



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 3 月 4 日発行

展示会・見本市レポート第62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44回 2010 スーパーマーケット・トレードショー[中]

“創”ニッポン

会 期	2010年2月8日(月)～10日(水)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	日本セルフ・サービス協会
後 援	経済産業省・中小企業庁、農林水産省、米国大使館米国農産物貿易事務所、イタリア大使館商務部、ポーランド共和国大使館 等
事務局	(http://www.jssa.or.jp)
出展者数	1,135社・団体
同時開催	第5回 こだわり食品フェア2010、第3回 地域資源セレクション 第8回 店舗開発ショウ2010
次回開催予定	2011年2月8日(火)～10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

ブース細見

母親譲りの焼きしそ巻の関東市場開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「焼きしそ巻」(10本入り) = 380円 ~ 400円(税別)

仙台市の東北いちば(電話022-772-9188)は、独自にブレンドした味噌を青しそで手巻きした「焼きしそ巻」の販路を開拓。

同社は12年前、柴田敏雄社長の実母が作っていたしそ巻を商品化しようと設立。焼きしそ巻は油で揚げずに分厚い鉄板で1本ずつ焼き上げているため、油っぽさがないという。

しそは宮城県、青森県、福島県の農家と契約栽培した無添加野菜、販売ルートはスーパーマーケットや岐阜県、長野県の観光地の土産店。

この度は関東地区の販路開拓のため出展した。



卵かけごはん用の醤油販売で村おこし

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:卵かけごはん用醤油「おたまはん」(瓶・150ml) = 315円(税込み)

島根県雲南市の吉田ふるさと村(<http://www.y-furusatomura.co.jp>)は、卵かけご飯専用の醤油の販路を開拓。

雲南市と地元企業・団体・個人の出資による半官半民の同社は、1985年に村おこしのため設立。当初は杵つき餅と焼肉のタレを製造・販売していたが、地元の養鶏場から受けた卵の市場開拓の相談がヒントとなり、「卵かけごはん」を企画した。

5年前から毎年「卵かけごはんのシンポジウム」と全国の「卵かけごはん」を集めた試食回を開催。これがマスコミで取り上げられるようになり、関連商品として開発した醤油や味噌、唐辛子の販売が増え、村おこしに大きく寄与した。2010年11月に第6回大会を開催、更なる販路開拓に役立てる。

ベーコンなど馬肉の加工食品市場を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「会津ブランド 馬刺」(1パック・200g) = 800円(税別)

会津若松市の会津畜産 (<http://www.aizu-chikusan.com>) は、馬肉とベーコンなど馬肉の加工食品の販路を開拓。

同社は、食肉類の製造・販売会社だが、8年前にBSE(狂牛病)問題が表面化したため馬肉に特化。喜多方と河東に2つの牧場を持つほか、2008年12月に馬肉加工工場を完成させた。ベーコン、ソーセージ、ジャーキー、サラミなどの加工食品を生産する。

馬肉は馬刺の人気の根強いほか、最近は鍋物や焼肉用の食材として需要が堅調だという。同展への出展は初めてだが、展示会には3年前から百貨店の物産展を含め、年5回出展している。

食品専門商社に卸したり、全国の食肉加工品メーカーに販売する。



自社栽培果実「シーベリー」の加工食品を拡販

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「シーベリーソース」(1瓶・120g) = 1,500円(税別)

北海道苫小牧市の遠藤組 (<http://www.endou-gumi.co.jp>) は、ロシア原産果実のシーベリーを素材とした加工食品の販路を開拓。

約40年前に土木工事会社を立ち上げる。公共事業が徐々に減少してきたことに対応し、「フォレスト・ベリー農園」を開園し、加工食品分野に参入した。

国内栽培の極めて少ないシーベリーに着目し、事業計画が北海道の「平成21年度建設業ソフトランディング事業」に認定されたのを受け、自社栽培と商品化を実現した。商品はブレッドペーストとフルーツソースの2種類。東京の高級スーパーマーケットを開拓する。

農商工連携の自然薯ラーメン販売

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「自然薯ラーメン」= 250円(税別)

山口県柳井市のエムテックス (<http://www.m-tex.co.jp>) は、規格外の自然薯を原料にしたラーメン、だんご汁など自然薯加工食品の販路を開拓。

同社はこんにやくメーカーの原田食品の商品開発会社として、2002年に設立。現在までに合計約80種類の商品を開発してきた。

山口県は自然薯麺誕生の地として、自然薯を素材にした加工食品開発が盛んなところ。規格外の自然薯の使い道として商品化した自然薯ラーメンは、2008年度の農商工連携事業に認定されている。高級百貨店、スーパーマーケットのほか、業務用として外食産業、飲食店に販売。

「やまぐち産業振興財団」が募集した20社と共同出展した。



自家製野菜の瓶詰めを売り込む

出 展 目 的 : 販路開拓と人脈作り

代表商品の価格:野菜の瓶詰め「あしたは元気シリーズ」(1瓶・200g) = 500円(税別)

北海道磯谷郡のアグ・デ・パンケ農園 (<http://panke.eco.to>) は、ピクルスやジャムなど自社農場の野菜を素材にした手作りの瓶詰め商品の販路を開拓。

農業好きが講じて10年前に神奈川県から北海道へ移住し、2002年1月に会社を設立。アスパラガス、ジャガイモ、トマト、人参、カボチャなどの野菜栽培から農業をスタートした。

2年前から自家用に作っていた酢漬け、ジャム、煮豆、野菜カレーを瓶詰めにして販売することにした。「あしたは元気シリーズ」の商品名で販路を開拓中。

販売方法は通販カタログを活用。展示会は今回が2回目で、「人脈作りに役立ちます」(瀧川寛子取締役)と話している。