

3類型	鋳工業品	番号	1
地域資源名	大川木工製品	認定日	平成22年3月15日
地域	福岡県大川市	所管省庁	経済産業省

事業名：寄木細工等の建具技術応用によるインテリア仏壇等の企画製作販売事業

会社名： 有限会社木下建具

所在地： 福岡県大川市向島2071-3

連絡先： TEL:0944-86-4837
FAX:0944-86-4112

H P :
<http://www.kinoshita-tategu.com/>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・大川木工製品の寄木細工や組子細工等の建具技術と家具技術の両方を取り入れた、インテリア仏壇やペット用仏壇等の企画製作等を行う。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・通常の小型仏壇と比較し、「扉を閉めればインテリア、開ければ仏壇」というコンセプトでの商品開発により、主にマンション世帯向け商品として優位性がある。
- ・また、建具メーカーが仏壇等を作るため、建具技術を取り込んだ技術性の高い商品を作ることが出来るため、他の商品より競争力を有する。

◆市場性

- ・団塊世代の高齢化が進み、現代仏壇を含む都市型仏壇が仏壇市場の1/3以上を占めると見込まれているため、インテリア仏壇の需要拡大が期待できる。
- ・ペット葬儀や霊園サービス市場は成長過程にあり、ペット用仏壇についても将来的な需要があると見込んでいる。

◆販路

- ・インテリア仏壇は、仏壇店開催の内覧展示会やデパート等の催事に出展し、知名度を上げると共に、各仏壇店のOEM商品としての販売や、インターネット等を活用し販路を拡大する。
- ・ペット用仏壇は、メモリアルグッズ等を取り扱うペット専用火葬場等でPRし、販路開拓を進める。

地域資源における関係事業者との連携

- ・資材等は大川域内の事業者から調達すると共に、各種支援機関との調整・連絡のため、大川商工会議所と連携し事業を遂行する。



【 寄木細工技術を用いた
インテリア仏壇(試作品) 】

3類型	農林水産物	番号	2
地域資源名	あかもく	認定日	平成22年3月15日
地域	福岡県新宮町	所管省庁	農林水産省・経済産業省

事業名：特許技術によりアカモクから抽出したフコイダンとその加工品の開発及び販路開拓

会社名：株式会社アッキーフーズ

所在地：福岡県糟屋郡新宮町夜臼
6-7-1

連絡先：TEL:092-962-3176
FAX:092-962-3319

H P：
<http://www.rakuten.co.jp/akkifood>

事業概要(新たな活用の視点)

・「アカモク」から「フコイダン」を低コストで大量に抽出が出来る特許技術を活用し、加工品の原料として供給すると共に、関連した化粧品や機能性商品の開発及び販路開拓を行う。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・フコイダンは従来モズクから抽出されているが、同社は原料価格の低いアカモクを利用する他、従来方式と比較し低コストで約10倍の量産が可能な特許技術を所有しており、価格優位性がある。

◆市場性

・フコイダンを使用した製品の市場規模は、今後も拡大していくことが期待されており、同社独自技術によるフコイダンの低コスト化が実現すれば、市場ニーズも更に拡大していくと考えている。

◆販路

・フコイダンは医薬品・食品・化粧品等の原料として、メーカーへ供給する。
・また、健康と美容に関心の高い20代後半の女性を主たるターゲットとした石鹸、化粧品、食品等の加工品は、ドラッグストア等の小売店や卸売業者等への販売、インターネット等による直販も計画している。



【アカモク(原藻)】



【フコイダン石鹸(試作品)】

地域資源における関係事業者との連携

・アカモクの安定供給のため福岡県漁業協同組合連合会と連携する。
・国立大学法人九州大学との産学連携により、フコイダンを使用した商品の有用性を科学的に立証し、消費者からの信頼獲得や付加価値向上を目指す。

3類型	農林水産物・鉱工業品	番号	3
地域資源名	麦、焼酎、伊万里・有田焼	認定日	平成22年3月15日
地域	佐賀県有田町	所管省庁	財務省・農林水産省・経済産業省

事業名：新登録品種「煌二条」を原料に料理との相性が良い麦焼酎の開発と販路開拓

会社名：宗政酒造株式会社

所在地：佐賀県西松浦郡有田町戸矢乙
340-28

連絡先：TEL:0955-41-0020
FAX:0955-41-0021

H P：<http://www.nonnoko.com>

事業概要(新たな活用の視点)

・麦の新登録品種「煌二条」を原料に開発した本格麦焼酎を活用し、料理との相性が良い麦焼酎の開発と販路開拓を行うことで、「食事と一緒にお酒を楽しむ」新たな飲酒スタイルを提案する。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・「煌二条」は「食中酒」に適した焼酎づくりに活用するため開発された品種であり、醸造ノウハウは同社のみが保有している。
- ・従来品では存在しない精白度の麦を使用し商品開発を行うことや、(微)減圧蒸留及びセラミック貯蔵、長期低温発酵する製造方式は今まで取り組まれておらず、他の製品と差別化できる。

◆市場性

- ・本格焼酎は酒類市場で年々拡大していることに加え、飲酒スタイルは致酔飲料から、食事と一緒に楽しむ「食中酒」へと変化していると考えており、そのニーズに対応する商品開発を行うことで需要を創出・確保する。

◆販路

- ・業務用チャネルは大手卸業に加えて、各地の酒専門小売店を通じて展開すると共に直販チャネルも活用する予定。
- ・高級タイプの商品は、専門小売店を通じ高級料亭等への販路開拓を目指す。

地域資源における関係事業者との連携

- ・原材料安定供給等のため伊万里・有田地区の農業者と連携体制を築く。
- ・有田・伊万里焼の窯元及びセラミック製造業者とも需要開拓やパッケージ開発等で連携する。



【有田陶器入り
高級タイプ】



【高級タイプ】



【標準タイプ】

3類型	観光資源	番号	4
地域資源名	イルカの生息地、恐竜化石の発掘地	認定日	平成22年3月15日
地域	熊本県天草市	所管省庁	経済産業省・国土交通省

事業名：“専任ガイド付きイルカウォッチング”及び“化石発掘とイルカウォッチングをセットした体験プログラム”の開発と販路開拓

会社名： 有限会社入江商店

所在地： 熊本県天草市五和町二江
2745-1

連絡先： TEL:0969-33-0198
FAX:0969-33-1361

H P： <http://we.magma.jp/~iruka>

事業概要(新たな活用の視点)

・イルカウォッチングと化石発掘体験の専任ガイドを養成し、「専任ガイド付きイルカウォッチング」及び、御所浦化石発掘体験とイルカウォッチングをセットにした「専任ガイド付き天草エコ&ジオツーリズム体験」等の新たな体験プログラムを開発し、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

- ・天草イルカは狭い海域に約200頭も生息しており、かつ年間を通して軽装備、短時間で多くのイルカに遭遇出来る等、観光資源として優位性は高い。
- ・従来のイルカウォッチングは、「ただ船に乗って、そこにいるイルカを見せるだけ」の単なる観光であるが、本事業で開発する体験プログラムは、専任ガイドの解説などの新たな付加価値を加えた体験プログラムや化石発掘を組み合わせた新規性と独自性のある体験プログラムであるため、差別化される。

◆市場性

- ・物見遊山型からテーマ・体験型観光、知的好奇心を満たす旅へと観光客のニーズは変化していると共に、修学旅行においては、環境や体験学習ニーズが高まっている等、市場性は今後高まると考えている。

◆販路

- ・大都市圏市場での旅行商品化や修学旅行の誘致を図るため、大手旅行会社等との委託販売契約を促進する。
- ・鉄道会社や航空会社、バス会社等への販路開拓を行うと共に、ネット販売等も強化する。



【天草の内海定着型イルカ】



【イルカウォッチングの様子】

地域資源における関係事業者との連携

- ・天草市及び天草宝島観光協会、天草市商工会、長崎大水産学部、御所浦白亜紀資料館、地元海上タクシー業者、イルカウォッチング業者等と連携する。

3類型	農林水産物	番号	5
地域資源名	晩白柚	認定日	平成22年3月15日
地域	熊本県氷川町	所管省庁	農林水産省・経済産業省

事業名：未利用晩白柚を活用した商品の開発・販路開拓

会社名：有限会社氷川町まちづくり振興会 所在地：熊本県八代郡氷川町大野 875-3
連絡先：TEL:0965-53-5388 H P：
FAX:0965-53-5600 <http://www.michinoeki-ryuhoku.com/>

事業概要(新たな活用の視点)

・柑橘類で最も大きい晩白柚の、外皮・中綿・果肉に至るまで加工できる特徴を活かし、それぞれの特性を活かしたスイーツや菓子原料を製品化することで晩白柚の認知度向上と、ブランド構築に努めると共に、市場を拡大させる。



売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・晩白柚は他地域にはない特産物であり、晩白柚の特徴である、各部位の香りや独特の豊かな風味を活かしたスイーツと菓子原料には競争力がある。

◆市場性

・商品として美味しさだけでなく、高い評価を得ている晩白柚の香りや希少性の観点からも訴求力を有する。
・晩白柚のピューレや果汁等の菓子材料は新しい食材として注目されつつあり、食品メーカーからの引き合いもあるため、今後、市場性が拡大していくと予測している。

◆販路

・スイーツは主にお土産として、道の駅や高速道路SA、百貨店、空港、アンテナショップ等に加え、インターネットを活用した通販等を予定している。
・菓子材料は業務用として菓子メーカーを中心に販路開拓を行う。

地域資源における関係事業者との連携

・晩白柚の供給は、地域の農家及びJAやつしろ氷川支所と連携して取り組む。
・商品開発は熊本県産業技術センターと、商品評価については、熊本県中小企業団体中央会と連携して行う。

3類型	農林水産物・鉱工業品	番号	6
地域資源名	本場大島紬、屋久杉、さつまいも	認定日	平成22年3月15日
地域	鹿児島県鹿児島市	所管省庁	農林水産省・経済産業省

事業名：屋久杉染や紫芋染などによる明るい大島紬の製品化と、和・洋の商品開発及び販路開拓

会社名：窪田織物株式会社

所在地：鹿児島県鹿児島市東開町13-5

連絡先：TEL:099-254-5847
FAX:099-208-5858

H P：<http://kubota-ori.com/>

事業概要(新たな活用の視点)

・屋久杉の煮汁で糸染めする「屋久杉染」や、さつまいも(紫芋)の色素で色染した後に屋久杉煮汁でコーティングする「紫芋染」等の明るい大島紬、高度な技術力を要する15マルキ大島紬を活用し、新しいデザイン力のある着物や和装小物、洋装等の商品開発に取り組む。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・屋久杉染や紫芋染、15マルキの本場大島紬は、高度な技術力が要求されるため、簡単に真似できる技術ではなく、現在のところ鹿児島県内の他の織元では製造されていない。

◆市場性

・和服愛好家の存在や、和装でこそ雰囲気演出できる職種は確実に存在しており、一定の需要が見込める。
・また、着物文化は量から質へと変化しており、半歩先を行く斬新さと、うんちくが語れる商品等の市場は根強く存在していることから、新しい感性のデザインと明るい色合いの大島紬の市場性はあると考えている。

◆販路

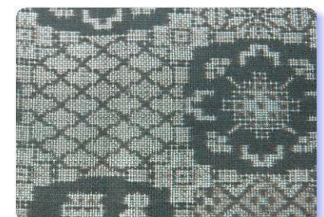
・着物愛好家や小売店等へは直接的なマーケティング戦略により、新たな販路開拓に取り組むと共に、展示会や百貨店等を活用し、販路開拓を行う。



【 屋久杉染 】



【 紫芋染 】



【 15マルキ大島紬 】

地域資源における関係事業者との連携

・鹿児島県熊毛郡屋久島町の染色用さつまいも生産農家から、原料紫芋の安定供給を受ける。
・鹿児島県大島紬技術指導センターや鹿児島県工業技術センターとは、染色や成分分析、堅牢度等の技術面で連携する。

3類型	醸工業品	番号	7
地域資源名	黒酢(天然壺づくり米酢)	認定日	平成22年3月15日
地域	鹿児島県霧島市	所管省庁	農林水産省・経済産業省

事業名：黒酢に果物を漬け込んだ「フルーツ黒酢」の開発・販路開拓

会社名：福山黒酢株式会社

所在地：鹿児島県霧島市福山町福山
2888

連絡先：TEL:099-218-8345
FAX:099-220-8546

H P：<http://www.kakuida.com/>

事業概要(新たな活用の視点)

・「黒酢」の商品開発技術を活用し、黒酢に直接果物を漬け込むことで果物の持つ“香り”と“甘み”をあわせ持つ、栄養成分が豊富な「フルーツ黒酢」を開発・販売する。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・生の果物を直接漬け込むことにより、黒酢の味わいと果物そのものの風味も味わうことが出来ると共に、当該商品は防腐剤を使用しない等、従来のフルーツビネガーと比較して優位性がある。

◆市場性

・黒酢飲料の市場規模は拡大しており、抗酸化力が明らかになったことで今後も市場拡大が見込める。
・近年の健康志向、低(ノン)アルコール志向の高まりにより、食前酢は食前酒の代替品としても十分期待できると考えている。

◆販路

・健康志向の高い中高年層をメインターゲットとして、同社“黒酢レストラン”や既存販路を活用する他、新たにデパートや高級スーパー、健康食品専門店、健康食品サイト等インターネットを活用した販路開拓を行う。
・また、食前酒に替わる食前酢としての活用を提案することにより、結婚式場やホテル、レストラン等での需要を開拓する。

地域資源における関係事業者との連携

・地元の生産者やJA等との連携を深めると共に、開発力の強化のため、鹿児島県工業技術センター、崇城大学薬学部、鹿児島商工会議所、財団法人かごしま産業支援センターとの連携を更に深める。

