

外食産業のあらゆる商材・サービスが集結する商談展示会

外食 FOOD TABLE 2017

会期：2017年2月15日(水)・16日(木)・17日(金) 会場：幕張メッセ

FOOD TABLE in JAPAN 2017主催者コンソーシアムは、2017年2月15日(水)、16日(木)、17日(金)の3日間、幕張メッセ 全館において、食に纏わる4つの商談展示会を合同で開催する。

「FOOD TABLE in JAPAN 2017」は、“食”に関する最新の情報・商材・サービスが一堂に集結する国内最大の商談展示会で、前回は90,518名の来場者を集め開催した。

「外食 FOOD TABLE 2017」とは？

「外食 FOOD TABLE 2017」(主催:外食 FOOD TABLE実行委員会)は外食業界に向けた展示会というだけでなく、「食の外部化」に対応する小売・中食関連のバイヤー・購買担当者に向けて、小売店のイートインコーナー、中食・弁当惣菜店などに向けたメニュー、設備提案など、業務用商品の販売促進、販路拡大、新規参入の促進を目的に新たな需要に対応すべく開催する。2回目の開催を迎え、業界、メディアから多くの注目を集めている。

外食 FOOD TABLE 実行委員会とは？

当実行委員会は外食産業の活性化を目的に、「ラーメン産業展」、「居酒屋産業展」など外食業界における専門展示商談会「外食ビジネスウィーク」を東京、関西、九州で合計20回以上に渡り、開催している。

既に外食業界のバイヤーからは「年に一度の仕入れの場」として、また出展社からは「新商品発表」、「新規顧客開拓」、「販路拡大」の場として、多くの期待と注目を集め、確固たる地位を築いている。

「外食 FOOD TABLE 2017」の特徴

◆「食」産業の新たなトレンドやビジネスモデル創出の場

外食業界のバイヤー以外にも小売、中食など、「食」業界に関わる経営者やバイヤーが来場する。

外食・小売・中食それぞれの垣根がますます低くなり、小売・中食業態の「食の外部化」が活発化している。コンビニやスーパーマーケット・中食の店舗が、イートインコーナーの増設や外食事業への新規参入などの動きがあり、業界の垣根を超えた「外食+αの領域」、「新・外食領域」が誕生している。その「食の外部化」をより一層促進する需要創造・情報発信の場となっている。

◆「食」業界全体への新規顧客開拓、販路拡大の場

同時開催展として、「スーパーマーケット・トレードショー」、「こだわり食品フェア」、「デリカテッセン・トレードショー」を開催するため、「食」に関わるあらゆる販路開拓が可能となる。

「食」業界全体への新規顧客開拓、販路拡大、PR、マーケティングを効率的に行うことができる場となる。

◆「食」業界における日本最大の展示会

4展を同時開催することで、外食・小売・中食を網羅した「食」業界に携わる方々の来場を見込んでいる。【前回実績 90, 518名／会期3日間】また、出展社数、出展小間数、来場者数とも日本最大の「食」の展示会として、幕張メッセ全館を利用し、大々的に開催する。

◆「食」業界の課題を解決する新企画を新設

●「食」のヘルシー&ナチュラルEXPO

働く女性の増加、シニア世代の健康志向の高まり、食の多様化が進む中で、消費者のニーズを満たすヘルシーメニュー開発、ヘルシー商材を提案できるエリア。「自然食品や飲料」、「ヘルシー調味料」、「スーパーフード」、「無添加、無農薬食品」などの商材を持つ企業が出展する。

●人材不足・省労力化対策EXPO

外食業界をはじめ、スーパー、コンビニエンスストアなどサービス業全体で「人材不足」は大きな課題。店舗経営者、現場責任者にしてみれば死活問題であり、それをどのように改善していくのか。「人材不足の解消」に関連する製品・サービスを纏めて専門エリア化し、その補填、対応に関わる製品・サービスを持つ企業が出展する。

●外食 アルコール・ソフトドリンクEXPO

飲食店において、高い利益率を誇るドリンク。提供までのオペレーションもシンプルで、廃棄ロスがフードよりも低いことから、売上高に占めるドリンクの比率を高めることが収益増に繋がる。本エリアでは、ビール・日本酒・ワイン・ウイスキー・リキュールなどアルコールや、日本茶・紅茶・ジュースなどのソフトドリンクを試飲することができ、飲食店向けに新たなメニュー提案が活発に行われる。

様々な要因が需要を後押しする外食業界の現状

外食業界は大きな転換期を迎えている。「TPP」、「原材料高騰」、「食の安心安全」、「人材不足」など課題もあるが、ポジティブな要素としては、世界的な「和食」・「ラーメン」ブームに加え、毎年増え続ける訪日外国人を取り込むインバウンド需要などがあり、昨年、1年間で訪日外国人客が日本国内で消費した金額は約3.5兆円で、「食」業界にも大変大きな追い風が吹いている。

また、「女性の社会進出」、「単身世帯の増加」、「高齢化の進行」、「生活スタイルの多様化」などを背景に、「食」への向き合い方が多様化し、「食」業界全体の市場構造が変化している。

情勢に合わせた外食産業の変化は目まぐるしいが、そこをチャンスと捉えて、異業種からの参入や業態転換なども積極的に行われている。

外食 FOOD TABLE 2017 開催概要

- 展示会名：外食 FOOD TABLE 2017
- 会期：2017年2月15日(水)・16日(木)・17日(金) 10:00~17:00(17日(金)は16:00まで)
- 会場：幕張メッセ
- 主催：外食 FOOD TABLE実行委員会
- 特別企画：「食」のヘルシー&ナチュラルEXPO、人材不足・省労力化対策EXPO、
外食 アルコール・ソフトドリンクEXPO
- 同時開催：第51回 スーパーマーケット・トレードショー2017、第12回 こだわり食品フェア2017
デリカテッセン・トレードショー2017

外食業界 キーワード別 注目商品 【一部抜粋】

【ヘルシー】 ～根強い「食の健康・安全」志向～

腸活によってできた豚肉「ノンメタポーク」

(株)サーマス／小間番号:1-511

「腸活」によって豚の発育や肉質を最適化する「理想の腸内フローラ」を実現して生産された、おいしくてヘルシーな豚肉です。さっぱりしているのにコクがあり、誰にでも好まれる豚肉に仕上がっています。

オーガニックもやし・スプラウト

(株)サラダコスモ／小間番号:1-515

2020年の東京オリンピックに向けて安全・安心な食材が注目。2016年1月2日農水省の有機JAS規格が改正されたことで、日本初のオーガニックもやし・スプラウトを商品化する事ができました。

金芽米

東洋ライス(株)／小間番号:1-419

従来の精米方法では糠と共に取り去られていた「亜糊粉層」を、独自の精米技術で残したお米。普通の白米と比べ
①美味しい②高栄養③カロリー約10%オフ④免疫力を高める「LPS」が約6倍と高付加価値を実現。

【訪日外国人】 ～2020年に向けて、インバウンド対策～

ハラルフーズ・サプリ

岐阜県ハラールチャレンジプロジェクト2017／小間番号:1-416

ハラール対応(ハラール認証取得企業含む)をメインにアレルギー、ベジタリアン、オーガニック対応にチャレンジする企業が出展し、各社の商品を紹介します。

カタカナ英語

(株)パトレスタ／小間番号:1-205

大手商社マンが30年の海外ビジネスで実際に使ってきた、日本人の発音で通じるカタカナ英語の教材。英語は話せないとあきらめていた方も、教える急増する外国人来店者への対応はこれで完璧です。

【地域色】 ～安心・安全な食材で、食を通じた地方創生～

大曲花火米(特別栽培米あきたこまち)

JA秋田おぼこ／小間番号:1-426

豊饒の地、仙北平野で育まれた特別栽培米あきたこまち「大曲花火米」。農薬は慣行の半分以下、肥料は植物有機で栽培。安全安心のためJGAP認証を取得した、食味重視のこだわり米です。

ジーマーミ豆腐

(株)しまとうふ／小間番号:1-413

ジーマーミとは沖縄の方言でピーナッツのこと。成分調整剤を一切使用していないので後味もスツキリ。上白糖は使用せず、天然の甘味料【麦芽糖】でほのかな甘みを実現しました。

九州ベーグル

(株)ルコラ／小間番号:1-316

熊本県のベーグル専門店が、卵やバターを一切使用せず、九州産小麦、奄美大島産の素焚糖、熊本県天草産の塩で作ったベーグル。全12種類とラインナップも豊富です。

【人材不足】 ～飲食店の悩みを解決する省労力化商材・サービス～

真空加熱調理(紅玉リンゴのコンポート)

デリカフーズ(株)／小間番号:1-404

真空加熱野菜はカットした野菜を袋に入れ、真空した後に加熱をした商品。味や食感はもちろん、栄養価も保つことができるのが特徴で、調味液等を加えることで、オリジナル商品の提供も可能です。

飲食店のサービス向上デバイス「noodoe」(株)エスキュービズム／小間番号:1-502

お客様が卓上のキューブを倒すだけで、「水」「次の料理」「お会計」など、お客様の「すみませーん！」をなくし、新しい注文体験を提供する「noodoe(ヌードー)」。スタッフの最適化、人件費削減も可能にします。

自動生パン粉付機『PB-3600FSA型』

マイコック産業(株)／小間番号:1-506

手付の感覚を再現した独自のプレス方式で、剣立ちよくボリュームのあるパン粉付け製品の生産に貢献。省スペースで高効率な生産を行い、生産性・省人化に役立ちます。

横回転式 自動フライヤー

(株)メカノ小間番号:1-406

ハネが回転することにより、誰でも簡単に揚げ物を作ることができます。得意な揚げ物は、天ぷらやかき揚げ。商品の品質安定や、厨房の省人化を助けます。

【飲料】 ～個性的なドリンクで消費者を惹きつける～

SANDARA WINE MOJITO

川商フーズ(株)ノ小間番号:1-224

スパークリングワインにモヒートテイストをプラスした日本初上陸商品。シトラスと青リンゴの香りと共に、新鮮なミントの香りが感じられ、甘さ、酸味、発泡感が口の中でバランスし、ミントの余韻が残ります。

聚楽第 純米大吟醸

佐々木酒造(株)ノ小間番号:1-321

京都市上京区の洛中に唯一残る酒蔵による、銘酒の条件「いい米、いい水、いい杜氏」が三位一体となった清酒の中の芸術品。山田錦を40%まで精白し、腕利きの杜氏や蔵人が低温でじっくり醸した、果実のような吟醸香と気品のある味わいが特徴です。

LEJAY FRUIT JAR

サントリースピリッツ(株)ノ小間番号:1-325

カシスリキュールでおなじみのフルーツリキュールブランド「LEJAY(ルジェ)」は、リスペクトフルーツという理念に基づき果実感たっぷりの全16種類。女性の集客に悩む飲食店向けに、大人気のフルーツジャーカクテルを提案します。

スティーブンスミステイメーカー

(株)リヴィジョンノ小間番号:1-219

世界中のスターバックスで展開された「TAZOティー」の創立者、スティーブン・スミス氏が、キャリア40年の集大成として立ち上げたスーパープレミアムティーブランド。紅茶専門家からも称賛されるクオリティーの商品です。

【新商品】 ～最新アイテムで他店との差別化を図る～

大人の贅沢「玉こんにゃく」

(株)サンテクノ「やまふぐ本舗」ノ小間番号:1-514

蒟蒻王国、群馬県で唯一、蒟蒻の「達人」の認定をもつ「佐々木信也」監修。熟練した職人しかできない「バタ練り製法」による歯ごたえ、味の染み込みが、今までの蒟蒻の観点を覆す一品です。

甘露しょうが煮

(株)平松食品／小間番号:1-312

国内産の生姜を原料に手間をかけ、辛みを抜いた後に炊き上げて味付け。甘めに炊いた生姜の中に適度な辛みが残っています。マーケットには類似品があまりなく、差別化が可能な商品です。

胡麻どうふ禅

(株)廣八堂／小間番号:1-217

本葛粉を使用し、練りたてのようなもちもち食感を実現した胡麻どうふを、使いやすいようにカットして冷凍。現場では解凍するだけで使用でき、美味しい胡麻どうふを手軽に提供できます。

国産大豆ヨーグルト「Soy Flora」

(株)ホリ乳業／小間番号::1-513

乳酸発酵食品としてこれまで製造・販売されなかった、国産大豆を丸ごと使用した「国産大豆のまるごとヨーグルト」を世界で初めて開発。合成添加物不使用、甘味がありながらヘルシーです。

甘酒

(株)ますやみそ／小間番号:1-528

ダイエット効果があると言われ、今話題の甘酒。この商品は良質な国産米のみで作られ、砂糖を一切使用しないので、米本来の自然の甘さが味わえます。