



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 13 日発行

展示会・見本市レポート第10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

フードシステムソリューション 2009

会期	2009年9月24日(木)～26日(土)
会場	東京ビッグサイト
主催	フードシステムソリューション(F-SYS)実行委員会
共催	食品新聞社、アテックス
後援	農林水産省、経済産業省、文部科学省、厚生労働省
協賛	オール日本スーパーマーケット協会、学校給食研究改善協会、学校給食用食品メーカー協会、食品産業センター、日本医師会、日本穀物検定協会、日本調理師会、日本フランチャイズチェーン協会 等
事務局	フードシステムソリューション事務局(アテックス内、03-3503-7611)
出展者	150社
小間数	465小間
出展料	1小間(3m×3m×3m)=30万円(税別)
募集期間	2009年2月～2009年5月末
来場者数	32,275人(同時併催展ふるさと食品全国フェア来場者数との合計数)
出展業種	厨房設備、調理器具、食器、米粉製粉機械、保温容器、調理済食品、食品販売、調味料、有機野菜栽培業、軽量強化磁器 等
来場者の職業	バイヤー、百貨店、スーパーマーケット、量販店、小売店、飲食店、学校給食担当者、病院・介護施設関係者 等
次回開催予定	2010年9月～10月頃

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 ◆

食品・食材メーカーの新規出展増える

今年で5回目を迎えた「フードシステムソリューション 2009」は「ふるさと食品全国フェア」の併催展として、食糧の自給率向上や食の安心・安全など、新しい時代のニーズを取り込んだ展示会となっていた。コンセプトが広がった分、食品・食材メーカーの新規出展も増え、より充実した中身となった。

同展の基本コンセプトは、「学校給食」「病院・福祉食」「フードサービス」の調理現場で使われる最先端の調理システムと食材・技術を一堂に会したトレードショー。

分野別にみると「学校給食」分野では、①室内の温度を上げない調理機②下処理・洗浄・炊飯などの作業環境を改善する高性能な厨房設備を展示、来場者が作業体験できるよう配慮がされている。

「病院・福祉」分野では、摂食・嚥下（えんげ）障害に適応した食品など、高齢者の食事を補助する製品を展示。「フードサービス」分野では、保温調理器、業務用磁気食器など高機能調理器具などを展示、来場者の関心を集めた。



農水省の米粉の普及促進に関心集まる

今回の展示会で特徴的なのは、新たに「米粉普及パビリオン」「高齢者食・健康食宅配サービスゾーン」「マクロビオティックフェア」の3つの特設ゾーンが追加されたことである。

第1の「米粉普及パビリオン」は、農水省がお米の需要喚起のため普及に力を入れている米粉の普及促進ゾーン。2番目の「高齢者食・健康食宅配サービスゾーン」は、保温容器、軽量強化磁器など宅配サービスに必要な商材、設備機器を集中展示。3番目の「マクロビオティックフェア」は、健康、美容に効果があるとされるフードサービス業界注目のマクロビオティックに関するゾーン。玄米メーカー、有機野菜栽培会社など主に新規出展で構成している。

地域の農水産業および調理器具メーカーにとっても、生活環境の変化に対応した同展は、新商品開発のヒントになりそうだ。とくに販売面では、各分野でどのような商品が売れ筋なのか、情報収集の場として役立つ展示会である。

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 ◆

展示会で新商品の試食作戦を展開

★出展目的 : 新商品のPR

★代表商品の価格 : 業務用「お米めん」(1食・100g)=60円(税別)

秋田県の大潟村あきたこまち生産者協会 (<http://www.akitakomachi.co.jp>) が米粉を原料にした蕎麦の製麺事業に本格参入したのは、2009年10月初めのことである。

同社は1967年に八郎潟干拓地に入植して以来、精米・炊飯工場の建設、精米から封函までの完全自動化、無洗米加工処理・酢醸造・発芽玄米工場の建設など、次々に農業の近代化を成功させる。「お米めん」の商品化は、その先進的な新規事業戦略の一環である。出展目的もこの商品のPRのためだ。

同社の羽田野英之東京支店主任は「新商品なのでいろいろな展示会に出展して、各施設の料理長に試食していただこうと思っています」と話している。



新連携の認定商品の売り込み図る

★出展目的 : 販路開拓

★代表商品の価格 : 「新・チタン保温容器」(タイプ1)=8万円(税別)

島根県松江市の伸興サンライズ (<http://www.sinkou-net.co.jp>) が出展したのは、給食配食用チタン保温容器「新・チタン保温容器」とそのリース・レンタルサービス事業の紹介。

2006年7月、同社がコア企業となった同県初の「新連携事業計画」に認定された開発商品。保温機能、抗菌機能と耐久性に優れているのが特徴。高齢者や介護施設の配食サービス市場の追い風に乗って、将来性が期待できるという。

同社の客野實副社長は「年3回程度出展している展示会は、PRの有力な手段となっています」と、売り込みに力を入れている。

新品種含む商品PRのため初出展

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格 : 米粉麺「越のかおり」(1袋)=157円(税別)

新潟県上越市の自然芋そば (<http://www.jinenjosoba.co.jp>) は2008年1月、米粉麺の新品種「越のかおり」を開発、展示会はその披露の場でもある。

同社のそばうどんは、平成の名水百選の一つ、尾神岳のふもとの「大出口泉水」を使って製麺しているのが特徴。販売方法は問屋と通信販売が中心。出展のキッカケは主催者から届いた案内状。展示会にはこれまでグループで出展していたが、単独は初めて。

同社の小酒井社長は、「出展目的はバイヤーとの商談ですが、これを機会に多くの方々に自然芋そばうどんの素晴らしさを知っていただきたい」と、熱心にPRに励んでいた。



栄養士らに新鮮野菜をPR

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格: 野菜10種セット=3,000円(税別)

★そ の 他 : 農業者のパートナー探し

横浜市で手広く青果業を営む八百彦青果店 (<http://www.yasaibito.jp>) は、新しい販路開拓と首都圏で直接販売を希望している農業者のパートナーを求めて出展した。

同社はこれまで病院、介護施設など主に官公庁にカット野菜を収めてきた。経済環境が年々厳しさを増すのに対応し、新規ユーザーの開拓が課題となっているという。

販売は主に各施設へのネット通販と小売り。今後は小売りにもこれまで以上に力を入れていく予定。

「展示会では消費者や栄養士らへのアプローチを通じ、様々な情報を収集したいし、口コミで販路を広げていきたい」と、同社の西村謙祐横浜・川崎エリア営業担当は話している。