



平成25年2月4日
中部経済産業局

中部の「地域産業資源活用事業計画」

平成24年度第3回認定について

中部経済産業局では、平成19年6月に施行された、「中小企業地域資源活用促進法」に基づく「地域産業資源活用事業計画」について、中部地域における平成24年度第3回の認定として、本日、10件を認定しました。

1. 中部経済産業局では、平成19年度から、中小企業支援策の重要な柱の1つとして「中小企業地域資源活用プログラム」による支援を実施しております。
2. 本プログラムは、中小企業者が、産地の技術、農林水産品、観光資源といった地域の特徴ある産業資源を活用して、域外市場を狙った新商品、新サービスの開発・事業化を目指す取組を支援しており、この度、平成24年度第3回として10件の新たな計画を認定しました。
3. 中部経済産業局では、平成19年度に45件、平成20年度に47件、平成21年度に39件、平成22年度に21件、平成23年度に25件、平成24年度に12件の認定を行っております（今回の認定により、法施行後、当局認定件数は199件となります）。
4. 事業計画の認定を受けた事業者は、事業計画に基づく試作品開発や販路開拓に対する補助金、信用保証の特例、政府系金融機関の低利融資、専門家によるアドバイス等の各種支援施策を受けることが可能となります。

（お問い合わせ先）

中部経済産業局 産業部 経営支援課長 加藤

担 当：末吉

電 話：052-951-0521（直通）

平成24年度第3回 中小企業地域資源活用促進法に基づく地域産業資源事業計画の認定一覧

番号	事業者名	地域名	事業テーマ	事業概要	活用する地域資源
1	株式会社アイチ金属	愛知県 名古屋市	建具製造技術を活用した金属製建材部材商品の製造・販売事業	木製建具の手法として使われていた「組子」の技術等を応用したビードレス接合技術（溶接痕の盛り上がりが生じない接合技術）等を活用して金属製建材部材商品を生産・販売。さらに、オリジナルの擦り消しビスを使用することでビス留め痕を見えにくくするとともに、強度の確保も実現。オリジナルデザインにこだわりをもつ施主、設計事務所、工務店等への販路開拓を目指す。	 愛知の建具 (鋳工業品・技術)
2	進弘産業株式会社	愛知県 一宮市	尾州インテリア織物技術を活かした新機能ロールスクリーンの製造・販売事業	従来からの縫製加工で培ってきた技術のうち、レーザー加工による切り抜き技術と素材の張り合わせ技術(熱密着技術)の融合による高付加価値ロールスクリーン製品を生産・販売。多様な模様やブランドロゴ等を切り抜き、異種材料と張り合わせる事により、光の透過機能を有していることが特徴。店舗内の視認性確保による防犯効果や、従来にない窓面の演出・PR効果を期待する店舗関係者等への販路開拓を目指す。	 尾州インテリア織物 (鋳工業品・技術)
3	株式会社中外陶園	愛知県 瀬戸市	瀬戸焼の圧力鋳込み成形や接着技術を活用した小型薄物の陶製アクセサリーの製造・販売事業	瀬戸焼のノベルティ製造で培った鋳込み成形と接着技術を活かして小型で薄い陶器アクセサリーを生産・販売。デザインコンセプトに基づく上絵、下絵技法等により多様な製品ラインナップを有しているとともに、細かいレリーフを施した立体的な表現を実現していることが特徴。ギフト・アクセサリー市場に向けて、20代～50代の女性エンドユーザーをターゲットに百貨店やセレクトショップを通じた販路開拓を目指す。	 瀬戸焼 (鋳工業品・技術)
4	マル伊商店	愛知県 知多郡 南知多町	しらす、こうなご(小女子)の鮮度を活かし、食品添加物不使用の調味料を用いた「生炊き」佃煮商品の製造・販売事業	地元の漁港に水揚げされた“こうなご(小女子/いかなごの別名)”や“しらす(かたくちいわしの稚魚)”を直接煮釜に入れ味付けを行った佃煮商品を生産・販売。保存料・化学調味料不使用の調味料を用いながら、従来商品には無いふくらとした食感が特徴。自社通販の充実化に加え、首都圏の百貨店や専門店等を通じて40代～60代の食にこだわりをもつ女性層をターゲットとしながら販路開拓を目指す。	 しらす、こうなご(小女子) (農林水産品)
5	有限会社加藤化学工業所	岐阜県 多治見市	親水性・耐久性・光透過性の高い水性無機塗料「AQUANANO(アクアnano)コート」の製造・販売事業	陶磁器・タイル用の塗料として利用される釉薬の調整・合成技術を活用した親水性・撥水性などの機能を塗膜に付与することができる水性無機塗料を生産・販売。高い親水性により汚れが付着しにくい上、硬度が高まり傷にも強いことが特徴。さらに、光透過性(透明性)が高いために膜厚を厚くしても、保護体表面の色彩・デザインの表現が可能。陶磁器市場に加え、厨房機器市場・金属製食器市場等への販路開拓を目指す。	 美濃焼 (鋳工業品・技術)
6	有限会社内木木工所	岐阜県 中津川市	東濃の木工製品の「ハギ合わせ」技術を活用した木製新素材及びオリジナル家具・雑貨等の製造・販売事業	地元の東濃松と長良杉を素材とし、東濃の木工製品の産地技術である「ハギ合わせ工法」を応用した特殊工法により、木製新素材及びそれを用いたオリジナル家具を生産・販売。東濃松や長良杉をNCルーターで波型に切削し貼り合わせる事によって、素材の柔らかさと温かさを維持しつつ、反りやねじれを大きく抑えた事が特徴。30～40代の女性をターゲットにインテリア・雑貨店、百貨店等への販路開拓を目指す。	 東濃の木工製品 (鋳工業品・技術)

7	株式会社マルゴ松村商店	三重県尾鷲市	尾鷲の養殖まだい、ブリの中落ちを活用した「骨までまるごと」手ほぐし商品シリーズの製造・販売事業	従来は加工商品への利用がほとんどなかった当地の養殖まだい、ブリのアラの中で特に旨み成分が凝縮した「中落ち」と呼ばれる中骨際の中身を素材とした「ほぐし身商品」を製造・販売。中落ちの部位を用いるため、味・風味が格別に良い上、骨まで食べられるように加工を施すことで、骨・身肉両方の栄養成分を同時に吸収できることが特徴。大手量販店等の小売店としながら、さらギフト市場、業務用市場への販路開拓を目指す。		養殖まだい・ぶり (農林水産品)
8	株式会社ミヤモリ	富山県小矢部市	難燃、耐油、耐磨耗素材を使用した「ロボットウェア」の製造・販売事業	ニット製品の製造で培われた縫製技術やパターン化ノウハウを活用した産業用ロボットウェアを製造・販売。防水・防汚及び難燃性が優れていることが特徴。さらに、ロボットの種類や動きにあった形状・伸縮性を兼ね備えていることが強み。「ロボットウェア」の認知度向上を図りながら、自社直売に加え、卸業者や産業機械レンタル業者を通じた販路開拓を目指す。		ニット製品 (鉱工業品・技術)
9	池田商店	石川県金沢市	金沢伝統の発酵技術を活用した新たな魚の糠漬け商品の製造・販売事業	金沢伝統の発酵技術を活かして、低塩分で塩辛くなく熟成したまろやかな味わいを有した魚の糠漬け商品「金沢こんかこんか」を製造・販売。低塩分であっても保存性に優れ、他社の類似商品よりも賞味期限が長いことが特徴。地元の百貨店や売店に加えて、新たに首都圏の百貨店や高級スーパー、さらにはギフトカタログ販売等を通じた販路開拓を目指す。		魚の糠漬け・粕漬け (鉱工業品・技術)
10	山越株式会社	石川県かほく市	遮熱性・省エネ効果の高い緑の屋外カーテン(ガーデンカーテン)の製造・販売事業	ねん糸・かさ高加工糸の特徴を活かした屋外用のみどりのカーテン(ガーデンカーテン)を製造・販売。難燃機能と断熱機能を有した糸を撚り合わせる事により、高い難燃効果と遮熱効果を実現していることが特徴。節電意識の高い30代～50代の女性層をターゲットとし、通信販売業者や小売店の販路拡大に努めるとともに、自社の関係会社を通じてアジア向け市場への販路開拓を目指す。		ねん糸・かさ高加工糸 (鉱工業品・技術)

3類型	鋳工業品	通巻番号	4-24-013
地域資源名	愛知の建具	認定日	平成25年2月4日
地域	愛知県全域	所管省庁	経済産業省

事業名：建具製造技術を活用した金属製建材部材商品の製造・販売事業

会社名：株式会社アイチ金属

所在地：愛知県名古屋市北区五反田町77番地

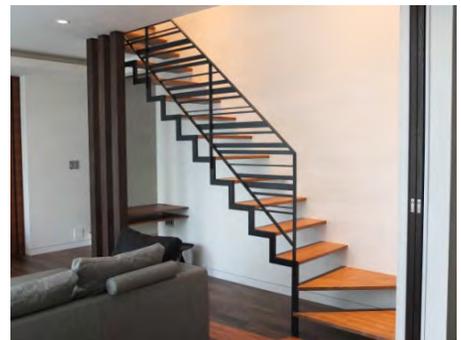
連絡先：TEL：052-909-5600

FAX：052-909-5610

HP：<http://www.aichi-metal.co.jp/>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・長年にわたり培ってきた金属製品製造の技術に加え、建具製造技術である「組子」や、同社オリジナルの「擦り消しビス」を用いることで、美しい外観と強度の確保を同時に実現した「ビードレス接合技術」の開発に成功した。
- ・「ビードレス接合技術」により従来の接合方法で発生する溶接痕(ビード)を防ぐことが可能となった。さらに、専用ビスによりビス・ボルト頭などを擦り消すことで美観にこだわる施主の要望に対応した建具等の製品化を実現した。



【ビードレス接合を活用した階段】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・「ビードレス接合技術」に加え、自動車業界で用いられている塗装技術の導入により、細部の美しさにまでこだわった製品である。
- ・同社が現場への設置工事を行うことで、顧客からの要求にも柔軟に応えることができる。
- ・インテリア建材だけでなく、システムキッチンのフレームや、エクステリア建材である門扉などにも適用できることで、デザイン性の高い住宅を設計する専門家から高い評価を受けている。



【ビードレス接合箇所】

◆市場性

- ・デザイナーズ住宅の人気の高まりなど、個性ある住宅を求める層は増加しており、本事業製品は、これらのニーズに対応している。

◆販路

- ・注文住宅の新築やリフォームの際にデザインや美観にこだわる施主をターゲットとし、設計事務所、住宅メーカー、工務店への販路開拓を行う。

地域における関係事業者等との連携

- ・地域の同業メーカーに加えて、設計士、工務店、家具・厨房機器メーカーと連携する。
- ・技術の高度化や保証体制を確立するために、公的試験機関と連携する。

3類型	鋳工業品	通巻番号	4-24-014
地域資源名	尾州インテリア織物	認定日	平成25年2月4日
地域	一宮市、江南市、小牧市、 大口町、扶桑町	所管省庁	経済産業省

事業名:尾州インテリア織物技術を活かした新機能ロールスクリーンの製造・販売事業

会社名:進弘産業株式会社

所在地:愛知県一宮市萩原町串作郷27番地

連絡先:TEL:0586-69-1121

HP: <http://www.sinkosewing.co.jp/>

FAX:0586-69-1384

事業概要(新たな活用の視点)

- ・従来からの縫製加工で培った技術のうち、レーザー加工による切り抜き技術と素材の張り合わせ技術(熱密着技術)を融合させることにより、多様な柄や模様を切り抜いた上で、光透過性のある素材を張り合わせた「光を透過させることができる高機能ロールスクリーン」を完成させた。
- ・デザインへの対応力が高く、カットした表生地に裏地を付ける特殊加工によって、アイランド型に切り抜いたデザインの加工も可能である。



【本事業商品『ロールスクリーン』】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・顧客の仕様に合わせて切り抜き加工した表生地に、光透過性のある素材の裏生地を貼り合わせることで、切り抜き部分の採光性を生かした、従来に無い演出・PR効果を有している。
- ・店舗内外からの「見える効果」による安全・安心面の効果(防犯面での効果等)を有している。

◆市場性

- ・近年、多少価格が高くても「良いもの」や「本物」が求められる傾向が高まっており、単なる日除け製品ではなく、従来には無い価値・機能を備えたインテリア商品として、新たな市場開拓が見込まれる。

◆販路

- ・大手ハウスメーカーのグループ会社との連携や展示会出展等により、飲食関係のチェーン店、大型商業施設、医療関係施設、一般住宅・マンション等への販路開拓を進める。また、中国を中心とした海外への販路開拓も進める。

地域における関係事業者等との連携

- ・地域の織物業界や地元自治体、地元商工会議所、あいち産業科学技術総合センター、尾張繊維技術センター等と連携して事業を進める。

3類型	鋳工業品	通巻番号	4-24-015
地域資源名	瀬戸焼	認定日	平成25年2月4日
地域	名古屋市、瀬戸市、春日井市、 豊田市、尾張旭市	所管省庁	経済産業省

事業名：瀬戸焼の圧力鋳込み成形や接着技術を活用した小型薄物の陶製アクセサリーの製造・販売事業

会社名：株式会社中外陶園

所在地：愛知県瀬戸市薬師町50番地

連絡先：TEL：0561-82-2354

FAX：0561-83-5114

HP：<http://www.chugaitoen.co.jp/>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・職人の技術向上と反復生産により、高品質かつ安定的商品を提供できる圧力鋳込み成形技術と、成形部品ごとに乾燥度や湿度を管理する独自の接着ノウハウを蓄積し、小物を重ね合わせた複雑な立体製品の製造を可能とした。
- ・本事業製品である「suhara Wokashi」は、可塑性が非常に高い瀬戸の陶土を原料とし、同社が培ってきた成形技術と接着技術を活用することで、既存の陶製アクセサリーにはない細かいデザインを実現した、小型薄物の陶製アクセサリーである。

suhara
Wokashi 商標

【ブランドロゴ】



【「suhara Wokashi」製品】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・商品の企画、デザイン開発、製造、販売までを自社内で一貫で行う体制を構築し、上絵・下絵技法や、ノベルティの型にこだわった商品を製造し、多様化する消費者のニーズに対応している。
- ・競合商品は生産規模が小さいために量的生産性を担保できない一方で、本事業商品は、花びらのように細部まで丁寧な表現が可能でありながら、安定的に量産が可能である。

◆市場性

- ・本商品のターゲットであるギフト市場では、友人同士での贈答による手頃な価格での「プチギフト」や、「自分自身へのご褒美」という需要が拡大している。

◆販路

- ・20代～50代の女性をターゲットとし、大手百貨店や専門性の高いセレクトショップ、ミュージアムショップ等のギフト・アクセサリー市場への販路を拡大する。

地域における関係事業者等との連携

- ・地域の陶磁器組合に参画するとともに、瀬戸市、産業支援センターせと、瀬戸商工会議所と連携・協力関係にある。

3類型	農林水産物	通巻番号	4-24-016
地域資源名	しらす、こうなご(小女子)	認定日	平成25年2月4日
地域	南知多町	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名: しらす、こうなご(小女子)の鮮度を活かし、食品添加物不使用の調味料を用いた「生炊き」佃煮商品の製造・販売事業

会社名: マル伊商店

所在地: 愛知県知多郡南知多町

大字片名字新師崎11-2

連絡先: TEL: 0569-63-0683

FAX: 0569-63-2364

HP: <http://www.maruisyoten.net/>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・昭和初期より地元師崎で揚がる水産物を干物等に加工し、市場を通じて販売などを行ってきた経験をベースに、兵庫県の“くぎ煮”と呼ばれるいかなごの佃煮からヒントを得て、地元の漁港に揚がるしらす(カタクチイワシの稚魚)、こうなご(小女子)を使った佃煮の商品化を実現した。
- ・本商品は、漁港で水揚げした生のしらすやこうなごを直接煮釜にいれ、味付けを行うという方法で佃煮化したという点が特徴である。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・しらすなどは水揚げ後の傷みが早いという特性を持つが、漁港が近くにあるという利点や選別の目利きノウハウが揃ったことで鮮度を維持したまま加工場に運び入れることが可能となった。それにより、保存料・化学調味料などの食品添加物を使用しない調味料を用いることができ、他にはないふっくらとした食感を有した佃煮の製品化が可能となった。

◆市場性

- ・水産加工品の市場規模は前年度と比べて若干の減少であるが、価格だけではなく品質が優れた新たな商品が求められている市場をターゲットとする。

◆販路

- ・カタログ通販やインターネット通販等の自社通販の充実化により直販比率の向上を目指すとともに、関東圏の百貨店や専門店への販路拡大を行う。
- ・ターゲットとしては食へのこだわりがある40代~60代の女性とその家族を設定している。

地域における関係事業者等との連携

- ・同社代表は地元商工会の会長を務めており地域とのつながりは深い。



【上写真: 生炊きしらす】

【下写真: 生炊き小女子】

3類型	鈹工業品	通巻番号	4-24-017
地域資源名	美濃焼	認定日	平成25年2月4日
地域	多治見市、瑞浪市、土岐市、可児市	所管省庁	経済産業省

事業名：親水性・耐久性・光透過性の高い水性無機塗料「AQUANANO(アクアナノ)コート」の製造・販売事業

会社名： 有限会社加藤化学工業所

所在地： 岐阜県多治見市笠原町991-13

連絡先： TEL:0572-43-3662

H P: <http://www14.ocn.ne.jp/~c-kato/>

FAX:0572-43-3977

事業概要(新たな活用の視点)

- ・美濃焼技術(水ガラスの管理技術)・調合工程技術・高温焼成技術を用いたタイル・陶磁器の釉薬の研究を重ね、親水性(水が薄く広がるなどの性質)・耐久性・光透過性が高い水性無機塗料「AQUANANO(アクアナノ)コート」の開発に成功した。
- ・本事業は、セラミックスや金属等の表面に本塗料を塗布した上で焼成し、親水性のある防汚層を形成することで、製品表面の油污等除去しやすくすることが特長である。



【水性無機塗料】
AQUANANO(アクアナノ)コート

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・この塗料を製品表面に施すことで、親水性のほか、耐久性・耐薬品性・耐熱性・耐候性に優れ、硬度も従来製品に比べ格段に高く、キズも付きにくい層を形成する。また2~3μm程度の膜厚でも光透過性が90%以上あるため、陶磁器等の素材そのものの色彩を表現することができる。

◆市場性

- ・食器類に関する市場規模は6,803億円、さらに「台所用・厨房用設備・家電」ターゲットの中で、換気扇・電機がま・食器洗い乾燥機・ジャーポットの4品目の市場規模は、2,010億円程あり、今後、家電以外への用途開発が進めば市場拡大の可能性は大きい。

◆販路

- ・大手の主要取引先を經由し、厨房用の金属製品・ガラス製品・調理用の家電製品を中心に販路を広げるとともに、今後は給食用食器や砥石用接着剤等の分野への販路を開拓する。



【アクアナノコート塗布した製品用途例】
「レンジフィルター」

地域資源における関係事業者等との連携

- ・笠原町商工会・岐阜県商工会連合会と連携を強化する。
- ・名古屋工業大学、岐阜県セラミック技術研究所、多治見市立陶磁器意匠研究所などの関係機関と連携する。



「レンジフード」

3類型	鋸工業品	通巻番号	4-24-018
地域資源名	東濃の木工製品	認定日	平成25年2月4日
地域	中津川市、恵那市	所管省庁	経済産業省

事業名：東濃の木工製品の「ハギ合わせ」技術を活用した木製新素材及びオリジナル家具・雑貨等の製造・販売事業

会社名：有限会社内木木工所

所在地：岐阜県中津川市付知町6831

連絡先：TEL：0573-82-4558

H P：http://www.mokunet.co.jp

FAX：0573-82-4640

http://www.tonono.jp

事業概要(新たな活用の視点)

- ・地元の東濃桧と長良杉を素材とし、東濃の木工製品に用いられる産地技術である「ハギ合わせ工法」を応用した特殊工法により木製新素材を開発した。さらに、本素材を用いたダイニングテーブルやフードプレート等の家具・雑貨等を製造・販売している。
- ・本素材は、東濃桧や長良杉をNCルーターで波型に切削し貼り合わせることによって、素材の柔らかさと温かさを維持しつつ、反り・ねじれを大きく抑えた点が特徴である。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・東濃桧や長良杉の針葉樹は、加工性に優れているが、一方で小径木であるため薄板にすると、反り・ねじれが出やすいという課題があった。この点を解決するために、高い精度で木材を曲面で切削し、ハギ合わせ(接着させ)ることで、従来では困難であった商品化に成功した。
- ・さらに、デザイナーと連携することで、現代のライフスタイルに合致したデザインの商品化を実現した。

◆市場性

- ・農林水産省の調査(平成23年)によると「消費者が生活に取り入れたい木材製品」の第1位が「木製家具」で40.7%と高い支持を集めている。木材製品に対して、木の香りや手触りを楽しむとともに、温もり・癒しを求める消費者ニーズが存在している。

◆販路

- ・高級志向で個性的なインテリア空間を好む層(30~40代の女性)をメインターゲットにし、インテリア関連の商社や小売店への販路開拓を目指す。また、新素材(ブランド名：Uパネル)そのものも家具メーカーや建材メーカーに対して販路開拓する。

地域資源における関係事業者等との連携

- ・地元の木工品製造事業者(つけち木工の会)や建築業者と連携しながら事業を進める。
- ・岐阜県が主催するイベントに参加するとともに、岐阜県の公的支援機関や岐阜県商工会連合会・中津川北商工会とも連携を強化させながら事業を進める。



【特殊工法による新素材】



【ダイニングテーブル】



【フードプレート】

3類型	農林水産物	通巻番号	4-24-019
地域資源名	養殖まだい、ブリ	認定日	平成25年2月4日
地域	養殖まだい: 尾鷲市、熊野市、大紀町、南伊勢町、 紀北町 ブリ: 尾鷲市、大紀町、紀北町	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名: 尾鷲の養殖まだい、ブリの中落ちを活用した「骨までまるごと」手ほぐし商品シリーズの製造・販売事業

会社名: 株式会社マルゴ松村商店

所在地: 三重県尾鷲市朝日町4番18号

連絡先: TEL: 0597-22-0477

FAX: 0597-22-9797

事業概要(新たな活用の視点)

- ・地域の養殖加工業者から、「生食加工の際に出る養殖まだい、ブリのアラ(中骨など)を活用した商品開発が出来ないか」との打診を受けて、同社では、アラについて魚肉だけを用いるのではなく、従来事業である煮ダコの製造加工において培われた加工ノウハウを活用することで、骨の軟化技術を確立し、骨まで食べられる本事業商品の開発に成功した。
- ・フレーク状ではなく、手作業で魚の身を粗くほぐした「ほぐし身状」にすることにより、魚の旨みが引き出されるとともに、ふっくらした食感を味わうことが可能となった。



売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・中落ちと呼ばれる旨み成分が凝縮した骨際を使用しているため、味、風味が格別に良い。
- ・骨まで食べられるため、骨・魚肉両方の栄養成分を同時に吸収できる。
- ・まだい、ブリは一般的に高級魚として知られているが、本事業ではアラを仕入れることで、原価低減を実現し、市場に安価で商品提供が可能となっている。
- ・ほぐし身商品のほとんどが鮭を活用したものであり、一般的に高級魚として知られている「まだい」、出世魚で知られている「ブリ」を活用したほぐし身商品は市場にほとんど無い。

◆市場性

- ・生活様式の変化を背景に手軽に魚の栄養素(カルシウム、DHA、EPA等)を摂取したいという消費者ニーズに合致している商品である。
- ・弁当、おにぎり、お茶漬け等の具材をはじめ、幅広い用途に対応できる商品である。

◆販路

- ・現在の主力販路である大手量販店を中心とした小売店向け販路に加え、業務用市場(弁当用具材、料理用具材)、ギフト市場(お歳暮、お中元)への販路開拓を目指す。

地域における関係事業者等との連携

- ・三重県漁業協同組合や地元の水産加工会社との連携に加えて、尾鷲商工会議所等とも連携しながら事業を進める。

【本事業商品(スタンドパック65gタイプ)】

3類型	鈷工業品	通巻番号	4-24-020
地域資源名	ニット製品	認定日	平成25年2月4日
地域	富山市、高岡市、射水市、南砺市、小矢部市	所管省庁	経済産業省

事業名：難燃、耐油、耐磨耗素材を使用した「ロボットウェア」の製造・販売事業

会社名：株式会社ミヤモリ

所在地：富山県小矢部市埴生208

連絡先：TEL：0766-68-1288
FAX：0766-68-1339

H P : <http://www.miyamori-co.com/>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・ニット製品の製造で培われた縫製技術やパターン化ノウハウを活用し、飛散する高温火花や機械油から産業用ロボットを保護するロボットウェアを製造・販売する。
- ・難燃性の生地を使用し耐熱性を持たせた上で、特殊ラミネート加工を施すことで、耐油性を付与している。さらに、ニット技術を応用することで、ロボットの動作や加工精度を阻害しない最適な形状・伸縮性を実現している。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・競合品に比べ、耐熱性・耐油性に優れており、部分ごとにパーツ交換が可能であるため、経済的にも優位性がある。
- ・導入するロボットの動作に適應した、オーダーメイドの商品を提供できる点に高い競争力がある。

◆市場性

- ・ロボットレンタル会社の情報によると、2006年～2011年のロボットの国内出荷台数約6万台のうち、ロボットウェアの着用率は1割程度であり、十分な市場が見込まれる。
- ・加えて、近年では製造現場内の設備を対象にした、TPM(Total Productive Maintenance)活動の高まりから、本製品のように未然防止・予防に資する製品に対する潜在的なニーズは高まりつつある。

◆販路

- ・大手メーカー系列企業への販路開拓に加えて、ロボットレンタル業者及びジャバラ製造・販売業者と連携し、販路開拓を進めていく。

地域における関係事業者等との連携

- ・地元企業との素材の共同開発や、富山県ニット工業組合、富山県繊維協会、富山県工業技術センターと連携し、事業を推進していく。



【ロボットウェア着用時】



【燃焼試験の様子】



【660℃高温金属の滴下にも耐久】



【機械油の滴下にも耐久】

3類型	鉱工業品	通巻番号	4-24-021
地域資源名	魚の糠漬け・粕漬け	認定日	平成25年2月4日
地域	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、野々市市、川北町、津幡町、宝達志水町、志賀町、穴水町、能登町	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：金沢伝統の発酵技術を活用した新たな魚の糠漬け商品の製造・販売事業

会社名：池田商店

所在地：石川県金沢市末広町360-13

連絡先：TEL：076-252-4904

H P：http://ikeda.bornsite.com/

FAX：076-200-7346

事業概要(新たな活用の視点)

- ・金沢の伝統食である魚の糠漬けを北陸のみならず、首都圏など幅広い消費者に知ってもらい、食べてもらうために、塩辛さを抑え、芳醇でまろやかな甘みと旨味のある魚の糠漬け「金沢こんかこんか」を開発した。
- ・同社独自の製造ノウハウにより、低塩分にも関わらず、賞味期限が3ヶ月という保存性を実現した糠漬け商品であり、手軽に食べてもらうためのスライスタイプ、お料理への活用を考えたフレーク状の商品の展開も進めていく。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・同社独自の発酵技術により、塩辛さを抑えた上で、熟成したまろやかな味わいを醸し出していることに加え、塩分5%と低塩であるにも関わらず賞味期限が長い糠漬け商品を開発したことで、競合品との差別化を図った。
- ・石川県主催の「優良観光土産品コンテスト2011」にて石川県知事賞受賞、平成24年度には「プレミアム石川ブランド製品」を受賞するなど、地域内でのブランド力は醸成されつつある。

◆市場性

- ・保存食という糠漬けの機能を損なわず、石川県の新鮮な水産物と調味料を使った美味しくヘルシーな糠漬け商品は、食を通しての健康管理志向が高いシニア層、食の面から家族の健康に気遣う主婦、共働き等により時間と手を掛けた料理を作る時間が少ない主婦にとって魅力のある商品となっている。

◆販路

- ・展示商談会への出展をはじめ、百貨店や高級スーパー、カタログギフト等のチャネルへの販路開拓を行い、地元石川県内のみならず、北陸三県、更には首都圏へと販路を拡大させていく。



【金沢こんかこんか】



【鯖の糠漬けフレーク】

地域における関係事業者等との連携

- ・糠漬け商品の開発については、石川県立大学や石川県工業試験場と、販路開拓面では、石川県商工労働部、(財)石川県産業創出支援機構とそれぞれ連携して取り組む。

3類型	鋳工業品	通巻番号	4-24-022
地域資源名	ねん糸・かさ高加工糸	認定日	平成25年2月4日
地域	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、野々市市、川北町、津幡町、内灘町、宝達志水町、志賀町、中能登町	所管省庁	経済産業省

事業名：遮熱性・省エネ効果の高い緑の屋外カーテン(ガーデンカーテン)の製造・販売事業

会社名：山越株式会社

所在地：石川県かほく市高松丙1-5

連絡先：TEL：076-281-8110

H P : <http://www.san-etsu.jp/>

FAX：076-281-1888

事業概要(新たな活用の視点)

- ・同社独自のねん糸・かさ高加工技術により実現した、屋外使用に適した機能を持った糸を用いて、緑のカーテン(ガーデンカーテン)を製造・販売する。
- ・撚りに対する反応が異なる2種類の機能糸を撚り合わせるためのフィード調整(2段フィード技術)や仮撚りの回転数の検討により、遮熱性、難燃性、耐久性、撥水性の機能を付与している。



【屋外用みどりのカーテン】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・遮熱性能を謳うカーテンは既に存在するが、本製品は屋外カーテンという、これまでになかった窓回り製品であり、ガーデンカーテンのみを使用した断熱試験でも、44.2%の断熱効果率、約11度の断熱効果温度が確認されている。
- ・専用レールを用いて設置することにより、取り付けや開閉を簡便に行うことができるほか、本体を容易に着脱できるフックを採用しており、強風時でも簡単に収納できる。

◆市場性

- ・近年、企業や家庭における省エネ・節電への関心が急激に高まりつつあり、窓回り製品市場の中でも、同分野は、市場の成長性が期待される。

◆販路

- ・既に有している販路である大手通信販売のチャネルを軸として、国内大手流通小売店、自社関連店舗直販、インターネット通販等で販売するほか、アジア向け市場等の海外にも販路を拡大していく。



【マンションへの施工例】

地域における関係事業者等との連携

- ・石川県内の事業者と連携しカーテン生地を製造し、その技術開発においては石川県工業試験場や(株)繊維リソースいしかわと連携し進めていく。