



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 30 日発行

展示会・見本市レポート第 80 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 28 回 健康博覧会 2010

会 期	2010年3月17日(水)～19日(金)
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、日本貿易振興機構
協 賛	日本栄養士会、日本健康・栄養食品協会、日本健康スポーツ連盟、日本ウエルネス協会、日本ホームヘルス機器協会、シルバーサービス振興会、日本通信販売協会、日本生活習慣病予防協会、日本食品分析センター 等
事 務 局	http://www.this.ne.jp
出展者数	551社
小 間 数	720小間
小 間 料	(3m×3m)350,000円(税別)
募集期間	2009年3月中旬～2009年11月末
来場者数	45,530名
出展分野	健康・化粧品原料、サプリメント、健康食品、特定保健用食品、メタボリック対応食品、自然食品、オーガニック食品、エコ商材、健康機器、アロマ、水素関連商材、アパレル 等
来場者の職業	健康食品、加工食品、自然食品、衣料、介護・福祉、化粧品、環境関連、商社、薬局、自治体関係者 等
次回開催予定	2011年3月16日(水)～18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

時流商流

幅広い分野を網羅した健康産業の総合展

健康博覧会は、健康と美容に対する関心の高まりを反映して、年々盛り上がりを見せている。健康産業が進化し、新規参入が増えていることを物語っている。

健康産業は新規参入とともに、次々に新商品が生まれるなど移り変わりの激しい産業であることも特徴だ。裏返せば、それだけ活気に満ちた産業であることを意味している。

また、展示会の出展分野をみても、健康食品、サプリメント、オーガニック、健康機器、美容商品、エコ商材など、幅広い分野を網羅している。この対象分野の広さが活気ある展示会となったプラス要因になっている。

展示会への出展を計画している企業にとっても、同展の印象として出展のしやすさを感じるようだ。



出展者にメリットある情報発信力

展示会への出展を判断するうえで、主催者の実績も重要な要素となる。

同展の主催者であるUBMメディアは、「健康産業新聞」をはじめ「食品と開発」、「ダイエット&ビューティー」、「健康産業速報」など、健康、美容、食品に関する専門誌を発行している。出展者にとっては情報発信の面で安定したサービスが受けられるメリットがある。

一方、展示会そのものは激しい競争の時代を迎えている。類似の展示会や競合する展示分野が既存の展示会の中にも生まれている。とくに食品関係やエコなどの分野は、出展者の争奪戦の様相をみせており、出展を計画している企業にとってもどの展示会を選ぶべきか、難しい判断を迫られそうだ。

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

黒豆の煮汁で作ったスイーツをPR

出 展 目 的 : PRと販路開拓

代表商品の価格:「京じゅれ」(1カップ・120g) = 200円(税込み)

京都府南丹市の農業組合法人グリーン日吉 (<http://www.kuromamemosato.jp>) は、黒豆の煮汁を使ったスイーツ「京じゅれ」のPRと販路を開拓。

丹波の特産品である黒豆の開発に意欲的に取り組む。商品化した加工食品は黒豆茶、トマトゼリーなど約30種類。2008年9月に地域資源活用事業の認定を受け、昨年末に「京じゅれ」を商品化した。

きっかけは黒豆の甘露煮を作る過程で出る煮汁が捨てられていたこと。京都ノートルダム女子大からスイーツの共同研究の申し出があり、共同開発に成功したことだ。2011年には柚子味の黒豆も売り出す予定という。

同法人は、南丹市商工会の会員。



「あん」のデザートなどの販路を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:ゼロカロリー水ようかん こし」(1カップ・90g) = 160円(税別)

東京・豊島区の遠藤製餡 (<http://www.azukicha.com>) は、全国のスーパーマーケットに餡(あん)のデザートなどの販路を開拓。

同社は1950年に創業し、製あんを事業化したパイオニアでもある。製あん・練あんの製造・販売のほか、惣菜、デザート、缶飲料なども製造・販売。

オーガニック商品の開発に力を入れ、「オーガニックENDO」のスローガンを掲げて、有機栽培の土づくりから始める徹底ぶり。あんの原料である小豆の50%は、北海道産を使用する。

「絹のふとん」の東京と東北市場を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「入金真綿ふとん」(1kg) = 200,000円(税別)

福島県伊達郡川俣町の福島寝具(電話024-565-3730)は、新商品の「入金真綿ふとん」の販路を開拓。

川俣町は「絹の町」として知られ、川俣絹の絹糸を素材として使う入金真綿は、400年の伝統がある。ふとんの素材としては最高級品といわれている。夏涼しく冬暖かいのが真綿の特徴という。1kgの真綿を作るのに約3,000個の繭(まゆ)が必要なほど、絹は貴重な織物でもある。

同社は養蚕から真綿加工まで、伝統的な製法ですべての作業を行う。展示会は、有力市場である東京と東北地域の販路を開拓するのが目的。



シニア世代向けのアパレル商品を提案

出 展 目 的 : 新商品の提案

代表商品の価格:「シニア世代の元気ウエア」= 10,000円~15,000円(税別)

愛媛県宇和島市のアパレル・ヨシダ(<http://www.cutandsewn.net>)は、介護を受けているシニア世代がオシャレと機能性を楽しめるアパレル商品を提案。

同社の松本たけみ社長が家族の介護という現実に向き合い、「シニア世代がリハビリ中でもあっても、オシャレ心に応えよう」と、介護を受けているシニア世代向けアパレル商品を思いついたのがきっかけ。買い物やウォーキングが楽しくできるように、衣服の色とデザインにこだわり、シャツやスカート、スラックスを商品化した。

同社は、アパレルメーカーの試作品やOEM(相手先ブランド)製作を中心とする縫製メーカー。えひめ産業振興財団のライフサポート事業の介護を受けているシニア世代用の「パジャマの研究会」に参加し、パジャマの商品化を準備中。

どのようにして販売したらよいのか、展示会でヒントを得るのが目的。