

逸品棚事業化の背景と生産者を取り巻く環境

～生産者を悩ます6次化の落とし穴～

株式会社キビズ 商品開発部

キビズでは2年前から生産者支援の主軸として、生産者と一緒にものづくりから販路開拓、販売までをおこなう「キビズライフプロジェクト」を推進し、商品開発から販路開拓を実施してきました。

背景には 6次化が進み多額の助成金が支給される一方で、取得した助成金そのままデザイン会社などに流れるだけのケースが急増しており、その結果、販路や販売方針など十分な準備のないままに作られた「見栄え重視」の商品が大量の在庫となり、途方にくれる多くの生産者を目の当たりにしたことが大きな要因の一つになりました。

「キビズライフプロジェクト」 ～はじまりはぬか漬けキット～

そんななかキビズでは、伝統や技術を継承しつつ、ものづくりに真剣に取り組みながら、チャレンジを続ける生産者とタッグを組み、商品開発やリニューアル提案、販路の開拓など様々なコンサルテーションを無償でおこなう「キビズライフプロジェクト」をスタートさせました。

2016年6月に、同プロジェクトの記念すべき第1号商材となる「簡単ぬか漬けキット NUKAMARCHÉ ヌカマルシェ」が、大阪府南市の水ナス農家草竹農園との共同開発によって誕生しました。

ヌカマルシェは、ネット販売を行わず 書店を中心に、百貨店、インテリアショップ、雑貨店など 食品売り場ではない独自の販路開拓で、商品価値を下げることなく、現在まで価格やブランドの維持を実現しています。

去年は、ポルノグラフィティさんとのコラボによるコンサートグッズとしてのヌカマルシェや、栗原はるみさんとのコラボなど、ぬか漬けのイメージを払拭する様々な展開で話題を集め、ふるさと名品オブザイヤーにも選出されました。

その後、滋賀県土山の老舗茶業 丸安茶業との協働による超微細粉末茶「TeaColors(ティーカラーズ)」など、2年で約400アイテムの商品に携わってきました。

生産者と一緒に商品開発をすることで得た「生産者」としての視点、商品の営業や販路開拓を通じて得た「販売会社や卸売業」の課題、ポップアップや催事などの直接販売によって得た「小売業」の問題、なによりエンドユーザーの声など、2年半に及ぶ一連のキビズライフプロジェクトの推進で得た様々な立場での多くの知見から行き着いたのが「逸品棚」という新たな形態。

生産者と小売店の課題を解決し望みを叶えつつ、国内外のエンドユーザーに伝統がいきる新しいにつぼんのいいものを伝えることで、三者をつなぐ新たなネットワークの創造を目指します。

●お問い合わせ

右記 HP 「お問い合わせ」から <https://www.kibis-net.com>

株式会社キビズ 商品開発部-逸品棚推進室 03-6426-0664

【追加資料②】 ヌカマルシェコラボ例 & 販売展開例

ヌカマルシェコラボ例①

その他 様々なコラボレーション企画①

日本を代表するロックアーティスト「ポリグラフィ」さんの2018全国ツアー「BUTTERFLY EFFECT」のコンサートグッズとして
キビズ NUKAMARCHÉ【ヌカマルシェ】が採用されました



アーティストコラボ
NUKAMARCHÉ [ヌカマルシェ]
× ポルノグラフィティ



今回は、すべてのグッズのキーワードとなっている「BUTTERFLY EFFECT」の「変化」や「因果」を最も象徴したといえる。そう、それは「野菜が漬物へと変化を遂げる」事が漬物になる。つまり「因果」だ。もちろん、初めの方でもお家カンパニョーの楽しさや、お出かけの楽しさを必ずしもいじめが漬けが作れる。真ん中バックされたものが漬ける菜とオジサン説明書付き、ツアーのメインカラーでもあるイエローカラーがインパクト抜群の「漬物用の箸（かめ）」がセットになったコンサートグッズとしては初となるであろう他に類を見ないアイテムが揃って登場です！

ヌカマルシェコラボ例②



①はロックバンドポルノグラフィティさんとのコラボでツアーグッズとして作られた「ポルノ版ヌカマルシェ」

②は栗原さんとのコラボ「栗原はるみ/ゆとりキッチン／ヌカマルシェ」

ヌカマルシエ販売例

書店での販売例

