

地方創生「食の魅力」発見商談会を開催 地銀サポートで活発

その他 展示会 2017.07.10 11556号 03面



それぞれの法被姿で臨んだ開会式



個別商談中で取引先担当不在のブースは行員がサポート

全国30行の第二地方銀行加盟行とリッキービジネスソリューションが6月28日、TRC東京流通センター第一展示場で「地方創生『食の魅力』発見商談会2017」を開催した。7回目となった同商談会は出展社数243社、来場者数2572人と過去最大規模。出展社とバイヤー130人による個別商談会では過去最多の433商談が生まれ成約率向上に大きく寄与した。会場は熱心に商品を探す百貨店やスーパー、外食、ホテル、通販などのバイヤーに取引先企業の商品を強力にアピールする銀行員らで終日にぎわった。

吉永國光東和銀行頭取は開会式の主催者あいさつで「2011年の第1回は23行77社、参加バイヤー520人。ところが昨年実績で出展者数は3倍、来場者数が4倍、商談成立数が5倍と大きな成果を生み出す商談会に育った」と振り返った。

来賓の柴田聡金融庁監督局銀行第二課長は「地域に根差した銀行が地元企業を支援し地域経済の活性化につながることは喜ばしい。一層支援を強化していただきたい」とエールを送った。今野正義日本食糧新聞社会長CEOは「地域代表の企業と支援する地方銀行、地域色豊かな食材を求めるバイヤーが三本の矢となる画期的な取り組み。未来を切り開く明るい成功事例の多い商談会にさらに成長を」と祝辞を贈った。

会場には初回から連続出展し、知名度を上げてきた企業と初出展企業243社が並んだ。濃厚な味のだしやぽん酢も数多く商品化されており、だしトレンドは健在だ。定番商品に話題の「スーパーフード」を組み合わせた新商品、包装材やデザイン性で目を奪う商品が陳列されたブースや牛・豚・鶏のブランド肉の餌へのこだわりバイヤーも注目。オーガニック農産物とその加工品は安全性と健康志向、オリンピック開催をにらんだ二つの方向から商談数が急増しているという話も出展社から聞かれた。

真誠は高齢者の嚥下(えんげ)問題の解消につながる「とろけるきなこ」を紹介。新商品では、野田ハニー食品工業が国内製造初のトルコ産「有機ざくろジュース100%」を出品。HARADA SHOTENも信州産ジビエ(鹿肉)の入ったグラノーラと山椒と鹿肉を顆粒(かりゅう)状にした「鹿塩」でジビエの可能性を訴求した。若翔はマスクング力(力)で新しいおいしさの「パクチー&レモン味の蒟蒻グミ」をアピールした。

食と連動した「都道府県スペース」での観光PR、バイヤー対象企画では、抽選で10組20人に豪華ペアお食事券が提供された。

(山田由紀子)