

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.165

2019

8・9



特集

いまどきの
ビットの近道



自由な発想で
新たなニーズを
つかむ！

専門家インタビュー

日本経済新聞社

中村 直文 氏

事例企業

- ▶山崎金属工業株式会社
- ▶越後亀紺屋 藤岡染工場
- ▶株式会社フタバ

連載

[挑戦の現場 - 企業レポート]

コネクテックジャパン株式会社

[がんばる新潟]

株式会社ウイング

ありそうで無かったもの、 モノ・サービスの別腹を探せ

ライフスタイルや趣味嗜好が多様化し、メガヒット商品が生まれにくい今の時代、使い方や見せ方、広め方などの発想の転換が次のヒットを生むのかもしれない。

そこで、日経MJの前編集長で数多くのヒット商品の舞台裏を知る中村直文氏に、消費の潮流やこれからの商品開発に必要な視点などについて話を伺った。



改めて社会的なポジションを問うところから始めてみよう

よく「モノづくりの具体的な方法論は?」という話になりますが、私は「抽象的な思考」が大事だと思っています。作り手が社会的にどういうポジションでビジネスをしていくか。極端な事例ではありますが、いま話題の「レンタルなんもしない人」をご存知でしょうか。

何も問題解決はせず、レンタルされたら、何もしないでそこに居るだけです。この人は「人って生きているだけでいいのに、どうして役に立たなければいけないなど、苦しい生き方をしなければいけないのか」ということを自分なりに考え、何もなくても生きる意味はあるのか、ということを実践している。これは社会への問いなんです。

SNSで募集して無料で始めたところ、すごい反響があった。人数合わせのゲームに人員として呼ばれるという依頼は分かりますが、自分の仕事を見てほしいとか、見送りをしてほしいとか、頑張ると連絡がほしいという依頼が来る。このビジネスも仮説を立てて、社会に対して問いかけをした結果、そ



日本経済新聞社
編集局 経済解説部 編集委員兼論説委員
中村 直文 氏

PROFILE

1989年日本経済新聞社入社。東京、大阪、札幌で長年にわたり小売業や消費財メーカーを担当。大手百貨店そごうの経営破綻、百貨店の統合、イオンやダイエーなど大手スーパーの再編などを取材。2016年から2年間、日経MJ編集長を務め、小売りやネット企業のほか映画監督、アーティストなどに幅広くインタビュー。2018年4月から現職。マーケティングや消費をテーマに執筆活動続ける。

のニーズがあることが分かった訳です。もちろん、何もしない人をやれという訳ではなく、今あるモノやサービスの位置づけや意味を再定義していくことが重要だということです。

最近、乃が美の高級食パンが話題です。これは大阪でプロレス興行をやっている人が、慰問に行く老人ホームで、お年寄りがパンの耳が固いため残しているのを見た。それで、耳までおいしく食べられる食パンがあれば、2年ほどかけて製法を生み出しました。2斤で800円のパンは売れるわけないと言われましたが今や大人気です。

面白いのは手土産としても売れるようになったこと。お年寄りのためにという社会的な問いかけが、結果としてギフト需要も生み出した。モノから始まることも大切ですが、やはり社会的な状況から考えることが大事だと思います。もう一度自分たちの商品の社会的な役割、ポジションを考えていくと、全然違うことを思いつくのではないのでしょうか。

新潟は型から離れる時。 真面目にふざける感覚を持つ

これまではテレビもエアコンもパソコンも、世の中になかったからヒットしました。いまの難しさは、それらがほぼ

普及したということ。あるコンサルタントは「役に立たないもの、遊び感覚がないと、なかなか売れないでしょう」と言っています。実はこれが一番難しい。ただ真面目に作るだけでなく、「真面目にふざける」という感覚が必要なのです。

これは、組織に「そんな無駄な話をしている場合か」と怒るのではなく、「その着眼点は面白いね」と言える部分が備わっていないと難しいものがあります。それがこれまで新潟の企業に足りなかったのならば、逆に新潟には可能性があります。ずらすということは、まず型がなければできないのですから。「守破離」という言葉があるように、まずは型を作り、その型を守って、型を破って、型から離れる。実は新潟の皆さんはこの「破・離」の段階にきているんじゃないでしょうか。一番の壁だと思いますが、そこの思考を変えていかなければ、役に立たないもの、遊びごころのあるものは生まれません。

面白いものは地方発。 新潟も新潟スタイルでいい

いまミニマリストや断捨離という言葉があるように、モノを持たない、モノを欲しくない消費者が増えている。情報社会になって、消費者自身も欲しいものが分からないというのもある。でも、お腹

がいっぱいだから消費しないという訳ではない。別腹はあるのです。ですから、モノの別腹、サービスの別腹を探するという視点を持つ。そして一度売れたら継続的に磨いていく。ユニクロの柳井氏は、それを徹底してきました。常にユニクロをどうするか、ブランドをどう上げていくか、と地道に問い続ける彼の能力はすごい。成功した他の会社もみんなそうだと思います。

これからの市場では、ある意味これまでのものをご破算にしなければいけない。大変だけれど、だから面白いとも言える。いままでの基盤が壊されるような怖さがあるけれど、成功している経営者たちは、それを実行し、そして常にありそうで無いものを探しているんです。

実は東京からは面白い商品は生まれません。だいたい地方から出てきます。新潟も新潟スタイルでいい。だからといって、新潟産品を持ってきて売るというのは違う。新潟発信だけれど、少し先へ行く。ポイントは「平均化しないこと、ズレを大事にすること」。考えに考え抜いて生まれたものは、他が真似できないものになるはずですよ。

「ないもの」を作るには「答え」より「問いと遊び」

イノベーションというのは思考改革ですから、「問い」を立てることから始まり、商品は「仮説」です。右脳の発想で柔軟性を持ちながら、型をずらして考えていくことが大切だと思います。実際、成功している経営者はそういう発想の人が多くいます。世の中に変化が起きたとき、「変なもの」と思うだけでなく、「新しい」と思えるかだけでも、気づきがあると思います。

- ▶ 世の中の問題を発見し仮説をたてる
- ▶ 今起きている悩みは？
- ▶ 日常生活で発見する違和感「なんで？」
- ▶ 自社の商品やサービスのなかでどんな解決法があるのか？
- ▶ 自社の技術でどんな広がりを持てる？

POINT

- 自分たちの商品の社会的な意義、ポジションを再定義する
- 違和感のあるもの、状況に対して「これは新しいのでは」という興味を持って見る
- 柔軟性を持った思考で、型を少しずらしてみる
- 一度売れたら継続的に磨き続ける

調査した専門店は100軒以上 究極のカレー Spoon が誕生



「お客様の声を聞く環境を作れば、本当にお客様が喜んでくれるものが出来る」と話す山崎社長(写真中央)。中村係長(写真右)が訪ね歩いたカレー専門店が100軒を下らない。「係長はカレーを食べ続けて、体重が増えちゃったんだよね」と笑い話をはさみながら、山崎工場長(写真左)は労をねぎらう。

欧米向け高級カトラリーを主力に歩んできた老舗金属洋食器メーカーの山崎金属工業。ノーベル賞晩さん会やクルーズトレイン「ななつ星」「四季島」に採用されるなど、その品質、デザインは世界から高く評価されている。その同社が2017年に発売し、反響を呼んだのがカレー専用スプーン。ヒットの裏側にはカトラリーへの情熱と社員のたゆまぬ努力があった。

山崎金属工業株式会社

代表取締役社長 山崎 悦次 氏 取締役工場長 山崎 修司 氏 国内営業部係長 中村 雅行 氏

〒959-1263 燕市大曲2570
TEL.0256-64-3141 FAX.0256-64-3145 URL <http://www.yamazakitableware.co.jp/>



製造と営業の横断チームで 国内向け商品開発を開始

山崎金属工業が開発・販売している「カレー賢人」は、カレーをおいしく食べることに特化した専用スプーンだ。最深部を一般的なスプーンより先端寄りにしてカレーをすくい易く、口に運びやすくした「キャリ」、左右非対称で先端がヘラのように斜めになっていて、具をカットし易い「サクー」の2種類がある。発売当初からさまざまなメディアに取り上げられ、カレーマニアを中心に

SNSでも情報が拡散されるなど、好調な売れ行きを見せている。

欧米へ輸出する高級カトラリーを主軸としてきた同社が国内向け商品に目を向けたのは、円高などの影響で海外市場での売り上げに変化が出てきた時期。「海外で山崎ブランドを育ててきましたが、これからは海外だけでは競争できない。そこで国内向けに力を入れようと、日本人が最も使うカトラリーを考えたとき、国民食であるカレーのスプーンが候補になりました。作るからには品質、デザイン、性能とも最高のものを目

指して開発に取り掛かりました」と山崎社長は振り返る。

専門店店主とマニアに会いに カレーの聖地・神田神保町へ

「ポイントのひとつは、製造と販売がチームになって開発したこと。そして、カレーマニアの懐に飛び込めた優秀な営業がいたことですね」と話すのは山崎工場長。「他のカレースプーンとは違う、当社らしいものを作るためには、まずカレーのプロの声を聞こうということ

で、カレーの聖地と言われる東京の神田神保町に調査に行きました」。

担当したのは中村係長。午後の休憩時間を狙ってカレー専門店に飛び込み、スプーンについての意見を聞いた。最近では皿が以前より大きいものが主流になり、皿とスプーンの大きさのバランスが悪いという話を聞けば、すぐに製造にフィードバックし、柄の長いスプーンの試作品を持って、また店を訪れる。そうして情報を収集するなかで、「神田カレーグランプリ」の関係者を通して、カレーマニアの人たちの集まりに参加することができた。

「最初は、そもそもスプーンを気にしたことがないと言われましたが、そのうち最後がきれいにすくえない、具をスプーンでカットしようとするとう具が転がる、スプーンが浅くて理想の量がすくえない、といった意見が出てきた。自分たちでは意識していないストレスが、実は存在しているのだということが分かりました」と中村係長は話す。

海外ブランドを育ててきた リサーチ力と技術力

こうして最終的に4種類のスプーンをもとに意見をもらい、キャリとサクーを商品化。次に悩んだのは価格だ。カレースプーンの標準価格が600～800円のところ、カレー賢人は1250円(税別)だ。「我々はナンバーワンのカレースプーンを作るために、形状も磨きもこだわりつつ手に届きやすい価格にしようとみんなで決めました。結果、ターゲット層よりも若い世代の高校生などの学生でも買ってもらえる商品になりました」と山崎工場長は話す。

販売を開始すると、メディアが取り上げた効果から、意外にも法人からのノベルティやギフトの注文が入った。また、マニアの皆さんが愛用してくれ、口コミやSNSで一般消費者に評判が広がっていった。さらに、シンガポールへの輸出も行っている。名物のシンガポールチキンライスを食べるとき、サクーが鶏肉を切るのにちょうどいいと評

価された。

山崎社長は「成功した背景には、欧米の国ごとに異なるニーズを分析し、マーケットに即した商品、ストーリー、デザインを作り、磨き続けて戦ってきた山崎ブランドのやり方が基本にあるから」とも分析する。山崎工場長は「NICOの高付加価値化サポート助成事業を利用することで、これまでのやり方とは違う新しい挑戦ができました。ニーズ調査から始め、付加価値というものを考え直し、改めてそれを意識した作り方が出来たと思う」と振り返る。目下、次の開発に取り組む同社。「カレー賢人の一連の経験が非常に役立っている」という言葉が、次なるヒットを期待させてくれる。



開発のポイント

- 製造と営業が一緒になって企画開発
- ユーザーへの徹底的な聞き込みで困りごとを見つける
- ニーズ調査と試作をスピーディーにくり返す
- 自社が培ってきたクオリティへの信頼を裏切らない品質を追求



通常のスプーンより深く、ルーとライスを黄金比ですくうことができる「キャリ」。手に馴染むハンドル、スプーンの曲線と磨き上げられた鏡面の美しさに高い技術を見る。



カトラリーは店頭では遠目からでは存在が目立ちにくいですが、カレー賢人のパッケージは立てでも陳列できる。ひと目でスプーンが入っていると分かるデザインにこだわった。



左右非対称という業界のタブーを破る攻めの造りの「サクー」(写真右)。カレーマニアの皆さんに見せたところ、サクーは断トツの支持を集めた。

NICO支援メニューのご案内

新しい技術や
アイデアで
新製品を
開発したい方へ

イノベーション推進助成金 新技術開発や新製品開発を支援します！

新規性の高い技術等の研究開発事業や、独自技術やアイデアを基にした従来にはない画期的な製品開発などにより、高付加価値化を図ろうとする取り組みに対して、その開発から販売プロモーションまでの一貫した事業に必要な経費を助成します。

- 支援対象者／県内に事業所を有する中小企業者等
- 2次募集／9月頃(予定)

※応募書類を提出する前に、まずはNICOまでご相談ください。

■ 創業・経営革新チーム TEL.025-246-0051

素材の良さを見直す 原点回帰と発想の転換がヒント



「当社の商品は手ぬぐいをベースにしているので、手ぬぐいとタオルを合わせた「テオル」という名前が自然と出てきました」と藤岡専務(写真左)。ニッポー新潟の中屋副工場長(写真右)は「今回のご縁を大切に、新潟発信で誇れるものを作りたいと思います」と話す。

寛延元年創業、270年もの歴史を誇る藤岡染工場。昔ながらの染めの技法を受け継ぎながら、手ぬぐいなどの布小物を中心に製造・販売を行っている。新しい商品や事業を生み出したいという思いから、ニッポー新潟株式会社とコラボした商品開発が進んでいる。

越後亀紺屋 藤岡染工場 専務 藤岡 利明 氏

〒959-2021 阿賀野市中央町2-11-6
TEL.0250-62-2175 FAX.0250-62-1949 URL <http://kamekonya.com/>



地元企業とコラボしたい 両社の思いがマッチ

染物屋の歴史の中で培ってきた「染め」の技術を活かし、異業種とのコラボにも積極的に取り組む藤岡染工場。同社は50年以上のロングセラーを誇る「日東紡の新しいふきん®」のメーカー、ニッポー新潟とのコラボにより、現代のライフスタイルにフィットした「TeWeL(テオル)シリーズ」を開発。新たな客層と販路を広げている。

コラボのきっかけについて、ニッポー新潟の中屋副工場長は「メイドイ

ン新潟であるこのふきん生地を、もっと広めていきたいという思いがありました。そこで地元企業と何か取り組みができないかとNICOにご相談したところ、藤岡染工場をご紹介いただいたのです。キッチン周りで使う素材を応用していく中で、藤岡さんの和染めに魅力を感じ、ぜひコラボさせていただきたいと思いました」と話す。藤岡専務も「当社も地元企業の素材を使って染色加工をした製品ができないかと考えていたので、“ぜひ一緒にやらせてください”とラブコールを送りました」と語る。

女性の一言がきっかけ 新発想のテオルが誕生

日東紡と暮らしの手帖社で共同開発したふきん生地は、高い吸水性と速乾性が特徴だが、この素材でどういう商品を作ればいいのか試行錯誤したという両社。2014年からNICOのIDSコンペにも毎年出品し、商品評価を次の開発のヒントとして活用。当初はバッグやポーチなど立体的な商品を考えていたが、さまざまなサンプルを作るうちに素材本来の良さを見直そうという原点に辿り着く。「そんなとき仕事

仲間の女性から“このふきんで体を洗ってみたら、すごく肌がしっとりした”と言われたのです。最初は驚きましたが、この生地はしなやかで毛羽立たないので、肌がデリケートな女性に適しているのではと思いました」と藤岡専務。そこで生地の機能性を前面に出しつつ、染物屋の技術と手ぬぐいのエッセンスを融合させた「お風呂のタオルTeWeL」を開発することになった。

色落ちを防ぐために染色方法を工夫し、色は日本の伝統色である紺、エンジ、辛子の3色に。豆絞り柄を染め上げて、日本の風呂文化を表現した。また、男性や外国人でも洗いやすいように従来の手ぬぐいよりも長くし、真ん中にフック用のループを付けるなど、形や使いやすさにこだわった。

もう一つのこだわりがパッケージデザインだ。「いろいろな人に手に取ってほしいので、おしゃれな雑貨屋さん置いてあるようなデザイン、ギフト用に最適な形をデザイナーさんをお願いしました」。手ぬぐいの和のイメージではなく、洋を意識したデザインはター

ゲットだった女性に支持され、実際に雑貨店との取引も増えたという。

幅広い人に喜ばれる商品を新潟から届けたい

TeWeLシリーズとして2016年には「Daily TeWeL(デイリーテオル)」を発売。機能性はもちろん、手ぬぐいの形をしながら、たたむとハンカチサイズになるデザインが女性、男性を問わず好評だ。

「県外の催事では手ぬぐいは苦戦している状況でした。絵柄など新潟色が強すぎて、興味のない人には手にとってもらいにくかったのです。でもTeWeLシリーズは、いつでも、どこでも、だれにでも買ってもらえる商品を目指したので、お客様に商品の説明をして、実際に生地を触ってもらおうと、そのよさを理解して喜んで買ってくださいます」。TeWeLを扱う店舗も徐々に増え、インターネット販売も視野に今後は安定的に生産・供給できる体制を整えていきたいという。

「開発の段階で蓄積されたヒントがあるので、それを一つずつ形にしたい。

素材は素晴らしいので、幅広い人たちに喜んでもらえる商品を考えていきたいです」と藤岡専務。中屋副工場長も「商品化はある程度できています。これからは販売を伸ばして日本全国、さらに海外にも届けたい」と話す。伝統の技術と優れた素材が融合したTeWeLは、現代に合った使い方や見せ方を提案し、新しいチャネルを作ることに成功した。これからも、新潟から世界を目指すという夢の実現へ前進していく。



開発のポイント

- 異業種がコラボすることで、革新的な商品づくりが実現
- ふきん生地を浴用タオルにするという発想の転換
- 素材の機能性を前面に出し、サイズや使いやすさにこだわる
- 幅広い客層に向けた商品・デザインで販路を拡大



TeWeLシリーズの「お風呂のタオル」「Daily TeWeL」は、プレゼントや新潟のお土産としても人気。商品の色・柄のデザインは藤岡染工場が、パッケージデザインは新潟のデザイン会社「フレーム」が担当している。



日本の伝統柄「市松」を施したデザインも好評。綿とレーヨン混紡のふきん生地は、しなやかな肌触りが特徴。タテ・ヨコ均等に糸を配列した立体的な織り方のため、吸水性だけでなく速乾性もよいので、清潔さも保てる。



NICO支援メニューのご案内

自社の新しい商品等について専門家の評価を聞きたい方へ

ニイガタIDSデザインコンペティション

客観的評価をはじめ、フォーラムや展示などによる、次期商品開発のヒントが満載！デザイナーや流通、マスコミ等の審査委員が審査を行い、IDS大賞以下各賞を決定します。一般公開に合わせてフォーラムやデザイン関連の展示イベントも実施します。

- 開催時期/2月(エントリーは9月~12月[予定])
- 支援対象者/県内の企業・個人又は複数の企業で構成された団体・グループなど

※詳しくは、ホームページをご覧ください。 <https://www.nico.or.jp/ids/> ■市場開拓チーム(生活関連担当) TEL.025-250-6288



「だし」に新しい価値を作り 消費者の心を動かす



だしに
まつわる
おいしい
ことを

フタバの4代目である江口社長。「モノづくりは、売れると思ったものが意外と売れない。ある程度早く市場に出して反応を見て、すぐに対処していくことが重要なので、スピード感は常に重視しています」行動指針にある「最速の会社を目指す」を、今回のブランド展開でも実践する。

だしの総合メーカーとして業務用のだしパックや鰹節、だし調味料などを製造してきた「だしのフタバ」。2017年から一般消費者向けのオリジナルブランド「ON THE UMAMI」をスタートさせ、取り組みは今年3期目に入る。消費者の心を動かす「だし」への新たなアプローチに、いま注目が集まっている。

株式会社フタバ 代表取締役社長 江口 晃 氏

〒959-1136 三条市川通中町477
TEL.0256-45-7272 FAX.0256-45-7165 URL <https://www.futaba-com.co.jp/>
【ON THE UMAMI 本店】三条市西本成寺2-24-26(営業時間 10:00~17:00、日曜定休)

「だし」では老舗に勝てない。 「うまみ」なら一番になれる

フタバが展開する一般消費者向けブランド「ON THE UMAMI」が好評だ。鰹や昆布、鶏、いりこなどのだしパックをメインに、炊き込みご飯の素や液体だし、パスタソース、スープなどの商品を展開。初年度の2017年に東京の新宿マルイ本館で期間限定オープンしたショップでは、コーヒーのようにその場でドリップして提供する日本初の“ハンドドリップだし”が大きな話題を呼んだ。現在は各地で試食販売による

PR活動を行いながら、自社のオンラインショップや三条市の直営店への誘因を計り、着実に売り上げを伸ばしている。ブランドのキーワードは「うまみ」だ。

業務用に特化してきたゆえに地元にも何をしている会社か知られていなかったという同社。「一般の人々にも自分たちのだしを広げたい」とブランド立ち上げに踏み切った。競合は創業200年、300年という老舗。「創業65年の当社では歴史を語っても勝負にならないし、同じ土俵では戦えない。ならばどうしたらマーケットで一番になれるかと考えた時に、いまや世界共通語に



なっている日本ならではの“うまみ”は、誰も打ち出していないことに気がつきました。うまみをキーワードにした商品開発は和食だけでなく洋食にも広げていけると思いました」と江口社長は語る。

人気の野菜だし 意外な反応で再確認したこと

自信を持って「うまみ」を打ち出せる背景には、同社が積み重ねてきた技術力がある。「ダシを科学する」というキャッチコピーの通り、中央研究所には検査機器を揃え、素材の分析や、味

の数値化など科学的なデータの裏付けによって開発を行ってきた。「鹿児島や静岡という鰹節の産地から距離がある時点で当社は不利。産地の鰹節メーカーに負けないためには付加価値が必要で、常に研究開発型で歩んできました。今となっては産地から遠いことが、実はラッキーだったのだと思います」。

「ON THE UMAMI」のターゲットは他社より若い30～40代。日頃だしをあまり使っていないが、だしの良さを一番知ってもらいたい世代だという。商品は初年度から30アイテムをラインナップ。このスピード感も、これまでのペースがあったからこそだ。

メインのだしパックは鰹、昆布、いりこ、あご、鶏などの定番に加え、同社として初めて野菜を使った野菜だしも作った。「発売後、僕たちは定番の鰹だしが一番売れるだろうと思っていました。でも、いま一番人気は野菜だし。長年研究してきた鰹と比べ、野菜だしの開発は2年弱です。初めて取り組むものでも、わずかな期間で高いレベルのものが作れる。それは研究データや経験豊富な

ブレンダーがいるからこそ。改めて当社の強みは技術力だと感じましたね」。

閉鎖的だったこれまでとは180度違うアプローチを

ブランドを始めるにあたり、こだわったのは直接販売。消費者の生の声を聞きたいという思いからだ。「お客様との会話からニーズが分かる。そこからヒントをもらい、離乳食用のだしの商品化も準備中です」。

さらに新ブランドは従業員のためでもあったと江口社長は話す。「いままでは一生懸命に作っても、お客様が遠かった。食べる人の声が聞こえてくるとモチベーションが違います。仕事への誇りも醸成されるし、愛社精神の思いも生まれます」。

今回のブランド展開では、BtoC、直接販売を始め、取り組みの全てがこれまでのフタバとは真逆のアプローチになっている。その決断ができた背景には、先代の言葉があった。「代替わりの際、“180度違うことをしなさい”と言わ

れました。培ってきたものは大切に、やり方を変えなさいという意味です。今後も体制をオープンにして、いろいろな業種とコラボし、工場見学もできるようにしたいです」。

近いうちに商品を使った料理が食べられるカフェを創り、さらに海外展開も強化したいという江口社長。だし、うまみで食を豊かにすることで、人々のライフスタイルに楽しみを与えたいと、その夢は広がっている。



開発のポイント

- 他社が打ち出していない「うまみ」に焦点を当てたブランド戦略
- 技術力を生かしたスピーディーな商品開発
- 直接販売、SNSを通して顧客の声を直接とり入れる
- ターゲットの好みに合わせ、ギフトにも向くデザインを展開



昨年オープンした直営店のON THE UMAMIショップ。だしを気軽に楽しんでもらおうと考案したハンドドリップだしは、乾燥野菜とマグロ節を使用。



ON THE UMAMIブランドとして、だしパックやドレッシング、ご飯のお供になる佃煮などを展開。パッケージやロゴのデザインは外部のデザイナーに依頼している。



社員のアイデアで誕生した、だしソフトクリーム。加勢牧場のガンジー牛ソフトに昆布だしを加えてある。この夏はトマトやバルサミコ酢のトッピングが登場。

だしパックはだしを取るだけでなく、中身を料理に使うこともできる。そうした情報をSNSで拡散。担当社員が日々研究所で料理を作り、レシピを発信している。

ポテトサラダ-UMAMIだし 野菜

UMAMIだし 野菜 1パック
じゃがいも 1個
ゆで卵 1個
トマト 1個
きゅうり 1本
ごま油 少々
塩 少々
こしょう 少々
マヨネーズ 少々

NICO支援メニューのご案内

商品力を向上
させたい方へ

売れる食品づくりブラッシュアップ会議

専門家によるアドバイスや消費者モニタリングを行い、首都圏や関西圏などの大消費地で売れる商品へのブラッシュアップを図ります。

● 支援対象者/首都圏等の大消費地への販路拡大や、新商品開発を行う事業者

■ 市場開拓チーム(食品関連担当) TEL.025-246-0044

※今年度の募集は終了しました。



ホームページにて食の専門家による評価を受け支援対象とされた商品をご紹介します。

NEWS



「Design LAB (デザイン・ラボ)」がスタートしました

1)

Design LAB

「Design LAB」は、デザインを軸に様々なプロセスを通じて、皆様と共に多様な価値を導き出すことを目指します。



NICOデザインフォーラムの基調講演では、株式会社ハース実験デザイン研究所の村田智明氏にお話をいただきました。

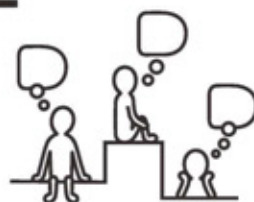
県内企業のさらなる高付加価値を目指して、デザインのチカラで県内企業を支援する新しい取り組み「Design LAB(デザイン・ラボ)」が、6月27日開催の「Design LABスタート記念NICOデザインフォーラム(於:新潟市美術館)」を皮切りに、スタートしました。

企業戦略デザイン・ラボ

企

はかる

戦略をデザインする。



知的資産経営やローカルベンチマークの手法を用いて、企業の現在のかたちを明らかにし、将来に向けたストーリーを描きます。

新潟ポテンシャル・ラボ

語

かたる

新潟の価値を見つけ、語る。



県内のクリエイターと共に、商品やブランドの背景となる新潟の潜在的な価値の言語化(キーワード化)に取り組みます。

お問合せ ▶ Design LAB(デザイン・ラボ) TEL 025-250-6288

Design LABホームページのお問合せフォームもご利用ください <https://www.nico.or.jp/designlab/>

NICO
活動
レポート

第65回NICOクラブセミナーを開催しました。

7月2日、日本環境設計株式会社の岩元美智彦取締役会長をお招きし、第65回NICOクラブセミナー「スタンダードを作るヒトになる～ないものは自分で作るという勇気～」を開催しました。小さなベンチャー企業がいかにして世界を巻き込む循環型社会を作り上げたのか、“知恵は無限”“ワクワク・楽しい”をキーワードに、熱くエネルギーにお話をいただきました。

第66回NICOクラブセミナー開催予告

「仕事の渋滞、解消の法則～西成流・仕事の効率をあげるコツ～」

日時 9月10日(火) 14:00～15:45 会場 長岡市立中央図書館 2階講堂(長岡市学校町1-2-2)

講師 東京大学 先端科学技術研究センター 教授 西成 活裕氏



商品デザイン・ラボ

創

つくる

何をどう創るか？
創ることをデザインする。



デザイン相談

商品のデザインやブランディングなど、アドバイザーが共に考え、答えを見つけ出します。

デザインワークショップ

デザインの考え方や、プロセスが学べるワークショップを実施します。

クリエイティブマッチング

新商品開発を目指して、県内企業と県内クリエイターのマッチングを応援します。

プロモーション相談

商品やサービスの魅力をどう伝えるか。アドバイザーが共に考えます。

まち歩きワークショップ

知識豊富なナビゲーターと共に、日々変貌を遂げる東京を歩き、次なるヒントを見つけます。

商品やサービスには、新しい価値や背景・物語が求められています。私たちNICOでは、「価値を発見し、創造するために何が必要だろうか?」という議論を重ねて来ました。その答えのひとつとして、「価値を生み出すチカラ」すなわち「デザインのチカラ」に注目しました。県内企業の皆様、デザインや流通の専門家の皆様と共に、デザインを軸に新しい価値づくりに取り組んで行きたいと考えています。是非 Design LABをご活用ください。

Design LAB
デザインマネージャー
芳賀修一



プロモーションデザイン・ラボ

伝

つたえる

何をどう伝えるか？
伝えることをデザインする。



新潟クリエイティブバンク

会

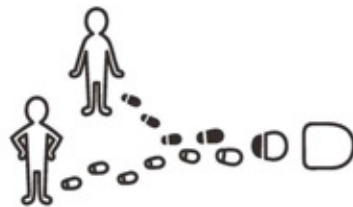
あう

出会い、共に歩む。

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きます。

県内の企業とクリエイティブ産業の接点として、新潟県内でクリエイティブ業務に従事する事業所の情報を広く収集し、ホームページ等を通じて紹介しています。

詳しくはホームページをご覧ください！ [新潟クリエイティブバンク](https://www.nico.or.jp/creative-bank/) <https://www.nico.or.jp/creative-bank/>



NIIGATA CREATIVE BANK



NICOスタートアップカフェが スタートしました。

起業に興味のある方や、起業に向けてこれから一步踏み出そうとしている方を対象に、**起業サポートコンシェルジュ**や**専門家と一緒に考え、起業に関するお悩みの解決をお手伝いします！**お気軽にご相談ください！

▶ 詳しくは、ホームページをご覧ください
<https://www.nico.or.jp/sien/senmonka/32127/>



IoTでどのようなことが出来るのかを 体感しませんか？

IoTハンズオンセミナー

- 日時** 9月25日(水) 13:00~17:00
- 会場** NICOプラザ会議室
(新潟市中央区万代島5-1 万代島ビル11階)
- 内容** 『触ればわかる! IoTの仕組み! 知識ゼロからの「IoTハンズオンセミナー」』
- 講師** 株式会社IoT.Run(仙台)

セミナーで使用する『Tibbo-Pi』(ティーボパイ)(写真下)はプログラミングの知識が一切不要です。IoT活用への第一歩を踏み出しましょう!



NICO支援策を
活用してチャレンジ!

挑戦の現場 企業レポ

CHALLENGE REPORT

妙高市に本拠地を置くコネクテックジャパンは2009年創業のベンチャー企業。2008年のリーマンショック以降に大手半導体メーカーを離れた技術者たちが集結し、独自技術を磨きながらグローバル展開を進めている。

妙高市発の ベンチャーが起こす 半導体革命

従来の常識を覆す接合技術で
IoT化を強力に後押しする

2009年に設立した半導体受託生産ベンチャーのコネクテックジャパン。普段目にする機会が少ない半導体だが、パソコンやスマホを始めさまざまな家電製品に組み込まれており、今や私たちの生活に欠かせない存在だ。そんな半導体は、配線回路を形成しICチップに仕上げる「前工程」と、ICチップを基板に接合する「後工程」を経て完成する。同社はこの「後工程」に特化した企業として躍進する。

コネクテックジャパンの強みは独自の基板実装技術「モンスターパック」にある。従来はICチップを基板に接合するには、260℃の高温で行う「はんだ接合」が常識だった。しかし、同社のモンスターパックでは特殊な銀ペーストを用

「10マイクロメートルピッチの配線は、非常に難しい開発でした。インプリントという技術を使っていますが、導電ペーストが凹部に半分残る「泣き別れ」にも悩まされましたね。今後早く製品に適應したいです」(小松ダイレクター)。

いることで、80℃という低温接合を実現。これにより、熱に弱い樹脂などにもICチップを実装できるようになった。

今後あらゆる物がインターネットにつながるIoT化が進んでいと言われているが、さまざまな素材にICチップを実装できるモンスターパックの技術が、そんな未来を切り拓いていく。

ナノテク研究センターを活用し 世界初の狭ピッチ配線を実現

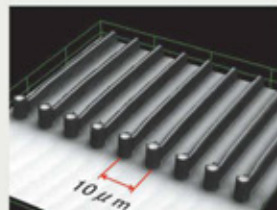
半導体は常に高性能化・省電力化も求められてきたが、それには半導体の小型化が必要不可欠であるという。「前工程でのICチップの微細化は進んでいましたが、後工程に含まれる基板の配線ピッチの微細化の遅れがボトルネックになっていました」と話すのは同社の小松氏。そんな中、NICOのナノテク研究センター利用のオファーを県工業技術総合研究所から受けた。

「自社で保有するのが難しい、微細加工をするための高価な真空装置を利

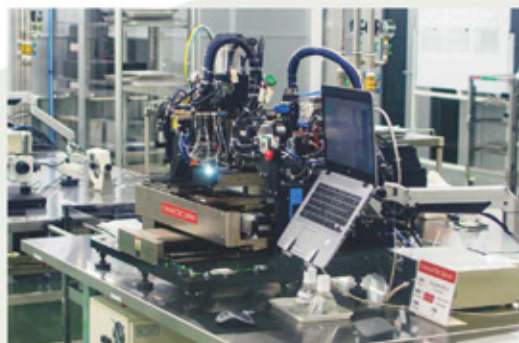


現在30℃での実装技術も開発中。実現すれば、例えば、絆創膏にICチップを実装して医療用センサーを簡単に身に付けられるようになる。

インプリント技術を使って実現した、10マイクロメートルピッチ配線の拡大写真。この微細加工された基板とICチップの接合は、モンスターパックの低温接合技術により実現できる。



机上に載る生産設備「DTF(デスクトップフックトリ)」もコネクテックジャパンの特徴。こちらはフリップチップ・ボンダーと呼ばれる機械で、ICチップを基板に接合するのに使われる。誤差はわずか1,000分の2ミリ以下という高い実装精度を誇る。



用させていただき、世界初の10マイクロメートル(=100分の1ミリメートル)ピッチの基板接合を実現できました」。

強い開発力を武器に 半導体の革新を起こし続ける

この技術が実用化されると、より高い性能を持つCPU(中央演算処理装置)を利用できるようになる。それはパソコンなどの特殊な用途だけでなく、ゲーム用パソコン等にも使われるという。

既に海外メーカーからの問い合わせも来ており、その革新的な技術はグローバルに注目されている。強い開発力は、日本の半導体技術を牽引してきた同社のベテラン技術者たちによるもの。2020年の上場を目指し、半導体業界に革新をもたらしながら成長を続けている。



コネクテックジャパン株式会社

製品開発部 ディレクター 小松 裕司 氏
〒944-0020 妙高市工団町3-1
TEL.0255-72-7020 FAX.0255-78-7120
URL <http://www.connectec-japan.com/>

NICO支援メニュー  を活用!

NICOナノテク研究センター

NICOがながおか新産業創造センター内に設けた研究施設で、企業が自社で保有するのが難しい精密・微細加工用の高価な機器をそろえている。高精度の測定や描画、加工を行うことができ、各機器は1時間3,000円から利用可能。

元気な企業の
ビジネスに
注目!

がんばる 新潟

NIIGATA SUCCESS FILE



「新潟のITエンジニアは技術があり優秀ですが、下請けが多く、顧客と直接対話しニーズを拾い上げるなどの上流工程を経験する機会が少ないのが問題。当社の人材育成では、人前でプレゼンする能力を養うためにセミナー講師などに社員が積極的に取り組んでいます」と話す樋山社長。

IT業界を魅力的に。新潟をITで元気に!

コンピュータシステムの導入提案・開発・運用支援などを行うウイング。
超高速開発ツールを用いたシステム開発は全国の大手ユーザーと取引を広げている。
新潟から先駆的なビジョンと行動力でIT業界を駆ける樋山社長に話を聞いた。

ユーザーと作り上げる 画期的な開発手法

ウイングは昨年11月、会計検査院のシステム開発を受注した。その背景にはジェネクスなどの超高速開発ツールを用いた「エンタープライズアジャイル」と呼ばれる開発手法がある。これは、従来のようにシステム要件を文書にまとめ、基本設計を作り、プログラミングを進める手法とは違い、初期段階からシステムを作って先方に使ってもらい、1~2週間単位で試用と修正を繰り返して完成させていくアクティブな手法だ。長くかかっていた開発期間が大幅に短縮され、コストも抑えられる。

「一番うれしかったのは、会計検査院の担当者が『以前はIT会社に頼りがちだったが、自分たちも主体的に開発に携わる本来の形を取り戻すことができた』と言ってくれたことです」と樋山社長は振り返る。

業界イメージを変えたい コミュニティを発足

樋山社長は日本のIT業界全体にも目を向け、東京でIT企業13社による「超高速開発コミュニティ」を立ち上げた。そこには2つの強い理念があった。「まずは企業のスピード経営を応援すること。従来のように完成に1年近くもかかるシステム開発では、経営の足を引っ張りかねません。海外ではそれがネックになり、中国や韓国のIT企業に仕事が流れてしまう現実もあります。同業者が協力し変えていきたいと思いました」。

もう1つは「業界イメージを魅力的に変えること」。それを象徴するのが、昨年総務省で行ったコミュニティのイベントだ。ユーザーの前で、通常半年以上かかるシステムに制限時間60分で挑戦するというもの。「IT=部屋にこもって静かに作業するイメージとはまるで違い、会場はスポーツ競技のような熱気に満ちていました」。新潟でも開

ここがポイント

- ✓ 大手ではまだ少ない
超高速開発ツールを積極展開
- ✓ コミュニティを立ち上げ
業界が横でつながる
- ✓ 新潟のITを盛り上げ
人材育成やU・Iターン増加へ

催し、ユーザーから要望を聞きコンサルや設計の工程もできるITエンジニアの人材育成につなげている。

新潟のITビジネス活性化の ために何ができるか

県内では昨年、企業の問題解決に貢献したシステムの成功事例などを発表する「新潟ITアワード」を開催。新潟の企業をITで支え、さらに県内IT企業の優れた技術を発信することで、学生の県内就職増加やU・Iターンの促進を図りたいとしている。また、IT人材不足やITに多額の投資ができない中小企業のために、情報をインプットするだけでシステムを自動生成するツール「Magic Logic」を開発した。

「夢は、東京一極集中の現状を変えて『新潟のITって面白い』と思ってもらうこと。新潟のITエンジニアは優秀、もっと能力を発揮させたい」と話す樋山社長の挑戦は続く。



総務省で行われた超高速開発コミュニティのモデリングイベント。60分でお題のシステムを開発しプレゼン発表し、そのメリットを発信している。



定期開催する説明会や展示会から受託につなげている。

株式会社ウイング

代表取締役社長 樋山 証 一 氏

【新潟本社】〒950-0083 新潟市中央区蒲原町5-29
TEL.025-246-7051 FAX.025-246-7091
URL <http://www.weing.co.jp/>

県内企業が開発した優れた商品 & 技術をご紹介します

メイドイン新潟's コレクション

Made in
Niigata's
Collection



レンジアップ白玉餅シリーズ『越後南蛮汁』

独自の旨辛スープで食べる白玉もち

かわいい輪切りの「白玉餅」とお好みの野菜やお肉、ソーセージなどを入れ、レンジで加熱するだけで、簡単に辛くてうまい「もちもち南蛮汁」をお楽しみいただけます。



越後しらたま本舗株式会社

〒950-1455 新潟市南区新飯田659
TEL.025-378-1251 FAX.025-378-1252
<http://www.e-shiratam.com/>

調味料がセットになっているのでマグカップかスープカップがあれば電子レンジで簡単に作れます。シリーズで「みたらし団子」「きなこもち」「あんこもち」の定番甘味もあります。

辛くてうまい
お汁と白玉餅が
よくあいます。



副社長 麻野 正晴さん

開発スタッフの
こだわりポイント

タレの味を決めるのに大変苦労しました。白玉にあう辛さでできたと自信をもっています。



調理例/ お好みの野菜や肉類と一緒にに入れてレンジアップすればさらに美味しくお召し上がりいただけます。



美しい縞を着こなしの
スパイスに。

「もんぺ製作所もんぺ」

素材から縫製まですべて新潟製のもんぺ

素材は300年以上の歴史を持ちながら戦後絶え、平成に復活した伝統織物亀田縞を使用しています。水・泥汚れに強く、木綿の素朴な風合いが特徴。服装解剖学の見地から設計したもんぺ製作所オリジナルパターンは従来のもんぺの前股部分のもたつきが解消され、縞がまっすぐ見えるスッキリと美しいシルエットを実現しました。デザイン性と日



野良着としてでなく、工芸品を纏うというファッションアイテムとしてのもんぺ。

常生活に必要な実用性も兼ねています。基本スタイルはお客様を採寸し、108種類から生地を選ぶという顔が見えるオーダーメイド。新潟の女性たちが1着ずつ裁断、1針ずつ丁寧に縫製をしています。



代表・パタンナー 赤木美名子さん

新潟の美意識や人柄をあらわす美しい縞。新潟の各地の風土と新潟繊維産業の技術の粋をもんぺに乗せてお届けいたします。

linea

〒949-3563 上越市吉川区大賀443
TEL/FAX.025-512-1381
【営業時間】 9:00~17:00
【定休日】土曜・日曜・祝祭日(年末年始含む)
<https://monpeseisakusho.com>
お問合せはホームページのフォームをご利用ください

新潟の経済もすてたものじゃない



新潟 経済 🔍 で検索!
知りたい情報がここにある!

新潟駅西口などにて無料配布中
職場への無料お届けサービスは [HP](#) から

にいがた経済新聞 951-8063 新潟市中央区古町通二番町 531
TEL 025-282-5633 FAX 025-333-4918



にいがた経済新聞
Niigata Business Journal

Biz Link
eコマースサイトに出店・出品してませんか

にいがた丸ごと市場
shop.nikkei.jp

流通経済新聞
Distribution Business Journal

M&Aで経営の困りごとや課題を解決しませんか?



TSUBASA
M&A PARTNERS
つばさM&Aパートナーズ

M&A
累計18社
サポート



私たちに
おまかせください

代表・税理士 山田 真一

新潟県の税理士法人・会計事務所で初!

Best Consultant Award 2018
最優秀M&A賞 獲得

2018年度日本M&A協会主催
「バリ国際会議」にて
全国800を超える会計事務所の中、
M&A実績1位(MVP)を獲得致しました。



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
つばさ事業承継パートナー
研究会を今年も更に
内容を拡充して
実施します。

会員数は
35
に増加中!

※会員数は平成30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17-9-5 泉央ランドマークANX2-B
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

BUSINESS CALENDAR ビジネスカレンダー

8月・9月に募集中又は募集を予定している事業をご紹介します。(7月中旬現在)
最新の情報は、NICOホームページをご確認ください。

<https://www.nico.or.jp/>



1. 補助金等

募集期間(期限)	事業名称	担当チーム
4月から10月	生産性革新等挑戦投資促進事業	経営基盤強化
6/27~8/20	建設企業経営革新支援事業(2次募集)	創業・経営革新
7/4~8/5	ベンチャー企業創出事業助成金(2次募集)	創業・経営革新
8/30まで	海外展開トライアルサポート事業(2次募集)	市場開拓チーム(国際担当)
8/30まで	海外展開加速化支援事業(2次募集)	市場開拓チーム(国際担当)

2. セミナー・講座等

募集期間(期限)	開催日	セミナー等名称	会場	定員	担当チーム
8/2まで	8月~12月(全8回)	IoTビジネス実践力強化塾	NICOプラザ会議室	30名	情報戦略
8/2まで	8/9	よろず支援拠点セミナー「消費税改正セミナー」	NICOプラザ会議室	30名	よろず支援拠点
8/2まで	8/6	シンガポール食品輸出セミナー	NICOプラザ会議室	50名	市場開拓チーム(国際担当)
8/5まで	8/7、8/8	貿易実務講座(初級・基礎編)	新潟県自治会館	40名	市場開拓チーム(国際担当)
8/13まで	8/19	よろず支援拠点セミナー「商品開発の切り口の見つけ方」	NICOプラザ会議室	20名	よろず支援拠点
(定員に達し次第締切)	8/23	Design LAB 企業戦略デザイン・ラボ セミナー	NICOプラザ会議室	30名	市場開拓チーム(生活関連担当)

3. 展示会・商談会

募集期間(期限)	開催日	展示会等名称	開催場所	担当チーム
7/31まで	10/23~25	FBC上海2019ものづくり商談会	上海新国際博覧中心	市場開拓チーム(国際担当)
8/21まで	11/27~29	「日本の食品」輸出EXPO	幕張メッセ	市場開拓チーム(国際担当)

4. 相談会

募集期間(期限)	開催日	相談会等名称	担当チーム
8/1まで	8/7(長岡)、8/8(新潟)	食の専門家相談会	市場開拓チーム(食品関連担当)
(日程により異なる)	8/6(新潟)、8/7(長岡)、9/5(上越)	広報相談会	企画チーム
(日程により異なる)	8/8(長岡)、8/9(新潟)、9/5(新潟)	くらたデイ(起業・新事業展開 相談会)	企画チーム
(日程により異なる)	8/20(長岡)、8/27(上越)、9/6(新潟)、9/17(長岡)	Webに関する個別相談会	企画チーム
(HPで随時お知らせ)	8/27、9/19(いずれも新潟)	Design LAB デザイン相談	市場開拓チーム(生活関連担当)

問合せ先 経営基盤強化チーム 025-246-0056 / 創業・経営革新チーム 025-246-0051 / 市場開拓チーム(国際担当) 025-246-0063 /
情報戦略チーム 025-246-0069 / 新潟県よろず支援拠点 025-246-0058 / 市場開拓チーム(生活関連担当) 025-250-6288 /
市場開拓チーム(食品関連担当) 025-246-0044 / 企画チーム 025-246-0038



Facebookページでは、ホームページとは違った視点で、イベントやNICOの近況などの情報を随時お伝えしています。

アクセスはこちら▶



Facebookの検索窓でユーザーネーム「@nico.niigata」を検索
アドレスバーに直接URLを入力(またはコードを読み取り)
<https://www.facebook.com/nico.niigata/>

フォロー/いいね!
をお願いします。



NICOのLINE@アカウント
では毎週火曜日に旬な情報
を配信しています。

お友達追加
はこちら▶



LINEアプリを起動し友だちタブを開き、
友だち追加ボタン>[QRコード]をタップし、
コードリーダーでスキャンしてください。

お友達追加で
旬な情報をフォロー!