



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 25 日発行

展示会・見本市レポート第50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)
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

バイオマス繊維のネクタイなどPR

出 展 目 的 : PR

代表商品の価格:「バイオマス繊維ネクタイ」(バナナ繊維・1本) = 3,000円(税別)

東京・千代田区の成和 (<http://www.seiwa-nw.com>) は、バイオマス繊維を素材にしたネクタイなど「ECOネックウェア」をPR。

ECOネックウェアは、大豆を原料にしたバイオマス繊維、バナナなどの未利用繊維、有機農法で栽培した綿のオーガニック繊維などを素材に、ネクタイ、ストール、蝶タイ、リボんタイ、ネックチーフに加工したもの。ネクタイ1本で30kg分のCO₂削減に貢献できるという。

地球環境保護に貢献しようと、エコプロダクツ2009開催日の半年前から開発に着手していた。エコロジー応援グッズとして、企業のエコ事業部などに購入を勧めている。



ヘルメットの汗を吸収するパッドの販路開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:ヘルメット用「びっ汗・クール」(ヘルメット本体とのセット) = 2,200円
(税別)

福岡県田川郡の原正商会 (<http://www.haramasa-syokai.com>) は、ヘルメット使用時の汗を吸収する竹繊維を原料にしたパッドの販路を開拓。

原田正巳社長が地元でバスの運転手時代の経験で、帽子の汗を吸収する商品のアイデアが浮かび、2009年4月に起業した。ヘルメットなどの帽子の内側に取り付けるもので、主な素材は竹繊維。汗を吸収し、消臭・抗菌性にも優れているという。

消防署・自衛隊・警察署などに採用を働きかけるとともに、展示即売会などの機会を利用して販売していく予定。

和紙の「ヨシ紙」通じ環境保護アピール

出 展 目 的 :ヨシ紙の普及・啓蒙

代表商品の価格:ヨシ紙の「レターセット」(便箋5枚・封筒3袋・ハガキ2枚)
= 300円(税別)

福岡県越前市の山田兄弟製紙 (<http://www.yamada-keitei.com>) は、大阪・淀川のヨシを原料にした和紙「ヨシ紙」をPR。

同社は、創業120年の和紙を中心とする製紙会社。和紙の高級紙であるヨシ紙は、長期的な需要減が続いてきた。8年ほど前から丈夫な紙質が見直され、OA用紙や名刺に使われるようになり、徐々に市場が広がっていた。

しかし、2009年1月から紙の株券が廃止されたことから、需要が激減。淀川のヨシ原も焼却されるようになり、環境破壊を招いているという。同社によると、ヨシ原は河川の流域に生息する生物を守る環境に優しい植物でもある。ヨシ紙1枚で河川の水の約60リッターを浄化できると、同社では試算している。



バイオマスボトルを事業の柱に販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:バイオマスプラスチック製「エコボトル」= 受注生産

千葉県市川市の平和化学工業所 (<http://www.heiwakagaku.com>) は、植物樹脂を原料にした「バイオマスボトル」の販路を開拓。

同社は、設立50年のプラスチック容器メーカー。加工ガラスの卸で出発し、プラスチック成形に移った。約20年前から環境問題と取り組み、トウモロコシを原料にしたプラスチックと出会う。

独自にバイオマスボトルの商品化を目指し、最大の課題だった耐熱性の問題を克服、2009年夏に発売した。同社のプラスチック容器の主要ユーザーは、約7割が化粧品、食品、医薬品会社。

今後、バイオマスプラスチックをメイン商品として販売に力を入れる。

健康に役立つ独自開発の「黒味噌」売り込む

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 「ともさの黒味噌」(500g) = 2,300円(税別)

山梨県北杜市のともさ農場(<http://www.tomosa.com>)は、自社農場で栽培した黒大豆を原料にした「黒味噌」の販路を開拓。

同社は、流通量が少なく、幻の米といわれる高級品種「農林48号」の生産農家。無農薬農業にこだわる同社が、黒味噌の商品化に着手したのは2008年。山梨県から「地域資源活用プログラム」に指定されてから。

原料の黒大豆は、地元の家畜堆肥を使って栽培。麹菌は「農林48号」とポリフェノールが多く含まれる黒米「朝柴」を使用し、独自開発した製法で麹菌付けした。血液中の抗酸化作用で老化防止に役立つという。

環境に優しい農場での栽培と、健康・安心・安全な黒味噌の提供をキャッチフレーズに、百貨店を中心に販路開拓中。



浄化槽用シーディング剤を商品化

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 浄化槽用固形シーディング剤「イグアスEX」(1箱・100個)
= 30,000円(税別)

北海道日高郡の静内衛生社(<http://www.citic.co.jp>)は、家畜の排泄物を発酵させて固形化した浄化槽用シーディング剤の販路を開拓。

同製品は、家畜の排泄物に含まれる有用なバクテリア菌は、これまで1~2種類に過ぎなかった。同社では独自技術で分解能力を持つ50種類以上の有用なバクテリア菌に培養することに成功。浄化槽の汚泥処理の固形にして商品化した。

これまで堆肥にするしか用途のなかった家畜の糞尿の活用範囲を、飛躍的に向上させた。従来の粉体の浄化剤と異なり、固形化したことで取り扱いが容易という。家庭の下水道・浄化槽やお風呂の排水中に固形剤が流れにくいなどの特徴がある。