



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 2 月 17 日発行

展示会・見本市レポート第 55 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

ベンチャーフェア Japan 2010

会 期	2010年2月2日(火)～4日(木)
会 場	東京国際フォーラム
主 催	中小企業基盤整備機構
後 援	経済産業省中小企業庁、都道府県等中小企業支援センター、日本商工会議所、全国商工会連合会、全国中小企業団体中央会、日本政策金融公庫、商工組合中央金庫、産業技術総合研究所、新エネルギー・産業技術総合開発機構、理化学研究所、科学技術振興機構、日本ニュービジネス協議会連合会、日本ベンチャーキャピタル協会、日本専門新聞協会
事務局	(http://www.smrj.go.jp)
出展者数	196社
小 間 数	209小間
小 間 料	(2.5m×2.5m) 52,500円(税込み)
募集期間	2009年7月上旬～7月末
来場者数	29,610名
出展業種	医療・福祉関連、生活文化関連、通信情報関連、新製造技術関連、流通・物流関連、環境関連、海洋関連、都市整備、住宅関連 等
来場者の職業	メーカー、商社、金融機関、ベンチャーキャピタル、会社員、学生、主婦、シンクタンク、研究者、中小企業支援機関等の役職員 等
次回開催予定	未定

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

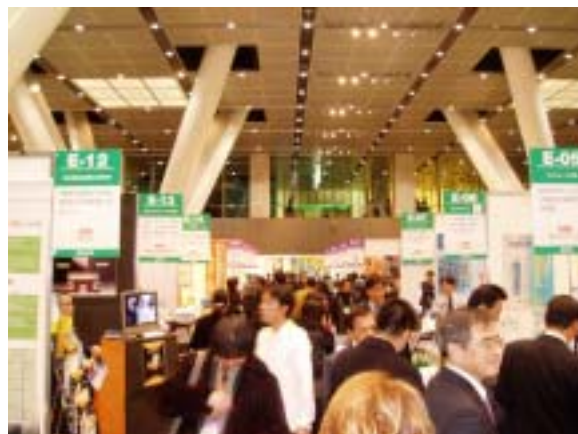
時流商流

ベンチャー企業への投資促がす

今回で12回目の開催となった同展は、長期化する景気低迷を踏まえ、従来と違ったコンセプトを鮮明にしたのが最大の特徴である。これまでのフェアは、起業家が開発した製品の販売先や販売代理店とのマッチングに主眼が置かれていた。しかし、今回はベンチャー企業への投資促進など、資金調達が展示会の主要テーマとなった。

ベンチャー企業を取り巻く経営環境は、2008年9月のリーマン・ショック以降、一段と厳しさを増している。不況に伴うビジネスチャンスの減少に加えて、ベンチャー企業に対する投資減が一層、経営基盤を悪化させているのだ。

こうした危機感から、フェアで初めて「中小企業と投資家・証券市場の連携」を基本コンセプトにしたのである。



エンジェル税制の活用方法も紹介

展示会では「起業家スピリット」をテーマとした記念シンポジウムに加え、投資促進と資金調達に関するプレゼンテーションおよびセミナーの開催に重点が置かれた。具体的には、初日に東京証券取引所「マザーズ」、大阪証券取引所「ヘラクレス」、札幌証券取引所「アンビシャス」など全国6つの新興証券取引所が注目のベンチャー企業を紹介し、広く投資を呼びかけた。

2日目には「ベンチャーキャピタルからの資金調達を通じた企業成長」をテーマに、ベンチャー企業のトップがベンチャーキャピタルとの付き合い方を紹介。また、セミナーで政策面から「エンジェル税制を活用した資金調達」が紹介された。

展示会には全国から200社が出展し、行政機関が講じる支援策への理解を深めると同時に、販路開拓に手応えを感じていた様子だった。

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

覗き見防いだ洗濯物干しカバー

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: バッグ型洗濯物干カバー「カバール」= 1,980円(税込み)

福岡県小郡市の池田設計・企画 (<http://www.ikedasekai.com>) は、テレビ局への放映依頼など独自の広報活動でバッグ型洗濯物干カバー「カバール」の販路を開拓。

血圧計などの医療設計やドアストッパーなどの設計を請負う自営業者。「ユーザーと直接結びついた商品を開発し、脱着請を回ろうと商品化した」(池田孝治代表) のが、外部から下着などが覗き見されることなく干せる洗濯物干カバー。2010年4月の本格販売に先立ち、NHKと民放局に手紙で売り込み放映に成功する。

展示会には、パナソニックに勤務していた時代の技術者仲間の会社「アイクオーク」のブースを間借りして出展、東京の商社を通じ量販店での販売を目指している。2年後を目標に法人化する計画だ。



顧客に直接品質を伝える直販を重視

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格: 「茸塩」(100g) = 1,260円(税込み)

徳島市の丸浅苑 (<http://www.marusaen.com>) は、椎茸と天然調味料の販路を開拓。椎茸の生産量全国一の徳島県で、高品質の椎茸栽培にこだわる。味の濃い「農熟茸」、椎茸を原料にした調味料、2009年から限定販売を始めた小粒の「ちいたけ」が椎茸事業の3本柱。

「お客様に品質を直接伝えたいので、直販に力を入れています」と、農林水産省認定のキノコアドバイザー兼日本調味料ジュニアマイスターである湯浅明男社長は同社の販売理念を強調する。椎茸の新しい栽培方法と加工方法にチャレンジし、同展への出展は今回が3回目となる。

吸水性ポリマー使用の緑化製品の代理店募集

出 展 目 的 :代理店募集

代表商品の価格:「壁面緑化パネル」(400 mm × 400 mm) = 12,000円(税別)

京都市のアイ・イー・ジェー (<http://www.iej.co.jp>) は、屋上・壁面緑化システムの代理店募集のため出展。

ポリマーの吸水性を活かした緑化製品を事業化するため、3年前にプラスチック原料メーカーから独立し設立したベンチャー企業。観葉植物が根付くことのできる植物生育用ポリマー使用の壁面緑化パネルを商品化した。2009年には芝の育成向けに軽量で保水性のあるモミガラと、吸水性ポリマーを原料にした植生用保水マットを開発し、屋上や駐車場のマットとして発売した。

代理店の京阪神グリーンを通して関西地域ですでに販売しており、ハウスメーカー、造園業、ホームセンターなど、関東地域の販路開拓に力を入れていく。



第2の人生祝う「門出そば」の販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:「門出そば」(1箱・5束入り) = 3,000円(税込み)

三重県四日市市のマイクロアイセブン(電話059-321-4032)は、贈答用のそば「門出そば」の販路を開拓。

工作機械メーカーの技術者だった小林光生代表が早期退職後にわずらった脳溢血から回復したのが事業を立ち上げたキッカケ。

第2の人生を歩む門出にしようと、2000年に紅白の「門出そば」を商品化した。

紅色のそばは、和歌山県特産の南高梅を混ぜて色出しし、素材のそばは会津産のそばを使用した。製法の難しい梅入りそばの商品化は珍しい。

2009年春にはお供え用の「御霊そば」を発売。

大阪と名古屋で開催される展示会を活用して直販してきたが、東京で開催されたフェアへの出展を機に東京市場を本格的に開拓する。