

アジア最大の食品展示会「Foodex JAPAN2026」の出展サポートを行う



株式会社クリエイティブ・ワイズ 代表取締役 三宅曜子

今年の3月11日から14日まで東京ビッグサイトで開催されたアジア最大、約3000社が集結する食品・飲料展示会「FOODEX JAPAN2025」で北海道十勝の食材を使ったスイーツを提案サポートする！

■『FOODEX JAPAN』とは

「FOODEX JAPAN/国際食品・飲料展」は、アジア最大級の食品・飲料展示会。1976年より毎年開催していて、今年で50回目を迎え、出展者・来場者双方のビジネス拡大に絶好の場として、毎回関係各位から高い評価を得ている。

“食”にかかわる最新情報の提供と、サービスの提供を通じて、食品業界の一層の発展をテーマに開催された。

私がサポートする北海道十勝更別村ブースは東館5エリアにあり、向かいには韓国ブース、後方には台湾、ベトナム、タイ、メキシコ、アメリカ合衆国、オーストラリア、カナダ、ブラジルブースになっている。

会場には一般客は入れず、入場料は10,000円、西館、新たにできた南館にも多くのブースがあり、イタリア、フランスブースには、昨今のワインブームもあり、ワインだけの商品を提案するブースも多くあった。

コロナ時は渡航禁止や海外からの商品があまり入らない時期もあったが、今はこれまで多かった中国ブースがほとんどなく、代わりにアセアン地域のブースが多くなっている。

私は依頼された北海道十勝の更別村の素材を使ったスイーツを提案するためのサポートを、前日のブースディスプレイから行った。

■サポート商品の状況

私がサポートする更別村は、北海道の中でも富裕層が非常に多い地域で、農業が中心であるが、1農家の作付け面積が非常に大きく、米より豆類、中でも小豆、金時豆、手亡豆

(白あんの材料)、それに強力粉が北海道の中で最も多く栽培されるため、これらを使ったスイーツの商品開発から依頼されて12月からレシピとテスト商品づくりから行った。

一般的には強力粉はパンには使われるがあまりスイーツには使われない。また、依頼されたのがその強力粉をベースに3種類の豆を層にして、その上に北海道のチーズやチョコレート、地域が違う抹茶をトッピングしてほしいというものだった。

私と大阪の元辻ウエルネスの校長で、今は一般ユーザーに調理を指導している梅田先生との2か所で商品開発を行った。

難しいのが、層になった中に3種類の豆が見えるようにすることで、豆を煮こむときに、一般の砂糖を使わず、北海道の甜菜糖を使い、無添加、保存料も使わず、豆の形をきれいに残すようにすることだ。どうしても豆を柔らかく煮込むと形が崩れるが、工夫して形がきれいに残るようにし、ラム酒やブランデーのアルコールを飛ばしたもので香りを付けて、洋風にするこゝろを行った。

やっと完成して地元のパティシエに教えて焦げ目が付かないようにした焼き菓子にして、長さ5cm、巾2.5cm、高さ3センチの少し甘みを抑えて豆の味を出したスイーツが出来上がった。

商品化するには6か月程度の保存テストをして、保健所にもテストをしてもらい、持ちや味の変化がないものにする必要があるため、時期的にぎりぎりに完成したため、この展示会では出来上がった4種類のスイーツを試食してもらい、アンケートを書いてもらってバイヤー等の意見を聞くことにした。

このようにして売れる商品開発を行っていくのだ。

ハードルは何層にも行ったうえで初めて商品が生まれていく。

とても大変な作業なのだ。

商品開発は重いだけではなかなか売れるものではない。何度も何度も修正しながらステップアップして納得がいく商品に仕上がるのだ。

■ フードックスでの紹介内容

この展示商談会は4日間あるが、その中で日本のバイヤーだけでなく、海外ブースからもたくさんバイヤーなどが我々のブースに来てくれて、小さめにカットしたチーズ、チョコレート、ブラックとホワイトのチョコレートをマーブル上にしたもの、抹茶の4種類を試食してもらい、アンケートに記載してもらった。

海外からのバイヤーや輸入業者も多く訪れ、500枚用意したアンケートはほぼ3日間ですべて記載してもらった状況になった。

やはり大きなポイントは科学的なものは全く入れない無添加で、保存料も全く使っていないこと、また甜菜糖を使っているため、甘すぎないこと、ブリックスが低いいため、出荷

は急速冷凍がベストではないかと思われるが、ほとんどの試食者は冷凍対応に対し、全く抵抗はなかった。むしろ、日本の菓子類はほとんどが添加物や保存剤が入っているが、それが無いことが非常に良いと言われるバイヤーが多かった。

価格を聞かれ、すぐにも契約したいと言われるバイヤーも多く、まだテスト期間が足りないため、それがわかってから連絡することにしたが、アンケートを見ると、圧倒的に多かったのが『甘すぎないのが良い』や『ナチュラルなイメージ』を持たれているのが多いことだ。特に最近はこの要素がとても需要になってきており、商品開発から行った私にとって、思った通りの内容になったのが良かった。

■他のブースで気になったこと

ビッグサイトで以前はなかった南館に行ってみた。そこでは、ワインや洋酒類、また日本酒なども展開していたが、日にちによってワインソムリエの田崎信也氏のワインレクチャーやセミナーも行われるが、残念ながらそれを見ることはできなかった。

しかし、ワインやチーズなど、ヨーロッパの商品を提案するブースが多く、ワインも今まで日本に入ってきていない新たなものが様々あり、試飲させてもらった。

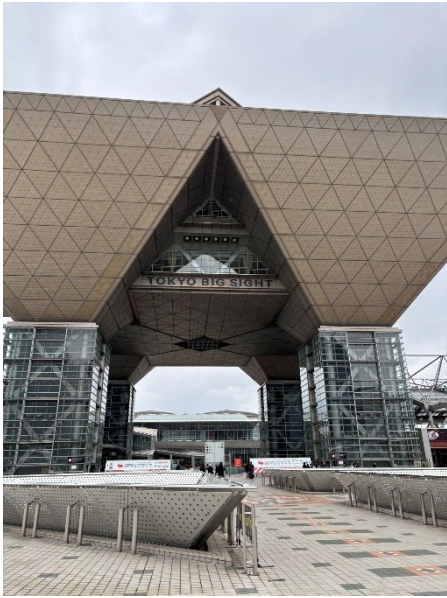
私はアルコール類の中ではワインが最も好きでワインセラーもコンパクトなものを2台置いているぐらいであるが、これから日本に入ってくるものが多くなることはとてもうれしいものだ。

■フーデックスで良かったこと

フーデックスは一般客が入れないため、3000社あるどのブースも比較的しっかりと見ることができ、我々のブースも時間的にゆっくりと説明できるのが良かった。

これまで『グルメ&ダイニングショー』はずっと様々なエリアのブースをサポートしてきたが、一般客も入れるものが多く、バイヤーに対して時間をかけて説明できなかったことや、特に今回ブースとしてほとんどなかった隣国ブースから真似をされることもあったが、それが無かったことはとても良かったと思う。

これからも展示会のサポートを行うことはあると思うが、やはりゆっくり説明できる環境を作ることが必要だと痛感した。



ビッグサイト入口正面



ビッグサイト表展示会パネル



ビッグサイト入口正面



フーデックスタイトルパネル



更別村ブースの紹介パネル



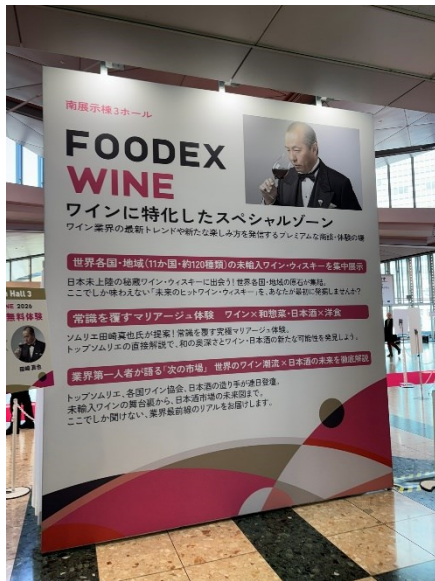
北海道十勝更別村ブース



北海道十勝更別村ブース-2



更別村ブース向かいの韓国ブース



ワイン提案ブース紹介

マーケティングコンサルタントとして、中小企業支援及び指導、商業活性化事業、まちづくり事業等、顧客のニーズを的確に捉えた市場開発とアプローチ手法等、幅広い分野におけるマーケティング全般のアドバイスを全国各地で手掛ける。また、平成19年度より地域資源活用事業の政策審議委員、国会での参考人をはじめ、全国で地域資源を活用した事業推進、農商工連携事業、JAPANブランドプロデューサーなど幅広く活躍中。

- 経済産業省地域中小企業サポーター
- 同、伝統的産業工芸品産地プロデューサー
- 広島市産業振興センター経営支援アドバイザー
- 内閣官房 地域活性化伝道師
- 同、クールジャパン地域プロデューサー
- 広島グッドデザイン賞、石川県、富山県 他ブランド審査委員 他