



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 7 日発行

展示会・見本市レポート第9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[下]

★ トピックス ★

農商工連携コーナー 出展17社

出萌	ピーナツもやし等の酢漬	(http://izumo-k.com)
田舎元気本舗	丹沢黒さや大納言黒小豆	(http://ing-hompo.com)
高知アイス	アイスクリーム・シャーベット シリーズ	(http://www.kouchi-ice.com)
小江戸鏡山酒造	鏡山 純米酒	(http://kagamiyama.jp)
創輝	創輝桑茶 100%	(http://www.sohkinet.com)
大光食品	ほうれん草入りチキンウインナー	(http://www.meisukobo.com)
Tedy	パプリカペースト	(http://www.tedy.jp)
ヒガシマル醤油	龍野乃刻	(http://www.higashimaru.co.jp)
ひびき	秘伝のみそだれ	(http://www.hibiki-food.jp)
福光屋	おこめみるく プレーン	(http://www.fukumitsuya.co.jp)
マルハ物産	れんこん水煮	(http://www.maruha.orj)
峰の雪酒造場	醸造酒「美禄の森」	(http://www.minanoyuki.com)
ミマス	とまテル(リキュール)	(http://www.mimasu-831.jp/)
武蔵野免疫研究所	宮古ビデンスピローサ茶	(http://www.musashino-imgroup.jp)
メルコレディ	こまち麺	(http://www.mercoledi.jp)
やまと興業	べにふうき超微粒子粉末緑茶	(http://www.yamato-industrial.co.jp)
ルネサンス・プロジェクト	生キャラメル	(福岡市 電話 092-736-5111)

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

◆ ブース細見 ◆

「桑都」八王子市の復活目指し桑茶PR

★出展目的 :PR

★代表商品の価格 :「創輝桑茶100%」(60g入り)=希望小売価格1,800円(税別)

東京・八王子市のお茶の製造販売会社「創輝」(<http://sohkinet.com>)が出品したのは「創輝桑茶」。地元の谷津農園が創価大学との産学連携で桑の新品種を開発したことに創輝が注目、両社による農商工連携で商品化に成功した。

農商工連携によって、桑の栽培・刈り取りから販売まで一気通貫の事業体制が整い、付加価値の高い新商品開発が可能になったという。

八王子市は古くから「桑都」と呼ばれるほど、桑の産地として栄えた歴史を持つ。同社では創輝桑茶を「桑都」復活のシンボルとして、また、地域のブランド商品に育てるため、展示会でのPRに注力する考え。



本格販売を視野にトマトカクテルの「試飲会」

★出展目的 :PR

★代表商品の価格 :「とまテル」(500ml・箱入)=1,300円(税込み)

愛知県田原市で青果物の卸・小売業を営むミマス (<http://www.mimasu-831.jp>)の出展目的は、新商品のリキュール「とまテル」を多くの来場者に試飲してもらうためである。

この新商品は同社と酒類卸の杉八の両社が、糖度の高いカンパリトマトを生産するイシグロ農芸と共同開発したもの。さらに地元の中埜酒造および磐田物産とネットワークを組み、農商工連携をスタートさせた。

ミマスの福井かをり取締役は、「展示会場でトマトカクテルの美味しさの分る飲食店の皆様に試飲していただきたいです」と、東京での本格販売を視野に入れ、熱心に商品PRに務める。

「農商工連携88選」が縁で宮古島から出展

★出展目的：販路開拓

★代表商品の価格：「宮古ビデンスピローサ茶」(90g・30包)=4,200円(税別)

沖縄県宮古島の**武蔵野免疫研究所** (<http://www.musashino-imgroup.co.jp>) は2年前、東京から宮古島に本社を移し、「**ビデンスピローサ茶**」の製造販売を通して島興しに貢献する。

全国各地で健康食品の原料となる天然素材を探している時、駆除されていたキク科の植物**ビデンスピローサ**に出会い、その生命力に着目した。農商工連携でお茶、ビデンスピローサエキスの錠剤と化粧品の3種類を商品化した。

展示会には2008年7月に「農商工連携88選」に選ばれた縁で出展した。同社の関連会社である「うるばな宮古」の砂川丈見営業部専任課長は、出展の成果について「反応はとて素晴らしいです」と話している。



地産地消から業務用ウインナーへ事業拡大

★出展目的：販路開拓

★代表商品の価格：「ほうれん草入りチキンウインナー」(175g)=400円(税別)

長崎県島原市の**大光食品** (<http://www.meisuikobo.com>) は島原半島内の地産地消から業務用へと事業展開中だ。飼料と畜産事業からスタートして40年以上が経過。5年前から研究していたチキンとポークをベースとした6種類のウインナーの商品化に成功する。2008年12月に農商工連携事業に認定されたのを機に、東京にも販売網を広げる予定。

ウインナーの商品化を企画した理由について同社の村木英哉広域営業部長は、「島原の野菜と肉のコラボレーションで生まれたものです。私共が飼料を提供し、豚と雲仙島原鶏を飼育していただく」と、地域貢献を念頭に置いた事業であることを強調。