



第1回「国産食材 ビジネスマッチングセミナー&商談会」を開催

国産農林水産物の消費拡大を推進するフード・アクション・ニッポン推進本部事務局は、国産食材に関わる生産者やメーカーとバイヤーとのビジネスチャンスの拡大と、推進パートナー同士の連携促進を目的とした「国産食材 ビジネスマッチングセミナー&商談会」を、7月27日（月）、東京交通会館内の銀座ファーマーズラボ（東京都千代田区有楽町）にて開催いたしました。昨年、小規模で開催した商談会が好評だったことを受け、今年は規模を拡大して日本各地から24社のサプライヤーと、百貨店・スーパーマーケット・メーカー等10社のバイヤー、合計60名が参加して行われました。第1部では、ビジネスマッチングのヒントとなるトークセッションを、第2部では、サプライヤーとバイヤーとの商談会を実施しました。



<第1部> ナチュラルローソン商品部長 稲葉潤一氏によるトークセッション テーマ：商品の付加価値とお客様提供価値を考える

～小売りの最前線から見えてくる“お客様に支持される商品”とは～

第1部のトークセッションでは、ナチュラルローソン商品部長である稲葉潤一氏がスピーカーとして登壇しました。稲葉氏は、ナチュラルローソンでの具体例を挙げながら、①販売好調商品の紹介 ②お客様を知るといことは？ ③今後こうなりたいの3点をポイントに、小売りの最前線から見えてくる“お客様に支持される商品”のレクチャーを行ないました。

ポイント① 販売好調商品の紹介

“販売好調商品”とは“支持される商品”のことです。ナチュラルローソンの場合は、「毎日だから大切に。女性を中心に“美しく健康で快適な”ライフスタイルを身近でサポートするお店」である同社のブランドコンセプト「健康、美、上質感」に則った商品選びを行なっています。ターゲットとする客層は、働いている20～40代女性。「特に40代女性はバリバリ働き、貯金も多く、店頭で値札を見ずに購入する。まずはこのように定義することが大事」と稲葉氏。例として、20代前半の若い女性のブログによる口コミや、タレントがTVで紹介してブレイクしたポテトチップスを紹介されました。さらに、高知県産のソウダガツオの節が入った容器の中に自宅の醤油を入れて2週間寝かせるだけでおいしい醤油ができる商品や、ラベルが読めないため商品がよくわからないけれど、カワイくてオシャレだから売れているという、素材感のあるスムージーを例として紹介されました。

ポイント② お客様を知るといことは？

“お客様を知るといことは？”は、“誰に買ってもらうかをイメージしていますか？”ということ。稲葉氏は、自らが行った人気店やライバル店での丹念な市場調査の例を挙げ、「人がわかれば、商品、価格、流通、告知（PR）が見えてきます。楽しくなければ商品は売れません」。



ゲストスピーカー/稲葉潤一氏
株式会社ローソン 商品本部
ナチュラルローソン商品部長



コーディネーター/鳥巢研二氏
株式会社キースタッフ
代表取締役社長

ポイント③ 今後こうなりたい

“今後こうなりたい”では小売りの最前線の例として6次産業化の流れに触れ、「絶対逃してはならない客層と、できれば来てほしい客層を考えます。この客に売りたいと思えば、客の顔の見える商品はどのようなものか、分かってきます」。また、NB商品、PB商品、よりオリジナリティを打ち出せる留型商品についても取り上げました。

参加者は、マーチャンドライザー（商品政策担当者）としてナチュラルローソンの全ての商品をマネジメントする稲葉氏のスピーチに熱心に聴き入り、活発に質問も飛び交う、内容の詰まったセミナーとなりました。

<第2部> サプライヤー各社と各業界バイヤーとの個別商談会

第2部では、サプライヤー24社とバイヤーとの個別の商談会が行なわれました。北は青森県から南は鹿児島県まで、24社のサプライヤーのうち、半数以上が初参加でした。飲料だけでも、日本茶、ウーロン茶、野菜ジュース、スムージー、乳製品、麴製品等 多彩なラインナップで、野菜や米などの農産物や加工品、ミックス粉、スイーツ、魚介類の加工品等々、多岐にわたるカテゴリの商品が紹介されました。

バイヤー10社はサプライヤー全社と商談を行ない、短い時間の中でしたが、各社自慢の国産食材や商品の試食や試飲を交えながら、濃密な商談と意見交換が行なわれ、双方にとって手ごたえのある商談会になりました。



なお、フード・アクション・ニッポン推進本部事務局では、今年の秋にも第2回となる「ビジネスマッチングセミナー&商談会」の開催を予定しています。

「国産食材 ビジネスマッチングセミナー&商談会」について、さらに詳しくはこちら

⇒ syokuryo.jp/fan/fan-activity-log/2015/08/business-matching-vol1-150818.html

出展したサプライヤーの声（一部抜粋、順不同）



株式会社あすか米菜豆 / 奈良県明日香村

明日香村の旬の野菜や果物を、無添加、無着色で製造したドレッシング、ピクルス、ディップ、おかゆやリゾットは、味わいだけでなく、洗練されたパッケージデザインも人気。

「無添加なので、賞味期限が短くなっていますが、おいさと安心、安全にこだわっています。旬の食材を使うので季節ごとに商品が変わりますが、それも楽しんでいただけたら」



飯綱町商工会（株式会社サンクゼール・有限会社明月堂） / 長野県飯綱町

珍しいイギリス原産のリンゴ品種ブラムリーなど、季節に応じて20種をコンポートにし、クレープ菓子「イーブロン」とアイスにしても楽しめる「いいづなバーガー」に使用。

「ブラムリーは酸味が強い品種で、イギリスではアップルパイなどに使われます。スティック状のクレープは食べ歩きにも最適です。自然環境豊かな飯綱町を散歩しながら、飯綱町のリンゴのお菓子を食べてほしい」



石田缶詰株式会社 / 静岡県焼津市

国産野菜とオーストラリア産牛肉を独自のブイヨンスープで煮込み、カレーの具としてだけでなく、他の料理にも応用可能なレトルトパックを生産。包丁不要で、生ごみも出ない。「自宅のカレールウを加えるだけでカレーが作れます。手抜き感を感じさせないので、働く女性に喜ばれています。子どもや男性でも簡単に作れ、キャンプでも重宝します」



株式会社いちまる / 静岡県焼津市

自社船で漁獲し水揚げされたカツオに、野菜や豆、香辛料などを加え、マリネした洋風缶詰「缶ティパスト」を製造。開けてそのまま食べられ、20~30代の忙しい女性に最適。「洋風の味付けはワインにもピッタリ。爽やかな酸味とたっぷり入った野菜でサラダや冷製パスタにもアレンジできます。'ワイン売り場やサラダ売り場でのご提案もお勧めです」



川島農園 / 神奈川県三浦市

マグロで有名な三崎港のマグロを加工する際に排出される残渣を堆肥化したマグロ肥料を使った新しい循環型農業を行ない、販売する人が欲しがる野菜の栽培に取り組んでいます。「マグロ肥料を使ったら、よく育ち、おいしい野菜ができました。三浦はスイカが有名ですが、タネや皮が困るという人に向け、スイカジュースの加工品も開発しました」



株式会社山燕庵 / 石川県羽咋郡・福島県鮫川村

2008年に福島に設立された農業生産法人ですが、東日本大震災の風評被害を避け、現在は主に石川を拠点に運営。玄米と米糶のみで作った玄米甘酒「玄米がユメヲミタ」が人気。「玄米は、米粒まで発酵させるのが難しいので、特別な味噌蔵で発酵させています。農業に頼らずに育てた玄米なのでエグミが少なく、なめらかで、妊婦さんにもお勧めです」



せたがやファーム / 東京都世田谷区

健康意識の高い女性や本物志向の人に、国産米粉100%で作る「せたがや純米ラスク」を始めとしたスイーツを製造、販売。洗練されたデザインのギフトボックスは、東京土産にも。「純米ラスクはしっかりした噛みごたえ、食べごたえがあり、古代米やゴマ、生姜なども混ぜ込んでいます。冷えに悩む若い女性向けをターゲットにした葛湯も開発しました」



出羽商工会 (株式会社出羽の四季) / 山形県鶴岡市

地場産業に付加価値を創造し、販路を開拓するために、商工会で立ち上げた株式会社で、地元野菜や山菜、「ガサエビ」からドレッシング、マリネ、スープなどを生産。

「メインターゲットは、20代から40代の働く女性。無添加で素材を生かしているため、ひと手間加えてアレンジすることで、自分が作った感の一品料理にもなります」



ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社 / 東京都渋谷区

日本の茶葉で烏龍茶を作りたい、という想いで作り上げた日本品質の烏龍茶。静岡県産と鹿児島県屋久島産の茶葉を使用し、味わいと品質が幅広く支持され、予想を上回るヒット商品に。「日本人好みの香りとコクがあり、かつ苦みが少ない味を実現するために、細部までこだわり、開発から販売まで2年かかりました。お客様に受け入れられ、嬉しい限りです」



有限会社まごころ農場 / 青森県弘前市

7色のカラフルなミニトマトを使ったジュース、ドレッシングソース、ゼリー、ジャム、ピクルス等を製造。ギフトセットは百貨店のお中元やお歳暮等の催事、ネット販売でも人気。「自社農場で栽培しているトマトは種類が多く、季節によって、収穫できる品種が異なります。ジュースやピューレはトマト100%。カワイイパッケージが女性を中心に人気です」



丸七製茶株式会社 / 静岡県藤枝市

静岡の製茶メーカーとして煎茶や抹茶を販売。飲料メーカーや食品メーカーに素材提供を行う一方、小売店・喫茶店・ホテルへの卸、ハラル認証抹茶の輸出も行なっています。「茶葉を丸ごと摂取できる抹茶製品が人気です。農林水産大臣賞受賞の「静岡抹茶」はそのままの飲用は勿論、抹茶オーレ、ケーキ、アイスや料理にも利用できます」



有限会社マルトモ食品 / 栃木県栃木市

米農家が自家栽培の拘りの米で作る弁当屋。高級食材が少ない栃木県の知名度アップを目指し、栃木ならではの食材「鮎やシオマス」などを使用。「焼き鮎の押し寿司は、川魚が苦手な方でも美味しく召し上がって頂けるように飯の味や小骨抜きをしっかりと行いました。道の駅、都内の百貨店催事でも好評です」



有限会社森田屋米店 / 東京都杉並区

荻窪で90年続く老舗の米屋。米穀の販売だけでなく、田植えや稲刈り体験ツアーから発展したサツマイモの植え付け&芋掘りツアー等も企画し、日本の農業を消費者に伝えている。「1回炊くのになちょうどいい量に小分けし、東京を意識したデザインでパッケージ化したお米はギフトで喜ばれています。カレーや五目御飯の素と組み合わせたパックも催事で人気です」



山藤農園 / 岩手県盛岡市

岩手のお米をアピールしたいと、昨年より低アミロースの新品種米「きらほ」を生産。星やハート形のきゅうりの開発、地元の在来種の黒豆の復活にも取り組む。「生産量が減っている貴重な黒豆の雁喰い豆を生産し、加工業者に原料供給しています。星やハート型のきゅうりは子供や女性に人気で、地元レストラン等に卸しています」

「フード・アクション・ニッポン発」のマッチング事例が、続々誕生しています！

フード・アクション・ニッポン推進本部事務局では「販売の場を探している」「〇〇な国産食材を扱うメーカーを紹介してほしい」等、推進パートナーから日常的に寄せられるニーズにあわせてマッチングを行っています。国産食材や食品をとりまくビジネスのハブ機能としての「フード・アクション・ニッポン」にも、ご注目ください！

宮崎県 地域食材活用商品『百白粧』が、 ナチュラルローソン全店で期間限定販売されました。

有限会社白水舎乳業（宮崎県）は商談会「フード・アクション・ニッポン カイゼン会議」（2015年2月開催）にて、宮崎県地域食材を活用した商品をPR。その商品『百白粧』が株式会社ローソンのコンセプトと合致し、全国のナチュラルローソンで期間限定販売されることとなりました。

〔テスト販売期間〕 2015年5月26日(火)～5月31日(日)

●有限会社白水舎乳業の牛乳甘酒『百白粧』
栄養バランスの良い牛乳成分を、粧の酵素力でアミノ酸レベルに発酵分解し、消化吸収されやすくなっています。遊離アミノ酸も牛乳の約100倍含まれており、無添加で自然な甘みの新しい機能性乳飲料です。



「フード・アクション・ニッポン カイゼン会議」のレポートもご覧ください！
syokuryo.jp/fan/fan-activity-log/2015/03/fan-conference-2-150317.html

参議院議員会館で『ごはんのおともフェア』が開催されました。

「ブランド米とお米にあう商品を紹介してほしい」株式会社東急コミュニティーより、フード・アクション・ニッポン推進本部事務局に寄せられた依頼をきっかけに、推進パートナー5社の商品をはじめ、25種類のお米とお米にあう商品を味わえる、国産米のPRイベント『ごはんのおともフェア』が実現しました。

500円のワンコイン定食に加えて、ビュッフェ形式で炊きたてのブランド米と、お米と相性ピッタリの食品が提供されました。

〔開催期間〕 2015年5月12日(水)～5月14日(金)

主催：株式会社東急コミュニティー ※「参議院議員会館 食堂」運営

- 福島県天栄村産業振興課『天栄米』
- 奥出雲仁多米株式会社『奥出雲仁多米』
- 株式会社小原工業『ちょいちょい味噌』
- 寿製菓株式会社『かこのオリーブオイル漬け』
- ヤマキ株式会社『鯉節屋のちょっと贅沢なおかか』



「フード・アクション・ニッポン」について詳しくはこちら ⇒ <http://syokuryo.jp/>