

企業のチャレンジを応援する
ビジネス創造誌

NICOpress

公益財団法人にいがた産業創造機構 vol.134

座談会

- 株式会社猪貝
- 有限会社永塚製作所
- 有限会社スキル 近藤栄一塗装店
- 株式会社ゆめ企画名立

▶ 進行 / NICOアドバイザー 今尾 昌子

大パワ 作ワ 戦 報 力 アップ

特集 ● 本気と行動で必ず成果を出せる！

2016
5

NEWS RELEASE

きちんと伝え、しっかり伝わる。
「知られる会社」になるヒント満載！

にいがた応援！
BIZ
NEWS

発信し続ける
会社は
元気印！

NEWS

連載

GO! GO!チャレンジ企業

株式会社山口製作所

注目企業におじゃまします

株式会社神田酪農

BUSINESS TOPICS

新潟モノ&ワザ図鑑

KAWAMURA

有限会社SKフロンティア

今こそ、**広報**で 会社が変わる、 会社を変える。

NICOアドバイザー 今尾 昌子

新潟の企業は決して
「伝え下手」じゃない！
動き出せば必ず答えがでる。
それが広報の力だ！



「うちは伝えているか？」の問いかけを今こそ

県内企業さんから「いい商品だと思うんだけど、売れてないんだよね」という声を聴くことがあります。そう、新潟の企業は実にいいモノを作っていると思います。ですが、その周辺の人や関わった人にしか、その良さが伝わっていない…だから売れない。

もっといえば、自分から伝えようとしてこなかった、いいモノをつくれば相手から取引にやってくると思っていた、あるいは間屋任せだから、ただ言われたとおり、そこそこのいいモノを作っていれば、それで経営が成り立っていた…。と、そんな時代は終わりました。この目まぐるしく変化する情報化社会において、市場も流通関係者も発信力ある企業や商品に対してより一層興味をもち、売れる商品を選びとる時代になってきました。

さて、そんなこの時代、あなたの会社は自社の商品やサービスについて、ちゃんと発信していますか？

企業の競争力は「発信力で決まる」といっても過言ではない時代になってきました。

お金をかけずとも、 本気の「行動力」があれば、成果を出せる

「でもうちにはお金がないから、いい広報なんかできないのでは？」そんなご心配は無用です。お金をかけて発信する方法には「広告(宣伝)」という手段もありますが、いいネタ(情報)であれば、お金をかけなくても、発信の仕方次第で十分に効果を出すことができます。それはすでに取り組んできた多くの企業が実証済みです。

広報活動にはいろんな手段がありますが、自社の商品やサービスを**誰に伝えたいかを明確に整理**することで、その手法も工夫できます。マスメディアを活用する、自社のWEBサイトやSNSを活用したり、展示会や商談会、イベントなどリアルに伝える場に参加するなど、手法は目的や相手に応じてさまざまですが、「**こうしたい**」という熱い思いがあれば、必ず具体化することが可能です。

まずは、**やってみよう!**と動き始めること。そして**挑戦を続けた人(企業)が必ず成果を生み出します。**



NICOアドバイザー 今尾 昌子

プロフィール

岐阜県出身 グラン・ルー代表、コミュニケーションクリエイター。印刷会社マーケティングディレクターを経て、35歳で独立。国内外の企業のマーケティングコミュニケーションのアドバイザー・コンサルタントとして活躍。NICOのアドバイザーとして、広報・コミュニケーション分野で県内の製造業からサービス業、六次産業、IT業界にいたるまで、のべ600社の企業の広報支援を実施、多くのメディア掲載事例や成長実績をサポート。毎年開催の「広報チャレンジセミナー」「広報力パワーアップ実践講座」や展示会出展企業向け「プロモーション力実践講座」などを実施、また県内各地での「広報相談会」も好評開催中。

公式サイト www.mahsa.jp ▶コミュニケーションに関するブログ毎日更新

実践企業による座談会

広報活動は全ての業界、業種に必要な不可欠な取り組みである。しかし、やり方が分からなかったり、自己流で成果が出ていない状況にある企業も多いのではないだろうか。ここでは、NICOの広報支援事業(セミナー、実践講座、広報相談会)への参加をきっかけに、本格的に広報に取り組んだ県内企業4社にお集まりいただき、その成果や広報の重要性などについて語っていただいた。



▶ 座談会メンバー (P2集合写真右より)

- ▶ 有限会社スキル 近藤栄一塗装店 代表取締役 **近藤 栄一**さん
- ▶ 株式会社ゆめ企画名立 営業企画課 **西野 優子**さん
- ▶ 株式会社猪貝 営業部 **片桐 誠司**さん
- ▶ 有限会社永塚製作所 専務取締役 **能勢 直征**さん

会社に変化が求められる タイミングで広報強化へ

●**今尾**:皆さんの会社が“広報”を意識し、取り組むことになったきっかけを教えてください。

●**片桐**:当社はこんにやく、エゴ、ところてんを作っていて、量販店に出荷していたのですが、バブル崩壊後、売上が落ちてきたとき、量販店だけに依存するのではなく、自社商品を直接お客様に届けられる体制を作ろうということになりました。ダイレクトメールなどを出しても成果が上がらず、困っていたときにNICOの広報セミナーに参加して、「必要なものは広報力だ」と感じて、取り組み始めました。

●**能勢**:当社は移植鋺や火バサミを金属プレスで製造し、問屋さんを通じて全国のホームセンターで販売しています。新たな販売チャネルの開拓にも挑戦しようと、商品開発に取り組んだのですが、商品をどう広めていこうかと思案していた時に、NICOの広報相談会を知り、すぐに申し



皆さん、知ってもらうための工夫と努力がスゴイ。刺激をもらいました。

込み、相談にのってもらいました。無料で相談できることも魅力でした。(笑)

●**近藤**:塗装店を経営しているのですが、12年ぐらい前に塗装の勉強会で、県外では脱下請けに取り組む会社が多いことを知り、チラシを配り始めましたが、効果が出なくて。そんなとき知り合いの方からNICOの広報実践講座を教えてください、参加してみました。

●**西野**:当社は道の駅「うみてらす名立」を運営しています。私は当時パート従業員だったのですが、前社長から突然「広報を担当して」と言われ、広報に携わることになりました。前社長は「お客さまを待っているだけの時代ではない、PRして表に出なければ」という考えで、NICOの広報セミナーに参加したことをきっかけに、広報への取り組みを決めたようです。

まずは、情報発信力を 身に付けて マスメディアを味方にする

●**今尾**:具体的には、どのような広報活動を行ってききましたか？

●**西野**:なんとといってもニュースリリースです。「うみてらす名立」でのイベント開催についてリリースをするとその情報が地元紙に載り、お客様から問い合わせが来て、ご参加いただき、当日はメディアが取材に来てくれるという、告知とイベントの様子の両方が紙面に載るという流れができました。現在はそれが当たり前のようになりましたが、最初は効果の高さを実感していました。

●**能勢**:私もニュースリリースですね。当社はオリジナル製品が、ゴミ拾い用トングだけでしたが、ゴミ拾い活動、デザイン賞の受賞など、商品ひとつに対して切り口を変えて、7つのリリースを書きました。リリースを通して、だんだんと記者の方とつながりができたのもよかったです。

●**片桐**:当社もニュースリリースに取り組んでいますが、一番苦労してきたのはネタづくりです。こんにやくなどは商品自体にどうしても華やかさがなく、アピール



メディアに
紹介されました!



越後えご保存会イベント



イベントを告知したリリース

広報活動でこんな効果が!

商品を売るだけでなく「越後えご保存会」を立ち上げ、郷土食を守り伝えるイベントを通じて「えご」と地域の結び付きを深める活動を展開。新聞各社に取り上げられ、会社の認知度UPにもつながった。

NICOクラブ会員 ▶ **株式会社猪貝** 営業部 **片桐 誠司** さん

〒940-2127 長岡市新産2-13-10 TEL.0258-46-6888 FAX.0258-46-6889
E-mail inokai99@inokai.net URL <http://www.inokai.net>

「コト」づくりで
会社を地域に
認知いただけました





広報活動でこんな効果が!

顔と名前を全面に打ち出したインパクトあるビジュアルで認知度がアップ。職人が毎日更新するブログは自社サイトの閲覧数のアップとコンテンツの充実、さらに受注につながる等の相乗効果を生んでいる。

メディアの反響により
社員の責任感も高まり、
意識が変わったと感じます

NICOクラブ会員 ▶ 有限会社スキル 近藤栄一塗装店 代表取締役 **近藤 栄一** さん

〒950-0922 新潟市中央区山ニツ3丁目7-12 TEL.025-250-0113 FAX.025-257-0835
E-mail kondou.e-tosouten@amail.plala.or.jp URL http://www.skill-h.co.jp



顔と名前を出す
手法と統一ビジュアルでPR

メディアに
紹介されました!

ブログの更新は職人それぞれが担当



力が弱い。そこで「えご保存会」を作り、PRイベントを行うなど「コトづくり」に力を入れて、商品の良さ、会社の良さを発信してきました。

●**近藤**:当社はチラシでの集客をやってきたのですが、見てもらうには何をすればいいか考えるなかで「名前と顔を出せばいい」と、チラシでも看板でも私の顔を出しました。近所では子どもから指をさされることもあります(笑)、最近個人のお客さまからの仕事依頼も増え、テレビ出演などにも結びついてきたので、よかったのではと思っています。

ますます効果が高まっている デジタルコミュニケーション との融合

●**今尾**:皆さん、基本はマスコミに知ってもらって、そこから世間に知らせてもらうという広報に取り組んでいらっしゃいますね。ホームページやSNSなど、デジタルコミュニケーションの取り組みはいかがですか。



皆さん明るくてパワフル。元気に笑顔でやるのが大切ですね。

●**能勢**:それもひとつの広報のチャンネルだということを教えていただいて、極力イベントなどの情報はフェイスブックなどで発信するようにしています。

●**片桐**:当社はまだこれからという感じですね。日々の更新には、ネタ集めが難しい。現在は私ひとりでやっているの、社員何人かで担当できるといいのかなと思っています。

●**西野**:最近SNSを再開して、スタッフが撮ってくれた写真と合わせてイベントの様子などをアップしています。やはりスタッフの協力があってこそ続けられますね。

●**今尾**:今や広報活動では、「マスメディア」だけでなく、ホームページやSNSなどを合わせた「自社メディア」の活用もますます大切になってきていますね。ぜひどちらもがんばっていただきたいのですが、近藤さんの会社はブログをたくさん書いていますよね。

●**近藤**:当社では、毎日現場が動いているので、ネタはたくさんあります。ブログを通して会社の仕事を見てもらうことで、お客様に判断してもらえと思っています。

●**能勢**:ブログは写真も文章もあって、続けるのは大変ではないですか?

結果を出している会社は、きちんとやるべきことをやっているんですね。



●**近藤**:毎日ブログを更新することでホームページ自体も強くなっていくので、職人には仕事の一環として必ず書いてもらっています。ブログをつけることに意義があるので、最初は言葉を間違ってもいいと思うんです。そのうち上手くなっていけばいいかなと。そのおかげで、今、ネットでの問い合わせは、月平均10件は来ています。

●**今尾**:それはすごい。地道に発信することで成果が出ているということですね。他の皆さんの広報の成果や手ごたえはいかがでしょう。

●**能勢**:先日、新しいブランドを立ち上げたのですが、これまでの広報活動のおかげですでにメディアの人とのつながりがあったため、すぐにテレビで取り上げてもらえることになりました。

●**片桐**:当初、広報の目標にしていた「会社として地元へ根付く」ことは出来たんじゃないかと実感しています。

メディアに
紹介されました!



スポーツ
GOMI拾い大会

ゴミ拾いトング“MAGIP”



家庭用農具の新ブランド
FIELD GOOD



新商品

広報活動でこんな効果が!

ゴミ拾いトング“MAGIP”を通じてさまざまな社会貢献イベントを企画。イベント告知やデザイン賞受賞など、切り口をかえて複数のリリースを発信。この春も新商品“FIELD GOOD”を発売し精力的に広報を展開する。

1つの商品でも
テーマを変えて
アプローチできます

NICOクラブ会員 ▶ 有限会社永塚製作所 専務取締役 **能勢 直征** さん

〒955-0055 三条市塚野目6-9-1 TEL.0256-38-8275 FAX.0256-38-0288
E-mail eizuka.ss@gmail.com URL http://www.eizuka-ss.com, http://field-good.jp





広報活動でこんな効果が!

季節ごとに工夫を凝らした集客イベントを多数企画し、リリースを継続して発信することで、メディアに取り上げられる頻度もアップ。合わせてチラシの配布、SNSによる発信、商品開発にも力を入れている。

メディアの反応を知って 社員の意識も 変化しました



NICOクラブ会員 ▶ **株式会社ゆめ企画名立** 営業企画課 **西野 優子** さん

〒949-1602 上越市名立区名立大町4280-1 TEL.025-531-6300 FAX.025-537-2486
E-mail umitera@umiterasu.co.jp URL http://www.umiterasu.co.jp

メディアに
紹介されました!

イベントは
多くの来訪
者で賑わう

干して焼いた幻魚を
真空パックした新商品
「焼幻魚」

●**西野**:社内で、最初は広報より他にやることがあるんじゃないかという意見もあったのですが、今は広報に対する理解が高まってきて、社内が変わってきたのを感じます。

●**近藤**:メディアに取り上げられる機会が増えるにつれ、職人たちの責任感も変化してきましたね。県外から見学者が訪れることも多くなり、職人のマナーや言葉づかいも良くなってきました。

広報への継続的な取り組みが 会社や人を磨いていく

●**今尾**:広報活動をするなかで、何か気付いたことはありますか?

●**能勢**:自分から情報を出していくと、情報が入ってくるようになる。逆に自分で汗をかかないと、広報するチャンスは来ないんだと感じました。

●**近藤**:広報は面白いですね。いろいろなご縁ができるし、自分がやってきたいことを広報で発信していると、能勢さんのおっしゃる通り、自然と情報が入って

くる。やって損をしたことはひとつも無いですね。

●**片桐**:勉強になることばかりです。僕はサラリーマンなので、ネタを考えるために会社のことをよく考えるようになって、会社や仕事に対する姿勢もずいぶん変わりました。自分の発言が、会社の意見になることもあるので、社長の考えを理解しようと思いますし、ものごとを奥深く考えるようになりました。

●**西野**:新聞の見方が変わりましたね。記事を見ると、これはどういう背景で取り上げられたのかなと考えます。社長の考えを理解することが必要だと感じ、直接お話しする機会も多くなりました。

●**今尾**:最後に広報経験者として、県内企業の皆さんにメッセージをお願いします。

●**能勢**:広報は瞬間的に利益が返ってくるわけではなく、中長期で継続的に行う活動なので、まずは一步踏み込んで、やり続けることをおすすめします。

●**片桐**:歴史があって良いものを作っていたのに商売をおやめになった同業者

皆さん、企画や発信を継続していることがスゴイと思います。



を見ると、うまく広報できていたら、もしかしたら続いていたのではないかと、もったいなく感じます。いま仕事があるということは、会社に良いところがあるということ。ぜひ、それを伝える術を知っていただきたいですね。

●**近藤**:新潟という地域は海外でも評価されるいいものを持っているし、発信方法も分かっているのかもしれないけれど、大切なのは行動。勇気を持って一步踏み出してほしいです。

●**西野**:広報部を持てる会社は少ないと思いますが、ぜひ担当者を決めて、取り組んだ方がいいと思います。選ばれた人は大変ですが、チームを組んできちんと発信することが、会社には必要だと感じます。

●**今尾**:本日は、皆さんが広報人として成長されている様子を実感しながら話を聞かせていただきました。大変ありがとうございました。

Check!

広報活動ここが 実践のポイント!

1. ニュースリリースでマスメディアに発信
2. 自社メディア(ホームページ・SNS)も広報ツールとして継続発信
3. 伝える相手(ターゲット)を明確にし、そこに向けた発信方法の工夫
4. 情報発信はネタ次第
～モノ・コト・人いづれもネタになる～
5. 広報は継続してこそ成果が出る
6. 最初は一人からでもOK。
のち社内体制も整え、組織で発信

それぞれの企業さんとの出会いの日を思い出す座談会となりました。初めて会ったときと比べて、皆さん、なんとお話が上手になられたか、それぞれ情熱にあふれ説得力あるお話をされているのがとても印象的でした。ニュースリリースや広報誌、SNSなど読んでもらうメディアでは「書いて伝える」ことも大切ですが、取材やプレゼンなどでは「話して伝えること」も大変重要です。そして、広報するということは、発信することで人も会社も「見られ」「知られ」そして社会とつながっていくことだということを改めて感じました。広報は組織を、人を育てる、これからの成長に不可欠な企業活動なのです。



次のページで実践ポイントを掲載しています。

Let's TRY →

1 効果的な ニュースリリースを **書く**

ニュース
リリースの
ポイントは
これだ!

商品やサービスなど伝えたいことがある!そのネタをうまく磨き、まとめて、メディアの記者や編集者に送ってみる。彼らの目に止まるニュースリリースを書けるかどうかで、記事やニュースとして取り上げられるかどうかが決まってくるとも言える。「ネタ」の鮮度(中身)はもちろん重要。そして書き方もぜひ習得されたい!

NICO広報相談会を受け、作成、そしてメディア掲載されたニュースリリースの実例です。

リリースはキャッチ +タイトルで決まり!

記者が思わずリリースを読みたくなる、キャッチフレーズ+タイトルでインパクトある表現を!
新しさ、●●初、地域性などニュース性を強調!ここで興味をもってもらえないと、忙しい記者たちには、最後まで読んでもらえないかも。

全体概略を先に (逆三角形に書く)

どこの誰がいつ何をしたか...全体をまず知ってもらうことが大切。

伝えたい内容を わかりやすく説明

企画意図や、市場背景、その商品やサービスの特徴、こだわり、ターゲット、市場に与える効果など。初めての記者、その業界外の人にも理解できるよう、わかりやすく。専門用語はできる限り、使わない。(使う場合は欄外に注意書きを添える)

NEWS RELEASE
【報道関係者各位】
2016年2月25日
はんこ新潟 中央店

新潟生まれの漆塗り印鑑を人生の節目に贈る! WPC技術×新潟漆器の新コロナ印鑑「fushime(ふしめ)」3月1日発売開始

技術や素材にこだわり、地域密着の営業を展開しているはんこ新潟(新潟市中央区)では、春に向け、新潟生まれの2つの技術を生かした漆塗り印鑑「fushime(ふしめ)」を商品化、販売開始することになりました。

当店ではすでに新潟生まれのWPC技術(Wood Plastics Combinationの略)を生かした、木材なのに割れにくく丈夫という「WPC印鑑」なるオリジナルハンコを4年前に開発していましたが、更にこれに付加価値ある独自加工を施し、人々の人生の節目とともに生き、生涯使ってもらえる「節目の印鑑」を商品化したいと考えた結果、このたび新潟漆器とのコラボ企画が実現しました。

今回商品化に成功した漆塗り印鑑「fushime」は北前船の交易時代から発展した新潟漆器の伝統を受け継ぐ「竹塗」に加え、石のような重厚感を感じさせる「石塗」、さらに金属の様に見える「金属塗」といった新たな新潟漆器の技巧を用いることのできない、クラシックモダン・新和風な見た目を実現しました。そして、ドラムスティックやオリンピックのソリ材にも使われたこのWPC素材の持つ軽さ、使いやすさで、若い方にも親しんでいただけの印鑑シリーズとして完成することができました。

当社では本商品のネーミング同様、卒業式、就職、成人、結婚など人生の新たなそれぞれの節目にこの新潟生まれのこだわり印鑑を大切な方へのギフトとして、また、自分用におくりいただき、ともに人生の節目を生きる...そんなお手伝いができればとの思いで3月1日より本格発売、と同時に販売協力先を開拓してまいります。当店では、新潟の素材、技術を生かし、新潟ならではの個性あるハンコ屋として地域密着の営業を展開していきたいと考えています。

商品概要

下記の書体から選べてサイズも選べます。ご注文されたから、納期は2週間程掛ります。

右書体	12mm	13.5mm	15mm	15mm
名字または氏名	16,800円	19,800円	22,800円	26,900円
右書体	16.5mm	18mm	21mm	21mm
フルネーム	30,900円	35,400円	42,000円	42,000円
右書体	手書きの文字がそのまま印影になる【お好きな印影】			
右書体	+5,000円			

赤竹 緑竹 茶竹 赤石 黒石 銀錫

本リリースのお問合せ先: はんこ新潟 中央店 広報担当 皆川孝二
〒951-8055 新潟市中央区礎町通1ノ町1964
TEL.025-378-6102 FAX.025-378-6103
E-mail:hanko-niigatanishi@sky.plala.or.jp
専門サイト <http://fushime.hanko-niigata.com/>

▶▶
メディアで
紹介されました!

今後の展開、結び

商品概要

わかりやすく整理

商品の種類、サイズ、値段、発売時期、発売場所などわかりやすく。画像も入れておく。掲載される場合はメディアから画像提供の依頼があるので、個別に対応する。

連絡先、広報担当者を 明確に

いいネタであっても、肝心なときに連絡がとれないと、掲載の機会を逃すことも。いつでも連絡がとれ、記載の内容についてきちんと取材対応できる担当者の名前を記すように。

企業データ

NICOクラブ会員 はんこ新潟 中央店
〒951-8055 新潟市中央区礎町通1ノ町1964
TEL.025-378-6102 FAX.025-378-6103
E-mail hanko-niigatanishi@sky.plala.or.jp
URL <http://fushime.hanko-niigata.com/>

リリース作成の ポイント

- 1 ニュースリリースであることが一目でわかるよう、フォーマット化して作成する。
- 2 初めての人にもわかるように、5W1Hを心がけ、読みやすく平易な言葉で書く。

記者が手に
とりたくなる、
見やすい、わかりやすい
リリースが大切!

記者からもお願い!

- ◎ 思いだけ書かないで。何をどうしたのか?具体的にそのネタの内容がわかるように。
- ◎ 1枚でまとめてほしい。何枚も送られてきても、読む時間がない...

メディアの関心事は?

- 多くの人が読んでくれるもの・こと
- 世界初・業界初・新潟初・新潟最大規模 など
- 信憑性・根拠があるもの・こと
- 主観的ではなく客観的な情報
- 社会のトレンドにマッチするもの
- 新しいトレンドの兆しになりそうなもの
- ニュース性・サプライズ!

When
いつ

Where
どこで

Who
誰が

What
何を

Why
なぜ

How
どのように

ターゲットへタイミングよく、最適手段で

2 リリースを効果的に配信する

ターゲット
メディアの選定

Who? 誰に向けて送る?

伝えたい相手により、媒体も変わる

このネタを誰に伝えたいかで、リリースを送るメディアも変わる。県内か、首都圏か?または、広く一般に知らせたいか、もしくは業界に知らせるべきか?ネタにより、情報のターゲットにより、伝えるメディアも異なるので、その都度、考慮しながらメディア選定を行う。

- 新聞(全国紙/地方紙/業界紙)
- 雑誌(専門誌/業界誌)
- テレビ局 ほか
- メディアへの送付先は新聞を注意深くチェックしていると連絡先を記載している場合もあり、またネットで調べたり、電話での問い合わせをすることも可能。
- 記者クラブへの投げ込みなども有効。
- ネットでのリリース配信サービスを行う会社もあり。費用がかかる場合もあるが、費用対効果を考え、判断する。

心がけたいこと

- ▶自社の広報活動にあたってのメディアリストを整理し、いつでも使えるようにしておく。

リリース送信の
タイミング

When? いつ送る?

メディアにより送信時期が異なるので注意!

●新聞・・・新商品案内、イベントの告知など1か月前ぐらいを目安に、イベントの当日取材のリリースであれば、2週間ぐらいを目安に。

●雑誌・・・印刷・流通の時間もあるので、3か月前を目安に。

※特集、情報コーナーなど掲載される場所や、企画内容によっても変わる。

緊急ネタであれば、上記に関係なく用意でき次第、配信する。

より効果を狙うには

▶週末、週明けは記者も多忙。火～木曜の配信が目にとまりやすいという説も。

▶長期の休み明けは届くリリースが少ないので、狙い目かも!

※あくまでもネタの内容、鮮度と紙面作成のタイミングがありますのでその状況で変わる点、ご了承ください。

送付の
方法

How? どうやって送る?

FAX(同報・個別)	手渡し
電子メール PDF化	郵送
リリース 完成	記者クラブ 投げ込み
	ホームページ Html化



●まずは、担当記者の机の上に確実に届くファックスがおすすめ。

●知り合いの記者ができれば、そこへメール送付も良い。(但し、記者も異動があるためご注意)

●リリースを配信したあと、自社サイトでもリリースを公開しておく広報活動の履歴もわかり、企業の取り組み姿勢も伝わる。

さあ、あなたもレッツトライ!

どんな業界・業種の方もご安心ください。はじめての広報活動、全力でサポートします。



監修/今尾昌子

座談会参加企業を始め、広報活動に取り組む県内企業の皆さんが利用しているNICO広報支援事業はコチラ!

伝え上手になるためのNICO広報支援3つのステップ



STEP1 チャレンジセミナーをまず聴講!
(7月開催予定)

STEP2 広報力パワーアップ実践講座でやってみる!
少人数制、参加型の名物講座です。
8月以降、開催予定!
より実践的な広報スキルを習得できます。

STEP3 広報相談会を活用する
今尾アドバイザーに個別相談ができます!
県内各地で開始しています。
4・5月の開催予定はこちらからご確認ください。
www.nico.or.jp

ここから受講スタートももちろんOK

セミナー、実践講座の開催も、今後NICOホームページにてご案内します。 問い合わせ先 企画チーム TEL.025-246-0038

本気と行動で必ず成果を出せる!

特集

広報力パワーアップ大作戦

NICO支援策活用で
新分野・新事業に挑戦

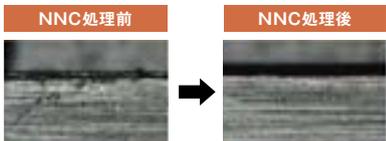
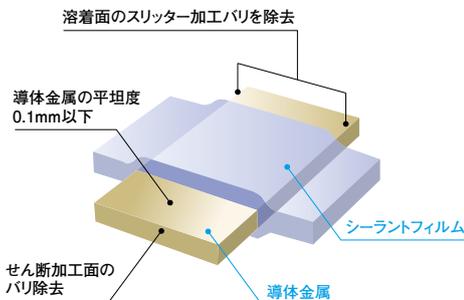
GO!GO! チャレンジ 企業

PICK UP

高品質と低コストを 可能にした バリレス タブリードの開発

NNC処理(バリレスタブリード) 導体金属の特徴

スリッター、せん断加工バリを高効率、高品質に除去



スリッター加工のバリを除去するだけだったが、トヨタ自動車関係者からのアドバイスを受けて、せん断加工部分のバリを除去。全面バリゼロを実現した。

昭和43年創業の株式会社山口製作所は、プレス加工と金型製作において豊富な実績とノウハウを保有する企業。数年前から力を入れて取り組んできた製品開発が実を結び、同社の新たな強みとして期待されている。

NICOの
コレを活用!

平成24~26年度「サポイン事業」、平成27年度「高付加価値化サポート助成金」を活用しバリレスタブリードを開発。展示商談会への出展にあたっては「広報相談会」を利用し、販路開拓を進めています。

NICOクラブ会員 ▶ 株式会社山口製作所

代表取締役 山口 貴史 氏 / 沢中 純一 氏 / 嶋 優仁 氏

〒947-0101 小千谷市片貝町10245-1 TEL.0258-84-2308 FAX.0258-84-2080

URL <http://www.yssmfg.co.jp>

支援策を活用し タブリードの技術開発を推進

プレス加工・金型製作を主力事業とする株式会社山口製作所は、電気自動車などに採用されるラミネート型リチウムイオン電池のタブリード(電極)の全面バリゼロを実現した「バリレスタブリード」を開発。高品質と低コストを可能にした製品として注目されている。同社が開発に着手したのは、平成24年度の「戦略的基盤技術高度化支援事業(サポイン事業)」に採択されたのが始まり。新潟県工業技術総合研究所(以下:工技総研)、日本工業大学との産学官連携で、タブリードを高精度でせん断加工する技術を確認した。その後も工技総研との共同研究で、タブリード材の新しい表面改質法の開発に取り組み、一貫製造ライン化を実現。さらに平成27年度の「高付加価値化サポート助成金」を活用し、タブリードとPPフィルムを溶着する装置の開発を行うなど、順調な進展を見せている。

広報相談会で展示や プレゼンテーション方法を相談

昨年度の機械要素技術展(M-Tech)に出展した際、トヨタ自動車の関係者からアドバイスを受けたことも、技術を進歩させる要因になった。「それまではせん断部分のバリを5ミクロン以下にすることを目標にしていたのですが、トヨタの方から『このバリも取ってしまえばいいのに』と言われて、すぐに改善しました。全面バリをなくすというのが一番の強みになると確信したのです」と山口社長は語る。

その後、トヨタ自動車本社で行われる商談会への参加打診を受け、開発に携わった



「プレゼンでは2人とも120%の力を出したと思います」と語る山口社長(中央)。沢中さん(右)と嶋さん(左)は「広報相談会で今尾先生にご指導いただいたて助かりました」と話す。

沢中さんと嶋さんはNICOの「広報相談会」に参加し、展示方法やプレゼンテーションについて相談。アドバイスを受けながらプレゼン用の原稿を作り、2人で練習を重ねた結果、今年2月の商談会ではトヨタグループの関係者を前に堂々と発表することができたという。

チャレンジする環境が 社員のモチベーションアップに

「サポイン事業をきっかけに日本工業大学や工技総研と関わる中で、答えのないところから目的に向かってゆく探究心を学びました」と山口社長。今後はタブリードだけでなく、新たに「アモルファス」という特殊な金属材料をテーマにした研究開発も進めたいという。また、これまでの開発を通して「スペシャリストの方々に教えていただいたり、商談会のプレゼンなどの体験をさせてもらったことで、新しいことにも臆することなく臨めるようになりました」「普段の仕事に役立つことも勉強できて、以前よりも何か起きたときに、まずは自分で対応できるスキルが身についたと思います」と語る沢中さんと嶋さん。チャレンジする環境が社内に生まれたことで、技術力の向上だけでなく、社員のモチベーションアップにも大きな成果をもたらしているようだ。

気になるあの企業の強みに迫る!

注目企業におじやまします

PICK UP

「おいしいね」の笑顔とともに酪農と消費者が近づく場所づくりを



ソフトクリームもジェラートも牛乳感を重視した味わい。季節限定、地元野菜、阿賀野市名産品とのコラボなどメニューも豊富で飽きさせない品揃えを意識している(写真上)。管理が行き届いたきれいな牛舎では、母牛や子牛を含め、85頭を飼育。予約なしでも見学でき、好奇心旺盛で人なつこい牛たちが迎えてくれる(写真下)。

自家ブランド牛乳の商品化、ソフトクリーム&ジェラートショップのオープンなど、積極的な展開を図っている神田酪農。同社が6次産業化に力を入れる思い、そして今後について、神田社長に話をうかがった。

ここがポイント

- ◆ 歴史ある酪農を守り継ぐ ◆ 公的サポートを有効活用
- ◆ オリジナル度の高い商品の開発

NICOクラブ会員 株式会社神田酪農

代表取締役 神田 豊広 氏

〒959-2215 阿賀野市六野瀬331 TEL.0250-68-4652 FAX. 0250-25-7010

URL <http://www.kandarakunou.com>

伝統の酪農の担い手として牛乳に価値を与えたい

新潟県の酪農発祥の地と言われる阿賀野市安田地区。ここで大正9年に初代が酪農を始めて以来、約100年に渡って牛と共に歩んできた神田酪農。神田社長は初代の孫にあたり、3代目となる。

同社では昔と変わらず、自分たちのところで種付けをし、子牛を産ませて、血統を繋いでいる。こうした伝統的な飼育を行う牧場は、時代と共に少なくなっているという。また、牛舎は衛生管理が徹底され、新潟県が進める畜産安心ブランド生産農場(クリーンミルク生産農場)にも認定されている。

平成20年、同社では自家ブランド牛乳「やすだ愛情牛乳」を発売。亀田牛乳の宅配商品のひとつとして販売されている。「自分のところで搾った牛乳を飲んでもらいたいという単純な思いが、事業を始めるきっかけでした」と、神田社長は語る。

ジェラートを通して牛乳と酪農の魅力を伝える

国内の酪農が低迷している状況のなか、牛乳の価値を高めたと思っていた社長は、平成26年にジェラートショップ「みるぱす」を開店。「地元のイベントで仲間と手作りしたジェラートが好評で。牛乳は苦手だという人でも、ジェラートは喜んで食べてくださるのを目の前で見て、こんなに魅力があるものなのかと思いました。周囲からの声援も後押しになって、事業化することにしました」。

店舗は国道から外れた牛舎の隣。「酪農を知ってもらうことが本当の狙い。少し分かりにくい場所ですが、そのため、あえて

「牛乳を飲んだり、ジェラートを食べた人に、おいしいね、と言ってもらえるのがうれしい。生産しているだけでは分らなかった喜びです」と語る神田社長。



牛舎の横にしました。牛を見て、ジェラートやソフトクリームを味わっていただいて、酪農に親しんでほしいんです。

店名の「みるぱす」はミルクパスポートの略で、牛乳・酪農への入り口、という意味が込められている。

公的サポートを活用し夢を形にしていこう

開業までには、新潟県6次産業化サポートセンターの支援を活用し、経営、デザインなどさまざまな専門家の力を借りて事業を形にしていって。現在もNICOの広報相談会や食の専門家派遣を利用。「農家なので商売の知識が無いまま、思いだけで走り出しましたが、きちんと教えてくれる方々がいた。本当にありがたかったです」。

昨秋からは開発している新商品は、パーティタイプのジェラート。資金は、阿賀野市が取り組む「ふるさと投資」というクラウドファンディング事業で、139人から計315万円を集めた。「出資してくださった方々のためにも頑張らなければと、気が引き締まる思いです」。この商品で販路を広げ、事業を成長させていきたいという同社。日本の酪農の未来のためにも、こだわりの味を発信していく。

BUSINESS TOPICS

うまさぎっしり新潟 食の大商談会2016 出展者募集

首都圏の流通・外食・ホテル業界等の食品流通バイヤーに向けた商談会を池袋サンシャインシティ(東京)で開催します。食品メーカー等の出展者を募集しておりますので、詳しくは、こちら<http://www.nico.or.jp>をご覧ください。

ここがポイント

- ✓ 食品流通バイヤーが多数来場します。全国への販路拡大のチャンスです!
- ✓ 予約商談を同時開催します。商談成約率アップが期待できます!
- ✓ 食品流通バイヤーの声が直接聞けます。商品開発の情報収集にもご活用ください!

開催日時 平成28年9月9日(金)

開催会場 池袋サンシャインシティ 展示ホールB(東京都豊島区東池袋3-1)

募集出展小間数 120小間(先着順)

出展料

1小間 40,000円(税込)(間口1,980mm×奥行1,980mm)

2小間 70,000円(税込)(間口3,960mm×奥行1,980mm)

申込期限 平成28年5月25日(水) 17時まで

問い合わせ先 販売促進チーム TEL.025-246-0044



食の大商談会

NICOイチ押しの 新潟モノ & ワザ よいもの、よい技

61

お客様の声から生まれた商品
「jewelead」(ジュエリード)

ネックレスの留め具が前に回って困っていませんか?
「jewelead」は、そんなお困りをおしゃれに解決する商品だ。
まずは、手持ちのネックレスと「jewelead」を連結。そして、「jewelead」のクリップを洋服のタグなどに挟むことで、ネックレスを一番きれいな位置にキープできる。試行錯誤したクリップは、服を傷つけず、薄いタグにも挟むことができる優れモノ。シンプルな流線形のデザインで、ネームを入れたり、ダイヤ等の石を入れたりとおオーダーメイド加工も可能だ。
ぜひ一度、お試しあれ。



ネックレスを一番きれいな位置にキープ

KAWAMURA

〒950-2015 新潟市西区西小針台1丁目14-14
TEL.025-378-0025
E-mail info@kawamura-j.com
URL <http://www.kawamura-j.com>

62

わさび屋さんにしか作れない
「わさび屋のワサチーノ」

「わさび屋のワサチーノ」は、北アルプスの雪山から湧き出るミネラルたっぷりの美味しい清水で育った、糸魚川育ちのわさび最高品種の真妻と、イタリア直輸入のチーズの王様パルミジャーノチーズを独自の製法でブレンドしたわさびペースト。
芳醇なチーズの香りと爽やかなわさびの風味が、口の中に広がります。まろやかな辛さなので、ワインやスモークサーモン等との相性もバツグン。パーティーシーンやおもてなしの一品としてお勧めです。
わさび屋さんにしか作れない、わさびとチーズの上品なコラボを、ぜひ一度ご賞味あれ。



わさびとチーズの
おいしい出会い

有限会社SKフロンティア

〒941-0014 糸魚川市大字日光寺228
TEL.025-555-3940 FAX.025-555-3940
E-mail midori@shibuya-k.jp
URL <http://www.midorikoubou.com/>



どんなことでも、
まずは、ご相談ください。

たとえば、
こんな時。

- ☑ 毎月の資金繰りにもっと余裕を持たせたい
- ☑ 事業を拡大するにあたり、資金調達したい
- ☑ 財務内容を診断してほしい
- ☑ 創業したいけど何から始めたらいいかわからない など

経営改善、事業再生、創業をサポート

無料

経営相談

中小企業診断士や経営支援アドバイザーの資格を有する担当者を中心に
経営や創業に関するご相談におこたえします。

悩んだ時やわからないことは早めに相談！こんなアドバイスをご提供しています。

当協会が永年にわたり蓄積した財務、金融ノウハウの提供

中小企業経営診断システム(MSS)を用いた、経営課題や問題点のアドバイス

創業計画、経営改善計画などの策定支援と実行後のフォローアップ

ご相談内容により、弁護士・税理士等の外部専門家と連携し解決策を提案

中小企業とともに歩む身近なパートナー



新潟県信用保証協会

新潟 信用保証

検索

お問い合わせは

お近くの新潟県信用保証協会へどうぞ

本店/経営支援課 ☎ 025-267-1317 上越支店/☎ 025-523-7225
長岡支店/経営支援課 ☎ 0258-35-5714 佐渡支店/☎ 0259-57-2011
県央支店/保証課 ☎ 0256-33-6661

こんな周年のモヤモヤ
ありませんか？

周年記念には
何をしたらいいのかわからない。

どのように
進めたらいいのかわからない。

予算が
少ないけど
大丈夫かな？



企画からツール作成・イベント運営まで 周年事業をトータルにサポートいたします！

創立記念、製品誕生記念など、節目を迎える大切な年は、
貴社をプロモーションする最大のビジネスチャンスです。
「周年記念」を、お客様との関係強化、社員の皆様の意欲・満足度向上、
売上アップやブランディングを図るチャンスの年にしませんか？

記録に残す、記憶に残る
周年企画をご提案いたします。

- 記念誌
- 式典
- CM
- PR商品開発
- プロジェクションマッピング
- ギネスに挑戦
- など



まずはお気軽に
ご相談ください！

TEL.025-285-8174 (平日9:00~17:00)

Mail : info@dip.co.jp

※メールの件名を「周年事業相談」としてください。

dip 株式会社 第一印刷所

企画推進課 周年・記念事業係

事業承継の公的相談窓口

ご相談下さい

新潟県事業引継ぎ支援センター

相談無料

秘密厳守



こんなお悩みありませんか？ まずはご相談ください！

事業を後継者に継がせることになったが、
どのような手続きをしていけばよいだろうか？

自社を他の企業に譲渡したいが、
どのように進めていけばよいだろうか？

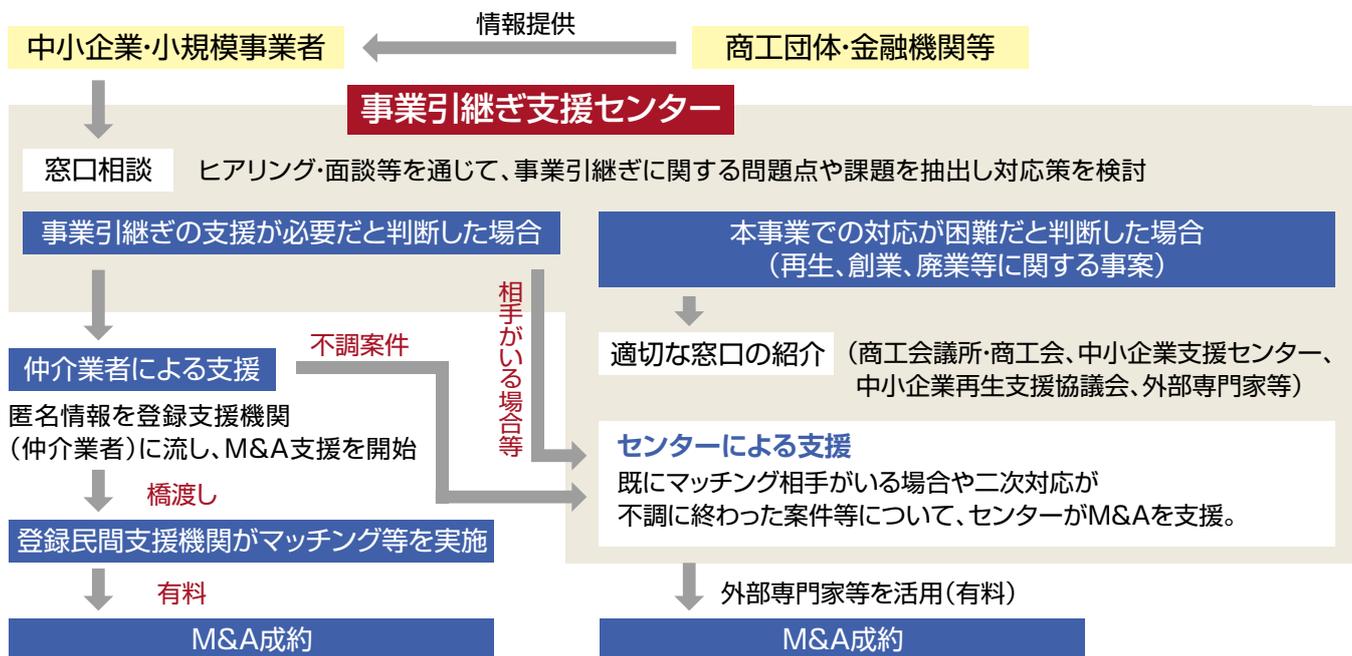
後継者がいない中、
今後会社は存続していけるだろうか？

他の企業を買収したいが、
どのように進めていけばよいだろうか？

当事者同士で会社の売買について合意したが、
進め方や手続きはどうしたらよいだろうか？

私のような零細企業や個人事業主でも
相談できるだろうか？

相談から解決までのフロー



問い合わせ先

TEL.025-246-0080 FAX.025-246-0037

■開設場所/公益財団法人にいがた産業創造機構(NICO)内(新潟市中央区万代島5-1 万代島ビル9階)
■開設時間/9:00~17:30(土、日、祝日、年末年始は休業)

NICO press 2016 5 vol.134 2016年4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 新潟市中央区万代島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 http://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クで印刷しています。



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。