

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.155

2018

6

特集 **いいモノをより魅力的に
デザイナーと作り上げる商品イメージ**

技術 × デザインで
広がるモノづくり

専門家INTERVIEW

公立大学法人長岡造形大学

和田 裕 氏

事例企業

- 塚野刺繍株式会社
- 有限会社大林印刷
- 麒麟山酒造株式会社

連載

挑む! わが社のNEXT STAGE

株式会社小竹製菓

ニイガタ元気企業 活力のカギ

診断技術株式会社

interview 新展開に デザイナーは不可欠という時代

製品にデザインが不可欠であることは浸透してきたが、デザイナーの活用という面では、まだ経験をしたことがない県内企業も多いのではないだろうか。より魅力的な商品開発へのステップとしてなぜデザイン思考が不可欠か、また、デザイナーとの協働におけるポイントについて長岡造形大学の和田学長に話を伺った。

支持を得るものを作るには 調査段階から デザイナーと共に

ISO国際標準規格のなかにヒューマンセンタード(人間中心設計)が謳われています。これは機械の進化に人が取り残され、思わぬ事故や、使っていて気持ちが悪くないということが起きないように、五感への訴求(ユーザビリティ)を考慮した設計をなさい、というものです。今までのように効率優先だった経済構造ではコンシューマーが付いてこない時代になり、モノを作るときは使う人の感覚を最優先に考える、ユーザビリティに注目しなければならぬということが言えます。

デザインという考え方が70年前にアメリカから伝わってきた当初、特にプロダクトデザインにおいては、エンジニアが仕組みや仕掛け、機能を作り、開発の終盤に商品力を上げるためにアピランス(外見)を考えるのが、デザイナーに求められた仕事でした。

今は全く違い、デザイナーは商品開発の調査・企画段階から参加します。そうしなければ本当の意味でのユーザビリティに配慮したアピランスは作れません。材料、装置、性能、材質、レイアウト、ユーザーが使う状態を一緒に考えていくことが重要です。この商品は素晴らしいな、使ってみたいと思わせる、人の感性に訴えるものを作るには、そうしたプロセスを経て内からにじみ出てくるような魅力が必要なのです。

表面的な魅力だけでは消費者に見すかされる時代である今、こうしたデザイ

公立大学法人 長岡造形大学 副理事長・学長

和田 裕 氏

PROFILE

岐阜県生まれ。東海大学卒業後、いすゞ自動車(株)で21年間デザイン業務に携わる。1994年から長岡造形大学・造形学部 助教授就任、1998年に教授就任。2012年学長就任。専門はトランスポート・デザイン。主に関わった車両のデザインは、いすゞ:エルフ、ロデオ、ビッグホーン、ウィザード、ミュウ等、(株)大原鉄工所:ディアフォルテ、雷刃(ゲレンデ整備車)、10式雪上車等。



ンプロセスを取り入れなかったら、将来存在できない。そういう時代になっていくと思います。

イノベーション分野で 注目されるデザイン思考

近年、『デザイン思考』が注目されています。これは「デザイナーが仕事に関わると今までにない新しいものが生まれるのはなぜか」ということを科学的に探り、デザイナーの行動プロセスに秘密があるのではないかと研究したものです。

デザイン思考はスタンフォード大学で生まれ、同大学の教授が作ったデザインコンサルタント会社IDEOにFacebookやヤフー、マイクロソフト、グーグルなどが発注してデザインプロセスを取り入れた結果、大きな成果が出たことで一躍注目を浴びました。

また、これからは複数の凡才で作ったものがひとりの天才のひらめきを凌駕すると言われる。デザイン思考をもっ

た複数の専門職の人が刺激を与え合うことも重要だと考えます。いま、イノベーションを起こそうとしているシーンでは、いろいろな分野の人がデザイン思考をツールとして取り入れています。デザイナー以外の人も、デザイン思考を学び、デザインシンカー(※1)として発想を展開しています。

日本でも京都大学や慶応大学、各企業が取り入れるなど一大ムーブメントになっています。なぜなら今、日本はイノベーションの時代に入っているから。イノベーションを起こすにはデザイン思考を取り入れる必要があるのです。

一方、デザイナー以外のデザインシンカーが商品開発を行うと、プロタイプまでは作れても、その先に結びつかないことが多いことも分かってきました。最終商品にするためには、美しさやワクワクするかといった作り手の思いを形に落とし込む「造形力」が必要で、それは訓練されたデザイナーでなければできないことだからです。

デザイナーやデザインの価値を正に評価し、活用してほしい

経営者のなかには、デザインにかかる費用対効果を疑っている人も多いでしょう。デザイン画一枚に、なぜこんな大金がかかるのかとおっしゃる方もいると思いますが、知の価値とはそういうものです。そのプランに至るまでに、いろいろな試行錯誤がある。その埋もれているところを見てほしい。デザイナーからの提示物はまさに氷山の一角なのです。

また、デザイナーにも得意分野があるので、依頼するときは過去の実績や評判を参考にし、一度会社等で話し合いを持ち、協力していけるかどうかを判断します。デザイナーに相談するときは、お互いに腹を割って、隠し事をしないこと。強み、弱み、歴史、理念など全てをさらけ出すことで、そこから良いものが導き出せます。

ダメなのはデザイナーに任せるという感覚です。デザイナーに決めてもらうのではない。デザイナーの仕事はあくまでもクライアントに選択肢を提案することで、決めるのは企業側です。

費用の支払い方もいろいろあります。

ひとつのデザインの金額を一括で払う、最初に3割払って成功したら残りを払う、ロイヤリティにする、コンサルタントとして通年契約するといったやり方もあります。JIDA&JAGDA(※2)が公表している平均的な料金体系を参考にするのもいいですし、複数のデザイナーに見積もりを取って比べるのもいいでしょう。

デザイナーの仕事は造形だけに留まらない

最近では、デザイナーのファシリテーターとしての役割も注目されています。ファシリテーターとは、メンバーの意見を引き出したり、意見を統合したりする存在です。デザイナーは常に人の深層心理を読み解き、世の人が求めているものに想像を巡らせて発想し、問題を抽出、調整しています。そのデザイン思考からなる行動がファシリテーター能力を養っているわけです。

そして、デザイナーの大事な役割は、ビジョンを描く、可視化することです。経営者とデザイナーが一緒になって会社のビジョンを描いて提示し、見てもらうことで、それに関わる全ての人のベクトルが揃います。すると理解や進行が非常にスムーズになります。また、デザイナー

POINT

ポイント

- 商品開発は初期段階からデザイナーを加えて取り組む。
- 経営者はじめ、社員、エンジニアなどもデザイン思考を学ぶことは重要。デザインシンカーのチームとデザイナーでプロジェクトを検討する。
- デザイナーに頼むのではなく、選択肢を提案してもらうという本質を忘れない。

はプレゼンにも秀でている。経営者の皆さんにはそのことを理解していただき、デザイナーを経営のパートナーとしていくことで、より良いものが作り出せると思います。

※1 デザインシンカー

デザイナーが持つ「デザイン思考(Design Thinking)」の手法・発想などを学び、経営戦略の立案、商品開発のプロセスに活用する人員。デザイナーでなくても、デザイン思考をもとに課題解決に取り組む人を示す。

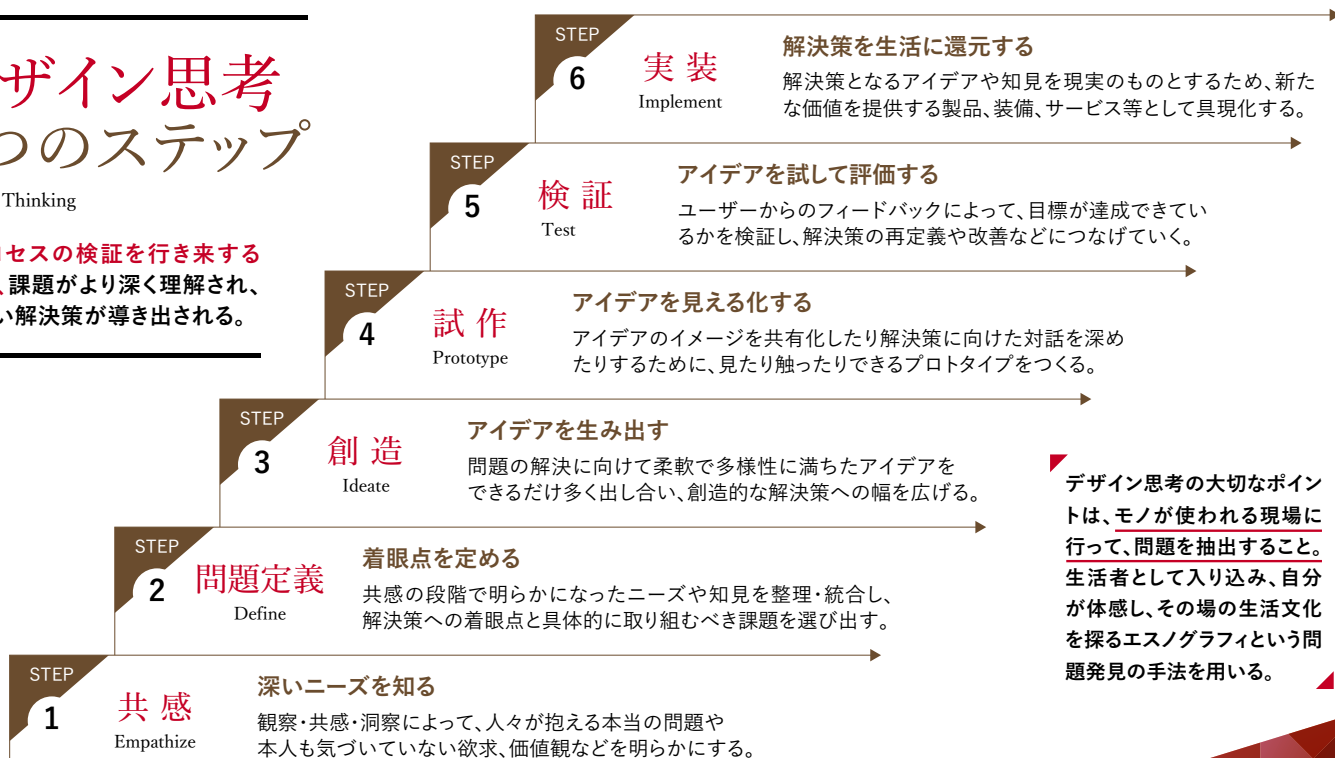
※2 JIDA&JAGDA

日本インタラクティブデザイナー協会並びに、日本グラフィックデザイナー協会

デザイン思考 6つのステップ

Design Thinking

各プロセスの検証を行き来することで、課題がより深く理解され、よりよい解決策が導き出される。



デザイン思考の大切なポイントは、モノが使われる現場に行き、問題を抽出すること。生活者として入り込み、自分が体感し、その場の生活文化を探るエスノグラフィという問題発見の手法を用いる。

デザイナーとのマッチングで 新しい刺繍の 可能性を表現

塚野刺繍株式会社

〒959-1836 五泉市南本町2-1-61
TEL.0250-47-4173 FAX.0250-47-4163
E-mail at.emb.tomoe@gmail.com

専務取締役

塚野 友恵 氏



繊細な刺繍技術で さまざまなオリジナル商品を製作

最大15色まで使用できる色数の多さを活かし、細部にまでこだわった刺繍製作を得意とする塚野刺繍株式会社。同社はアパレルメーカーからの受注を主力としているが、近年はオリジナル商品の製作・販売にも積極的に取り組んでいる。

「海外製品にはない日本の刺繍の美しさを見てほしいという思いもあり、刺繍で表現できるものを考えてきました」と塚野専務が語るように、これまでボタンやアクセサリ、『ししゅうのお便り』などの雑貨小物を製作。刺繍の立体感を指先で感じながらストーリーを想像して楽しめる『ししゅうのえほん』は、2017年のIDSコンペに出品し、注目を集めた。

「これまで社内でアイデアを出しても、今一つ自信を持っていないのが悩みでした。今回の支援事業を通して、やはりデザイナーに提案していただいたデザインはさすがだと思いますし、私たちが自信を持って商品を世に出すことができます」と語る塚野専務。

新しい表現を目指してNICOの支援事業に応募

「クリエイターと一緒に、もっと新しいものを作りたい」と考えていた塚野専務は、昨年秋、NICOのHPで「製造業と県内デザイナーのマッチング支援事業」のことで知り応募。技術をプレゼンテーションし、3社のデザイン会社から商品の企画提案を受けた。その中から選んだのが、株式会社どららが提案した刺繍の観葉植物だった。「刺繍でこういうことができるのかという発想が新鮮でしたし、どこに販売すればいいのかもイメージしやすかった。また、商品としてこの先いろいろな展開ができると感じました」。

温かみと優しさを演出する刺繍の観葉植物が完成

短い製作期間の中、デザイナーが提案する色を刺繍でどう再現するか、色の組み合わせなど、何度も試作をしたという塚野専務。「こうした色の発想はデザイナーでなければ出てきません。私たちだけだとなかなか方法を考えてしまいがちですが、デザイナーの妥協しない姿勢があったからこそ今までにない、新しいものが作れたと思います」。

こうして完成した『embroidery cozy plants』は、葉っぱ一枚一枚が繊細な刺繍でできた、温かみと優しい雰囲気演出するオブジェだ。付属のアロマボールで好きな香りを楽しむこともできる。「今回のマッチングで得たアイデアをもとに、新しい展開をしていきたいですし、展示会にも出展して販路を広げたい。刺繍でさまざまな表現ができるということをもっと多くの人に知ってほしいです」。

同社の持つ高い技術とデザイナーによる斬新な発想が、新しい可能性を生み出した理想的な例といえるだろう。



『ししゅうのえほん』の12カ月シリーズは、それぞれの季節に合わせたストーリーと絵を刺繍で表現した温もりのある絵本。柔らかく軽いので、持ち運びにも便利。インテリアとしても楽しめる。



『embroidery cozy plants』は、今年4月から新潟伊勢丹・越前コーナーで販売されており、記念日やお祝いのプレゼントに購入する人も多いとか。小さいタイプはオフィスの机に置くのもおすすめ。

デザイナーより

提案の際に 心がけたポイント

株式会社どら 制作部
岩崎 信介 氏

「塚野刺繍様の持つ技術を最大限にアピールできる商品開発」をポイントとして企画し、新しい事業に挑戦し、それが事業拡大につながることを狙いとして取り組みました。刺繍でいかに本物の植物に見せることができるか幾度となく試行錯誤しました。新しい事への挑戦と、現実的に形にできる商品開発との2つを両立することは難しかったですが、貴重な経験をさせていただきました。

得意とする印刷技術× デザイナーの発想で 自社商品開発

有限会社大林印刷

〒940-1164 長岡市南陽2-951-9
TEL.0258-23-3571 FAX.0258-23-3570
E-mail yamada@oobayasi.com
URL http://oobayasi.com

取締役社長

山田 進市 氏



有する技術をプレゼンし 興味を示したデザイナーと組む

伝票印刷や活版印刷を手掛けてきた有限会社大林印刷。最近ではネットでの低価格印刷などに押され、苦戦を強いられている。こうした中、山田社長は何か変わったことがしたいと、薄い和紙のカレンダーを試作。得意とする薄い紙への活版印刷技術を活かしたカレンダーだったが、デザイン性に乏しく売れないと実感した。そこでNICOの個別相談会「くらたデイ」でアドバイスを受け、さらに「製造業と県内デザイナーのマッチング支援事業」への参加を勧められた。外部の人と連携すること自体初めての取り組みだったが、「何もしないことの方が不安でした」と、山田社長は応募を決めた当時を振り返る。

「近藤さんは、私たちが思い浮かべない発想で提案してくれ、仕事の視野が広がりました。今後も連携して新ブランドを育てていきたいです」と山田社長。

複数のデザイナーを前にプレゼンを行い、手を挙げた2社から同社が選んだのが、建築設計・デザイン事務所「スイカノタネ」の近藤氏だった。

和紙の透け感を活かしたペンダントライトを開発

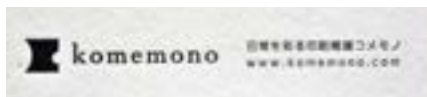
今回のマッチング事業で取り組んだのが、和紙のペンダントライト「yamayama」。奥行きある深山を表現した、シンプルで美しいライトだ。「近藤さんがアイデアを出して、こちらが専門的な解決策を返す。一緒に一つのものを作り上げていくという共同作業で、苦労はなく大変楽しい時間でした」と山田社長は開発過程を振り返る。

当初、1枚の長い和紙を渦巻き状に巻くアイデアだったが、長い手漉き和紙がないことを知り、3枚の和紙を重ねることに。さらに、薄い和紙では強度も足りないことから、厚手の和紙に変更した。3枚の和紙それぞれに山のグラフィックが印刷され、和紙の透け具合が奥行きを表現している。明かりを灯すと一層際立つ。

互いに波長が合い第2・3弾の開発も検討中

約3ヵ月という限られた事業期間内で試行錯誤を繰り返し、ようやくプロタイプが完成。今年3月に開催された「ニイガタIDSデザインコンペティション」の併設展で発表し、現在は本生産に向けた取り組みを行っている。

「今後、「印刷雑貨」という新しいジャンルのブランドを立ち上げ、第2弾、第3弾と展開していけたらと考えています」と山田社長は今後の展開を語る。ブランド名「komemono」は、活版印刷で活字を組む際、余白となる部分を作る道具「込め物」から名付けた。日常の余白を彩る、印刷会社で作る新しい日用雑貨という意味が込められている。マッチングという出会いが、新たな可能性を広げている。



大林印刷の技術とスイカノタネの発想がうまくマッチングし誕生した「komemono」。両社共同で運営するサイト (<https://komemono.com/>) は5月下旬にオープンする。

デザイナーより

提案の際に 心がけたポイント

□ スイカノタネ 代表
近藤 潤 氏

大林印刷様は可能性を持っているのに、技術を活かしきれていない印象でした。同社の強みである薄紙・和紙に印刷する技術、活版印刷の技術を活かし、私のバックグラウンドである建築と掛け合わせた生活空間を豊かにするものを提案しようと考えました。既存の印刷技術や手漉き和紙という自然素材を活かして“どうシンプルに料理するか”を心がけました。私がアイデアを出すと、山田社長から印刷会社ならではの視点での指摘・提案があり、楽しんで取り組ませていただきました。

今回のマッチングで開発した和紙のペンダントライト「yamayama」。柏崎で生産されている門出和紙に印刷を施している。色は3色展開。



麒麟山ブランドを デザインで表現する 大切なパートナー

麒麟山酒造株式会社

〒959-4402 東蒲原郡阿賀町津川46
TEL.0254-92-3511 FAX.0254-92-5166
E-mail info@kirinzan.co.jp
URL http://kirinzan.co.jp/

営業部 販促企画担当リーダー

向田 絵梨子 氏



「ペントアワード2017」でプラチナ賞を受賞した「紅葉 金」は、20年以上熟成させた最高級酒。金色の葉を一枚配したラベルが印象的で、スタイリッシュでありながら伝統と高級感のあるイメージを表現している。

商品のデザインや ブランディングを一から見直し

1843年創業の麒麟山酒造株式会社は、地元の米と水を原料に、飲み飽きしない淡麗辛口の日本酒を追求している蔵元。現在パッケージのデザインは、新潟市のデザイン事務所・フレームが手がけている。丹精こめて作り上げる商品の魅力を消費者にどう伝えるか、試行錯誤しながらブランドを育ててきた。

「フレーム代表の石川さんが独立する前からの付き合いで、20年近くお願いしています。弊社にとってパートナーのような存在です」と語る、販促企画担当の向田氏。現社長が就任した2006年頃は、ボトルやラベルのロゴなどに統一感がなく、同じ会社の商品というのが分かりにくかったことから、同社は石川氏とともにデザインやブランディングを一から見直してきたという。

「社員だけで仕事をしていると型にまっただ考え方になりがちですが、石川氏は私たちとは違う視点で麒麟山酒造を見てくれるので、時には鋭いご指摘を受けることもあります。そういう点でも非常に信頼してお仕事をさせていただいています」と話す向田氏。

コンセプトを明確にすることからデザインが始まる

「デザインの打ち合わせは、私たちがこの商品で何を伝えたいのか、どんな人に買っていただきたいかなどを細かくお伝えすることから始まります」。例えば、酒の個性を色で表現したカラーボトルシリーズの一つ、ピンクボトルは、若い世代や女性が飲みやすい、やさしい味わいの酒を開発するというコンセプトが始まり。「その個性を表現するにはピンクがいいだろうと考え、石川氏と一緒に何度も色の検討を重ねて作り上げました」。

また、四季酒という季節限定酒は毎年ラベルのデザインを変えて展開。日本酒をもっと気軽に買ってほしいというコンセプトから、季節感のある目を惹くデザインを意識している。



“気さくに味わう”をテーマにしたカラーボトルシリーズや、“こだわり”をテーマにした辛口シリーズなど、消費者がより商品を選びやすいよう、酒の特徴や購買層を考慮したデザインに仕上げた。そうしたコンセプトによるシリーズ展開は、商品の認知度アップと販売のしやすさにもつながったという。

世界的なデザインコンペで最高位を受賞

昨年は同社の長期熟成吟醸原酒『紅葉 金』が、世界的なパッケージデザインコンペティション「ペントアワード2017」で、飲料部門最高位のプラチナ賞を受賞。メディアや顧客からの反響も大きく、改めてデザインの重要性を感じたという。

「石川氏は麒麟山らしさとか、何のためにこの酒を造るのかというのを常に考えた上でデザインし、冒険もしてくれる。社員のような感覚を持ちつつ、外からの目線で見てくださるので、私たちが毎回新しい発見や魅力を感じることができます」。

近年は商品のカテゴリーを整理し、シリーズの統一感を図るデザインリニューアルとテーマ設定により、商品特徴をより明確に打ち出す形ができた。175年という伝統、長年愛される味と品質を守りながらも、今の時代に即したブランドづくりへ常に新しい挑戦を続けている。



カラーボトルシリーズ
ピンクボトル吟醸

四季酒 2018
麒麟山 春酒

デザイナー
より

提案の際に 心がけたポイント

株式会社フレーム 代表取締役
石川 竜太 氏

今回の件に限らず、制作に関わる際は、デザインが機能すること、デザイナーのひとりよがりにならないよう、お客様の考えに寄り添っていることを心がけています。「紅葉 金」は、もともとの「紅葉」のイメージをしっかり踏襲しつつの作業でしたが、どんな可能性があるのか?あらゆる方法を模索し、さらに紙や印刷の質感など細かい部分に気を遣いました。今回の受賞をうけて、商品の本質を表現するシンプルなデザインの強さを改めて実感しました。新潟の良いものが全国・世界へ少しでも知ってもらえたら嬉しいです。



クリエイティブ事業者との出会いが、新たな価値の創造へと繋がっていく。

NIIGATA CREATIVE BANK

NICOでは、県内のクリエイティブ産業の活性化と、企業・団体のクリエイティブ産業の積極的な活用を進めるためのツールとして「新潟クリエイティブバンク」を実施しています。

新しい産業パートナー獲得のPRツールとして、
協業先発掘などのネットワーク拡大のツールとしてぜひ登録・活用ください。

新潟県内で
活躍されている
クリエイティブ事業者の皆様

新規クライアント
発掘のチャンスです。
是非ご登録ください!

随時登録受付中



デザイナーをはじめとした
クリエイティブ事業者を
お探しの企業様

新しい出会いのチャンスです。
是非ご活用ください!



登録対象事業者

デザイン、アート、コンピューターソフト・サービス、広告、出版、建築、
TV、ラジオ、音楽・ビデオ、映画、舞台芸術の各分野に関わるサービス
業務を行っている県内に主たる事務所を置く事業所（製造業は除く）

登録費用は無料!

データを送付する
だけの簡単登録!

登録情報は専用の
ホームページで公開!

詳しくはホームページをご覧ください!

<https://www.nico.or.jp/creative-bank/>

平成30年度 クリエイティブ産業の活用によるものづくり支援

製造業と県内デザイナーのマッチング支援事業

企業のクリエイティブ産業の積極的な活用を促進することを目的に、新潟県内の製造業者とデザイナーとのマッチング事業を実施します。企業にとっては、県内の若手デザイナーとの新商品開発に取り組めるきっかけとなり、若手デザイナーにとっては、新たな協業先の獲得のチャンスです。是非、この機会をご活用ください。

参加者
募集

対象

製造業

県内に事業所を置く中小企業者で、デザイナーとの新商品開発を目指す方。
独自の素材や技術を保有し、それらを活用した新商品開発を目指す方。

デザイナー

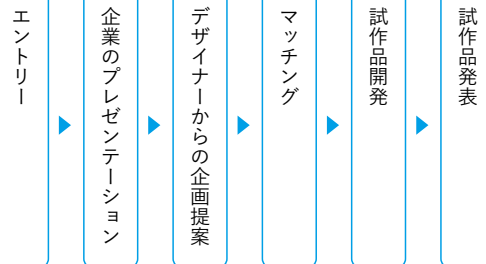
業歴20年以内の新潟県内に主たる事業所を置くデザイン業者。
県内の企業との商品開発を目指す方。

申込

平成30年5月28日(月)～6月29日(金) (予定)

内容

「独自の素材や技術」を持つ企業からのプレゼンテーションを受けて、デザイナーから商品企画案を提示。各審査、プレゼンテーションを経て、マッチング。企業とデザイナーは、双方協力のうえ、新商品開発に取り組んでいただきます。試作品は、2019年2月に開催する「ニイガタIDS デザインコンペティション 2019」にて発表します。※詳細はホームページをご覧ください。



マッチングに成功した企業は、別途実施する試作開発費用の補助金

「平成30年度 クリエイティブ産業の活用によるプロトタイプ開発支援助成金」に申請できます。

補助上限100万円、
必要経費の1/2を補助

挑む! わが社の NEXT STAGE

特製クリームをコッペパンにはさんだ「サンドパン」に、笹だんごを丸ごとパンで包んだ「笹だんごパン」。メディアにも度々取り上げられる株式会社小竹製菓のヒット商品誕生の舞台裏や、今後のビジョンを3代目である小竹社長に伺った。

「改善」「挑戦」を地道に続け 崖っぷちから活路を見出す

社会も商売も知らない ゼロからのスタート

小竹製菓は1924(大正13)年創業。戦後から高度成長期は、和菓子に加え、パンや洋菓子にも事業を拡大し、2代目の父親の頃には最大5店舗を経営した。しかし平成に入ると、パンはパン屋、洋菓子は洋菓子店で買い求める“専門店ブーム”の時代になった。商品領域が広い同社の経営が停滞気味となってきた頃、小竹社長は家業を継いだ。「大学卒業直後で商売のいろはも知らない状態。会社を立て直すといっても先が見えず、まるで地下生活のようでした」と苦笑する。商品点数を絞り、店も1店舗に集約。商売を途切れさせないことを最優先に日々奮闘した。

ご当地グルメブーム到来 看板商品をイチから見直す

やがてB級グルメやご当地グルメブームが到来。店で半世紀以上愛され続ける「サンドパン」に目をつけ、ブランドとして確立すべく商品改良に着手し

た。クリームは原材料から見直し、なめらかな口どけに、パン生地は発酵時間を増やすなどして質を高めた。また、NICOや上越市が主催するセミナーにも積極的に参加し、常に勉強も欠かさなかった。「『ソウルフード』の名に恥じない商品であるよう、誇りを持って丁寧に作ってきました」と小竹社長は話す。

ヒットの要素に加え 材料にこだわった 笹だんごパン

次の転機となったのが「笹だんごパン」だ。2015年3月の北陸新幹線開業を照準にお土産として開発。前身の商品はあったが、味やサイズ、材料など一から見直したという。NICO主催の食の専門家相談会では白石氏の助言を受け、パン生地に含まれるマーガリンを体にやさしい米油に変更。パン生地も極限まで薄くして、中のだんごとのバランスを良くした。パッケージデザインはデザイナーと1年以上かけて練り上げ、新幹線開業1日前に完成させた。

かわいいパッケージデザインに、パン×笹だんごという目新しさ、しかし奇抜すぎずおいしさが想像できること。そして、実際に食べ、新しい味わいを楽し



小竹社長自身も大学進学で上京し初めて上越のローカルフードであること知った「サンドパン」。添加物を極力使わないため、素材で懐かしい味わいが魅力だ。サンドパンにチョコレートを染み込ませてじっくり焼いたラスクも開発し人気に。



パンとだんご、2種類のもっちり感がくせになる「笹だんごパン」。表参道ネスパス、大阪のじよんのびにいがたでも大好評という。今年のGWには「お台場パン祭り」にも出品した。

めることなどといったヒットの要素が盛り込まれた新商品は、若い女性を中心に一躍人気となった。

停滞期にも地道な努力と挑戦を続けてきた同社。小竹社長は一時的なブームになる商品でなく、長く愛されるものを作りたいという。「これからは地元を人々を呼べるようなことをしていきたい。高田は面白い店やスポットが多い。地域の魅力の1ピースとなって盛り上げていけたらと思います」。次なる一手を楽しみにしたい。

NICOの を活用!

NICO事業アドバイザーの白石氏に、開発した笹だんごパンの材料の見直しや販売展開について相談。

NICOクラブ会員 ▶ 株式会社小竹製菓

代表取締役 小竹 孝雄 氏
〒943-0846 上越市南高田町3-1
TEL.025-524-7805 FAX.025-524-1735
<http://www.kotakeseika.com/>

「経営が苦しかった頃、「やるどころまでやってダメなら仕方ない」という妻の言葉に励まされました。今は忙しくさせてもらっている毎日に感謝しています」と小竹社長。

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」

ビル、道路、橋、トンネルなど社会に存在するあらゆる構造物の調査を手掛ける診断技術株式会社。まさに、社会を支える縁の下の力持ちとして、経験と技術でニーズに答えている。

「ニイガタポイント」

- 1 経験豊富な技術者による正確な診断
- 2 現場主義を貫き納得いくまで取り組む
- 3 コンスタントに新技術を導入



メンバーは社長を含めて10人。30~50代の経験豊富な社員が活躍している。

診断技術株式会社

代表取締役 大倉 英敏 氏

〒950-2004 新潟市西区平島1346-2
TEL.025-378-2867 FAX.025-378-3687
E-mail shindangiutu@able.ocn.ne.jp
URL <http://shindangi.hotcom-web.com/>

構造物診断のプロとして 世の中の安全と 未来のインフラを支える



「やりがいは、お客様が求めていたデータをきちんと提示できて、喜んでいただけること。今後は社員たちのスキルを伝えていく若手の人材育成が課題です」と語る大倉社長。

構造物の総合病院として さまざまな依頼に対応

構造物診断の専門業者として、2014年に創業した診断技術株式会社。この業界で30年以上の経験を持つ大倉社長が、同じく経験豊富なメンバーと共に独立開業した。NICOの創業に関する支援も活用している。

高度経済成長期に建設された多くの構造物において、経年劣化が不安視されている現在、メンテナンスや補強、改修などのための診断のニーズはとて高い。ライバル社もあるなかで、同社は非破壊検査をはじめ、幅広い調査を手掛けることができるのが強み。総合的な知識をもとに、金属やコンクリート、地中などあらゆるジャンルの調査に対応できる。

「構造物診断は産業界のドクターですが、当社はそのなかでも総合病院のイメージで、まずは診断技術株式会社に連絡して聞いてみよう、と思ってもらえる存在を目指しています」と大倉社長は話す。

全ては現場を知ることから。経験が正確な診断につながる

同社が大切にしているのは、第一に現場主義。「見えないものを視る」というのが業界のキャッチフレーズなのですが、そのためには調査する技術より先に、まず調べるものの構造を知ることが大切です。それはやはり、現場での経験がものを言います」。

第二に常に当社にしかできない技術を追求すること。創業以来、毎年、最新技術の機器を導入し、なかには日本国内に数台しかないものも所有する。「今年導入したハンドヘルド蛍光X線分析計は、例えば昔の構造物の塗装に含まれている重金属をその場で検出できます。有害なものが入っている場合、塗装の廃棄に配慮が必要になるので、解体前のとても重要な調査ということになります」。

社会を支えているという誇りが持てる会社に

将来的には、調査機器や調査技術の自社開発を目指したいという大倉社長。そして、社員の家族に自慢できるような会社になっていくことが目標だ。「各地にある構造物を見て、あれも、これもうちの会社が調査をしたんだよと、社員が誇りを持って話せる会社になっていきたいですね。負けない技術を身に付けるには、常に勉強。勉強していないとチャンスが目の前に来ても気が付くことができないと思っています」。

社会の安全・安心を守るため、さらに理想の構造物調査のレベルの高みを追求する同社の挑戦は続いている。



マルチバスリアレイレーダ



ハンドヘルド 蛍光X線分析計



地中探査レーダ

「ハンドヘルド蛍光X線分析計」のほか、日本で数台しか導入されていない建物の鉄筋内部を3D解析できる「マルチバスリアレイレーダ」「地中探査レーダ」など、さまざまな対象物に対応できる機器で高精度の調査を行っている。

苦難を乗り越えてきた『町工場の娘』が語る! 2代目社長の経営改革術

「自慢の技術や商品を持っているものの、経営がなかなかうまくいかない…」
と思うことはありませんか?
エンジニアから社長へ転身され、どのようにして“不採算部門の見直しを行ったのか”
“生産・コスト管理力を高めていったのか”等、これまでの実体験からお話いただきます。



講師

ダイヤ精機株式会社 代表取締役 諏訪 貴子氏

成蹊大学工学部卒業後、大手自動車部品メーカーに入社。2004年、社長の逝去に伴い、ダイヤ精機社長に就任し、経営再建に着手。自社の40年分の経営データを読み解き、様々な改革を実施した。メディアに多数出演し、中小企業の現状を伝えている。2014年『町工場の娘～主婦から社長になった2代目の10年戦争～』(日経BP社)を出版し、2017年にNHKでドラマ化された。

日時 6月19日(火) 14:00~15:45 (受付開始13:30)

会場 長岡市立中央図書館 2階 講堂 (長岡市学校町1-2-2)

定員 80名 (先着順) ※1社3名まで

参加費 1名につき3,000円 但し、NICOクラブ会員は無料

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

第63回NICOクラブセミナー開催予告

教える技術

～短期間で社員が育つ行動の教科書～

日時 9月19日(水) 14:00~15:45

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 株式会社ウィルPM インターナショナル
代表取締役社長 石田 淳氏

NICOクラブ会員のみなさまのコミュニケーションの場として、

公式Facebookページにて NICOクラブコミュニティがスタート!

例えばこんな内容を
投稿してみませんか?

- 自社イベント情報発信
- 自社商品紹介
- 自社商品に対する意見やアイデアの募集 などなど



コミュニティご入会方法など詳しくはこちら! <https://www.nico.or.jp/news/21738/>

ご参加をお待ちしております!



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!

5/23(水)・7/6(金)・9/7(金)・
11/2(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。



代表・税理士
山田 眞一

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

佐渡の藻浦じゃ定番!! 世間じゃ贅沢?!

サザエカレー

サザエも野菜も
安心地元産



漁師の家庭では、お肉が買えない貧しい時代に、父親が漁で獲ってくるサザエを肉がわりとして、カレーを作っていました。今では、肉よりとても貴重なサザエとなってしまいましたが、漁師町ならではの定番メニューのサザエカレーです。主役は佐渡の海で獲れたサザエ。野菜もすべて佐渡産を使っています。サザエの旨みとスパイスの香り豊かな中辛口タイプです。是非、一度ご賞味ください。

きさらぎ

〒952-0005 佐渡市梅津1689-7
TEL/FAX.0259-58-7195 E-mail sadokisaragi@gmail.com
URL <https://www.sado-kisaragi.com/>

イワザ

大切な想いを納める桐箱

想ひ函(おもひはこ)

シーンに合わせた
インテリアとして
最適



「想ひ函」と名付けた左右開閉式の桐箱には、あなたの大切なものや日常使いの小物、コレクションなどをおしゃれに飾っていただけます。中の物を大切に保管するだけでなく、桐独特の上品な肌合いと美しいフォルムを持つ、上質な飾り棚としてあなたのお部屋を彩ります。開口部のサイズや棚使いを自由に変えて、バリエーションを楽しむことができます。

NICOクラブ会員 ▶ 有限会社野本桐函製作所

〒959-1326 加茂市青海町2-14-7
TEL.0256-52-1513 FAX.0256-52-8847
E-mail info@kirihakoya.com URL <http://kirihakoya.com/>

距離や時間にとらわれない、自由に新しい企業紹介。

VR × COMPANY

現地に行かない 見学ツアー?

VR(Virtual Reality)とは仮想現実と呼ばれるもので、その場にいるかのように上下左右360°見渡せる疑似体験ができる技術です。VR技術を利用することで、時間も、時空も超えて、現実により近い“リアルな体験”を提供することができます。

まずは体験してください



第一印刷所
VR工場見学動画 (8K高画質)
<https://goo.gl/59h5Wu>

Youtubeで
公開中!

製造業

VR工場見学

なかなか見ることのできない製造の裏側をVRで紹介。製造の裏側を知りたい消費者・取引先のニーズにマッチしており、製品への理解を深めたり、安心・安全をPRするのに最適です。リクルート向けに職場の疑似体験としても活用できます。

OTHER METHODS

ホテル・旅館

新しい旅行の選び方
VR 下見

ブライダル

結婚式を
ゲスト目線で体験
VR 見学会

メーカー

商品の使用シーンを体験
VR カタログ
VR 取扱説明書

不動産・ ハウスメーカー

離れたモデルハウスも
見学可能
VR 内覧

...and more

まずはお気軽にご相談ください!



▼あなたの脳を刺激するVRミュージアムサイト
様々なVRやドローン映像を体験できます。
<http://vrains.pressmedia.co.jp/>
※第一印刷所グループ会社プレスメディアのサイトへアクセスします。



TEL 025-285-7161 (平日9:00~17:00)

Mail info@dip.co.jp

dip 株式会社 第一印刷所

後継者問題で

悩んでいませんか？

事業の更なる発展、

新規事業への進出を

考えていませんか？

友好的 M&A で企業を 存続・発展させるという一つの解決策

当社は、1999年の設立以来、実践的なノウハウを蓄積してきました。
友好的M&Aを通じて企業の存続と発展に貢献します。

豊富な
経験と実績

親身な
対応

秘密厳守
相談無料

まずはご連絡ください

お問い合わせ

新潟M&Aセンター



株式会社新潟事業承継パートナー

〒950-0812 新潟市東区豊2丁目6番52号

TEL 025-270-4668

E-mail n-ma@n-ma.co.jp

新潟M&A

検索

NICO press 2018 **6** vol.155 2018年5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 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。