



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 26 日発行

展示会・見本市レポート第27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

中小企業総合展2009 inTokyo(中)

日本最大級の中小企業マッチングイベント

会期	2009年11月4日(水)～6日(金)
会場	東京ビッグサイト
主催	中小企業基盤整備機構
共催	経済産業省中小企業庁、関東経済産業局
後援	都道府県等中小企業支援センター、日本商工会議所、全国商工会連合会、 全国中小企業団体中央会、日本政策金融公庫、商工組合中央金庫、産業 技術総合研究所、全国中小企業取引振興協会、日本弁理士会 等
事務局	(http://sougouten.smrj.go.jp)
出展者数	586社



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 ◆

黒にんにくの関東圏市場を開拓

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「薩摩熟成黒にんにく」(6片~7片)=600円前後(税別)

鹿児島県志布志市の**渡辺商店** (<http://garliclife.jp>) は、県内に留まっていた「**薩摩熟成黒にんにく**」の販売地域を関東圏に広げる。

黒にんにくを商品化したのは2年前。お茶農家を営んでいたが、お茶の栽培・加工は毎年9月で仕事が終わってしまうため、従業員を連続雇用できなかった。この対策として8年前に新たに農地を購入し、黒にんにくの商品化に取り組んできた。

薩摩熟成黒にんにくは、鹿児島県の福山産黒酢とこしき島の海洋深層水を使用。製法には、半導体製造の温度管理技術を応用した。

この黒にんにくは、「甘みがあって戻り臭がない」(渡辺古寿恵社長) のが特徴で、東京での展示会を足がかりに関東圏に本格進出することにしたという。



地元貢献がキッカケで食品加工が本業に

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「焼きいりこ」=600円(税別)

広島県呉市の**瀬戸鉄工** (<http://yakiiriko.com/>) は、魚を原料にした加工食品の販路開拓に力を入れる。

同社は道路の溝蓋メーカーからスタートし、現在は自動車のプラスチック成形部品3割、加工食品7割の比率で事業展開。加工食品に進出したキッカケは、地元の小学生がよく骨折するとの新聞記事から。プラスチック成形で培った瞬間高温高压焼成法の技術で**煮干(いりこ)**を薄いせんべい状に加工し、学校給食用に無償提供したことが始まり。

これまで捨てられていたふぐの骨粉を使った「焼きだしふぐ」などを商品化し、農

林水産大臣賞を受賞した。地元の百貨店中心の販売領域を東京に広げる。

地元の魚の缶詰を全国販売

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「金華さば・みそ煮」=350円(税別)

宮城県石巻市の木の屋石巻水産 (<http://www.kinoya.co.jp>) は、代表商品「鯨大和煮」で庶民に親しまれてきた缶詰メーカー。別の展示会だったが、来場者の反応がよかったため、展示会に力を入れることにした。

1957年に創業し、鯨の缶詰と加工食品を中心に製造・販売してきた。しかし、鯨が国際的な規制で調達しにくくなったことから、地元の石巻港で水揚げされる新鮮な魚を、その日のうちに缶詰などに加工。主に地元の量販店、通販、生協などで販売している。

缶詰は常温で3年間保存が効く点が見直され、備蓄用として消費者の間で関心が高まっている。同社では「今までにない販路を開拓し、販売網を全国に広げたい」(鈴木将當営業推進課主任)と意気込んでいる。



地元産大麦のお菓子を全国販売

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「大麦ダクワーズ」(4個入り)=525円(税込み)

栃木県足利市の大麦工房ロア (<http://www.oomugi.jp>) は、地元産大麦の普及のため、大麦を原料にしたお菓子などの加工食品の販売強化に取り組んでいる。

大麦は小麦より栄養価が高いものの、パンの形を整えるグルテンを含まないことが普及の妨げとなっている。栃木県は日本一の大麦の生産地で、2004年7月に関係者が集まって、大麦食品の普及・啓発と商品化を促進する「大麦食品推進協議会」を設立し、大麦の普及に力を入れている。

大麦の加工食品は、大麦麺、十六穀の一部に限られている。同社では5年前に大麦

のフランス菓子「ダクワーズ」を商品化、市内の直営店販売から全国販売を目指す。

異業種とのマッチングに期待して出展

★出展目的：マッチング

★代表商品の価格：「和瓦」(1㎡)=7,000円(税別)

島根県江津市の木村窯業所 (<http://www.imj.jp/kimura>) は、1931年創業という瓦会社の老舗。最近では床材などの商品数を増やしている。

老舗の同社だが、2002年に初のグッドデザイン賞を受賞して以来、合計3回受賞の榮譽に輝いている。技術的には、瓦を焼く温度が高い伝統的な工法。マンガン・鉛・亜鉛を含まない釉薬を使う高温焼成法のため、環境に優しく高耐久・高品質で色が美しいのが特徴。

展示会は、「住宅関連の展示会だと顧客の業種が限られるため、今回のようなマッチング展に出るようにしている」(木村博紀写真)と話している。新しい流通ルートの開拓と、瓦以外の業界関係者との交流にも期待している。



「東京営業所」設け関東での販売強化

★出展目的：PR

★代表商品の価格：「遊山箱」=2,500円~3,000円(税別)

徳島県吉野川市の山文 (<http://www.yamabun85.com>) は、和菓子用の貼箱(和紙箱・洋紙箱)の製造・販売に力を入れる。

創業は江戸時代後期。会社設立は1984年4月。戦前は襖紙の紙すきを主な仕事としてきたが、戦後は農業用米袋などの包装資材を製造・販売。1980年に地元のおまんじゅう屋さん向けの貼箱を手掛ける。事業のうち6割がダンボール系、4割が貼箱。

受注生産方式で、全国販売が基本だが、関東地区に力を入れるため2009年10

月に「東京営業所」を開設した。展示会はPRの有力手段という。