



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 16 日発行

## 展示会・見本市レポート第67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

### HOTERES JAPAN 2010[ ]

ホスピタリティ産業の新たな価値創造に挑戦する

会 期	2010年2月23日(火)～26日(金)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	日本能率協会、日本ホテル協会、国際観光旅館連盟、日本観光旅館連盟、 国際観光日本レストラン協会、国際観光施設協会
後 援	観光庁、農林水産省、東京都、国際観光振興機構、日本貿易振興機構
事 務 局	<a href="http://www.jma.or.jp/hcj">http://www.jma.or.jp/hcj</a>
出展者数	806社
同時開催	第31回フード・ケータリングショー、第10回厨房設備機器展
次回開催予定	2011年2月22日(火)～25日(金)



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

### ピーナツもやしの東京市場を開拓

出 展 目 的 :東京市場の開拓

代表商品の価格:ピーナツもやし「ピーナツプラウト」(1パック・70g) = 100円(税別)

福岡市の出萌(092-663-5317)は、本格的にピーナツもやしの東京市場開拓のため出展。

福岡と佐賀の両県に自営農場を持つ同社は、独自開発した育成技術でピーナツもやしを生産。ピーナツもやしは、アミノ酸の一種であるアスパラギン酸が多く含まれ、一般のもやしに比べ10分の1の低カロリーだ。

居酒屋、レストラン、飲食店向けの業務用として九州地域で販売してきた。2010年から東京市場を本格的に開拓するため展示会を積極的に活用し、知名度向上と販路開拓に力を入れる。



### 自営の豚農場完成を機に東京で販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:業務用のため未公表

山形県酒田市の大商(<http://www.taisho-meat.co.jp>)は、直営の豚農場「金山最上牧場」が完成したのを機に、生肉の部位を本格販売。

肉の卸を30年間経営してきたが、2008年に直営の牧場を所有。現在約600頭の豚を飼育し、14,000頭に増やすのが目標。

飼育している豚は付加価値を高めるため、地元の農家に栽培委託した飼育米にホエー(乳酸菌)を混ぜた飼料で育て、甘みのある豚を生産している。

「米の娘(こめのこ)ぶた」のブランド名で、合計5種類の商品を販売。

東京で開催される展示会に、年数回は出展する。

## 年間通して提供できる黒大豆の食材を拡販

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 丹波黒豆「サラダ黒豆」(1kg) = 約1,000円(税別)

兵庫県丹波市のやながわ (<http://www5.ocn.ne.jp/~yana01>) は、1年を通して食べることのできる業務用の黒大豆「サラダ黒豆」と「黒豆の塩豆」を新発売するため出展。

黒大豆は粟、小豆とともに丹波の三大特産農産物の一つ。創業120年、1998年に法人化した同社は、黒大豆を原料にした加工食品の老舗。

黒大豆は主に枝豆とおせち料理の食材として使われてきた。しかし、需要期が夏場とお正月に限られるため、オールシーズンで食べられるようにと黒大豆の加工食品を商品化した。サラダ向けのほか、洋菓子、パンなどの食材として百貨店、スーパーマーケットの販路を開拓する。

展示会には年3回出展する。



## 無添加の介護食用惣菜の販路を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 「介護食セットメニュー」= 300円前後(税別)

石川県小松市のヤマトフード・システム (<http://www.food-yamato.co.jp>) は、介護食用惣菜の販路を開拓。

会社の社員食堂用惣菜からスタートし、高齢化にともなってここ数年、急増してきた介護食用惣菜に参入。食材の95%を国内で調達、1,500アイテムの惣菜を扱う。需要増に対応して3,000アイテムまで増やす計画。

無添加の惣菜にこだわり、日持ちしない惣菜は毎日料理し、当日中に供給する。惣菜の保存技術と独自の殺菌方法に強みを持ち、病院、老人介護施設などに1日14,000食を供給する。栄養士、調理師らによる口コミの力で市場を開拓。

展示会には年3回出展する。

### 新軽量強化磁器の食器で差別化を図る

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「美濃美人 おかるのキモチ」=業務用のため未公開

岐阜県土岐市のメープル (<http://maplemino.web.fc2.com>) は、新軽量強化磁器の食器の販路を開拓。

美濃焼ひと筋に創業60年の同社は、陶器需要の減少に対応して差別化した商品開発に取り組んできた。3年前から愛知工業大学と産学連携し、昨年商品化することに成功した。

磁器は、独自開発した磁器素地の内部に配合するアルミナの量を調整することで、一般の磁器と変わらない軽量化と保温性・透明性を実現した。9種類のアイテムがある。

介護施設、病院、ホテル、レストランなど向けの業務用として販路開拓する。岐阜県に地域資源活用事業に認定を申請中。



### 「マイ箸ブーム」追い風に漆器と箸をPR

出 展 目 的 : PRと販路開拓

代表商品の価格:「堅牢 福型汁椀 溜」=6,000円(税別)

福井県鯖江市の土直漆器 (<http://www.tsuchinao.com>) は、業務用の漆器と箸のPRと販路を開拓。

同社は、1973年に漆器の塗師職人から独立して設立。ホテル、レストランや回転寿司店向けの業務用漆器を販売。しかし、漆器が食器類の中では高級品に属するため、景気低迷の影響を受けてきた。ホテルや旅館がプラスチック容器に切り替えてきたこともマイナス要因となった。

しかし、約8年前から手掛けてきた箸が「マイ箸ブーム」などの追い風で軌道に乗り出した勢いで、展示会で漆器と箸をPRすることにした。