

第4回「堺キッチンセレクション」 応募説明会

令和6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)

はじめに

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

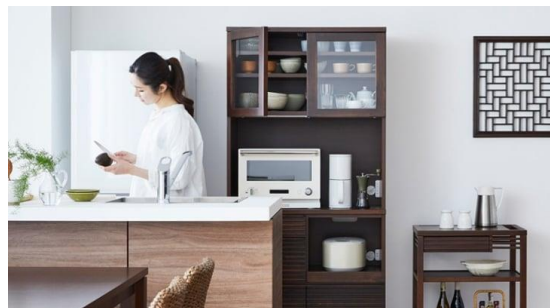
堺の優れた伝統技術をもっと多くの人に知っていただきたいという思いから立ち上がったブランド。

「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に関心のある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3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、各事業者のショートムービーの配信

第3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）

伝統製品の魅力を引き立てともに輝く逸品（1社）



株式会社青木刃物製作所



森本刃物製作所



山塚刃物製作所



株式会社ナカニ



大江畳店

第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

第3回認定商品



堺 孝行 33層槌目ダマスカス 和三徳
(堺キッチンオリジナル)「黄凛」・「紅奈」
(株式会社青木刃物製作所)



キャンプ専用ナイフ「EIJIN」
(森本刃物製作所)



銀三180牛刀
手彫り模様入り・銀三ニッケルダマスカス
(山塚刃物製作所)



刺し子風手ぬぐい mug
(株式会社ナカニ)



ふむふむ
(大江畳店)

第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

第3回キービジュアル

インテリアスタイリストによるコーディネートでキービジュアルを作成。
HPや販促物、露出する際のメインビジュアルとして使用。



Stylist Maki Nakano

第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

販売機会の提供



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11月1日（水）～2024年2月16日（金）



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11月1日（水）～2023年11月24日（金）

開催場所 1号館1階 人文フロア

第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

販売機会の提供 代官山 蔦屋書店 1号館1階 人文フロア

2023年6月末に、代官山 蔦屋書店1号館の売場がリニューアルされ、物販専用のイベントスペースにて開催。レジ前のスペースで、駐車場と連絡通路付近という事もあり、3方面からの導線が確保されている。また、ガラス張りの為屋外からも見える好立地。書籍を目的とした客層関係なくインバウンドや親子、ご夫婦、若年層カップルなど幅広い客層の立ち寄りがあった。会期中は、事業者が在店しスペシャルイベントを開催。

売上実績

前年度比198%

全館入館者数

2023/11月 約340,000人

お客様の声

- ・ 以前にもやっていましたか？新しい物増えてますね！
- ・ すでに使って愛用しているから追加で買います。
- ・ 堺は、こういうのも作っているんですね。
- ・ 海外に持って帰りたい。
- ・ 自分で包丁を研ぐワークショップをやってほしい。
- ・ 堺の包丁は普段どこで（店頭）買えるんですか？



開放感のある立ち寄りやすい売場

第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

販売機会の提供 代官山 蔦屋書店 スペシャルイベント①

堺キッチンセレクション
SPECIAL EVENT 11月3日(金・祝)・4日(土)・5日(日)

フォロー&投稿で
プレゼント
食べられへんシリーズの「い草バー」
先着50名様へプレゼント!



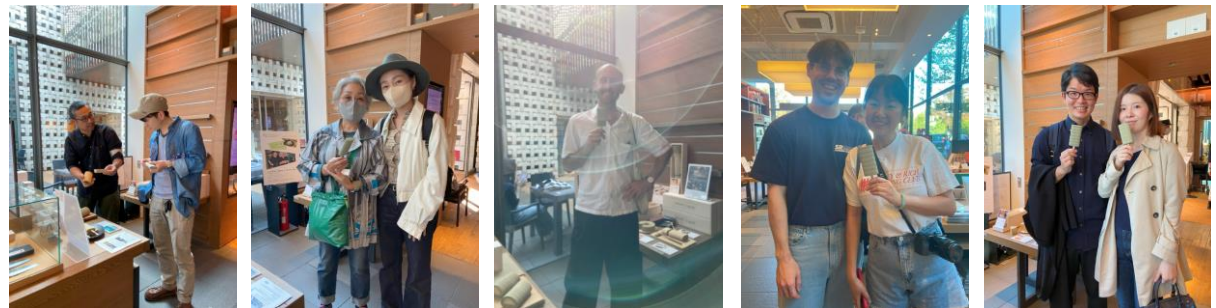
大江畳店が提案する「畳のある暮らし」
大江畳店 大江 俊幸氏

ユニークな商品で畳の素晴らしさを伝えている、大江畳店。
畳の魅力やごぎの端材を利用した商品をご紹介します。
※在店時間は、予告なしに変更となる場合がございます。ご了承ください。

プロフィール | 大江畳店
堺市近郊で50年近く愛される大江畳店は、初代の大江俊次さんと、2代目の俊幸さんの親子2人で和気藹々とした畳づくりに勤しむ町の小さな工務です。大江畳店が立ち上げた、和モダンなインテリアブランド「washitsujaboo」は、畳を損じ受け継ぐために、和室以外でも活躍できる大膽な新しい遊び心のあるアイデアを次々と発掘し、畳の可能性を広げています。

大江畳店が提案する「畳のある暮らし」 & インスタフォロープレゼントキャンペーン!

大江様が店頭に立ち、お客様へ商品説明や、い草について説明。
Instagramをフォローいただいたお客様に、い草アイスバーを
プレゼントするキャンペーンを実施。3日間開催し50本全量配布。
20代～70代の幅広い世代のお客様にお立ち寄りいただいた。
またインバウンドの外国人の立ち寄りもあり、畳の素材に興味を
持っていただく機会になった。



第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

販売機会の提供 代官山 蔦屋書店 スペシャルイベント②



青木刃物製作所 プロによる、包丁の研ぎ直しサービス（無料）

ご予約のお客様以外にも、近隣のお客様の来店があり、当日持ち込みも多い。研いでいる間は目の前で見学される方が多く、研ぎが終了した後は、青木刃物製作所との記念撮影を楽しんでいるお客様が目立った。
お客様からは「幸せです」「また来たい」など、嬉しいお声が続いた。

堺キッチンセレクション SPECIAL EVENT

11月11日(土)10:00～12:00・13:00～15:00
11月12日(日)10:00～12:00

**プロによる、包丁の研ぎ直しサービス（無料）
当日お持ち込みもOK！**

青木刃物製作所 青木 俊和氏

「堺打刃物」の伝統技術を受け継ぐ、青木さんが、
ご家庭の包丁を研ぎ直いたします。
プロによる包丁の使い方、お手入れ方法などもご相談承ります。



プロフィール | 青木刃物製作所

600年あまりの歴史をもつ「堺打刃物」の伝統技術を受け継ぐ、青木刃物製作所。その切れ味の鋭さと使い勝手のよさから、これまで多くの料理人たちに愛されてきました。世界各国に多くのファンをもつ「堺打刃物」の刃物の切れ味は、一度体験したら裏になるほどの気持ちよさです。全世界に堺打刃物の魅力を発信しています。



第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

販売機会の提供 過去事例：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、商品の魅力をアピール。



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。

[illegible]

DAIKANYAMA T-SITE

[ホーム](#)
[お問い合わせ](#)
[会社概要](#)
[お問い合わせ](#)
[お問い合わせ](#)
[お問い合わせ](#)

[下アノカニ・高野山・2022年11月](#)
[イベント](#)
[ニュース](#)
[特設・記事](#)
[経路案内](#)
[お問い合わせ](#)
[お問い合わせ](#)

【フェア】 堺キッチンセクションフェア2023

[お問い合わせ](#)

高野山温泉（4月） 堺（7月） フックアップ（7月） 2023年11月10日（木） 11月14日（日）

[illegible]

33層楕目
ダマスカス 和三徳
(柳キッチンオリジナル)
24,000円(税込)
柳 孝行



株式会社青木刃物製作所

BRAND STORY

[illegible][illegible]

第3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

各事業者のMOVIEとSTORYを上方に設置し、事業者を印象づけるTOPページに。制作へのこだわりや職人を認知する事で商品の付加価値、差別化へと繋げる。商品紹介ページは、購入導線を設置。堺伝匠館のオンラインショップに遷移し購入が可能。



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



第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉事業実績

情報の発信：各事業者のPR動画制作

「工場の日常」をテーマにした各事業者の動画を作成。認定商品になるべく用いて、商品が仕上がるまでの工程を撮影。商品だけではなく職人や携わる方達の表情など取り入れる事で、事業者への親近感や商品への付加価値を感じてもらえる印象に。公式サイトとYouTubeチャンネルで視聴が可能。

MOVIE



青木刃物製作所



森本刃物製作所



山塚刃物製作所



にじゆら



大江暲

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



第3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11,000～170,000人）に、認定商品を使用していただき、商品情報を拡散。



インプレッション数 6,196



インプレッション数 155



インプレッション数 7,852



堺 孝行 33層樋目ダマスカス 和三徳
(堺キッチンオリジナル)「黄凜」・「紅奈」
(株式会社青木刃物製作所)



キャンプ専用ナイフ「EIJIN」
(森本刃物製作所)



銀三180牛刀
(山塚刃物製作所)

第3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



インプレッション数 619



インプレッション数 155



刺し子風手ぬぐい mug
(株式会社ナカニ)



ふむふむ
(大江豊店)

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、認定商品を展示。



2023年5月 モノマガジンへの掲載

「ブラックギア特集」で、第2回認定商品のCHOPLATEとウォッシュアブルレザーハカマエプロンが掲載。



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

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の体験イベントを実施。

2023年7月 ららぽーと堺での展示

2022年11月に堺にオープンした、ららぽーと堺のライブラリースペースに展示。



令和5年度 活動内容の報告

2023年7月 梅田 蔦屋書店にて展示イベントを開催

第1回・第2回の認定商品を一堂に展示するPRイベントを実施



2023年8月 「G7大阪・堺貿易大臣会合」の地元産品推薦リストに掲載

2023年10月28日、29日に開催された「G7大阪・堺貿易大臣会合」における地元産品推薦リストに sakai kitchen〈堺キッチン〉認定商品が、掲載。



2023年10月 G7各国大臣等へ贈呈される記念品に、認定商品が選定

G7各国、EU及び招待国の貿易担当大臣等並びに国際機関の代表17名へ記念品が贈呈され、その記念品に「sakai kitchen〈堺キッチン〉」第1回認定商品が選定。



2023年10月 フランスの企画展『「伝統と先端と」～日本の地方の底力～』ディジョン展

「衣食住」をテーマとし、日本の地方に根付いた伝統産業技術にスポットを当て、現代の生活にモダンに取り入れられている製品として、認定商品を展示。



令和5年度 活動内容の報告

2023年11月 フランスの企画展『「伝統と先端と」～日本の地方の底力～』のパリ展

「衣食住」をテーマとし、日本の地方に根付いた伝統産業技術にスポットを当て、現代の生活にモダンに取り入れられている製品として、認定商品を展示。



2023年11月 有楽町マルイ『KASAI ええもん 贈りもん』で認定商品を展示販売

関西うまれのものづくり製品が「有楽町マルイ」に集合し、東京・有楽町にしながら、関西のものづくりの魅力にふれることができるイベント。堺市からは、認定商品の2商品を出展。



2023年12月 広報さかい12月号特集ページに掲載

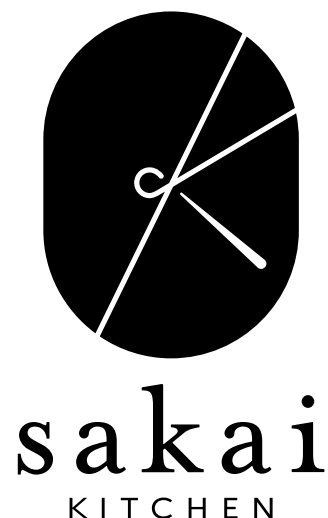
第3回sakai kitchen〈堺キッチン〉認定商品が掲載されました。

2024年2月 「第97回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2024」出展

国内最大級の国際見本市ギフト・ショーにおいて、sakai kitchen〈堺キッチン〉の第3回認定商品を展示。



第4回「堺キッチンセレクション」について



第4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

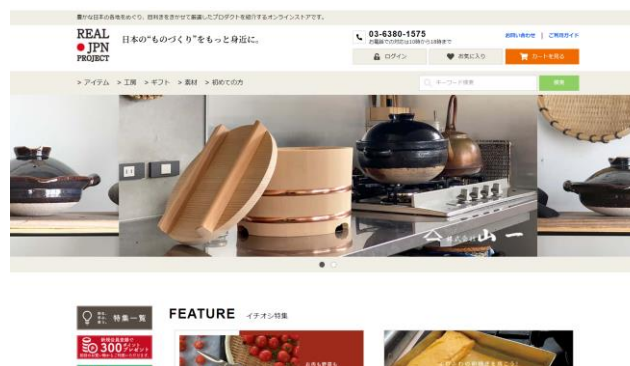
「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランドとして認定するものです。

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。



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。

第4回認定商品の主なプロモーション・イベント

(1) 首都圏でのPOPUPSTORE・イベント開催（代官山 蔦屋書店を予定）



代官山 蔦屋書店 3号館

3号館レジ前にて開催予定。出展場所の近辺は、食品やアルコール、テーブルウェア、料理道具から料理本など販売しており、sakai kitchen〈堺キッチン〉と親和性の高い売場。3号館1Fは、料理・暮らしに関する書籍や雑貨、旅行に役立つアイテム、そして筆記具を中心とした文具が並ぶ。料理は、「食べることは生きること～医食同源～」を、旅行は「本は旅を連れてくる」をコンセプトに、日々の暮らしが豊かになる生活を提案している。

開催概要

2024年11月15日（金）～11月28日（木）

場所 代官山 蔦屋書店 3号館1階 食・暮らし

スペシャルイベント場所 展示場所の隣（屋外になる可能性あり）

営業時間 9:00～22:00

SPECIAL EVENT

スペシャルイベントは、会期中の土・日に開催予定！
（11月16・17・23・24日）



DAIKANYAMA T-SITE

第4回認定商品の主なプロモーション・イベント

(1) 首都圏でのPOPUPSTORE・イベント開催 (代官山 蔦屋書店を予定)



出展場所

3号館1F 食・暮らし



納品数量について (参考)

5,000円以下	30～50点
10,000円前後	10～20点
10,000円以上	5点
20,000円以上	3点～5点

※上記数量は、蔦屋書店での価格別の売上傾向です
※期間中販売状況を確認後追加納品も可能

第4回認定商品の主なプロモーション・イベント

(1) 首都圏でのPOPUPSTORE・イベント開催（代官山 蔦屋書店を予定）



代官山という街の、人の流れを変えた『代官山 蔦屋書店』

開業前の店前通行は1,500人

「大人のための文化の牙城」をコンセプトとする代官山 蔦屋書店を核として、いくつもの小さな専門店が気持ちのいい遊歩道で結ばれる文化複合施設。成熟した大人の感性をインスパイアする建築デザインや空間設計に加え、独自の「提案力」で大人の知的好奇心に応えます。

来店数

1日あたり約1万人、週末には、3万人。平均来店数2万人

日本一

全国の蔦屋書店の中で日本一の坪効率を誇る

客層

専門書の取り扱いやアートイベントも活発なため、自営業、クリエイターなど目の肥えた顧客も多い。洗練された敷地には、子供連れの家族から若者、年配の方まで幅広い層が滞在する。昨年からインバウンドの流れが強くなり、外国人も多く立ち寄る。



クライン・ダイサム アーキテクトが手掛けた建築



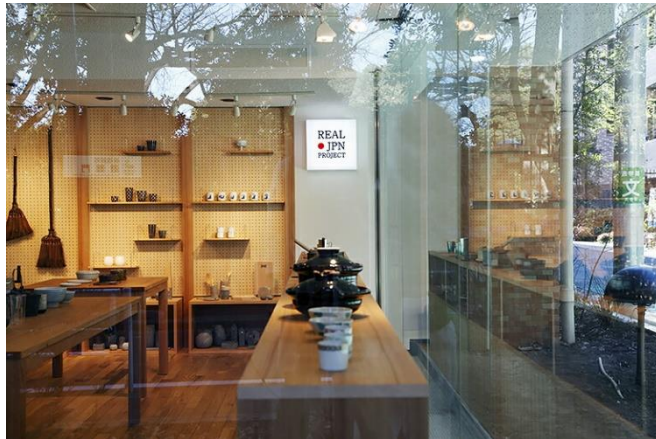
水戸の徳川邸屋敷跡地にあります。
向かいにはデンマーク大使館とエジプト大使館が。



IVY PLACE（カフェバー・ダイニング）
森の中に佇む「別荘」のような空間

第4回認定商品の主なプロモーション・イベント

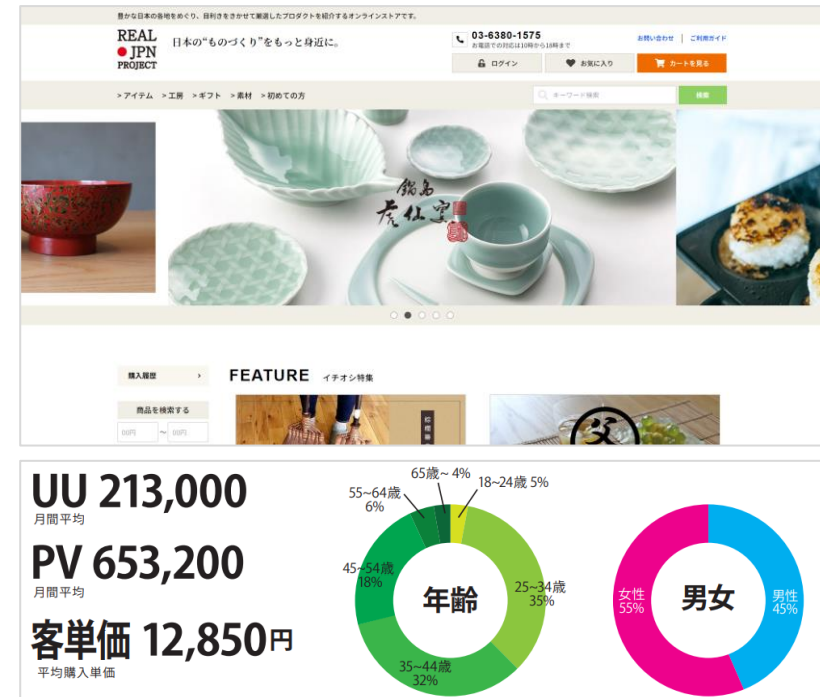
(2) 「リアルジャパンストア」での販売



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。

ONLINE STORE <https://www.realjapanstore.com>
 Instagram https://www.instagram.com/realjapanproject_store



ONLINE STORE



REALJAPAN_OFFICIAL

第4回認定商品の主なプロモーション・イベント

(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#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
ユーザーがフォロワ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

第4回認定商品の主なプロモーション・イベント

(4) コンテンツ発信による潜在顧客層への認知度拡大

note

つくる、つながる、とどける。

①集客がしやすい ②SEOに強い ③ECと連携できる

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。noteは、プラットフォームとしてのドメインパワーを持ち、広告を一切表示せず、コンテンツの質に集中することが可能です。これにより、ユーザーエクスペリエンスが向上し、検索エンジンからの評価が高まります。



(5) インフルエンサーマーケティングによる情報拡散



①適切なターゲティング ②訴求力が高い ③親近感

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。



令和6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・第3回の認定商品を展示

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日本一。
来店数は、平日約6,000人・週末10,000人。



開催概要

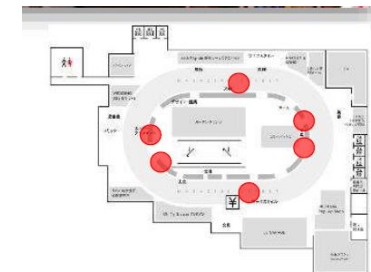
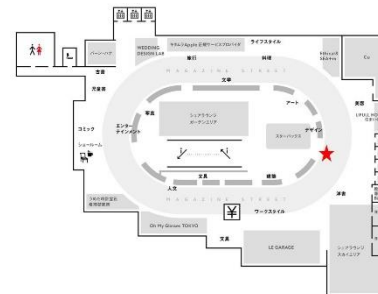
2024年7月11日(木)～7月17日(水)

場所 梅田 蔦屋書店内 アトリウム側エレベーター前

営業時間 8:30～21:00

サイネージ

会期中は、店内の6個所にて、サイネージを利用したPRを実施。



第4回「堺キッチンセレクション」 応募について

申請者は、次の全てを満たす必要があります。

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

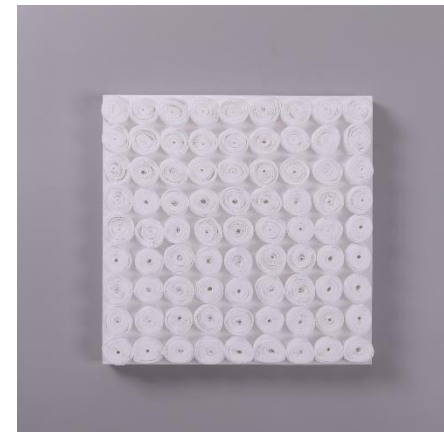
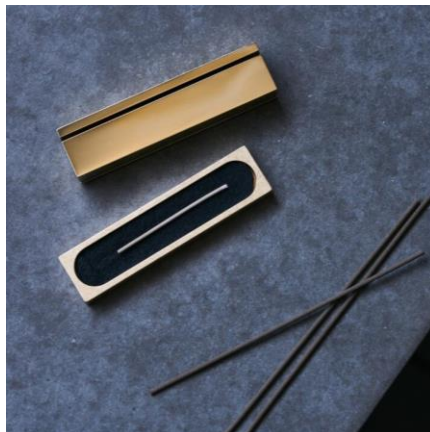
伝統製品の使用・保管の際に伝統製品と接触する場面のあるもの。

- ・ **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**

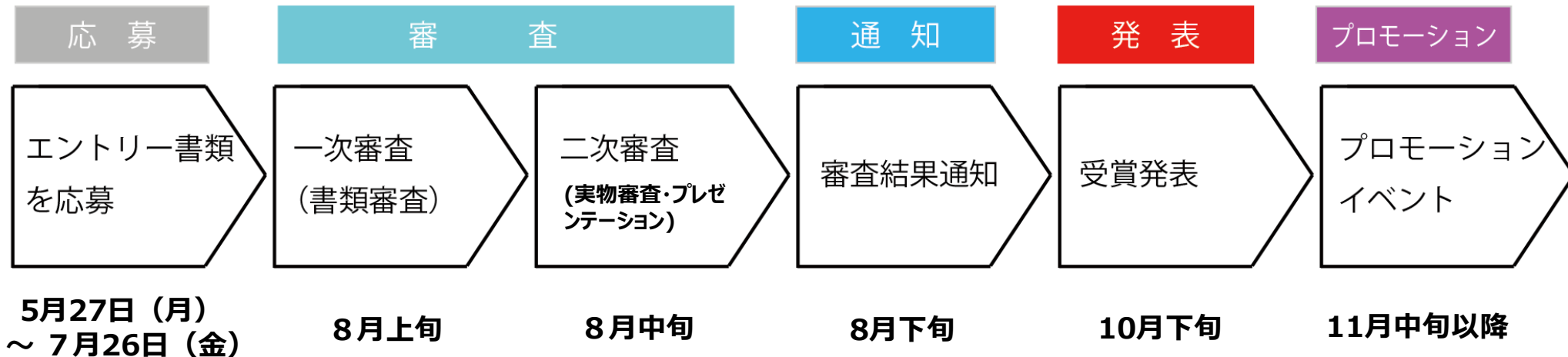
【例】技術から伝統産業をイメージさせるもの（堺刃物の技術を活用したフォーク・ナイフ等）

- ・ **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



スケジュールイメージ



「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4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。

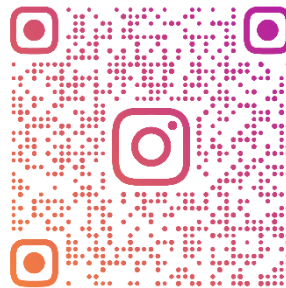
整合性	「sakai kitchen 〈堺キッチン〉」のブランドコンセプトに合致している。等
貢献性	堺の伝統産業の魅力発信に資する度合いが高い。等
信頼性	品質維持・向上に関する取組や技術的な裏付けがある。等
市場性	類似の商品・産地と比べて優位性・独自性がある。等
訴求性	消費者の心を惹きつける強い魅力を有している。 万博等に訪れるインバウンド客への訴求 等

第3回 認定事業者の声

- 審査員の方々のフィードバックが大変参考になりました。
- プレゼンテーションの時に**5人全員から質問を受け、その内容がすごく参考になり、**
これからの商品開発にも影響すると思います。
- 審査のプレゼン時に業界外の**審査員の方のコメントを直接頂けたことがよかった**と思いました。
刃物自体の性能以外の消費者の目に留まる点があることも重要だと思いました。
- 弊社商品は高額なこともあり、気軽に買っていただくことは難しかったかと思いますが、
刃物の商品を一般雑貨等と同じ売り場に並べて頂いたことは、刃物を周知していただく意味があったと思います。
- 代官山蔦屋書店でのPOPUPは良かったです。SNSで発信しても商品のイメージがいい。
- 伝匠館に展示・販売することにより情報発信と、知名度アップに繋がっていると思います。
- YouTubeの動画が、大変上手にできていて感動しました。
- 堺の広報見ましたと問合せありました。
- 弊ブランドの**インスタフォロワーも伸び率が上がりました**。
- 伝匠館の当番の時に、**お客様からYouTube見たよと言われると嬉しく実感が湧きます**。
- 社内の**職人・営業・業務と連携し新規商品を考えるきっかけ**になりました。
- 弊社発信ではないコンテンツによりあらたな販路を見出すことができればと期待しております。

Instagram

**Instagramはじめました！
ぜひ、フォローをお願いします！**



SAKAI_KITCHENSELECTION

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>