



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 25 日発行

## 展示会・見本市レポート第73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	<a href="http://www.jma.or.jp/foodex">http://www.jma.or.jp/foodex</a>
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

### うずら玉子会社の知名度向上を目指す

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「うずら玉子水煮」(ツインパック・12個入り) = 228円(税別)

静岡県藤枝市のカネセイ食品 (<http://www.egg-kanesei.com>) は、会社の知名度向上とうずらの玉子の販路開拓を目的に出展。同社は、業界第3位のうずらの玉子の生産会社。1965年に総合食品卸会社として創業。うずらの玉子を事業の柱としたのは、設立して22年後のこと。

学校・企業給食、加工食品メーカー向けの業務用とスーパーマーケット、小売店向けが中心。主力商品のうずら玉子の水煮の販売戦略として、スーパーマーケットで売られるラーメン、お弁当や野菜料理の具材として販売する方法を提案する。

農商工連携事業の第1回認定会社で、展示会は初めて。会社の知名度アップのため出展した。



### 地元産枝豆のジャム・パン・洋菓子の販路開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「ミルキーずんだジャム」(瓶・100g) = 800円(税込み)

宮城県栗原市のパレット (<http://www.palette-b.co.jp>) は、地元の農産品の枝豆を使ったジャム、パン、洋菓子の販路を開拓。

パン、ケーキの製造・販売会社として1988年に設立。地元産の食材にこだわる。2009年2月に「ずんだ(枝豆をすり潰したようなという意味の方言)ジャム」の商品化で県内初の農商工連携事業に認定される。

原料の枝豆は、地元農家と契約栽培。常温で長期保存可能な商品として提供する。展示会は初めて。栗原市から「栗原ブランド」に指定されている。

## 5月発売の加工米使ったカレーをPR

出 展 目 的 : PRと販路開拓

代表商品の価格:「お米フィリングカレー」(1パック・1kg) = 600円(税別)

島根県出雲市のアルファ食品 (<http://www.alpha-come.co.jp>) は、加工米を使ったカレーの5月発売に向けてのPRと販路開拓のために出展。

同社は1966年に非常食、学校給食向けなど、業務用の加工米会社として設立。業務用、学校給食、備蓄用、家庭用のアルファ化米、機能性米、ウエット米飯を中心に製造・販売。主力商品のアルファ化米は、お米を炊飯した後に急速乾燥したもの。これらの加工米を使って赤飯あんぱんなどのパン、ドリア、パイなどに加工して販売している。

新商品のカレーは、うるち米、鶏ひき肉、玉ねぎ、トマト、スイートコーンなどを材料に加工し袋詰めした。パンにトッピングしたり、パンに包んで食べるなどの食べ方を提案している。展示会では新商品のPRを兼ねて販路を開拓。

パンの小売店への直販を予定している。



## 粉末緑茶ブームを追い風に販売促進

出 展 目 的 : 東京と海外市場の開拓

代表商品の価格:「粉末緑茶 出口正司のお茶」(1パック・50g) = 525円(税込み)

三重県松坂市の出口製茶 (<http://www.degucha.com>) は、粉末緑茶の東京と海外市場の開拓のため出展。

同社の粉末緑茶は、煎茶を原料に石臼で粉末にした手作りの商品。5年前に商品化したもので、最近「お茶は健康食品」という消費者の健康志向を反映して、和洋菓子メーカーやパン、アイスクリームメーカーからの注文が増えているという。

展示会は昨年に続き2回目の出展。東京市場の開拓と日本食ブームに対応して海外のバイヤーとの商談も目指す。販売促進のための宣伝方法を模索中。

### ズワイガニ明太子など新商品3品をPR

出 展 目 的 :新商品のPR

代表商品の価格:「蟹明太子など3点セット」(瓶・60g×3品)=1,000円(税別)

北海道石狩郡のボンフリー(電話0126-57-2664)は、ズワイガニの明太子など新商品3品の3月中旬発売に向けたPRを目的に出展。

同社は1997年に焼肉のタレのOEM(相手先ブランド)供給会社として創業。自社製品を作り会社の競争力を高めようと、北海道産のたらこ・仙台のメーカーから仕入れた明太調味料を使った明太子を販売。

2009年10月には農商工連携事業の認定を受け、家庭用と病院向けの有機野菜スープを商品化。

3月中旬に発売したのはズワイガニの明太子とウニたらこ、利尻昆布たらこの3品。当面、アウトレットモールでお土産用として販売する。



### うどんの製麺技術で野菜のパスタを商品化

出 展 目 的 :新商品のPR

代表商品の価格:「野菜の生パスタ」(2人前)=500円~600円(税別)

石川県小松市の中石食品工業(<http://www.komatsu-udon.co.jp>)は、6月に発売する野菜のパスタのPRのため出展。

同社は1906年にうどんの製麺会社として創業。うどんの消費量は年々減少し、数年前からパスタの消費量と同じ量になるなど、パスタに押され気味となっている。このままでは「日本の麺文化が衰退する」との危機感から、うどんの製麺技術で培ったノウハウを活かし、オリジナルなパスタの商品化に挑戦した。

粉末にしたトマト、ニンジン、金時芋、カボチャなど石川県産の野菜と小麦粉、米粉を使って、6種類のカラフルなパスタを商品化した。

関東地域のイタリア料理店などの市場を開拓する。