



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 11 月 2 日発行

展示会・見本市レポート第18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

食品開発展2009(下)

会 期	2009年10月14日(水)～16日(金)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	CMPジャパン
事務局	(www.hijapan.info)
後 援	農林水産省、厚生労働省、東京都、日本貿易振興機構、農業・食品産業技術総合研究機構食品総合研究所
協 賛	食品産業センター、日本食品添加物協会、日本健康・栄養食品協会、日本農林規格協会、日本食品分析センター、日本包装技術協会、全国清涼飲料工業会、日本植物油協会、菓子・食品新素材技術センター、全日本スパイス協会、日本香料工業会、全国製麺協同組合連合会、東京顕微鏡院、フードフォーラムつくば、食品分析開発センター、日本適合性認定協会 等



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 ◆

栗の渋皮抽出物の食品素材を販促

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格: ダイエット補助「マロンdeスリム」(270錠)=4,800円(税込み)

愛媛県松山市の中温 (<http://chuon.co.jp>) は、産学官連携で商品化した食品素材のPRのため出展した。健康バイオとものづくりの産業振興ネットワーク、「四国テクノブリッジ計画」の支援を受けて販路開拓中だ。

同社が商品化したのは、栗の渋皮から抽出した「ポリフェノール」を含有する食品素材。抽出物を開発したのは愛媛大学医学部を中心とする研究グループ。

これに注目した同社と愛媛大学医学部および愛媛県産業技術研究所が産学官連携して、2年半前にポリフェノールを含有する食品素材を商品化した。食後の血糖値抑制に効果があるという。

販路は通販と食品メーカーへの直販が中心。



機能性キノコの阿蘇ブランド化目指す

★出 展 目 的 : PR

★代表商品の価格: 「鹿角霊芝クッキー どぎゃん」(1箱)=1,260円(税込み)

熊本県の阿蘇バイオテック (<http://www.farmland-bt.jp>) は、2008年11月に設立したばかりの機能性キノコの生産会社である。石川県で観光土産菓子メーカーとしてスタートしたホッコウグループが14年前に熊本県の企業誘致で阿蘇ファームランドを設立。同社が健康と食をテーマとした観光農園に発展したのを機に、阿蘇バイオテックを設立し、機能性キノコの本格的な生産販売に乗り出した。

経産省の「九州地域バイオクラスター計画」に基づき、産学官連携で栽培に成功。キノコは飲食店と食品メーカー向けの「白熊茸」「冬虫夏草」「鹿角霊芝」の3種。「世界の阿蘇ブランドを目指しています」(野本宗一郎取締役)と、販売に意欲を燃やす。

第4の穀物「ホワイトソルガム」を拡販

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「お茶菓子ミックス粉」=360円(税込み)

香川県高松市の**中野産業** (<http://www.nakano-sangyo.co.jp>) は、第4の穀物と呼ばれるイネ科のタカキビ(コウリヤン)を品種改良して食べ易くした穀物、「**ホワイトソルガム**」の販売促進のため出展した。

アレルギー抑制効果があるのが特徴。日本では栽培されていないため、同社が米国の農家と契約栽培して輸入し、専用ラインで粒や粉のほか、マカロニ、乾麺、ハンバーグなどの二次加工製品として販売している。健康食ブーム・雑穀ブームを受け、アレルギーに対応した小麦粉の代替品として、お菓子メーカーなどの食品メーカーで新しい原材料として需要が見込まれている。

販売支援している四国産業・技術振興センターでは「ホワイトソルガムの国内栽培の支援も検討中」と話している。



展示会の名刺交換で取引先増やす

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「国産野菜ミックスパウダー」(10kg)=約6,200円(税込み)

広島県福山市の**こだま食品** (<http://www.kodama-foods.co.jp>) は、「展示会で乾燥野菜の取引先を確実に増やしてきました」(唐川康弘営業部第二課課長)という。展示会ではブース来訪者に対し、積極的に名刺交換するよう心掛けているのがコツのようだ。

元々、漬物の会社だった同社が乾燥野菜事業を始めたのは、今から20年前のこと。野菜の栽培から最終加工品まで50種類の乾燥野菜を手掛け、20ヘクタールの有機野菜専用の自社農場を所有する。

自社ブランドでスーパーマーケットに卸すほか、健康食品メーカーに原料として供給。ふりかけやパンメーカーにも販売する。

亜鉛の含有量高めた大豆を販売

★出 展 目 的 :食品メーカーの開拓

★ 代表商品の価格:「ゆで大豆」(50g)=300円(税込み)

北海道河東郡の**山本忠信商店** (<http://www.yamachu-tokachi.jp>) は、亜鉛含有量の多い「**亜鉛大豆**」の売り込みのため、初めて出展した。「北海道バイオクラスター・フォーラム」のメンバー会社として展示会に参加した。

同社は十勝の農家から雑穀類を集荷し、袋詰めして販売する卸会社。農産物の持つ可能性を追求する中で、日本人の20%近くが不足がちなミネラル分を多く含む大豆の亜鉛に着目。雪印種苗との共同で、亜鉛の含有量を高める大豆の肥料と栽培方法を研究。亜鉛分を従来に比べ1.5倍から2.5倍に高めた「**亜鉛大豆**」の開発に成功する。



梅果汁製品の販路開拓で出展

★出 展 目 的 :販路開拓

★代表商品の価格:「紀州赤い梅酒」(1,800ml)=2,079円(税込み)

和歌山県海南市の**中野BC** (<http://www.nakano-group.co.jp>) は、業界トップの供給量を誇る**梅果汁製品**の販路開拓を目的に出展した。

同社は1961年11月、中野酒造、紀州ワインと梅果汁を製造する富士食研のグループ3社が合併して設立。清酒作りで培ってきた発酵技術をベースに、梅、みかん、山椒、柿など和歌山県の農産物を素材として活かした商品作りを展開する。

紀州の梅は、全国の梅生産高の50%以上を占める県最大の特産品。紀州梅を原料に作られる梅酒をはじめとする梅果汁や梅エキス製品は、同社を代表する製品の一つでもある。

展示会では、食品加工メーカーへの売り込みを図る。