



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 26 日発行

展示会・見本市レポート第75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

米ぬかを有効利用した健康素材「ギャバ」をPR

出 展 目 的 : PRと販路開拓

代表商品の価格: サプリメントドリンク「ギャバパワー」(瓶・100ml) = 200円(税込み)

秋田県湯沢市の秋田銘醸(<http://www.ranman.co.jp>)は、清酒の製造工程で発生する米ぬかを原料にした健康素材「ギャバ」のPRと販路開拓を図る。

同社は1922年に県内の有志で設立された清酒「美酒爛漫」の酒造会社。飼料や堆肥として使われるか廃棄処分されていた米ぬかを有効利用しようと、秋田県総合食品研究所および加工食品会社20数社と協力して、機能性成分を豊富に含んだ素材を開発。

アミノ酸の一種である高濃度ギャバとして、パンや麺の加工食品会社に供給したり、サプリメントドリンクとして市場開拓する。



地元の農産物の菓子「かりんとう」を拡販

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 「さくさくかりんとう」(1パック・70g) = 210円(税込み)

大分県豊後大野市のホープ工業(電話0974-22-7385)は、地元の農産物を素材にした菓子「かりんとう」の販路開拓を目的に出展。

事務用の椅子の下請メーカーとして1989年に創業した同社は、2008年に菓子メーカーに業種転換。地元の農家から小麦粉とさつまいもを直接仕入れ、添加物を一切使わず、手作りにこだわった「かりんとう」を製造・販売。

2008年度に「大分県ワンコインふるさと商品」に入賞。県から販路開拓の支援を受けている。菓子問屋経由で販売する。

展示会には大分県のゾーンに出展した。

ゴマ豆腐のPRを兼ねて東京市場を開拓

出 展 目 的 : PRと東京市場の開拓

代表商品の価格:「丹波産 黒豆胡麻豆腐」(1パック・560g) = 1,200円(税別)

兵庫県三田市の日之本食産 (<http://www.matutake.com>) は、ゴマ豆腐のPRと東京市場の開拓を目的に出展。

丹波松茸の卸問屋として1985年に創業。ゴマ豆腐を商品化したのは13年前のこと。今では同社の事業の柱に成長したものの、商品の認知度はまだ低いという。

同社にとって長年の夢だったFOODEXに初めて出展してPRするとともに、高級スーパーマーケットや百貨店の販路を開拓する。最近は海外からの引き合いも舞い込んでおり、年内に台湾、韓国にゴマ豆腐を輸出する予定という。

2010年2月に農商工連携事業の認定を受ける。丹波と三田産の栗で未利用の小粒の栗や、渋皮を原料にした地域ブランド商品の開発が事業目的。来年から新商品を発売する計画。



地元産のピーナツ菓子の販路を拡大

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「ピーナツ最中」(5個入り) = 750円(税込み)

千葉県船橋市の八街ピーナツ(電話047-463-8060)は、千葉産の落花生とピーナツ最中など新商品の菓子の販路開拓を目的に出展。

千葉産の落花生は1951年に新品種として誕生。同社も1953年に落花生の製造・販売会社として創業。落花生は地元農家と契約栽培し、県内の7つの直営店でピーナツ、落花生しるこ、ピーナツ黒糖などの菓子を販売する。

2009年秋に新商品のピーナツ最中、落花生パイ、落花生羊羹の3品を商品化。直営店のほか、食品問屋を通じてスーパーマーケットや小売店に卸す。販路を広げることが課題で、展示会は今後も積極的に活用するという。

津久見みかんの復活目指して加工品発売

出 展 目 的 : 試作品のテスト出展

代表商品の価格:「かぼすドレッシング」(瓶・220cc) = 1,000円(税別)

大分県津久見市のつく実や (<http://www.tsukumiya.com>) は、みかんを素材にしたドレッシングなどの試作品をテスト出展。

同社は「津久見のみかんの歴史を復活したい」と、地場企業10社が共同出資して2008年9月に設立。津久見市には樹齢850年という「尾崎小みかんの元祖木」と呼ばれているみかんの木があるほどのみかんの産地。しかし、出荷量・生産者のいずれも激減し、急速に過疎化が進んでいるという。

2009年6月に農商工連携事業の認定を受け、ドレッシング、マーマレードの試作品を完成、3年後の本格販売に向けテスト販売した。

高級ギフト商品として販売する計画で、ホテル、百貨店、レストランのバイヤーとの商談を求めている。



高野豆腐など和食の食材の販路を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 業務用のため未公表

京都市の大京食品 (<http://www.oage.co.jp>) は味付いなり、味付高野豆腐など巻き寿司用と惣菜用の食材の販路開拓を目的に出展。

同社は京都の染物会社だったが、20年前に食品メーカーに業種転換した。和食の食材と加工食品が主力事業。例えば、巻き寿司用芯や惣菜に使う味付高野豆腐、味付かんぴょうや惣菜用の椎茸スライス、いなり寿司などがある。

日本食ブームを反映して米国、オーストラリア向け輸出が全売り上げの約20%を占めるという。関西地域を販売市場としてきたが、今後は関東・東北地域に販路を広げていく。