多収穫米TPPに挑む

新品種でコスト削減

豊田通商（名古屋市）は、単位面積当たりで通常のコメの1.5倍の収穫量が見込める新品種を使い、国内農家の競争力を高める取り組みを始めた。生産コストを全国平均の半分以下にすることを目指す。環太平洋連携協定（ＴＰＰ）で今後、輸入量が増える見込みの海外の安いコメに対抗する。（平井良信）

収穫前のしきゆたかの稲穂を確認するサンフレッシュ海津の高木健一社長＝岐阜県海津市で

新品種は、豊田通商が出資するベンチャー企業「水稲生産技術研究所」（愛知県豊明市）が、コシヒカリをベースに開発した新品種「しきゆたか」。通常のコメより穂が長く粒も大きく、収穫量は三～五割ほど多くなる。味はコシヒカリの粘りを持ち、主に販売用の弁当や外食向けに販売する予定だ。

今年は秋田から佐賀まで二十四県の農家に委託し、ナゴヤドーム敷地の五十個分に当たる約二百四十㌶で作付けした。全国最大規模の四十㌶で生産する岐阜県海津市の農業生産法人「サンフレッシュ海津」で十九日、収穫前の田を公開した。

育苗施設を使わず、田に直接、種をまくため、田植え作業を省けるのも利点という。生産法人の高木健一社長は「これまでとは違うやり方を探していた。生産効率を高められるのは魅力」と話した。

「しきゆたか」（右）は、従来の品種と比べると穂が長く、粒の量も多い

豊田通商は、五年後に二千七百㌧で作付けし、約二万㌧の収穫量を目指す。

ＴＰＰの大筋合意によって、海外の安いコメに対抗するため、国内農家の競争力を高めることが喫緊の課題となっている。国内の六十㌔当たりの生産コストは現状一万六千円で、政府はその四割減の九千六百円を目指している。

豊田通商は、多収性のしきゆたか栽培と、効率的な管理で六千円台に引き下げることを目標とする。

豊田通商農業事業グループの南川剛一さんは「日本の農業でもやればできることを示したい」と強調。サンフレッシュ海津は来年、生産規模を二倍に増やすといい、高木社長は「ＴＰＰに左右されず、どんな環境でも生き残れる経営を目指したい」と意気込む。

豊田通商が取り組み

半導体製造 東朋テクノロジー

医療分野に本格参入

安城の機器メーカー買収

半導体装置を製造販売する東朋テクノロジー（名古屋市）は十九日、医療機器メーカー、ダイトーマイテック（愛知県安城市）を買収し、医療分野に本格参入することを明らかにした。成長が見込める医療分野の売上高を現在の五億円から、三年後に二十億円に増やしたい考えだ。

ダイトーマイテックは一九七九年の設立で、従業員三十人。病院で検査に使うエックス線フィルムの自動現像機などを製造し、売上高は四億一千万円（二〇一五年一月期）。二十七日に全株式を取得し、完全子会社化する。買収額は非公表。

東朋テクノロジーは医療分野に力を入れており、五年前に医療機器の販売に参入。現在は医療機器の保守点検のほか、手術用の発光ダイオード（ＬＥＤ）ライトを製造する。医療機器を製造販売する免許を持つダイトー社を傘下に収め、医療ビジネスの幅を広げる。

また精度の高い検査ができるダイトー社のエックス線技術を、東朋テクノロジーの主力製品である半導体や液晶向けの非破壊検査装置に応用するなど、産業分野でも相乗効果を見込む。（白石亘）

魔法の鍋、3種追加

愛知ドビー「バーミキュラ」

水なしで調理できる鍋「バーミキュラ」の新製品

鋳物製造業の愛知ドビー（名古屋市中川区）は十六日、気密性が高く水なしで調理ができる鋳物のホーロー鍋「バーミキュラ」のシリーズに大小三種類の製品を追加すると発表した。素材の水分とうま味を逃がさないバーミキュラは「魔法の鍋」と人気になり、一時は入手に一年以上かかったが、増産の体制が整い「納品待ちは解消された」（同社）という。

直径二十六㌢で「スキヤキ」と名付けた浅い鍋（色に応じて三万二千円または三万三千円）と、同じ直径の深鍋（同三万四千円または三万五千円）は十二月一日に発売。直径十四㌢の製品は来年四月に発売する。これまでは直径が十八㌢と二十二㌢の二種類だった。

バーミキュラは〇・〇一㍉の精度で高めたふたと本体の密閉性が特徴。鋳物の技術に加え、接合部を機械で研磨する高い技術力で、同種の外国製品よりも高い密閉性を実現した。月産五千個で二〇一〇年に売り出したところ、マスコミで紹介されて人気に火が付き、入手に十五カ月ほど待たねばならない状況が二年ほど続いたという。

増産のため従業員を二十人から八十人に増やし、設備も増強。ノウハウの蓄積で不良品率が下がり、現在は月産四千個が可能になった。全国約二百の百貨店で扱っている。同社営業部の中西郁乃さんは「使っていただければ良さは分かる。ぜひ試してほしい」と話している。（宮本隆彦）

珪藻土バスマット

風呂上がり 足裏さらり

水にぬれても数秒で乾く、珪藻土で作られたバスマット＝名駅の東急ハンズ名古屋店で

MACHIKADO TREND 街角トレンド

壁材で使われる「珪藻土」を使ったバスマットが売れている。風呂上がりに足を置くと、足裏の水分をみるみるうちに吸収し、すぐに乾くのが特徴。左官業「イスルギ」（金沢市）が技術と素材を生かして開発し、小売店のバス用品コーナーで人気商品になっている。

珪藻土は、植物性プランクトンの化石。焼成すると微小な穴が無数にでき、水分を吸収する。少し時間がたつと、吸い込んだ水分を空気中に放出。室内の調湿ができるため、壁材としてよく使われている。

この特徴を生かし、同社が板状のバスマットを開発、二〇一〇年にブランド「ｓｏｉｌ（ソイル）」として発売した。

手作りと機械生産のものがあり、税抜き価格は七千～一万五千円。新築や結婚のプレゼント用などで人気が高く、一年度の年間売上高は五千万円を突破、昨年度には四億円を超えた。今年五月には専門の子会社「ｓｏｉｌ」を設立した。

東急ハンズ名古屋店（名古屋市中村区）では、発売当初から月数十枚を販売。売り場担当者は「すぐ乾いて繰り返し使えるため、家族が多いファミリー層の関心が高い。訪日中国人客からの問い合わせもある」と話していた。（今村節）

郵政3社上場 広告ジャック

名古屋の地下鉄

十一月四日の日本郵政グループ三社上場を前に、全国の証券会社は二十日から、名古屋市営地下鉄や市バスの車内を中心に、郵政株の大規模な広告キャンペーンを展開する。

地下鉄では東山線と名城線の各三編成で中づりや網棚上、窓の脇告を独占。日ちょ銀行、などを紹介す

地下鉄車両に一斉につり下げられた日本郵政株の売り出し広告＝名古屋市名東区で

トップはナ（三重県桑名連続の一位で台風などに2・9％上回施設のうち九は変わらず、

夏休み集客 6割が前

東海3県

三菱ＵＦＪリンサルティング東海三県主要期間（七月十十一日）の集客ると、調査対象設のうち、六割設が前年の集客た。好天に恵ほか、海外への訪日観光客の功した施設もあ

夏休み集客数ランキング	施設名/所在地	集客数/前年比
1	ナガシマリゾート 三重県桑名市	252万0000人 2.9%＋
2	刈谷ハイウェイオアシス 愛知県刈谷市	155万8000人 15.3%＋
	国営木曽三川公園	

新日鉄住金 事故炉が操業

新日鉄住金は十九日、昨年九月に爆発事故を起こした名古屋製鉄所（愛知県東海市）のコークス炉の操業を同日夕に再開したと発表した。

同社は事故後、貯蔵する石炭の温度管理の徹底や散水設備の増強、従業員教育の徹底などの再発防止策を実施。今月八日には対策が完了したとして愛知県などに操業再開の方針を伝えていた。

環境に優しい鉄道の
安全と快適を守ること。
その技術を建設業に活かすこと。
私たちの使命です。

中部けいざい