



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 22 日発行

展示会・見本市レポート第48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[Ⅲ]

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)	
小間料	(3m×3m)315,000円(税込み)	
来場者数	182,510名	
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

◆ ブース細見 ◆

世界初のスパイラル円柱翼の風車PR

★出 展 目 的 : PR

★代表商品の価格:「スパイラル マグナス風車」(本体)=2,000万円弱(税別)

秋田県潟上市のMECARO (<http://www.mecaro.jp>) は、プロペラ型風車に比べ4倍の揚力のある世界初の風力発電用「スパイラル円柱翼風車」(国内外特許取得)をPR。

半導体装置の機械加工会社だったが、半導体の需要が不安定だったため2004年に発電用風車に参入した。ドイツのマグナス博士が約150年前に構築した理論を応用し実用化した。

秋田県、東京大学などとの産学官連携で開発。風を効率よく捉え、音が小さく、立地上の成約も少ないなど、環境に優しい風車であることが特徴。直径11m50cmから16mの中型サイズの市場を狙っている。秋田県2基、愛知県1基の納入実績に続き、2010年3月に米国と岩手県に納入。



従来の2倍以上の輝度持つ蓄光品PR

★出 展 目 的 : PR

★代表商品の価格:「エコほたる」(1個)=2,000円(税別)

長崎県東彼杵郡の筒山太一窯 (<http://www.taichigama.com>) は、地下街、地下鉄などでの誘導に使うセラミック製蓄光製品「エコほたる」をPR。

長崎の「波佐見焼」の製造・販売と並行して、2002年に茶碗の絵柄に使うため「光るファンタジーシリーズ」の研究開発に着手。「長崎県窯業技術センター」の支援を受けて、2008年に蓄光式の避難誘導用「エコほたる」を商品化した。

従来の樹脂製品に比べ、10時間経っても2倍以上の輝度を保ち、中時間の使用が可能という。現在、コストの安い顔料の量産技術を開発中。関西地区で公共施設向けに販売。将来は東京市場にも進出する計画。

幼児向け手作り木製教材を全国販売へ

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「ジグソーパズル」(台座込み)=1,575円(税込み)

北海道赤平市の**武藤工業** (<http://www14.plala.or.jp/mutouco/index.html>) は、ジグソーパズルなど**幼稚園児向けの木製教材**の販路を開拓。

2009年に創業100年を迎えた同社は、売り上げの80%を占めるゼネコンの下請として、ドア、障子などの建具や家具を製作してきた。しかし、仕事量が減少してきたため、約3年前から新規事業として「木のぬくもりを暮らしに」を合言葉に、ジグソーパズル、フライパンなどのママゴト遊び道具など、約20種類の幼稚園児向け教材を商品化。2009年からはマグネット入りキューブを発売した。

木工製品はすべて家具職人約20人による手作り。北海道を中心にネット通販による直販が営業手段。将来は、教材メーカーとタイアップして、全国販売することも検討している。



モミガラの固形化装置と代替燃料売り出す

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「グランドミル」=550万円(税別)

広島県尾道市の**トロムソ** (<http://www.tromso.co.jp/>) は、**モミガラ**をすり潰して固形の燃料にする**装置「グランドミル」**とモミガラの**固形燃料「モミガライト」**の販路を開拓。

同社はグランドミル開発のため、1995年に設立した環境ベンチャー企業。モミガラは畜産農家で糞尿処理に使われる程度で、処分方法が農家の悩みの種でもある。装置ですり潰したモミガラは、育苗用人口培養土として活用できる。さらに固形化すると、薪ストーブやバーベキューの燃料、ビニールハウスの暖房用補助燃料など幅広い用途がある。

2008年から代理店方式で北海道、青森、山形、広島など10数地域で販売。展示会は「ひろしま産業振興機構」の出展支援制度を利用した。

コラーゲン含むサメの具材をPR

★出 展 目 的 :PR

★代表商品の価格:「New コラーゲンボール」(500g)=840円(税込み)

東京・江東区の中華・高橋 (<http://www.fukahire.com>) は、サメの筋肉を食材にしたスープ・ナベの具材「New コラーゲンボール」をPR。

同社は約50年前に中華料理店向け具材の卸会社として創業。同商品は、サメの筋肉にコラーゲンが多く含まれていることに着目。東京農工大の野村義弘准教授との共同研究で商品化した。2009年夏から発売。

新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)の助成を受けて、サメの軟らかい肉質を活用した高齢者向け食材や化粧品など、ヘルシーで美容にも効果のある商品を開発中。

海洋資源の有効活用、水産物のゼロエミッション(廃棄物ゼロ)にも寄与すると同社では見ている。



種子島特産の「安納いも」を農協がPR

★出 展 目 的 :関東市場の開拓

★代表商品の価格:「安納いも」(1袋・500g)=2,700円(税込み)

鹿児島県西之表市の種子屋久農業協同組合(電話0997-22-1211)は、種子島産の芋の関東市場開拓のため出展。

ロケット基地で有名な種子島は、1960年代には人口5万人以上だったが、今では人口3万人にまで過疎化が進んでいる。商品名「安納いも」と「種子島紫いも」は、砂糖きび、でんぷん・醤油の原料の芋とともに、同島の3大農産物の一つ。地域振興の期待を背負った地域資源なのである。

協同組合の参加農家は約400戸。合計500haの農地で栽培している。鹿児島経済連合会を通して九州と関西地域で販売。現在、関東市場を開拓中だ。

同展への出展は2回目。