

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.140

特集

## 日本版DMMO

地域の活力を引き出す  
マーケティング・マネジメント

### 専門家INTERVIEW

大正大学 地域構想研究所 教授

清水 慎一

### 事例企業・組織

- 一般社団法人雪国観光圏
- 合同会社からいすけ本舗
- 「魚沼の里」有限会社魚沼新潟物産
- 妙高観光推進協議会

### 連載

#### GO! GO!チャレンジ企業

藤次郎株式会社

#### 注目企業におじゃまします

有限会社たちばな

### BUSINESS TOPICS

#### 新潟モノ&ワザ図鑑

株式会社富田刃物

Kiku膳

2016

2017

12・1

## 地域の生業を豊かにする 観光への変革が必要

いま、日本の観光は訪日外国人旅行者が年間2000万人を超えましたが、一方で日本人のお客様は減少し、パイ(旅行者)の奪い合いになっています。そこで、インバウンドなど、多くの自治体が観光振興策を行っていますが、残念ながら、そういった事業の多くで成果が上がっていない。お客様が増えない、あるいはお客様が来ても地域全体が潤わないという状況です。

地方創生は、地域の生業である農林漁業やものづくりをしっかりと確立させ、今後どう持続させるかがテーマです。そのために観光もこれまでとは違う姿へ変革しなければなりません。今までと同じように宿泊・観光施設、旅行業者と行政が組んだマスツーリズムの業態では、個人旅行が増加するなか、結果的に今のお客様のニーズに合っていないのです。「地域の生

業を豊かにする」「お客様のニーズに  
応える」という課題にしっかりと向き合  
わずに、従前のような観光キャンペ  
ーンや一過性のイベントをやっている  
は、空回りするばかりです。

## 大切なのは観光地域づくりと 地域のブランド磨き

これからやるべき観光のポイントは  
「観光地域づくり」です。いまのお客  
様は温泉、観光施設だけでは満足せ  
ず、「まちあるき」という言葉に象徴さ  
れるように、まちそのものを楽しみな  
がら飲んだり、食べたり、買ったりし  
たい。農林漁業の現場で収穫したて  
のものを食べ、地元の人たちと話をし  
たというニーズがあります。

逆に言えば、そのニーズを踏まえた  
観光なら、お客様を満足させ、同時  
に地域の産業やものづくりを活性化  
することができます。これからの観光は

地域と密接なつながりが出てきます。  
地域をどうやって豊かにするかとい  
う視点で観光のやり方を革新する、そ  
こで多様な業種が連携しながら、観  
光を手段として活用するのが「観光地  
域づくり」なのです。

観光地域づくりの実現には、ブラン  
ドを磨くことが重要です。いまのお客  
様はとにかく、その地域にしかない歴史や  
伝統文化、ものづくりなどを味わいた  
い。それらを育てている産業を含めた  
「暮らし」を味わいたいのです。です  
から、産業が衰退しているところや、他  
と同じようなことをやっているところ  
には観光客は来ないのです。人がわ  
ざわざ行くというのは、そこにしか  
ない魅力や価値があるからです。そ  
れを「ブランド」として、しっかりと  
磨くことが重要です。

## 地域の人々の心に 地元への誇りが育つように

例えば「新潟は食です」と言っ  
ても、全国47都道府県が「食」で  
売っています。新潟はコシヒカリ、  
酒、醸造

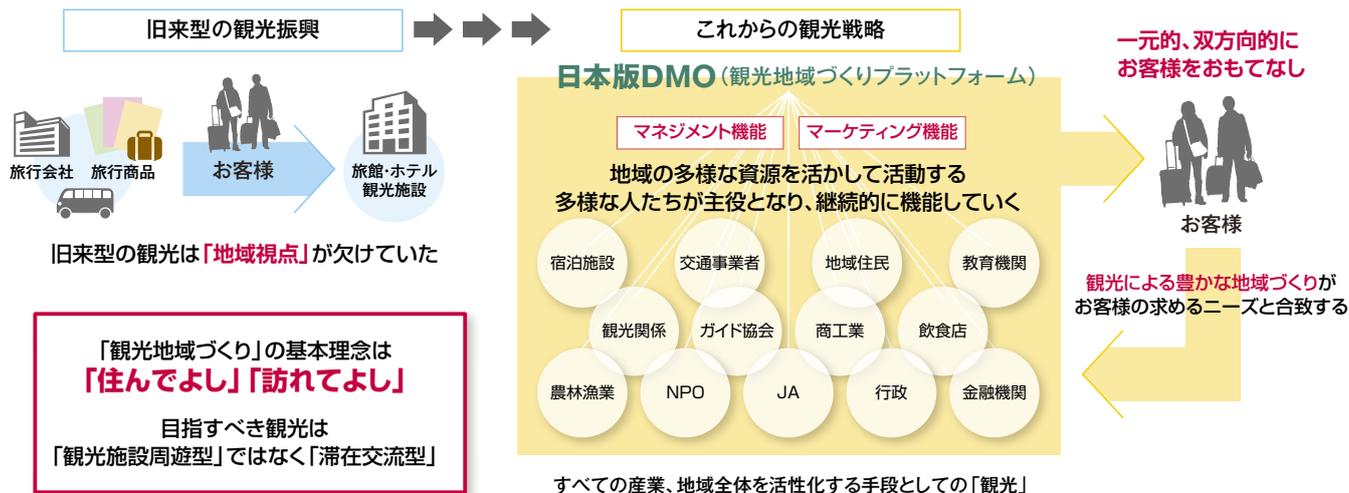


業種を超えた結集 — 地域のビジネスが動き出す

# 観光による豊かな地域づくり

地方創生の取り組みのひとつとして、いま全国各地で「日本版DMO」の形成が進む。日本版DMOとは、観光を切り口にして地域に対する誇りや愛着を醸成し、地域産業の振興につなげていく仕組みだ。新潟でも導入が進むなか、中小企業経営者はどう理解を深め、事業活性化に繋げていけばよいのだろうか。ここでは、長年「観光地域づくり」に携わる清水氏に、これからの観光と地域産業の関係について話を伺った。

## 観光戦略の基本は「観光地づくり」から「観光地域づくり」へ



文化など、良いものがたくさんあります。対抗するには新潟ならではの食を、印象に残る表現で発信しなければ、お客様のイメージとして新潟に良い食があるとは伝わりません。

いまの人々は「本物」を求めています。ものづくりも農林漁業もモノが売れるには本物であることや差別感が重要です。なぜ魚沼産コシヒカリがすばらしいのか、お客様にしっかりと差別感を感じさせるストーリーを提供する。それは地域から発信がなければ当然ながら気付いてもらえないのです。そのためにも、ここにしかないものを我々は大事にしているんだ、という地域独自の価値をしっかりと発信し、「地域の誇り」を醸成していく必要があるのです。

以前、会津の方たちは「なぜ会津の漆器は、輪島より単価が落ちるんだ」ということで、彼らは地元の旅館やホテル

で漆器を使ってもらうよう働きかけました。まず地域の人がある価値を共有し、誇りを持ってもらおうという運動を始めたのです。地元の評価なくして、世界の評価はない。地元で売れないものを東京の百貨店で売ろうとしても無理なのです。

### 多様な団体、業種が結集し Win-winの関係になるために

観光地域づくりでは観光と地域が深く関わり、業種を超えて地域の人々がつながり、議論する場が必要です。そこで我々は10年前から「横のつながりができる場を作り、みんなで豊かにならなう」ということを提唱し、「観光地域づくりプラットフォーム」を推進してきました。その仕組みが正に、いまの日本版DMO

なのです。日本版DMOの特徴は多様な団体が結集し、お互いがwin-winの関係になるための仕掛けを皆で考え、お客様にはブランドを含め一元的に発信しようというところにあります。

また、観光と産業をつなぎ、販路を拓けるには、実力あるコーディネーターが持続的に取り組むことや、マネジメント機能が必要。そのために枠組みは行政が作りつつ、民間主導で、地域のリーダーによって進めていくことが重要です。「雪国観光圏」は民間の人たちが横断的に結集して動いており、モデルケースとして全国から大変注目されています。

新潟でも、自分たちの地域独自の価値をしっかりと認識し、誇りを持ちながら、観光地域づくりに取り組むことによって地域の生業が発展していくことに期待します。



大正大学 地域構想研究所 教授／  
 観光地域づくりプラットフォーム推進機構 会長

## 清水 慎一氏

### PROFILE

1948年生まれ、長野県小諸市出身。1972年東京大学法学部卒業後、日本国有鉄道に入社。1987年JR東日本に移行し、本社取締役営業部長、取締役仙台支社長を歴任。「YOKOSO! JAPAN THE祭り東北」の実行委員長を務める。2004年より(株)ジェイティービー常務取締役、事業創造本部長、「観光立国、地域活性化」担当を歴任し、2011年退任。現在、全国各地の地域アドバイザー、観光地域づくりマネージャーを育成する清水塾の塾長のほか、内閣府「地域活性化伝道師」、総務省「地域力創造アドバイザー」といった公職も多数務めている。

### ●日本版DMO (Destination Marketing / Management Organization)

従来の観光の枠組みを超え、地域の多様な組織とプレイヤーが横断的につながり、新しい観光推進の役割を担う中心的組織。マネジメントやマーケティングといった機能を備え、地域の観光振興を一元的に推進する。

新潟県内でも始まっている日本版DMO「観光地域づくり」への取り組み。そして目指していく将来像などについて話を伺った。

# 雪国の知恵を中心軸に、 明確な観光地域づくり戦略を展開



## 一般社団法人 雪国観光圏 代表理事 井口 智裕 氏

〒949-6101 南魚沼郡湯沢町大字湯沢2431-1  
TEL.025-785-5222 E-mail info@snow-country.jp URL http://snow-country.jp

「取り組みを進めて8年。雪国観光圏のブランドを通して、地域の皆さんに“雪国はすごいんだ、そこにいるあなたの価値はすごいんだよ”と気付かせてあげることが自分のミッションだと感じます」と語る井口代表理事。



### 次の世代が誇りを持って 住める雪国であるために

雪国観光圏は新潟県魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町、群馬県みなかみ町、長野県栄村の7市町村で構成される広域観光圏で、平成20年に設立された。「スキー客や温泉客が減るなか、次の世代が誇りを持って地域に帰ってくる場所になるために、そして100年後も雪国であるために、地域の“本質的な価値”を作ろうというのが原点でした」と湯沢町のHATAGO井仙の社長であり、雪国観光圏のマネージャーを務める井口代表理事は語る。

雪国観光圏のブランドコンセプトは『真白き世界に隠された知恵と出会う』。自分たちがこだわる雪国とは何なのか、この地域が世界で唯一の雪国だと言える所以は何なのか、というテーマを地元の学芸員らと議論し、3年前に得たコンセプトだ。「それまではこの地域の魅力と思われるものを全て発信していた。縄文時代から人が住み続け、雪国ゆえに育まれてきた知恵こそが世界に誇る部分だ、という中心軸が決まったことで、ようやくひとつのストーリーを持った地域づくりが見えてきました」。

### 地域独自の価値を中心軸に 地域とお客様をつなぐDMO

その翌年行ったマーケティングで、コンセプトに最も共感する人として「都内在住で40歳くらい、高収入、管理職の独身女性」というコアターゲットを設定。「コンセプトとコアターゲットという中心軸が決まったとき、これからやるべき雪国観光圏の戦略が見えた。これは僕たちにとっては大発見でした」。そのお客様に、雪国観光圏の世界観を体験してもらい、雪国のコアなファンになってもらうためには、宿泊施設のおもてなし、食事の内容、滞在メニューのあり方、紹介する媒体などの意識を統一する必要がある。現在、雪国観光圏はコンセプトに基づき全体のマネジメントや、ワンストップで対応できる窓口の整備を進めている。

多様な資源がある広域観光圏において、核となる中心軸を共有し、それに向かって関係者皆が行動していくことが地域の本質的な魅力向上につながるという。それにより地域の満足度が向上しリピーターを生む。「DMOは地域とお客様の仲人のようなもの」という井口代表理事。「雪国の良さに共感するお客様が来れば、地域の方がより商売を頑張り、雪国って本当に良いところなんだと誇りを持てる。子どもたちも継ぐ気持ちになるし、そうした誇りのある地域にお客様はまた興味を持つ。その先に移住、定住する人も出てきます。DMOは決して観光プロモーション組織ではなく、将来的に移住・定住が生まれることが重要なのです」。



雪国の暮らしが育んだ知恵や文化は世界に誇る財産である。

## 地域という視点を持つと 自分の商売の見え方が変わる

地域産業への波及効果はこうだ。ある宿がブランドコンセプトに向けた宿づくりをして成功すれば、隣近所の宿も真似をする。さらに、ブランドコンセプトとはかけ離れたと思っていたケーキ屋が麴スイーツ、ラーメン屋が酒粕ラーメンを作ろうという発想が生まれる。中心軸があるといろいろな事業もそこに近づいてくるので、次はそうした事業化のサポートを考えたいと井口代表理事は話す。

その場面で必要になるのは、事業者の本気だ。「ゴールを目指すとなると、絶対に自分の今のビジネスモデルを変えなくてはいけない。本気でやろうとすれば、必ずイノベーションが生まれます。ブランドありきではなく、その価値を事業者が徹底的に追求した先に、ようやく事業が輝き出す。経済波及効果はそこからだと思います」。

まもなく、コアターゲット向け旅行商品を発表し、またインバウンド向けの取り組みにも力を入れている雪国観光圏。いよいよ、100年後に向けた本格的な取り組みが始まっていく。

## 雪国のコアなファン獲得のために — 雪国観光圏が取り組む品質認証制度

### ●「SAKURA QUALITY (サクラクオリティ)」

国際的な基準を備えた宿泊品質認証制度を全国に先駆けて導入。お客様の目線から地域や宿を評価し、価値を高めていくことを目指している。

### ●「雪国A級グルメ」

品質管理事業として展開する、食の認証プロジェクト。雪国伝統の食文化を“永久”に守り次世代へ残すために、旅館や飲食店、加工食品業者が賛同し活動する。運営事務局は株式会社自遊人の編集部へ委託。地元産品の使用などの基準を設け、明確に情報公開するとともに、地域の農工商連携を促している。



1 冬に備える保存食の文化も雪国ならではの知恵。2 3 冬の間に根菜を保管する「大根づくら」。ワラを編んで作られる。

## 湯沢独自の食文化を伝える こだわりの「からいすけ」

### 合同会社からいすけ本舗

代表社員 田村 恵司 氏 / 上村 芳実 氏 / 富井 松一 氏

〒949-6101 南魚沼郡湯沢町大字湯沢488-1  
TEL/FAX.025-775-7601 E-mail info@karaisuke.com  
URL <http://www.karaisuke.com>

### 湯沢の経営者三人衆が生み出した湯沢の新名物

からいすけは、魚沼地域の伝統野菜であるかぐら南蛮を使った調味料。味噌とジャムがあり、雪国観光圏が取り組む「雪国A級グルメ」にも認定されている。製造販売を手がけるからいすけ本舗は、湯沢町の蕎麦屋主人の田村氏、寿司屋主人の上村氏、旅館主人の富井氏の3人が中心となって平成20年に設立された。

湯沢温泉通り事業協同組合が「温泉通りに活気を取り戻そう」と話し合うなか、浮かび上がった課題は「湯沢には食の名物がない」ということ。そこで、田村氏が店で薬味として出していた、かぐら南蛮の味噌和えを商品化しようということになった。

湯沢の家庭では、昔からかぐら南蛮を味噌や麴と混ぜたものを冬の常備菜にしていた。平成21年に農工商連携の認定を受け、地元農業法人と連携し、製造機も導入。いまでは湯沢を代表するお土産品に育っている。

3人が目指すのは「湯沢独自の食文化を味わってもらうこと」。それを実現するため、頑固なまでにこだわっていることがある。秘伝の

1 「スタートから8年たって、ようやくからいすけの名前が知られるようになりました。やはり真面目に作る事が大切。からいすけの販売が、地域のかぐら南蛮の生産拡大にもつながっています。」と語る上村氏(写真左)、田村氏(写真中央)、富井氏(写真右)。  
2 かぐら南蛮は地元農家を中心に契約栽培。地元の飲食店ではからいすけを使ったメニューも登場し、旅館では「にいがた朝ごはんプロジェクト」などでの利用も進んでいる。  
3 素材の旨みと、後からくる上品な辛味が見事に融合した「からいすけジャム」。



自家製味噌を使用、化学調味料や合成添加物を使わない、かぐら南蛮は地元産、湯沢に来て買ってほしいから自分たちで通販はしない、価格は高いがその価値が分かる人に分かってもらえればいい、といった具合だ。「最初は高いと感じても、食べてもらったら味の違いが分かる。人気が出てきたのは、やはり味が本物だからだと思います」と3人は声を揃える。

からいすけへの情熱を語る3人の表情はとても明るい。故郷を想うベテラン経営者たちが起こした新しいムーブメントが、周囲や後進に伝わっていくことを期待したい。

# 魚沼の文化を発信する清酒八海山のふるさと

**NICOクラブ会員** 「魚沼の里」 有限会社魚沼新潟物産 代表取締役社長 中俣 善也 氏

〒949-6775 南魚沼市宮2294-3 TEL.025-770-2237 FAX.025-770-2238  
E-mail hak-support@hakkaisan.co.jp

## 清酒八海山が生まれる地を 五感で知ることができる場所

里山風景が広がる約7万坪の敷地に、清酒八海山を醸す酒蔵を中心として、雪国ならではの雪室、米・麴・発酵をテーマにしたショップ、古民家を移築したそば屋や、スイーツ店などが点在する「魚沼の里」。11年前、八海醸造株式会社が新しく醸造蔵を作ったところ、公開していないにも関わらず、蔵を見にくる人が増えはじめ、「来ていただいたお客様に何かおもてなしを」との思いでそば屋を開店。それをきっかけに、年々施設を増やし、今では年間22万人が訪れるスポットになった。来訪者数は年々増えている。

魚沼の地の空気感に触れる体験を通し、清酒八海山のイメージを「五感」で感じてもらう場所として、整備が進められている。

## 地元の人々の自慢になる 施設にしていきたい

魚沼の里のコンセプトは“郷愁とやすらぎ”。ここで過ごすひとときは、まさにそれを体感するものだ。そして、訪れた人はここでの体験や、受けるもてなし、商品が生まれるストーリーを知ることから、魚沼の自然や暮らしに対する同社の愛着を感じとるはずだ。その背景にあるのは、この地で地域の人々のための地酒を造り続けてきた酒蔵だからこそ生まれる思いであると、施設運営を手がける魚沼新潟物産の中俣社長は話す。

一方、地元に対しては、地域の皆さんの自慢の場所になるのが目標。「八

海醸造社長の南雲は常々、県外からいらっしゃったお客様を、地元の人が“この地域はこんな良い施設があるんだよ”と自慢しながら連れて来てくださるような場所にしたい、と話しています。魚沼の里だけが賑わうのではなく、お客様にはここから魚沼全体を見ていただきたいと思っています」。

## いま見直されている 魚沼の食文化を守り伝える

魚沼は発酵文化、保存食文化が育まれた土地であり、まさに日本酒もそのひとつ。暮らしはそのままスローフード、スローライフであり、それに魅力を感じ、憧れる人が増えてきているように感じるという中俣社長。東京に出店しているアンテナショップ「千年こうじや」で米や麴、発酵に興味をもってもらい、それをきっかけに魚沼に足を運んでもらいたい。ショップで開

「地域の良さは来てみないとわかりません。お客様に、まずお越しいただくきっかけをつくるという部分では、我々の施設も地域に貢献できているのではないかと思います。」と語る中俣社長。



催するイベントも広告というより、八海醸造、魚沼をもっと深く知ってほしいという思いで展開している。「コアなファンへの窓口であり、魚沼の里はその受け皿になる本丸。その意味でも、今後は体験を通して知識を得られるようなコンテンツを作り、滞在の時間をより豊かなものに充実させたいと思っています」。魚沼が育んだ風土や暮らしを発信する魅力あふれるスポットとして、魚沼の里はさらに多くの人をこの地域へ誘ってくれそうだ。

今秋、新たにベーカリーがオープン。貸し農園もスタートする「魚沼の里」。四季に彩られる自然と、雪国の文化を感じながら過ごすことができる。八海山雪室は1千トンの雪を収容でき、日本酒や食材を低温貯蔵で熟成する。



八海醸造 第二浩和蔵



試飲カウンター・焼酎貯蔵庫



雪中貯蔵庫

# 官民が連携した妙高版DMOで妙高に輝きを

## 妙高観光推進協議会(妙高版DMO) 会長 丸山 善宏 氏

〒949-2105 妙高市大字毛祝坂58-3(妙高高原商工会) TEL.0255-86-2378 FAX.0255-86-4113

E-mail kougen@plum.ocn.ne.jp URL http://www.shokokai.or.jp/kougen/

※妙高版DMO事務局は妙高市観光商工課です。

### 「妙高で暮らしたい。」 という人が増える 活力ある地域にするために

平成28年4月、日本版DMOの組織として設立された妙高観光推進協議会。妙高市観光協会、妙高高原旅館連合会、妙高高原・妙高の各商工会、新井商工会議所、民間企業、行政など、19団体で構成され、横の連携による観光振興への取り組みが始まっている。

設立に至った背景を、丸山代表は「妙高は冬のスキーが主軸でしたが、平成3年をピークに下がり続けてきました。主産業が落ち込むと地域そのものの活気がなくなります。地域に働く場所がないと、人は出て行ってしまいます。昔は妙高に住みたいという人が多かったものです。この妙高版DMOを起爆剤に、若者らが定着し、また移住希望の人が出てくる地域にしたいというのが私たちの願いです」と語る。

### ビッグデータを活用し 今後の戦略を練っていく

戦略を練るための情報収集として、昨年先行して取り組んだ観光動態調査に加え、今年度はCRM(顧客管理システム)を導入。今後、ビッグ



「妙高に住みたい人が増えるためには、絶対に雇用が必要です。観光で生きてきた妙高は、このDMOの取り組みにまさに生き残りをかけていて、活性化を実現したい。」と語る丸山会長。冬はもちろん、四季を通じた妙高の自然、地域資源を活用した商品や特産品開発も期待される。

データを活用したマーケティングを展開し、効果的な誘客を目指す。こうした本格的なマーケティングシステムは費用も大きいため、官民とも初めての試み。協議会が出来たからこそ、着手できたという。

協議会では、誘客推進部会、情報発信部会、受入体制部会という3つの専門部会を開催。さまざまな業種の人々が横断的に集まって議論する場では、今までにないアイデアが出るほか、機動力も向上したという。

例えば調査により、アパリゾート上越妙高のイルミネーションへの来場者の多くが観賞だけで市内に立ち寄っていない現状が明らかになった。そこで飲食店、土産品店、宿泊、レジャー施設等で使える割引クーポンを



イルミネーションはグリーンシーズンの人気イベント。地元にも立ち寄ってもらう仕掛けとして誘客推進部会が割引クーポンを企画した。

発行し、会場送迎に地元タクシー会社が協力するなど、業種を超えた地域経済の活性化に着手している。

### 補助金申請が増えるなど 地元のやる気がアップ

設立以来、地域の雰囲気も良くなっていると語る丸山会長。「妙高高原商工会では、小規模事業者持続化補助金の申請が増えています。地元の飲食店や宿では補助金を利用して店や部屋を直し、おもてなしを向上させることで売上アップにつながったケースもあり、周囲にも良い影響を与えているようです」。

今冬は、妙高杉ノ原スキー場の近くにスノーモービルランドを開設するなど、新しいアクティビティの計画も控えており、これからへの期待は高まるばかりだ。「まだ誕生して半年ですが、妙高で生まれ育った人も、大手資本の人も、お互いに協力して団結していく動きは出来上がりつつある。早急にターゲットを絞り込み、より具体的な戦略を立てながら、観光地域づくりを目指していきます」。



妙高山



妙高ならではの自然を満喫できる冬のアクティビティも計画されている。



火打山 高谷池

コンセプトは妙高山麓が育む生命地域「国立公園 妙高」。昨年は、北陸新幹線が開業、上信越高原国立公園から分離独立し妙高戸隠連山国立公園が誕生するなど、より地域活性化へ活用できる扉が開いた。

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

「切れ味」を追求した  
藤次郎ブランドの  
包丁を  
世界のマーケットへ



「藤次郎 疾風BLACK ダマスカス鋼シリーズ」は、酸化被膜で刃の表面を黒く発色させることで、ダマスカスならではの波紋が際立つのが特徴。海外で人気の高いシリーズのひとつ（写真上）。「藤次郎ナイフギャラリー」の1階はショールーム、2階はキッチンスタジオ、3階はセミナールームを完備。包丁の紹介だけでなく交流の場所として利用できると目指している（写真下）。

農機具部品や農業用刃物の製造から始まり、現在は国内有数の包丁専門メーカーとして知られる藤次郎株式会社。技術革新を続けながら優れた包丁を生み出す同社は、積極的に海外展開を行い、世界に販路を広げている。

NICOの  
コレを活用!

「海外市場獲得サポート事業」「中核企業海外販路拡大促進事業」などを活用し、海外での展示会出展や市場調査などを行い、販路の開拓・拡大に取り組んでいます。

## 藤次郎株式会社

貿易部 マネージャー 来田 真二郎 氏

本社 / 〒959-1277 燕市物流センター1-13 TEL. 0256-63-7151 FAX. 0256-64-3811  
藤次郎ナイフギャラリー / 〒959-0232 燕市吉田東栄町55-18 TEL. 0256-93-4195 FAX. 0256-93-4330  
E-mail info@tojiro-japan.co.jp URL http://tojiro.net

### 国内5指に入る出荷数量を誇る 一貫生産メーカー

1953年創業の藤次郎株式会社は、日本有数の刃物産地・燕三条で、伝統と革新を融合させた製品を製造している包丁メーカー。刃物の製法の中でも、鋼材を型で抜いて成型する「抜き刃物」の製造を得意としており、異種素材を組み合わせた複合材包丁の出荷数量では国内で5本の指に入る。「他の包丁産地では、ほとんどが下請けによる分業制で製造していますが、当社は全ての工程を社内で行えることが最大の強みとなっています」と来田マネージャー。一貫生産によって高い品質を保持し、量産体制を整えることで1,200以上という業界屈指のアイテム数を生み出しているのだ。

### 積極的な海外展開で 輸出の売上高が年々上昇

同社はドイツで開催される見本市・アンビエンテに2004年から出展するなど、海外販路の開拓に早くから力を入れてきた。昨年度はNICOの「海外市場獲得サポート事業」「中核企業海外販路拡大促進事業」の助成金を活用し、各国での展示会出展をはじめ、販路開拓や拡大のための現地市場調査などを行っている。

また、各国の特許庁に商標登録を行う経費を助成する「地域中小企業外国出願支援事業」も活用。商標登録を行うことで、海外で模倣品が出回

「支援策によって展示会の費用を一部負担していただけたのは大変助かりますし、今まで出たことのない展示会に出展してみようという気持ちにもなります」と語る来田マネージャー。



るのを防止する効果があるという。

こうした活動により、海外輸出の売上高は年々上昇。アメリカ、ヨーロッパを主体に40カ国以上に輸出され、海外売上の割合は30%を超えるまでになった。

### 日本の伝統技術の 結晶でもある包丁を世界へ

同社が創業以来一貫して追求してきたのが刃物の「切れ味」だ。日本の包丁を求める外国人は切れ味を重視することから、プロのユーザーを中心に藤次郎ブランドは高い評価を得ている。また、人と違うものを求めるという外国人の好みや使い方に合わせた海外専用商品も開発。機能はもちろん日本らしいデザインも意識している。「今後海外での売り上げを伸ばすためには、新しい国の展示会に出展し、販路を開拓していくことが必要。将来は国内と海外の売上割合を5:5くらいにしたいと考えています」。

2015年に同社の包丁シリーズを展示販売する「藤次郎ナイフギャラリー」がオープン。これからも日本の伝統技術の結晶ともいえる包丁の文化を、世界に向けて発信していく。

気になるあの企業の強みに迫る!

# 注目企業におじやまします

PICK UP

## スローフード精神をベースに、伝統の味噌や漬物、新感覚の商品を発信



創業当時の製法を守る米味噌「壹緑(いちえん)」と浮麴味噌の「伍緑(ごえん)」。味噌では珍しい瓶詰めで、スタイリッシュなデザインのパッケージなど、商品のイメージ作りにも力を入れている(写真上)。長岡野菜を代表する「長岡巾着茄子」の辛子茄子は、昔から地元で愛されてきた「おばあちゃんの味」を再現。味噌漬けも、あえて昔ながらの「しょっぱい味」を大切にしている(写真下)。

老舗の味噌醸造会社を事業継承し、2009年に設立した有限会社たちばな。スローフードの理念に感銘を受け、地域伝統の味を大切にしながらも自由な発想で商品を生み出す同社の南社長に、これまでの取り組みや今後について伺った。

### ここがポイント

- ◆ スローフード精神に着目し、食の分野に参入
- ◆ 伝統の味を守りつつ自由な発想で商品を開発
- ◆ 多目的機能を持つ食文化の拠点を構築

### 有限会社たちばな

代表取締役社長 南 直樹 氏

〒940-1154 長岡市宮栄3-5-18 TEL.0258-32-1533 FAX.0258-37-2818  
E-mail tachibana@misodama.jp URL http://misodama.jp

### 100年以上の歴史ある味噌蔵を継承し新事業に挑戦

味噌、漬物などの発酵食を製造販売する有限会社たちばなは、株式会社丸菱電子のグループ会社として設立。金属熱処理の会社が食の分野に参入したきっかけは、地域の伝統的な食文化を大切にスローフード精神に着目したことから。「長引くデフレと低成長の中、先代の父が“これからは地域や歴史を大切にすることが、良いモノづくりにつながる。それがスローフードだ”と言って、社内に食品加工部を作ったのです」と南社長。2000年から味噌漬けなどの製造を始め、「NPOスローフード新潟」にも加盟するが、仕入れ先だった老舗の味噌醸造会社が廃業の危機を迎える。「そこで当社に事業継承の話があり、2009年に“たちばな”を立ち上げました」。

### 固定概念がないからこそ今までにない商品が生まれる

「地産地消」を大切に同社は、国産や新潟県産、長岡産の原料にこだわっているのが特徴。6年前からは自家農園で長岡巾着茄子や梨茄子、たい菜など長岡の伝統野菜を栽培し、辛子茄子や漬物に使用している。

看板商品の味噌は、伝統製法で作るベーシックな味噌をはじめ、個性を打ち出したプレミアム味噌や雪室熟成味噌『ほう味みそ』などを展開。味噌を使ったスイーツ、チーズの味噌漬けな



スローフードの発祥地イタリアに魅せられ、頻りに訪れている南社長。長岡の味噌の味や技術を通じて豊かな日本食の価値を世界へ発信している。「イタリアはチーズやピクルスなどを食べるため、同じ発酵食である味噌も試してもらおうと反応はいいです」。

ど現代にマッチした新感覚の商品も好評だ。「絆」という商品は業界初の製法で作った味噌で、賞もいただきました。私を含め若いスタッフたちも味噌に対する固定概念があまりないからこそ、今までにない商品を生み出せるのだと思います」。

### 食文化を発信できる場所を10年かけて実現したい

同社はNICOの「食の大商談会」などに参加し、首都圏を中心に販路開拓を推進。また、イタリアのスローフード展にも出展するなど、海外進出も将来の視野に入れている。

一方、長岡市内の丘陵地に新たな漬物工場が完成し、2017年から稼働する。「漬物工場から始まり、加工場、イタリアンレストラン、直売所、雪室など、多目的機能を持った“メルカート・デル・フェット(鉄の市場)”という施設を約10年かけて作る予定です。鉄産業から始まった当社の食へのこだわり、地産地消などを発信できる場所にしたい」。南社長の情熱が集約した食の拠点から、越後長岡の食の魅力が世界へ広がっていく今後に注目したい。

# BUSINESS TOPICS

第57回NICOクラブセミナー

NICO人材育成セミナー

## 99%のひとがしていない たった1%のリーダーのコツ

NICOでは、日本IBM株式会社ソーシャル事業部 河野英太郎氏を講師としてお迎えし、セミナーを開催します。

河野氏の人気著書『99%の人がしていない たった1%のリーダーのコツ』を実体験を踏まえ、講演していただきます。

リーダーのポジションになると、周りからのプレッシャーや、リーダーとはこうあるべき、という思いから、焦りや苛立ちを感じてしまっていないでしょうか。もちろん、リーダーは簡単な仕事ではありませんが、「コツ」はあります。

経営者や管理職の方はもちろん、グループやプロジェクトを牽引する方等、多くの皆さまのご参加をお待ちしております!

**日時** 平成29年1月24日(火)  
14:00~15:45(受付開始 13:30)

**会場** 新潟県立図書館 1階 ホール  
(新潟市中央区女池南3-1-2)

**講師** 日本IBM株式会社 ソーシャル事業部  
河野 英太郎 氏

**参加費** 1名につき3,000円  
但し、NICOクラブ会員は無料  
(NICOクラブへの当日入会も承ります。その際は、受付で年会費を頂戴します。)

**定員** 120名(先着順) ※1社3名まで

**申込方法** 詳しくはNICOホームページ(<http://www.nico.or.jp/>)の募集案内をご覧ください。

**問い合わせ先** 企画チーム TEL.025-246-0038

**セミナー終了後、講師との  
名刺交換・交流会を行います。**

- 会場/新潟県立図書館 2階 大研修室
- 時間/セミナー終了後~16:30頃
- 会費/お一人様500円  
(ワンドリンク(ソフトドリンク)付き)



NICOイチ押しの 新潟モノ & ワザ よいもの、よい技

73

「押して切る」「引いて切る」、どちらでも切れる

波刃ナイフ [仁作]

キッチン用途で切断の難しい、固いパン・柔らかいパン・海苔巻き・トマトなど、切り方や切る物を意識することなく、普通に使うだけで、これまでにない優れた切れ味を実現する『波刃ナイフ』です。「波刃」を構造から見直し、形態・形状・工法を新たに構成、更に熟練工の手作業による刃部の加工法を確立することで、切れ味の優れたこの「新型波刃」が開発されました(特許出願中)。



切れ味の優れた  
「新型波刃」。

図鑑

74

84歳で起業。新潟おふくろの味!  
「キクちゃんのしそ味噌」

84歳で起業したキクエおばあちゃんが厳選した国産味噌とたくさんのおふくろ産のしその葉を、隠し味でじっくり練り込んだ秘蔵の「しそ味噌」です。しその香ばしさとコクのあるまろやかな味で食通の方からも「やみつきになる味で大変美味しい」と評価されています。あたたかいご飯やお酒のおとも、焼肉や湯豆腐など何につけても美味しく、手軽に食卓を豊かにする逸品です。



しそたっぷり。  
愛情いっぱい。

株式会社富田刃物 **NICOクラブ会員**

〒959-1286 燕市小関623-1 TEL.0256-63-2221  
FAX.0256-62-4194 E-mail info@nisaku.co.jp  
URL <http://www.nisaku.co.jp>

Kiku膳 **NICOクラブ会員**

〒959-2335 新発田市本田3373 TEL.0254-32-3624  
FAX.0254-32-3624 E-mail info@kikuzen.jp  
URL <http://kikuzen.jp>



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

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 2017

- 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♪
- 新企画追加で情報がボリュームアップ！さらに付録に専用シールを追加♪



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)



週末ココ  
行ってみよ！

トキくん  
サケくん

●お問い合わせ 株式会社 第一印刷所 TEL025-285-8174 (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](mailto:techou@dip.co.jp)

# 中小企業の様々な課題について、 弁護士にご相談ください。

こんな質問に  
ドキッときたら、  
そこに課題が隠れて  
いるかもしれません。



## 事業の再生・整理・承継

- 自社の企業価値を把握できていますか？
- 連帯保証は誰がどう責任を負うか分かっていますか？
- 金融機関が交渉時に注目するポイントをご存知ですか？
- 社長に万一のことがあっても事業は存続できますか？

## 契約・取引

- 取引の契約関係は定期的に見直していますか？
- 発注は口約束ではなく書面でもらっていますか？
- 納品遅れなどへの対処方法を決めていますか？
- 特定の取引先に依存し過ぎていませんか？

## 損害賠償

- クレームの内容に応じた対処方法を決めていますか？
- ネットで誹謗中傷を受けた時の対処をご存知ですか？
- 損害賠償金の額の計算方法はご存知ですか？
- 請求できる賠償額が契約で制限されていませんか？

## 売掛金の保全・回収

- 新規の取引先に与信限度額を設定していますか？
- 取引先のメインバンクは支店名まで確認済ですか？
- 取引先の主要顧客は把握できていますか？
- 取引保証金を預かることはできませんか？

## 従業員トラブル

- 就業規則は定期的に見直していますか？
- 勤怠管理の記録は残していますか？
- 従業員の仲の良さ悪しはどの程度把握していますか？
- 研修等を行って社内ルールの周知を徹底していますか？

## 〈ひまわりほっとダイヤル相談までの流れ〉

「お電話から」



「webから」



JBA 日本弁護士連合会  
新潟県弁護士会



お近くの弁護士をご紹介します

全国共通専用ダイヤル 受付時間：平日（祝日を除く）10:00-12:00/13:00-16:00

**0570-001-240**

webからもお申し込みができます **ひまわりほっとダイヤル** 検索 <http://www.nichibenren.or.jp/ja/sme/>

NICO press 2016 12・2017 1 vol.140 2016年12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ミネートで印刷しています。



本誌は印刷時に排出されるCO<sub>2</sub>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。