

# 第3回「堺キッチンセレクション」 応募説明会

令和5年6月13日  
堺市 地域産業課 振興係  
株式会社リアルジャパンプロジェクト

## 次 第

- 応募説明会 14:00 ~ 15:00
- 質疑応答 15:00 ~ 15:30
- 個別相談会 15:30 ~ 16:30 (希望者のみ)

# 応募説明会

伝統産品である「刃物」「注染和晒」「線香」とそれらの伝統産品の魅力を引き立てる逸品を「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランドとして認定し、本市の伝統産業及び認定商品の魅力を一般消費者や様々なメディアに広く情報発信することにより、「暮らしの質」への関心が高い人を中心にアプローチし、堺の伝統産業の認知度向上や伝統産品のブランド力強化等に寄与することを目的とします。



「刃物」



「注染和晒」

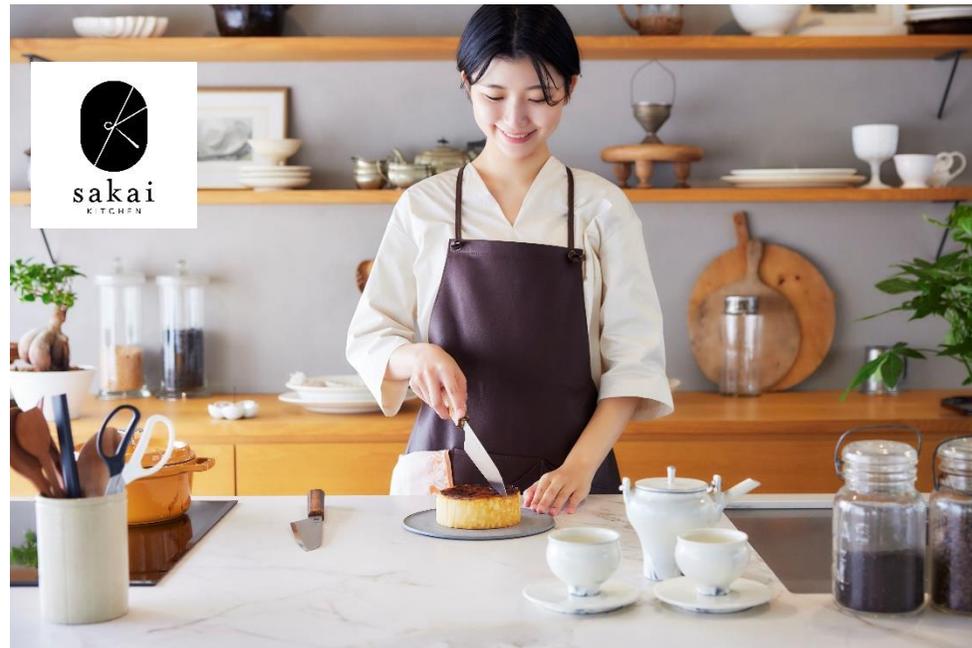


「線香」

## sakai kitchen〈堺キッチン〉とは

堺の優れた伝統技術をもっと多くの人に知っていただきたいという思いから立ち上がったブランド。

「道具を愛することは、暮らしを愛すること。"日々の暮らしを愛する"」をブランドコンセプトに、愛着をもって長く使い続けられる上質なアイテムを提案します。



## 「暮らしの質」への関心が高い人

- ・高品質なものを長く大切に使いたい人（SDGsや環境保全への関心）
- ・丁寧な暮らしや四季を意識した暮らし方に価値を見出す人（QOLの追求）
- ・ライフスタイルに拘りを持つ人（個性の探求）
- ・日本古来のモノ、地域の職や文化を尊敬する人（伝統回帰志向）



# 第2回「堺キッチンセレクション」実績報告

### 事業内容

伝統産品である「刃物」「注染和晒」「線香」とそれらの伝統産品の魅力を引き立てる商品を審査し「堺キッチンセレクション」として認定。sakai kitchen〈堺キッチン〉ブランドとして、認定商品の情報の発信と販売機会を提供。認知度拡大へと繋げる。

### 主な内容

- ・sakai kitchen〈堺キッチン〉公式ホームページにて認定商品を紹介
- ・堺の特産品を集めた堺伝匠館の店頭やオンラインショップにて販売
- ・代官山 蔦屋書店内での販売、スペシャルイベントの開催
- ・工芸品のオンラインストア「リアルジャパンストア」での販売
- ・インフルエンサーによる情報の拡散
- ・当事業で制作したPR動画の配信

## 第2回sakai kitchen<堺キッチン>事業実績

### 認定事業者（敬称略）

刃物（3社）

注染和晒（1社）

線香（1社）

伝統製品の魅力を引き立てともに輝く逸品（2社）



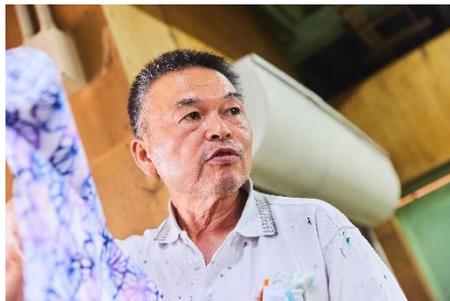
株式会社青木刃物製作所



株式会社高橋楠



アルスコーポレーション株式会社



株式会社協和染晒工場



株式会社梅栄堂



株式会社河辺商会



株式会社waji 8

## 第2回「堺キッチンセレクション」認定商品



煤黒和三徳包丁  
堺キッチンオリジナル  
(株式会社青木刃物製作所)



INOX 和三徳 間伐材八角柄  
(株式会社高橋楠)



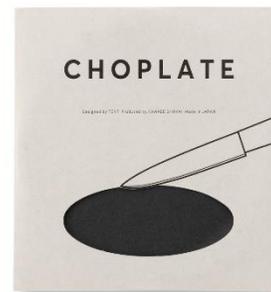
iDChoki  
(アルスコーポレーション株式会社)



注染ダブルガーゼハンカチ  
干支シリーズ  
(株式会社協和染晒工場)



プレミアムインセンスホルダー Fio  
(株式会社梅栄堂)



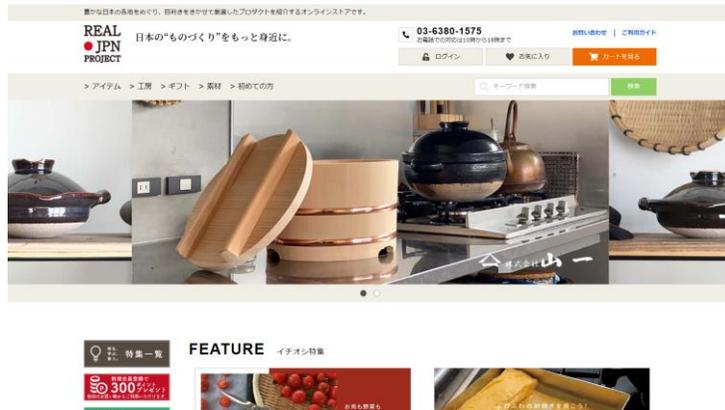
CHOPLATE  
(株式会社河辺商会)



ウォッシュアブルレザー  
ハカマエプロン  
(株式会社waji)

## 第2回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

### 販売機会の提供



#### (1) リアルジャパNSTOA

<https://www.realjapanstore.com>

豊かな日本の各地をめぐり、目利きをきかせて厳選したプロダクトを紹介するオンラインストア。

販売期間 2023年2月1日（水）～2023年3月6日（月）



#### (2) 代官山 蔦屋書店

<https://store.tsite.jp/daikanyama>

書籍や音楽、映画、アートなど幅広く取り揃える書店。カフェやレストランが併設され、週末はマルシェなど屋外イベントも開催される。

販売期間 2023年2月20日（月）～2023年3月6日（月）

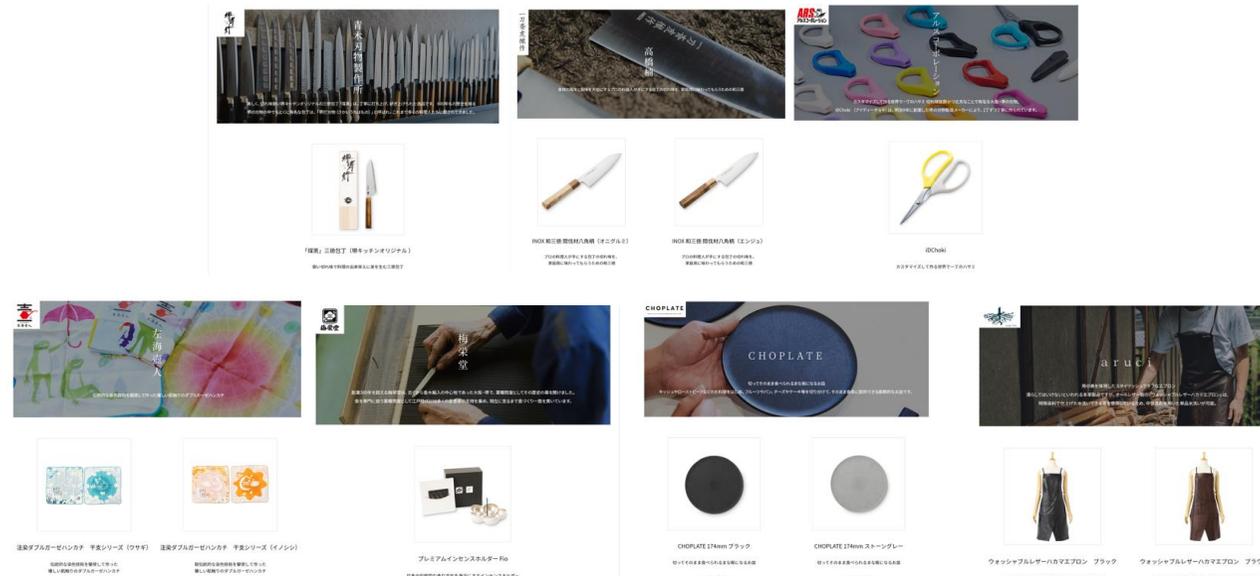
開催場所 1号館1階 人文フロア

## 第2回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

### 販売機会の提供

#### (1) リアルジャパンストア

リアルジャパンストア内のsakai kitchen〈堺キッチン〉特集ページにて販売。SNSと15,000通のメールマガジンにより販売開始の告知を実施。販売開始の2日目から商品が稼働。購入客数の50%はリアルジャパンストアの既存取扱い商品とセット購入。商品説明のほか事業者のストーリーコンテンツを公開。



### 販売機会の提供

#### (2) 代官山 蔦屋書店 1号館1階 人文フロア

購入客層は40代～60代の富裕層が中心。アイテムも価格も幅のある商品群の為、代官山 蔦屋書店の幅広い客層を拾うことが出来た。お客様の購買意欲向上と売り場での商品構成の観点から、認定商品と同シリーズもしくは類似商品を1社 5種類前後を展示。会期中は、事業者が在店しスペシャルイベントを開催。



#### 全館入館者数

2023/2月 約320,000人

2022/2月 約240,000人

前年比 約130%

#### 1号館1階入館者数

2023/2月 約160,000人

2022/2月 約110,000人

前年比 約150%

開催日	時間	スペシャルイベント内容
2月23日 (木・祝)	11:00 - 17:00	360年の老舗、梅栄堂が教える「お香の楽しみ方」
2月25日 (土)	13:00 - 17:00	大正6年創業の老舗、高橋楠による「包丁研ぎ直しサービス」
2月26日 (日)	13:00 - 17:00	大正6年創業の老舗、高橋楠による「包丁研ぎ直しサービス」
2月26日 (日)	09:00 - 11:00	まな板にもなるお皿「CHOPLATE」の使い方実演
3月4日 (土)	10:00 - 15:00	世界に多くのファンを持つ青木刃物製作所による「包丁研ぎ直しサービス」
3月5日 (日)	10:00 - 12:00	世界に多くのファンを持つ青木刃物製作所による「包丁研ぎ直しサービス」

### 販売機会の提供

#### (2) 代官山 蔦屋書店：スペシャルイベント



##### 梅栄堂「お香の楽しみ方」

原料である香木などを展示。当日5,000円以上お買い上げのお客様へ特典を差し上げるサービスを実施。代官山 蔦屋書店の公式Twitterの告知によりお客様が即日来店される事もあった。



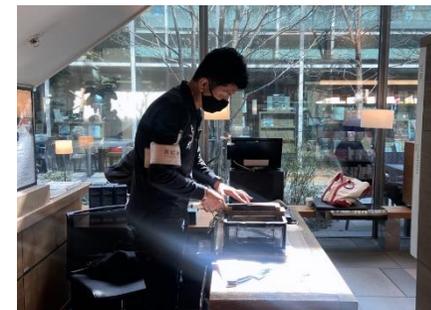
##### 高橋楠「包丁研ぎ直しサービス」

ご近所にお住まいのお客様が目立つ中、著名人のご参加もあった。研ぎ直し後には売り場へ誘導し、商品の実売へと繋がる。



##### 河辺商会「CHOPLATEの使い方実演」

デモンストレーションを実施。食品をカットするなど、商品の特徴をアピール。



##### 青木刃物製作所「包丁研ぎ直しサービス」

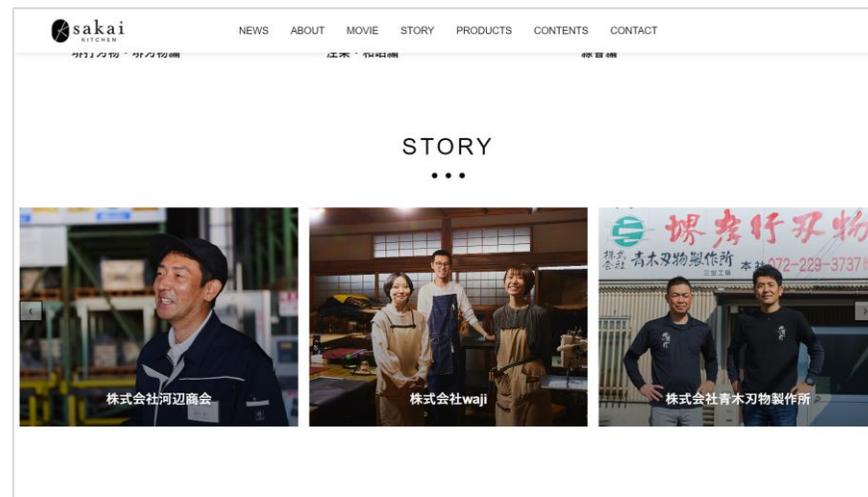
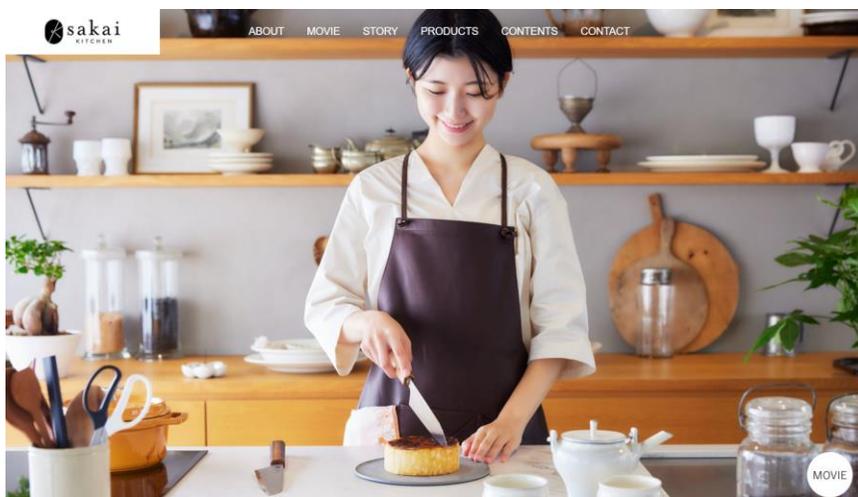
包丁研ぎ直し終了後には、商品をご紹介し実売に至る。近隣レストランに勤めるプロの持ち込みもあった。



## 第2回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

### 情報の発信：公式サイトリニューアル

事業者のプロフィールと商品の特長がわかるようSTORYとPRODUCTSとページを分けて制作。離脱防止の為、各ページは関連ページを紐づけることによりサイト内の回遊性を高める。事業者を紹介するSTORYページ内には、事業者の公式サイトのURLを記載。



sakai kitchen〈堺キッチン〉公式サイト  
<https://sakai-kitchen.jp>

## 第2回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

### 情報の発信：PR動画制作

伝統産業の3品、刃物・注染和晒・線香をPRするための映像を3編制作。堺市全体の魅力やイメージを伝えるために観光名所なども撮影。YouTubeチャンネルと公式サイトに公開。



ぶらっと伝統工芸  
堺打刃物・堺刃物編



ぶらっと伝統工芸  
注染・和晒編



ぶらっと伝統工芸  
線香編



YouTube @sakai-kitchen  
<https://www.youtube.com/@sakai-kitchen>

## 第2回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

### 情報の発信：インフルエンサーによる商品紹介

5人のインフルエンサー（フォロワー9,000～170,000人）に、認定商品を使用していただき、商品情報を拡散。



iDChoki  
(アルスコーポレーション株式会社)



ウォッシュブルレザー  
ハカマエプロン  
(株式会社waji)

## 第2回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

### 情報の発信：インフルエンサーによる商品紹介



注染ダブルガーゼハンカチ  
干支シリーズ  
(株式会社協和染晒工場)



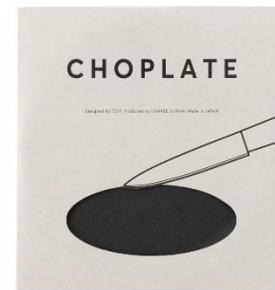
煤黒和三徳包丁  
堺キッチンオリジナル  
(株式会社青木刃物製作所)

## 第2回sakai kitchen<堺キッチン>事業実績

### 情報の発信：インフルエンサーによる商品紹介

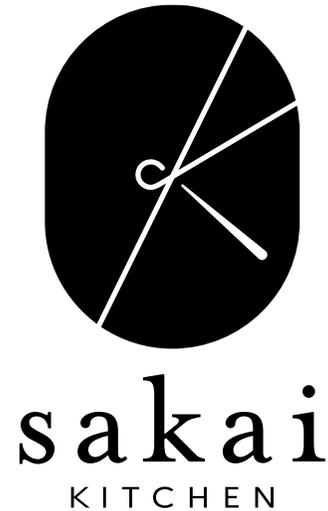


INOX 和三徳 間伐材八角柄  
(株式会社高橋楠)



CHOPLATE  
(株式会社河辺商会)

# 第3回「堺キッチンセレクション」について



第3回「堺キッチンセレクション」は、伝統産品である「刃物」「注染和晒」「線香」とそれらの伝統産品の魅力を引き立てる商品を「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランドとして認定するものです。認定商品は、堺市より広報支援・販路開拓支援など様々なサポートが受けられます。

# 「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランド認定メリット

## 1 展示・販売機会の提供

- (1) 首都圏での販売機会の提供（代官山 蔦屋書店内、又は二子玉川 蔦屋家電を予定）。
- (2) こだわりの逸品をセレクトしている工芸品ライフスタイルショップ「リアルジャパンストア」のオンラインストアにて「sakai kitchen〈堺キッチン〉」特集実施による販売機会の提供。
- (3) 堺の伝統産業を一堂に集めた展示・販売体験施設「堺伝匠館」の店頭やオンラインショップにて販売機会の提供。
- (4) 市が関係するイベント等での認定商品の展示等。



## 「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランド認定メリット

### 2 広報支援・情報発信

- (1) 販促効果を高める「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランドロゴマークの利用許可。
- (2) 「sakai kitchen〈堺キッチン〉」公式ホームページにて認定商品を紹介。
- (3) 当事業で制作した「sakai kitchen〈堺キッチン〉」のPR動画や撮影画像の提供。
- (4) 各事業者のブランドイメージを伝えるショート動画の制作・提供及び配信によるブランドイメージの拡散。
- (5) 外部ブログプラットフォームを利用したコンテンツ発信による潜在顧客層への認知度拡大。
- (6) インフルエンサーによる情報の拡散。コンテンツマーケティングを実施した潜在顧客層への認知度拡大。
- (7) 市の広報紙やホームページ、SNS等、認定商品の情報発信。

### 3 審査員からの助言

- (1) 二次審査後に、工芸品と特産品に精通している見識が高い審査員から応募対象商品へのフィードバックを提供。

(1) 首都圏でのPOPUPSTORE・イベント開催 (代官山 蔦屋書店内、又は二子玉川 蔦屋家電を予定)

## 代官山 蔦屋書店

全国の蔦屋書店の中でナンバーワンの坪効率を誇る1号館レジ前にて開催予定。レジを利用するお客様と主要入り口2か所から近い位置の為、前回開催時より約2倍の集客が期待できる。



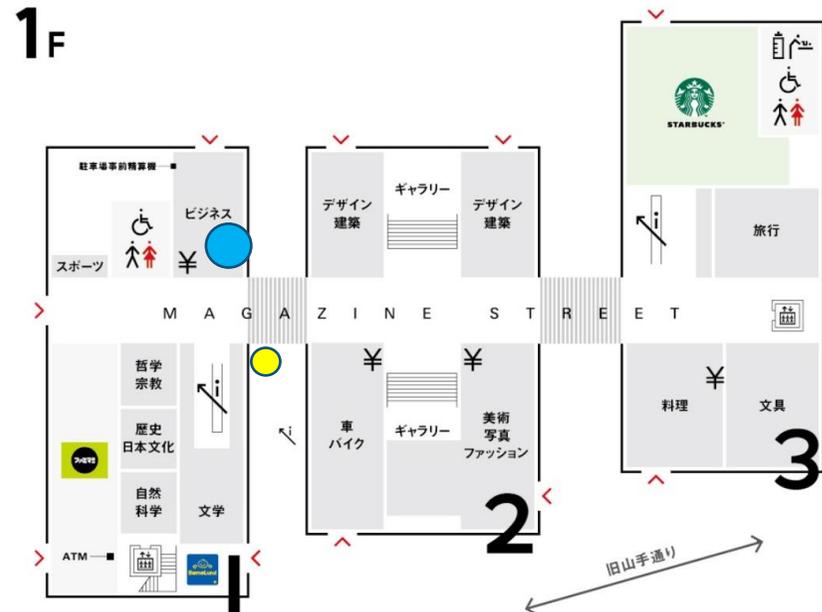
来店数：平日10,000~15,000人／休日15,000~20,000人

開催期間：2023年11月上旬2週間 (予定)

場所：代官山 蔦屋書店 1号館1階人文・レジ前

スペシャルイベント場所：屋外テント1台

(屋内に変更の可能性あり)



● 展示場所 ● テント (スペシャルイベント)

※2023年6月末売場リニューアル予定

(1) 首都圏でのPOPUPSTORE・イベント開催 (代官山 蔦屋書店内、又は二子玉川 蔦屋家電を予定)

## 二子玉川 蔦屋家電

「商品を体験し、暮らしをイメージする」が、コンセプトのFOOD&COOKINGフロアにて販売を予定。向いには玉川高島屋があり購買意欲の高いファミリー層や平日はビジネスマンの来店が見込める。



来店数：年間500,000人

開催期間：2023年11月上旬2週間（予定）

場所：二子玉川 蔦屋家電 1階 食 FOOD&COOKING

スペシャルイベント場所：展示場所隣接



## (2) 「リアルジャパンストア」での販売



**リアルジャパンストア (オンラインストア)**  
 "日本のものづくりをもっと身近に、そして未来へ"  
 豊かな日本の各地をめぐり、目利きをきかせて厳選した  
 プロダクトを紹介するオンラインストアです。  
 「sakai kitchen〈堺キッチン〉」の特設ページで販売します。

**UU 213,000**

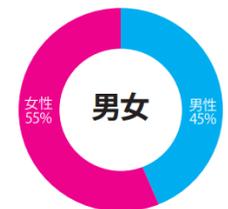
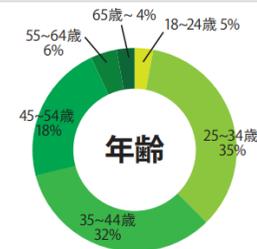
月間平均

**PV 653,200**

月間平均

**客単価 12,850円**

平均購入単価



ONLINE STORE <https://www.realjapanstore.com>

Instagram [https://www.instagram.com/realjapanproject\\_store](https://www.instagram.com/realjapanproject_store)



ONLINE STORE



REALJAPANPROJECT\_STORE

## (3) 各事業者のショートムービーの制作

ブランドのメッセージを伝えるショートムービーを各事業者分制作します。

ショートムービー（1分内の動画）は広告ではなく、あくまで事業者のイメージを伝えるブランディング用の動画として制作をします。SNSと相性がよく、視聴者は共感・感動することで「拡散」「共有」という主体的なアクションを取ります。



### 動画で消費を促す時代

今、SNSはショートムービーが必須



Z世代を初め幅広い世代から利用されるSNS  
80%以上のユーザーがおすすめ視聴をしており  
新たな潜在顧客の開拓に有効なSNS



非フォローにおすすめ欄やキタグ検索からアプローチが可能  
写真のSNSであったがリール活用している  
ユーザーがフォローを獲得している傾向にある



長尺動画のSNSであったがショート動画の発信も可能となった  
長尺動画を出さなくてもショート発信でチャンネル登録者を増やすことが可能となり、クリエイターの活用が主流となっている

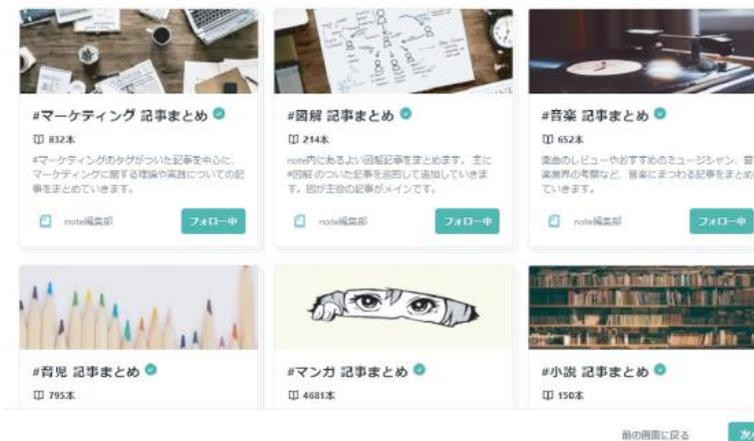
※当事業で制作した「sakai kitchen〈堺キッチン〉」のPR動画や撮影画像はご提供いたします

## (4) コンテンツ発信による潜在顧客層への認知度拡大

ブログ型プラットフォーム「note」を活用しプロモーションやブランディング、コミュニティづくりを目的として顧客とのコミュニケーションを図ります。



- ① 集客がしやすい
- ② SEOに強い
- ③ ECと連携できる



noteは、過去のコンテンツがどんどん流れていってしまうフロー型のメディアとは異なり、それまでに投稿したコンテンツを蓄積していくことができるストック型のメディアになります。そのため、ストーリー性をもってプロセスなど詳細に物事を伝えることに向いています。

## (5) インフルエンサーマーケティングによる情報拡散

SNSでフォロワーが多く、世間への影響力が大きい人物を「インフルエンサー」と呼びます。彼らを起用して商品やサービスを宣伝する手法が「インフルエンサーマーケティング」です。テレビや雑誌といったマスメディアで展開する従来のマーケティングと比較して、一段と消費者に寄り添った施策展開が可能です。



趣味や好みが多様化した現代にマッチした新しいマーケティング手法となります。認定商品を現代のSNSマーケティング手段に応じてプロモーションすることにより商品としての魅力もより発信できます。インフルエンサーに実際の商品やサービスの感想を投稿してもらい信用度が高まり、これらを消費者からみた場合、フォローしているインフルエンサーの発信は信頼の置けるものですし、趣味や好みに合ったものであることが多いということになります。

# 認定商品のプロモーション・イベント

## 令和5年度 活動内容の報告

### 2023年4月 2025年大阪・関西万博へ向けたPOPUPイベント

八芳園が運営するショールーム「MuSuBu」にて開催された「万博でつながる 八地域の美味祭り」にて、sakai kitchen〈堺キッチン〉の認定商品を展示。

「万博でつながる 八地域の美味祭り」

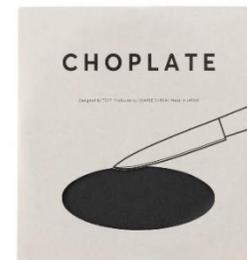
期間：2023年4月12日～16日、4月19日～23日

場所：〒108-0071 東京都港区白金台4-9-19

HAPPO-EN URBAN SQUARE 1・2F「MuSuBu」

### 2023年5月 モノマガジンへの掲載

5月2日発売のモノマガジンの「ブラックギア特集」で、sakai kitchen〈堺キッチン〉の商品として、第2回認定商品のCHOPLATEとウォッシュブルレザーハカマエプロンが掲載。



### 令和5年度 活動内容の報告

#### 2023年6月 東京都港区にて展示・オンライン販売・ワークショップを開催

sakai kitchen〈堺キッチン〉の認定商品を展示・販売。

展示期間中には、堺の打刃物を使った魚のさばき方講座や堺の注染手ぬぐいを使ったワークショップ等を開催。

期間：2023年6月3日（土）～6月30日（金）

場所：LIFE CREATION SPACE OVE

（東京都港区南青山3-4-8 KDXレジデンス南青山1F）

HP：<https://www.ove-web.com/staff-blog/b-shop/tsunagaru/entry-949.html>



#### <予定> ららぽーと堺での展示

昨年11月に堺にオープンしたららぽーと堺のライブリースペースにsakai kitchen〈堺キッチン〉の認定商品を展示予定。昨年、大阪府の商業地で最も地価が上昇したエリアで、週末は子育て世帯を中心に集客のある商業施設。

HP：<https://mitsui-shopping-park.com/lalaport/sakai/>

## 令和5年度 活動内容の報告

<予定> 梅田 蔦屋書店にて第1回・第2回の認定商品を展示

開催期間：2023年7月28日(金)～8月3日(木)

場所：梅田 蔦屋書店 食コーナー前 平台

HP：<https://store.tsite.jp/umeda/>



### 本屋 < 生活提案業

梅田 蔦屋書店は“本屋さん”ではなく、  
本というコンテンツを軸に様々なジャンルの専門家「コンシェルジュ」  
による生活提案を行うライフスタイル提案型の「BOOK & CAFE」です。

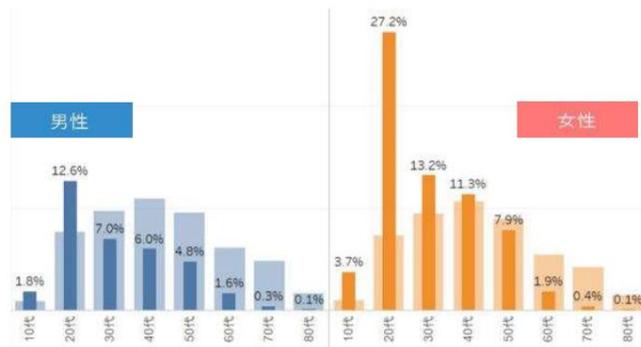
- ゆっくり  
寛げる
- 心も体も  
美しくなる
- 素敵な人に  
出会える
- 知的生産性  
が上がる
- 格好良く  
仕事できる

# 認定商品のプロモーション・イベント

## 令和5年度 活動内容の報告

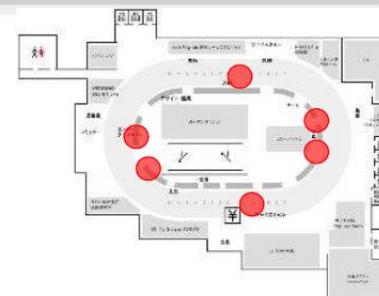
梅田 蔦屋書店での会期中は、店内でサイネージを利用したPRを実施。

ターミナル立地で15キロ商圈と商圈が広く、国内の蔦屋書店の中で店舗が集客可能な範囲がナンバーワン。来店数は、平日約6,000人・週末10,000人。



Main  
20-40代  
女性

Sub  
20-30代  
男性



平日約5,000人 / 休日約9,000人を超える安定した来館客数

申請者は、次の全てを満たすことが必要です。

1. 「堺キッチンセレクション」の趣旨に賛同いただける中小企業（個人事業主も含む）。ここでいう中小企業は、中小企業基本法(昭和38年法律第154号)第2条第1項に規定する者をいう。
2. 各種法令(家庭用品品質表示法、JAS法等)を厳守し事業を行っていること。
3. 商品の製造及び販売に必要な許認可や、意匠権、商標権、著作権、特許権等に関する許諾を得ていること。もしくは、許諾を得ることが見込まれていること。
4. 堺市内に本社、本店又は主たる事業所を有すること(II1 伝統製品の申請の場合に限る)。
5. 堺市内に本社、本店、営業拠点又は生産拠点のいずれかを有すること(II2 伝統製品の魅力を引き立てるとともに輝く逸品の申請の場合に限る)。
6. 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条に定める業を行う者でないこと。
7. 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律に基づく暴力団でないこと。
8. 認定商品について、堺伝匠館での販売（オンラインショップを含む）に原則応じること。
9. 当事業に関する取材への協力や催事等活動に協力的であり、当事業のPRのために認定商品の提供が可能であること。

※募集対象商品に応じて、別途対象事業者の要件があります（次ページを参照ください）。

ブランドコンセプトに合致する下記 1 又は 2 の商品。

当セレクションのために新たに開発する商品は二次審査時に販売可能な商品であること。

なお、申請商品は、1事業者につき、1商品までとします。

ただし、サイズ違いやカラーバリエーション、シリーズ展開がある商品については、原則用途が同一のものを 1商品とみなします。

### **1 堺の伝統産品(刃物・注染和晒・線香)**

(対象事業者：本社、本店又は主たる事業所が堺市内に有する者)

### **2 伝統産品(刃物・注染和晒・線香) の魅力を引き立てともに輝く逸品**

(対象事業者：本社、本店、主たる事業所、営業拠点又は生産拠点のいずれかを堺市内に有する者) ※食品については対象外とします。

## 【例】伝統製品の魅力を引き立てともに輝く逸品

- ・ **伝統製品の使用、保管の場面において一般的に必要な器具、備品の類**

【例】線香立て、香炉、包丁を保管するケース、包丁スタンドなど

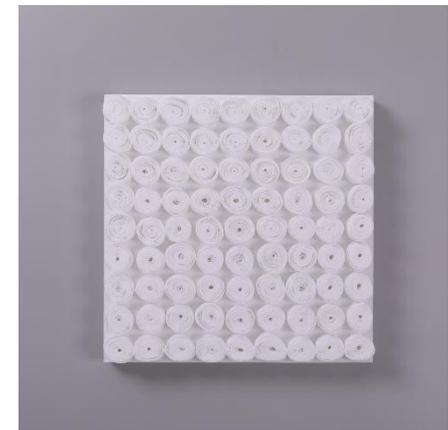
伝統製品の使用・保管の際に伝統製品と接触する場面のあるもの。

- ・ **伝統製品をイメージさせる（伝統製品そのものを活用しない）伝統製品以外の商品**

【例】技術から伝統産業をイメージさせるもの（堺刃物の技術を活用したフォーク・ナイフ等）

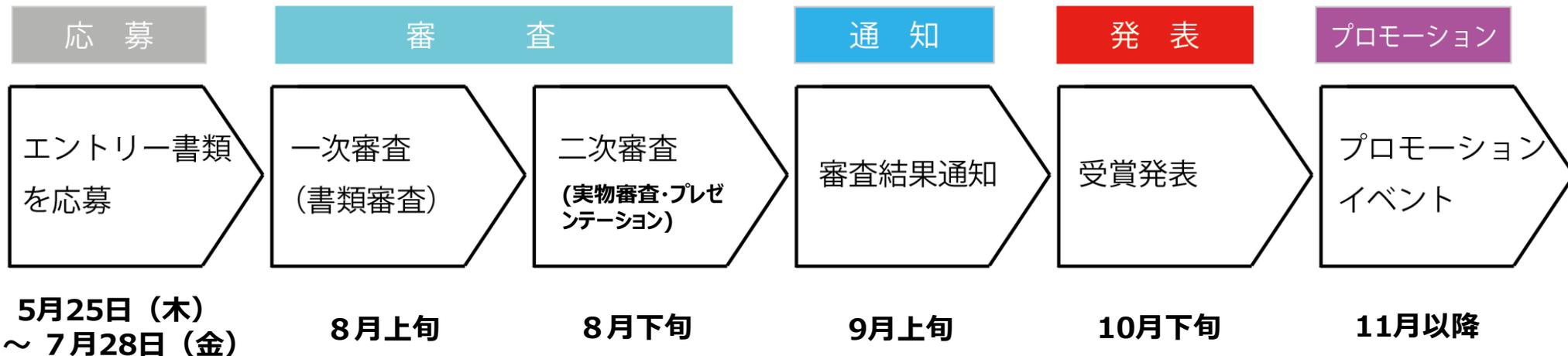
- ・ **伝統産業事業者以外の事業者が伝統製品の新たな活用方法を提案する商品**

【例】和晒活用のホームウェア、注染の手ぬぐいを活用したインテリア用品等



## 応募の手順 全体の流れについて

### スケジュールイメージ



## 応募の手順 全体の流れについて

「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランドの認定については、事業者等からの申請を受け、その申請に係る商品が認定基準を満たしているか審査し、認定します。

### 1 一次審査(書類審査)

申請書類の内容が満たされているか、書類審査を行います。

### 2 二次審査(実物審査)

一次審査を通過した商品については、審査基準に基づき、事業者によるプレゼンテーションと応募対象商品の実物審査を行います。

### 3 審査結果

文書にて通知します。

### 4 認定商品プロモーション・イベント

11月以降に「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランド認定を受けた商品のプロモーション・イベントを開催します。

第3回「堺キッチンセレクション」は次の審査基準に基づき選定します。

整合性 「sakai kitchen 〈堺キッチン〉」のブランドコンセプトに合致している。等

貢献性 堺の伝統産業の魅力発信に資する度合いが高い。等

信頼性 品質維持・向上に関する取組や技術的な裏付けがある。等

市場性 類似の商品・産地と比べて優位性・独自性がある。等

訴求性 消費者の心を惹きつける強い魅力を有している。等

堺市の優れた商品をお持ちの事業者の皆様からの

ご応募をお待ちしております！

応募の詳細はsakai kitchen〈堺キッチン〉

公式ホームページをご覧ください。



<https://www.sakai-kitchen.jp>