

3類型	鉱工業品	通巻番号	6-20-043
地域資源名	熊野筆	認定日	平成20年6月13日
地域	広島県安芸郡熊野町	所管省庁	経済産業省

**事業名：熊野筆の穂先製造技術を活用した、男性用洗顔ブラシ・洗髪ブラシ、及び子供用洗顔ブラシ等、専門性の高いブラシの開発事業**

会社名：株式会社 丹精堂

所在地：広島県安芸郡熊野町出来庭6丁目-7-24

連絡先：TEL：082-854-0215

HP：<http://www.tanseido.co.jp/>

FAX：082-854-3699

### 事業概要(新たな活用の視点)

- ・当事業は、「熊野筆(注)」の穂先作りの技術を活かし、皮膚科の専門家の知見を得て、専門性の高い「男性用洗顔ブラシ・洗髪ブラシ・子供用洗顔ブラシ」を開発・販売するものである。
- ・化粧筆は、女性をメインターゲットとしており、人口の残り半分を占める男性に軸足を置いた筆商品は殆どないことから、そこをターゲットとして、新たな視点の新商品開発を行なっていく。
- ・また、スキンケアの専門家の協力を得られることから、肌のトラブルで悩む人の多い「子供」もターゲットとして設定する。
- ・より専門的な商品開発を行なうことで、今までの熊野筆にはない、皮膚科等の専門的な販路を狙うことも新たな視点である。

### 売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

#### ◆競争力

- ・熊野の技術による繊細さに、専門家の知見、また、自社の持つ紫外線殺菌装置を加えることで、より専門的な商品開発が可能となり、類似商品とは異なる安心感が得られる。

#### ◆市場性

- ・男性化粧品市場の中で、20代・30代を中心に、「洗顔」「スキンケア」は継続して増加傾向であり、市場性は高い。
- ・頭皮ケアに関心のある人が、最も多く取り組んでいるのは「こまめなシャンプー」であり、関心は高いと思われる。
- ・肌にトラブルのある乳幼児は全体の1割とも2割とも言われており、子供の素肌ケアに関心のある親は多い。

#### ◆販路

- ・自社の有する既存販路のほか、病院やメンズ向けエステティックサロン等、より専門的な販路へ提案を行なっていく。

### 地域資源における関係事業者との連携

- ・新商品であることから、自社で製造する穂先以外の「軸」「口金」を製造している地元関係事業者との連携は必要不可欠であり、積極的に協力関係を構築していきたいと考えている。

#### 【男性用洗顔ブラシ】



#### 【子供用洗顔ブラシ】



#### 【脚注】熊野筆

熊野町は、筆の生産で知られ、国内生産の8割を占める産地である。熊野で筆の生産が始まった江戸時代末期の「書筆」に始まり、現在では「画筆」「化粧筆」等が生産されるようになった。1975年には「伝統工芸品」の指定を受け、町内には多くの伝統工芸士が活躍しており、伝統の技術を今に伝えている。