

企業のチャレンジを応援する
ビジネス創造誌

NiCpress

公益財団法人にいがた産業創造機構 vol.137



免税販売の 手法と事例

特集

ターゲットは訪日外国人観光客

専門家INTERVIEW

日本政府観光局 理事

小堀 守

事例企業

- 金沢中心商店街 武蔵活性化協議会
- (公財) 燕三条地場産業振興センター
- (一財) 十日町地域地場産業振興センター
- 今代司酒造株式会社

連載

GO! GO!チャレンジ企業

鮭物産株式会社

注目企業におじゃまします

株式会社gnic

BUSINESS TOPICS

新潟モノ&ワザ図鑑

丸三安田瓦工業株式会社
佐久間食品株式会社



Japan. Endless Discovery.

interview

訪日外国人観光客の 現状とインバウンド 消費拡大に向けて

国を挙げてのインバウンド推進により、日本への外国人観光客数は激的に増加。その経済効果も大きなものとなっている。また、地方にも増えつつある外国人観光客をターゲットにしたビジネスは、地方企業にもチャンスがある。ここでは日本政府観光局の小堀理事に、外国人観光客の動向や消費行動について話を伺った。

インバウンドは 国内6番目の産業に成長

2003年に始まった「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の効果もあり、2013年には初の1,000万人突破、2015年は過去最高の1,973万人もの外国人観光客が日本を訪れました。旅行消費額も昨年は約3兆4,700億円と、自動車部品の輸出額に相当する額になり、インバウンドは日本で6番目の産業になってきました。

現在のブームは中国や香港、台湾をはじめ、アジア圏の旅行者が柱で、その割合は全体の70%余りを占めます。これは2005年以降の査証緩和に加え、格安航空のLCCなどによって、心理的、予算的に日本が近くなっていることが背景にあります。所得水準も上がっているの、若い女性たちもすぐ日本に来られるようになり、日本への旅行は日常化してきています。

今後は2020年に4,000万人という、非常に高い目標を掲げてますが、実現のためには新潟などの地方空港や港などから入ってくる数の増加も重要なポイントです。

スキー客が増加する新潟は 他エリアへの取り込みが課題

新潟のインバウンドの現状は、妙高や上越、湯沢のスキーが人気で、オーストラリアやシンガポール、イギリスなどの方々にも、その魅力が伝わってきています。ただ、限られた地域で、しかも冬場中心なので、それを他の地域、季節にどう呼び込むかが課題となります。

外国人の旅行は、東京から京都・大阪間のゴールデンルートの人気が根強く、その途中で周遊できるエリアは選ばれやすいですが、東京から来てまた戻るとい流れになる新潟はルートの的に少し不利な位置にあります。逆に言えば、新潟を目的地にする宣伝やキャンペーンを展開しないと、新潟や佐渡は選ばれないということです。

高松空港や鳥取空港では、香港から多くのチャーター便を運航し、山陰と四国を楽しむツアー提案をしています。新潟空港がどこかの空港と組むことができれば、両方の観光地を巡ってもらふ面白い旅の提案ができるのではないのでしょうか。

また、最近アクセスが難しい小笠原や屋久島も人気で、山歩きなどを楽しんでいるようです。そういう意味では、自然豊かな佐渡は大きな可能性を持っていると思います。

新潟市の場合、国際会議などのMICE（ビジネスイベント）、佐渡との結びつき、そしてロシアや韓国からの入り口としての3つの誘客が考えられ、その際には最低1泊はしてもらうことが大切です。

食は、新潟は素材がいいですが、外国人をひきつけるなら付加価値を付けた料理の提案が必要です。新潟は日



日本政府観光局（JNTO）理事

小堀 守 氏

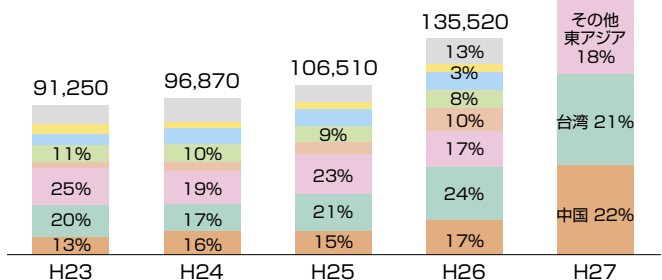
PROFILE

栃木県生まれ。昭和52年特殊法人国際観光振興会（現、日本政府観光局）入会。外国人総合観光案内所等の勤務を経て、昭和61年ロンドン観光宣伝事務所、平成6年国際コンベンション誘致センター海外誘致部。平成10年ニューヨーク観光宣伝事務所勤務の後、平成15年事業開発部調査・情報室長、平成19年コンベンション誘致部長、平成22年総務部長、平成23年海外プロモーション部長。平成27年4月に理事就任。プロモーション及びMICE担当。観光庁関連の各種委員、前立教大学非常勤講師、講演多数。

新潟県における訪日外国人の宿泊特性

■ 平成27年外国人延べ宿泊者数推移 (単位:人泊)

- H27年の伸び率が全国に比して非常に高い
※全国 48% 北陸信越 93%
- 特筆すべき点としては、H27年の東南アジア(78%)と豪州(155%)の高い伸び率、欧州からの安定的なシェアがある。

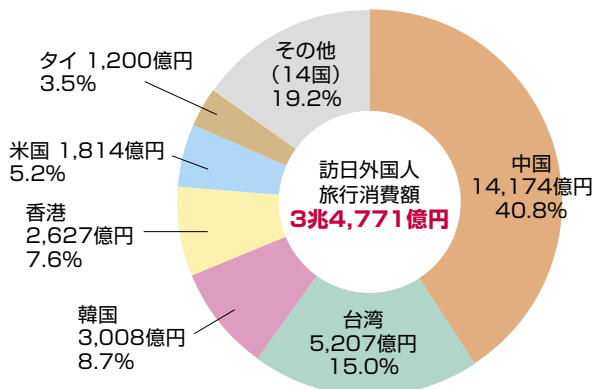


出典:観光庁「宿泊統計調査」H23～26確報値、H27速報値
※経年比較のため、欧州＝英仏独露の4ヶ国とし、西伊はその他に含めている

訪日外国人 旅行消費額の国籍・地域別構成比

(2015年間確報値 国・地域別)

- 消費額は昨年比**71.5%増**、年間値で**初の3兆円突破**
- 国籍および地域別消費額では、**中国が、対前年2倍を超える14,174億円**となり、全体の約4割を占める。



出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」H27年間確報値

本酒も魅力ですが、あくまでも加点要素です。飛騨高山は酒蔵体験と合わせて、肉料理やラーメンなどの引きもある。地元のシェフや料理人が、新潟の付加価値ある料理を宣伝していく気持ちをもって、外向けの発信をしていくことが求められます。

外国人観光客が求める
その土地にしかない価値

買い物という点では、中国や東南アジアからの観光客にとっては、日本は最先端の品物を安く買えることが魅力になっています。

一方、オーストラリアや欧米の観光客の場合、盆栽なら100万円出してもいいけれど、宿は1万円くらいで泊りたいという感覚の人も多いです。そういう人たちが求めるのは、その土地にしかない価値あるもの、その土地の人が作っているもの、そこでしか買えないものです。代表的なものでは南部鉄器や、輪島塗など。新潟で言えば燕三条の金物や刃物、錦鯉などもそれにあたるといえます。地元産品を丁寧に発掘して、何が売れるかを見ていくことが重要です。

また、北海道のお土産がなぜ人気かというと、ロイズ、白い恋人などユニバーサルな品揃えだからです。日本のスイーツはアジアで間違いなくナンバーワン

で、東南アジアの人は皆、日本のチョコレート類を欲しがります。そのニーズに合った食やお土産を売っているのが、新千歳空港では爆買いが起きている訳です。地元の人がおいしいものは、海外の人にとってもおいしいと思うのですが、米製品は少し弱い。旅行者にとっての買い物という視点で、新潟の産品を育てていく必要があります。

旅の基本消費と組み合わせ
買い物消費を伸ばす工夫を

免税店を作ることも、外国人旅行者の取り込みになりますし、新潟の場合は今後、クルーズ船の入港が増えていけば、その客を対象にした免税店などのニーズも出てくるでしょう。

商店街の場合、そこで買ったことも価値になるような商店街になること。写真を撮りたくなるような、いきいきした雰囲気の場合の買い物が魅力になる。それは外国人も日本人も変わらない感覚です。

また、買い物、宿泊費、飲食費など支出内訳は国によって異なりますが、三食食べて泊る、という旅行の基本的な消費を組み合わせる、滞在時間を伸ばして、そこで買い物もしてもらうという仕掛けが重要になってきます。国際会議があるなら、空き時間に行けるスポットの提案や、特産品の紹介や体験などを

提供できるようにしておくべきです。

また、個人旅行者は日本に来てから宿の予約をしたりするので、オンラインシステムに入っていないと選ばれませんし、買い物はクレジットカードの対応も必須です。

そうした点にも注意しつつ、新潟に来てもらえる工夫、そして喜ばれる新潟ならではの逸品をブラッシュアップしていくことが重要だと思います。

インバウンド市場を
取り込むポイント

- 新潟でしか手に入らない魅力的な土産の発掘
- 観光と買い物を組み合わせたツアー提案
- オンラインやクレジットカードなど、外国人旅行者が利用しやすい環境づくり
- その店、その商店街で買うこと自体に価値がある「場所」にしておく
- 付加価値のある「食」「料理」を提案

ショッピングの
利便性向上で
売上UP!

免税店対応 実践現場レポート



Tax-free
Shop

事例
1

金沢中心商店街 武蔵活性化協議会

事務局長 長田 憲道 氏

〒920-8583 金沢市武蔵町15-1 (株)金沢名鉄丸越百貨店内 TEL.076-260-2412 FAX.076-260-2191
E-mail nonagata@meitetsumarukoshi.co.jp URL <http://www.meitetsumza.com/>

委託型免税店（一括カウンター）で 外国人観光客を我が商店街に

エリアが大きな免税店に 個店の負担を減らす委託型

金沢市の人気スポット・近江町市場を中心に広がる武蔵地区は、香林坊地区と並ぶ繁華街。その地区内にある5つの商店街、百貨店などの商業施設など約600店舗で構成される「金沢中心商店街武蔵活性化協議会」では、今年の2月から手続委託型免税店をスタートした。これは、商業エリア内に免税手続きを一括して行うカウンターを設置し、旅行者は、エリア内店舗での買い物の累計金額で免税を受けることができる仕組みだ。一方、店舗側は煩雑な免税手続きを省ける良さがある。

昨年9月に中部産業経済局から委託型免税店の話を聞いた同協議会では、百貨店のめいてつ・エムザが一括カウンター業務を請け負う形で準備を開始。今年の春節を目指して加盟店を募り、40店舗が参加した。「委託型免税店としては全国で6番目でした。やるのであれば参加店舗数を増やし、スケールメリットを出したいと思い、各商店の説得に力を入れました」と同協議会の長田事務局長は話す。

自分たちが使うための 安全な日本製品が人気

業務を始めると反響は予想以上で、1日に最大50件、1ヵ月約600件の手続きを行っている。「金沢は北陸新幹線の開業前から外国人観光客が増え始め、クルーズ船の入港も増加しています。外国人客から消費税分の値引きを要求されるなど、対応に困っていた店もあることが分かり、委託型を歓迎する声もありました」。

利用者の8割が中国・台湾からの旅行者で、この5月以降はヨーロッパや東南アジアが増えている。人気はスキンケア化粧品のほか、日本酒、呉服、金沢ならではの九谷焼、金箔製品など。また、仏壇店では線香や数珠、ヘアサロンではシャンプーがよく売れているようだ。傾向として、自分たちが使うための、安全・安心な日本製品を買っている印象を受けるという。



和の雰囲気で迎える「武蔵黒門小路免税カウンター」。参加店の中心に位置するめいてつ・エムザ1階にあり、商店街の人も場所を案内しやすいという。買い物後に商品、レシートを貼付した免税手続きの案内用紙、パスポートを持ち込む。



より分かりやすく 利用しやすい免税エリアへ

一括カウンターの運営のために、店舗は売上の2%を手数料として負担する。当初はこの手数料に対する不満の声もあったが、長田事務局長は店側もコスト意識を持つことが大切だと話す。「もし免税がなければ、店側が消費税分を値引きして販売しているかもしれない。2%の手数料か、8%の値引きかと考えれば、店のメリットは大きいと思います」。

今年の秋からは香林坊地区も委託型免税店を開始するため、武蔵地区としては一層、存在感をアピールすることが課題。「参加店が100店近くあれば免税特区としての魅力もアップするので、店舗数は今後も増やしたい。スマートフォン用の案内アプリやサインの整備も含め、外国人の方が利用しやすい環境を整えていきたいと考えています」。

地域で取り組むことで、外国人にとって魅力的なショッピングエリアを創出する先例として、今後の動きにも注目だ。



カウンターが設置されている黒門小路は、金沢の銘菓、食品、工芸品などを集めたセレクトショップ。金沢の魅力が凝縮されている。



「予想以上に外国人観光客との接点がある店が多く、取り組んでよかった。取扱金額を見ると、免税対応していなかったら、ここまでの売上があったらと思うます」と語る長田事務局長。

新潟県はじめ、全国の地方部でも消費税免税店の設置数が増えている。

地方への旅を求める外国人も増加傾向のなか、免税店であることが販売促進につながる可能性もある。

ここでは、県内及び県外の先進事例とその成果を紹介する。



事例
2

(公財)燕三条地場産業振興センター

物産観光課 課長 鈴木 清史 氏

〒955-0092 三条市須頃1-17 TEL.0256-32-2311 FAX.0256-34-6167

E-mail eigyou@tsjiba.or.jp URL <http://www.tsjiba.or.jp/kankou/>

外国人観光客の増加に対応し 免税店にリニューアル

燕三条が誇る特産品が 豊富に揃う免税店

日本有数の金物産地、燕三条の産業と観光の拠点である燕三条地場産業振興センター。平成27年4月に免税店としてリニューアルオープンした。800㎡の売場面積を持つ物産館では、燕三条が誇る洋食器・刃物・鋳起銅器・キッチン用品・鍋など、約1万点を販売する。

「免税対応に至ったのは、平成26年に国の法改正があり、それまで対象外だった消耗品も免税対象になったことがきっかけです」と語る鈴木課長。また、今年5月から免税販売の対象となる1日の購入下限額が、一般物品、消耗品ともに5千円以上に金額が引き下げられたことで、外国人観光客の利用がさらに見込まれることも要因だった。

短い時間の中でスムーズな 手続きを行えるかがカギ

平成27年度の免税対応は257件、購入金額は約660万円と、予想を上回る免税実績となった。外国人来館者は中国、韓国などのアジア圏を中心に北米、欧州、ロシアと幅広く、シンガポールやハワイからのツアー団体客も多いという。「お客様の立ち寄り時間は30分から1時間。短い時間の中で、一般の会計とは別に免税の手続きが必要になるので、その時間をいかに短縮できるかというのがカギになります」。スムーズな対応を行うために、買い物や免税手続きで想定される多言語対応の会話ツールを作成し、文章を指さしながら意思の疎通を図れるようにした。さらに、スタッフの語学研



館内のサインは、商品のカテゴリー別に英語と中国語で表記。外国人観光客に人気の高い包丁は、さまざまな種類がズラリと展示されていて目を引く。



修を開催するなど、コミュニケーションを円滑にする対策を行っている。

日本の伝統的な商品と 体験プログラムが好評

外国人観光客によく売れているのが、鋳起銅器や包丁など燕三条ならではの伝統的な商品。「包丁は日本を代表する鋼(はがね)製品が人気です。材質についてネットで調べてくる方もいらっしゃいます」と言うように、こだわりを持つ外国人も多いことから、材質や用途別で包丁を選べるように多言語対応の早見表を設置。今後はQRコードの読み取りから商品解説を多言語で閲覧できるしくみを取り入れることも検討中だ。館内では職人による包丁研ぎ体験や彫金実演などを実施しており、外国人にも好評。また、外国人来館者にアンケートを実施し今後の戦略に活かしている。

手続きの複雑さなど、免税店ならではの苦労もあるが、免税店となったことで観光庁のHPにリンクが張られ、そこから来館につながるケースもあったと語る鈴木課長。「今後はいかにここまで来てもらえるかというのが重要になるので、広域で連携した取り組みや情報発信が重要です。同時に、スタッフの語学や接客対応の向上にも努めていきたいと思えます」。今後も実践を通じて燕三条のモノと技を世界へ広める拠点として進化していく。



燕三条のクオリティの高い商品を実際に手に取って買っていたきたい。旅行会社に対して、燕三条の産業観光を取り入れたツアーの提案を行うなど、さまざまな方法で外国人来館者を増やしていきたいです」と語る鈴木課長。

定期的に包丁の名入れサービスも実施。外国人の名前は漢字に当てはめ、鍛冶職人にその場で彫ってもらえることから、日本ならではの記念として喜ばれている。



免税店対応 実践現場レポート



Tax-free
Shop

事例
3

(一財)十日町地域地場産業振興センター

専務理事 岩船 眞人 氏

〒948-0003 十日町市本町6 TEL.025-757-2323 FAX.025-752-4497

E-mail info@cross10.or.jp URL http://cross10.or.jp/

外国人に向けた免税店を 芸術祭や雪まつりに訪れる

免税制度の緩和を契機に 免税店の認可を申請

十日町市にあるクロステン「越後妻有おみやげ館」では、昨年5月より免税対応を開始した。この地域では3年に一度、世界的な芸術家の作品が展示される「大地の芸術祭」が開催され、回を重ねるごとに外国人観光客が増加している。また「十日町雪まつり」には、近年東南アジアからのツアー客が増えているという。

十日町地域地場産業振興センターの岩船専務理事は「一昨年に消費税免税制度が改正されて、消耗品の対象が5千円以上になったのをきっかけとして、取り組むことにしました。昨年の第6回大地の芸術祭のスタートに間に合わせるため、新潟市内の百貨店などへのヒアリングや税務署への相談など、急ピッチで準備を進めました」と振り返る。

販売部と免税カウンターが それぞれの持ち場で対応

売り場はスペースに限りがあるため、免税カウンターは店舗レジとは別の総合受付に設置。これは免税コンビニ1号店のセブンイレブン浅草雷門前店を視察し、省スペースでのやり方を参考にした。また、煩雑な免税書類作成が簡単な操作で出来るシステム機器も導入し、限られた人数で対応できる体制を整えた。販売課では外国人対応の講習会を開き、多言語で説明が書かれたシート、指さしガイドを使った接客などを訓練。また、カウンターは英語が話せる湯沢氏を専任担当にして準備を整えた。接客は翻訳機能を入れたタブレットも活用し



受付の隣に設けられた免税カウンター。ここで手続きと商品の梱包を行う。館内にはビクトグラムによる案内表示も整備した

ている。

昨年1年で、外国人旅行者は約500人が来館。芸術祭では隣接するキナーレで、中国の著名なアーティストの作品展示があったことから、中国・台湾からの旅行者が多かった。一方、免税カウンターの利用者は予想より少なかった。その理由としては、販売している商品が食品中心のため、中国人観光客らに人気の化粧品などは販売していないことや、原発事故後、中国では新潟県の食品の輸入禁止が続いていることも影響しているという。

免税店であることが 旅行者へのアピールに

一方、免税店となったことは、海外の旅行エージェントに対する大きなセールスポイントになっているそうで、今後のツアーにクロステンが組み込まれていく可能性が増えると岩船専務理事は話す。おみやげ館とは別の直営店舗も、「縮」を素材にした洋服が外国人に好評だったことから、追加で免税店の認可を取得し、今後は販売を強化する。また、地元のJAやメーカーと新商品開発も企画。人気の日本酒だけでなく、着物など十日町ならではの個性ある商品も検討している。

クロステンは道の駅という顔もあり、車で観光に来る外国人に向けて日本政府観光局認定外国人観光案内所のカテゴリ-2の認定を取得しようと、準備を進めている。今後も外国人観光客は、芸術祭や冬のレジャーを軸に増えていくと予想され、そのゲートウェイとしての機能を強化するなかで、免税店としての存在感も増していくことになりそうだ。



「アートや雪を楽しみに来た外国人の皆さんに、情報提供と楽しい買い物の場を提供したい」と語る岩船専務理事(写真左)と湯沢氏(写真右)。



免税で購入していく商品としては、日持ちするお菓子のほか、日本酒が人気。日本らしい伝統の「つるし雛」の飾り物を大量購入していった外国人もいるそうだ。

外国人に人気の「日本酒」&「酒蔵見学」をピックアップ

話題のヒット商品開発と
インバウンド消費の状況について

今代司酒造株式会社

営業部 部長 佐藤 嘉久 氏

〒950-0074 新潟市中央区鏡が岡1-1 TEL.025-245-3231 FAX.025-245-3233

E-mail junmai@imayotsukasa.com URL http://www.imayotsukasa.com/

外国人に向けて
日本酒の魅力と文化を発信蔵の思いを体現した
日本酒「錦鯉」が海外で大反響

1767年創業の今代司酒造株式会社は、醸造アルコールを一切添加しない、全量純米づくりの酒蔵。伝統を継承しつつ新しい酒造りに挑戦する同社が、昨年5月に発売した日本酒「錦鯉」が、日本をはじめ海外で高い評価を受けている。

「昭和初期の頃に出回っていた、水で薄められた日本酒のことを、世間では金魚でも泳げるような酒という揶揄を込めて「金魚酒」と呼んでいました。そんな時代でも今代司では一切薄めずに出荷してきた。その当時の姿勢を威風堂々たる錦鯉と例えられていた背景から、その思いを引き継ぎ、私たちの蔵を象徴する一本を造ろう、という思いで取り組んだ日本酒です」と佐藤部長。酒の品質はもちろん、外国人や幅広い年代に向けて日本酒の魅力を伝える商品にしたいと、瓶や化粧箱、パッケージデザインに至るまで徹底してこだわった結果、発売からわずか1年で世界各国のデザイン賞を受賞。海外で大きな反響を呼んでいる。

増加する訪日外国人観光客の
酒蔵見学を受け入れ

年間約2万人が訪れる酒蔵見学では、外国人観光客がほぼ毎日来館しており、欧米からの個人旅行者が多いという。「日本酒の人气が海外で高まっているので、本当にお酒が好きな方が見学にいらっしゃいます。お土産品の一番人気は「錦鯉」。紅白の錦鯉は日本の象徴でもあり、海外で鯉がブームになっているのも背景にあるようです」。

同社では増加する外国人観光客への対応と、今後の海外展開に向け、昨年12月にアメリカ人



蔵を象徴する酒を造ろうと、1年半をかけて開発された「錦鯉」。日本の洗練されたパッケージデザインは、外国人にも強いインパクトを与えている。

を正社員として1名採用。予約があれば英語ガイドの見学も可能で、外国人観光客に喜ばれているという。

外国人のニーズを掴み、
海外販路の拡大を目指す

現在は香港、シンガポールなどのアジア圏を中心に、ヨーロッパにも輸出。今後も海外販路の拡大を目指すなか、商品開発や営業においてヒントにしているのが、外国人観光客から得たリアルな声だという。「蔵の見学後に試飲をしていただくのですが、どういう味が好まれるのか、反応が大変参考になります。また、海外で営業する際にも、外国人からこういう声をいただいているという現状を伝えると、理解してもらいやすいです」というように、酒蔵見学は貴重なマーケティングの場になっている。

現在も海外を意識した商品開発を進める同社だが、「本物であること、こだわりがあること、そして日本らしいこと。この3つが外国人が商品を選ぶ大事な要素になっている」と語る佐藤部長。さらに、観光客が自国に帰ったときに「日本で飲んだ今代司の酒」と認識してもらえるように、まずは市場をしっかりと掴み、海外で好まれるデザインや、日本・新潟の文化を発信する活動に力を入れているという。

外国人観光客を受け入れ、そこで掴んだニーズを商品開発に活かして海外展開へ結びつけるとい、理想的な形が成り立っているといえるだろう。



「今後ますます重要な海外市場。世界各国の方に日本酒の素晴らしさを届けるという使命感を持って取り組んでいます」と語る佐藤部長。沼垂を「新潟の食文化を知ることができる観光地」としてPRし、新潟の料亭文化など周辺エリア一帯の魅力も伝えているという。



蔵では蔵人が酒造りや歴史の話をしながら、酒蔵を案内する。見学後に同社が誇るさまざまな種類の酒を試飲できるという体験は外国人観光客にも喜ばれている。

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

村上産
天然秋鮭を使った
「鮭一口煮びたし」が
首都圏で大好評



「鮭一口煮びたし」は骨が少なく、一口サイズなので、子どもからお年寄りまで食べやすいと好評。常温保存も可能なため、お土産品としても最適（写真上）。同社が経営する「サモンハウス」では、さまざまな鮭の加工品を販売。村上の伝統的な商品をはじめ、醤油味の「鮭とば」、「鮭みそ」などのオリジナル商品も人気だ（写真下）。

鮭文化が息づく村上市で、昭和63年の創業以来、鮭の仕入れから加工販売までを一貫して行う鮭物産株式会社。「魚をもっと食べてほしい」という思いで開発した「鮭一口煮びたし」が、昨年の発売以来、順調に売り上げを伸ばしている。

NICOの
コレを活用!

表参道・新潟館ネスパス「新潟食楽園」でのテスト販売、「新潟うまいもの」セレクション会議などを活用し、商品開発や販路開拓に取り組んでいます。

鮭物産株式会社

代表取締役 佐藤 智英 氏

〒958-0876 村上市塩町13-34 TEL.0254-52-1990 FAX.0254-52-5108
E-mail salmon-house@juno.ocn.ne.jp URL <http://www.murakami-salmon.com>

幅広い年代に愛される 鮭の加工品を模索し開発へ

鮭加工品の製造・販売、卸を主力事業とする鮭物産株式会社では、村上産の鮭を使った「鮭一口煮びたし」を開発。昨年の発売から短期間で人気商品となり、注目を集めている。

同社では、「塩引き鮭」など村上伝統の商品を製造するほか、現代の嗜好にマッチするオリジナルの鮭加工品も開発。「鮭一口煮びたし」も、幅広い年代に愛される商品を模索する中から生まれたという。「消費者の魚ばなれが進む中、どうすれば魚をもっと食べてもらえるのが常にテーマでした。未来につながる食材を作ろうと、いろいろ社内でも取り組んできたのですが、魚は骨があるから子どもが食べにくい、魚は調理するのが面倒という人も多いことから、骨が少なくてやわらかく、一口ですぐに召し上がれる商品がいいのではと考えたのです」と佐藤社長は語る。

調理の手間がらず、 すぐに食べられるのが特徴

「鮭一口煮びたし」は岩船漁港直送の秋鮭の雄のみを使用。丁寧に下処理し骨を取り除き、一口大にカットする。村上の鮭は身が厚いため、小さくすると身が崩れやすいという苦労もあるが、独自の製法によって、歯ごたえは残しながらソフトな食感を実現。醤油、みりん、砂糖などを配合したタレに浸し、ほどよく味を染み込ませている。

製法や味付けなどを試行錯誤しながら、約2年かけて完成させたこの商品は、焼く・煮るなどの調理の手間もいらず、開



「百貨店の催事で“お土産でもらって美味しかったから”と、何個も買ってくださる方がいて嬉しいです。もっと多くの人に食べてほしいですね」と語る佐藤社長。

封してすぐに食べられるのが一番の特徴。ご飯やお弁当のおかず、酒の肴をはじめ、そのままおにぎりの中に入れたり、サラダや麺類の具にしたりと、いろいろな食べ方ができるのも人気の理由だ。

2か月間のテスト販売で 予想以上のヒットに

昨年行った表参道・新潟館ネスパス「新潟食楽園」でのテスト販売では、8～9月の2か月間で予想以上のヒットに。そこで10月から常設商品として採用されたが、好調な売れ行きから生産が追いつかず、12月には納品待ちの状態になった。「首都圏は1人や2人世帯が多いので、すぐに食べられる点が受けたのでしょう」。

同社はNICOの「新潟うまいもの」セレクション会議や「セールスレップ（商品紹介）」を通して、専門家から具体的なアドバイスを受け、少量サイズや関西向けの薄味タイプを作ることも検討中。今後は商品をよりブラッシュアップし、首都圏や関西圏へ販路を拡大していきたいという。「お客様や周りの意見を真摯に聞き、すぐに商品に反映できるのが当社の強みです」と佐藤社長。これからも村上から、「未来につながる食材」を全国に発信していく。

気になるあの企業の
強みに迫る!

注目企業に おじゃま します

PICK UP

イタリアと新潟 縁ある地域に 新たな風を吹き込む バリスタの巨匠



店舗1階はオープンキッチン。バリスタらしさが香るオリジナルメニューを提供。昼下がり、ビールやカフェを楽しむ常連客も増えている(写真上)。人気メニューのひとつ「タレカツ イタリアーノ〜イタリア風タレカツ〜」。薄切りのトンカツを甘辛いタレにくぐらせた新潟の定番料理がヘルシーなイタリア風に変身(写真下)。

今年春、新潟駅近くにオープンしたイタリアンパル「Neve della Luna(ネーベ・デラ・ルーナ)」。バリスタの巨匠・横山氏が手がけたこの店は、エスプレッソを使った料理や新潟の味覚をアレンジした料理を提供する。注目の取り組みについてお話を伺った。

ここがポイント

- ◆ 日本のイタリア料理発祥の地・新潟に出店
- ◆ 開かれた「公民館」としてさまざまな仕掛け
- ◆ 専門学校の多い新潟でスタッフを育成

「Neve della Luna」

株式会社gnic 代表取締役 横山 千尋 氏

〒950-0901 新潟市中央区弁天1-13-1 COMOビル
TEL.025-383-8887 営業時間/11:00〜23:00 定休日/日曜

華麗なる経歴を持つ 世界的バリスタが提案する店

世界トップレベルのイタリアン・カフェ抽出の技術者、日本におけるジェラート職人の先駆者として活躍するなど、数々の経歴を持つ横山氏。フランス、イタリアで修行し、神戸に日本初のジェラートショップを立ち上げた後、ミラノのバールで本格的なバリスタ修行を積んだ。大阪や東京でトラットリアやバールをオープンした1996年には、イタリア・バリスタ協会より日本人初のバリスタに認定されており、日本におけるイタリアン・カフェの火付け役でもある。

その横山氏が新潟に初出店したのが「ネーベ・デラ・ルーナ」。これまで手がけてきた店とは一線を画そうと、昨年4月に株式会社gnicを立ち上げた。「gnicはジャパン、ニイガタ、イタリア、カンパリネッラの頭文字から名づけました。カンパリネッラはイタリア語で郷土愛。郷土の味を現代に浸透させながら、イタリアには無い商品を提供したいと考えました」と語る。

気軽に立ち寄れるバールで 「イタリア風」を楽しむ

横山さんと新潟の縁は新潟市内の百貨店で催された「イタリア展」から。「新潟市のイタリア軒は日本最古のイタリア料理店ですし、農産物も豊かな地域。調理師を目指す専門学校も多く、新しい店を開くならここだと思い、6年前から適地を探しました」と横山氏。

店舗1階はオープンキッチンとBanco(カウンター席)、2階がテーブル席。料理はエスプレッソ仕立てのラザーニアなど、

「食材が豊富で新鮮、家でおいしいものを食べているせいか、新潟の人は外食をあまりしませんね。気軽に立ち寄れて、新潟の人が改めて新潟を知るような、郷土愛を育む場を目指したいです。」と語る横山氏。



すべて横山氏考案のオリジナル。新潟のタレカツ丼をアレンジしたメニューもある。「イタリア料理はマンマの郷土料理。新潟では100%イタリアンではない『イタリア風』で展開します」。足繁く訪れる常連客も増え、昼下がりのBancoで立ち飲みを楽しむ人の姿も。店で働くスタッフには「終身雇用」を告げており、郷土の食文化を継承する人材育成の場も目指している。

おしゃれな「公民館」として 人が集う賑わいの場に

店が軌道に乗った今、横山氏は「ネーベ・デラ・ルーナ」を地域の公民館的な存在として活用する夢がある。「私が初めて新潟に来た時、皆が話していた方言が今は聞こえません。のっぺなどマンマの料理に触れる機会も減っています。この店を公民館のように使って、新潟弁講座、イタリア語講座を開いたり、農家の方を呼んで野菜の講座を開いたりしたい。店の前をマルシェのようにして、農家の方が作った野菜を売るのも楽しい。産地のプロモートにも力を入れたいですね」。

カフェやランチを楽しむだけではない、新潟駅前のおしゃれな公民館。郷土愛に満ちたスポットに大きな期待がかかる。

BUSINESS TOPICS

“新潟のこだわりの食”を関西に!

「買いまっせ! 売れ筋商品発掘市」参加費支援&参加者募集

NICOでは、大消費地である関西圏に向けた食の販路拡大支援として、大阪商工会議所が主催する商談会「第20回 買いまっせ! 売れ筋商品発掘市」の参加費支援を行います。多くの皆さまからのお申込みをお待ちしております。

「買いまっせ! 売れ筋商品発掘市」

日時 平成28年11月2日(水) 10時~13時/14時~17時

会場 大阪府立体育会館(大阪市浪速区難波中3-4-36)

特徴 通常の商談会とは逆に百貨店、スーパー、通販、専門店などの大手小売業等の買い手(バイヤー)が会場にブースを構え、そこに売り手(食品製造業者等)が商品を直接売り込む「逆」商談会です。

参加費 無料 ※入場料(16,000円)はNICO負担、それ以外の経費(交通費等)は参加者負担となります。

募集定員 30名(1社当たり最大2名まで) ※応募多数の場合は先着順とします。

申込期限 平成28年9月16日(金) ※募集定員に達した時点で締め切ります。

今回、NICO 経由で
お申込みいただいた場合、
入場料をNICO で負担します。

応募資格

関西圏への販路開拓に関心のある者で次の2つの条件を全て満たすことを条件とします。

(1)新潟県内に事業所を有する食品製造業者^(※)又は一次産品(食品・食材)生産者であること。

※中小企業基本法第2条に規定する中小企業者

(2)商談会終了後にNICOが実施するアンケートに必ず回答すること。

申込方法等 詳しくは、NICOのホームページ(<http://www.nico.or.jp/>)をご確認ください。

問い合わせ先 販売促進チーム TEL.025-246-0044

NICOイチ押しの 新潟モノ & ワザ よいもの、よい技

67

瓦メーカーが作るテーブルウェア

YASUDA KAWARA「TSUKI」

安田瓦は185年の歴史をもつ伝統的な瓦で、1,200度以上の高温で焼成する「還元焼成法」を用いた吸水率が低く断熱性及び耐寒性に優れ硬く丈夫な寒冷地仕様の瓦です。この度、デザインディレクターに梅野聡(UMENODESIGN)を迎え伝統の技術と素材を活かした自社ブランドを立ち上げました。職人による手作業で丁寧に仕上げられた、鉄色(YASUDA Calla)瓦と呼ばれるその独特な色とシワの表情が「月」のように見えることから「TSUKI」と名付けられたテーブルウェアは新潟県阿賀野市で製造しており、今では日本最北端の瓦産地です。安田瓦特有の凹凸の表面はグリップ性があり、掴みやすく食材も滑りにくいため盛り付けも美しく演出できます。

瓦の風合いが
料理を
引き立てる



丸三安田瓦工業株式会社

〒959-2221 阿賀野市保田6130-1

TEL.0250-68-3802 FAX.0250-68-3711

URL <http://www.tsuki-yasudakawara.jp>

図鑑

68

豆腐屋さんのジェラート

「豆乳ジェラート Soy Fu」

「豆乳ジェラート Soy Fu」は、三条市の豆腐屋さん佐久間食品が心を込めて作る豆乳ジェラート。「豆乳を広く召し上がって欲しい」、そんな気持ちがたくさん詰まった、優しくさわやかなジェラートだ。新潟県産大豆100%の豆乳を使用。独自製法でエグ味が少ない豆乳とてんさい糖をふんだんに使用し、食べやすい味に仕上げた。味は、プレーンのほかに、いちご、チョコレート、抹茶の4種類。健康を気にしている方、乳製品が苦手な方にもお勧め。暑い夏のデザートに、ぜひ一度、ご賞味あれ。



佐久間食品株式会社 NICOクラブ会員

〒955-0823 三条市東本成寺163-1

TEL.0256-33-2273 FAX.0256-35-7659

E-mail sanjo1003mame@gmail.com

URL <http://www.gankotoufu-sakuma.co.jp>

新潟県産大豆
100%の豆乳と
てんさい糖で作った、
自然味豊かな
豆乳ジェラート。

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

～地域の中堅・中小企業を支援します!～

新潟県プロフェッショナル 人材戦略拠点

「攻めの経営」への道を諦めていませんか？

5年後、10年後を考えて
今のうちに手を打って
おきたい

自分の代のうちに、
もう一度
成長軌道に乗せたい

既存の製品を超える
新製品を
打ち出したい!

自社の技術に自信はある。
域外や海外への
展開に向けて、
今こそ勝負したい!

まずは、新潟県プロフェッショナル人材戦略拠点にご相談ください。

- 課題解決に必要なプロフェッショナル人材ニーズの具体化
- 必要とするプロ人材のマッチングをサポート

お問合せ先

TEL.025-246-0024 FAX.025-246-0033

- 事務局／(公財)にいがた産業創造機構(新潟市中央区万代島5-1万代島ビル10階)
- URL <http://www.nico.or.jp/projinzai/> ●E-mail projinzai@nico.or.jp

NICO press 2016 8 9 vol.137 2016年8月10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
油を使用したライシンキで
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。