

三河一色えびせんべいOEM × シーホース三河
ネーミング案

1 本企画の要点

01 目的

地域ブランド「三河一色えびせんべい」の認知拡大と、Bリーグ「シーホース三河」とのコラボによる来場体験価値の向上。

02 商品

石崎製菓OEMのフレーバー2種（既存フレーバーから選定）。

03 販売・配布

試合会場中心／2026年1月28日（水）長崎戦で3,500名へ2種配布予定。

04 仕様

アルミ蒸着パッケージ／商品写真を前面に大きく掲載／キャラクター共演（えびらぶちゃん・まーちゃ）

05 本資料のゴール

（1）ネーミング候補の絞り込み）。

2 クリエイティブ・ブリーフ

01 ターゲット

- コア：シーホース三河の来場者（ファミリー／学生／20-40代男女）
- サブ：西尾市の観光客・土産需要、地元企業の差し入れ需要

02 価値提案 (USP)

- 100年超の歴史を持つ三河一色えびせんべいの“本場感” × 観戦のワクワクを一袋に。
- サクッと軽い食感、香り高い海老の旨み。会場で“すぐ食べたくなる”見た目とネーミング。

03 必須要素

- 「西尾市観光協会監修」表記（ロゴ扱い）
- 地域ブランド名「三河一色えびせんべい」
- シーホース三河とのコラボ明記（チームロゴ・カラー）
- キャラクター：えびらぶちゃん／まーちゃ／シーホース公式
- 商品写真（石崎製菓アドバイスにより前面大）

04 制約条件

- アルミ蒸着パッケージ（メタリック感あり：発色・可読性に留意）
- サイズ・実寸：袋寸法は石崎製菓指定（確定後に版下設計）
- アレルギー表記（えび・小麦など該当）／栄養成分／JAN 等は裏面に標準配置



三河一色えびせんべい
キャラクター
えびらぶちゃん



西尾市観光協会
キャラクター
まーちゃ

3 シーホース三河とは

01 基本情報

- 創部：1947年、もともとは企業チームとしてスタート
- 現在活動リーグ：B.League（日本プロバスケットボールリーグ）1部に所属
- ホームタウン・本拠地：愛知県刈谷市、ホームアリーナは ウィングアリーナ刈谷。

02 名前の由来と理念

- 「シーホース（タツノオトシゴ）」は、三河地方の名城である徳川家康の城「龍城」にちなんで命名。
「龍のように強く、勇壮に成長してほしい」という願いが込められています
- 2016年、プロクラブとして再スタートし、「地域に愛されるクラブ」として活動。
スポーツ振興や地域貢献を目指す理念が掲げられています

03 歴史と実績

- JBL時代から多くのタイトルを獲得。
 - ・JBL Super League：2003, 2004, 2008, 2009, 2013 年に優勝
 - ・チャレンジカップ：2007 年優勝
 - ・天皇杯（全日本総合選手権）：多くの優勝実績あり
- B.League発足後も安定した強さを発揮。
 - ・2016-17 シーズンには西／中地区で優勝
 - ・最近の成績では、2024-25シーズンは B1 中地区 3位（39勝21敗）を記録

04 チーム文化と魅力

- ファンとの一体感を大切にしており、「青援」と称される応援スタイルで知られる
- チームのマスコットの存在「タツヲ」さんによる、SNS発信や独特の魅力でファンとの距離を縮める活動も人気
- 日常のカイゼン（改善）や、イベントを大切にする“ハートフル”な雰囲気も大きな魅力

05 魅力のまとめ

- 伝統と革新の融合：1947年創部から続く歴史と、2016年以降のプロ化による新たな進化が共存。
- 地域密着型の運営：三河地域との深い結びつきと温かいファン文化。
- 強さと成長：実績豊富なエース選手と、成長を続ける若手メンバーが揃うバランスの良いチーム。
- おもてなし精神：試合だけでなくファンやパートナーにも「感動共有」を提供するホスピタリティ。



4 三河一色えびせんとは

01 歴史と伝統

- 100年を超える歴史と地域に根ざした製法の継承。

02 素材と風味

- 地元産エビと澱粉による、自然なおいしさ。

03 製法の多様性

- 手焼きの温かみと機械焼きの安定、生産性を両立。

04 バリエーション

- 多彩な味や形で多数の商品ラインナップ。

05 地域ブランド

- 平成30年(2018年)2月に特許庁から
地域団体商標(地域ブランド)として登録され、
“三河一色えびせんべい”としてのブランド性が確立



5 他チーム事例



信州ブレイブウォリアーズ

ウォリアーズチップス(大豆チップス)

製造:株みすずコーポレーション



秋田ノーザンハピネッツ

応援お菓子『ハピどら』

製造:株菓子舗榮太楼



アルバルク東京

アルバルクえびせん 5種



香川ファイブアローズ

えびチーズサンド

製造:志満秀



ヴィッセル神戸

VISSEL えびせん

評価基準

- 01 会場で“口に出して言いたくなる”（呼称性）
- 02 西尾・三河一色らしさ（地域性）
- 03 シーホースの“青援（せいえん）”文脈（応援性）
- 04 文字数が短く視認性が高い（パッケージ適合）
- 05 商標・既存コラボとの衝突リスクが低い（独自性）

01

応援・青基軸

三河一色えびせんべい×シーホース三河

青援せんべい

地域ブランド〈三河一色えびせんべい〉の本場感に、
シーホース三河の“青の声援”と勝利祈願の想いを重ねた直球ネーミング。
呼称・視認性に優れ、会場・物販・ECで一貫した訴求と展開が可能。読みやすさを活かし、
初回配布から土産・PRまで幅広く使える旗艦名とする。検索適性も高い。

02

応援・青基軸・地域ブランド強調・勝利祈願・語呂

三河一色えびせんべい×シーホース三河

青援一色勝煎

せいえん いっしき しょうせん

青の声援と西尾市一色の伝統〈三河一色えびせんべい〉を結ぶ縁起名。

“勝×煎”⇒“勝戦”の言葉遊びで必勝祈願と試合日の高揚を訴求。

読み補助で初見も迷わず、会場・物販・土産で覚えやすく拡散しやすい。

03

地域ブランド強調

三河一色えびせんべい×シーホース三河

三河青一色えびせん

地域名「三河一色」とチームカラー〈青〉を掛け合わせた言葉遊びで、
地元性と“青で一色”の一体感を表現。読みやすく覚えやすい上、応援・勝利祈願のムードも内包。
土産・会場物販・PRでの展開名として検索適性も高い。

04

勝利祈願・語呂

三河一色えびせんべい×シーホース三河

エービー

必勝ABせん

(ALL BLUE)

“AB=ALL BLUE(青一色)”と“海老”を掛けた縁起名。

シーホース三河のブルーと三河一色えびせんべいの伝統を一枚に。

勝利祈願の想いを込め、会場・物販・ECで覚えやすく伝わる。

ABは二種や色分けの表現にも拡張可能。

05

地域ブランド強調・勝利祈願・語呂

三河一色えびせんべい×シーホース三河

三河しか勝たせん

三河の誇りと“青援”の一体感を言い切りで示す合言葉。シーホース三河の試合日熱量を高め、地域ブランド〈三河一色えびせんべい〉と結び付け、会場・物販・SNSで覚えやすく拡散しやすい強いタグライン。

勝利祈願の想いを込め、地域一体の応援を促す。商品名は青援系と併記し、品位も担保。

- 01 青援せんべい
- 02 青援一色勝煎
- 03 三河青一色えびせん
- 04 必勝ABせん
- 05 三河しか勝たせん

8 スケジュール(目安)

9/11: フレーバー候補の試食→2種決定

9/11: ネーミング5案→最終1案

10/10: 最終デザイン／文言・表記確定

10月末: 版下データ入稿(AI/PDF)

11-12月: 校正・量産

2026/1/28(水): 長崎戦で配布

地域認定ブランド「三河一色えびせんべい」を活用した新商品開発プロジェクト

試作品開発会議（第1回）

- 日時：2025 年 9 月 11 日(木)
- 時間：10：00～11:30
- 場所：シーホース三河株式会社 会議室
- 出席者（敬称略）：

シーホース三河株式会社：中根 泰智、宮岡 宏行

西尾市役所スポーツ振興課：鈴木 貴夫・奥谷 遼子

西尾市観光協会：山本 博樹

西尾市観光協会：マキユイ

新三商事：原田 和典

株式会社 JTB コミュニケーションデザイン：大海 亮太、竹田 隆憲

- 議題：
 1. 「三河一色えびせんべい」新商品試作品 2 種の味の方向性について
 2. 商品のネーミング案の決定

1. 新商品の味の方向性について

議論内容：

味の候補として、西尾市観光協会から以下の 5 種類が提案された。

- えびのから揚げチップ
- いかと青じそチップ
- えびとわかめ
- えびとわさび
- いかと青じそ

各味の試食をおこない、各出席者おススメ 2 種の投票をおこなったうえで、今回の趣旨にそったフレーバー選定が議論された。

「えびから揚げチップ」はえびの風味を活かしつつ、香ばしさがアクセントになっており、幅広い層に受け入れられる味。

「いかと青じそチップ」「いかと青じそ」は、青じその爽やかな風味が特徴的。チップとえびせんべいは口当たりがことなるため、試作はもう１種と違うものとし、アンケート調査をおこなうべき。

「えびとわさび」はわさびの刺激的な風味が食欲をそそるが、わさびの辛味が子供には受け入れにくいのでは、という意見がだされた。

「えびとわかめ」はオーソドックスで万人受けするが、特徴に欠けるという評価。

■ 決定事項：

試食結果やターゲット層を考慮し、試作品２種の味は以下の２種類とする。

- えびから揚げチップ
- いかと青じそ



2. 商品のネーミング案の決定

議論内容：

ネーミングの候補として、株式会社JTBコミュニケーションデザインから以下の５種類が提案された。

- 青援せんべい
- 青援一色勝煎
- 三河青一色えびせん
- 必勝^{エービー}A Bせん ※AB=ALL BLUE
- 三河しか勝たせん

各ネーミング案の評価基準やコンセプトのプレゼンテーションがおこなわれ、出席者から

レビューがおこなわれた。

「青援せんべい」はシーホース三河とファン、ブースターの間で日常使用されている、シーホースのチームカラー「青」と、声援の「援」を掛け合わせた「青援」を使用した案で、読みやすく視認性にすぐれ試合会場での販売に適している。

「青援一色勝煎」も「青援」と「三河一色」を掛け合わせ、勝と煎が勝戦の言葉遊びとなっており試合会場での販売に適しているが、ぱっと見のわかりやすさに欠ける。

「三河青一色えびせん」は試合会場での販売、道の駅での販売などどのシーンでも馴染みやすいが、「三河一色えびせん」に「青」を追加しただけであり、インパクトが薄いという評価。

「必勝^{エービー}A Bせん」はAB=ALL BLUE（青一色）と海老をかけたシーホースの勝利祈願の想いが伝わり、試合会場での販売が期待できるが、ネーミングとしては説明が多くなる。

「三河しか勝たせん」勝利を願い、地域一体での応援をうながすネーミング。商品名としてのインパクトは強いが、タグラインとして青援系の商品名と併記して使用もよいのでは。SNSでのハッシュタグとしても効果的という意見も。

■ 決定事項：

試合会場での販売シーンを考慮し、ファン・ブースターに強く響き、もっとも魅力的なネーミングとして、「青援せんべい」に決定。「三河しか勝たせん」のタグラインでの使用などパッケージデザインを評価する際にあらためて検討する。

- 商品名は「青援せんべい」に決定。



次回試作品開発会議予定

- 日時：2025年9月11日(木)
- 時間：14:00～15:30
- 場所：シーホース三河株式会社 会議室

■ 議題：

1. 「三河一色えびせんべい」新商品パッケージデザイン案の確認