



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 9 日発行

展示会・見本市レポート第 6 4 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 メディケアフーズ展

～ 超高齢化社会の“食と栄養”を考える～

会 期	2010年2月9日(火)・10日(水)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	UBMメディア
後 援	経済産業省、東京都、千葉県社会福祉協議会、東京都社会福祉協議会、 日本栄養士会、日本健康・栄養食品協会、日本介護食品協議会 等
事務局	(http://www.medicarefoods.com/exhibit)
出展者数	58社・団体
小間数	66小間
小間料	(3m×3m) 346,500円(税込み)
募集期間	2009年4月中旬～2009年10月末
来場者数	10,549名
出展製品	摂食・嚥下障害者向け食品、濃厚流動食、栄養調整食品、宅配食、病院・施設向け業務用食品、調味料、機能性素材、調理機器、強化磁器食器、栄養管理ソフト、口腔ケア関連 等
来場者の職業	管理栄養士・栄養士、看護師、ケアマネージャー、介護職、事業主、給食・配食サービス、病院食材卸、食品流通業、食品メーカー 等
同時開催	総合医療展 エイジングケア2010
次回開催予定	2011年2月22日(火)・23日(水)

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

医療・介護食と設備機器の質的向上を図る

メディケアフーズ展は、医療・介護分野の食品を対象に、超高齢化社会のニーズに応えた展示会である。

入院患者向けの病院食が敬遠されがちだった経験も踏まえ、時代を先取りした医療・介護食と設備機器の質的向上と普及・啓蒙を図るのが狙いだ。とくに在宅高齢者の急速な増加は、宅配と小売り用商品の需要拡大を意味し、商品開発と流通インフラの整備が業界の課題となっている。

今回の展示会はまだ2回目のため小規模に留まっているが、こうした時代のニーズと課題を考えれば、今後、回を重ねるごとに出展者が増えることが予想される。



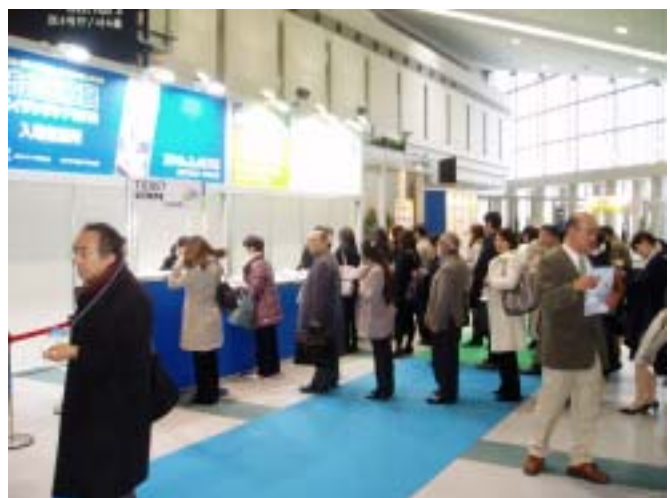
地域の食品関連会社にもビジネスチャンス

同展の特徴は、医療とくに介護の現場が食品関連業界にとって未開拓な分野が多いことに配慮していることである。

栄養士や医療・介護従事者を対象に、「食と栄養」をテーマにした著名な専門家によるセミナーを開催。さらに、食品関連メーカー、食品流通、医療・介護現場がそれぞれ相互に連携できる交流の場を提供、出展者と来場者に便宜を図っている。

また、同展は大手食品メーカーばかりでなく、地域の農産物会社も競って介護食用野菜を出展するなど、医療・介護分野が成長性を見込める産業分野だけに、地域の食品関連会社としてもビジネスチャンスを期待できそうだ。

次頁からは、本展示会の中で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

骨折をキッカケにカルシウム黒豆を商品化

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「カルシウム黒豆」(31袋セット) = 3,600円(税込み)

広島県廿日市のイシカワ (<http://www.ishikawa-net.co.jp>) は、栄養機能食品「カルシウム黒豆」の販路を開拓。

創業85年の同社は、豆菓子、ピーナツ、そら豆の老舗で、広島では「イシカワ黒豆」として知られる。カルシウムを多く含む本商品は、社長のご家族が骨折したことがキッカケで、約1年前に商品化した。

カルシウム黒豆は、北海道産の黒大豆と広島特産の微粉末にした牡蠣(かき)の殻を混ぜて加工したもの。カルシウムを吸収しやすいマグネシウムを加えているのが特徴。新商品は抹茶味とカカオ味の2種類ある。

ドラッグストアや調剤薬局で販売する。



高齢者がスプーンですくって食べる食パン発売

出 展 目 的 : 新商品発表

代表商品の価格:「らくらく食パン」=業務用のため価格を固定できない

広島市のタカキベーカリー (<http://www.takaki-bakery.co.jp>) は、介護用食パンの新商品「らくらく食パン」(特許出願中)発表のため出展。

同社は、製パン会社のアンデルセングループ5社の1社。新商品は「パンが噛み切れない」、「パンのミミが食べにくい」など高齢者の悩みに応えるため、「スプーンですくって食べる食パン」をコンセプトに商品化した。

医療機関、介護施設など業務用として問屋経由で販売する。展示会では、市場の反応をみたいという。

介護用「再成形ソフト食」のパートナーを募集

出 展 目 的 : 販路開拓とビジネスパートナー募集

代表商品の価格:「ソフトさけ」(1パック・45g) = 150円(税込み)

山形県鶴岡市のベスト(<http://www.best-ryoushoku.jp>)は、介護食用に商品化したホタテ・タラ・サケの3品の「再成形ソフト食」の販路開拓とビジネスパートナー募集のため出展。

同社は学校、幼稚園、高齢者施設など42施設に25年の実績を持つ学校給食会社。2008年5月に「新連携事業」の認定を受け、ホタテなどの素材を使った高齢者向けの「再成形ソフト食」の商品化と量産化機械を開発してきた。

再成形ソフト食とは、ホタテなどの素材を嚥下食用に加工し、必要に応じ型枠で再成形できる介護食。3品のほか赤魚、アジ、鯖、野菜を素材とした商品化のメドもついたという。

展示会では、生産委託会社と卸売会社を募集。



がん患者向け健康補助食品の販路を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:健康補助食品「アイビオー7」(1パック・100g) = 840円(税込み)

千葉県松戸市の穀物菜館(<http://www.stcc.jp/saikan>)は、がん患者向け健康補助食品「アイビオー7」(特許出願中)の発表のため出展。

同社は医療法人の島村トータル・ケア・クリニックの関連会社。これまで入院患者向けに商品化した点滴用バッグやパジャマを販売してきた。

健康補助食品は2010年1月に商品化したもので、玄米、黒ゴマ、きな粉などのタンパク質の原料に、塩化カリウムなど4種類のアミノ酸を配合したもので、1ミリリットルで約1キロカロリーの補給ができるという。

医療機関向けに販売する。