



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

展示会・見本市レポート第 4 1 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

地方銀行フードセレクション2009[]

地方から新しい「食」の風

会 期	2009年11月26日(木)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	地方銀行フードセレクション実行委員会 北海道銀行、七十七銀行、群馬銀行、常陽銀行、千葉銀行、横浜銀行、第四銀行、山梨中央銀行、八十二銀行、北陸銀行、静岡銀行、大垣共立銀行、広島銀行、伊予銀行、宮崎銀行
特別協力	サッポロビール、JTB法人東京、サントリーピア&スピリッツ 等
後 援	農林水産省、経済産業省、日本政策金融公庫、北海道、宮城県、茨城県、群馬県、千葉県、神奈川県、新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、静岡県、岐阜県、愛知県、広島県、愛媛県、宮崎県
事務局	(http://www.food-selection.com/)
出展者数	395社
小 間 数	400小間
小 間 料	157,500円(税込み)
来場者数	7,517名
出展業種	農産品、畜産品、水産品、加工食品、飲料 等
来場者の職業	スーパーマーケット、百貨店、外食産業、ホテル、卸業、商社のバイヤー 等
次回開催予定	日程未定

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

地方銀行が取引企業の販路開拓支援

「地方から新しい食の風」をテーマに掲げている通り、今回で4回目となる同展は、地方と大消費地の東京をつなぐマッチング・商談会だ。主催者である地方銀行15行の共通の想いとして、地元の食品会社を中心とした取引企業の商品の販路を切り開き、売り上げ増の一助としたいとの願いがある。

出展各社も取引銀行による営業面での支援策に、おのずと会場での商品説明に力が入っている様子。銀行別に設けられたゾーンには、銀行のスタッフが配置され、来場者の案内役を務めるサービスぶり。

銀行と取引企業という組み合わせに加え、「出展者数が395社の規模」、「開催日が1日限定」という条件が重なったこともあって、関係者に良い意味での緊張感と熱意が感じられた。



国産素材の加工食品の出展目立つ

一方、出展分野の構成を大きく分けると、農産品、畜産品、水産品、加工食品、飲料の5分野。分野別に出展者数では、加工食品の224社が最も多く、続いて水産品の61社、農産品の50社、飲料34社、畜産品17社、その他9社となっている。

出展内容は、国産の原材料を素材とした食品が多いこと。輸入品もイスラエル産ざくろの実、オーストラリア産マンゴーなど、現地の特産品の素材を輸入し、安心・安全に配慮した加工食品が目立った。

また、今回の展示会から企画運営事務局が開発したBMS(ビジネスマッチング・サポートシステム)を搭載し、食材のデータベースで全国のバイヤーとサプライヤーの商談の機会を、24時間無休でサポートしている。

次頁からは、本展示会の中でもユニークな取り組みを行なっている地域のブースを紹介する。



ブース細見

海苔のパウダーを使った加工食品売り込む

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「浜名湖のりのつくだ煮」= 380円～398円(税込み)

「静岡銀行」浜松市のマツダ食品 (<http://www.hamanako-nori.jp>) は、1820年頃に始まった浜名湖の養殖海苔を素材にした加工食品の販路を開拓。

同社は1970年に浜名湖海苔のつくだ煮会社として創業。つくだ煮の惣菜加工から、海苔のパウダーを使ったラスク、マドレーヌ、餃子、パスタなどお菓子や練り物の加工食品へと事業を拡大してきた。

パウダーは、浜名湖海苔が独特の緑色に変色する特徴を活用して開発したもの。2009年4月には同業者を募って「浜名湖のりブランド推進協議会」(会員数21社)を立ち上げた。協議会での情報交流で得た海苔のパウダーに関するアドバイスを受け、新商品を開発中である。

新製品は、東京の百貨店などの小売店にギフト商材として売り込む。



一本釣り漁法のカツオのタタキ売り込む

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「MSC一本釣り鰹わら焼きかつおたたき」(1kg) = 約3,000円(税別)

「静岡銀行」高知県の土佐鰹水産 (<http://www.tosakatu.jp>) は、南太平洋で一本釣りしたカツオのタタキの販路を開拓。

同社は全国のカツオ漁獲量の95%が水揚げされる焼津港のある静岡県藤枝市に、事実上の本社拠点と加工工場を置く。1997年に「わら焼タタキ」の製法特許を取得するとともに、静岡工場を建設。冷凍設備を装備したカツオ一本釣り漁船を所有。

2009年11月に海のエコラベルといわれる海洋管理協会(MSC)の認証を取得。これを機に長期衰退傾向にあったカツオ一本釣り漁法の伝統を守る考え。

FC店増やし中食事業を強化

出 展 目 的 : PRとFC店募集

代表商品の価格:「おつまみカツサンド」(1箱) = 750円(税込み)

「横浜銀行」横浜市の惣インターナショナル(<http://www.sooint.co.jp>)は、カツサンドのPRとFC店募集のため出展。

今年(2010年)で創業30周年を迎える同社は、とんかつ惣菜・弁当・カツサンドなどの中食会社。手作りのカツサンドは8年前に始め、横浜に浪漫館横浜などレストラン3店舗を持つ。

カツサンドの小売り専門店は今現在、首都圏に50店舗を展開。このうち34店舗が直営店、残り16店舗がFC店。展示会ではFC店を募集する。

中食産業は数年後の市場規模が10兆円に達するといわれる有望市場。同社でもFC事業を強化し、事業の拡大を図る。



相模湾の新鮮魚貝類を小口セット販売

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「1セット」(魚2、3種類・約3kg) = 5,000円(税別)

「横浜銀行」横浜丸魚(電話050-5541-1827)は、その日の早朝に水揚げされた「魚介類セット」の販路を開拓。

同社は横浜市中心卸売市場で水産物の卸売事業を営む。グループ5社で「ハマの新鮮便」をコンセプトに、スーパーマーケットや寿司店、ホテル、レストランなどの外食産業に小口のセットにして魚介類を届ける。

相模湾をはじめとした神奈川県内の漁港で、早朝に水揚げされた新鮮な金目鯛、ムツ、アジ、鯖、シラスなど、種類が豊富で漁ごとに水揚げ内容が異なるため、日替わりメニューによる他社との差別化ができるメリットがあるという。

出展は今回が2回目。全国販売を目指している。

出展成果事例

電話取材による主な出展会社の展示会成果

日経 住まいのリフォーム博 2009 (2009年9月23日～26日)【第7号】

グランデータ (<http://grandata.co.jp>)

・出展物 : 木造住宅精密耐震診断 ・成果 : 商談5件、成約1件

ケアンズ・コーポレーション (<http://www.dsg.gr.jp>)

・出展物 : 耐震補強壁 ・成果 : 商談10件

第25回 ふるさと食品全国フェア(9月24日～26日)【第8号】

学食 (<http://www.gaku-shoku.com>)

・出展物 : 地鶏 ・成果 : 商談20件、商談中3件

沖縄県黒砂糖協同組合 (<http://www.okinawa-kurozatou.or.jp>)

・出展物 : 沖縄黒砂糖 ・成果 : 商談10件

同 【第9号】(下)

ミマス(<http://www.mimasu-831.jp>)

・出展物 : トマトカクテル ・成果 : 商談2件

武蔵野免疫研究所 (<http://www.musashino-imgroup.c.jp>)

・出展物 : 健康食品のお茶、化粧品 ・成果 : 成約3件

フードシステムソリューション 2009 (9月24日～26日)【第10号】

八百彦青果店 (<http://www.yasaibito.jp>)

・出展物 : カット野菜 ・成果 : 成約8件

第36回国際福祉機器展 H.C.R. 2009 (9月29日～10月1日)【第11号】

倉敷スクールタイガー縫製 (<http://www.primulacalla.com>)

・出展物 : 障害者向けズボン、スカート ・成果 : 商談約10件

高島産業 (<http://www.ts-brush.co.jp>)

・出展物 : 介護用ブラシ ・成果 : 商談20件、成約2件

同 【第12号】

土屋産業 (<http://www.tsuchiyaangyo.co.jp/>)

・出展物 : 福祉用ステッキ ・成果 : 商談3件

オーガニック EXPO 2009 (10月7日～10月9日)【第13号】

マルカワみそ (<http://marukawamiso.com>)

・出展物 : 有機味噌 ・成果 : 商談30件、成約3件

天鷹酒造 (<http://www.tentakaka.co.jp>)

・出展物 : 有機吟醸酒、有機飼料、酒粕 ・成果 : 商談12件、成約4件