



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42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/)



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

手作り焼き鯖寿司の東京市場開拓

出 展 目 的 : 東京市場の販路開拓

代表商品の価格:「元祖 焼き鯖寿司」(1本約330g) = 1,260円(税込み)

「北陸銀行」福井県三国町のスターフーズ(<http://www.starminatoya.co.jp>)は、手作りの「焼き鯖寿司」の東京市場開拓のため出展。

同社は1992年に焼肉の小売専門店として創業。8年後の2000年5月に三国の町興しのため、名産の焼き鯖を食材にして商品化した焼き鯖寿司の元祖。

2001年10月には「福井県優良観光土産品推奨品」を受賞した。手作りにこだわり、不況の影響で同業他社が撤退する中で、「手作りと大量生産との違いが、当社が生き残るうえでプラスに働いている」と、白石隆一郎営業企画開発部長は手作りにこだわる理由を話している。

展示会では東京で高級スーパーマーケットを中心に販路開拓する。



試食で来場者の反応窺う

出 展 目 的 : 販路開拓と商品力の向上

代表商品の価格:福梅ぼし「禅風味」(20粒入) = 5,000円(税別)

「北陸銀行」福井県三方上中郡の福梅(<http://www.fukuume.jp>)は、地域特産品の梅ぼしの販路を開拓。

福井梅の発祥は、江戸時代に遡る。明治時代になって、果肉が厚く種が小さい梅に品種改良され、特産品の「福梅ぼし」が誕生した。

加工販売会社の同社は、1987年の創業以来、青梅から製品までの一貫体制で生産してきた。しかし、販売は郵便局の通販カタログなどを使っているが、どう販路を開拓していくかが課題だった。展示会では、試食を通して味の手直しを進める。

四万十川産の味付海苔の販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:「四万十川産青のり付味付のり」(2缶) = 3,150円(税込み)

「広島銀行」広島市の竹野海苔 (<http://www.takenonori.co.jp>) は、贈答用と江戸前寿司用の海苔の販路を開拓。

同社は1906年に創業した海苔一筋の会社。若芽を摘んだ一番摘みの新海苔と高知の四万十川産の味付海苔に定評がある。どの時期にどこの産地の海苔を仕入れるべきかが、海苔の品質を決める重要な要素。この判断材料となる経験とデータの蓄積が同社の強み。

海苔は国産だけで需要を満たしているという意味で、自給率100%の食料品でもある。

東京の百貨店、スーパーマーケットが有力な販売ルート。展示会では、売り方を学ぶことも目的としている。



こんにゃくの東京市場を開拓

出 展 目 的 :東京市場の開拓

代表商品の価格:「神石在来 生芋こんにゃく」(130g) = 140円(税別)

「広島銀行」広島県神石郡の新内農園 (<http://www.e-konnyaku.net/>) は、こんにゃくの東京市場開拓のため出展。

作付面積60,000㎡の自社農場でこんにゃく芋の栽培から加工・販売まで行なう。量産型の充填製法を使わず、缶蒸し製法と糸こんにゃくなどに加工する搾り落とし製法を採用。

また、こんにゃく粉ではなく生のこんにゃく芋をすり潰して加工するため、味のしみがよく、風味と歯応えがあるという。

販売ルートは、地元の道の駅、スーパーマーケットが中心。展示会は2度目の出展。

生キャラメルの後継菓子「別子羊羹」を公開

出 展 目 的 :新商品の公開と販路開拓

代表商品の価格:「伊予柑生ようかん」(9粒入) = 630円(税込み)

「伊予銀行」愛媛県新居浜市の別子飴本舗 (<http://www.be-ame.co.jp>) は、2009年12月に新発売の「別子羊羹」の公開を兼ねて出展した。

同社は明治元年に、お菓子屋を創業。別子飴の製造・販売を主力事業とし、約37年前に別子銅山の閉山にちなんでネーミングした。

別子飴は、銅釜で水飴を炊き上げる創業以来の製法を守り続ける伝統の飴。1996年には手打ちうどん店「長兵衛」を開業。

新商品の「別子羊羹」は、同社も手掛ける生キャラメルの後継商品として位置づけている戦略商品。地元特産品の伊予柑、牛乳、白あんを練り上げて商品化。柑橘の味がしっかり出るように商品化したという。

販路は、東京の高級スーパーマーケット、アンテナショップなどを予定している。



臭味のない養殖真鯛の販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:養殖真鯛「鯛一郎くん」(浜値・1kg) = 1,000円(税別)

「伊予銀行」愛媛県宇和島市の徳弘水産 (<http://taichiro-kun.com>) は、養殖真鯛の販路を開拓。

1959年に真珠養殖会社を設立し、10年後に真鯛養殖へ事業転換した。鯛の臭みをなくす独自のエサを開発したことで、東京・築地の中卸の間で「世界一の養殖真鯛」との評価を得る。

臭みをなくしたことで料理の幅が広がり、通常の浜値の約2倍で小売りが可能という。全国の魚市場を通して販売。月1万匹を出荷する。徳弘多一郎社長は「今後は鯛の加工品を作りたい。(展示会では)キチッと商売のできる相手を探す」と意欲を示す。