



平成25年10月16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25年度第2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」に基づき、中部地域における平成25年度第2回の認定として、「地域産業資源活用事業計画」5件の認定を行いました。

1. 本事業は、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、平成25年度第2回として5件の計画を認定しました。（各認定計画の概要は別紙のとおり）
2. 中部経済産業局では、本年7月までに203件の事業計画を認定しており、今回の認定により、法施行後の当局認定件数は208件となります。
3. 認定案件については、（独）中小企業基盤整備機構中部本部または北陸本部の専門家等により、事業化までのフォローアップが実施されます。
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、政府系金融機関の低利融資、信用保証の特例、中小企業投資育成株式会社の特例、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 杉山

担当：末吉

電話：052-951-0521（直通）

平成25年度第2回地域産業資源活用事業計画認定事業一覧

番号	事業者名	地域名	本事業商品写真	事業テーマ	事業概要
1	丸安ニット株式会社	愛知県 名古屋市	 「siffon」シリーズの製品	“和紙糸”を使用したニット製品「siffonシリーズ」の製造・販売事業	アパレル用のニット生地製造の技術を活用して、紙糸とオーガニック綿糸を撚り込んだ“和紙糸”によるニット製品を製造・販売。“和紙糸”を編むことで、綿糸や化学・合成繊維の製品に比べ吸湿性、脱臭性に優れた靴下、肌着などを製品化。パーソナルギフト市場やロハス系市場への販路開拓を目指す。
	【活用する地域資源】 名古屋のアパレル				
2	株式会社カネキ製陶所	岐阜県 多治見市	 TioCERA(左)及び TioCERAユニット(右)	美濃焼製造技術を活用した光触媒反応性を高める多孔質セラミックス「TioCERA」及び「TioCERAユニット」等の製造・販売事業	美濃焼の原料調合技術、成型技術を活用して光触媒担持多孔質セラミックス「TioCERA(ティオセラ)」及び光触媒反応を促進する紫外線光源を組み込んだ「TioCERAユニット」を製造・販売。微細孔に光触媒の酸化チタンが担持されるため、剥離しにくく、且つ光触媒の機能を効果的に発揮させるという特長を有する。厨房設備、食品加工設備、畜産の飼育設備のほか、病院・介護施設等、臭気が発生し易い施設での内装設備分野への販路開拓を目指す。
	【活用する地域資源】 美濃焼				
3	中部食産株式会社	岐阜県 恵那市	 奥美濃古地鶏プレスハム	奥美濃古地鶏を使用したハム・ソーセージ・ウィンナー等の製造・販売事業	絶妙な歯ごたえとコクのある旨味を持つ「奥美濃古地鶏」を使用したハム・ソーセージ等の加工食品を製造・販売。多くの鶏肉加工品ではパサパサ感を克服するため豚脂肪が用いられるが、本事業製品は国産豆乳を加えることで克服しているのが特徴。ブランド地鶏の強みに加え、健康志向にも対応しており、百貨店・高級スーパーや、ギフト市場、観光土産販売店等に販路開拓を目指す。
	【活用する地域資源】 奥美濃古地鶏				
4	銀峯陶器株式会社	三重県 四日市市	 菊花(上)、BLISSIO(下)	萬古焼土鍋製造ノウハウを活用した機能性調理器具「菊花」「BLISSIO」シリーズの製造・販売事業	新たに開発した釉薬や、精度を高めた寸法出し技術を活用した高機能なセラミック製調理鍋を製造・販売。耐熱セラミック製の特徴である遠赤外線効果を活かしつつ、従来以上の熱伝導率、軽量化、蓄熱性、気密性等を実現。従来の冬季のみに使用される土鍋というカテゴリーから脱却した調理鍋として国内市場で販売するほか、新たに海外市場での販路開拓を目指す。
	【活用する地域資源】 四日市萬古焼				
5	株式会社富士交通	石川県 金沢市	 県指定文化財 大乘寺山門	古刹禅寺「大乘寺」を核とした「禅体験ツアー(雲水になる旅)」による着地型観光事業	歴史ある禅寺である大乘寺での禅体験や禅学習に加え、禅と関連性のある歴史的建造物や伝統文化を探访する新しい切り口の観光ツアーを提供。国内有数の禅の研究者である住職から、禅思想についての講義を受講できることや、他の訪問地も禅をテーマに組み合わせることにより、既存の禅体験を組み込んだツアーと差別化。心の豊かさを求める現代人のニーズに応え国内の中高年齢層や日本文化・禅文化に関心の高い外国人に向けて販路開拓を目指す。
	【活用する地域資源】 大乘寺				

3類型	鉦工業品	通巻番号	4-25-006
地域資源名	名古屋のアパレル	認定日	平成25年10月16日
地域	名古屋市、一宮市、春日井市、津島市、江南市、稲沢市、東海市、知多市、尾張旭市、岩倉市、豊明市、愛西市、清須市、北名古屋市、あま市、扶桑町、大治町、蟹江町	所管省庁	経済産業省

事業名：“和紙糸”を使用したニット製品「siffon」シリーズの製造・販売事業

会社名：丸安ニット株式会社

所在地：愛知県名古屋市西区秩父通1-58

連絡先：TEL：052-522-2171

FAX：052-521-5695

HP：<http://www.siffon.net/>

事業概要(新たな活用の視点)

・同社は、昭和8年に創業以来、ニット生地の製造受託を行ってきたが、下請け体質脱却のため、平成20年からニット製品ブランドを立ち上げ、自社製品の製造・販売を展開。

・さらに自社ブランドの拡充を図るため、紙糸と綿糸の双糸である“和紙糸”を使用した新しいニット製品群である「siffon」シリーズを開発した。

・“和紙糸”をニット機で編む際、綿糸に比べると糸の送り状態が安定せずキズができるという課題が発生したが、糸に微妙なテンションを巻き取り機に加えることで課題を解決し、製品化を実現した。

・本事業では、既に製品化している靴下、アームカバーに加え、帽子、下着、ポロシャツ、ストールなどを開発し、製造・販売を行っていく。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・本事業製品は、綿糸や化学・合繊繊維の製品に比べ、吸湿性・脱臭性に優れ、「さらっとした肌ざわり」が特徴となっている。天然由来の素材を使うことで、環境・健康に配慮した製品を好む消費者への訴求力も高い。

◆市場性

・ギフト市場では、義務的・形式的な法人ギフト市場規模が減少している中、友人同士でのコミュニケーションツールとしてプチギフトなどのパーソナルギフト市場での需要を見込む。また、天然素材を使用していることからロハス系市場もターゲットとしている。

◆販路

・既存ブランドユーザーへの訴求や、百貨店・インターネット販売を中心に販路を拡大していく。

地域における関係事業者との連携

・愛知県ニット工業組合の会員企業である。



【siffonシリーズの製品】



【糸の巻き取り機】

3類型	鈷工業品	通巻番号	4-25-007
地域資源名	美濃焼	認定日	平成25年10月16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：美濃焼製造技術を活用した光触媒反応性を高める多孔質セラミックス「TioCERA」及び「TioCERAユニット」等の製造・販売事業

会社名：株式会社 カネキ製陶所
 連絡先：TEL：0572-43-3121
 FAX：0572-44-2250

所在地：岐阜県多治見市笠原町1222-2

<http://www.kaneki.co.jp>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・同社は、美濃焼の原料調合技術、成型技術をベースに、光触媒担持多孔質セラミックス「TioCERA(ティオセラ)」を開発。同製品とともに「TioCERAユニット」を製造・販売する。
- ・本製品は、光触媒の酸化チタンを微細孔(10 μ m以下)に付着(担持)させることで、酸化チタンが剥離しにくく、且つ光触媒の機能を効率的に発揮させるという優れた特長を有する。



【TioCERA】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・光触媒担持多孔質セラミックス「TioCERA」は、酸化チタンが担持しやすい孔径である0.1~1 μ m、4~10 μ mの微細孔に付着させることで、バインダーにより酸化チタンを塗布した従来製品よりも光触媒効果が発揮される。このため、臭気成分を、表面接触方式で光触媒効果を発揮し短時間で除去できるとともに洗浄が不要のためメンテナンスに手間がかからないのが強みである。

◆市場性

- ・平成23年の光触媒製品の市場規模は約700億円であり、約10年で約3.5倍になっている。
- ・また、室内空間用脱臭市場である「空気清浄機・家庭用生ごみ処理機」の市場規模は平成23年は平成20年に比べ約2倍の472億円に拡大しており、今後も市場の拡大が見込まれる。

◆販路

- ・「TioCERAユニット」を、メインターゲットとしている厨房設備・食品加工設備及び畜産の飼育設備等の分野での需要開拓を目指す。また病院・介護施設等、臭気が発生し易い内装設備分野も視野に入れて販路開拓する。



【TioCERAユニット(装置組込み用)】



【TioCERAユニット(室内空間用)】

地域資源における関係事業者等との連携

- ・原料製造業者、陶磁器製造業をはじめ、岐阜県、多治見市等と連携しながら事業を進める。
- ・名古屋工業大学、岐阜県セラミック研究所等の大学・試験研究機関とも連携していく。

3類型	農林水産物	通巻番号	4-25-008
地域資源名	奥美濃古地鶏	認定日	平成25年10月16日
地域	岐阜県全域	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名:奥美濃古地鶏を使用したハム・ソーセージ・ウィンナー等の製造・販売事業

会社名:中部食産株式会社
 連絡先:TEL:0573-25-5344
 FAX:0573-25-6990

所在地:岐阜県恵那市長島町中野1204-78
<http://chubushokusan.com>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・本事業は、絶妙な歯ごたえとコクのある旨みを持つ「奥美濃古地鶏」を使用したハム・ソーセージ等の加工食品の製造・販売を行うものである。
- ・豚肉に比べ鶏肉のハム・ソーセージ商品は少なく、特に「奥美濃古地鶏」を使用して商品化した例はない。本事業商品は素材の特徴を活かすため、最適な肉の熟成期間、手ひねり加工、天然羊腸など加工工程でこだわりを持った製品である。さらには、国産豆乳を加えることで鶏肉のパサパサ感を克服している。



【奥美濃古地鶏】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・多くの鶏肉加工製品ではパサパサ感を克服するため、原材料に豚脂肪が用いられている事が多いが、本事業商品は国産豆乳で対応しているのが強みである。また、プレスハムでは、鶏皮や脂肪を完全に除去しており、鶏肉特有の黄ばんだ脂身がプレスハム内で見られない点も特徴として挙げられる。



【奥美濃古地鶏プレスハム】

◆市場性

- ・鶏肉は、牛肉・豚肉と比較してのヘルシーさから健康志向のニーズに対応しているほか、「食の安全・安心」への関心の高まりとともに、産地が明確なもの、ブランド地鶏が好まれる傾向が強まっており、そのニーズにも応えられる商品となっている。

◆販路

- ・観光土産販売店(高速道路SA・PA含む)での販売に加え、ヘルシーイメージや原料、製法のこだわりを訴求することで、健康に関心が高い中高年層の女性をターゲットに、百貨店・高級スーパー向けに販路開拓する。
- ・需要の多い中元・歳暮市場を中心としたギフトを始め、通販市場の販路開拓も重点的に進める。



【奥美濃古地鶏
ウインナーソーセージ】

地域資源における関係事業者等との連携

- ・原料供給元である岐阜アグリフーズ(株)や従来の卸問屋、恵那商工会議所との連携強化。
- ・岐阜県主催の「飛騨・美濃すぐれもの」事業や「フードビジネス振興事業」に積極的参加。

3類型	鋳工業品	通巻番号	4-25-009
地域資源名	四日市萬古焼	認定日	平成25年10月16日
地域	四日市市、桑名市、鈴鹿市、いなべ市、東員町、菰野町、朝日町	所管省庁	経済産業省

事業名：^{ばんこやき}萬古焼土鍋製造ノウハウを活用した
機能性調理器具「菊花」「BLISSIO」シリーズの製造・販売事業

会社名：銀峯陶器株式会社

所在地：三重県四日市市三ツ谷町13-25

連絡先：TEL：(059) - 331 - 2345

H P : <http://www.ginpo.co.jp/>

FAX：(059) - 331 - 4594

事業概要(新たな活用の視点)

- ・同社は、昭和7年に創業し、製土から釉薬の調合、焼成まで一貫生産体制を有する萬古焼メーカーである。
- ・主力製品の土鍋の生産量は、四日市萬古焼全体の土鍋生産量の3割を占めているが、安価な海外製品の出現や、和陶器市場全体の縮小等の影響により、経営環境は年々厳しくなっている。
- ・同社は、このような状況を打開するため、新たに開発した釉薬や、精度を高めた寸法出し技術の活用により、従来の冬季のみに使用される土鍋というカテゴリーから脱却し、オールシーズン使用できる調理鍋を開発した。
- ・本事業は、高い熱伝導性を有し、調理時間を短縮できる調理鍋「菊花」と、高い気密性を有し、無水調理を可能とする調理鍋「BLISSIO」に加え、これらの関連製品を製造、販売するものである。



【代表的な土鍋 花三島】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・「菊花」は、従来の土鍋に比べて、熱伝導性、重量、蓄熱性で優位性を有している。
- ・「BLISSIO」は、対象市場に、高い蓄熱性や熱伝導性等の機能を有する鋳物製の鍋にニーズが集まっているが、これらの商品に比べて、価格、蓄熱性、重量に関して、優位性を有するとともに、熱伝導性においても遜色ない機能を有している。

◆市場性

- ・国内市場では内食回帰の傾向にあり、家庭で料理を楽しむ層が 着実に増えているため、本事業商品の需要が見込まれる。
- ・海外市場では、高い機能やデザイン性、また、高品質な点が評価されており、今後のシェア拡大が期待される。

◆販路

- ・既存の流通ルートを活用し、国内市場の開拓、海外市場のシェア拡大を目指す。



【本事業商品 菊花(上)、BLISSIO(下)】

地域における関係事業者等との連携

- ・同社は、産元商社との強いつながりのほか、三重県工業研究所窯業研究室、四日市商工会議所等、地域の関係機関とも連携している。

3類型	観光資源	通巻番号	4-25-010
地域資源名	大乘寺	認定日	平成25年10月16日
地域	石川県 金沢市	所管省庁	国土交通省、経済産業省

事業名：古刹禅寺「大乘寺」を核とした「禅体験ツアー（雲水になる旅）」による着地型観光事業

会社名：株式会社富士交通

所在地：石川県金沢市浅野本町ニ150番地

連絡先：TEL：076-252-8111
FAX：076-251-4126

H P：http://www.fujikotsu-bus.com/

事業概要(新たな活用の視点)

- ・東香山大乗寺は曹洞宗の歴史ある禅寺であり、そこでは雲水達が日々修行を積んでいる。この大乘寺の特徴を活かし、禅を切り口としたツアー（心の平安を得、本来の自分を見つける旅）として、禅体験・禅学習の要素を取り入れた体験学習型旅行プランを販売する。
- ・禅体験や禅学習のみならず、禅と関連性のある歴史的建造物や伝統文化を探访する新しい切り口の観光ツアーとしてテーマ性の高い旅プランを提供していく。このような、禅学習をテーマとした旅行企画の実施は、地域内では初めての取り組みとなる。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・大乘寺の特徴は、一般市民、旅行客も雲水と同様の禅体験が可能な僧堂を設けていることである。また、大乘寺は地域で唯一の外国人の禅体験を受入れられる禅寺である。本ツアーでは、国内有数の禅の研究者である住職から、禅思想についての講義を受講できることに加え、他の訪問地も禅をテーマに組み合わせることにより、既存の禅体験を組み込んだツアーとの差別化を図っている。

◆市場性

- ・モノの豊かさから心の豊かさへと現代人の求めるニーズが変化しており、また、近年はテーマや目的を明確にし、それに沿った訪問地・体験などを組み込んだ旅行の人气が高まっている。
- ・海外でも欧米を中心に500以上の禅グループがあり、日本の伝統文化への関心や体験ニーズも高い。

◆販路

- ・メインターゲットは国内の中高年層と国内外在住の外国人。PR用HPを構築し情報発信すると同時に、同社とその関連旅行会社が旅行プランを販売する。また、国内外の旅行代理店経由で誘客や雑誌・広告で事業の情報発信を行い、大乘寺で撮影される映画「弓と禅」などのパブリシティ効果も利用して販路開拓を行う。



【県指定文化財大乘寺山門】



【雲水のイメージ】

地域資源における関係事業者等との連携

- ・石川県観光交流局、金沢市観光課、金沢商工会議所、国内外の旅行代理店、海外石川県人会等との連携を図り事業を行う。