

3類型	鉱工業品及びその生産技術	番号	1
地域資源名	福岡の清酒、福岡の焼酎	認定日	平成20年 7月31日
地域	久留米市	所管省庁	財務省、経済産業省

事業名: 黒こうじ菌を用いた純米吟醸酒(清酒)の開発と需要開拓

会社名: 池亀酒造株式会社

所在地: 福岡県久留米市三潴町草場545

連絡先: TEL: 0942-64-3101

HP: -

FAX: 0942-64-2929

事業概要(新たな活用の視点)

・久留米地域の伝統的な地域資源である清酒・焼酎双方の製造技術の応用活用により、これまで自社内で5年間をかけて研究してきた黒麹菌を用いた個性豊かな純米吟醸酒(清酒)を開発し、販路開拓を行う。



昨年テスト販売を行った
黒こうじ酒

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・地域資源である焼酎の麹菌の特徴であるクエン酸の性質を活かした口に雑味の残らない爽やかな「新たな酸味」を生み出した料理と相性のよい個性ある清酒であることが特徴であり、優位性がある点である。

◆市場性

・全国における清酒市場は年間5,000億円程度であり、うち、高級酒は1,400億円程度。
・食が多様化する中で、アルコール類にも個性化・本物志向の需要が増加しており、従来の清酒とは異なる爽やかな酸味をもつ新規性の高い黒こうじ酒は高級酒を好む消費者層に受け入れられるものとして期待が高い。

◆販路

・本商品の特徴となる嗜好性の高さ・料理との相性の良さから、こだわりの酒を求める消費者と食通の集まる料飲店の流通経路に絞って販路開拓を行う。

地域資源における関係事業者との連携

・地産地消に寄与し、素材の安全性を確保するため、地元農業者からの酒米の調達に努める。また、地元同業者と個性ある新商品づくりに努めることにより、清酒産地としての復興にも寄与する。

【同社の既存商品の例】



ゼリー梅酒

3類型	鋳工業品及びその生産技術	番号	2
地域資源名	ゴム製品	認定日	平成20年 7月31日
地域	久留米市	所管省庁	経済産業省

事業名：自動車用高性能ワイパーゴムの商品開発とその販路開拓

会社名：中島ゴム工業株式会社 所在地：福岡県久留米市津福本町上津留23-5-10
 連絡先：TEL：0942-37-1500 H P：http://www.nakashima-rubber.co.jp/
 FAX：0942-31-3939

事業概要(新たな活用の視点)

・原料の成分や配合の分析・評価に係る研究成果を踏まえた機能性の高いゴム素材と払拭性に優れたコーティング材の開発による付加価値の高い自動車用ワイパーゴムを開発し、純正ワイパーゴム市場等への新規参入を目指す。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・福岡県工業技術センター等の研究機関と共同開発を進めているワイパーゴムは、既存の商品と比較して、より高い払拭性・静音性・耐久性を追求しており、その品質にふさわしい形状を開発するものであり、他社製品とのより一層の差別化を図る。

◆市場性

・国内におけるワイパー製品の市場規模は、カー用品店等のアフター市場向けと純正市場とを合わせると1千億円とも言われており、純正市場向けを中心にそのニーズに対応した商品の提供を目指す。

◆販路

・同社にとって新たな市場となる純正市場については、純正ワイパーメーカーとワイパーシステムメーカーを中心に販路開拓を目指す。

【同社の既存商品の例】



地域資源における関係事業者との連携

・ゴム素材の分析や性能評価について、福岡県工業技術センター、久留米工業高等専門学校、久留米リサーチパーク等から協力を得つつ実施する。

3類型	鉱工業品及びその生産技術	番号	3
地域資源名	福岡の焼酎	認定日	平成20年 7月31日
地域	柳川市	所管省庁	財務省、農林水産省、経済産業省

事業名：日本で初めて市販化 特許技術を使ったコーヒー豆の甘さのみの「コーヒーリキュール」と梅のほのかな香り「梅干の種焼酎」品質向上(改良)・販促プロジェクト

会社名：目野酒造株式会社

所在地：福岡県柳川市三橋町百町766

連絡先：TEL：0944-72-5254

H P：http://www.kuninokotobuki.co.jp

FAX：0944-72-1700

事業概要(新たな活用の視点)

・焼酎の製造過程にコーヒー豆や梅干の種を加えた応用技術を活用し、酒造メーカーと製造特許をもつ会社等の連携により、珈琲リキュール「新黒」と梅干の種を原料とした梅干の種焼酎「薫音(かのん)」の品質改良と認知度向上による販路拡大を行う。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・コーヒーリキュール「新黒」は、珈琲本来が持つ控えめな甘さに仕上げた商品であり、他の珈琲リキュールとは一線を画している。

また、使用する豆も人の手で厳選した豆のみを使用している。

・梅干の種焼酎「薫音」は、原酒に使用する大吟醸酵母と無添加の梅干の種のみを使用して製造しており、食を引き立てる商品である。

◆市場性

・焼酎ブームは一時の勢いは失ったものの、特徴ある商品は依然として好調を保っている。また、リキュール類も伸びており、個性ある商品展開により参入しようとする市場での評価は期待できるものである。

◆販路

・商品の認知度向上を図るため、業務用を中心に販路拡大を目指す。また消費者向けには、多様なイベント展開を通じたPRを行う。

地域資源における関係事業者との連携

・商品の改良にあたっては、製法の特許技術をもつ企業と連携するほか、販路拡大のためのイベント等PRはクリエイター等との連携を行う。



【コーヒーリキュール「新黒」】



【梅干の種焼酎】

3類型	鋳工業品及びその生産技術	番号	4
地域資源名	大川木工製品	認定日	平成20年 7月31日
地域	大川市	所管省庁	経済産業省

事業名：日本で初めてLED灯を木製家具に組み込みライトアップしたボード類を中心に、住空間・商業空間を演出する新商品の開発及び販路拡大

会社名：東木工株式会社

所在地：福岡県大川市津605-1

連絡先：TEL：0944-88-1238

H P：http://www.higashi-inc.com

FAX：0944-88-1522

事業概要(新たな活用の視点)

・大川木工家具の製造技術を用い、平成12年から同社で取り組んできたLED灯を組み込んだ付加価値の高い木製家具の新商品展開によるバリエーション化を図るとともに、販路開拓を行う。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・国内における木製家具において、平成12年から棚ガラス等にLED灯を組み込んだ手法を取り入れて商品展開を行っているのは同社のみ。
- ・今後はこれまでの家具類のバリエーション化を図るほか、商業施設向けの商品展開も行い、新市場への参入を目指す。

◆市場性

- ・日本の家具出荷額は年間約1.5兆円(H17工業統計)。
この市場にこれまで類をみなかった商品群として参入している。

◆販路

- ・インテリアショップや展示会への出展等により販路開拓を行う。

地域資源における関係事業者との連携

- ・資材提供については、地元業者から調達を行うほか、商品デザインについては、域外のデザイナーと連携して行う。

【同社の既存商品の例】



3類型	鉱工業品及びその生産技術	番号	5
地域資源名	福岡の清酒	認定日	平成20年 7月31日
地域	朝倉市	所管省庁	財務省、農林水産省、経済産業省

事業名：蜂蜜を原料とする蜂蜜酒(ミードという)の新製品開発と販路拡大

会社名：株式会社篠崎

所在地：福岡県朝倉市比良松185

連絡先：TEL：0946-52-0005

H P：http://www.shinozaki-shochu.co.jp/index.html

FAX：0946-52-2165

事業概要(新たな活用の視点)

・清酒醸造技術のひとつである「長期低温発酵法」を活用し、天然原料である蜂蜜を素材に用いた人類最古の酒と言われるミード(蜂蜜酒)を開発し、販路開拓を行う。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・ミードは、人類最古の酒と言われるほど古くからある酒であり、欧米ではヘルシーな酒として飲用されているが、国内においては、ほとんど普及されてなく、国内での生産もまばらな状況。
・食の多様化に伴い、酒類も多様化が求められ、蜂蜜を原料とするミードは、健康志向・本物志向の気運が高い消費者層に愛飲される期待は高い。

◆市場性

・国内に流通するミードの多くは輸入品であり、国産のミードは希少価値が高い。
・味覚的にはワインや果実酒が競合商品となると想定され、消費者の健康志向が強い中、蜂蜜を原料とするミードは市場確保にも期待ができる。

◆販路

・ワインや果実酒を好む女性を主な購買層とした販路展開を目指すとともに、結婚式場等お祝い事のギフト商品等の市場参入も図る。



私たちは、いま、世界をめざして日本の酒類を製造しようと決意しています。

【日本酒の醸造工程】

【同社の既存商品の例】



地域資源における関係事業者との連携

- ・原料とする蜂蜜は地元の養蜂場から調達する。
- ・醸造技術の核となる酵母の研究について大学と連携して開発を行う。

3類型	鉱工業品及びその生産技術	番号	6
地域資源名	エタリの塩辛	認定日	平成20年 7月31日
地域	雲仙市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：食の世界遺産「エタリ塩辛」を活用した新調味料 販路開拓・開発事業

会社名：有限会社小浜伊勢屋旅館

所在地：長崎県雲仙市小浜町55

連絡先：TEL：0957-74-2121

H P：http://www.iseyaryokan.co.jp/

FAX：0957-74-5977

事業概要(新たな活用の視点)

・島原半島の郷土食として受け継がれている「エタリ(カタクチイワシ)の塩辛」を主原料としたソース等の調味料(二次加工品)を開発し、地域産品としての販路開拓、事業化を目指す。



エタリ (カタクチイワシ)

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・雲仙市の地域資源であるカタクチイワシ(エタリ)を原料とした保存食として食されている「エタリの塩辛」は、スローフードジャパンによる「味の箱舟」の認定や雲仙市による「雲仙ブランド」の認定を受けるなど食材としての認知度が高まってきている。

・この地域資源を100%活用した「エタリの塩辛」をパスタ用ソース等新たな調味料として付加価値を付けた安全・安心な商品展開を行うことで、類似品との差別化を図る。

◆市場性

・食とその食を構成する調味料等が多様化する中、国内の安全安心な材料を提供することは強みとなる。

・エタリに加え、トマトや雲仙こぶ高菜等の地元の他の地域資源も材料として活用した商品展開により、市場の拡大も大いに期待できる。

◆販路

・まずは、加工食品としての土産物に欠ける地元の観光客向けのお土産品として提供することを定着化させ、域外への直接的な商品流通の手法を検討する。



エタリの塩辛ソース

地域資源における関係事業者との連携

・地元の漁業者や水産加工業者等で組織する「エタリ塩辛愛好会」を中心に、商品展開を通じながら地元関係者との連携強化を図る。

3類型	鉋工業品及びその生産技術	番号	7
地域資源名	波佐見焼	認定日	平成20年 7月31日
地域	東彼杵郡波佐見町	所管省庁	経済産業省

事業名：アパレルデザイナーと陶磁器デザイナーがコラボレーションした新しいライフスタイルを提案するインテリア食器

会社名：協立陶器株式会社

所在地：長崎県東彼杵郡波佐見町折敷瀬郷
1713-1

連絡先：TEL：0956(85)3651
FAX：0956(85)5634

H P：<http://www.kyoritsu.cc/index.html>

事業概要(新たな活用の視点)

・波佐見焼の製造技術を用い、20～30代のファッション感度の高い消費者層を対象の中心におき、陶磁器が衣服を纏ったような絵柄・デザインによるブライダル向け等のインテリア食器をアパレルデザイナー・メーカーとの連携によって開発し、販路開拓を行う。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・地元産地からは発想できない、衣服をまとったようなデザインのインテリア食器であり、このような模様をした商品は類をみない。
- ・本商品は、無鉛絵の具の使用など消費者の安全性にも配慮したものであり、この取り組みも強みとなる。

◆市場性

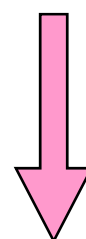
- ・本商品に関連するインテリアの市場規模は、6,605億円(平成17年度工業統計)であるなど、市場は大きく、陶磁器によるインテリア・ギフトとしての性格を併せ持つ本商品は市場性にも期待が高い。

◆販路

- ・20～30代の消費者層が集まるインテリアショップやミュージアムショップ、百貨店でのPR、展示会出展等により販路開拓を目指す。

地域資源における関係事業者との連携

- ・生地を提供は地元業者から受けるほか、デザインについては、東京のアパレルデザイナー会社と連携する。



洋服をまとったような柄の
カップ&ソーサー



3類型	観光資源	番号	8
地域資源名	軍艦島(端島)	認定日	平成20年 7月31日
地域	長崎市	所管省庁	経済産業省、国土交通省

事業名:「近代化遺産 軍艦島再生プロジェクト」(賑わいの島)構築事業

会社名: やまさ海運株式会社

所在地: 長崎県長崎市古町壱番地

連絡先: TEL: 095-822-5002

H P: <http://gunkan-jima.com/>

FAX: 095-822-5243

事業概要(新たな活用の視点)

・近代化産業遺産群として認定を受け、平成21年度に上陸開始が計画されている長崎県軍艦島(端島)を観光資源として活用し、上陸案内ガイドの育成等を通じた付加価値のある軍艦島航路及び軍艦島観光商品の開発を行い、軍艦島の魅力創出に寄与する。



軍艦島(端島)

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・明治時代以降、海底炭坑の島として、日本の近代化を支えてきた「軍艦島(端島)」の産業観光の拠点としての魅力を活かした上陸観光案内等の観光商品の提供を目指す。
- ・産業観光は、これから注目される観光商品であり、より高い付加価値を付けた商品提供を行うことにより長崎の観光振興にも大きく寄与するもの。

◆市場性

- ・産業遺産観光の動向(出所(財)日本交通公社)をみると、「未知のものに触れたい」や「知識・教養を高めたい」との理由から20~30代を中心に産業遺産観光に対する参加意向が増加傾向にあり、市場規模の拡大が期待できる。

◆販路

- ・同社が行う「軍艦島周遊クルーズ」の利用者数は年間1万人を超え、年々増加傾向。旅行会社との連携による商品化も視野に入れ、国内外に対する観光客等へのPRを行う。



軍艦島(端島)

地域資源における関係事業者との連携

- ・上陸整備を担う長崎市や地元観光関係団体等との連携を通じて、ガイドマニュアルの作成や関連グッズの開発等を一体的に取り組む。

3類型	農林水産物	番号	9
地域資源名	紫蘇	認定日	平成20年 7月 31日
地域	熊本市、合志市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：紫蘇の特性を生かした各種食品メーカー向け機能性素材の開発と提供

会社名：青紫蘇農場株式会社

所在地：熊本県合志市野々島5472-7

連絡先：TEL：096-242-4878

H P：http://www.shiso.net/

FAX：096-242-4885

事業概要(新たな活用の視点)

・紫蘇が有する機能・有効成分を抽出したシソオイル、赤シソエキス等を開発し、シソドリンク、シソそうめん、シソ茶などの食品向け、化粧品向け等の機能性商品の原材料としての商品提供を行う。



【紫蘇】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・既存の紫蘇を原料とする食品添加物や香料等の加工製品はあるものの、原料となる紫蘇エキスの有効成分にまで踏み込んだ商品は見受けられず、同社は本事業において、より機能性の高い素材提供を目指すものである。

◆市場性

・本事業は、紫蘇のエキスを抽出したオイル等を業務用として食品メーカーや香料メーカーなど幅広い分野に提供する事業であり、市場の裾野は広い。
・紫蘇に含まれる有効成分が花粉症やアトピー等のアレルギーに対する抑制効果があることが明らかとなったことから紫蘇に対する需要は大きくなることが期待できる。



【紫蘇オイル】

◆販路

・首都圏中心の販売からネットを利用した通販、直販を行う。
・アジア・米国・ドバイ・ロシア等海外での販路開拓を図る。

【同社の既存商品の例】

地域資源における関係事業者との連携

・商品開発は、熊本県産業技術センターや崇城大学(応用微生物・薬学部)の協力を得て行う。



3類型	農林水産物	番号	10
地域資源名	馬肉	認定日	平成20年 7月31日
地域	上益城郡御船町	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：馬肉の部位を活用した機能性化粧品及び関連商品の開発と販路拡大

会社名：肌美和株式会社

所在地：熊本県上益城郡御船町高木4193

連絡先：TEL：096-282-2357

H P：http://www.kimiwa.jp/

FAX：096-282-1388

事業概要(新たな活用の視点)

・全国一の馬肉の消費地である熊本県の地の利を背景に、馬油の製造技術の改善と馬油の機能性を研究開発し、馬のスジやアキレス部位等から抽出したコラーゲン等の栄養成分を配合した化粧品、自然食品、ペット用品としての商品化と販路開拓を行う。

【同社の既存商品の例】



売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・市場には輸入品を中心に類似の商品があるが、新鮮で上質な熊本で加工された馬肉から抽出したコラーゲン等を配合した化粧品、自然食品、ペットフードは見受けられず、本事業で開発する商品の優位性はある。

◆市場性

・馬油市場は、2004年で約40億円、2007年で約60億円と3年で150%の伸びを示しており、天然素材を求める消費動向を勘案しても、今後も馬油の市場規模は大いに期待できる。

(健康産業新聞調べ)

◆販路

・本事業で開発する商品の特徴から、美意識や健康志向の高い客層を中心に販路開拓を行う。
・自社及び取引企業の販売網を活用し、全国に向けて販路拡大を目指す。また、インターネット販売による販路開拓を行う。



地域資源における関係事業者との連携

・試験研究は、崇城大学や八代工業高等専門学校との共同研究を実施。

3類型	鉱工業品及びその生産技術	番号	11
地域資源名	温泉水	認定日	平成20年 7月31日
地域	別府市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：大分県産の食材を活用して日本で初めて低温スチーム方式で「鉄輪地獄蒸し」加工した新商品開発と販路開拓

会社名：株式会社風月

所在地：大分県別府市大字鶴見158番地の2

連絡先：TEL：0977-66-4141
FAX：0977-66-1232

H P：<http://www.fugetsu-hammond.jp/>

事業概要(新たな活用の視点)

・別府鉄輪温泉の温泉水(水蒸気)を活用した長時間かけて加工する「低温スチーム」の技術を用い、柔らかく・栄養分を保持したこれまでにはない「地獄蒸し」の加工品、お土産品を開発する。



地獄蒸し料理

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・既存の高温による地獄蒸しと比べて甘みやうま味を引き出す肉類や魚を中心とした素材の特徴を活かした調理方法を開発したことで、商品としての付加価値を高めることができ、優位性がある。

◆市場性

・マーケットを「鉄輪地区限定」、ターゲットは「40～50代の女性」、ユーザー特性として「宿泊客及び日帰り旅行者」という3つを軸として商品開発を行う。

◆販路

・観光客をメインターゲットとし、観光土産品店やJRでの車内販売のほか、インターネット販売による販路拡大も図る。



低温スチーム試作機

地域資源における関係事業者との連携

・原料の供給は、地域の農家や漁業組合及び養鶏場等と連携を図る。商品開発は、別府大学や食品分析センターの協力を得て行う。

3類型	農林水産物	番号	12
地域資源名	牛肉	認定日	平成20年 7月31日
地域	宮崎県内	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：宮崎県産牛肉を使った、新たなレトルト商品の開発

会社名：早川しょうゆみそ株式会社

所在地：宮崎県都城市西町3732

連絡先：TEL：0986-22-0241

H P：http://www.hayakawa-sm.co.jp

FAX：0986-22-1229

事業概要(新たな活用の視点)

・宮崎県産のパパイヤを活用(分解酵素パパイン等の活用)し、肉が硬く、安価な県産経産牛(子を産んだ牛)を柔らかく付加価値を向上させるための漬け込み床の開発を行うとともに、これを活かした牛肉の旨みを増したレトルト食品を開発し、販路開拓を行う。



売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・牛肉を使った商品は多数あるが、天然由来のタンパク質分解酵素を配合した独自の漬けたれに漬け込み、牛肉本来の旨みをより引き出しながら閉じこめた品質の高い製品を低価格で提供する。

◆市場性

・家計調査(平成19年度)をもとに推計すると、全国における調理食品関連市場は、全国ベースで1兆円を超え、九州では約1千億円。
・レトルト食品の市場性は、消費者ニーズの多様化や食の多様化・簡便化を背景に、今後も伸びていくことが期待される。

◆販路

・通販での直販やギフト市場を中心に展開し、展示会出展等を通じて認知度の向上を図り販路拡大を目指す。

【同社の既存商品の例】



地域資源における関係事業者との連携

・原料の供給は、宮崎ミヤチク(牛肉)や県内農家(パパイヤ)との連携体制を構築する。商品開発は、宮崎大学や宮崎県食品開発センターの協力を得て行う。

