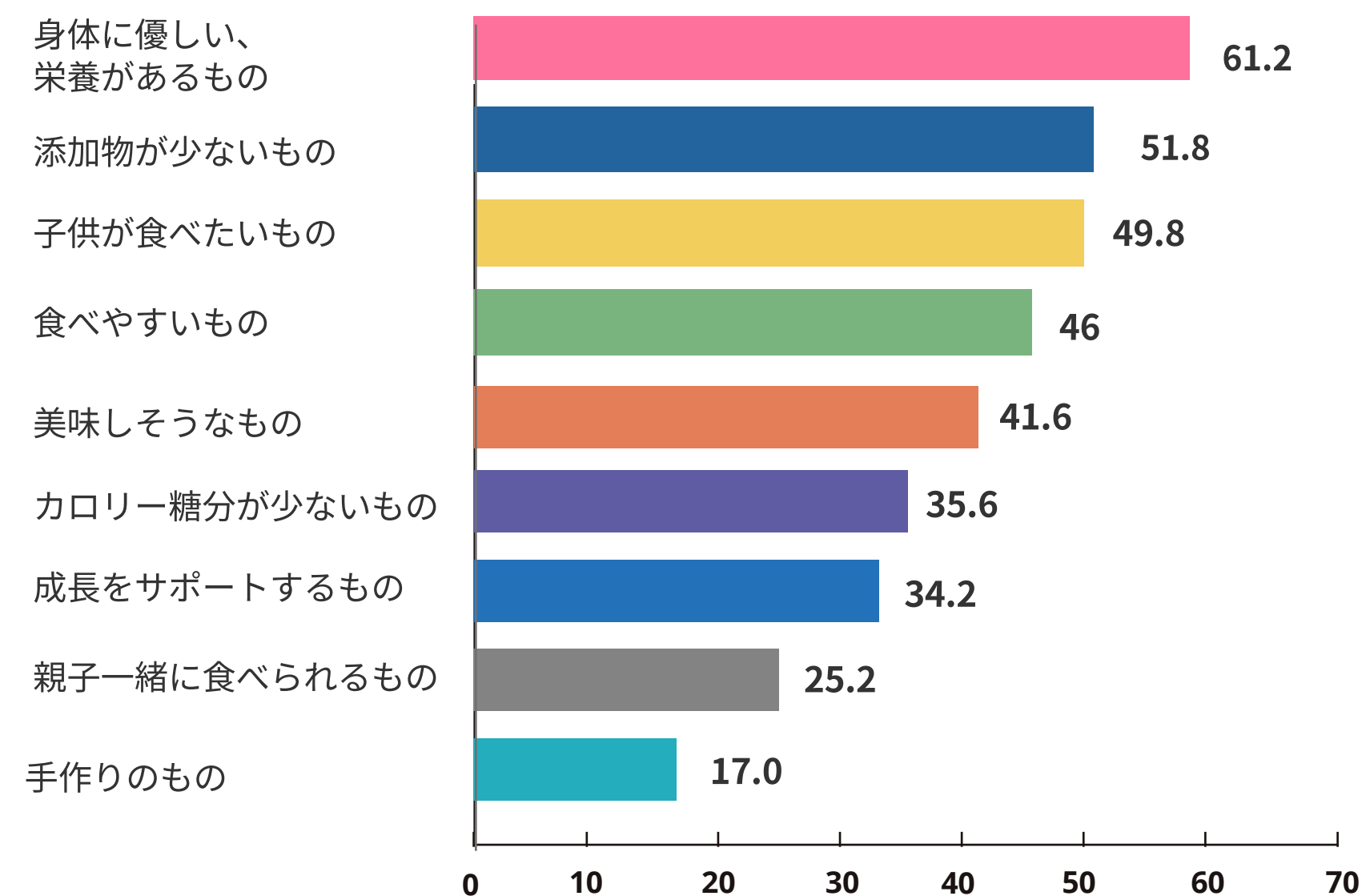


高い頻度で子供にお菓子を与える一方で、その内容に悩みを抱える親は多数いる。



# 日本人のおやつ習慣(5)

## ■親が子供に与えたいと思うおやつ



親が子供に与えたいおやつは「身体に優しい、栄養があるもの」が60%以上の最多。  
「添加物が少ないこと」「成長をサポートするもの」など子供の身体に安全であることを理想とする一方で、「子供が食べたいもの」「美味しそうなもの」という意見も多くあり、子供が喜んで食べてくれるものであることが欠かせない要素とも言える。  
また親子で一緒に楽しめるという意見が25%程占めていることにも注目。

### データ参照

- PR TIMES  
<https://prtimes.jp/>
- アンケートデータベース (MyEL;ミエル)  
<https://myel.myvoice.jp/>
- モンテール スイーツ学園  
<https://gakuen.monteur.co.jp/sweetsmagazine/articles/world-snacks.html>

# 女性や子供にとって理想的なおやつとは？

## ■おやつを食べる3つの目的

- ・小腹を満たす
- ・気分転換 ————— 甘いものを摂取して血糖値が上がれば、βエンドルフィンを含めた脳内物質が分泌され、幸せな気分になり興奮がおさまり気分が落ち着く。
- ・コミュニケーション — 友人や同僚とのおやつを食べながらの会話  
親子でお菓子を作る  
お菓子のお土産を知り合いに渡すなど

## ■市販のおよつの身体や精神への影響

- ・太る
- ・糖尿病などの生活習慣病を起こしやすくする
- ・食べ過ぎると砂糖依存症になる(より多くの糖分を摂らないと満足できない)
- ・気分の浮き沈みが激しくなる

## ■子供の味覚は3歳で土台ができる

食事はきちんと管理していても、おやつにまで手が回らない親も多い。しかし、糖分や脂肪分、添加物がたくさん含まれている市販の多くのおやつにこそ危険が潜んでおり、小さいころからそういった商品に慣れ親しんでしまうと、味覚が鈍ってしまう可能性も。

多くのひとにとっておやつは欠かせない食習慣である

安心して食べることができるおよつの内容・量であるならば、健康を損うことがない

少子高齢化の現代だからこそ、年代を問わず健康的なものを摂取する必要がある

一方で市販のケーキやスナック菓子に慣れてしまうと、ナッツや果物など自然の甘味では物足りなさを感じる人が多い

# scsc arcが考えるおやつ

## ■scsc arcが考える理想的なおやつ(間食習慣)の名称とその由来

### 3 Plus 「スリープラス」

3時におやつを食べることを推奨 昼食と夕食の間の空腹対策・夕食の食べすぎ防止

3度の食事にプラスする「おやつ習慣」という意味合い

おやつを食べることの3つのプラス

**栄養**をプラス たんぱく質や野菜・果物など素材の持つビタミンや食物繊維などの栄養素

**安心**をプラス 無添加で身体に安心

**幸せ**をプラス おやつの時間を一人で味わう喜び、誰かと分かち合う喜び

#### point

市販のお菓子を全く摂ってはいけないと考え方ではなく、心を満たすことができればそれは幸せなおやつと言える。しかしそれが長く続くと心身共に健康を害す恐れがあるので、日常ではscsc arcが提供するおやつで身体を健やかに保ちましょうという考え方。

# scsc arcの3つのコンセプト

”おやつをきっかけに一生の食習慣を見直す”

## 01 おやつで 食事量コントロール

ついつい止まらないおやつの適正量を把握し、1日全体の食事量を調整。食生活全体を意識する機会を作ります。

## 02 おやつで おなかと心を満たす

scsc arcの商品は100種類以上のお菓子をご用意。  
「おやつ相性診断」で簡単な質問に答えて、好きなおやつの傾向をscsc arcが把握します。数ある商品の中からお好みに合わせた商品を毎月6種類お届けします。

## 03 おやつで コミュニケーション

家庭・職場・学校等における日本人のコミュニケーション不足の問題を「おやつ」という食習慣を通して解消するきっかけ作りをします

more

## 01 100種以上の安心おやつで 心を満たす

### ■おやつへのこだわり

scsc arcが選ぶおやつは、全国の農家やお菓子の生産者から厳選している。  
また小麦の代わりに米粉を使用する、人工甘味料や保存料等の添加物や白砂糖を極力排除し、心から安心して楽しみ、癒されるおやつを追求している。

### ■100種類以上の商品からおやつ相性診断でお好みのおやつをお届け

基本的な間食の目安  
・カロリー 200kcal/日  
・糖質量 10g

ドライフルーツやナッツや小魚せんべいなど健康的な間食として推奨されるおやつも商品に取り揃えているが、scsc arcではそういったおやつにありがちな「物足りなさ」を払拭させるお菓子を豊富に用意。またたんぱく質や野菜果物のビタミン等の栄養素のことを考えられている。(下画像参照)  
さらに飽きが来ないように、常時100種類以上の商品を用意し、「おやつ相性診断」でお好みの商品をピックアップしてお届け。

美容成分たっぷり  
5種ナッツのガトーショコラ



季節の焼き豆腐ドーナツ



小魚まるごとせんべい



砂糖不使用  
ドライフルーツ



## scsc arcの3つのコンセプト(2)

### 02

#### おやつで

#### 食事量をコントロール

##### ■基本コース 7,000円/月で(送料込)消費者好みのおやつを配送

- ・パウンドケーキやドーナツなど少しボリュームのある焼き菓子人数分×2種類と、チップスやおせんべい・クッキーなどのつまめるおやつ12種類を1セット(計14日間分)
- ・1袋が1日の適正量となっている
- ・利用人数に応じて内容量を選ぶことができる

S (1~2名用) ¥3,500

M (3~4名用) ¥7,000

L (4~5名用) ¥9,500

##### ■15時のおやつ時間を推奨。おやつを中心に1日の食事量をコントロール

15時におやつを設定することで、昼食から夕食までの忙しい時間帯の空腹状態を防止、夕食の食べすぎを抑えることができる。また1日の適正量が袋ごとに分かれているので、それを午前と午後に分ける等自分でコントロールすることも可能。

##### ■定期便スキップ・停止サービスも自由なタイミングで可能

「今月の定期便は不要」「もうこのサービスは退会したい」と思ったタイミングで解約可能。

##### ■単品で購入も可能

毎日おやつを食べる習慣がない場合も考慮し、基本的には14日間(2週間)分のセットになるので、追加購入する場合は単品で購入可能。

### 03

#### おやつで

#### コミュニケーション

##### ■コミュニケーション不足の解消におやつを利用する

日本人は世帯構造の変化やライフスタイルの多様化により、一人で食事をする「孤食」が増えていると言われている。子供にもこの孤食が増えていることがかなり問題である。



一人で食べる食事の「おいしい」…脳内でドーパミンが分泌

誰かと食べる食事の「おいしい」…脳内でドーパミンとオキシトシンが分泌 >より幸福度が高まる

※ドーパミン

「快感や多幸福感を得る」、「意欲を作ったり感じたりする」、「運動調節に関連する」といった機能を担う幸福ホルモン

※オキシトシン

人や動物との交流やコミュニケーションによって分泌される幸福ホルモン



「おやつ」の時間を積極的に設け、他人とのコミュニケーションを図る

家庭・会社・学校(教育機関)の3つの場所を土台として  
おやつ時間を提供する

# ターゲット層(1)

## コアターゲット 20代後半~30代後半の女性

健康や美容を意識する年齢で、お菓子が好きな女性。

この世代は仕事・家事・育児に忙しいので、手軽におやつを楽しむ時間を持ってほしいという願いと、またその女性のお子様やご両親にも健康的なおやつが広まる可能性がある。

### ■コアターゲットのペルソナ



**名前** 早川 満里奈 (現在8か月の娘の育児休暇中・夫と3人暮らし)

**年齢** 30

**職業** 会社員

**趣味** 旅行・カフェ巡り・マラソン

#### 1日の行動

- 6:00 起床・家事(洗濯・朝食作り)
- 6:30 夫・子供起床
- 8:00 夫見送り・残りの家事・子供の離乳食・授乳
- 10:00 近所の児童支援センターに子供と遊びに行く
- 11:30 帰宅
- 12:00 子供昼寝・自分の昼食・子供と昼寝
- 14:00 子供起床・テレビを見たりおもちゃで遊ぶ・おやつを食べてまったり
- 16:00 散歩・スーパーでお買い物
- 17:00 家事(夕食作り)・子供のお風呂
- 20:30 夫帰宅・子供就寝・家事・自分のお風呂
- 11:30 僅かな自分時間・就寝

#### 普段考えていること

- ・育児は大変だけど、子供は本当にかわいい。
- ・今の楽しみは子供の成長と食べること。
- ・今は授乳中だから、忙しいけど自分の食事内容が気になるなあ。本当はお菓子も大好きだけど、授乳のことを考えて我慢したい。でも子供が寝ると息抜きしたいから、体に悪いと分かっているけどつい市販のお菓子をたくさん食べちゃう。
- ・スーパーでよく見るドライフルーツやナッツも美容には良さそうでも、こういう系のお菓子って高いし、どうもおいしそうに見えないんだよね。
- ・とはいえ、子供が大きくなってからも食べものには気をつけたい。子供はおやつもきっと好きだろうし、安心して与えられて、一緒に食べられるものがいいな。

## ターゲット層(2)

### サブターゲット 50代後半~60代の女性

子供が大きくなったり、孫が誕生したりする年代ではあるが、だからこそ仕事や趣味を楽しみ、人生を謳歌するときとも言える。一方で40代頃から体の不調も感じる時期でもあるので、身体と心に良いものを積極的に取り入れたいと考える年齢層。

#### ■サブターゲットのペルソナ



**名前** 遠藤 奈津子 (夫と犬の3人暮らし・3歳女の子の孫がいる)

**年齢** 57

**職業** パート(事務)

**趣味** フラダンス・孫と遊ぶこと

#### 1日の行動

- 6:30 起床・家事
- 7:00 犬の散歩
- 7:30 朝食・仕事の支度
- 9:00 パート
- 16:30 スーパーに寄って帰宅・お菓子をつまんで休憩
- 17:30 家事
- 18:30 犬の散歩
- 19:00 夫帰宅・一緒に夕飯
- 20:00 趣味のフラダンスの練習
- 21:30 お風呂
- 23:00 就寝

#### 普段考えていること

- ・子供たちが独立して寂しかったけれど、今は孫を連れて遊びに来てくれている。仕事や週1日のフラダンス教室もとても充実していて、毎日が楽しい。
- ・もうすぐ60歳だなあ。いま元気なことは有難いけれど、子供を育てながら仕事をしているときは食生活もいい加減だったし、食事代わりのお菓子なんてしょっちゅうだった。今はできるだけ体に良いものを取り入れようと努力しているけれど、仕事後のお菓子だけはなかなか止められない。
- ・そういえばこの間、娘が孫と一緒に食べていたおやつはとっても美味しそうで、体に良いって話だったな。自宅に配送してくれるというし、私の普段の甘いおやつもそういうものに切り替えてみようかな？

## サービス・特典の具体的な施策(1)

### 初回特典① 定期便購入で3か月間半額

初回からおやつ相性診断を受けて頂き、お好みの商品をお届け。  
以降マイページから商品の好みランクを設定し、次回よりその結果を踏まえた商品が発送される。

### 初回特典② 人気商品が入ったおやつBOX(ワクワクBOX)をプレゼント

オープニングキャンペーンとして先着800名様に¥2,000相当の人気商品を詰め込んだワクワクBOXをプレゼント(LPを作成し、大々的に広告)

### 継続特典 ランク設定によりお得な特典がある

ポイントに応じてランクを設定。  
そのランクに応じてお得なサービス特典を付けられるように会員特別サービスを設定する。

#### ■ポイントの貯め方

- ・定期便購入
- ・月に1回マイページにログイン
- ・おやつの評価・リクエストをする



#### ポイントに応じてランク設定

#### ■ランクによる特典の例

- ・割引クーポンの配信
- ・イベントのご優待
- ・サプライズギフト(新商品の特別プレゼント)

## サービス・特典の具体的な施策(2)

### おやつ相性診断

定期便購入の際、「おやつ相性診断」というアンケートを通して100種類以上あるおやつの中から好みを調査し、個人個人にあった商品をピックアップして毎月配送するシステム

#### ■リクエスト・評価システムの導入

食品系の定期便を解約するきっかけは食べきれず廃棄することが多い。  
そのきっかけを撲滅するために、個人個人の好みを徹底的に調査する。  
もしこの好みでない商品が届いた場合、マイページからその旨を登録できるというお菓子の評価システ



## 商品の具体的な施策(1)

### 各商品からどんな栄養素が摂取できるかをわかりやすく表示する

最近では機能性を備えたお菓子が市販品でも多く出回っているが、scsc arcはそのすべてが無添加で安心して摂取できることが特徴。各商品がどのような栄養素が入っているのかわかりやすく表示し、栄養素を知るきっかけや日々の栄養に関する意識作りを行う。

#### ■例1 現代人に不足しているたんぱく質を補うプロテインバー



子供も大人も！プロテインバー

たんぱく質

マークで表示

たんぱく質が不足すると・・・  
・筋力低下→疲れやすくなる  
・満腹物質が分泌されづらくなる

栄養の知識を適宜入れる(コラム等で発信)

## 商品の具体的な施策(2)

### アップサイクル商品への取り組み

生産者や加工事業者において、品質には問題がないにもかかわらず、形や大きさが規格外であることで破棄される素材を貴社のお菓子作りに活かし、フードロス問題の解決に寄与する。

#### ■規格外在庫を抱えた生産者の救済

#### ■農家や生産者の写真を載せ、顧客に安心感を与える

#### ■貴社のイメージアップ

ただ商品を生産するのではなく、食品業界が抱える問題を解決しようとする取り組みをWEBサイトにも掲示することで、貴社のイメージアップを図る。

# 家庭における具体的な施策(1)

## 食後のおやつの時間を積極的に取り入れるコンテンツや商品を作る

子供が小さいうちから両親は仕事、子供は保育園に通い、少し大きくなれば塾や習い事に忙しいという家庭も多い。

家族全員が揃いやすい時間にほっとでき、コミュニケーションを持つことのできる時間を、週に1回持つことを推奨する企画。

### ■ タイトル：「夕食後のほっとおやつタイム」

#### ■ 商品

- ・ 夜に食べても罪悪感の少ないもの(基本コースのパウンドケーキや単品商品で作成)
- ・ 栄養価の高いもの(糖質・脂質控えめ)

#### ■ 目的

- ・ 家族間でのコミュニケーションを図る時間を持つ
- ・ 人に自分の話をすることでのストレス緩和・リラクゼーション効果
- ・ 両親も食後や寝る前に携帯やテレビを見る時間が減り、睡眠の時間の確保・睡眠の質の向上に繋がる可能性も

# 家庭における具体的な施策(2)

## 人気商品のレシピを特別公開

スーパー等で購入可能な食材を使って、家庭で作りやすい人気商品のレシピを特別に公開する。

### ■ 親子の交流を持つきっかけ作り

主に小学校就学前～高校生のお子様がいる家庭に向けた企画。  
「このお菓子おいしい！どうやって作るんだろう？」「レシピがあるよ！作ってみようか」といった交流を持つきっかけに。

### ■ インスタグラムやエックスにお菓子の完成写真を投稿すると、毎月抽選で新商品のお菓子をプレゼント

お菓子作りをする方は、料理に対する苦手意識が少ない傾向がある。  
そのような方々に新商品を試し、その評価をしていただくことで、新しい統計が取れる可能性がある。

### ■ レシピはサイトで閲覧可能にする

小さいお子様でも読めるようにフリガナを付け、やさしい雰囲気デザインにする。

## 学校における具体的な施策(1)

都内の小学校1校に試験的に「スナックタイム」を導入し、その際のおやつとして貴社商品を提供する

### ■ 海外では休憩時間に「スナックタイム」が導入されている

アメリカやイギリスなどの海外では、午前10時頃の子供が空腹を感じやすい時間帯に「スナックタイム」という時間が設けられ、自宅から持ってきた、若しくは学校で配布された果物やおやつを外などで食べる時間が持たれている。



日本でも同じような時間を取る必要があるのでは？

- 朝ごはんを食べない子供たちの栄養補給
- 学校が苦手な子供に楽しい時間の提供
- 勉強の合間の気分転換

### ■ 「スナックタイム」を通して子供たちの食育をする

貴社の商品の自然な甘みを子供たちに感じてもらい、私たちが日常的に食べるものは、食品表示などを確認し、自分たちの意志で選ぶことが大切なことを伝え、またおやつで人と繋がる喜びを味わう時間を体験してもらおう。

### ■ 学校の時間割の中に「スナックタイム」を取り入れる活動の普及

## 会社における具体的な施策(2)

### オフィス提供サービス「サクサクオフィス」

オフィスで自由に貴社商品を購入できるサービスの展開。  
無人レジ対応、キャッシュレス決済OK。

### ■ 家庭に貴社商品が広まる可能性

オフィスのお菓子を社員が家族用に購入することも多い。

### ■ 忙しい社会人のための捕食商品

プロテインバーなど、栄養を補えるものも用意。

## コンテンツ面における具体的な施策(1)

### 栄養バランスを考えるコラムの作成

#### ■ おやつを見直すことで、健康的な生活を考えるきっかけを作る

乱れた食生活を変える為には、おやつだけではなく、3食の栄養バランスや精神の健康など他の部分も見直しは不可欠である。それらを盛り込んだコラムをサイト内に作成。

#### ■ コラム内容

- ・理想の間食とは？
  - ・海外の間食事情
  - ・忙しい現代人は栄養バランスをどう考えたら良いのか？
  - ・栄養士との対談
- 等

#### ■ 更新頻度

隔週1回程度

## コンテンツ面における具体的な施策(2)

### 『HEALTH BOX』アプリの作成

1日の食事内容や運動等を入力するだけで、総合的に管理できる会員限定アプリの作成。

人間は数値を記録したものを見るだけで、その結果を良くしようと無意識のうちに努力をし始めるという実験検証がある。

#### ■ 記録できる内容

- ・食事…アプリのカメラ機能で食事を撮影すると、おおよそのカロリー・栄養バランスを自動的に算出
- ・運動
- ・睡眠
- ・日記…1日の感情・出来事を記すことができる。メンタルと食欲は密接に関係しているので、その部分も客観的に見直すことができるように

#### ■ アプリ会員特典

ポイント付与

- ・アプリログイン時
  - ・1週間記録記入達成時
  - ・栄養バランスが90点以上の時
- 等

アプリケーションアイコンイメージ図



scsc arcのロゴイメージ図と区別  
毎日の記録を忘れないように、  
目立つキーカラー色をベース

# ロゴタイプ・ロゴマーク

## ロゴタイプ・ロゴマークのご要望

### ■使用シーン

- ・WEBサイト
- ・商品外箱・パッケージ
- ・名刺
- ・SNS等

### ■ロゴタイプ・マークが与える印象

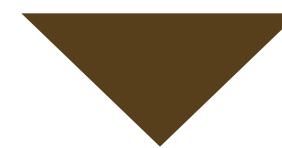
- ・女性や子供に「かわいい」と思ってもらえる
- ・ナチュラルで優しい
- ・おやつに関連するブランドだと一目でわかる
- ・ロゴタイプはすぐ読むことのできるシンプルなもの

### ■ロゴマークのモチーフ

- ・お客様がポストや配達員から商品を受け取って箱を開けるときに、箱の外側のロゴマークを見ただけで笑顔になったり、明るい気持ちになるようなもの
- ・楽しみにしている子供にも分かるような動物やちょっとしたキャラクターなど何かポイントになるものが入っていることが望ましい。

### ■色合い

おやつの色合いも落ち着いているものが多いので、ロゴも落ち着いたナチュラルな雰囲気の色合い



## ロゴタイプ・ロゴマークのご提案



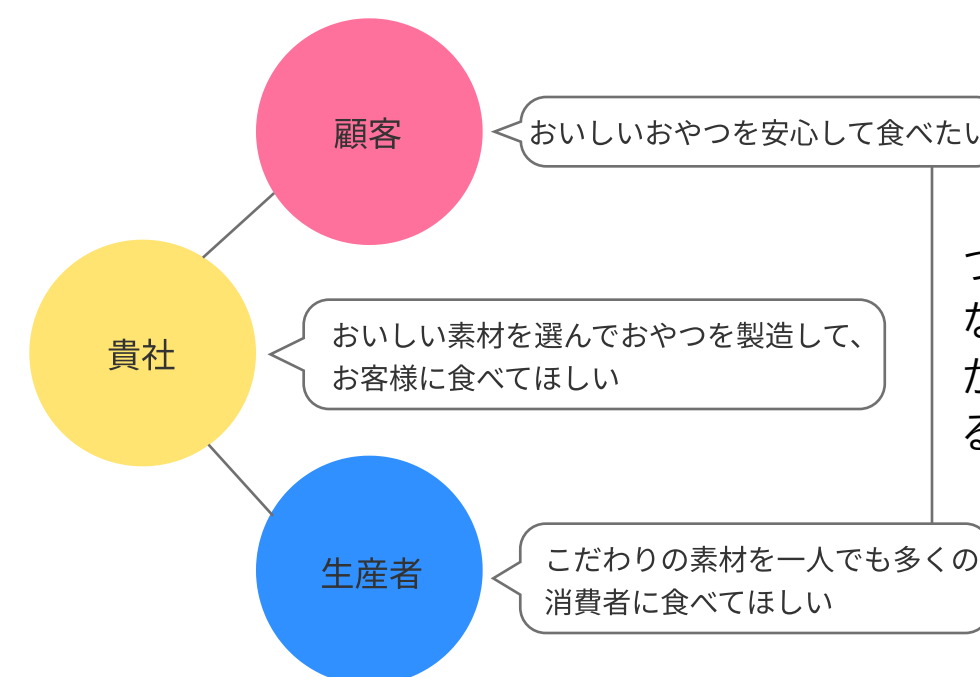
### ■可愛らしいクッキーモチーフのロゴマーク

小さい子供も「クッキーのマーク」「にこにこマーク」と表現できるように

### ■落ち着いたナチュラルな色合い

- ・着色料等を使用していない自然な素材の色が映えるように、落ち着いた色とトーン(rgbカラー #573F1C使用)

### ■貴社のサービスが3つのこだわり(円)で成り立っている



### ■名刺デザイン・商品パッケージデザイン(横長)

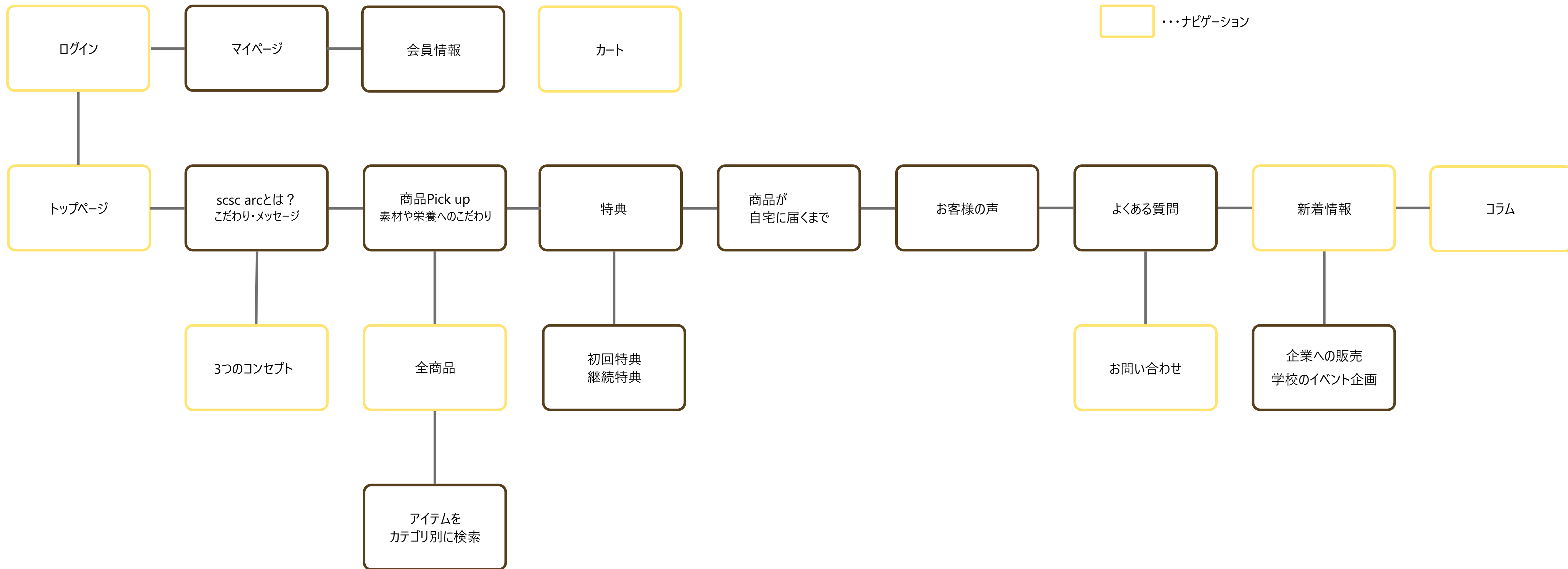
ロゴマークあり

**sese are**

ロゴマークなし

**sese are**

# サイトマップ



# WEBデザインコンセプト

WEBサイトを見ている段階で、たのしい・おいしいおやつ体験を味わうことができる

## UI design

### 見やすい、分かりやすい、購入しやすい

- ・安心して見ることができる余裕を持った字間・行間。アニメーション
- ・欲しい情報がどこにあるかすぐ分かるようなナビゲーション (タイトル名・位置)
- ・いつでも商品を申し込みできるようおやつ診断のアイコン場所は固定設置・動きにあるアニメーション

## UX design

### 流し読みした後、 もう一度サイトを見直したくなる

- ・育児・家事・仕事と多忙な20~40代の女性が、すぐにサービス・商品内容を把握できるように、できるだけ簡潔に。タイトルをさっと流し読みした後、もう一度詳細を知りたくなる。
- ・TOPページにはLPのように全体のサービス情報を載せる。そもそもおやつサブスクリプションとは？このサイトの商品とは？という考えを、TOPページだけで把握できるようにする

## image color



#FFE471

背景色に使用



#573F1C

メインビジュアルの背景やタイトル等に使用 (ロゴタイプ・ロゴマークのカラーと同様)



#F9FAE0

アイコン等に使用。ナチュラルな雰囲気の中でアクセントカラーとして使用。女性や子供の明るく柔らかい雰囲気を表現し、食べ物がおいしく見える色を使用