



平成 21 年度新事業創出・販路開拓促進ネットワーク整備・活用等事業

2009 年 9 月 11 日発行

# 展示会・見本市レポート第1号

発行：全国商工会連合会

編集：(財)日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

## 第2回 居酒屋産業展・第1回 飲食店開業支援展

会 期	2009年8月18日(火)～20日(木)
会 場	パシフィコ横浜
主 催	居酒屋産業展/飲食店開業支援展実行委員会
ホームページ	<a href="http://www.izakayaexpo.com">http://www.izakayaexpo.com</a>
コンセプト	飲食店に必要なあらゆる飲料・食材・サービス・店舗設備が一堂に会する専門展示会
出 展 者	539社
小 間 数	620小間
出 展 料	1小間(3m×3m)=320,000円(税別) 1小間(2m×1m)=73,500円(同)
募集期間	2008年8月19日～2009年3月31日
来場者数	36,579人
出展者の業種	飲料、食材、水産物、国産農畜産物、焼肉商材、デザート商材、ビール・地酒・ワイン等の種類製造業、厨房設備、店舗設備、店舗衛生設備、分煙機器、物件情報、店舗設計/施工、フランチャイズ本部、開業コンサル、その他
来場者の職業	飲食店、開業予定者、バイヤー、食品加工業、卸売業、商社、水産業、農畜産業、流通・小売業、エンドユーザー
次回開催予定	2010年8月17日(火)～19日(木)=東京ビッグサイト西ホール

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財)日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

## ◆ 時流商流 ◆

### 居酒屋ブームに乗った出展者と主催者

「出展者数、小間数のいずれも前回の第1回開催に比べ5割近く増えていますし、来場者数も2割以上の増え方です。来年も今回の4割アップは固いと思います」

主催者の佐々木剛事務局長が満足げに語るように、2回目としては大成功の展示会。成功の理由は、居酒屋ブームを追い風に①外食不況に対応し、新しい食材で売り上げを確保する②来場者が取引を即断即決できるオーナー経営者が多い③展示会が居酒屋産業という分り易く、イメージしやすいコンセプトになっていることなどが人気の秘密。



展示会を通じて、①販路開拓のためバイヤーや飲食店に売り込みたい②商品の売れ筋価格を探りたい③来場者から直接試食品の感想を聞きたいという会社には、プロの飲食関連業者が集まる同展は打ってつけの展示会といえる。

### 地域の小規模事業者の出展目立つ

出展内容をみると、出展商品数の合計が15万品目以上に上り、その大半が新商品で占められている。出展者の顔ぶれを見ても、大手の加工食品会社は散見される程度で、地域の小規模事業者の姿が目立つ。

この面では、地域の事業者が馴染み易くしかも出展しやすい展示会でもある。また、出展費用の節約を考えれば、地元の商店会などで希望者を募り、地域の小規模事業者による製品開発や販路開拓の取組を総合的に支援する「小規模事業者新事業全国展開支援事業」を活用して出展したりする方法もある。同制度は平成18年度にスタートして以来、出店に活用する小規模事業者も増えているようだ。

今回、初めて開催した「第1回 開業支援展」は、佐々木事務局長によれば「居酒屋産業展とあえて区別はしていません。来場者に分かり易いように分離しただけです」と説明している。

次頁からは、本展示会の中でもユニークな取り組みを行っている地域のブースを紹介する。

## ◆ ブース細見 ◆

### 宮崎県高城町商工会の「豚タン」売り込み作戦

- ★出 展 目 的 :パイヤー・飲食店等の価格に対する反応
- ★代表商品と価格 :「霜降りタンのコリコリスモーク」(70g)=735 円(税込み)
- ★商 談 目 標 :10件

豚・鶏・牛の農業産出額が全国の市町村で第1位を誇る宮崎県都城市。そんな実績にアグラをかかず、新商品開発に取り組むのが高城町商工会の基本姿勢。中小企業庁の「小規模事業者新事業全国展開支援事業」を活用し、次々に新商品の開発と販路開拓を推進する。前回の第36回ギフトショーでは「砂ぎもの味噌漬け」を出展、準大賞を受賞する成果を上げた。今回の展示会での出品は「豚の生ハム」。

「豚タンのまち・都城」産品創出・推進プロジェクトの事務局を務める「ばあちゃん本舗」(<http://www.bacyan-honpo.jp>)の小園秀和代表は、「展示会でお客様の商品・価格に対する反応を集め、今後の販売戦略に生かしていきたい」と、出展の目的を話している。会期半ばで2件の商談が成立したという。



### にいがたフードサポート研、目標は農商工連携

- ★出 展 目 的 :コメ、果物、アルミ鍋などの販売方法の研究
- ★そ の 他 :地域間連携のパートナー探し

研究会発足のキッカケは、平成16年に襲った信濃川支流、五十嵐川の氾濫。水害被害から立ち直ろうと、新潟県の農家や燕市のアルミ鍋メーカー経営者ら20名が一致団結、「にいがたフードサポート研究会」(窓口:星野農産=新潟県燕市四つ星65、電話0256-63-3289)を設立した。

主な活動内容は、農産物などの売り込み、サンプル提供と地域間連携のパートナー探し。農業部会の渋木久秀さんは「いずれ農商工連携に発展させたい」と、目標を語る。

## 自然食ブームに乗る雑穀米 2 社

- ★出 展 目 的 :バイヤー、飲食店等の販路開拓
- ★代表商品と価格 :「五穀 3 合パック」=1,000 円(税別)
- ★商 談 目 標 :10 件

自然食ブームに乗って、「五穀米」の登録商標で販路拡大を図るのが千葉県の石川商店 (<http://www.gokokumai.co.jp>)。「美味しい雑穀が出来ないものか、とのお客さんの要望に応え、20 年前からブレンド販売をはじめました」と石川紘史さん。健康指向を追い風に、展示会での試食の機会を増やし、全国に販路を拡大するのが目標。

- ★出 展 目 的 :バイヤー、飲食店等の販路開拓
- ★代表商品と価格 :「おいしい十六穀」(業務用 500g)=小売価格 800 円(税込み)
- ★商 談 目 標 :10 件

同じ雑穀販売会社のライスアイランド (<http://www.riceisland.co.jp>)。岐阜に本社・工場を構え、東京に「雑穀アウトレットショップ」を設ける。主要な国内雑穀の仕入れから出荷までを、トータルで行なう。雑穀米ビジネスは手軽に参入できるため、過当競争気味。ブレンド方法、販売方法など工夫を施す余地の多いビジネスでもある。



## 野菜の生育と安全・安心に尽力

- ★出 展 目 的 :バイヤー、飲食店等の販路開拓
- ★代表商品と価格 :「バクテリア消臭濃縮液」(500ml)=5,000 円(税込み)

スーパーマーケットの経営コンサルタント転じて、無農薬野菜の安心・安全対策に取り組むバリュアブル・ライフ (東京都品川区八潮 5-10-54-408、電話 03-3790-2225) の大須賀博社長。「野菜安心」など食品洗浄剤、「アグリパワー」などの土壌微生物を活用した野菜生育促進剤を製造・販売。主催者が用意した国産野菜を扱う「生産者パビリオン」を利用することで、出展の機会をつかんだ。