



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

2010 年 2 月 2 日発行

展示会・見本市レポート第53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2回 焼肉ビジネスフェア2010[上]

| | |
|--------|---|
| 会 期 | 2010年1月27日(水)・28日(木) |
| 会 場 | サンシャインシティコンベンションセンター(東京・池袋) |
| 主 催 | 焼肉ビジネスフェア実行委員会 |
| 共 催 | 日本食糧新聞社 |
| 特別協力 | 事業協同組合 全国焼肉協会 |
| 後 援 | 農林水産省 |
| 事務局 | (http://www.yakinikufair.com) |
| 出展者数 | 153社 |
| 小間数 | 303小間 |
| 小間料 | (2m×2m) 200,000円(税別) |
| 募集期間 | 2009年4月～10月 |
| 来場者数 | 12,943名 |
| 出展業種 | 焼肉関連食肉・食材、たれ・具材・調味料、水産物・農産物、焼肉料理・サイドメニュー、デザート・スイーツ、アルコール飲料・ソフトドリンク、厨房機器・調理器具、焼肉ロースター・コンロ、店舗運営機器・システム、衛生管理設備・資材・サービス、店舗設計・施工・テーブルウェア 等 |
| 来場者の職業 | 焼肉店、食肉・食材、外食産業、開業予定者、オーナー・経営者、メニュー・商品開発担当者、仕入れ・購買担当者、中食・小売店 等 |
| 次回開催予定 | 2011年1月19日(水)・20日(木) |

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

1兆1千億円の焼肉市場にビジネスチャンス

焼肉産業の市場規模は約1兆1千億円といわれる。焼肉料理に付き物のにんにくなどの野菜、酒類やアイスクリームといったスイート・デザート類を含めれば、市場規模はさらに拡大する。

半面、外食産業は不況の影響で大手チェーン店が撤退、店舗数の縮減、値下げなど、厳しい不況に見舞われている。安定した市場とはいえ、激しさを増す外食産業の競争の荒波がいつ襲ってきてもおかしくない。

今回の展示内容をもても、新しい食材の開発、新メニューの提案、売り方の工夫など、出展者の不況克服に向けた努力の跡が窺えた。また、出展者と来場者の双方に、同業者から最新の経営ノウハウと業界のトレンド、消費動向の情報を吸収しようとの熱気がみなぎっていた。



食品関連産業の活力映す展示会

食品関連の展示会は年々、新規展が増えている。第1回開催の展示規模が小さくなるのはどの展示会にも共通することだが、問題は2回目の開催結果。2回目の規模が伸びるか否かが展示会の命運を左右する。

その点、食品関連の展示会は、厳しい経済環境下にあっても成功する例が多い。2009年に開催された展示会をみると、第2回開催が大ヒットした「居酒屋産業展」は、2010年の第3回は会場が手狭となったため、会場を東京ビッグサイトに移して開く。第1回開催の「PB開発展」も2010年の第2回は出展者数の大幅増を見込んでいる。



焼肉ビジネスフェアも第1回開催に比べ出展者数が31社も増え、予想以上の成功を収めた。多くの展示会が軒並み出展者数を減らす中で、少なくとも食品関連産業にはしっかりと活力が維持されているようだ。

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

ブース細見

豪州産輸入増を受け肉の軟化剤発売

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 品質改良製剤「ソフテースト」(1袋・1kg) = 約1,500円(税別)

東京・中央区の武蔵野化学研究所 (<http://www.musashino.com>) は、肉類軟化剤の新製品「ソフテースト」のPRのため出展。

同社は、乳酸、アミノ酸の一種のアラニン、ピルビン酸のトップメーカーで、食品添加物、医薬・化粧品の原料として販売している。新発売のソフテーストは、牛肉・豚肉・鶏肉・羊肉や魚貝類を柔らかくし、旨味を出す軟化剤。

これまでの酵素を使った製剤と異なり、肉の繊維を広げて柔らかくするため、旨味と保水性が保たれるという。外食産業などの消費低迷の影響で、肉質が硬めの価格の安い豪州産牛肉が増えていることや、高齢者向けの市場が広がっているようだ。



需要増が期待できる加工食品の販路開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 「おろし生姜」(1kg) = 850円(税別)

岩手県一関市の丸越 (<http://www.marukoshi.com>) は、有機野菜を小分けしたにんにく・生姜の販路を開拓。

同社は1953年創業し、1994年に法人化した青果物と食品を中心とする加工販売会社。生姜の販売からスタートし、現在は冷凍にんにくの一次加工品が主力商品となっている。

国産の有機野菜に特化し、岩手県内の2つの工場が無添加・無着色のにんにくと生姜を使い切りサイズにして出荷する。

にんにくは青森県特産の白い大粒にんにくを仕入れ、焼肉店や外食産業に販売。にんにく市場は加工食品を中心に安定した伸びが期待できるという。

受注翌日の納品を強みに販促展開

出 展 目 的 : 販売促進

代表商品の価格:「カナダ産ロブスター」(1kg) = 2,500円(税別)から

東京・新宿区の海老正 (<http://www.ebisho.co.jp>) は、海老など冷凍魚貝類の販売促進のため出展。

創業50年を超える同社は、世界各国で魚貝類を仕入れ、現地加工して日本へ空輸する専門商社。商品数は約6,000アイテムに及ぶ。このうち海老の占める比率は55%。

北は盛岡市から西は大阪まで全国24カ所に営業拠点を展開する。強みはデリバリー力で、冷凍車360台を所有し、顧客数は個人を含め約25,000件。顧客からオーダーを受けた翌日には商品を届けるサービスを徹底している。

日本企業が独占していた鮮魚の流通・卸業界に中・韓両国の企業が参入し、国際競争が今後激化する兆しが見え始めたという。



スープ用生骨のガラ商品の販路開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「ガラ革命シリーズ」= 注文量に応じて価格を決める

埼玉県和光市の丸善マテリアル本舗 (<http://www.m-material.co.jp>) は、豚や鶏の生肉の前処理・下処理作業の必要がないスープ用生骨のガラ商品「ガラ革命シリーズ」の販路を全国で開拓中。

同シリーズの商品は、ラーメンなどのスープ作り用として豚などの生骨を血抜きし、同社が10年前に開発した生骨の圧縮機にかけて商品化したもの。骨の部位別にパック詰めし顧客の好みに対応した。

生骨を洗浄し、ボイルしたあとにアク取り処理を行っている。その後、圧縮パックをしているため極めて衛生的という。

ネット通販でラーメン店、焼肉店、中華料理店、ホテルなどの顧客に販売し、展示会では来場者の口コミに期待している。