

REBUNESE Co.,LTD.

株式会社 レブニーズ 会社概要
REBUNESE COMPANY PROFILE

北海道プロデュースカンパニーへの挑戦



株式会社
レブニーズ
REBUNESE





1.島の人といえば、ウニ。礼文・利尻島のウニは、創業当時から取り扱いを行っている商品です。
 2.礼文島を囲む広大な海。底がくっきり見えるほど澄んだスカイブルーが広がります。
 3.初夏に咲く礼文島固有種のレブンアツモリソウ。

私たちレブニーズの原点、 礼文島

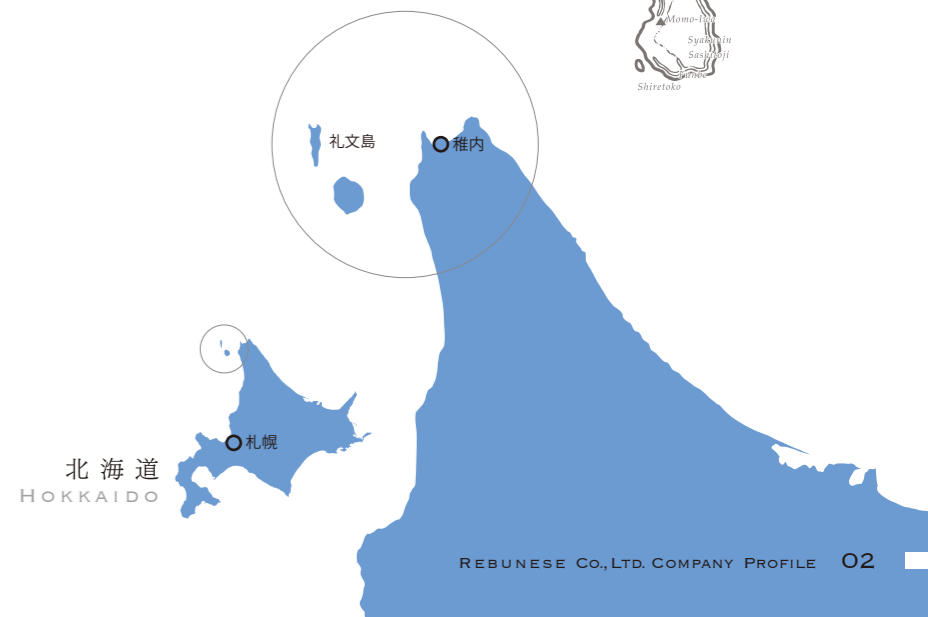
日本最北の地、稚内からフェリーで2時間。

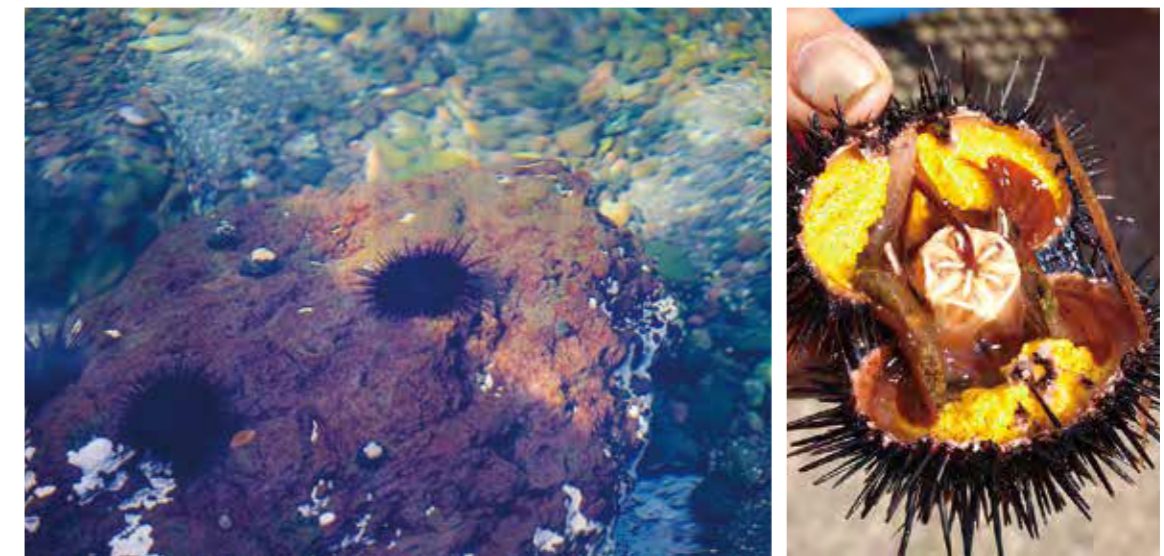
私たちレブニーズの原点である礼文島が眼前に現れます。

別名「花の浮島」とも呼ばれているこの島は

レブンアツモリソウをはじめとした

貴重な高山植物を島の随所で見るができます。





REBUNESE BACK STORY

俺が獲ったウニが日本一、 漁師の力強い声が響く

ウニ漁が許されるのは波風が穏やかな日の早朝2時間程度。

漁師は自分のプライドをかけて、

ウニを探しに磯船を走らせ、魚場に向かいます。



北海道の背景、良さを伝えていくこと

こんなにも美味しい礼文島のウニをもっと多くの人に知ってもらいたい。レブニーズがウニを扱うきっかけは、純粋な気持ちで原点でした。「俺が獲ったウニが日本一だ」。漁師さんは各々が漁場を持ち、プライドを持って漁に臨んでいます。しかし、それが市場に流通されてしまうと数多くある中の1つに過ぎず、漁師さんの想いは全くお客様に届いていないのが実情でした。

礼文島・利尻島のウニは水揚げ後、漁師から漁業組合に渡り、そこから札幌や築地市場などに卸され、その後飲食店や小

売店でお客様に届くのが一般的な流通でした。しかし、流通の過程でどうしても日数とコストがかかってしまう。鮮度の良い状態でお客様にお届けするためにはどうすればよいか。その答えが、自社工場での製造、加工とインターネットによる直販でした。ウニの真価を伝えるために工夫されたパッケージ。商品をお客様に届けるまでの工程すべてを自社でまかない、礼文島からお客様へお届けすることで、漁師さんが伝えたかった獲れたての味をお客様に味わっていただくことができました。



REBUNESE BACK STORY

浜に活気をもたらす、 海の恵み

周囲を海で囲まれた北海道は水産業が盛んな土地。
礼文島に限らず、レブニーズでは各地の海産物を取り揃えることで、
成長してきました。



北海道の価値を高め、発信すること

礼文島に限らず、北海道各地では漁業が盛ん。レブニーズでは全道各地に提携工場を持ち、旬の魚をお届けできる体制を作ってきました。例えば、秋で有名な魚といえば秋鮭。秋鮭は長い道のりを乗り越え、生まれた川に戻ってくる9.10月の鮭を指します。そこから作られるいくら、北海道各地の家庭ごとに作られ、北海道民に親しまれています。レブニーズでは、このいくらを提携工場と協力し、オリジナルいくらを作っております。北海道の北、オホーツク海で水揚げされる若鮭からの卵に原料を限定

し、利尻昆布を使った昆布だし醤油に漬けた「昆布だしいくら」として販売しております。北海道という地名がただでお客様が高品質なものをイメージされるのが北海道ブランド。しかし、そこに決して甘んじてはいけなと考えます。美味しいのは当然として、さらにお客様に感動していただくにはどうすればよいか。ご贈答として使っていただくためには、どのようなパッケージを施すべきか。素材の良さをうたうだけではなく、北海道の魅力を発信できる商品作りを進めています。



REBUNESE BACK STORY

肥沃な大地が支える、 北海道の農業

長い年月をかけて丹精込めて育てられた農作物。

レブニーズでは生産者の想いも含めて扱ってきました。



原石を見つけて、磨きかけること

食料自給率が200%前後と高い水準を誇る北海道。漁業に限らず、農作物でも全国の食を支えています。その北海道の食をレブニーズがプロデュースをしたい。そう思うようになったのは、真剣に仕事に取り組む漁師、農家さんの想いが最終的なお客様にすべて伝わっていないということ。価格競争になってしまえば、どうしても品質の良さは二の次に。また、最終的な利益も産地にはわずかしかなかった。ウニ漁は大海原に命がけで出漁。さくらんぼが収穫できるのは最低でも10年かかる。「こだわり」とい

う言葉には、長い年月がかかっていて、それを安価に売ることなどとてもできない。でも、その背景が伝わらなければ、価格重視にならざるを得ない。北海道に暮らす我々レブニーズが、本当に美味しいものをプロデュースし、本物を伝える。価値に見合った価格をいただき、産地に還元すること。自然にひたむきに向かい合う漁師、農家さんをレブニーズが探し、背景を伝えることで、お客様にファンになっていただくこと。レブニーズは1つ1つの商品に対して、それを行っていきます。



REBUNESE BACK STORY

しかし、生産者の想いは エンドユーザーには伝わっていなかった

北海道は食料自給率が200%前後と全国でも高く、1次産業が盛んな土地。
しかし、北海道外に原料として食材を供給しているだけでは、付加価値がつかない。
そもそも、誰が、どんな思いで作ったのかがお客様に伝わらない。
これは漁業だけに限らず、農畜産など他の産業にも共通している課題でした。



生産地に根付いた商売から気づくこと

レブニーズは礼文島を発祥の地としながらも、北海道各地に提携工場を持ち、漁業を中心として農畜産物に取扱商品を広げられました。その中で各産地が抱えている共通課題が見えてきました。高齢化、後継者不足、天候に伴う生産量の増減に伴い、相場が変動し、収入が安定しないこと。せっかく良いものを作っても、それを継続的に発展させていくことができず、やむなく廃業する会社もあります。スキームがなく、各生産者の自助努力にゆだねている状態では、商品価値を高めて販売していくことは難しいです。レブニーズではこの課題に対応すべく、付加価値

をつけてブランディングし、販売していく選択をしました。他社が安価で生ウニを販売していても、私たちは反対に大粒で艶のあるウニを選別し、プレミアムとして販売すること。産地で卸売り先がなく困っている少量多品種の魚を仕入れ、自社で干物加工を行い、数量限定で直営店で販売すること。単純な仕入れ商品販売するのではなく、自社の味付けとパッケージを施し、オリジナル商品として販売すること。

レブニーズでは本当に生産者の想いを伝えるために、商品に磨きをかけ、発信していくことをこれからも続けていきます。



レブニーズが地域課題を解決する

CHALLENGE TO
“HOKKAIDO PRODUCE COMPANY”

北海道プロデュースカンパニーへ



CHALLENGE TO ‘HOKKAIDO PRODUCE COMPANY’

REBUNESE BACK STORY / CEO MESSAGE
代表取締役メッセージ

北海道プロデュースカンパニーを 実現させる

北海道の美味しさに磨きをかける

我々レブニーズは、北海道の食の魅力を発掘し、価値を向上させながら、当社オリジナルブランド「島の人」を創造し、北海道の食全般を幅広くブランディングする、北海道プロデュースカンパニーを目指しています。

北海道の食といえば、水産、農産、畜産、またその加工品など、大変優れた魅力をもっていますが、こうした魅力は北海道や日本のみならず、世界各地からも注目されており、日本を代表する観光資源といっても、過言ではありません。しかしながら、埋もれたままのものが多いのが実情。そうした北海道の隠れた魅力を発掘し、世の中へプロモーションしていくような企業を北海道プロデュースカンパニーと定め、将来の目標にしております。

レブニーズは北海道札幌市に本社を構え、地域ならではの取り組みを活かしながら、北海道各地の生産者や製造メーカー様と連携し、北海道ブランドのさらなる価値向上に挑戦しながら、オリジナルブランド「島の人」のブランド化を進めております。2022年には中富良野町にあるメロン専門店「とみたメロンハウス」を新たにグループに迎え入れ、農産分野へビジネスの領域を広げ、更に成長を加速させてまいります。

北海道に生まれ育ち、北海道を最も愛する人間がこれまでの常識にとらわれないクリエイティブな発想をもとに行動することで、地方の活力を高めて活性化し、そのエネルギーを全国へ広げていく。近い将来、北海道の食といえば、レブニーズ、とっていただけるような、北海道ナンバーワン企業を目指し、挑戦を続けてまいります。

HOKKAIDO PRODUCE COMPANY

株式会社 レブニーズ
代表取締役社長

鹿内 茂光

Profile
1975年、札幌生まれ。1998年に地元の大学を卒業後、北海道の大手コンビニエンスストアの本部に就職。流通を学び、3年後に円満退社。家業の経営に参画し、2006年に株式会社レブニーズを設立。「北海道を元気にしたい!」と本気で考える。



REBUNESE MANAGEMENT POLICY
経営方針 [ミッション・ビジョン・バリュー]

経営理念 PHILOSOPHY

お客様の笑顔のために
食を通じて社会に貢献する
北海道を元気に

01
MISSION

使命 誰のために、何のために

食と観光を通じて地域産業を活性化する
次世代の北海道産業を育成する
北海道のために貢献する

02
VISION

ビジョン どのような会社になりたいか

北海道プロデュースカンパニーの実現
島の人ブランドを、北海道を代表する食のブランドに育成し、
世界中からファンを集める
北海道の食といえば、レブニーズを目指す

03
VALUE

価値 経営を行うときに何を大事にするか

食を通じて地域産業を活性化する
地域資源を大切にし、生産者とお客様の架け橋になる
売り、買い、世間よしを目指す

REBUNESE BRAND
ブランド [島の人・ホワイトフード・とみたメロンハウス]

HOKKAIDO
島の人 Shima no hito

島からは、日本最北限の離島、北海道礼文島を原点に北海道の豊かな食の魅力とその価値を発掘し、全国へ発信するレブニーズのオリジナルブランドです。「北海道の美味しさを全国へ届ける」。製造から販売流通の自社の一貫システムや北海道の各産地との連携による産地直送型「食のSPAモデル」を構築し礼文島で出会った感動の味わい、優れた北海道の食を全国へお届けしています。「北海道オールフード」の実現を目指してさらなる北海道の食の可能性に挑戦していきます。



ホワイトフード White food

ホワイトフードは、放射能検査、残留農薬検査や食品添加物を扱わないことにより安心な食をお届けする自然食品のお店です。ホワイトフードでは食品を0.5ベクレル/kgまで放射能検査し出荷しています。経営理念の「あんしんな食で人々を幸せに」をもとに、ご家庭の食の安全を守るのが私たちの使命です。日本の食文化の良さや美味しさも守りながら、お客様の食卓に北海道産の旬をお届けしたい、本当に納得いくものだけを提供し、皆様の健康と未来を考えます。



とみたメロンハウス Tomita meron house

とみたメロンハウスは、さまざまなカタチで富良野メロンを楽しめるメロンのテーマパーク。生産者が手間をかけ大切に育てた高品質な富良野メロンやメロンスイーツ、旬の農産物などを販売しています。十勝岳連峰に囲まれた豊かな大地で、太陽をたっぷり浴びて美しく育つ富良野メロン。甘味の強い赤肉メロンの平均糖度は約15度と極めて甘いことが特徴。「ふらのの大地からまるくてあまいしあわせを」をポリシーに、生産者のこだわりが詰まった美味しい農産物をお届けしています。



REBUNESE HISTORY

沿革

北海道の高品質な食材を全国へ。

礼文島をはじめ、北海道の良質で高品質な食材を扱ってきたレブニーズ。

礼文島本店の1店舗からスタートした事業は、今では多数の販売チャネルを展開し、

お客様の支持をいただきながら堅実な業績を積み上げてきました。

これからも北海道の魅力と価値を最大限に伝え、北海道プロデュースカンパニーを実現させていきます。

| | | | | |
|--------|--------|--|----------------|-------------------------------------|
| [会社概要] | 商号 | 株式会社レブニーズ | | |
| | 所在地 | 札幌本社 | 〒060-0809 | 北海道札幌市北区北9条西3丁目19-1 ノルテプラザ5F |
| | | 島の人 礼文島工場 [礼文島支社] | 〒097-1201 | 北海道礼文町香深字香深井1095-1 |
| | | 島の人 礼文島本店・サテライト店・民宿スコトン岬 | 〒097-1111 | 北海道礼文郡礼文町船泊字須古嶺 |
| | | 島の人 新千歳空港店 | 〒066-0012 | 北海道千歳市美々新千歳空港 国内線旅客ターミナル2F 国内線フロア |
| | | 島の人 新千歳空港ゲートラウンジ店 | 〒066-0012 | 北海道千歳市美々新千歳空港 国内線旅客ターミナル2F 12番ゲート付近 |
| | グループ会社 | 株式会社とみたメロンハウス (持株比率100%) 〒071-0714 北海道空知郡中富良野町宮町3-32 | | |
| | 従業員 | レブニーズ 54名 (4名)、連結65名 (21名) ※ 2024年5月末時点、()内は季節限定パートスタッフ | | |
| | 取引先銀行 | 北洋銀行 三菱UFJ銀行 北陸銀行 北海道銀行 みずほ銀行 三井住友銀行 | | |
| | 主要仕入先 | 香深、船泊、利尻漁業協同組合、北海道漁業協同組合連合会(ぎょれん) 北海道内の各水産会社 | | |
| | 入札権取得 | 船泊漁業協同組合(2019年～) 香深漁業協同組合(2020年～) | | |
| | 契約顧問先 | TMI総合法律事務所 弁護士法人 小寺・松田法律事務所 シティ総合法律事務所 デロイトトーマツ税理士法人 村松法律事務所 (とみたメロンハウス) | | |
| | 売上高 | 2022年3月 売上22億33万円 | 経常利益 3億1,783万円 | 自己資本比率 75.1% (2022年3月期) |
| | | 2023年3月 売上28億2,529万円 | 経常利益 4億490万円 | 自己資本比率 74.6% (2023年3月期 ※連結) |
| | | 2024年3月 売上28億9,372万円 | 経常利益 4億3,253万円 | 自己資本比率 79.3% (2024年3月期 ※連結) |

売上高の推移
(経常利益)

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

22億33万円
(3億1,783万円)

28億2,529万円
(4億490万円)

28億9,372万円
(4億3,253万円)

沿革

2006
「株式会社レブニーズ」を創設
「島雲丹」商標登録

2008
資本金を6,000万円へ増資

2011
楽天市場「ショップ・オブ・ジ・エリア北海道2010」を受賞
新千歳空港内に「島の人 新千歳空港店」開店

2015
資本金を1億円へ増資
楽天市場「ショップ・オブ・ジ・エリア北海道2014年」を受賞

2018
ホワイトフード株式会社を吸収合併
ECショップ「ホワイトフード」を運営開始

2021
楽天市場「ショップ・オブ・ジ・エリア北海道2020年」を受賞
Yahoo!ショッピング「Area Awards 2020【2期】北海道食品カテゴリー」3位を受賞

2007
資本金5,000万円へ増資
楽天市場「ショップ・オブ・ジ・エリア北海道2006」を受賞
「楽天トラベルアワード2007北海道エリアお客様アンケート大賞」を受賞

2009
資本金を8,000万円へ増資

2013
資本金を9,000万円へ増資
「島の人 礼文島本店」を全面改装リニューアルオープン

2017
新千歳空港内に「島の人 新千歳空港ゲートラウンジ店」開店

2019
楽天市場「ショップ・オブ・ザ・イヤー 2018」を受賞
札幌商工会議所「北の起業家表彰」優秀賞を受賞

2022
有限会社とみたメロンハウスを子会社化

2010
楽天市場「ショップ・オブ・ジ・エリア北海道2009」を受賞

2014
楽天市場「北海道エリア地域特産賞」を受賞

2020
楽天市場「ショップ・オブ・ザ・マンズ 2020年6月」を受賞

2024
株式会社とみたメロンハウスに組織変更



REBUNESE BUSINESS MODEL ビジネスモデル

Our Business Model

1. 島の人ブランドの確立

礼文島の漁師が命をかけて獲った海産物に対して、規格や販売先が少ないことで、廉価で販売されていた実態。創業当時にその現実を目の当たりにし、どうやったら正しい価値に基づき、適正な価格がつけられるのか。そして、多くのお客様にお召し上がりいただけるのか。その答えがブランディングでした。

主力商品の一つである島雲丹は創業当時から販売している商品。礼文島に工場を構え、入札から製造加工を現地で行うことにより、島雲丹の背景や特性を社員が理解。それを踏まえて商品の特徴とストーリーが伝わるように商品撮影を実施。ページや紙面作成までを自社で一貫して行っています。

商品パッケージはブランドを構成する重要な要素。高品質で洗練されたイメージを醸成するよう、コーポレートカラーを基調とした統一感のある色使いで作成。商品のお召し上がり方についても冊子を同封し、食べ方をあえてこちらから指定し、本当の美味しさを味わっていただけるようにしております。

礼文島での取り組みをもとに、北海道各地へも横展開を実施。レブニーズオリジナルの味付けを基にPB化を進めています。ただし、既に販売している商品を仕入れ、パッケージだけを変更して販売するのではなく、商品背景を基に商品の価値を最大限に高めるようにリブランディングをかけていきます。

一貫して当社が伝えることは商品の価値を伝えるということ。仕入れから販売、お客様がお召し上がりになるところまでをプロデュースし、ストーリーをお客様に伝えるということ。

レブニーズの取り組みは海産物が中心でしたが、2022年には富良野メロンを中心とした農作物を扱う有限会社とみたまメロンハウスを子会社化。北海道プロデュースカンパニーを目指し、取り組みをさらに拡大していきます。



▲ 商品の価値を高める洗練されたパッケージを施す



▲ 商品背景をWebページを中心に発信



▲ 北海道の良さ、商品背景を接客を通じてお伝えする



▲ 撮影は世界観が伝わるしつらえに

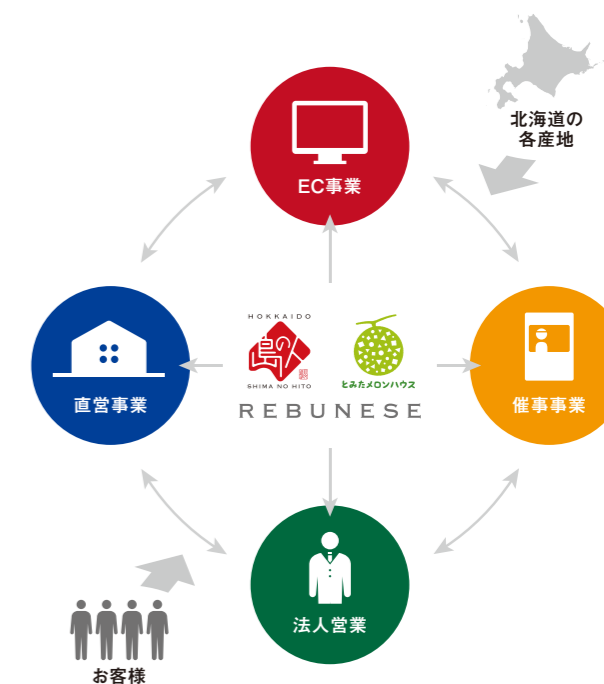
Our Strategy

2. 複数チャネルによる顧客開拓

直営で商品をご購入いただいたお客様に、カタログを送付し、ご自宅にいながらでも北海道を楽しんでいただく。創業当時から続くこのアプローチは、お客様のLTVを高める取り組みです。

直営店や物産展で購入した商品をインターネットでリピート購入していただく。カタログを見て百貨店で売られている催事に赴く。このように様々な営業チャネルを持つことで、チャネル間の相互送客を図り、利用を促進する。お客様とのやりとりの中で得た情報を、チャネル間で共有し、商品開発等に活かします。

複数のチャネルを持つことにより、お客様と多様な接点を持ち、知名度・信頼度を向上させることで、新規顧客を獲得し、高いリピート率、高成長を実現していきます。

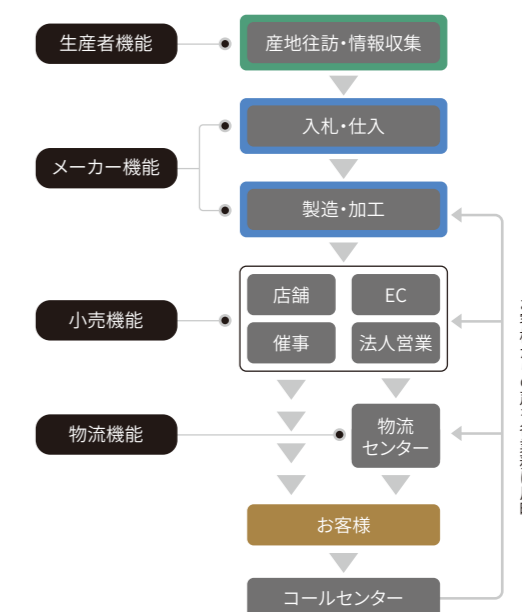


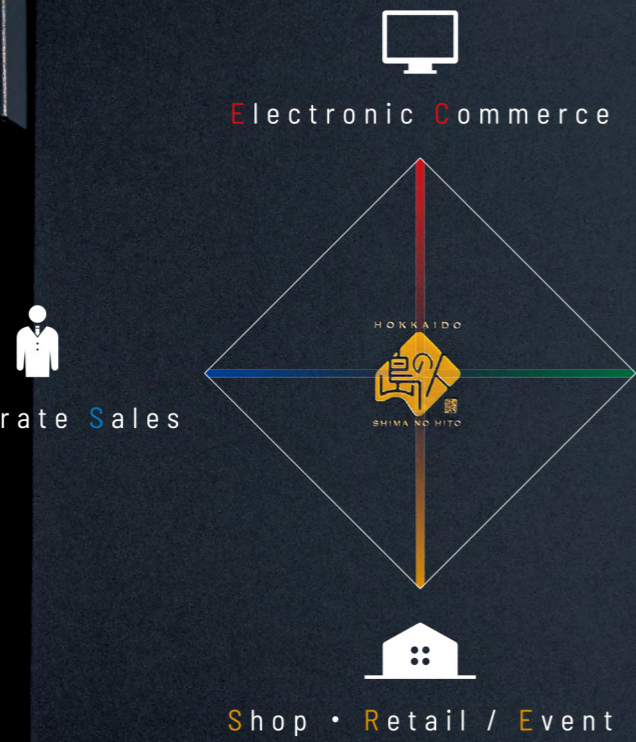
3. 産直型 食のSPAモデルの構築

レブニーズは北海道プロデュースカンパニーを目指し、礼文島をベースに製造小売業を構築してきました。

産地の情報収集から始まり、生産者からの直接仕入れ、もしくは市場への入札を行い、素材を仕入れます。その後、自社工場で製造、加工を行い検査を実施。パッケージも洗練され、商品は各チャネルへと届けられます。店頭では直接お客様の元へ。インターネットやカタログ、法人営業を通じたご注文は物流センターを通じてお客様へ。そしてお客様に届いた商品についてのお問合せをいただいた場合、各部署にフィードバックされます。

このように、製造小売モデルを構築することで、一貫した品質を管理、プロデュースすることが実現。今後も他産地に横展開していき、北海道の魅力をこれからも発信していきます。





REBUNESE

REBUNESE OUTLINE OF BUSINESS

事業概要 [通販事業 / 直営・催事事業 / 法人営業事業 / グループ事業]

レブニーズを創る4つの事業

レブニーズは通販事業、直営・催事事業、法人営業事業、グループ事業の4つを柱とし、礼文島に限らず、北海道各地の水産品や農産品を販売しております。

島の人・ホワイトフード・とみたメロンハウスの3つのブランドを駆使し、成長を続けて参ります。



ELECTRONIC COMMERCE

通販事業

公式オンラインショップ
楽天市場 / Yahoo! ショッピング / Amazon
カタログ通販



SHOP • RETAIL / EVENT

直営・催事事業

礼文島本店 / サテライト店 / 民宿スコトン岬
新千歳空港店 / 新千歳空港ゲートラウンジ店
百貨店催事・イベント



CORPORATE SALES

法人営業事業

法人営業
卸売
TV通販



REBUNESE GROUP

グループ事業

株式会社とみたメロンハウス
◇直営・催事事業 とみたメロンハウス / 催事・イベント
◇通販事業 インターネット・カタログ通販



ELECTRONIC COMMERCE
通販事業 [インターネット通販・カタログ販売]



北海道の高品質な食材を、全国にお届け。
3つのブランドで北海道を発信する

島の人とホワイトフード、そしてとみたメロンハウスの3つのブランドを掲げ、インターネットやカタログなど複数のチャネルを駆使し、北海道の上質な食材をお客様にお届けしています。



3つのブランド

レブニーズでは3つの個性的なブランドを展開しています。いずれも北海道の食の魅力を伝えるために施したブランド。全道各地の様々な特産品を、バイヤー自らの目で舌で確かめ、磨き上げたものをお届けします。1つめが島の人、北海道の食の魅力を発掘し、確固たる目利きをもとに選定した逸品。2つめはホワイトフード、放射能検査を実施し、無添加の安心安全な食品を厳選してお届けします。3つめはとみたメロンハウス、富良野メロンを始めとする北海道の農作物をお届けします。



インターネット通販

楽天市場、Yahoo! ショッピング等の大手ショッピングモールサイトにおいて礼文島・北海道の海産物・農畜産物を販売。2019年に楽天市場「ショップ・オブ・ザ・イヤー2018」を受賞。この賞は、楽天市場に出店している全店舗(約46,000店舗)の中から、お客様の投票数、及び売上額や注文件数の成長率・お客様対応などを評価し、年間のベストショップが選ばれる表彰制度です。インターネットを通じてより新鮮な食材をよりスピーディに、全国・全世界のお客様へお届けすることを目指します。



カタログ販売

レブニーズをご利用いただいたお客様にカタログをお届け。お祝い事やイベントにふさわしい上質な北海道のギフトや产品をご案内しております。季節感を感じさせる紙面は北海道の情報に加え、その時期の旬が分かる冊子に。見るだけでも楽しい紙面はお客様のファン作りにもつながるものです。

SHOP 直営事業

島の人 礼文島本店／サテライト店

年間およそ15万人が訪れる国内有数の観光地、礼文島最北端で国立公園内でもあるスコトン岬に店舗を構えています。主に地元で水揚げされる海産物や観光みやげ品を販売。2013年5月にリニューアルオープンし、2021年には本店の隣にサテライト店も新設。より豊富なラインナップでお客様の旅の思い出作りをサポート。環境や高齢者に配慮した設計、最北の絶景を眺めるテラスなど、これまで以上に訪れたお客様にゆっくりと滞在していただき、素敵なひとときを提供できる空間へ。最高の商品とおもてなしで来店されたお客様に礼文島の魅力を感じてもらい、地域活性化に繋げることで地元への貢献を目指します。



北海道から日本全国へ、そして世界へ。 高品質の海産物に作り手の想いと情熱を乗せて

創業の地である礼文島に「礼文島本店」「サテライト店」「民宿スコトン岬」、
北海道の空の玄関口である新千歳空港に「新千歳空港店」「ゲートラウンジ店」、と5店舗を構えております。



民宿スコトン岬

日本最北の島「礼文島」のさらに最北に位置するコンドミニアム型の宿「あざらしの見える宿 礼文島スコトン岬」を運営。広大な海に囲まれた絶景が自慢で、美しい海の風景や礼文島産のウニをはじめとした海産物でおもてなし。わずか8室の民宿ながらクチコミでの人気を誇り、2007年には楽天トラベルアワードを受賞。今後は、長期滞在型の宿泊プランや個人旅行をターゲットとしたビジネスを展開していきます。



新千歳空港店

2011年7月、年間1,600万人が乗降し国内2位の売上高を誇る新千歳空港へ直営店2店舗目である「島の人 新千歳空港店」を出店。礼文島の前浜で獲れた厳選の海産物を多彩に取り揃え、さらに空港限定商品の販売を行っています。今後さらなる店舗出店を含め、北海道の食をプロデュースするための施策を引き続き積極的に行い、礼文島の地域ブランドを全国、そして世界へ広めて参ります。



新千歳空港ゲートラウンジ店

2017年4月、新千歳空港のゲートラウンジ内に空港内では2号店目となる「島の人ゲートラウンジ店」を出店。北海道産にこだわった新鮮な食材を出来立てで提供。礼文島や、空港1号店で人気のお土産を季節ごとにつりかわる旬の味覚に合わせてご案内。素材、パッケージ、器、召し上がるシーンまで全てをプロデュースした、島の人集大成です。

RETAIL / EVENT

催事・イベント事業

全国の百貨店や屋外イベントで
北海道の魅力を伝える

各都市の主要百貨店や大手GMS様と協力し、
北海道物産展への出店やカタログギフトへの掲載を行っています。
また、北海道内では「さっぽろ雪まつり」「さっぽろオータムフェスト」
「旭川マルシェ」など地域密着型のイベントにも積極的に参加しています。

島の人、海鮮弁当の一例



物販催事

全国各地の百貨店で開催される北海道物産展等に出店し、礼文島で人気のあるサーモン昆布重ね巻や礼文だし、利尻昆布を主に販売。毎年定期的に出店しているため、各地にリピーターも多く、島の人の出店を心待ちにする方が増えております。



お弁当催事

京王新宿百貨店様の駅弁大会をはじめ、全国のお弁当催事に出店。北海道ならではの海鮮弁当をできたてでお届け。具材は礼文島の島雲丹を使った生ウニ弁当をはじめ、昆布だしいくらとの2色丼や、蒸しウニを使ったどんぶりなど多岐に渡ります。



イートイン催事

百貨店様の一角をお借りし、生ウニ丼や焼き立てのホッケ定食などを提供。できたての定食をその場でお召し上がりいただくことができます。礼文島本店で味わえる産地の味覚を都会にいながら感じることができます。定食には礼文だしのお吸い物と小鉢でサーモン昆布重ね巻がつくので、島の人の人気商品を一度に味わうこともできます。



野外フードイベント

毎年1月に開催される東京ドームふるさと祭りや、6月のまんぱく。札幌で9月に開催されるオータムフェストなどの屋外フードイベントに出店しております。礼文島の殻付きウニや北海道産の活ホタテや牡蠣など、素材の味覚を十分に味わえるもの。ウニ飯や礼文麦酒など礼文島ならではの逸品もご用意し、北海道の食を堪能いただけます。

島の人 礼文島工場

「地元の食材を自分たちの手で、責任を持ってお客様へ」。品質へのこだわり、時間短縮、コスト削減のため、自社の工場で製造・出荷。地元の食材の価値をさらに高めるためさらなる生産技術・能力の向上を目指します。オリジナルブランド「島の人」を中心としたものづくり工場であり、素材のよさを大切にしつつ、独自の技術加工にて素材のうまさを最大限に引き出した製品を開発。当社の主力商品である生ウニ（塩水パック）やウニ製品、オリジナル珍味を製造加工に取り組んでおります。



CORPORATE SALES
法人営業事業



全国に礼文島、北海道の魅力を
クライアント様とともに広めていく

法人営業事業は全国の百貨店様のカタログやWebページへの掲載。

礼文島の海産物の卸売り事業などを展開しています。



店舗様向け営業

クライアント様の売場やWeb、カタログに当社商品を販売していただく卸売り事業です。販売チャネルの特性に合わせて、豊富なラインナップから最適な商品をご提案します。クライアント様の品揃えや価値向上につながるよう、限定商品やギフトの開発・提案も同時に行っております。



飲食・業務用向け営業

北海道各地の海産物を多くのお客様に召し上がっていただきたく、飲食店様を中心に卸売りを行っております。礼文島の自社工場を始め、北海道各地の提携工場とリレーションをとり、旬の商品をご提案。産地に工場をもっているからこそ実現できる、活魚や小ロット対応も可能です。業務用食材卸売市場にも出品し、販路を拡大しています。



製造加工メーカー様向けの原料供給

礼文・利尻では一年を通じ水揚げされる魚を現地で日々買い付けております。また北海道各地の産地へも密接なネットワークで良質な産品を独自買付けしております。ホッケやウニ、昆布・タラ・秋鮭などを産地凍結も踏まえ、業務ロットでの提供を行っております。



TVショッピングでの販売

北海道内外のテレビ番組にて礼文・北海道の食材を紹介。24時間生放送のテレビショッピング番組「ショップチャンネル」やTV東京系「虎ノ門市場」など、メディアを使った販売やプロモーション活動を行っております。多くのお客様に北海道、礼文島の素晴らしさを伝えつつ販売を行っております。

REBUNESE GROUP
グループ事業 [とみたメロンハウス]

とみたメロンハウス

2022年、新たにレブニーズグループに加わった「とみたメロンハウス」。とみたメロンハウスは、さまざまなカタチで富良野メロンを楽しめるメロンのテーマパークで、生産者が手間をかけ大切に育てた高品質な富良野メロンやメロンスイーツ、旬の農産物などを販売しています。十勝岳連峰に囲まれた豊かな大地で、太陽をたっぷり浴びて美しく育つ富良野メロン。富良野では甘味の強い赤肉メロンが主に栽培され、平均糖度は約15度と極めて甘いことが特徴。その甘いメロンが最もうま味を貯め込んでいる「朝もぎ」にこだわり、陽が昇り気温が上昇する前の冷たいメロンを収穫することにより、メロンの鮮度が保たれた状態で出荷。メロンのプロが手作業でひとつひとつ厳しい目で選び抜いた「優等生」のメロンをお届け。「ふらのの大地からまるくてあまいしあわせを」をポリシーに、私たち島の人のパートナーとして共に豊かな大地の恵と生産者のこだわりの詰まった美味しい農産物を北海道富良野からお届けしています。



ラベンダーが輝く北海道のへその町。
 富良野メロンの名産地、とみたメロンハウス。

北海道の中央でへその町とも呼ばれる中富良野町にあるレブニーズグループの「とみたメロンハウス」。
 富良野メロンを始めとした豊かな農作物やスイーツの魅力を全国に発信します。



DM発行

「最良のメロンを最適なタイミングで送る」を信念に、とみたメロンハウスをご利用いただいたお客様に、四季折々の富良野の美味しい農作物をご案内するDMをお送りしております。夏の獲れたて一番の富良野メロンのお便りを始め、春には朝もぎたてアスパラガスや秋冬に獲れる美味しいたまねぎやかぼちゃなど、一年を通し富良野の旬情報を発信。DMを通じてお客様にとみたメロンハウスを深く知っていただきファン拡大を目指します。



インターネット通販

とみたメロンハウスは本州などの大都市圏から遠隔地にある観光地で、冬の閑散期もあることから、通年での上を伸ばすためDMによる直販と、ホームページや楽天によるネット販売を戦略的に行っています。最近では品種の異なる5種類のメロンを半月ごとにお届けする頒布会メロンコレクションや、定期的に富良野の旬の果物や野菜をお届けする頒布会ベジタブルコレクションなど「お客様を飽きさせない」工夫で1年を通して利用してもらう通信販売の方法もとっております。



催事・イベント

毎年全国各地で開かれる百貨店への物販や、秋に札幌で開催されるさっぽろオータムフェストなどの食催事に積極的に参加します。富良野メロンのカット売りや、富良野メロンと牛乳を使用したソフトクリームやスムージー、生ドーナツなど多彩なスイーツでお客様を迎えます。



これからの「レブニーズ」

我々レブニーズは、北海道の食の魅力を発掘し、価値を向上させながら、
当社オリジナルブランドを創造し、
北海道の食全般を幅広くブランディングする、
北海道プロデュースカンパニーを目指しています。

北海道の食といえば、水産、農産、畜産、またその加工品など、
大変優れた魅力をもっていますが、こうした魅力は北海道や日本のみならず、
世界各地からも注目されており、日本を代表する観光資源といっても、過言ではありません。
しかしながら、埋もれたままのものが多いのが実情。
そうした北海道の隠れた魅力を発掘し、世の中へプロモーションしていくような企業を
北海道プロデュースカンパニーと定め、将来の目標にしていきたいと考えています。

レブニーズは北海道に本社を構え、地域ならではの取り組みを活かしながら、
北海道の各産地や製造メーカー様と連携し、
北海道ブランドのさらなる価値向上に挑戦しながら、
レブニーズグループの拡大とオリジナルブランドの開発を進めております。

そして、北海道に生まれ育ち、北海道を最も愛する人間が
これまでの常識にとらわれないクリエイティブな発想をもとに行動することで、
近い将来、北海道の食といえば、レブニーズ、とっていただけるような、
北海道ナンバーワン企業を目指し、挑戦を続けて参ります。