



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2009 年 10 月 5 日発行

## 展示会・見本市レポート第8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 25 回 ふるさと食品全国フェア[上]

～日本を元気にする地域特産品の力～

会 期	2009年9月24日(木)～26日(土)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	財団法人 食品産業センター
後 援	農林水産省、日本加工食品卸協会、日本スーパーマーケット協会、日本百貨店協会
事 務 局	第 25 回 ふるさと食品全国フェア事務局(アテックス内、03-3503-7611)
出 展 者	109社 ふるさと食品コーナー等:165 社 424 品目
小 間 数	102小間
出 展 料	無料(農水省「食農連携機能高度化支援事業・販路拡大推進補助金」)
募集期間	2009年6月初め～2009年6月末日
来場者数	32, 275人(同時併催展フードシステムソリューション 2009 来場者数との合計数)
出展業種	農産加工、畜産加工、水産加工、調味料(味噌・醤油)、麺類、菓子、パン、飲料 等
来場者の職業	バイヤー、百貨店、スーパーマーケット、小売店、飲食店、行政機関担当者、消費者 等
次回開催予定	未定

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 ◆

### 関心集めた「農商工連携コーナー」

今回で25回目を数える同展は、会場規模こそ小さいものの、“味覚列島日本”を象徴するかのように入りすぐりの地域特産品が出揃った。出品内容も農産・畜産・水産の加工食品をはじめ、調味料、麺類、菓子、パン、飲料など多岐に渡る。

今回の展示会の特徴の一つは、2008年4月に経済産業省と農林水産省が共同で取りまとめた「農商工連携88選」に選ばれた企業を中心に、連携で開発された商品



を出展していることだ。合計18社で「農商工連携コーナー」を設け、商品PRに務めるとともに、来場者にしっかりと農商工連携施策に対する理解を深めることに役立っている。

今ひとつの特徴は、地域によっては都道府県の外郭団体や産業団体が会員企業を募って出展していることである。具体的には、「おおいた食料産業クラスター協議会」が6社、「北海道食品産業協議会」が13社・団体、「石川県食品協会」が5社、そして「栃木県食品産業協会」が3社で、それぞれゾーンを設けて地域ぐるみの出展で集客に効果を上げていた。

### 展示会への出展が販路開拓の早道

地域の農水産物を中心とした食品関係の展示会には、ふるさと食品全国フェアに限らず、前述の外郭団体や政府系金融機関など公的機関の展示会が少なくない。これらの出展料は、無料ないしは比較的安価なケースがほとんどである。

今回の展示会でもみられたように、地域の産業団体が率先して出展者の募集をしたり、企業自身が出展者募集に応募し、東京などの大消費地で販路開拓することが望まれる。とくに食品関係のフェアは、来場者に商品を試食してもらい、その反応を見たり、価格に対する意見を聞くことによって初めて販路開拓が実現する。また、集客に成功しているブースは、必ずといってよいほど来場者に試食を勧めることに熱心だ。

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 ◆

### 東京と関西の展示会活用し、認知度向上図る

★出 展 目 的 : 認知度向上

★代表商品の価格 「三笠の鶏醬」(瓶・120ml)=450円(税別)

北海道三笠市の**中央食鶏**(加藤厚雄社長、電話 01267-2-8100)は、調味料「**三笠の鶏醬**」の販売強化に全力投球中だ。

廃棄処理されていた鶏の内臓を有効活用して開発。2005年に農水省の食料産業クラスター推進事業の認定を受けるとともに、北海道中小企業総合支援センターの支援など産学官連携で商品化を実現した。2008年に本格販売し、2009年2月には農商工連携事業に認定されている。

同商品を中心とした5商品で「**鶏醬物語**」の名前でブランド化。認知度の低さが課題となっているため、「東京と関西の展示会に積極的に出展、宣伝活動に力を入れている」(大西悠紀彦顧問)という。



### 大分県認定のブランド「冠地どり」を拡販

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格 : 「冠地どり一夜干し」(1パック)=598円(税込み)

大分市の食品加工会社「**学食**」(<http://www.gaku-shoku.com>)が出品した「**おおいた冠地どり**」は、大分県畜産試験場が開発した烏骨鶏を掛け合わせた国内初の地鶏である。同県の食料産業クラスター協議会の支援を受け、2008年4月から生産・販売を開始した。

首都圏での出展は「FOODEX JAPAN」に続き2回目。主に県内で販売してきたが、大都市の百貨店、スーパーマーケット、量販店で販路開拓するのが目標。

一人当たりの鶏肉消費量全国一を誇る同県でも、同商品を県のブランド商品認定制度「The おおいた」に認定、売込みを図っている。

## 高校生が地元の農水産物を商品化

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格 : 「鯨そぼろ」(瓶・60g)=540円(税込み)

北海道留萌千望高等学校 (<http://www.senbouhokkaido-c.ed.jp>) が出展したのは、昨年につき2回目。5年前から在校生が自主的にアイデアを持ち寄り、地域の農水産物の商品化を企画。その中から実際に道内で販売している自慢の商品を出品し、学校自ら全国に販路を広げるのが出展の目的。

今回出品したのは「鯨そぼろ」など3品。いずれも道内の企業の協力を得て、商品化に成功したものの。

説明役の生徒3人の引率者である情報ビジネス科長の秋本直人先生によると、「生徒が考案した商品で商業ベースに乗るのは年に1件ほどですが、地域に貢献しようとの意識は相当強いものがあります」と、生徒たちの商品企画を通じた地域社会への貢献に期待を寄せる。



## 展示会は離島の貴重な宣伝手段

★出 展 目 的 : PR

★ 代表商品の価格 : 「多良間島産黒糖」(つぶ・300g)=350円(税込み)

沖縄県黒砂糖協同組合 (<http://www.okinawa-kurozatou.or.jp>) は今年で設立して10年目の中小企業団体。伊平屋島、栗国島、多良間島、小浜島、西表島、波照間島、与那国島の7つの離島で栽培されたキビを原料に、組合員7社7製糖工場が自然食として人気の高い沖縄黒砂糖を生産、全国に販売する。

東京で開催される展示会は、離島で生産される特産物としては貴重なPRの場。協同組合の神里ルミ主任は、「今回が3回目の出展になりますが、展示会での宣伝効果は大きいです」と話している。

食品産業センターが主宰する地域食品ブランドの表示基準「本場の本物」の認定商品としてPRに余念がない。