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~

株式会社キビィズ 商品開発部

キビィズでは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「キビィ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、取得した助成金が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。

「キビィズライフプロジェクト」 ~はじまりはぬか漬けキット~

そんななかキビィズでは、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「キビィ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、大阪阪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。

昨年は、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ィ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っぽ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

株式会社キビィズ 商品開発部-逸品棚推進室 03-6426-0664

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

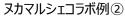
日本を代表するロックアーティスト「ボルグラフィ」さんの 2 0 1 8 全国ッアー「BUTTERFLY EFFECT」のコンサートグッズとしてキビィズ NUKAMARCHE [ヌカマルシュ] が採用されました。



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









yutori no kūkan

share with 栗原はるみ

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」



ヌカマルシェ販売例

書店での販売例





