



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 24 日発行

展示会・見本市レポート第72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

FOODEX JAPAN 2010[]

第35回国際食品・飲料展

会 期	2010年3月2日(火)～5日(金)
会 場	幕張メッセ
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	外務省、農林水産省、農林水産省、国土交通省、千葉県、千葉市、日本貿易振興機構
協 賛	45団体
事 務 局	http://www.jma.or.jp/foodex
次回開催予定	2011年3月1日(火)～4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

瀬戸内海の島おこしの連携企業を募集

出 展 目 的 : 販路開拓と連携企業の募集

代表商品の価格:「弓削島 海苔佃煮」(瓶・80g) = 200円(税込み)

愛媛県越智郡上島町のしまの会社 (<http://www.kibounoshima.jp>) は、海苔の佃煮など地域特産品の販路開拓と連携企業募集のため出展。

同社は、瀬戸内海の弓削島、岩城島など25の離島で構成する上島町の特産品の販売会社。上島町は海苔の養殖が盛んなところとして知られる。島おこしのため2008年10月に農漁業などを手掛ける地域の主婦60人が共同出資して設立。カフェの経営と約100種類の特産品を販売する。

販売は高速道路のサービスエリアや駅の道などで小売している。今年中にヒジキの養殖をスタートし、ヒジキの新商品を発売する計画。

今後の課題は、物流の効率化という。



無添加・無加糖のりんごジュースの販路開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:りんごジュース「プレミアムシリーズ」(瓶・500ml) = 1,500円(税別)

青森県弘前市のゆめりんご (<http://www4.ocn.ne.jp/~h-apple>) は、地域特産品のりんごジュースの販路を開拓している。

同社は5年前に法人化した津軽の中堅りんご農園。りんごの単価が下がったため、10年前に加工食品のりんごジュースを商品化した。低温殺菌法を採用してりんご本来の風味を残し、果汁100%のジュースを作り上げた。無添加・無加糖にこだわる。

展示会は販路開拓のため今後、積極的に活用するという。「青森県特別栽培認証」を取得した農地で栽培したりんごを原料に使っている。

おからアイスを売りまくる学生NPO法人

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「雪花菜(おから)アイス」= (1カップ・300円(税別))

徳島市の TOKUSHIMA 雪花菜工房(電話088-635-6085)は、おからを原料にしたアイスクリームの販路を開拓。

商業専門学校の県立小松島西高校の鈴鹿剛教諭が県の教育委員会から起業家教育を実施するよう指示を受け、6年前に生徒達が立ち上げたNPO法人。理事は全員10代という。5年前におからを原料にアイスクリームを商品化。地元の食品加工会社に生産を委託、2009年の1年間で約10万個を販売し、大ヒット商品になる。2010年の販売目標は15万個。成功の要因はテレビ、新聞などのマスコミがこぞって取り上げたこと。

アイスクリームのほか、地元物産品の「すだち牛」、「神山鶏」など6種類の商品を販売。今夏までに新たに2品目を発売する。販売は、地元のスーパーマーケット、土産物店などで小売している。



青じその葉「大葉」のソースとコショウを発売

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「大葉胡椒」(瓶・40g) = 500円(税別)

大分県中津市の田中醤油店(<http://www.moromi.jp>)は、青じその葉「大葉」を原料にした新商品のソースとコショウの販路を開拓。

同社は1906年創業の老舗醤油醸造会社で、1965年に法人化してから加工食品に本格進出。地域特産品野菜の大葉を原料に、茹でたパスタにかけるだけで食べることのできる大葉のソース、大葉のコショウ、ドレッシングなど独自の調味料を商品化してきた。

大分県は愛知県に次ぐ大葉の全国第2位の生産地。

新商品は食品問屋を通して販売。展示会には年1回、販路開拓のため出展する。

地元の米・水・職人で作った「大吟醸」の販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:「大吟醸雫酒18代伊兵衛」(瓶・720ml) = 5,250円(税込み)

福島県二本松市の奥の松酒造 (<http://okunomatsu.co.jp>) は、清酒「大吟醸」の販路を開拓。

同社は、創業して300年近い老舗の酒造会社。地元産の米と水と50人の職人による伝統的な酒造方法を守り続ける。同社の話では、日本酒に関する消費者の最近の嗜好は、お燗をするお酒からフルーティーでスッキリした味のお酒が好まれる傾向にあるという。

販売地域は東京と地元の福島。東京には在宅勤務の社員3名が常駐し、営業活動に当たらせているという。販売方法は直販と商社ルートを使って、個人客と料理屋、レストラン、小売店に販売。



ほたるいかの醤油漬けの販売を強化

出 展 目 的 :PRと販売強化

代表商品の価格:「ほたるいか沖漬」(瓶・220g) = 1,050円(税込み)

富山県滑川市の川村水産 (<http://www.kawamurasuisan.jp>) は、ほたるいかの加工品のPRと販売を強化している。

1992年に創業したほたるいかの水産会社で、滑川市は「ほたるいかの町」として知られる。ほたるいかは傷みやすいため、食卓に上るのは水揚げする3月から5月に限られていた。

年間を通して食べられるようにと、富山大学に相談。産学連携で防腐剤の少ない県内産の醤油を使って、醤油漬けしたほたるいかを商品化。10種類近い漬物類にして販売してきた。まだ市場の認知度が低いため、展示会でPRし販路を開拓する。