



ヒラメキをカタチに!

新たな一歩を踏み出した 12 社の挑戦ストーリー

成果事例集

令和 6 年度 新かがわ中小企業応援ファンド等事業

香川の中小企業から生まれた
取り組みと新商品 **12** 事例



〒761-0301
高松市林町 2217-15 香川産業頭脳化センタービル 2 階
総務部 ファンド事業推進課

TEL 087-868-9903

FAX 087-869-3710

URL <https://www.kagawa-isf.jp/>

(発行: 令和6年12月)



発刊にあたって

公益財団法人かがわ産業支援財団では、平成29年度に造成した総額118.5億円の「新かがわ中小企業応援ファンド」などを活用し、県内の中小企業者等に対し、研究開発から販路開拓、人材育成までの総合的な支援を行っています。

この度、新かがわ中小企業応援ファンド等事業を活用した数多くの事例の中から、優れた成果を挙げた、又は今後の成果が期待される事例を支援メニューごとに広く紹介するため本事例集を作成いたしました。

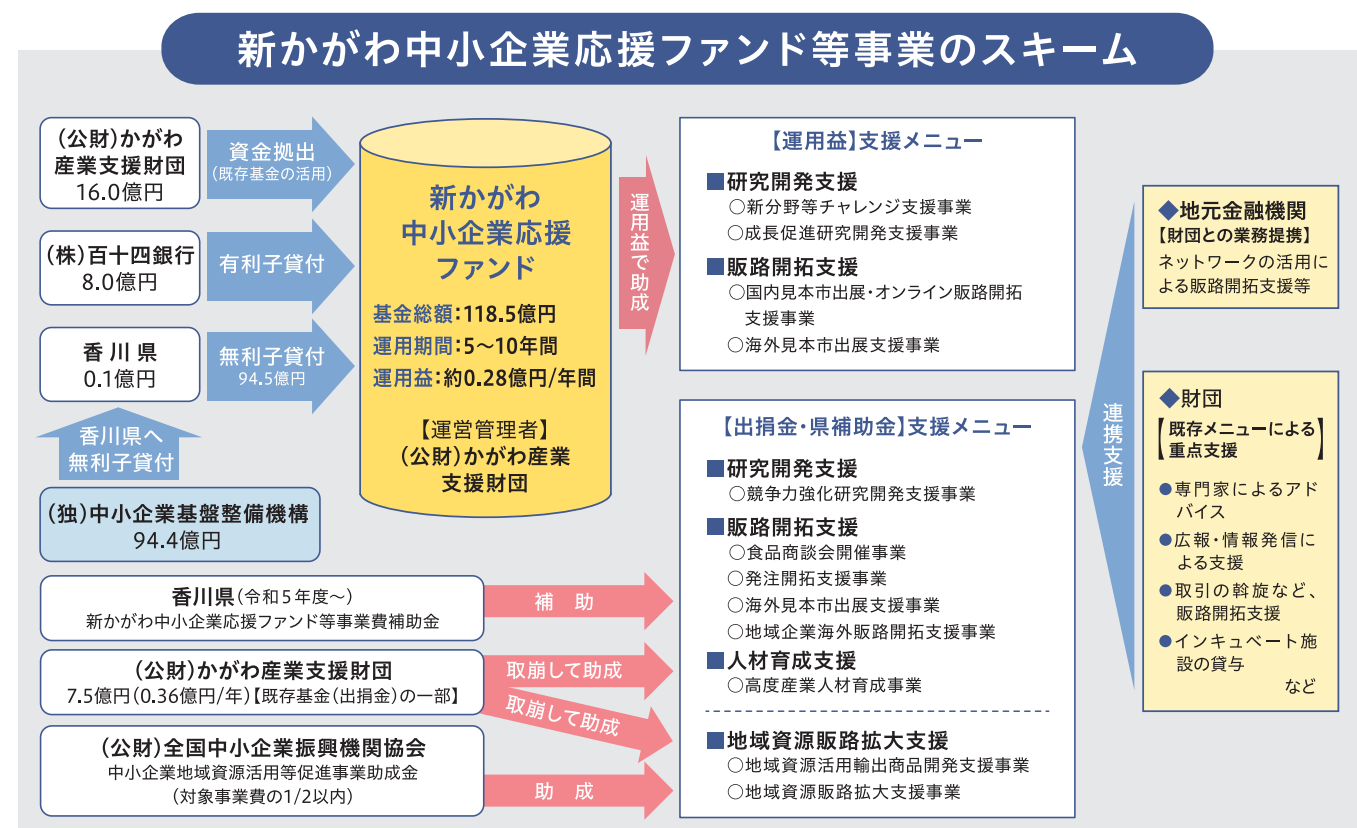
今後、新たな分野への進出や新商品の開発等を御検討の中小企業者のほか、関係機関の皆様にご覧いただき、今後の事業展開等の御参考となれば幸いです。

目次

令和6年度 支援メニューの概要	1
新分野等チャレンジ支援事業	
1 事業テーマ 庵治石を再活用したアーティスティック香炉の開発	株式会社一 2・3
2 事業テーマ 和田邦坊デザイン×伝統工芸のリバイバルプロダクト開発	株式会社tao. 4・5
競争力強化研究開発支援事業	
3 事業テーマ 義肢装具業界向け「見える化装具製作予定システム」の研究開発	ケイ・タス株式会社 6・7
4 事業テーマ 建設現場用量産型重量物運搬ロボットの開発	建ロボテック株式会社 8・9
5 事業テーマ 服部水産新ブランド魚研究開発及びブランディング	服部水産有限会社 10・11
創業ベンチャー支援事業	
6 事業テーマ 健康産業向けエビデンスビジネスの確立	一般社団法人香川県運動推進協会 12・13
農商工連携支援事業	
7 事業テーマ 県産木「100%メイドイン讃岐プロジェクト」の実証	香川県家具商工業協同組合 14・15
地域資源ブランド化・販路拡大支援事業	
8 事業テーマ 自社生産の桑の実を活用した健康食品の開発・製造・販売	松熊工業株式会社 16・17
9 事業テーマ 香川県産オリーブ葉を使用した商品開発とブランド強化事業	三豊オリーブ株式会社 18・19
withコロナ対応支援事業（商品・技術開発枠）	
10 事業テーマ 食品加工業の弊社がSDGs宣言で社会に貢献できること	株式会社八栗 20・21
国内見本市出展・オンライン販路開拓支援事業	
11 事業テーマ 第34回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2023出展事業	銀四郎麺業株式会社 22
海外見本市出展支援事業	
12 事業テーマ 初生雛雌雄鑑別AIシステムのPoultry India 出展	有限会社電マーク 23
新かがわ中小企業応援ファンド等事業 採択事業一覧〔令和4年度及び令和5年度〕	24・25

令和6年度 支援メニューの概要

支援メニュー	対象事業	助成率	助成上限額
1 新分野等チャレンジ支援事業	新分野進出等のための商品・技術の開発、試作品作成、実証試験、可能性評価など	2/3 以内	200 万円
2 競争力強化研究開発支援事業	一般枠 付加価値の高い新製品の製品化や新技術の確立のための研究開発など 農商工枠 香川県産の農林水産物を原材料に使用した付加価値の高い新商品の開発など	2/3 以内	300 万円
3 成長促進研究開発支援事業	中長期の研究開発期間を要し、競合他社と異なる新たな価値を創造する革新的な技術や製品の研究開発など	2/3 以内	500 万円
4 地域資源活用輸出商品開発支援事業	地域の資源を活用した自社の海外市場向け輸出商品の開発など	2/3 以内	200 万円
5 国内見本市・オンライン販路開拓支援事業	国内見本市・WEB見本市等への出展、ECサイトやオンライン商談システムの構築等による販路開拓	10/10 以内	30 万円
6 海外見本市出展支援事業	海外で開催される見本市等への出展	10/10 以内	80 万円



香川にまつわるストーリーを「香り」を通して現代風に表現



事業のきっかけと背景

お香に縁のある香川ならではの商品づくり

仏壇仏具を扱う老舗に生まれた岩佐一史氏は、三代目である祖父から、寺院の歴史を後世につなぐ大切さを教わってきた。祖父のたくお香にも親しみ、「伽羅」の香りの奥深さを幼心に感じていたという。大学では仏教学を専攻。そこでの学びや友人の死などの経験から、岩佐氏は人の生きた証や記録を伝える方法として、「香り」が身近な入り口になるのではと気づく。長い歴史と多くの情報量を持つ「お香」を切り口に情報発信しようと、岩佐氏の祖父の代の社員で、岩佐氏を子どもの頃から見守ってきた戸田啓喜氏とともに、2020年に株式会社一を立ち上げた。

本来のお香は漢方の原料となる薬草を組み合わせ、香り^{ごう}を調合して作成する。その技術を「合香の術」といい、

作り手は「合香師^{ごうこうし}」と呼ばれていた。岩佐氏はそれに倣い、起業と同時に自らを合香師と名乗るように。土地の歴史を調べ、ゆかりのものを加えて香りに仕上げるお香事業を開始した。香川の県名は、現在の根来寺付近にあった香木の「香」りが「川」に沿って流れてきたという由来を持つとも言われる。お香に縁のある土地だと知ってから、「香川ならではの香を作りたい」とずっと思いを温めていた。

県の特産品である庵治石は、墓石などに使われる石材の中でも最高級品。源平合戦の地で弘法大師空海とも関係が深い霊山・五剣山から産出される。仏具修繕・製造事業を担当する戸田氏は、庵治や牟礼の石材屋と話をする中で、庵治石の持つストーリーや高価ゆえの取り扱いの難しさを知る。そ

して思い立ったのが、墓石を削った後に出る端材を再利用した商品開発だ。和洋問わず、現代の生活空間に身近に置ける香炉にしてはどうか。岩佐氏が古文書から再現した、灰が落ちずにくると巻く灰巻香を組み合わせたら一。そこでお香は岩佐氏が、香炉は戸田氏が担当し、同時に開発を進めることになった。



代表取締役 合香師 戸田啓喜氏▶

株式会社一

会社概要

所在地 さぬき市志度4370-4
電話 080-2379-9535
URL <https://1-ichi.net/>



事業化のポイント

商品のストーリー性が顧客を引きつけるきっかけに

灰巻香はもともと20分タイプだったが、問い合わせの多かった長時間タイプの作成に挑戦。さまざまな太さを作っては試し、灰が落ちる位置を見定めて長さを検討した。灰巻香に加えたのは、香川県を象徴するオリーブの葉の粉末とクスの樹脂。香りの苦味を抑えるために、白檀や花の香料を加えた。オリーブを加えたがために灰が巻かなくなることもあり、調合比率の調整は難航を極めた。部屋が煙まみれになるほど研究を重ねること1年以上。瀬戸内海をイメージしたさわやかな香りの楽しめる、50分タイプの灰巻香が誕生した。

香炉は当初、一つの形状を量産しようと考えていたが、端材は形・色・風合いがそれぞれ異なるうえ、庵治石の極めて硬い石質が細かい加工を難しくさせた。そこで、形の違いを生

かした一点ものにしようと発想を転換。通常の石材加工では行わない穴あけ作業を、端材に合わせた位置、傾きで行い、一つ一つ手作りする事で特別感を演出した。商品名には庵治石のルーツである「五剣山」の名を拝借した。

商品の本質を深く理解してくれる客層を得るため、出品する展示会にもこだわった。当初の予定を繰り下げて出展したのは、マスコミや芸能関係者が対象の、厳選された商品だけが集まる「クリエーション・アムール展」。パワーストーンブームのおかげで庵治石に注目が集まったのに加え、表面の「斑^ふ」と呼ばれる模様が持つ源平合戦で有名な屋島の桜の花びらが降り積もって

できた」というストーリーは客の関心を引き、多くの購入希望者が現れた。灰巻香の技術と歴史もバイヤーに響き、大手自動車メーカーとの商談がその日に成立。その後も口コミで話題になり、活動の幅が一気に広がった。東京のショップとコラボしたオリジナルお香や、愛媛県の手漉き和紙職人とともにお香を練り込んだ和紙を開発するなど、今までとは想像のつかない業種から問い合わせをもらうまでに至っている。



▲お香の作成には、漢方の原料となる薬草を5種類以上使用

今後の事業展開

活躍の場を広げ、歴史を今に伝える

県内では四国霊場の出釈迦寺と金倉寺に、それぞれの寺院にまつわる香りのお香を製作。その場所に行った思い出を香りとともに持ち帰ってほしい、という岩佐氏の思いが込められている。どちらもリピーターの多い人気商品だ。同社の商品を取り扱う店舗は、岩佐氏のお香講習を受けたうえで、お客さまに商品説明ができる場所に限定。実店舗のほか、一部商品は自社ECサイトで販売している。

ゼロから始めた事業は、5年目の今、やっと軌道に乗ってきた。お香の開発はもちろん、海外に向けた講習会

の開催や、香りを使った癒しの空間づくりという新しい取り組みも始めている。「香りと記憶は密接につながっているもの。これからも特産品や場所を生かした『記憶に残る香りづくり』にチャレンジしていきたい」と話す岩佐氏と戸田氏。「香り」という表現を携えた二人は、歴史をひも解き、時代に合わせた形に変え、現代に発信し続けている。



▼企業やショップとコラボして制作した商品の数々

新商品にかける熱き想い

商品開発をきっかけに、さまざまな企業と思いがけないご縁がたくさんできました。お香を作る技術は今や、世界中見渡しても日本にしか残っていない独自の文化。今後も香りを通して、歴史の奥深さや人の生きた証を表現していけたらと思います。

代表取締役社長
合香師
岩佐 一史氏



和田邦坊作・幻の人形復刻で 伝統工芸をより身近な存在へ



事業のきっかけと背景

取材で出会った人形を伝統工芸の技で復刻したい

株式会社tao.は、「モノ・ヒト・コトをデザインする」をコンセプトに、さまざまな媒体のデザインプロデュースをはじめ、編集・出版、商品企画～販売など幅広い事業を手掛けている。中でも、香川の伝統工芸のほか毎号異なるテーマで企画・発信する雑誌「IKUNAS」は、同社の核とも言える事業の一つ。約10年前の取材時に、IKUNAS編集部が出会ったのが「おとぼけ人形」だ。

いっかんぱり
一閑張の伝統工芸士・宇野雄三氏の工房の片隅に並んだユニークな人形。張子とも異なるこの人形が何なのか宇野氏に尋ねると、香川を代表するマルチクリエイター・和田邦坊と開発したものだという。全10種で特製の箱とパンフレットまで制作済み。量産できる態勢を整えていたものの諸事情で販売に至らず、幻の商品になったことが判明した。「このストレスの多い世

の中で、とぼけた顔の人形を見て明るい気持ちになってほしい…」パンフレットに込められた邦坊のメッセージを見て、まさに今の時代にぴったりだと思った編集部のメンバーは、おとぼけ人形の復刻を考えるように。

同じ頃、取材などで訪れる

伝統工芸職人の後継者問題が年々深刻化。民間企業ながら何かできないかと、職人と一緒に伝統工芸の技術を使った新しい商品の開発にも乗り出していた。できた商品は自社のショップでお客さまに見てもらえるという仕組みだ。そんな中、2022年4月に讃岐おもちゃ美術館がオープン。多種多様なおもちゃと香川の伝統工芸に触れられる、木育をテーマにした子育て拠点だ。同館のギャラリー、ショップ、カフェを運営する中で、再びおとぼけ人形復刻への思いが強まった。美術館を訪れる多くの人に見てもらいたい、伝統工芸や現代の作り手について知ってもらいたい。10年分の思いを形にするプロジェクト「新・讃岐民芸活動」がついに動き出した。

◀一閑張 伝統工芸士 宇野雄三氏

株式会社 tao.

会社概要

所在地 高松市花園町2丁目1-8森ビル2F
電話 087-833-1361
URL <https://www.tao-works.jp/>



事業化のポイント

「今」の生活になじみ、親しみやすい形に

復刻するのは10種のうち4種に絞り現代の生活スタイルに合わせて、一回り小さく作ることに。制作方法は香川の伝統工芸・張子とし、土台となる木型は欄間彫刻の伝統工芸士・朝倉準一氏に、張子へ仕上げるのは張子虎の伝統工芸士・田井艶子氏に依頼。灸まん美術館の協力・監修の下、制作がスタートした。

完成までの道のりは困難の連続だった。まず木型を作るのだが、当然設計図がない。しかも完成形は70%ほどの縮小サイズだ。原型の人形を見ながら見当を付けて彫っていく。出来は全て手加減次第、かつ張子の仕上がり大きく影響するため、作業は緊張感に包まれていたという。何度も調整すること2か月以上。朝倉氏の手で形となったおとぼけ人形の木型が、田井氏へと渡された。

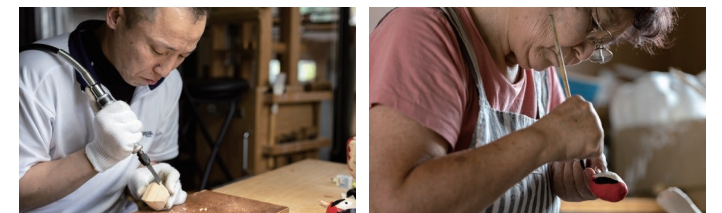
木型に江戸時代から明治初期の筆

で書かれた和紙を重ねて糊貼りし、乾かして木型から取り出して形を整える。その後、胡粉という白色顔料を塗るのだが、実物と色味や風合いが全く違う。そこで、本来の張子虎にはない「白い和紙を貼る」作業を取り入れ、問題をクリアした。次は絵付けだ。邦坊の筆致を大胆かつ慎重にたどっていく。和紙を貼ったことで一つ一つ微妙に変わった形に合わせて、描き方も変えなければならない非常に難しい作業が続いた。

おとぼけ人形の復刻と同時に進めていたのが、カードゲームの制作。以前より、讃岐おもちゃ美術館で親子や子ども同士でカードゲームを楽しむ風景を見て、香川をモ

チーフにしたものができないかと考えており、おとぼけ人形復刻に際してゲーム制作にも踏み切ったのだ。和田邦坊やおとぼけ人形を知らない人でも気軽に親しめるよう、ゲーム内容はもちろん、デザインや素材にまでこだわり、制作を進めていった。

プロジェクト開始から約半年を経て、2023年4月、ついに復刻版おとぼけ人形と「おとぼけカードゲーム」が完成した。現在自社のオンラインショップのほか、讃岐おもちゃ美術館のショップ、灸まん美術館、栗林庵で販売中。おとぼけ人形は予約が2～3か月待ちという人気ぶりだ。



▲(左)欄間彫刻 伝統工芸士 朝倉準一氏 (右)張子虎 伝統工芸士 田井艶子氏

今後の事業展開

「クラフト トゥ フェイス」を意識

おとぼけ人形は2023年度かがわ県産品コンクールで最優秀賞を受賞。メディアを含め、たくさんの人々へ広めることができた。プロジェクトを振り返って溝川氏は、香川のものづくりの未知なる可能性を感じ、「作り手との出会いを通して商品を生み出し、仕事として還元するサイクルを今後も作ることができたら」と語る。

株式会社tao.では、誰にどんなものを届けるのか、誰と作るのかを考えた商品開発の取り組みを「クラフト トゥ フェイス」と呼ぶ。

おとぼけ人形復刻を機に、改めてこの取り組みに力を入れていこうと、食やイベントへの広がりも含めた新たな商品開発に進みだしたところだ。次はどんな形で香川の魅力が発信されるのか、今後の展開に注目したい。



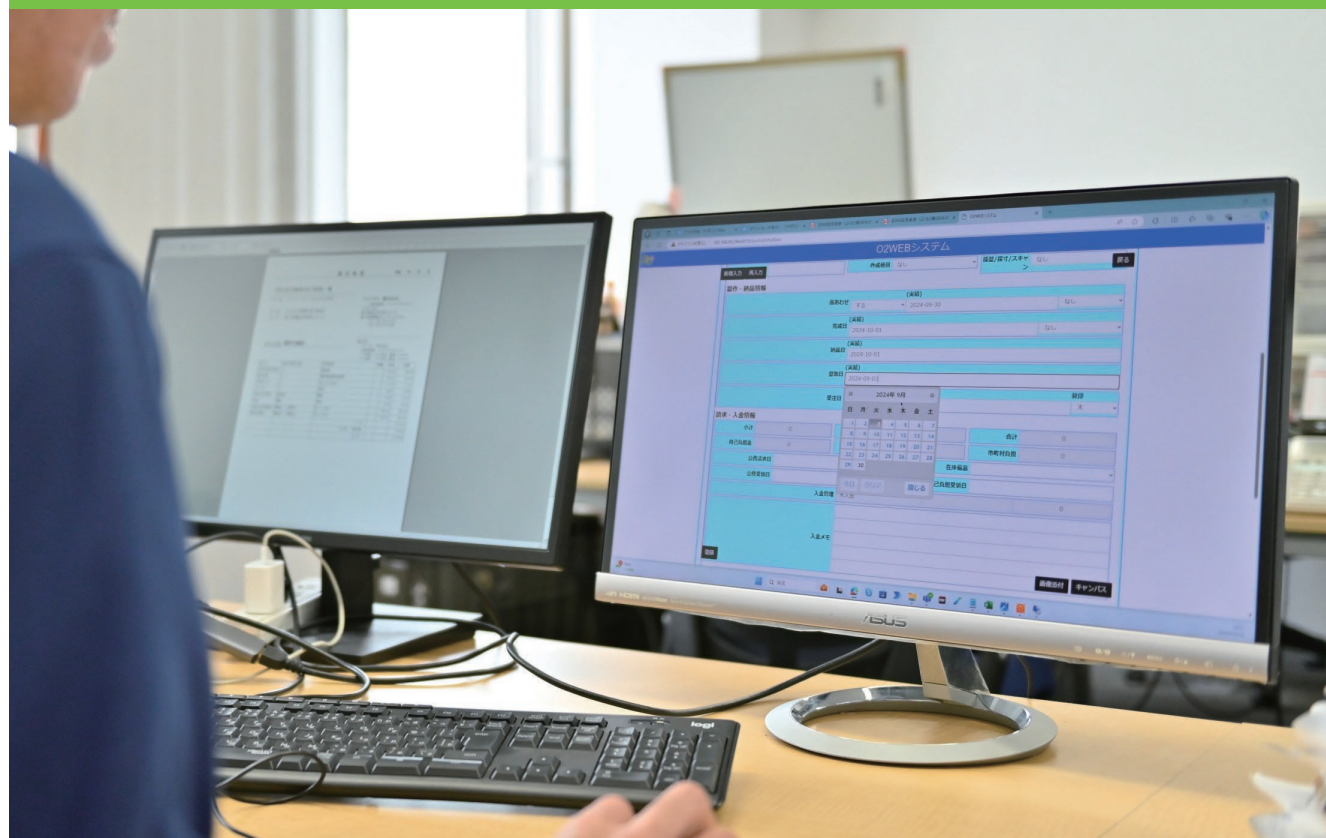
新商品にかける熱き思い

雑誌編集で集まった膨大な情報は私たちの宝物。その情報を五感での体験につないでいく活動の一つが商品開発です。弊社のデザインが入ることで、「使ってみたい」と思わせる商品を今後も提案していきたいと思っています。

プロジェクトリーダー
執行役員
溝川 美香氏



ITの力で課題を解決 義肢装具士の業務を効率化



事業のきっかけと背景

多くの要望があった「工程管理のシステム化」

義肢装具士とは、医師や理学療法士などと協力し、患者の体に合わせた義肢や装具の製作、さらに適合・装着を行う医療専門職のこと。義肢装具を扱う会社は、個人も含めて国内に1000社ほどしかなく、非常にニッチな業界といえる。そして義肢装具業界をIT面で支える業務支援パッケージシステムを作る企業は、日本では実質2社のみ。その一つがケイ・タス株式会社だ。

今から20数年前、代表取締役の北野光邦氏は前職のシステム開発会社で義肢装具士と出会い、義肢装具業界向けのパッケージシステムを開発。特殊分野だったこともあり、起業する際にシステムを引き継ぎ、2009年に「O2Lite(オーツーライト)」として改めて世に送り出した。当時、装具を作るときに発行する見積書や領収書などの伝

票類は手書きが主流だったが、O2Liteに厚生労働省認可の補装具の情報を備えたことで、パソコン上で商品を選ぶだけで伝票類の発行ができるようになった。業界紙の掲載や販路開拓に向けた商業展示を経て、顧客は徐々に増加。現在は全国で約200社と取引し、IT面から日々の業務をサポートしている。

O2Liteはリリースから10年以上、顧客からの電話や学術大会で聞き取った山のような課題を一つずつ解決しながらバージョンアップを続けてきた。その中で大きな課題として挙がってきたのが「装具製作のスケジュール管理」だ。装具製作には工程があり、それぞれに担当者がある。時間がかかるものは複数人で製作を進めていくため、工程管理は重要な作業だが、採型や採寸、仮

合わせなど専門的な工程が多く、よくあるスケジュール管理ソフトでは対応ができない状態だった。義肢装具士にヒアリングしてみると、なんと大半が、病院を巡回後に帰社してから、複数の製作伝票を手書きして、ホワイトボードに貼り付けたり移動させたりしてスケジュール管理していることが分かった。手間がかかるこの作業をなんとかシステム化できないかという現場の声に込めるべく、北野氏は立ち上がった。



ケイ・タス株式会社

会社概要

所在地 高松市林町2217-15香川産業頭脳化センタービル302
電話 087-813-5222
URL <http://ktus.jp/>



事業化のポイント

義肢装具士に寄り添ったタブレット版システムの開発



スケジュール管理システムを製作するうえで大きなポイントになったのは、「タブレット版システムとの連携」だ。2018年、同社はO2Liteと連携したタブレット端末用システムを開発。「PO(義肢装具士の略称)」がプラスになるように、との思いから「PO+(ぽぷら)」と名付けた。義肢装具士は大量の資料やパソコンなどに加えて装具を持ち歩くため、ただでさえ荷物が多く重量もある。外出先でタブレットを使って手軽に伝票などを確認したいという要望があったのと、端末自体が普及してきた背景が開発のきっかけだ。

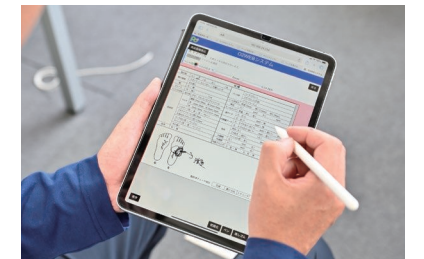
タブレット端末に関する技術不足の面は、協力会社の支援で補った。入念に時間をかけて取り組んだのは義肢装具士へのヒアリング。患者と医師の相手をする義肢装具士は、昼食を食

べる時間もないほど忙しい人ばかり。単なるシステム化をして手間が増えるのであれば手書きのままでいい、と言う彼らが「何を望んでいるのか」を日々の会話の中からつかみ、手間がかからず使いやすいシステムの開発を進めていった。

開発から改良を重ねたPO+では、短時間で入力するのに手間がかからないよう、ペン型入力デバイスで手書きでも製作伝票を作成できたり、患部などの写真を撮影して取り込むことができる。PO+で入力した内容はO2Liteにすぐに反映され、義肢装具士が社内に戻る前に製作工程に入れるようになった。

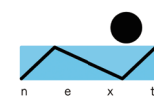
今回のスケジュール管理システムにおいても、場所を問わず工程管理ができるようにするため、O2LiteとPO+

を連動させ、双方から操作を行えるようにした。受注画面に入力した予定はカレンダー表示ができ、担当者別や病院別などに切り替えも可能。スケジュールの見える化を実現した。コロナ禍では、病院に出入りする義肢装具士が会社に入れない事態が起こったが、PO+とO2Liteの連動で装具製作から納品まで滞りなく進められることが分かり、義肢装具士の間でPO+が話題に。顧客増加につながっていったのである。



今後の事業展開

時代に合わせた業界支援を



同社にとって業界の変化に合わせたシステムのバージョンアップは欠かせない作業だが、約200社の顧客のシステムは内容が全て異なり、一社一社対応する必要がある。業界全体に関わるものは数か月から1年単位でかかることもあり、顧客側も事情を酌んで待っている状況だ。「業界的にシステムを統一できず、一斉にバージョンアップできないのが一番の難点」と北野氏。近年ITの活用に抵抗のない人が増えてきたことや社内に対応するスタッフの労力を考え、今後はシステムのコアとなる部分以外のデータを渡して、顧客自身に自由に使うというシステム運用の転換を考えている。「弊社も時代と

ともにやり方を変えていかなければいけない」と北野氏は意気込む。

同社はO2Liteの新パッケージ「O2next(オーツーネクスト)」を今冬リリースする。今までの集大成と呼べるパッケージで、3~5年かけて徐々に切り替えていく予定だ。また、個人で動く義肢装具士を支援できるように、医療用インソールを製作する機械を導入。義肢装具士が手作りする手間を省くのはもちろん、O2nextと連携して形状のデータ蓄積なども行っていくという。

義肢装具士の方々から仕事に対する姿勢を学んでいるという北野氏。業界へのさらなる貢献を目指し、奔走し続けている。

新商品にかける熱き想い

O2Liteの立ち上げ時から公的なサポートを多々していただき今に至ります。これからの力ぎは「パートナー企業との連携」。義肢装具業界の困りごとを吸い上げて、システム製作だけでなく、周囲と協力しながらトータルで解決していきたいと思っています。

代表取締役
北野 光邦氏



現場目線のものづくりで 人とロボットの協働を目指す



事業のきっかけと背景 ▶ 現場での運搬作業を少しでも楽に

「世界一ひとにやさしい現場を創る」をミッションに、2013年に創業した建ロボテック株式会社。建設現場出身の創業者が、自身の経験から建築・土木工事現場での重労働かつ単純な作業を自動化し、作業者の負担を軽減できるよう、現場目線の商品開発や提案を行っている。

同社の主力商品が、現場で人と共に働くロボット「トモロボ」だ。2020年に誕生した「鉄筋結束トモロボ」は、格子状に組み立てた鉄筋の交差部分を針金で固定するロボット。真夏や真冬の屋外で中腰になり、現場によっては数千から数万カ所を結束する過酷な作業を、省力・省人化することに成功した。今では日本全国、そして海外の工事現場で活躍している。

鉄筋施工の現場では運搬作業も重労働の一つ。現場で使われる鉄筋は1本6mで重量は6kgあり、作業者は手作業で一日に約2tも運ぶことがあるという。そこで、鉄筋結束トモロボに続くロボットとして、鉄筋を一度に持ち運ぶ「運搬ロボット」の構想が芽がった。鉄筋に限らず、鉄骨やセメントの麻袋、一斗缶など、運ぶものによってアプリケーションを変えて何でも運べるようにしよう、と発想を広げ、運搬作業にかかる人手や労力を軽減する商品の開発が始まった。

開発にあたったのは3人。鉄筋結束トモロボの開発にも携わった取締役MO（メカニカルオフィサー）の井上治久氏が主体となってメカやハード面を担当するほか、一人がソフトウェア、もう一

人が検証・組み立てを担当した。

初めに鉄筋結束トモロボと同じ原理で試作機を製作。3本の鉄筋上を走っていたのを、2本の専用レール上を走る仕様へと改造した。前進・後退どちらからでも等しく力が伝わるように、台車の前後にロボットを配置すると、平坦な場所では500kgの重量の運搬に成功した。しかし勾配が10%つく、タイヤが空回りして駆動力が伝わりづらくなり進まない。荷物の重量が増すことで制動距離が伸び、規定場所で止まらない現象も起こった。自重だけを支えればよかった鉄筋結束トモロボと違い、荷物の重量を支える運搬用ロボットは同じ構造ではいけない、と井上氏は改めて認識。走行性能を上げるために、今回の事業を機にさらなる改良に取り組むこととなった。

建ロボテック株式会社

会社概要

所在地 木田郡三木町大字上高岡246番地2
電話 087-898-0555
URL <https://kenrobo-tech.com/>



事業化のポイント ▶ 実験と検証を重ね、走行性能の向上を実現

基本的な性能を確認するため、簡単なテスト機を製作。台車耐荷重やけん引力、運搬テストやブレーキテストなどさまざまな実験を行い、必要なモータートルクをはじめ、ローラーサイズや形状、台車との連結方法まで、一つ一つ検証を重ねた。実験結果を踏まえて、ロボット本体に特殊な機構を追加。台車の荷重を利用して、搬送力を大きくできる構造に変更した。このことにより、40kgあった試作機を25kgに軽量化しても、以前の何倍もの駆動力が出るようになり、勾配の課題をクリアすることができた。

停止位置は、物理法則である慣性をどれだけ抑えられるかが難しかったが、以前より改善。井上氏によると、どう止めるかについては今でも苦労している点で、最適解を探っていると。また、正面から見ると

遠目では動いているか分かりにくいという社内の声から、稼働中は点灯させ、ブザーを鳴らすことに。外装は、鉄筋結束トモロボと同じコンセプトの赤と白のデザインに決定し、走行性能の課題を解決したトモロボシリーズ第2弾「運搬トモロボ」が誕生した。

2023年からレンタルを開始。6～7セットをストックしており、現在は5社が利用している。台車については、運ぶものに合わせてアプリケーションを順次用意するつもりだったが、ありがたいことに利用者自身が使いやすい仕様に台車をアレンジして使っているという。運搬トモロボをより使いやすい形にするため、利用す

る5社に協力を請い、実際の現場での使用感をフィードバックしてもらって引き続き検証・改良を行っている。現場の状況や運搬するものの違いなどにより、出てくる要望は実にさまざま。社内での再現も難しく、いくらテストしても現場とは異なることも。「お客さまにとって何がいいのか、がなかなか難しい。現場側と作り手側とで認識にギャップもあるが、ニーズに応えるべくレベルアップしていきたい」と井上氏は意気込む。



今後の事業展開 ▶ 顧客に対応し、より使いやすい製品へ

運搬トモロボの利便性向上に向けて、さっそく形にしたのが「単管レール」だ。運搬トモロボをレンタルする際、専用レールだけは都度購入の形をとっていたが、レールにコストがかかる点が営業時のネックになっていた。そこで足場資材として使われる単管に着目。顧客にとって調達しやすく、容易に組み立てができる単管を専用レールの代わりに利用できるよう、運搬トモロボに合うレール幅にセットする部材を製作した。利用者自身で単管を手配、好みの長さにして使えるので、営業先の反応は好感触。セット用の部材もレンタルを開始している。

レールのほかにも、軌道のカーブや急な勾配への対応など、次々と出てくる利用者からの声。「徐々に実現できるようにしていきたいですね。ニーズに応じて供給が増えれば価格にも反映できる。そうやって少しでも多くの人に使ってもらえたら」と井上氏は話す。鉄筋結束トモロボに追随し、海外への展開も視野に入れている。

重労働はロボットに任せて、人が本来やるべき仕事に携われる現場を一。掲げたミッションを成し遂げるまで、そして現場のニーズがある限り挑戦は続く。

新商品にかける熱き想い

試作機の課題が見えたものの約1年間は構想のままでしたが、支援のおかげで解決に向けて開発を進めることができました。当社は、人とロボットが同じ場所で協働する現場を目指しています。今後も現場作業を支えるものづくりに取り組んでいきたいと思っています。

取締役MO
井上 治久氏



自社ブランド「百年はまち」で 養殖業の歴史を次世代へつなぐ

服部水産有限会社

会社概要

所在地 東かがわ市引田128番地24
電話 0879-49-2847
URL <https://hattori-suisan.com/>



ガーリック醤油

百年はまちオイル漬け

事業のきっかけと背景

ハマチ養殖の継続には自社ブランド確立が必要だと確信

ハマチ養殖発祥の地・引田では、ハマチ生産者の減少が深刻化している。約35年前は30軒を超えていたが、現在まで残っているのは6軒だけ。その中の一つ、服部水産有限会社は会社の生き残りをかけて、さまざまな取り組みを行ってきた。

「オリーブハマチの開発にも携わりました」と語るのは代表取締役の服部秀俊氏。開発当初は手応えを感じていたが、他社との差別化がしづらいうえ、コストや労力に対して利益が見合わない状態が続いた。服部氏にとって養殖とは、安定品質・安定供給・安定価格が三大原則。しかしそれにあてはまらないものも市場に出回り、価格を上げられない現状では、事業を継続させるのはとても厳しかった。息子が家業を継ぐと言ったのも後押しになり、利益を

上げられる商品を流通させ、若者が後に続けるよう、自社ブランドの立ち上げに乗り出した。

服部氏はオリーブハマチの開発前から、オリザノールという米ぬかのエキスを入れた独自の餌でハマチを生産。一般的ないけすの約16倍の広さの中で育ったハマチは適度な脂と引き締まった身に仕上がり、鮮やかな血合いと抜群の歯ごたえを生み出した。直接取引先と交渉する中で評価は上々だったが、自社だけでブランディングや商流をつくることに限界を感じていた。

試行錯誤する中、服部氏は高松市内でレストランを構える小川翼シェフと出会う。意気投合するとすぐに取引が始まり、小川氏の紹介で国内外のレストランプロデュースを行う長屋英章シェフと知り合った。長屋氏を通じて

服部氏が出会ったのが株式会社さかなファームだ。養殖生産者と共同でブランディングや商品開発などを行っている同社と服部氏は手を組むことに。早速自社ブランドハマチに、引田の地で100年の歴史を持つハマチ養殖を次の100年につないでいく思いを込め、「百年はまち」と名付けた。一年中ハマチを食べてもらうには加工品が有効ではないか、それをきっかけに百年はまちブランドを浸透させていけば…。百年はまちの拡大に向けてプロジェクトが進み出した。



オリジナルブランドの「百年はまち」▶

事業化のポイント

シェフやパートナー企業との連携で販路拡大に成功

加工品開発にあたって考えたのは2品。ひとつは、小川氏がもともと自店でメニューとして出していたオイル漬けだ。百年はまちと香川本鷹、県産ニンニクを使ったシェフこだわりの一品は、服部氏も何度となく食べてきたもので納得の味。パンにのせたりパスタやサラダに和えたりと、調味料のように扱えるのが特徴で、さまざまな楽しみ方ができる。ハマチの新たな食べ方として広く知らせたい、と商品化することに決めた。味や食感をできるだけ店の味に近づけようと、妥協を許さない商品づくりが功を奏し、『百年はまちオイル漬け』は見事、2023年度かがわ県産品コンクール食品部門で優秀賞に輝いた。

もうひとつは目線を変えて、百年はまちに合う醤油を作ることに。百年はまちの良さを知る長屋氏が開発に

あたった。コンセプトは「NEO SOY sauce」。国産の蔵出し醤油にガーリックの香味オイルやマダガスカル産の野生こしょうなどを利かせ、生魚が苦手な人や外国人でもおいしく食べられるような味を目指した。その『ガーリック醤油』が出来上がったタイミングで、長屋氏はタイのバンコクとプーケットにあるラグジュアリーホテルでディナーイベントを行うことに。百年はまちを使ったハンバーガーをプレゼンテーションし、世界デビューを飾ったのだ。その味わいは現地の人がうなるほど好評だったという。現在もグローバルに活躍する長屋氏を通じて、百年はまちは世界に発信され続けている。

「シェフとここまで深いやり取りは今までありませんでした」と話す服部氏。小川氏から長屋氏、そしてさか

なファームへとつながり、百年はまちはどんどん活躍の場を広げている。取引先は県内レストラン、ホテル、飲食店のほか、京阪神の量販店などにまで拡大。販売量もブランドの立ち上げ時は数百本だったのが、3年目の現在は2000本以上を見込んでいる。目標は服部水産の年間のハマチ生産量の1割である6000本だ。



今後の事業展開

後世に継続できる事業を

百年はまちのさらなる拡大に向けて、輸出の準備も始めている。さかなファームとともにこれからハマチの需要が増えそうな国をターゲットに、協力企業と調整中。英訳パンフレットなども用意済みだ。また『百年はまちオイル漬け』は、土産物としてより多くの人が手に取りやすいよう、常温保存できる商品へと今後ブラッシュアップする予定。さらに今年は百年はまちを筆頭に「百年シリーズ」が誕生。カンパチ、サーモンを加えた3魚種の展開で、確固としたブランドへ



と育てていくつもりだ。

「オリーブハマチと違って、百年はまちは自社だけの取り組み。直接評価がくるのでやりがいがあります」と服部氏。「ハマチ養殖発祥の地」という引田だからこそうたえる冠を絶やしてはいけない。次の100年につなげるため、養殖業の形が今変わりつつある。

新商品にかける熱き想い

商品開発には多額の資金や労力が必要ですが、支援によって事業拡大に向けて走り出すことができました。養殖業は海を工場とした製造業。今回の取り組みを機に、魚の育て方をはじめ、販促や商流など、利益につながる仕組みをしっかり構築していきたいと思っています。

代表取締役
服部 秀俊氏

エビデンスビジネスの核となる 独自の体力診断システムを開発



事業のきっかけと背景 ▶▶▶ さまざまな調査依頼に対応できる体制を整備

一般社団法人香川県運動推進協会は、2013年にNPO法人として設立され、「運動を通じて、心と体を笑顔にする」をモットーに、県内各地に指導者を派遣し、高齢者や子どもの運動教室の開催、企業向けの健康指導などを行っている。

新型コロナウイルスの影響で全ての教室が中止になり、違うビジネスモデルを模索していた時、膝サポーターのメーカーから500人の高齢者に新製品のモニター調査をしてほしいとの依頼が来た。代表の安部武矩氏は、運動教室の参加者から腰痛や膝痛、ダイエットなど健康に関する相談を受けることが多く、参加者が現在使用している健康関連グッズの課題を普段から聞いていたこともあり、アンケートでは使用感や機能性など細かな項目を調査。専門

家による統計的なデータと顧客ニーズの調査結果を合わせて提出した。

「エビデンスビジネスは健康教室と並ぶ事業の柱になるのでは」と、産業技術総合研究所四国センターのイノベーションコーディネート担当に安部氏が思い描くビジネスモデルを相談。新商品開発において、基礎となる調査にコストを掛けられない中小企業のニーズがあることを知り、「事業化するなら財団のコンペに出してみたらどうか」と勧められた。

安部氏は「コンペに出るなら一番を取りたい」と、エビデンスビジネスの事

業化に向けたストーリーを考えた。高齢者向けの教室には毎月2000人以上が参加しているほか、子ども向け教室のLINE登録者数は500人を超えている。しかし、全ての人が調査に協力してくれるとは限らない。高齢者の中でも虚弱な方やメタボリックシンドロームの方など、対象者を絞ったニッチな依頼が来る可能性もある。どんな案件にも対応できる協力体制を整備するためには、個人データの収集や保管の受け皿が必要であることから、データを効率よく収集できる仕組みづくりから着手した。



運動指導の様子▶

一般社団法人香川県運動推進協会

会社概要

所在地 丸亀市原田町2278-1 サンジョウビル203
電話 0877-85-9831
URL <https://unnsui.net/>



一般社団法人
香川県運動推進協会

事業化のポイント

体力診断とデータ収集を兼ね備えたシステムを構築

本事業は、①消費者へのニーズ調査②商品・サービスの効果測定③新商品・サービスの研究開発コンサルティング、の三つのサービスを想定してスタートしたが、調査依頼の急激な増加は見込めなかったため、まずは体力測定の結果や対象者の基本情報(名前や年齢、身長、体重など)の受け皿となる「健康体力カルテ」を作成した。

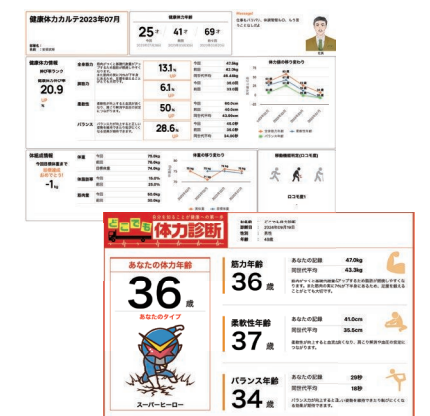
健康体力カルテは独自で開発した体力診断システムで、調査を依頼された時にデータを提供してもらう代わりに、測定データから「体力年齢」や「筋力年齢」、「バランス年齢」などを算出し、客観的な指標としてフィードバックする仕組み。結果が「年齢」として出ただけでなく、問診票と診断結果を照らし合わせて筋力や柔軟性、バランスのどこが弱いかをタイプ分けし、それぞれを改善するための運動の動

画を配信することで、健康意識の向上、運動のきっかけづくりにも役立っている。

また、企業向けの体力診断では、以前のデータが蓄積され、経年変化を確認することも可能。伸び率に応じてランキングが出るので、社内表彰にも活用できるほか、数値が著しく低い人には運動指導員が出向き、対面での運動指導も行っている。収集したデータは全て同意書にサインしてもらい、エビデンスビジネスに展開。データは蓄積されていくが、名前は匿名化されるため、個人の特定に結びつかないことから、データの二次活用がサービスにつながっている。

「健康体力カルテ」を簡素化したのが「どこでも体力診断」。握力と長座体前屈、閉眼片足立ち(65歳以上は開眼)の3種目を測定し、100秒で診

断結果が出るもので、住宅展示場やイベントの集客用として開発。企業からの問い合わせも増えており、エビデンスビジネスから派生したシステムが、新事業として定着しつつある。相乗効果で調査事業の依頼も少しずつ増えており、安部氏の描いたストーリーが思い通りに展開している。



▲健康体力カルテ(上)とどこでも体力診断(下)

今後の事業展開

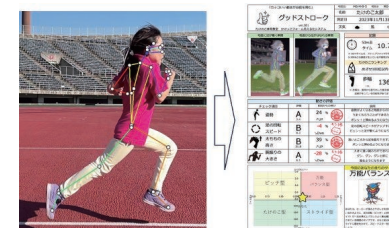
運動で心と体を笑顔にするために

「自分の体力を知ることが健康への第一歩」と話す安部氏。健康体力カルテを活用した体力診断をより多くの人に実施することで、さまざまな要望に応えられる体制を整備し、企業の新商品開発を応援していきたいと考えている。

大人向けの「健康体力カルテ」に対し、子ども向けの測定システムとして新たに開発したのが、特許申請中の「グッドストローク」だ。短距離走に特化したシステムで、トップスピードのフォームを高能力カメラで定点撮影し、ひざの角度や姿勢などの動作を解析。協会主催の子ども向け教室で実

施し、速く走るための正しいフォームの指導に役立っているほか、小学校のサッカーチームや陸上競技の強豪校からも測定の依頼が来ている。

二つのシステム開発により、今後のエビデンスビジネスの展開に広がりが見えてきた。今後も実績を積み上げて、子どもから高齢者まで運動を通じて笑顔になる活動を続けていく。



▲子ども向け測定システム「グッドストローク」

新商品にかける熱き想い

新商品開発にコストを掛けられない中小企業を応援する当協会のエビデンスビジネスは、全国的にも珍しいもの。開発した健康体力カルテをうまく活用することで、より多くのデータを収集できるだけでなく、協力企業や施設、被験者にも大きなメリットをもたらし、事業が加速すると確信しています。

代表
安部 武矩氏

県産広葉樹の特長を生かした オンリーワンの家具づくり



事業のきっかけと背景 ▶▶ 海外産の木材を使った「国産家具」に疑問

1958年に設立した香川県家具商工業協同組合。9社の組合員は、それぞれの得意分野で技術やデザインに磨きをかけ、新しい技にチャレンジしながら、香川の家具づくりの「技能の継承と進化」に取り組んでいる。

さまざまな商品で目にする「メイド・イン・ジャパン」。家具業界でも、国内の家具メーカーが「国産家具」とうたって製品を販売しているが、家具に使われている木材の9割は外国産の木材を使用している。代表理事の白井正人氏は、以前から「これで本当にメイド・イン・ジャパンと言えるのか」と疑問を抱いており、国内木材を活用した家具づくりにシフトしてきた。

最初は県産のスギ、ヒノキといった針葉樹や、北海道産のナラ材を使って家具を作っていたが、白井氏には「県

産の広葉樹で家具を作りたい」という思いがあった。香川にはクヌギやコナラ、アベマキなどの広葉樹があり、人が里山で暮らしていた頃は、薪や炭などの燃料、シイタケの原木、葉など捨てるところがないくらい使われていた。その後、人が都市部に移り住むようになると山は荒れ、誰も手を付けなくなり、森林を伐採しても、家具で使うような広葉樹の中～大木は搬出が困難で、放置されていた。林業関係者に広葉樹を調達できないかと掛け合っても、「伐採する人がいない」と断られたり、「本当に県産の広葉樹で家具ができるのか」と信じてもらえなかった。

県の産業技術センターに相談したところ、同センター

でも県産広葉樹の利活用を目的に実験を重ねていた。県産のコナラ材を見た時は「使えるかな」という印象だったが、使わないことには始まらないとテーブルとスツールを試作。北米産や北海道産の広葉樹とは一味違った表情の県産広葉樹の家具を見た林業関係者は驚き、協力してくれることに。「100%メイド・イン・讃岐プロジェクト」は、ようやくスタートラインに立つことができた。



香川県家具商工業協同組合

会社概要

所在地 高松市今里町7番16号 2F
電話 087-813-8874
URL <https://kagukumiai.com/>



事業化のポイント ▶▶ 独自で原木を調達、生産体制を確立

プロジェクトには、組合員の日美、手作り家具かわにし、カトミ、光松庵の4社が参加。最初は原木がなかなか手に入らず、白井氏は「事業を続けられないかもしれない」と自信を失いかけていた。思うように原木が調達できない中、木について一から勉強。ブナやナラ、ドングリの木などがキクイムシに侵され窒息する「ナラ枯れ」の防止には、大きくなり過ぎた木を伐採して、若返らせることが有効だと知った。広葉樹は切り株から新芽が育ち、成長すると再び使うことができる。里山で行われていたサイクルを復活させることは、自分たちの活動にもつながると考え、「やるしかない」と腹をくくった。森林組合に働きかけたり、県産木材を使いたいという企業があれば板材1枚でも持って行くなど、普及活動을 続けて、事業化に必要な原木

確保のめどがたった。

香川には、原木の仕入れから製材、保管乾燥、流通まで行うウッドポート（中間事業者）が存在しないため、全て自分たちで担うしかなかった。原木の調達や乾燥のノウハウがない中、産業技術センターの指導を仰ぎながら、林業関係者や製材所にも協力してもらい、生産できる体制を整備した。

技術面では、県産の広葉樹（クヌギ、コナラ、アベマキ）は、割れや黒ずみ、曲がりなどが多く、家具用材としては扱いにくい問題があったが、プロジェクトのメンバーがそれぞれ得意とする技術で、その欠点を独特のデザインとして生かしたオンリーワンの家具が誕生した。

2023年7月の「大川夏の彩展2023」、24年1月の「大川新春展2024」に、2回続けて「メイド・イン・讃

岐」の新作を発表。地元の広葉樹を活用した家具に注目が集まり、新規受注にもつながった。「今回のプロジェクトでいろいろな人と出会い、環境問題や製材、乾燥の技術など、家具づくり以外の知識を得ることができた」と白井氏。県産広葉樹を活用した家具づくりとそのプロセスは、今後のプロジェクト推進への期待を持たせるものとなった。



▲原木の割れを生かしたデザインのテーブル

今後の事業展開 ▶▶ 里山を守り、暮らしを豊かに

これまでの取り組みが認知されたことで、原木確保の不安は解消されつつある反面、課題は木材の保管スペース不足と管理の負担増。広葉樹は針葉樹と比べて水分を多く含んでいるため、乾燥に1年かかることもある。ウッドポートやサプライチェーンのない香川県で、いかに事業を展開していくかが重要である。

県産木を「伐って使う」当プロジェクトは、広葉樹が若返ることによって根を張り、土壌が強くなる。森林再生だけでなく、土砂災害に強い森づくりや水質改善などの社会貢献にもつながる。事業者のネットワークを確

立し、香川の取り組みとして全国に広めていきたいと考えている。

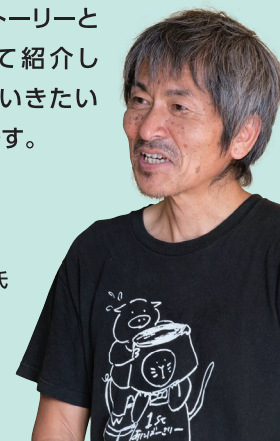
プロジェクトで生み出した家具は、コナラやクヌギなどドングリがなる広葉樹の古からの総称である「柞」にちなみ、「Hahaso stories（ははそストーリーズ）」と名付けた。家具づくりを通して、里山を守り、人々の暮らしをより豊かにする。物語は始まったばかりだ。



新商品にかける熱き思い

最初は、「メイド・イン・讃岐の家具を作りたい」という自分だけの思いでしたが、プロジェクトで林業関係者や製材所、小売店など、さまざまな業種の人と話をし、それぞれ「木」に対する思いを知ることができました。家具を通して、みんなの思いをストーリーとして紹介していきたいです。

代表理事
白井 正人氏



働く女性をターゲットに 顧客目線での新商品づくり



事業のきっかけと背景 ▶▶ 食べやすく、購入しやすい桑の実商品の開発

1961年、総合設備会社からスタートした松熊工業株式会社は、地域に根差し、地元住民の住みやすい環境を提供するべく、公共工事をメインとしながらも建築や福祉分野へ次々と事業を拡大。さらに県下で初めて岩盤浴施設をオープンするなど、積極的に新分野へも進出してきた。「お客さまの健康のために」という理念のもと、地域社会になくてはならない企業を目指し、社員一丸となってまい進している。

10年以上前のある日、代表取締役社長・松熊幹子氏の母親のもとへ、自宅の畑で桑の実がたくさん採れたからなんとかしてほしいと知り合いが相談にやってきた。桑の実を初めて知った松熊氏は母親の提案でジャムを手作りし、自社で製品化。口コミで次第に知れ渡り、桑の実を安定して収穫す

るため、自社栽培を始めることに決めた。会社からほど近い耕作放棄地を購入して60本の桑を植樹。2010年に「パインベアー農園」をスタートさせた。

県の支援を受けながら無農薬にこだわって栽培を続け、7～8年かけて収穫できるようになった。収穫した実をインターネットで販売してみると好評で、全国から注文が来るように。実の販売をメインに据え、収穫後に社内で選別・洗浄、瞬時に冷凍し、提携業者で保管、受注後に発送という加工体制を整えた。桑の実をより多くの人に知ってもらうため、2021年からは収穫体験のできる収穫祭を開催。その場で楽しむだけでなく、家に帰っても

引き続き食べてもらえるように、収穫体験と一緒にスムージーづくりも企画し、桑の実の販売へつなげようと松熊氏は考えていた。ところが参加者から聞こえてきたのは、桑の実のほかの食べ方を尋ねる声や、冷凍品だと家庭の冷凍庫がかさばってしまうという声。松熊氏自身もクール便の利用で送料がかさむことが気になっていった。「お客さまが食べやすく、購入しやすい常温商品を提供したい」。もともと建築会社ゆえに食品を扱う横のつながりがほぼない中、松熊氏は新商品開発へ踏み出した。



パインベアー農園で桑の実商品を手に持つ松熊氏とスタッフ▶

松熊工業株式会社

会社概要

所在地 高松市一宮町1127番地5
電話 087-886-2828
URL <https://matsukuma.net/>



事業化のポイント

お客さまの声を積極的に商品に反映

桑の実には抗酸化作用のあるポリフェノールをはじめ、カルシウムや鉄分、ビタミンなどを多く含むスーパーフード。さらに同園産のものは、高めの血圧を下げる機能を持つGABAも含んでいると分かり、全国で初めて機能性表示食品に認められた。これらの成分は特に女性にとってうれしいものばかり。そこで新商品のメインターゲットを「仕事をしながら子育てをする30～40代女性」、コンセプトを「美と健康をいつもより昨日よりちょっとだけ気遣いませんか?」とし、忙しい中で手軽においしく食べられて女性をサポートできる商品づくりを開始した。

商品加工については財団や香川県よろず支援拠点の力を借りて、徳島の食品製造会社や県内企業とつながりを作ることに成功。社内スタッフと

もに、自分たちがほしいと思う商品を考え、濃縮ジュース、ゼリー、ドライフルーツ、レトルトカレー、こんにゃくスムージーの5種を作ることにした。木によって実の味にばらつきがあるのも考慮したうえで、試作品ができるたびに味と色みで選定し、約2か月かけて仕上げていった。

「実際に購入するお客さまの声を聞いて、商品に反映したい」という松熊氏の思いのもと、仕上げた商品に対し、従来の顧客とSNSから募集したモニターの合わせて100名にアンケートを実施。若い世代はSNSやメールで、年配の方には手紙でやりとりをした。アンケートの結果、味や量、価格、食べ方、パッケージデザインに至るまで、さまざまな意見が集まった。ネーミングは当初「桑の実」と打ち出していたが、若者が受け入れやすい

よう英名の「マルベリー」へ、パッケージデザインは高級志向へ変更した。商品化は人気の高かった濃縮ジュースとゼリーの二つに絞り、製造会社を集計結果を見せて味を調整。さらに食べ方が広がるように、時短でできるアレンジレシピを自分たちでいくつも作った。「アンケートの中にはかなり厳しい声もありました」と松熊氏は笑いながら当時を振り返る。「でもお客さまのニーズを知ることは大事ですし、とても勉強になりました」。



今後の事業展開

桑の実を通して地域活性化を

濃縮ジュースは約600本を生産し、完売。2023年度のかかわ県産品コンクール入選も果たした。現在は桑の実と葡萄で仕上げたスパークリングワインや桑の実づくしのギフトセットも販売している。「まずは桑の実の認知度を上げることが課題。今後は桑の実栽培や商品づくりを通して、地域活性化を図りたいですね」と松熊氏。桑の実の販路が確約できれば、耕作放棄地の活用、そして雇用の創出につながる。周りの協力を得ながら仕組みづくりを行い、桑の実がうどんに負けないほどの、香川を代表する特産品になるよう広めていきたいと力強く語る。

桑の実をきっかけにお客さまとつながり、喜んでもらう。そして健康になってもらうために、松熊工業株式会社は自分たちのできることに日々果敢にチャレンジしている。



▲収穫体験のようす

新商品にかける熱き思い

新商品を作りたい思いはあってもなかなか形にできなかった中、多くの支援をいただきここまで来ることができました。財団はやりたいことを実現させてくれる力強いサポーター。今後も知恵を借りながら、農園を人が集う場所、喜んでもらえる場所に育てていきたいと思っています。

代表取締役社長
松熊 幹子氏



ポリフェノールを豊富に含む 県産オリーブ葉を活用した健康食品



事業のきっかけと背景 ▶ 「オリーブ葉パウダー」の反響が商品開発のヒントに

2010年創業の三豊市仁尾町の三豊オリーブ株式会社は、約6畝の畑で約2,500本のオリーブを栽培し、オリーブオイルなどの加工品を製造、販売している。仁尾町の恵まれた自然環境で作られたオリーブオイルは、2021年の国際オリーブオイルコンテストで「生産国別優秀賞(Best of Japan)」に選ばれたほどだ。

古くからミカン栽培が盛んな仁尾町では、生産者の高齢化による後継者不足と、耕作放棄地の増加が問題になっていた。おじの家業を手伝うために戻ってきた代表取締役の城中孝夫氏は、危機感を持った地元の農家からの相談を受けていた。「地元の美しい環境と農家の人たちを守りたい」との思いから、農家の人々とミカンに代わる農産物を探していたところ、県が

オリーブを小豆島だけでなく本土にも広めていきたいという話を聞き、耕作放棄地をオリーブ畑にして本格的な栽培を開始した。

香川県産のオリーブオイルは高品質ではあるものの、輸入品や国産メーカーの商品に比べると高価で、売上は伸び悩んでいた。オリーブオイル以外の目玉になる商品が必要と考え、注目したのがオリーブ葉。これまで焼却処分していたオリーブ葉には、ポリフェノールの一種であるオレウロペインが豊富に含まれており、抗菌・抗酸化作用や血中コレステロール値の研究が行われるなど、健康食品業界からも注目を集めている。しかも同社で栽培したオリーブの葉や果実は一切農薬を散布していないので、オリーブ葉の健康成分を生かした商品が開発できる

と考えた。

他社との共同開発でオリーブ茶を製品化した際に、より多くのポリフェノールが摂取できる商品として、オリーブ葉のパウダーを袋に詰めてそのままインターネットで販売したところ、お客さまから予想以上の反響があり、宣伝しなくても売れていった。「香川県産オリーブ葉関連製品は数が少なく、新商品を出せば健康志向の人に受け入れられる」と、より食べやすい商品の開発に乗り出した。



管理部長の宮武孝季氏 ▶

三豊オリーブ株式会社

会社概要

所在地 三豊市仁尾町仁尾辛42-17
電話 0875-82-4219
URL <https://www.mitoyo-olive.com>



事業化のポイント ▶ ポリフェノールを手軽に摂取できる二つの商品

新商品の開発に携わった管理部長の宮武孝季氏は元ミュージシャンで、城中氏のおじの仕事を手伝っていた縁で入社。現在はオリーブオイルソムリエの資格を取り、オリーブの栽培と新商品開発を任されている。

新商品のコンセプトは、オリーブ葉が持つ力・魅力を生かした「健康効果」が期待できるもの。オリーブ葉パウダーの完成により、いろいろなアイデアが浮かび、チョコレートケーキやバウムクーヘンなどを試作したが、苦みと渋みが口の中に残るため、オリーブ葉の成分を生かせるキャンディーとサプリメントの2品で進めることになった。

キャンディーは、ターゲットとなる健康志向の高い購入者を意識し、オリーブ葉の風味が感じられる味を追求。オリーブ葉パウダーだけでは味が

決まらないのでショウガを加え、加糖と無糖の水あめで製品化を試みたが、パウダーの分量が多くなり、渋みと口の中に入れた時の舌触りが気になった。2回目は粉っぽくならないようにパウダーの分量を調整してショウガと黒糖の2パターンを試作。ショウガ、黒糖ともに渋みや舌触りが抑えられ、オリーブ葉の風味も感じられる納得できる仕上がりになった。評価は好みが多かったが、見た目のオリーブらしさと健康志向の人をターゲットにしていることを踏まえ、「オリーブショウガ飴」を採用した。サプリメントは、タブレットとカプセルの種類を試作し、併せて栄養成分試験を実施。飲みやすさを考え、「オリーブリーフサプリ」として商品化した。

パッケージはデザイナーに依頼し、ショウガ飴は「健康効果もうたった方

がいい」とのアドバイスを受けてお守り風のデザインに、サプリは購入者のことを考えて美容健康を意識したイメージのデザインにした。ショウガ飴、サプリともに2023年1月からECサイトで販売を開始。ショウガ飴は県内の土産物店などでも販売をしており、徐々に取り扱い店舗も増えている。



▲オリーブ葉パウダー

今後の事業展開 ▶ 無限に広がるオリーブ葉の可能性

今回の新商品開発で、オリーブ葉の可能性を実感した。あまり世間に知られていないオリーブ葉製品の中で、次に広めていきたいと考えているのが「オリーブ茶」。健康茶として販売することで、オリーブ葉が健康食品の素材として認知され、需要拡大も期待できる。現在、オリーブ茶は2種類のパッケージで販売しているが、ペットボトル製品として病院や調剤薬局などでの販売も考えた時、機能性表示食品の取得や量産化、大きな販路の開拓など課題も多い。

社員は城中氏と宮武氏の2人。収穫時期などはアルバイトに手伝って

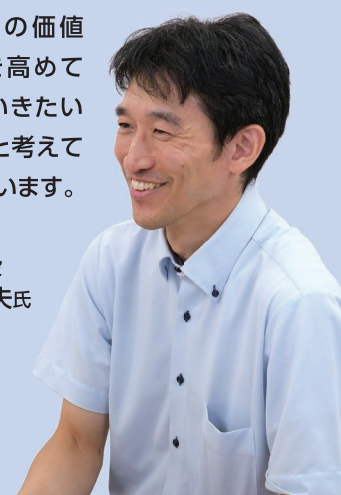
もらうが、生産から販売までのほとんどの作業を2人で行っているため、販路開拓まで手が回っていない状況だ。「できることが限られるので、段階を踏んで進めていきたい」と城中氏。オリーブ葉製品のさらなる認知度向上に向けて、2人の挑戦はこれからも続いていく。



新商品にかける熱き想い

健康成分「ポリフェノール」を豊富に含むオリーブ葉は、私たちの想像を超える可能性を秘めており、もっといろいろな商品で展開できると信じています。今回の開発をきっかけに、県産オリーブの魅力を全国に発信し、その価値を高めていきたいと考えています。

代表取締役
城中 孝夫氏



顧客ニーズに応えるとともに 魚の新しい食べ方を提案



みぞれ煮シリーズ サーモン

サワラ

ハモ

讃岐でんぶく

マダイ

事業のきっかけと背景 「常温保存」とSDGsを可能にしたレトルト処理

寿司用のゆでエビ加工メーカーとして1984年に創業した株式会社八栗。以来、エビ以外の寿司ネタをはじめ、切り身や魚介の総菜など、月に4〜5アイテムの新商品を考案しながら取り扱う品目を徐々に増やしてきた。小ロットではあるが、扱う原料は香川県産にこだわり、手作業による丁寧な商品づくりが強みだ。県内外の約20社との取引を通して、新鮮でおいしい地場の魚介を私たちの食卓へ届けている。

今まで冷凍・冷蔵商品だけを扱ってきた同社だが、代表取締役社長の寺田正樹氏は7〜8年前から常温保存が可能な商品のニーズを感じていた。ある卸先の道の駅から、同社の冷蔵のみそ漬けを買うのは近所に住む人だけで、車で訪れる遠方の客は手に取らないという話を聞いたからだ。販売先に

とっても、冷凍・冷蔵商品は冷蔵庫の有無や商品の置き場がネックになりかねない。常温で置いてさらに賞味期限が長ければ、ロス率の低減にも貢献できると考えた。

2021年にレトルト製造機を導入し試作を重ねる中、驚きの出来事が起こる。チルド販売をしていた「ハマチのカマの塩こうじ焼き」が、レトルト処理で常温保存が可能になったうえ、骨まで軟らかくなり、丸ごと食べられるようになったのだ。肉と比べて魚は可食部

が少なく、加工工程で大部分を廃棄する。しかしレトルト処理で食べることができれば、廃棄は少なくなり、ひいてはSDGsにつながる。この思わぬ結果が、今回の商品開発に踏み出す大きなきっかけになった。

新商品の調理法や味付けについてもテーマを掲げていた。それは「多くの世代が食べられるよう、和洋にこだわらない」ということ。常温保存可能で、誰もが食べやすい味付けの総菜を目指し、新たな挑戦が始まった。



エビ加工の様子▶

株式会社八栗

会社概要

所在地 高松市春日町1638-1
電話 087-814-3871
URL <http://www.yakuri.com/>



事業化のポイント

試行錯誤を繰り返し、いくつかの課題を解決

今回の取り組みで課題になったのは、魚の選定と原料確保、そして調味液づくりだ。魚の選定ではレトルト処理の前例がないため、県下で取れるさまざまな魚をひたすら試すことに。そこでわかったのは、刺身としておいしいものと、レトルト処理しておいしいものは必ずしも一緒ではない、ということ。試行錯誤の結果、サーモン、サワラ、マダイ(真鯛)、讃岐でんぶく、ハモが残り、5種全てを商品化することとなった。

選定した魚を手に入れるルートの確保には、正樹氏の息子で専務取締役の寺田圭佑氏の手腕が光った。瀬戸内の漁期は他の海と比べて短いえに分散しており、身質のよい時期に欲しい量を手に入れるのは至難の業。圭佑氏は魚ごとの漁期の把握と、前職で培った漁業者とのネットワークを生かして、見事課題を乗り越えた。

調味液づくりでは、手始めに既存品の讃岐白みそを使ったみそ漬けをレトルトに。すると白かったみその色が真っ黒になってしまった。レトルト処理をする際、食品を120℃・4分以上の高温・高圧状態で殺菌調理するのだが、調味液の中にアミノ酸が入っていると、熱に反応して黒く変色してしまうのだ。アミノ酸はうまみに由来する成分のため、ほとんどの調味料にアミノ酸が入っている。おいしくしようと入れたところで色が変わってしまう。理想の味に近づけようとしてもかなわず、調味液を作っては試す日々が数か月も続いた。

味付けと調理法のヒントになったのは、正樹氏の好物「揚げ出し豆腐」。魚でやってみたらどうか?と油で揚げたから調味液に漬け込んだ。見た目と食べ応えのボリューム感を出すために、大根おろしのほか、かぼちゃや赤

ピーマンなどの野菜も加えた。

試食、調整を繰り返し、魚本来のうまみと食感が生きた「みぞれ煮シリーズ」が出来上がった。2023年から小売販売をスタートし、オンラインショップのほか、道の駅などで購入可能だ。今夏には某デパートの中元ギフトにも選定された。一定の需要があるとわかり、「ギフト商品としていっそう力を入れていきたい」と圭佑氏は語る。



▲専務取締役 寺田圭佑氏

今後の事業展開

多くの人を巻き込む商品作りを目指す

「みぞれ煮シリーズ」の開発を機に、今後は土産物屋をターゲットとした販売を強化していく予定。温度管理の問題から二の足を踏んでいた本格的な海外進出に関しても、常温での長期保存が可能になった今、実現に向けて動き出そうとするところだ。

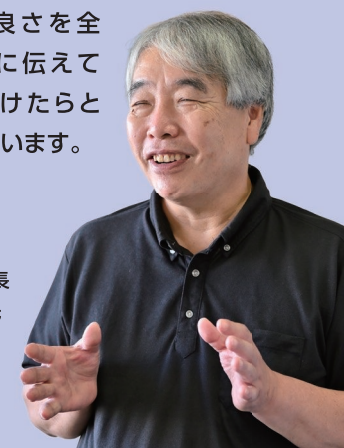
今回の商品開発では、今まで知らなかったハモの調理法とそのおいしさに気づくことができた。圭佑氏は「新商品を生み出すことによって、多くの人に魚の新しい食べ方を提案していきたい」と語る。そのキーとなるのは「発想の転換」だと正樹氏。肉を

魚に置き換える、各国料理へアレンジする…といった発想だけでなく、他の県産品とのコラボなど、多方面の人々の力を借りたものづくりが必要だという。一人でも多くの人を巻き込む商品づくりを目指し、両氏はまだ見ぬ次の商品に向けて、無限にアイデアを広げている。



新商品にかける熱き想い

商品開発は全てが試行錯誤で、水産加工は特に経費面が厳しいところがありますが、支援のおかげで成し遂げることができました。今は何が売れるかわからない時代。常に自由な発想で商品作りを考え、食を通じて香川県の良さを全国に伝えていけたらと思います。

代表取締役社長
寺田 正樹氏

お湯を注いで3分。 具材、スープ付きの 「温かいそうめん」



展示会出展のきっかけ

「卸売」から「小売」へ 時代のニーズに合った新商品

小豆島の特産である手延べそうめんの製造販売を行い、2025年で創業60周年を迎える銀四郎麺業株式会社は、手延べ麺づくり一筋に昔ながらの製法を守りつつ、新時代の麺づくりにもチャレンジしている。かつては中元や歳暮などの贈答用商品が中心だったが、消費者の購買動向の変化に伴い、個人向け商品の依頼が増え、新たな販売先の必要性を感じていた。新型コロナの影響で展示会やイベントがしばらく開催されていなかったが、2023年から徐々に再開。コロナ禍後初の開催となる「グルメ&ダイニングスタイルショー」に出展し、自社で開発した新商品「即席手延べ煮（にゅう）そうめん」を展示した。

今後の展望

若い世代をターゲットに そうめんの新たな可能性を追求

伝統的な手延べそうめんに加え、オリーブそうめんや黒胡麻そうめんに続く新商品の開発のほか、「即席手延べ煮（にゅう）そうめん」のような、手軽に食べられる個人向けの商品開発、販売に力を入れている。ターゲットは20～30代の若い世代。ファンやリピーターを増やそうと、SNSでアレンジレシピを発信し、さまざまな食べ方を紹介している。また、2025年3月に本社の隣にオープンするそうめん専門のお食事処では、店でしか食べられないオリジナルメニューを考案中。伝統を守りつつ、小豆島そうめんの新たな可能性を追求していく。

出展内容と効果

即席そうめんに関心合わせ殺到 1社と新規取引を開始

久しぶりの展示会とあって、バイヤーからは新しく珍しい商品を積極的に探している様子を感じられた。「即席手延べ煮（にゅう）そうめん」は定番の和風だしのほか、カレー、鴨つゆ、ゴマ塩とんこつの4種類を用意。こだわりの手延べのノンフライ麺で、お湯を注ぐだけで簡単に作れるとあって、約15社から問い合わせがあった。そのうちの1社と契約が決まり、2023年12月から店頭販売を開始している。

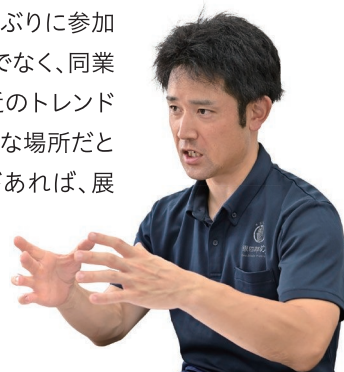
展示会の期間中に他社のブースも見学。商品の見せ方やブースの装飾など、各社工夫を凝らしており、今後の参考になった。また、遠方の取引先や新規セールス先も参加しており、効果的な面談や情報交換につながった。

財団の支援を受けて

業界の動向、 トレンドを把握できる貴重な場所

東京で展示会に出展するには費用面でハードルが高く、毎年継続して参加するのは難しいため、財団の支援はとても助かっています。久しぶりに参加して、新規の販路開拓だけでなく、同業他社や他業種の動向、最近のトレンドなどの情報を得られる貴重な場所だと改めて感じました。機会があれば、展示会に出展している会社と協業で新商品を開発してみたいと考えています。

営業部 三枝 将大氏



銀四郎麺業株式会社

会社概要

所在地 小豆郡土庄町甲5165番地94
電話 0879-62-1868(代)
URL https://www.ginshiro.shop



AI技術で ヒヨコの雌雄鑑別 世界の養鶏業を 変える



展示会出展のきっかけ

経済成長が著しい インドの養鶏業に着目

宗教上の理由で牛肉や豚肉が食べられない人が多いインドや東南アジア諸国では、良質なたんぱく質を安価に摂取可能な鶏卵の生産拡大が進められている。卵を産むメスのヒヨコの鑑別は、資格を持つ熟練の鑑別師が手作業で行っており、世界のふ化場で活動しているが、近年は鑑別師の高齢化で人材が不足。インド市場では約8億羽のヒヨコの雌雄鑑別が見込まれていることから、高松市で映像制作などを手掛ける有限会社電マーク代表取締役の中野裕介氏は、AIによる自動化に潜在的ニーズがあることに着目。羽毛の色で判別する「羽鑑別」と、肛門内にある生殖突起を見極める「肛門鑑別」の2種類のシステムを開発し、南インド最大の養鶏に特化した展示会「Poultry India」に出展した。

今後の展望

事業展開を見据えた 現地企業との協力体制の構築

先に開発した羽鑑別は、ヒナを運ぶベルトコンベヤーの制御やカメラ、照明装置の改善に加え、設置場所など多くの課題が残っている。肛門鑑別は、開発を始めたばかりで試験的ではあったが、装置がコンパクトでカメラと小さなコンピュータがあれば設置できることから、スリランカの企業と導入に向けた話を進めている。ただ、1社単独でのインド企業との商取引は難しく、事業を展開していくために現地のパートナー企業を探していく必要がある。今後は、比較的導入しやすい肛門鑑別システムの開発を先行するとともに、日本国内のニーズも調査していく。

出展内容と効果

熟練技術の雌雄選別を AI技術で自動化

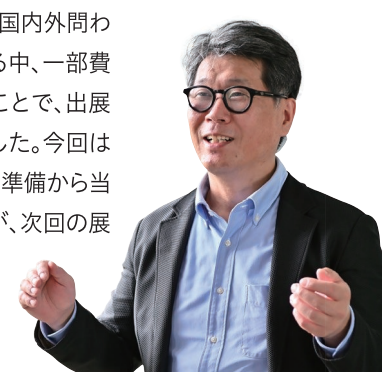
3日間の展示会では、初日に「羽雌雄鑑別」、2日目に「肛門雌雄鑑別」を紹介し、最終日は事業コラボレーションに焦点を当てた。ヒナをインドに持ち込めないため、日本で実施したデモンストレーションの動画を、オンラインで配信。羽鑑別は、ヒヨコの羽の主翼部と副翼部の色の差を、紫外線の特定波長を当てることでピンク色に変化する「励起」の現象を利用。肛門鑑別は、約900羽のヒナの肛門の画像を熊本県農業研究センターから提供していただき、AIに読み込ませた。世界初の雌雄鑑別AIシステムのお披露目とあって、ブースには人だかりがでるほど盛況で、100件以上の問い合わせを受けた。

財団の支援を受けて

海外での商談に向けて いい経験に

以前に海外特許の件で相談したことをきっかけに、財団の支援施策を調べるようになりました。海外の展示会への出展は初めてでしたが、最近では国内外問わず費用が高額になっている中、一部費用を補助していただいたことで、出展へのハードルが下がりました。今回は現地スタッフが主体となり準備から当日の対応まで任せましたが、今回の展示会や商談に向けていい経験になったと思います。

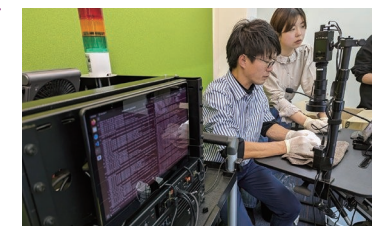
代表取締役 中野 裕介氏



有限会社電マーク

会社概要

所在地 高松市西宝町1丁目16-13
電話 087-864-8123
URL https://dex.co.jp/



新かがわ中小企業応援ファンド等事業

令和4年度		
メニュー	事業者	事業名
新分野等チャレンジ支援事業	株式会社ー	庵治石を再活用したアーティストック香炉の開発
	セトラスホールディングス株式会社	日本初、純国産シーアスパラガス(アッケシソウ)の通年栽培システムの開発
	有限会社シティング	マグネットを使った高気密玄関引き戸の開発
	徳武産業株式会社	歩行安定のための機能性ホルダーの改良・開発
	丸島醤油株式会社	しぼりたて醤油を楽しむ 樽型もろみ絞りセット製作
	株式会社まんでがん	香川県の逸品かしわバター 製品開発
	株式会社レガン	eスポーツ市場進出の為の新商品開発
	石丸製麺株式会社	全粒粉うどん(小麦フスマ由来のアラビノキシラン)機能性表示食品としての取組み
	株式会社FGROW	食の持続可能なサプライチェーンを創造する為の、次世代型養殖技術の閉鎖循環式陸上システムユニットの実証実験及び成果検証
	株式会社スミダ・リ・オリジン	機能性食品表示を有するマカロンの開発
	瀬戸内オリーブ園株式会社	オリーブの剪定枝葉を活用した紙製卵パックの開発
	株式会社tao.	和田邦坊デザイン×伝統工芸のリバイバルプロダクト開発
	株式会社FISTBUMP	法律事務所向けクラウド事件カルテ クラウドバランス ～事務所内のコミュニケーションストレスをなくす～
	丸金食品株式会社	機能性表示食品(GABA入り塩ゆで黒豆)の開発
	株式会社グッドワーク	生産者や作物の暑さ対策のため、既存パイプハウスに設置する天窓の取付け手法の確立
競争力強化研究開発支援事業	ケイ・タス株式会社	義肢装具業界向け「見える化装具製作予定システム」の研究開発
	建口ボテック株式会社	建設現場用量産型重量物運搬ロボットの開発
	株式会社XEN GROUP	食品熱交換装置(X-Charge unit:XCU)の大型化及び連結仕様の開発
	株式会社ダイコープロダクト	建設現場用耐圧安全手袋の開発
	株式会社DynaxT	農業分野向けIoTソリューション(農業環境監視システム)の開発
	奈良電機重工株式会社	協働ロボットを活用した、可搬式筐体溶接システムの開発
	株式会社伏見製薬所	アトピー性皮膚炎に伴う皮膚の外観変化を改善する成分の開発
	松浦産業株式会社	使い捨て容器の概念を変えた機能・強度を有する容器の開発
支援事業	株式会社開洋	HACCP認定取得から管理体制の構築による企業価値の拡大と利益率向上
	柿茶本舗有限公司	オーガニック認証スティック充填加工受託工場の安全・安心な製品・サービスを提供できる仕組みの確立
支援事業	藤村 拓	認知症当事者と介護家族の「はたらく支援」と「居場所づくり」
	一般社団法人香川県運動推進協会	健康産業向けエビデンスビジネスの確立
支援事業	香川県家具商工業協同組合	県産木「100%メイドイン讃岐プロジェクト」の実証
	有限会社黒川加工食品	県産大豆等を使用したハンバーグ等加工品の開発と販路開拓
	株式会社TKGアグリ	「はざまいちじく」の葉っぱ加工商品開発と販路拡大
販路拡大支援事業	株式会社蒼島	ブランド化推進による地場産業活性化事業
	アットハンド株式会社	業界初オリーブ乳酸菌獲得とおいで米を使用した醗酵プリン製造
	株式会社アムロン	魚骨由来アパタイトを原料とした重金属吸着資材の用途開発に関する研究
	有限会社かがわ木材加工センター	香川県県産松材拡販を目的とするJAS認定材生産体制の構築
	讃岐化成株式会社	香川県産ヒノキ材の長寿命化処理パイロットプラントの設置
	日本農産株式会社	クラフトビールで王越まるととブランド化
	松熊工業株式会社	自社生産の桑の実を活用した健康食品の開発・製造・販売
	三豊オリーブ株式会社	香川県産オリーブ葉を使用した商品開発とブランド強化事業

※記載の情報は事業採択時のものです。withコロナ対応支援事業(販路開拓枠)、国内・海外見本市出展支援事業は除いています。

採択事業一覧 [令和4年度及び令和5年度]



令和4年度		
メニュー	事業者	事業名
withコロナ 対応支援事業 (商品・技術開発枠)	四国アセチレン工業株式会社	ドライ方式による有用金属の回収システムの実証試験
	株式会社フケプロダクト	掲示板型マッチングサイト構築による遊休不動産活用促進スキームの開発
	株式会社FUJIDAN	RFIDの自動認識技術を利用した物流DXの推進
	株式会社八栗	食品加工業の弊社がSDGs宣言で社会に貢献できること
	株式会社レガン	害獣の皮を活用した継続的なビジネスモデルの構築とSDGsの取り組みを実施する
令和5年度		
新分野等チャレンジ支援事業	株式会社川田製麺	鍋焼きうどんの冷凍商品化
	株式会社キョーワ	電子レンジで焼きあがる「冷凍香川県産漬け魚」の開発と地域ブランド構築
	株式会社さぬき健康本舗	国内初のアブラツノザメ・プロテオグリカン・TamaFlex™含有機能性表示食品
	株式会社ゼムス	海底熟成酒「鬼の隠し財宝」
	株式会社地方創生	琴平町特産「こんぴらにんにく」および丸亀市特産「香川本鷹」を使用した、大人のためのビール専用スナック菓子開発
	徳武産業株式会社	ルームシューズ対応パーツオーダーシステムの構築
	合同会社higoto	革の端材を用いたアップサイクルブランドの展開について
	アイディオ株式会社	TV電話技術をベースとしたオンライン診療に利用できるWeb連携機能の開発
	株式会社ADSムラカミ	水圧式多目的段差解消機(水中リフト仕様)開発
	株式会社エスシーエー	「組込みAI画像処理ユニット」の商品化
	株式会社グッドワーク	幼保育園向けの装飾パネル、パーソナルスペースの開発
	仁尾興産株式会社	にがりを使った香りを有する入浴剤の商品開発
	ハイスキー食品工業株式会社	こんにやく素材(マンナンミール)にオリーブ葉抽出エキス、希少糖を添加した機能性表示食品の開発
	株式会社ボスコフードサービス	希少糖を含有させた冷凍弁当やレトルトカレーなどの新商品の開発
競争力強化研究開発支援事業	松浦産業株式会社	紙糸を使った紙袋用の組み紐タイプの丸紐(とって)の開発
	株式会社日進機械	使いやすく低価格な自動細胞分離装置の開発
	株式会社白洋舎	武道着クリーニングによる新たな市場開拓
	服部水産有限会社	服部水産新ブランド魚研究開発及びブランディング
	バリオスター株式会社	中小型動力用の非常用蓄電システム開発
支援事業	松浦産業株式会社	植物性生分解樹脂比率を高めた より自然環境に優しい害獣対策用生分解テープの開発
	株式会社ワイケーエス	新規形態安定加工技術を用いたアパレル製品の研究開発
支援事業	GEISHA-TOKYO 藤澤 幸子	着物ビギナーもベテランも！綺麗×5分×本格着物の海外展開『GEISHA TOKYO KIMONO スタイル』
支援事業	株式会社おがた食研	骨付鳥およびアスパラガス「さぬきのめざめ」を活用したレトルトカレーの開発と販路拡大
	田辺テニカルサポート株式会社	無人航空機(ドローン)を活用した鳥害対策の取り組みと実証及び操縦者の育成
	224ワイナリー株式会社	オリーブ酵母と小豆島産イチゴを活用したワインの新商品開発と販路拡大
開発支援事業	株式会社ヤエス	新昇降式浴槽の開発(在宅介護者でも安心して入浴できる浴槽)
	アイディオ株式会社	スマートTV向け、ビデオ通話用TVリモコンの研究開発
	富士産業株式会社	新たな自然素材(白甘藷、ニンニク)を活用した独自性の高い機能性表示食品の開発
	吉原食糧株式会社	香川県産大麦と希少糖アルロースを用いた機能性表示食品の開発
販路拡大支援事業	有限会社大川瓦店	デジタルものづくり技術を活用したいぶし瓦製品の開発
	香川県酒造協同組合	さぬきオリーブ酵母清酒を中心とした地域資源との相乗的な販路開拓
	白川農場株式会社	県内産ニンニクを活用した乾燥ニンニクチップの開発・製造・販売による売上向上
	有限会社簡井製菓	香川県産の海苔で豆菓子を巻くお菓子の製造機械の開発
	アーバンエ芸株式会社	自社ブランド「TIDE」のリブランディングに伴う販路拡大事業
	讃岐かがり手まり保存会	讃岐かがり手まり保存会ブランド化推進