

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





1.島の人のいば、ウニ。礼文・利尻島のウニは、創業当時から取り扱っている商品です。
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プンアツモリソウ。

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

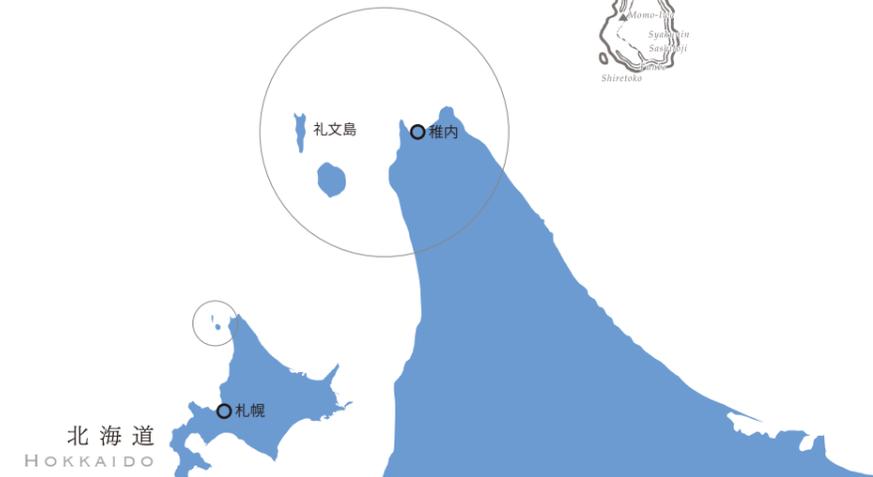
レプンアツモリソウをはじめとした

貴重な高山植物を島の随所で見ることができます。



礼文島 REBUN ISLAND

稚内市の西方60kmに位置する最北の離島。
南北に29km、東西に8kmほどの離島は、
車であれば1日もかからずに1周できる広さです。





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つに過ぎない。漁師の想いはまった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の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。ウニの鮮度保持のために工夫された塩水。ウニが崩れにくい資材。価値を伝えるためのパッケージ。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、礼文島の浜で食べるのと同じ味をお客様に味わっていただくことができるようになってきました。

漁師さんの想いをこれからも伝えていきます。



REBUNESE BACK STORY

浜に活気をもたらし、 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

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を原料を限定し、利尻昆布を使った昆布だし醤油に漬け込んだ「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ません。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。

北海道ブランドや素材の良さを最大限に活かすため、レブニーズではまだ見ぬ素材を追い求め、よりよい商品をお客様にご案内していきます。



REBUNESE BACK STORY

肥沃な大地が支える、 北海道の農業

1年以上の年月をかけて丹精込めて造った農作物。

レブネーズでは生産者の想いも含めて扱ってきました。



北海道の背景、良さを伝えていくこと

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ネ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残らない。ウニ漁は大海原に命がけて出漁。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ネーズが、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、農家さんをレブネーズが探し、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。レブネーズは1つ1つの商

品に対して、それを行っていきます。

特徴的なのは、有機無農薬アスパラガス。北海道の赤井川村で赤木さんがつくるアスパラガスです。赤井川村は火山の噴火によってえぐられた土地に、四方から清らかな川が流れ込んでつくられた場所。日本で一番味の良い美味しいアスパラガスを造りたいと本場ヨーロッパに向かい、ドイツで理想的なアスパラガスに出会います。太く、柔らかく、甘いもの。ドイツ以外には流出しないとされた品種を粘り強い交渉の結果、日本に持ち帰り、北海道では唯一「グローリム」というドイツ品種のアスパラガスを栽培しています。有機JASの取得など、より高品質で美味しいアスパラガスを栽培するために、日々試行錯誤が続いている赤木さん。こういった取り組みは残念ながら多くの人には知られていません。それをレブネーズが見つけた。情報発信をしていくのがレブネーズの役割だと考えます。これからも北海道プロデュースカンパニーを目指し、レブネーズは進んでいきます。



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185%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

地平線が見えるような壮大な大地。時に荒々しくも清らかな海。
冬になると2mを越えるような大雪が積もり、じっと雪解けを待つ草木。
北海道には四季折々の季節を感じることができる大自然から、
豊かな恵みを享受することができます。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
広げてきました。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る。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。
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、
反対に大粒のウニを選別し、プレミアムとして販売すること。産地で卸売
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、
数量限定で空港店で販売すること。単純な仕入れ商品を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



HOKKAIDO



SHIMA NO HITO

北海道の美味しさに 磨きをかける

私たち株式会社レブニーズは北海道に拠点を構え、
北海道の食の魅力を発掘し、価値を向上させながら、
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。

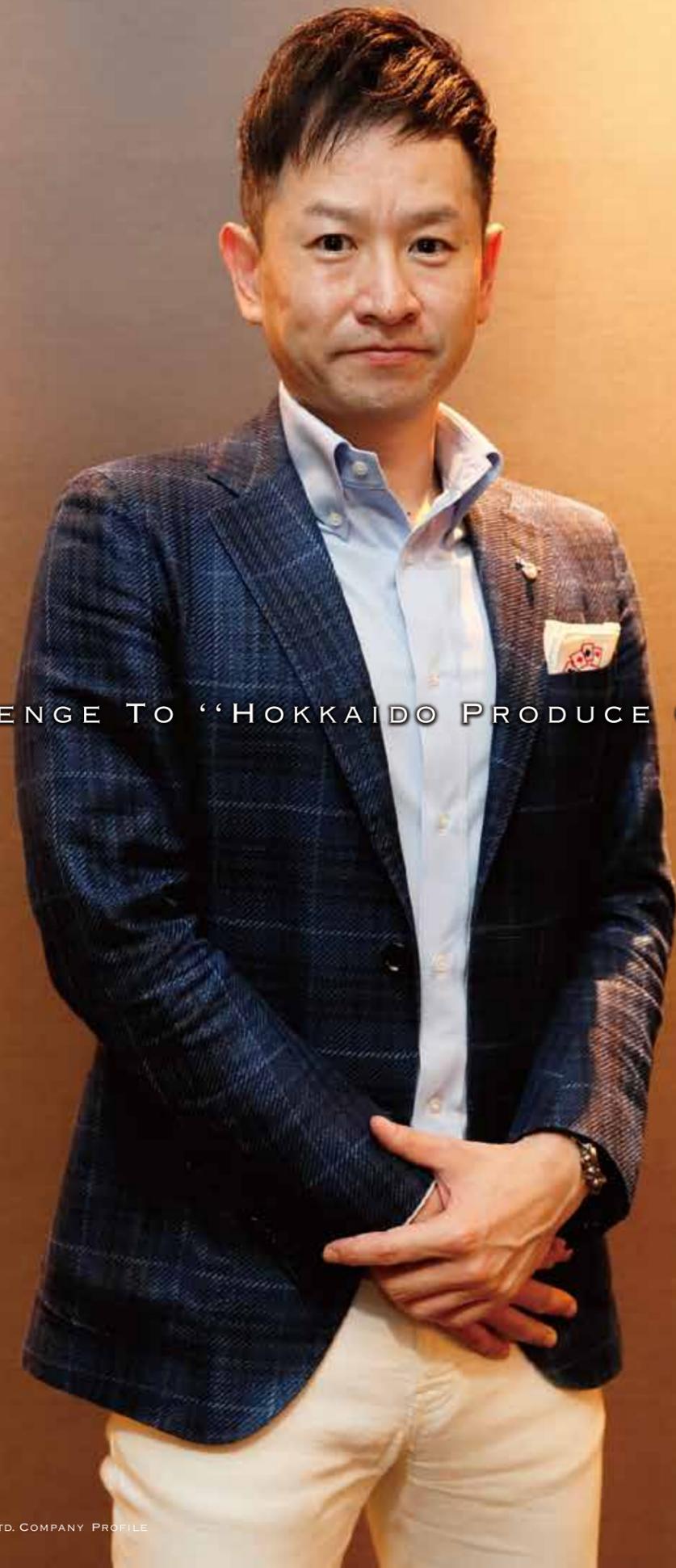
「島の人」のロゴマークは北海道を模したロゴ。

創業当時は礼文島で獲れる海産物を中心に取り扱っていましたが、
北海道を一つの島と見立て、北海道各地にある
魅力的な食全般を幅広く取り扱うように成長してきました。

今後も北海道ブランドの価値をより向上させる
活動をしてまいります。



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、オリジナルブランド「島の人」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。

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。





経営理念

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

どういふ会社になりたいか

北海道プロデュースカンパニーの実現

北海道の地域ブランドを全世界にプロデュースし、

世界中から100万人のファンを集める

03

VALUE

価値

経営を行うときに何を大事にするか

ビッグカンパニーよりもグッドカンパニー

ナンバーワンよりもオンリーワン

サステイナブルであること

レブニーズが目指すもの。大切にすること。

REBUNESE HISTORY

沿革

北海道の高品質な食材を全国へ。

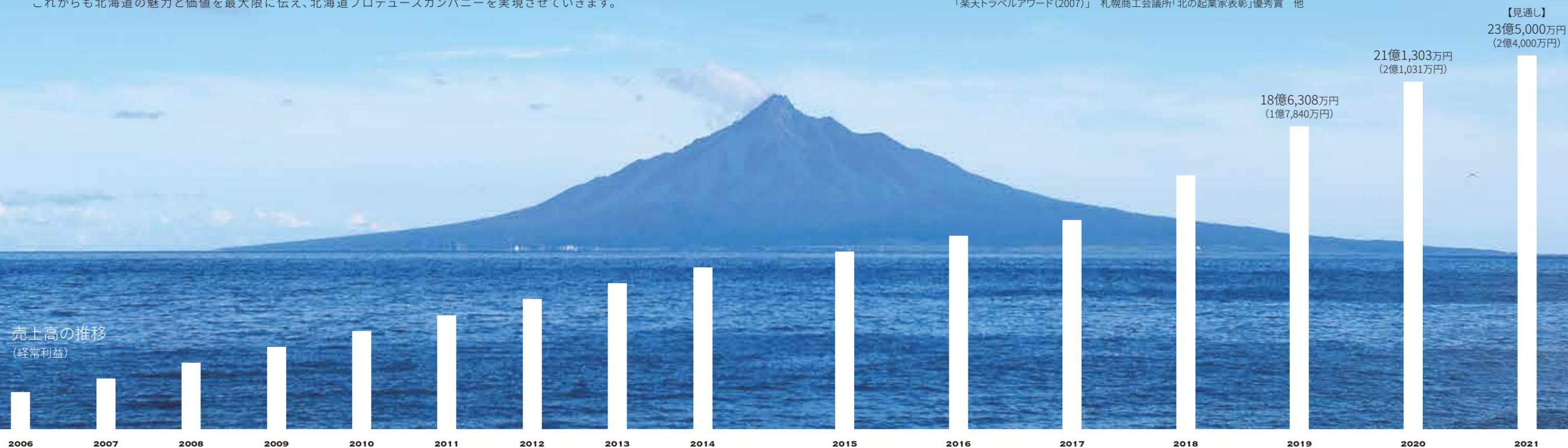
礼文島をはじめ、北海道の良質で高品質な食材を扱ってきたレブニーズ。

礼文島本店の1店舗からスタートした事業は、今では20の販売チャンネルにまで広がり、

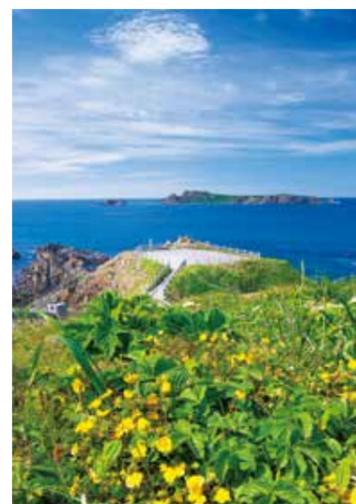
お客様の支持をいただきながら堅実な業績を積み上げてきました。

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	島の人 礼文島本店・民宿スコトン岬	〒097-1111	北海道礼文郡礼文町船泊字須古頓
	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
	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
	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
従業員	従業員77名(契約・パート社員含む)※2020年8月時点		
取引先銀行	北洋銀行 北海道銀行 北陸銀行 みずほ銀行 三菱UFJ銀行 三井住友銀行 りそな銀行 稚内信用金庫		
主要仕入先	船泊漁業協同組合、香深漁業協同組合、利尻漁業協同組合、礼文町・北海道内各水産会社		
売上高	2019年3月 売上18億6,308万円 経常利益1億7,840万円 自己資本比率74.4% (2019年3月実績)		
	2020年3月 売上21億1,303万円 経常利益2億1,031万円 自己資本比率73.7% (2020年3月実績)		
	2021年3月 売上23億5,000万円 経常利益2億4,000万円 (2021年見通し)		
受賞履歴	楽天市場「ショップ・オブ・ザ・イヤー(2018)」、「ショップ・オブ・ジ・エリア北海道(2006・2009・2010・2014)」 「楽天トラベルアワード(2007)」 札幌商工会議所「北の起業家表彰」優秀賞 他		



沿革



2006
「株式会社レブニーズ」を創設
「島うに」商標登録

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

2008
資本金を6,000万円へ増資

2009
資本金を8,000万円へ増資

2010
楽天市場「ショップ・オブ・ジ・エリア北海道2009」を受賞

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

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

2014
楽天市場「北海道エリア地域特産賞」を受賞

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

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

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

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

2020
楽天市場「ショップ・オブ・ザ・マンズ 2020年6月」を受賞

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。

特に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することができます。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メーカーさんに製造を依頼する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しています。

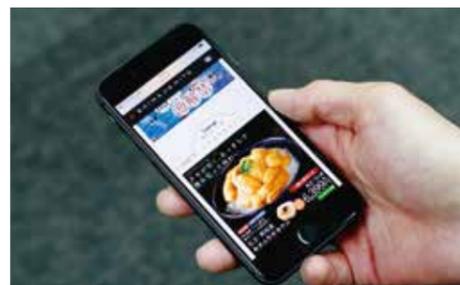
一貫して当社が伝えることは商品の価値を伝えるということ。仕入れから販売、お客様がお召し上がりになるところまでをプロデュースし、ストーリーをお客様に伝えるということ。

本当に美味しいものを味わっていただく。
そして、北海道を好きになっていただく。

レブニーズの取り組みはまだ海産物が中心。北海道プロデュースカンパニーを目指し、取り組みを農畜産物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、商品背景接客を通じてお伝える



▲ 撮影は世界観が伝わるしつらえに

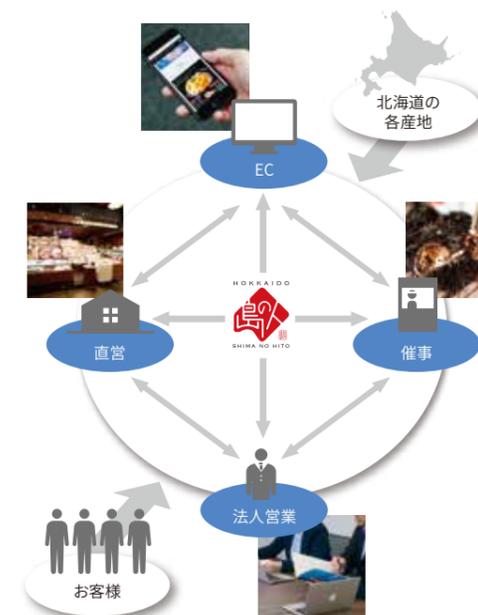
Our Strategy

2. 複数チャネルによる顧客開拓

礼文島でお土産品をご購入いただいたお客様に対して、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。創業当時から取り組んでいるこのアプローチは、お客様のLTVを高める取り組みでした。

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。

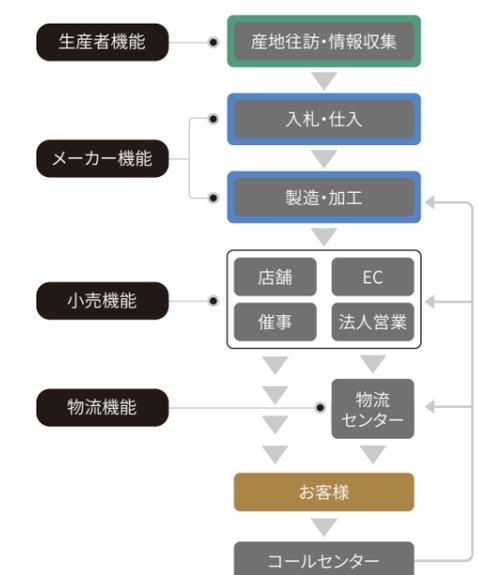


3. 産直型 食のSPAモデルの構築

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。

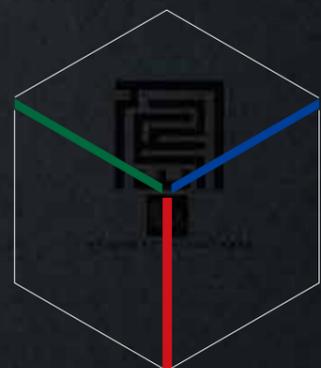
レブニーズでは産地の情報収集から始まり、生産者からの直接仕入れ、もしくは市場への入札を行い、素材を仕入れられます。その後、自社工場での製造、加工を行い検査を実施。洗練されたパッケージに身を包んだ商品は各チャネルへと届けられます。店頭では直接お客様の元へ。インターネットやカタログ、法人営業を通じたご注文は物流センターを通じてお客様へ届けられます。最後にお客様にお召し上がりいただいた商品についてのお問合せをいただいた場合、各部署にフィードバックされます。

このように、レブニーズでは製造小売モデルを構築することで、一貫した品質を管理、プロデュースできるようになりました。礼文島のモデルを今後は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

Retail / Event



Corporate Sales

Electronic Commerce

REBUNESE OUTLINE OF BUSINESS

事業概要 [通販事業・直営/催事事業・法人営業事業]

レブニーズを創る3つの事業

レブニーズは通販事業、直営催事事業、法人営業事業の3つを柱とし、礼文島に限らず、北海道各地の水産品をメインに販売しております。島の人とホワイトフードの2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

島の人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



RETAIL / EVENT

直営・催事事業

島の人 礼文島本店 / 新千歳空港店
新千歳空港ゲートラウンジ店
民宿スコトン岬
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





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。
 2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の2つのブランドを掲げ、インターネットとカタログで9つのチャンネルを駆使し、北海道の上質な食材をお客様にお届けしています。



2つのブランド

レブニーズでは2つの個性的なブランドを展開しています。どちら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。



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

カタログ「北海道日和」を全国のお客様へ年3~4回をお届け。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礼文島の情報に加え、北海道の旬が分かる冊子に。見ているだけでも楽しい紙面はお客様のファン作りにつながるものです。

SHOP 直営事業

礼文島から日本全国へ、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

島の人 礼文島本店

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る。主に地元で水揚げされる海産物や観光みやげ品の販売を行っている。2013年5月、リニューアルオープン。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、地域活性に繋げることで地元への貢献を目指す。



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ウム型の宿「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く。



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る。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いく。



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よ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、島の人の集大成。

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、時間の短縮、コストの削減のため、自社工場にて製造・出荷を行う。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している。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む。



RETAIL / EVENT

催事・イベント事業



島の人、海鮮弁当の一例

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。



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、リピータ様も多く、出店を楽しみにしていただいております。



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。

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。当社の商品を取り扱っていただくことにより、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、飲食店様やホテル向け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のMマート様にも出品し、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」に出演し1時間で6,000セットも礼文島の法華を完売する等、お客様よりご支持いただく。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。

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「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、
オリジナルブランド「島の人」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。