



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 12 月 15 日発行

展示会・見本市レポート第32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 23 回 東京ビジネス・サミット2009 (下)

経営者のためのビジネスマッチング・イベント

会 期	2009年11月4日(水)・5日(木)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	第 23 回 東京ビジネス・サミット2009実行委員会
共 催	全国116の金融機関系ビジネスクラブ、(財)ひろしま産業振興機構
後 援	経済産業省、農林水産省、総務省、国土交通省、東京都、日本貿易振興会、日本商工会議所、日本百貨店協会
企画・運営	株式会社 ベンチャー・リンク
事務局	(http://www.business.jp/)
出展者数	383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 ◆

販路開拓の方法学ぶため出展

★出展目的：販路開拓

★代表商品の価格：「白えび」(1kg)=3,000円(税別)

富山県の鈴香食品 (<http://www.toyama-suzuka.jp/>) は、廃棄されていた魚介類を活用した「スープの素」を商品化、展示会の試食を通して来場者の反応を伺う。

富山湾の魚介類の食品加工会社である同社は、捨てられていた一部の魚介類の活用方法を研究してきた。例えばブリの場合、50%が使われずに処分されている。

スープの元として商品化したのは、甘えび、白えび、紅ずわい蟹、魚介類の4種類。同社では、「まず業務用として売りに出したい」(阿原幸子総務)と希望しているが、「どう販路開拓してよいのか分からない」(同)ため、展示会で情報収集を含めた来場者の意見を聞いてみるという。



雇用対策で作った餃子を全国販売へ

★出展目的：販路開拓

★代表商品の価格：「まこもたけ生餃子」(1個)=16.5円(税込み)

愛媛県今治市の森のともだち農園 (<http://www.moritomo.biz>) は、餃子製造・販売会社である浅野食品と連携し、特産のまこもたけ入りの生餃子を商品化、展示会で初お披露目した。

同農園は、地域活性化を図ろうと森智子代表(野菜ソムリエ)がまこもたけの栽培を始め、2008年12月に法人化した。まこもたけの収穫期は9月中旬から2ヶ月間と短いため、農閑期の雇用対策として餃子に着目したもの。展示会にはえひめ産業振興財団の推薦で出展した。「どうせ販売するなら全国に普及させたい」(森代表)と意欲をみせる。

展示会で全国販売の手掛かり探す

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「恵おばちゃんのいなり寿司」(1パック15個入り)=450円(税別)

徳島市の食品加工会社のヨシダ (<http://www.awa-yoshidaya.jp>) は、2009年1月からひとロサイズの「いなり寿司」を発売。展示会で全国販売の手掛かりを掴もうと出展した。

同社はコンビニ、キiosk、レストラン、大手食品会社向け寿司弁当、幕の内弁当、冷凍食品などを製造・販売。また、ひとロサイズのいなり寿司の発売に先立ち、2009年2月に徳島県から食材の新商品開発を依頼され、そばの実を使った雑炊を商品化している。

出展のキッカケは、同社がメンバーとなっている徳島銀行の「とくぎんサクセスクラブ」の推薦。



FC店募集とデベロッパーとの人脈作り

★出 展 目 的 : FC店の募集

★代表商品の価格:店舗面積 115.5 m²(初期投資)=1,300万円(税別)

福岡市の生活実感工房 (<http://www.seikatsu-jk.com>) は、FC店を募集するため出展した。

同社は2008年12月、FC運営会社からFCの営業譲渡を受けて設立した。加盟店は全国18店舗。FC店が取り扱う商品は、陶器、漆器、茶碗、カップ、置物、服飾小物などを中心とした生活雑貨で、品数にして4,000点から4,500点に及ぶ。

約1,000人の個人作家や法人とネットワークを形成し、商品作りを行なっているのが特徴。展示会では「デベロッパーと人脈作りもしたい」という。

火山灰のグリル用敷石を全国販売

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「ママらくちんグリル」(1袋)=350円(税込み)

鹿児島県鹿屋市のヤマタニ (<http://www.rakuten.ne.jp/gold/yamatani>) は、南九州地方に広く分布しているシラス(火山灰)を利用した「グリル用敷石」を発表、全国販売した。

敷石は、耐熱性に優れたシラスの特性を活かし、グリルに敷いたアルミホイルの上に、水の代わりに敷き詰めるもの。天然素材のため、①家庭で安心して使える②遠赤外線効果で魚などがふっくらした焼き上がりになる③グリルに水を張って焼くよりも、加熱時間が約25%軽減されるなどの特徴があるという。

量販店、ネット通販などで販売する。



火山灰の洗顔石鹸で関東市場に参入

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:クリーム状洗顔石鹸「ホワイトバルーン」=3,000円(税込み)

鹿児島市のタカハラ (<http://www.white-cosme.com>) は、シラス(火山灰)を原料にした「クリーム状洗顔石鹸」の関東市場参入を目指し出展した。

球状に特殊加工した微粒子のシラスが顔をマッサージする。洗顔石鹸のうちの「ホワイトバルーン」は、5年近く前に商品化。シラスに含まれる天然ミネラル、遠赤外線、マイナスイオンをマイクロの泡に閉じ込め、洗顔とマッサージ効果で肌に潤いを出すという。また、化粧ののりも良くなることが期待でき、泡立てネットが不要なことや毎日洗顔しながらマッサージできる。

ネット通販で全国販売しているが、現在、販売代理店の営業管理方法を勉強中。

関東とくに東京市場の開拓が当面の目標。