



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2010 年 1 月 20 日発行

展示会・見本市レポート第46号

発行：全国商工会連合会

編集：(財)日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

エコプロダクツ2009 []

問い直せ、日本の力 [ソーシャルパワー元年]

会 期	2009年12月10日(木)～12日(土)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	産業環境管理協会、日本経済新聞社
後 援	経済産業省、環境省、文部科学省、国土交通省、農林水産省、日本経済団体連合会、経済同友会、日本商工会議所、東京商工会議所、NEDO、日本貿易振興機構、東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県
事務局	(http://www.eco-pro.com)
出展者数	未公表
小間数	未公表
小間料	(3m×3m)315,000円(税込み)
募集期間	2008年12月～2009年7月
来場者数	182,510名
出展業種	リサイクル機器・資材、バイオマス、省エネ機器、印刷、OA機器、洗剤、繊維、建設、建材、製紙・ダンボール、飲料・飲料缶、容器、自動車、タイヤ、自転車、化学、電力、石油、ガス、加工食品、日用雑貨、大学・教育機関 等
来場者の職業	企業経営者、企業購買・環境・製品・商品開発・社会貢献部門、地方自治体・官公庁の地域振興・購買・環境部門、消費者・学生、環境団体 等
次回開催予定	2010年12月9日(木)～11日(土) 東京ビッグサイト

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財)日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

時流商流

環境ビジネスへの関心高まる

今回で11回目を迎えた同展は、環境問題への関心の高まりを背景に、これまで以上の盛り上がりを見せた。来場者も18万人を超え、名実ともに日本最大の環境展として注目を浴びた。

環境展が他の展示会と異なるのは、出展者が食品、農業、繊維、製紙、バイオ、産業機器、エコカーまで、ほとんどの産業を網羅している。環境NPO・NGO、大学生の取り組みなど、社会性が極めて高い産学官連携の成果、太陽光発電・LED照明器具をはじめとする先端技術、アイデアに富んだ環境対応商品などが、大企業から小規模企業の製品まで一堂に会していることだ。



環境展はまさに将来を担う新規産業として、ビジネスチャンスの宝庫のような展示会といえよう。

小規模企業にも販路広げる機会提供

環境産業の特徴は、国際的な関心が高い分、機器類やエコグッズの開発競争も熾烈を極めてしていることだ。海外からの来場者数は明らかにされていないが、日本のメーカーとの技術提携や商談を希望する海外ビジネスマンが多数詰めかけたことは、想像に難くない。

海外企業には、日本の環境技術が世界のトップ水準にあるとの認識は高く、日本で環境技術の現状を見聞することは、ビジネスをするうえで必要不可欠な条件なのだ。

また、日本の中小・小規模企業にとっても、国内に環境関連商品の販路を広げる絶好の機会でもある。費用対効果の面でも、出展にチャレンジする価値はあるように思う。



次頁からは、本展示会の中でもユニークな取り組みを行っている地域のブースを紹介する。

ブース細見

建築用ボードから養豚場などの新規市場開拓

出 展 目 的 : 新規市場の開拓

代表商品の価格: 廃材再生ボード「エコプライ」(180cm × 600cm × 1.2cm)
= 約1,000円(税別)

千葉県木更津市の東京木工所(<http://www.tokynomokko.co.jp>)は、廃材再生ボード「エコプライ」の新規市場を開拓。

コンクリートパネルの卸業をしていたが、5年前に民間の研究機関と提携して廃材再生ボードを商品化した。ボードは解体家屋から発生する廃材などの木くずを40%、廃プラスチックを60%混合したもの。

ペットボトルのキャップを溶かして使っているので、腐りにくく遮音性が高いほか、耐水性、断熱性に優れている。コンクリート型枠用ボードが主な市場だが、家具、倉庫、体育館や養豚場などの分野の市場を開拓する。

同展へは4回目の出展となる。



建築・舗装用レンガの関東市場強化

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 「積レンガ フルボックス」(1個) = 380円(税別)

福岡県久留米市の荒木窯業(<http://www.ay-renga.co.jp>)は、リサイクルの効く建築・舗装用レンガの関東市場の販売を強化する。

今年で創業90周年を迎えた同社は、レンガの製造・販売一筋に事業を行ってきた。扱う商品が保水・透水レンガ、光触媒による浄化レンガ、リサイクルレンガなど、環境に寄与する建材が多いため、展示会ではこの点を強調して販路を開拓。レンガの用途は舗装、公園、マンション向け建材などが中心。

展示会には、福岡県が推薦した3社のうちの1社として初めて出展した。

リサイクルが容易なスチール缶市場を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「携帯用キティ缶」= 1,050円(税込み)

千葉県印西市の江東堂高橋製作所 (<http://www.kotodo-can.co.jp>) は、茶缶・海苔缶などスチール缶の市場を開拓。

1922年創業のスチール缶専門メーカー。手作りにこだわり、容器に様々な装飾を施していることから、インテリアのほか贈答・飾り物・記念品・結婚祝など、多目的な容器として市場が拡大しているという。

とくにスチール缶は、リサイクル可能な容器として他の素材の容器に比べ、再商品化の費用がかからない 回収する際に選別し易い 省エネ性に優れているなどの特徴がある。

販売方法は代理店、ネット通販、直販の3ルートを使い、お茶の小売店、雑貨店などで販売する。



不織布のタオルなどホテル備品をPR

出 展 目 的 : PR

代表商品の価格:「不織布巾着」(大:250mm×280mm) = 単価100円(税別)

東京・墨田区の三和 (<http://shop.sanwa-inc.jp>) は、不織布のタオルやスリッパ、歯ブラシ、木製ハンガーなど、ホテル備品(アメニティグッズ)の販路を開拓。

同社は1996年に設立。不織布・コットン素材の製品やプラスチックを素材としたホテルの客室用備品を、中国の自社工場で生産。国内で10数社の代理店を通して全国のホテルに販売している。

出展目的は不織布製品のPR。毎年、ギフト・ショー、ホテルスジャパンなどの展示会に積極的に出展する。

「来場者の反応はいいです」(宗方秀樹営業第2課課長)という。