

NiCpress

公益財団法人にいがた産業創造機構 vol.159



「ここだけの価値を発信する」

そこにはしか
できない
ものづくり

特集



2018

11

専門家INTERVIEW

大正大学地域構想研究所

北條 規 氏

事例企業

- 株式会社永徳
- 株式会社杉田味噌醸造場
- 株式会社想樹
- 株式会社早助屋

連載

挑む! わが社のNEXT STAGE
農プロデュース リッツ さつまいも農カフェきらら

ニイガタ元気企業 活力のカギ
一般社団法人ピースキッチン新潟

地域の食卓や 暮らしぶりを 掘り起こし、 ここだけの 価値を発信

地域資源を活用した商品開発は、中小企業にとってオンリーワンを生み出す有効な手段である。しかし、取り組みが活発であるからこそ、「選ばれる商品」になるための付加価値が必要になってくる。全国の人を引き付けるような、その土地特有の食文化や歴史を活かした、そこにしかできないものづくりを実現するためには何が必要となるのか、大正大学地域構想研究所教授の北條氏に話を伺った。

地元で親しまれていなければ 首都圏でも売れない

いま、消費者の間では“この地域にはこういう食文化があるのか”ということを理解していこうという動きが出ています。ネットを通して、あの地域のあれがおいしい、あの宿に行くとかこういう旨いものが出る、といった細かな情報がたくさん集められるので、自分が購入するものを取捨選択するものさしが、とてもシビアになってきています。だからこそ、地域資源をもう一度掘り起こし、磨きなおすタイミングに来ているのだと思います。

一方、地域資源を見直そうとしても、地域で食されているものが当たり前すぎて、地元の人が魅力に気付いていないことがあります。それは新潟に限らず、全国どこでも同じです。「こんなにおいしいものがあるじゃないですか」といっても、それはお客様に出すようなものではないと言われてしまう。しかし、そういう日常の食事こそが、消費者が一番知りたいところだったりするのです。

まず大事なものは、地域の食卓、暮らしぶりです。何が生産され、普段の食卓でどう使われ、どんなふうに使われてきたのか、という視点から掘り起こしをした

ほうがいい。地元で昔から食べている料理をしっかりと整理し、展開のヒントにする。地元で食されていないものは首都圏でも売れません。まずは地域の食卓に着目することが商品開発のポイントのひとつになります。

現在のニーズは「日常の食卓に 並んでいるものを食べてみたい」

お土産品を開発する場合も多くありますが、その時重要なのは、お土産品と宿の料理、外の飲食店での料理のクオリティや伝えたいコンセプトを、ある程度統一していく必要があるということ。

旅行に行くと、必ずそこで夕食と朝食を食べますね。その時に、その土地の食との初めての出会いがあります。当たり前ですが、旅行者はそこに行かないと食べられないものを食べたい。ですから、まずは地元の食文化にフォーカスした食事を提供しなければなりません。雪国観光圏のA級グルメなどは、そこを徹底しているわけです。その土地のものを知り、美味しければ、帰りにお土産品にも買いたいという気になる。そこでのコンセプトの統一は業種を越えて地域全体で連携しなければ成り立たません。



大正大学 地域構想研究所 教授

北條 規 氏

PROFILE

新潟市出身。1982年、株式会社コスミック(現 夢みつけ隊(株))の創業期より参画。常務取締役・専務取締役の要職を経て、2005年(株)夢隊ファクトリー代表取締役。2004年「ものづくり研究所」設立、商品開発・販路支援・街づくりなどのコンサルティングをはじめ全国の地域資源のブランディングを手がける。(公財)にいがた産業創造機構アドバイザーを務める。

▶付加価値を生み出すための視点



ひとつの事例が、湯沢のかぐら南蛮味噌の「からいすけ」。魚沼地域は昔から各家庭でかぐら南蛮味噌を作っていますが、それが地元のお土産にならず、飲食店で提供もなかった。しかし、日常の食卓に並んでいるものを食べたいというのが今のニーズ。飲食店と宿の経営者が組んで商品化したことで、いまや代表的なお土産品に成長し、旅館でも活用が広がっています。

地域のステークホルダーが連携し 地域資源を掘り起こしていくこと

これからの商品開発の進め方は、「つなぐ、連携する、組み合わせる」というのがキーワードになります。地域の生産者、観光業、飲食店を巻き込み、各分野のステークホルダーが集まって、みんなが良くなるための戦略を立てていくことで、地域資源の魅力をもう一度引き出すことができます。地域をまきこんだ展開は発信力があるため注目されます。地域の商品が記事ネタにもなるでしょうし、SNSで拡散もする。観光と食がイコールになるということにつながります。

一方、地域で新しい商品・価値を育てていこうという場合にも、暮らしに根付かせていくストーリーを考え、時間をかけて宿も飲食店も一緒になって合意形成していくことが必要です。

事例として素晴らしいのは、糸魚川市の能生で誕生した鮭の魚醤の「最後の一滴」。海洋高校と水産加工業者さんが組んで生み出したものですが、消費者には糸魚川に鮭の文化があることが伝わり、地元ならではの調味料を高校生が作るということも口マンがあり応援したくなる。ジャンルで言えば、調味料はまだマーケットのニーズが高く、チャンスがある分野です。

より一層強くなってきている 安全・安心な食を求める声

今後の商品開発で気を付けなければいけない要素としては、まず安全・安心。NICOの「新潟うまいものセレクション会議」の審査のときも感じるのですが、食品添加物が多いものがあります。それでも随分減ってきましたが、保存期間を長くするためか、まだまだ添加物が多いと感じます。消費者の健康志向が高まる中で、食の安全を求めるようになり、流通関係者も添加物など原材料、生産者の栽培方法、クオリティ管理にも厳しくなっています。

そして、これからの開発チャンスとしては、食事制限をしている人、アレルギーを持っている方に向けた商品があると思います。災害時、緊急時の避難所には赤ちゃん、老人、外国人が集まってきます。その方々に安心して提供できる

食事メニューや商品は、まだまだ市場性は高いといっているでしょう。新潟は災害を乗り越えてきた経験があり、新潟ならではの提案、開発の可能性があると思います。

そこにしかできない 魅力を伝えていく

そして、販路開拓でアピールする際には、背景にあるストーリーや文化、歴史があってこそその商品であることを伝えなければいけません。新潟うまいものセレクション会議でも、バイヤーは「この商品の新潟らしさは何ですか」と質問してきます。仕入れるバイヤーも、売る側として消費者に伝える「魅力」のことが一番知りたいのです。

一方で、地元の人以外には食べ方がわかりにくく、価値を伝えきれてないものもあります。販売においてはデザイナー、クリエイターと組んで、ビジュアルから食べ方まで発信方法を工夫することも必要です。

今の時代、単独で物を作って売り込むのはとても難しいです。その点でも、宿、飲食店、商店街、生産者がそれぞれの得意分野を活かしながら開発の段階から協力して、新しい食の提供を考える場を作るほうがいい。複数で知恵を絞り、連携することで“そこにしかないものづくり”が実現すると思います。

“ここだけ”の
価値を発信する
取り組み

村上の気候風土を活かし 伝統製法を守る 鮭加工品づくり



株式会社永徳 代表取締役社長 永田 政義 氏

〒958-0876 村上市塩町4-5 TEL.0254-52-6141 FAX.0254-52-7097
URL <https://www.nagatoku.jp>

「今は鮭の商品が市場に増え、村上の伝統的製品の類似品も出てきていますが、この地の気候風土を利用した商品というのは、他の地域では絶対にできない。それが差別化に繋がっていると思います」と語る永田社長。

ポイント

- 気候風土を活かした伝統的製品で差別化
- 三面川の鮭の特性を活かした新商品を開発
- 伝統の製法・食文化を守りながらニーズに合わせた商品を開発

村上特有の冬の季節風に 晒すことで生まれる味

平安時代には京都へ鮭を献上していたと伝えられ、江戸時代には鮭の自然ふ化増殖に成功した村上は、独特の鮭文化を築いてきた町。昭和9年創業の株式会社永徳は、この地に受け継がれる伝統を大切にしながら、創意を凝らした鮭の加工品の製造販売を行っている。

代表的商品の「塩引鮭」「鮭の酒びたし」も、先人の知恵が生んだ伝統的な鮭加工品。雄の秋鮭と塩だけを原料に、昔ながらの手作業で仕込むが、何より大切なのが『村上の気候風土』を活かすことだという。「当社では原料確保のため北海道産の天然鮭も使いますが、村上で作らなければこの味は生まれません。冬場の鮭が凍結しないぎりぎりまで下がる、この地域特有の適度な低温と多湿な冬の季節風に晒し、ゆっくり熟成させることで、うま味成分のアミノ酸が増えるのです」と永田社長は語る。

三面川の秋鮭のみを使用した 鮭の削り節を開発

同社では今年、三面川の鮭を使った「さけ削りぶし」と、削り節の製造過程で出る粉末を利用した「しょうゆ」「ぼん酢」を発売した。三面川に遡上する秋鮭は脂肪分が少なく、削り節に向いていることから、本州では珍しい鮭節を約2年かけて開発。同社で下処理をした鮭を静岡・焼津のかつお節メーカーに送り、

伝統の製法で作る「塩引鮭」と「鮭の酒びたし」。酒びたし用の鮭は、真冬から梅雨頃まで半年間かけて干すことで、うま味が凝縮する。7月の村上大祭で初物をふるまう慣習が、今も残っている。



5日間手作業で焼く昔ながらの製法で仕上げている。「村上の伝統的な製品を守り伝えるという反面、新製品が手薄になっていることもあるので、今のニーズにマッチした商品も提案していく必要があります」。

鮭の活用に向けた村上ならではの価値ある商品として、8月頃から県内スーパーでの取り扱いも始まり、特色ある地元の食材として好評だという。

村上の鮭文化を守りながら 海外への輸出も視野に

直営店「鮭乃蔵」の2階には約1万本の鮭を吊るすことができる干場があり、希望があれば見学も可能。村上ならではの風景が見られる施設として、観光客の集客にも繋がっている。また、NICOの食の大商談会をはじめ定期的な展示会出展など地道な販路開拓をはじめ、近年はカタログ販売、自社のHPや大手ネットショップでの販売にも力を入れている。

「今は日本の鮭がアジア圏に輸出・加工され、ヨーロッパで販売されている状況があります。村上の加工品の輸出は皆無に近いので、将来は海外にも製品を輸出し、食文化を広めていければと思っています」と永田社長。村上の鮭文化を守り伝えていく使命を持ちながら、現代に合わせた商品開発や販路開拓を進めている。

- 1 村上市内の醸造元の醤油を使い、削り節のうま味成分を抽出した「だし醤油」を活用した「三面川の鮭ぶし」シリーズ。
- 2 鮭の削り節は、湯豆腐などにかけるのがおすすめ。



店頭で吊るされた鮭が印象的な直営店「鮭乃蔵」。近年は外国人観光客も多いことから、免税販売も行っている。



“ここだけ”の
価値を発信する
取り組み

株式会社杉田味噌醸造場 取締役 杉田 貴子 氏

〒943-0832 上越市本町4丁目3-16 TEL.025-525-2512 FAX.025-523-6350
URL <http://www.sugita-miso.com/>



「商品開発は、厳選した材料と確かな技術が良い味噌を醸す、という理念に沿って、できる限り添加物を使わない製品づくりを心がけています。商談会は勉強させていただく機会として参加しています。バイヤーさんに「商品はいいけれど棚がない」という話も伺います。それは一方で自分たちの主戦場はどこなのかを考える機会にもなります」と語る杉田取締役。

ポイント

- 手作り、無添加の伝統製法を守る
- 多様な顧客ニーズを捉えて商品開発につなげる
- 地元地域の食習慣を掘り起こし、食文化を発信する

伝統製法を守りながら
味わいを進化させていく
視点を忘れない

上越独自の食文化という 視点を大切に情報発信

200年以上にわたって上越・高田で味噌づくりを手掛けている株式会社杉田味噌醸造場。上越地域伝統の「浮き糀みそ」を継承し、出来る限り添加物を使わない商品づくりを心がけている。その味は地元の人々、そして自社サイトの通販で購入する全国各地のお得意様に愛され続けている。

同社では味噌の製法や原材料へのこだわり、高田の町家に根付いている味噌と米糀の食文化についても情報発信している。杉田取締役は「私は15年前に入社して初めて、味噌汁にすると糀がふわりと浮く味噌がこの地域だけのものだと気づきました。浮き糀味噌は糀の作りがとても重要です。味噌の消費が減っている時代ですが、当社はこれだけ丁寧な味噌づくりをしている。それをPRしなければ、私共のような小さな蔵はさらに埋もれてしまうと感じ、力を入れるようになりました」と話す。

味噌のバリエーションを増やし 一般客だけでなく業務用も拡大

伝統の味を守りつつ、多様化するニーズにも応えるため、同社では糀の配合を多くした甘味噌、さっぱりとし

た淡麗な味噌、長期熟成の濃厚な味わいの味噌など、品目にバリエーションを持たせている。特に甘味噌は大手コンビニのおにぎりに採用されたり、うどんやラーメンなどの飲食店で使われるなど、業務用ニーズも広がっている。「この味噌を入れないと味が決まらない、と言っていただけでもあり、ありがたく思っています」。

また、直販の強みを活かした顧客へのアンケート結果では、新製品への期待も大きく、パウチ入りで使いやすい調味料や、鍋用などの用途別味噌、さらに味噌を使ったお菓子などの新しい商品が求められていることが分かった。

食品メーカーとのコラボで 味噌の可能性を広げる

「新商品開発では上越・新潟の素材を活かすことを重視します。製品化は自社だけでは限界があるので、地域の食品メーカーさんとしっかりと連携しながら形にしています」。地元の菓子店の協力を得て、焼き菓子「雪の花スイーツ」を開発。他にも上越の栗飴を使った田楽味噌、雪室熟成味噌、佐渡産チーズの味噌漬けなども発売している。

最近、お客様から味噌や糀の使い方が知りたいという要望が増えてきたと話す杉田取締役。「地元のお客様に聞くと、皆さん上手な使い方をしていらっしゃるのかを知り、上越・高田に伝わる食文化をヒントに活用法を提案することも大切だと感じています」。今後は味噌ソムリエ、発酵食エキスパートといった専門的視点からの提案も進めていく考えだ。



1 2 定番の「雪の花みそ」のほか、味噌たまりを活用した新しい調味料も開発。スタッフが実際に活用している料理レシピも渡し、食卓利用を促している。
3 味噌の風味が上品に香る「雪の花スイーツ」は、クッキー、パイ、メレンゲの焼き菓子の3種類。北陸新幹線の開業に合わせて、上越市の菓心亭かまだと共同開発した。上越妙高駅では持ち運びやすさもありビジネススマンにも人気。



町家の風情を残し、雁木の下に敷いていた石を配するなど、伝統を感じさせる店内。



丁寧な仕込みによる糀作りから始まり、じっくり発酵熟成させる。



“ここだけ”の
価値を発信する
取り組み

農家がつながり「点」が「面」に。 生産・企画力で他にはない価値を提供

フランス原産の洋梨と、タイの伝統工芸であるカービングという異文化が融合した「ルレクチェカービングコンポート」。「繊細な手仕事で日本らしい」と海外への手土産に求める人も。1瓶に1〜1.5玉分のルレクチェを使用する。



株式会社想樹

代表取締役 土田 広樹 氏 / 取締役専務 白鳥 賢 氏 / 取締役部長 石黒 貴久 氏
〒955-0094 三条市大島1442 TEL/FAX.0256-46-0531 URL <http://www.soju.jp/>

「ある年、落ちて売り物にならなくなったルレクチェでハロウィンのランタンを作り、直売所に飾りました。それを面白がって一緒にやってくれたのが想樹の中心メンバー。そういう価値観を共有できる仲間とやっていきたい」と土田氏(写真中央)。白鳥氏(写真左)は加工食品の企画製造を担い、石黒氏(写真右)は生産のほか営業も担当する。

ポイント

- 生産や加工技術、各分野のプロが力を結集し、他にはない商品を企画
- 個々の農家では難しかった大型受注を可能に

生のルレクチェを超える逸品を生み出したい

株式会社想樹は三条地域と果樹に強い思いのある5名が集まり生まれた農業法人。果樹生産はもちろん、加工商品も数多く展開する。その中でも「食べられる芸術品」として商談会でも注目を集めているのが「ルレクチェカービングコンポート」だ。新潟が誇る高級果実「ルレクチェ」が市場に出回る期間は、11月中旬～年明けの2カ月程度と非常に短い。県外の人でも一度口にすれば豊潤な香りと美味しさに驚くが、その短さゆえ知名度は今ひとつだった。「年中味わってもらえるようにジャムなども作りましたが、生食の味や香りのインパクトをどうしても超えられなかった」と土田氏は話す。そんな状況を打破したのが、繊細なバラの花を彫刻したルレクチェだった。三条を拠点にカービング教室を主宰する伊丹氏、食品加工のノウハウを持つ白鳥氏と共に約4年前に開発し、商品化した。

商品バリエーションの拡大が商談に手応えを

この商品の評価から、生のルレクチェや他の果物への需要も急増。土田氏は梨専門の農家だったため、桃やぶどうを作る地元生産者に協力を呼び掛けた。そうしてできたのが想樹の前身である「三条果樹専門家集団」だ。メンバーについて土田氏は

「変わり者の集まり」と笑う。「普通の農家ならやらない、未来のための仕事ができる人。三条の将来について、個々ではなく地域という『面』で考えられる人と一緒にやりたいと思いました」。

今年3月に株式会社想樹を設立。法人化にあたっては三条市の支援制度を活用し、千葉の大規模農業法人の経営指導を受けた。石黒氏は「生の果物や加工品など、現在約25品目を扱っています。商談ではバリエーションの多さに驚かれますし、その対応力が取引に繋がることもあります」と法人化の手応えを語る。

「米だけではない新潟」を発信

新しい発想で挑戦を続ける同社。一方で最大の課題と感じているのが物流だ。「商談会で気に入ってもらえても、新潟は米以外の大規模な物流のルートが見当たらない。個々の農家がそれぞれのルートで行っています。しかしそれでは大消費地に近い他県に勝つことは難しく、市場を開拓できないため、次の世代も育ちません。果樹でも組織として強い農業法人が現れれば、新潟の農業にも産地として残れる未来があると思います」と白鳥氏は力強く話す。

取引は国内だけでなく、海外も視野に入れている。年明けにはタイ、シンガポール、香港で商談の予定だ。また、小規模ながらも物流販売のルートを持つ企業と繋がりができ始めているという。「まずは一つひとつの営業の積み重ね。将来はセンターを保有し、三条が誇る農産物を計画的に流通したいです」。同社が新潟の農業に投じる一石は、決して小さくないはずだ。

ジャムやドライフルーツ、アイスクリームなどの加工品まで約25品目を扱う。「こういう組み合わせはできる?」というオーダーにも、複数の農家が協力することで柔軟に対応できる。



農園の力を
結集し多彩な
商品を販売。



“ここだけ”の
価値を発信する
取り組み

株式会社早助屋 山内 三信 氏

〒952-1431 佐渡市沢根炭屋町37 TEL.0259-52-6577 FAX.0259-52-3477
E-mail order@igoneri.com URL http://igoneri.com/



「佐渡でいごねりを島外にまで販売しているのは、現在は当社を含めて2社。他には漁協のお母さんたちが作って販売をしています。自分としては、作り手がこれ以上減ってほしくない。地元のお母さんたちが作るいごねりがあることで、佐渡の食文化として伝わり、残っていくものだと思うからです」と話す四代目見習い山内氏。

ポイント

- いご草と水だけという佐渡伝統の作り方を守る
- 商品は変えずに、新しい食べ方の提案で魅力を掘り起こし
- 佐渡ならではの特産物の価値を発信し、販路拡大に取り組む

いごねり一筋、製法を守りながら
新しい楽しみ方を提案していく

佐渡の食卓にいつもある 島民が愛するソウルフード

佐渡市沢根で、佐渡の郷土食「いごねり」の製造販売を手掛けている株式会社早助屋。1950年に魚の一時加工業で創業し、1970年からいごねり専業となった。いごねりは、もともと秋から冬にかけて各家庭で作られてきたもので、人が集まる冠婚葬祭の場を中心に食べられていた。

製造業者が年間を通して作るようになってからは、通年食べられるようになり、日常食へと変化。また、涼味であるため、消費のピークは夏へと移った。「通常は1日3,000本ほどの製造が、お盆の時期は1万本にもなります。帰省してきた家族に食べさせよう、帰ってこれないなら送ってあげよう、というおなじみの故郷の味ですね」と四代目見習いの山内氏は話す。

定番以外の食べ方も面白い いごねりをもっと楽しんでほしい

同社の製品は、佐渡で販売する「巻いごねり」と、島外向けの「角いごねり」のみ。一般商品のほか、飲食店や旅館向けの業務用も製造している。販売割合は佐渡が6、島外の新潟県内が3、首都圏や直販が1。NICOの食の大商談会をはじめ展示会や首都圏での販売会にもコンスタントに参加を続けている。

島外への販路開拓にあたっては「チーム佐渡島」

という連携組織を設立。佐渡産品の生産者や販売業者のノウハウを集積し、物流、在庫管理、販売の効率化を図っている。

山内氏はいごねりを「もっと楽しんで、遊んでもらいたい」と話す。「醤油をかけたり、酢味噌で食べるのが定番ですが、相川の海士町(あままち)では細く切ったいごねりにめんつゆをかけた“海士町そば”という食べ方がある。また、黒蜜ときなこをかけたり、バニラアイスを入れてスイーツとしても楽しむこともできます。知り合った料理人の方々にも、新しいレシピを試してほしいとお願ひしています」地域で親しまれている食べ方に加えて、新しい味わい方にも可能性を探っている。

介護食分野での可能性も大 冷凍保存技術の進化に期待

また、今後期待しているのが介護食分野だ。「いごねりだけは食べられるという高齢者の方も多く、すでに佐渡では介護施設でも採用されています。柔らかいので嚥下食にもなる。栄養士の皆さんへ提案する機会があればと思っています」。

低カロリーで食物繊維が多いいごねりは、海外のヘルシー志向にもマッチするはずだと話す山内氏。「ネックは保存。もしも将来、冷凍技術が確立できたら海外進出、そこから日本へ逆輸入というのも夢じゃないと思っています」。究極にシンプルで、佐渡ならではのものだからこそ、その可能性が大きいことを作り手が信じている。

佐渡では薄く伸ばしたいごねりをくるくると巻いた「巻いごねり」が伝統のスタイル。島外の新潟では角いごねりが主流だ。ちなみに佐渡では角いごねりは全く売れないそう。



いご草を煮溶かし、よく練ったものを冷やし固めて作る。採れる場所や漁師によっていご草の質が異なるため、毎日配合を変えて作るという繊細な食品だ。「材料はいご草と水だけ。表示欄の原材料がひとつという食品はなかなかない。それは守ってほしい」と山内氏。

黒蜜きなこを添えたものも商品化。抹茶スイーツのような味わいになる。



挑む! わが社の NEXT STAGE

地元農産物のブランド力向上や農業をとりまく課題解決を通じ、地域の活性化に取り組む「農プロデュース リッツ」。新潟県6次産業化プランナーとしても活躍する新谷氏に、起業の経緯や、さつまいもメニューを提供する農カフェの運営など今後の新たなビジネス展開について伺った。

新しい農業の形を作り 地域の農産物の魅力を伝えたい

小千谷の農産物や県内農家を 応援する事業を展開

農プロデュース リッツは、県内初となる6次産業化プロデューサーレベル4に認定された新谷氏が平成27年に設立。さつまいもをはじめ小千谷の農産物を使った料理やスイーツを提供する「さつまいも農カフェ きらら」の経営や、農家と消費者を繋ぐ「農プロデュース」という複合事業を通して、農業と地域の活性化に取り組んでいる。

「リッツの事業は大きく分けて4つ、農カフェの経営、6次産業化プランナーとして県内農家さんの商品開発や販路拡大のお手伝い、農家さんの営業代理、そして繁忙期の農家の作業をお手伝いするアグリサポーターの派遣があります」と新谷氏。

商品開発や販路開拓の 経験を経て起業を決意

15歳のときから「さつまいもを使った町おこし」を志していたという情熱を持つ新谷氏は、東京農業大学を卒業後、結婚を機に小千谷市に移住。平成17年に地元の農

業法人に就職し、さつまいもスイーツなどの商品開発をはじめ、生産から販売、営業まで携わるが、農家からさまざまな相談を受けるうちにある思いを持つようになる。「売ること悩んでいる農家さんが増えている、これからの農業界に求められるのは生産、加工、販売という一連の流れをプロデュースする人なのではないかと思ったのです」。

10年間勤めた農業法人を退職し、起業を視野に入れた新谷氏はNICOに相談。紹介された女性限定の「起業道場」にも参加し、事業の準備を学んだ。「ここで一度自分をゼロにして、私にできることは何かというのを徹底的に考えられたのがよかったです」。

規格外野菜の加工施設で 地域雇用も創出

今年度からスタートしたNICOの新事業「ふるさと起業家応援事業」における各種コンテストで助成対象者として採択され、新会社を立ち上げる新谷氏。大量の規格外野菜を有効活用したいと以前から考えていたことから、一次加工を行う製造施設を作り、子育て中の母親や障害者など地域の雇用にも繋がりたいという。「農家さんが単独で生産から加工、販売まで行うのは大



温かい焼き芋の上にガンジー牛乳ソフトクリームを乗せた「焼きイモソフトクリーム」が人気。熟成させたさつまいものコクと甘みに、さっぱりとしたソフトクリームがよく合う。



「さつまいも農カフェきらら」では、小千谷の野菜をたっぷり使った料理を味わえるほか、90分かけて火を通した焼き芋、さつまいもスイーツ、ジェラートなど、テイクアウトできるさつまいもメニューも豊富。子育て世代のスタッフも多く活躍している。



「焼きイモソフトクリーム」のオブジェ。スタッフ手作りの装飾が店内あちこちにある。



その時期におすすめのさつまいもを味わえる「焼き芋食べ比べセット」。この日は、ベルベットの、紅きらら、パープルスイートロード、紅あずまなどが登場。

変なこと。全てを行わなくても大丈夫。それぞれが得意な分野をのばし、委託、協力しながら進む新しい形を作っていきたい」。

これからも農家の応援団としてさまざまな支援を行いながら、新潟の農産物の魅力を発信してゆく。

NICOの を活用!

NICOが紹介した「起業道場」への参加、「起業チャレンジ奨励金」を活用し平成27年に起業。平成30年「ふるさと起業家応援事業」に採択され、加工施設を運営する会社を今年中に設立する。

農プロデュース リッツ さつまいも農カフェ きらら

代表 新谷 梨恵子 氏

〒947-0035 小千谷市桜町2495-1 TEL.0258-94-5995 FAX.0258-94-5553
E-mail satumaimo.imoyuki@hotmail.co.jp URL <https://blog.goo.ne.jp/ritz5323>

「何かをやりたいと思ったら覚悟を決めないといけないと思います。みなさんが持っている熱い思いを大事にしながら、それをどう伸ばし、花を咲かせ、実を採るかをイメージしてほしいです」と新谷氏。さつまいもと農業に対する熱い思いにあふれている。

パワーあふれる現場に潜入!

ニイガタ元気企業

活力

The key to vitality

の カギ

新潟駅CoCoLo西N+で話題のスポット「km-0 niigata lab(キロメートルゼロ・ニイガタラボ)」。日本初のレストランバス運行を実現した一般社団法人ピースキッチン新潟が、新たな一歩を踏み出した。

ニイガタポイント

- 1 新潟の食や人の可能性を魅力あるバリューに変換する
- 2 訴えるべきは、異なる文化や価値観を持つ人々
- 3 産地との交流が料理人のクリエイティブを進化させる



同法人が第一弾の事業として手掛けたレストランバスは全国でも大きな話題となった。新潟の食を育む自然を眺めながら産地を訪ね、普段は出会えない生産者と交流できる。

一般社団法人
ピースキッチン新潟
km-0 niigata lab

横山 裕 氏

〒951-8062
新潟市中央区西堀前通6番町894-1 西堀6番館ビル4階
TEL.025-211-8989 FAX.025-223-9100
URL <http://peace-kitchen.org/niigata/>

産地・料理人・消費者を結ぶ おいしく楽しいステージを提供

ライブパフォーマンスで魅せる 新型レストラン

生産者と料理人、そして食す人の密な関係を築くことで「地域の食文化の価値を高める」ことをモットーに2016年に設立したピースキッチン新潟が、今年4月に「km-0 niigata lab」をスタートした。一見するとオープンキッチンがおしゃれなレストランだが、その取り組みが実に興味深い。「月曜～土曜の夕方、日替わりでゲスト生産者やシェフを招いて『ライブキッチン』を開催しています。食材や産地の紹介、調理の実演、そして味わうところまで楽しめる1時間半のプログラムです」と話す代表の横山氏。こうした産地と料理人と消費者の関係づくりは、美食の街として知られるスペインバスク自治州にある、ビルバオ市のスローフード協会との交流から生まれた考え方だという。



「新潟を『料理人が育つまち』としてプロデュースしていきたい」と今後の展望を語る横山氏。若手料理人コンテストや、海外研修に対する補助制度の整備を進めているという。

新潟にあってよそにないもの。その差が価値になる

ライブキッチンは「新潟出張の帰りに寄りたい」という東京のビジネスマンからの予約も多い。食と新潟にまつわるここにしかない体験が、ディナー付きで3,000円。感度の高い東京の人や女性に好評で、事前予約で満員御礼になることもあるそうだ。

生産者や料理人たちが、自分の作るものにどれだけのバリューがあるか気付くきっかけにもしてほしいと言う横山氏。「新潟の人にはおいしい米は当たり前ですが、そうでない土地で暮らす人には高い価値がある。そうした差異のある人とコミュニケーションをとることで、その価値に気付くのですが、新潟はまだその認識が浅いというのが私の実感です」。

新潟の食にもっとクリエイティブな価値を

AIによるスマートキッチンも遠くない未来に実現するであろう時代に、料理人に求められるのはクリエイティブだと言う横山氏。そのために「料理人にはもっと外に出て、産地を見てもらいたい」と話す。雪景色の中での雪見酒。田植えの時期に田んぼに足をつけながらほおぼるおにぎり。そこにしかない最高のロケーションに体験や食を組み合わせ、どれだけの価値・価格を反映できるか。そのための架け橋となるのがピースキッチン新潟だ。

「km-0 niigata labを多くの人にどんどん使ってもらいたい」と横山氏。シェフ、料理研究家、農家、ものづくりの職人、食にまつわる人々が出会い、どんな化学反応を起こすのか今後の展開に注目が集まる。



km-0 niigata labでは夕方からライブキッチンが行われるが、それ以外の時間帯も料理を楽しむ。「meet up niigata」と称し、新潟の食への入り口となる米、酒、野菜・果物を使ったセットメニュー3種類を提供。



料理人や生産者によるパフォーマンスで新潟の食を紹介し味わってもらうライブキッチン。時にはお客さまが調理に参加したり、燕三条の刃物メーカーをゲストに招いたり広い視野で「食」を捉えた企画で楽しませる。

交流と感謝の集い

このたび、NICOは創立15周年を迎えました。これまでの感謝の想いを込め、県内企業、行政機関、関係機関・団体が一堂に会する「もっとつながる、さらに飛躍! 交流と感謝の集い」を開催します。

開催日 **11月27日(火)** 申込期限 11月9日(金)

会場 ANAクラウンプラザホテル新潟 3階 (新潟市中央区万代5-11-20)

多くの皆様の参加を
心よりお待ちしております。

第1部 セミナー(無料) 14:00~15:15 (受付13:30~)

●定員/50人(先着順) ※ **テーマ1** **テーマ2** どちらか1つをお選びください。

テーマ1 燕三条は工場の人をつなげる
～ 足元に眠る 地域資源の活用 ～



●会場/阿賀の間

講師/山田 立 氏 燕三条 工場の祭典 実行委員長(株式会社玉川堂 番頭)

テーマ2 デザインでコミュニケーション
～ デザインで伝える。デザインで届ける。～



●会場/飯豊の間

講師/石川 竜太 氏 株式会社フレーム 代表取締役

第2部 講演(無料) 15:30~16:45 (受付14:30~)

●定員/200名(先着順) ●会場/飛翔の間

時代を進める原動力
～ ポゼストハンド ～ 夢見た技術を現実に



講師/玉城 絵美 氏

H2L Inc. 創業者、早稲田大学 創造理工学研究所
実体情報リーディングプログラム 准教授、JSTさきがけ 研究員

第3部 交流会 17:00~18:30 (受付16:00~)

●定員/200名(先着順) ●会場/飛翔の間
●料金/3,000円(立食形式)

問い合わせ先 企画チーム TEL.025-246-0038 E-mail info@nico.or.jp



TSUBASA
M&A PARTNERS

つばさM&Aパートナーズ

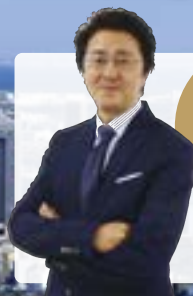
想いをつないで未来へ

士業・金融機関等の支援機関の会員様、随時募集中!

事業承継M&Aの情報発信・交流拠点

平成30年度 つばさ事業承継パートナー研究会

を下記日程で開催します。



会員数は
30
に増加中!

代表・税理士
山田 眞一

5/23(水)・7/6(金)・9/7(金)・
11/9(金)・12/7(金)

今年も更に内容を拡充して実施します。

※会員数は昨年度第1回~5回の実績です。
※詳しい内容につきましては、下記連絡先までお問い合わせください。

ご連絡先

株式会社 つばさM&Aパートナーズ
〒959-1234 燕市南7丁目17-9-1 県央ランドマーク2F
TEL.0256-61-5810 FAX.0256-64-2964
公式サイト <http://www.ma-partner.jp>



つばさ税理士法人

イイモノイイワザ 広め隊



県内企業が開発した、
優れた商品・技術をご紹介します！

イイモノ

「欲張らぬ」の精神を
得意の鑄造技術で再現

アルミ鑄物製十分杯「ほどほど」

アルミの熱伝導性がお酒を美味しくします



「十分杯」とはサイフォンの原理を利用したからくり酒器です。八分目までなら普通に使用できますが、八分目を越えると底の穴から越えたお酒が一滴残らず流れ出てしまいます。十分杯の歴史は古く、長岡藩三代目藩主牧野忠辰(ただとき)は十分杯を見て「物事は八分目位の余裕をもって行動すれば万事上手くいくもの」と自らを律し、家来を戒めたと伝えられています。

株式会社アルモ

〒940-2059 長岡市大荒戸町66-6
TEL. 0258-20-5300 FAX. 0258-20-5301
E-mail info@almo.co.jp URL <http://www.almo.co.jp/>

イイワザ

ボリューム感満点かつ
きめ細やかな口当たり

4回巻車麩

通常の3回巻に比べ密度が高くなる4回巻の麩は、しっかりとした歯ごたえ、ボリュームが特徴。新潟県内でも作っているところは少なく、全国的に大変珍しい麩です。お鍋やおでん、すき焼きのほか、鶏肉のかわりにから揚げ、豚肉の代わりにカツや酢豚にすればヘルシーに仕上がります。無添加で消化吸収に優れており、小さなお子様からお年寄りの方まで安心してお召し上がりいただけます。災害時の保存食としても最適です。

お肉代わりにも！
ヘルシーで
高たんぱく



有限会社宮村製麩所

〒957-0356 新発田市岡田1807-6 食品団地内
TEL.0254-22-2950 FAX.0254-26-5415
E-mail miyamura-seifu@rainbow.plala.or.jp
URL <http://www.yakifu.co.jp/>

読むとお出かけしたくなる！ 観光情報満載のご当地手帳♪

新潟手帳 2019

- 新潟県内各地のイベントスケジュールがわかる！
- 観光スポットやご当地グルメ情報が満載♪
- 企画ページも充実！
知らない新潟が見えてくる!?



表紙は
リバー
シブル

県内書店・コンビニで
好評販売中!

定価 **1,080円** (税込)

トキスケ
サケジュール



●お問い合わせ 株式会社 第一印刷所 TEL025-283-6222 (平日9~17時)
〒950-8724 新潟市中央区和合町2-4-18 第一和合ビル1F URL <http://www.dip.co.jp/techou/> ✉ techou@dip.co.jp

中小企業大学校三条校研修のご案内

18-27
経営力

経営者・経営幹部

売れ続ける関係を創る!企業の魅力の伝え方

自社の魅力創りと効果的な発信方法

研修のねらい

会社や製品を表現する際に大切なことは、膨大な情報の中に埋もれてしまわないように、魅力を簡潔に伝えることです。顧客がそこに価値を見出せば、一過性でない関係が育まれ、さらに口コミ効果も期待できます。

本研修では、自社独自の魅力を表現する方法、魅力を経営に活かす方法等を学びます。

募集要項

- ▶ 研修期間…全2日間 平成31年1月29日(火)~30日(水)
- ▶ 時間数…12時間 ▶ 募集人員…20名
- ▶ 受講料…22,000円(税込み)

18-43
経営力

経営幹部・管理者

利益を生み出す業務改革・トラック運送業

業務プロセスを改善し効果の可視化へ

研修のねらい

トラック運送業においては、車両運行と荷役等の人によるサービス提供ウエイトが高いこと、膨大な取引情報への関与も必要という事業特性もあって、業務改善に対する取り組みを常に求められています。特に、運行管理や荷主向け輸送サービス等の効率化やコスト問題への対応は喫緊の課題となっています。

本研修では、トラック運送業が直面する以上のような経営環境・課題を踏まえたうえで、コスト・収益の見直しやIT活用等による業務改革の進め方について学ぶとともに、さらにはその成果を自社の業務プロセス等の改革の中に取り組みだ計画の策定を行います。

募集要項

- ▶ 研修期間…全4日間 平成31年2月 5日(火)~ 6日(水)
2月26日(火)~27日(水)
- ▶ 時間数…24時間 ▶ 募集人員…25名
- ▶ 受講料…35,000円(税込み)

18-44
経営力

経営者・経営幹部

社内を活性化するIT活用

社員がいきいきと活躍できる職場づくり

研修のねらい

近年、社内SNSやグループウェア等のコミュニケーションツール等のITを活用により、社内に情報共有の仕組みを作るなど組織の活性化を図る取り組みが注目されています。

本研修では、コミュニケーションの強化、組織の活性化を図り、社員が活躍できる職場を作るためにすぐ使えるIT活用について、事例研究・ケース演習も交えながら学んでいただけます。

募集要項

- ▶ 研修期間…全2日間 平成31年2月13日(水)~14日(木)
- ▶ 時間数…12時間 ▶ 募集人員…20名
- ▶ 受講料…22,000円(税込み)

お申し込み・お問い合わせは、三条校ホームページまたはお電話にてお願いします。



中小企業大学校 三条校

〒955-0025 新潟県三条市上野原570

TEL:0256-38-0770(代) FAX:0256-38-0777

三条校

検索

NICO press 2018 11 vol.159 2018年10月25日発行

編集・発行



Niigata
Industrial
Creation
Organization

公益財団法人
にいがた産業創造機構

〒950-0078 新潟県中央区万代島5番1号「万代島ビル」
(公財)にいがた産業創造機構 9~10F/NICO プラザ 11F
TEL. 025-246-0025 FAX. 025-246-0030
E-mail info@nico.or.jp URL https://www.nico.or.jp



本誌は環境に配慮し、米ぬか油を使用したライスインキで印刷しています。



本誌は印刷時に排出されるCO₂を100%カーボン・オフセットしています。1部あたり1円が佐渡市の「トキの森」整備に提供されます。