

3類型	農林水産物	番号	8-22-001
地域資源名	いちご(あまおう)	認定日	平成22年10月5日
地域	福岡県大川市・大木町	所管省庁	農林水産省・経済産業省

事業名：博多あまおうを活用し、原料そのものを発酵させる飲用酢の開発と販路開拓

会社名：福岡大城農業協同組合
(共同申請者:株式会社庄分酢)

所在地：福岡県三潞郡大木町大字八町
牟田330

連絡先：TEL:0944-32-1300
FAX:0944-33-1662

H P：<http://www.jafooki.or.jp/>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・全国的に認知度の高い「博多あまおう」そのものを原料とし、あまおうの特徴である「赤い色」と「甘い香り」を生かすことの出来る独自の伝統醸造技術を活用した飲み易い「飲用酢」を開発し、国内外への販路開拓を行う。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・「博多あまおう」のみを主原料として醸造酢化する製法は同社以外に着手しておらず、製品のブランド力に優位性がある。
- ・「博多あまおう」の商標使用許諾を取得しており、類似商品よりも訴求力がある。

◆市場性

- ・飲用酢の効用等については認知度が高まっていると共に、消費者の関心は高く、今後も十分な市場性があると見込まれる。
- ・酢を飲むことに抵抗のある消費者へも、飲み易い当該商品のPRを行い需要開拓を行う。

◆販路

- ・女性をメインターゲットとして、JAや生協のネットワーク活用、青果市場等との連携により大手百貨店への販路開拓を行うことで、全国展開を図る。また、東南アジアでの販路開拓も計画している。

地域資源における関係事業者との連携

- ・博多あまおうの安定供給のため、生産者等との連携を強化する。
- ・製品開発については、共同申請者の(株)庄分酢に加え、機能性について福岡県工業技術センターとも連携して事業を遂行する。



【株式会社庄分酢】



【博多あまおう飲用酢】

3類型	釀工業品	番号	8-22-002
地域資源名	福岡の清酒	認定日	平成22年10月5日
地域	福岡県大川市	所管省庁	財務省・農林水産省・経済産業省

事業名：九州産を中心とした旬の果実のお酒ブランドの開発、販路開拓

会社名：若波酒造合名会社

所在地：福岡県大川市鐘ヶ江752

連絡先：TEL:0944-88-1225
FAX:0944-88-1226

H P：<http://www.wakanami.jp/>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・若年層を中心とした消費者向けに、福岡の清酒技術を活用した九州産中心「旬」の果実のリキュールのシリーズ化やブランド化に取り組む。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・ブランド力の高い九州産旬の果実を使用したお酒を、飲みやすい小容量で展開することや、それぞれのお酒を消費者の好みでミックスしたオリジナルカクテルを楽しむことも出来ること等により、他リキュール製品との差別化が可能となる。

◆市場性

- ・若年層は、手に取りやすいお酒を求めており、季節感と地域性にこだわった当該商品の訴求力はあると見込まれる。
- ・アルコール入門者におけるリキュール市場の拡大や、カクテル需要の増加傾向により販路開拓が見込まれる。

◆販路

- ・20代から30代のあまり清酒を飲まない層を主たるターゲットとして、お土産・贈答用としての需要開拓を行う。
- ・市販品として百貨店、地酒専門店や通信販売、ギフト等のチャネルを開拓し、また業務用としてはホテル、旅館等向けの和のカクテルベースを提案する。



【あまおうのお酒】

地域資源における関係事業者との連携

- ・原料果実の供給は九州各県の農家に加え、JA大城、JA福岡市との連携を図っている。
- ・事業計画の実行力を高めるため、各支援機関との調整役として、福岡県中小企業団体中央会との連携を行う。

3類型	鈹工業品	番号	8-22-003
地域資源名	島原手延そうめん	認定日	平成22年10月5日
地域	長崎県南島原市	所管省庁	農林水産省・経済産業省

事業名： 島原手延べそうめんの技術を活用し、高校生と取り組む新商品の開発と販路開拓

会社名： 株式会社山一

所在地： 長崎県南島原市布津町丙
1763-1

連絡先： TEL:0957-65-1110
FAX:0957-72-6887

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

事業概要(新たな活用の視点)

・季節にとらわれず、家庭で調理しやすい手延べそうめん関連商品を、地元高校生と企画・開発し、シリーズ化して販売する取組を実施する。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

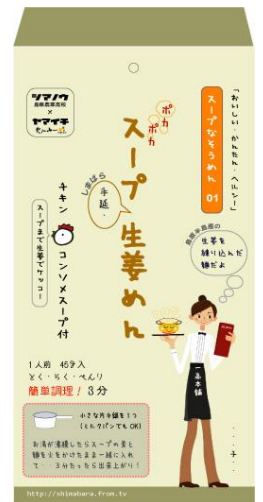
- ・インスタント麺感覚で調理でき、手延べそうめんの食感をそのまま残した商品の類似品はない。
- ・地元高校生が考えた商品企画をシリーズ化させることで、話題性も提供できる。

◆市場性

- ・乾麺は、即席麺や冷凍麺等と比較すると健康意識の高い消費者に支持が高い。
- ・健康意識の高い消費者を中心に、簡単に調理できる朝食向け等の食品として手延べそうめん関連商品を提案することで、需要開拓を行う。

◆販路

- ・百貨店等の既存販売チャネルにより一定の安定した需要が見込めると共に、自社店舗・ネット通販等を利用して販路開拓を行う。
- ・消費者へのPR活動として、試食会等イベントを福岡・東京で開催したり、全国区の商談会や見本市へ出展することで、量販バイヤー向けにも訴求を行う。



【スープ生姜めん】

地域資源における関係事業者との連携

- ・商品企画については、プロジェクト委員会を開催し、関係機関との連携を図っている。
- ・商品開発は、地元農業高等学校食品加工科の新2年生中心に毎年依頼し、プロジェクト委員会内で報告会等を実施し、連携を図っていく。

3類型	農林水産物・鉱工業品	番号	8-22-004
地域資源名	スギ、ヒノキ製品	認定日	平成22年10月5日
地域	宮崎県日南市	所管省庁	農林水産省・経済産業省

事業名： 餂肥杉と桧の「ハイブリッド集成材」と「韓屋キット」の生産及び韓国への輸出

会社名： 吉田産業合資会社

所在地： 宮崎県日南市南郷町榎原甲2091

連絡先： TEL:0987-74-1311
FAX:0987-74-1718

H P： <http://www.yoshidasangyo.net>

事業概要(新たな活用の視点)

・粘り強く軽量の餂肥杉と、強度高くきれいで香りの良いヒノキの特性を融合させた、ハイブリッド集成材を活用し、韓国の伝統家屋である韓屋(はんおく)の構造材をフルパッケージ化した「韓屋キット」を開発・輸出する。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・韓国の木材輸入先であるインドネシア、マレーシア等では軸組用の構造材は生産していない。
- ・CADで設計しプレカット技術でパッケージ化する事業において、他社には容易に追随できない技術を確立しており、質の高い商品と技術の提供が可能となる。

◆市場性

- ・近年、韓国の政府や自治体は公共施設の韓屋化を進めており、今後も需要が増えると予想される。
- ・個人住宅でも「韓屋団地」など戸建て韓屋を作る動きが広がっており、手頃な価格で高い性能を持つ韓屋を購入したいと思う消費者への販路開拓が見込める。

◆販路

- ・「韓屋キット」は、韓国内の商業施設、個人住宅などの顧客層をはじめ、一部公共施設等への販売を予定。
- ・餂肥杉とヒノキのハイブリッド集成材は、国内の大手住宅メーカー向けの販路開拓にも取り組む。

地域資源における関係事業者との連携

- ・韓国での販路開拓において、既に協力関係にある韓国の現地販売店等との連携を強化する。
- ・製造試験等では、宮崎県木材利用技術センター等と連携し事業を遂行する。

