

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.175

2021 4・5

特集

## 付加価値を 高めるものづくり



### 専門家インタビュー

株式会社新潟三越伊勢丹  
長谷川 雅史 氏

### 事例企業

- ▶ 株式会社清雅堂
- ▶ 株式会社越後薬草
- ▶ 株式会社小玉屋

### 連載

[挑戦の現場 - 企業レポート -]  
株式会社ワイヤード  
[がんばる新潟]  
株式会社アイセック



# 様々な常識が取り払われた今は、 新しい価値でリードするチャンス

数ある商品の中から、消費者に選ばれるためには他に負けない独自の価値を持ち、それを発信していくことが重要になる。では、選ばれるための価値は、どう高めていけばよいのだろうか。新潟の名品を発掘・編集して紹介する新潟伊勢丹の「越品プロジェクト」を担当する長谷川氏に、選ばれる価値を持った商品づくりについて話を伺った。

## お客様へ伝えるにふさわしい 魅力を持った商品とは

感染症の影響が続くなかで、モノの売れ方は確かに変化しています。家で食事をする機会が多くなったことで、食品に対する関心は特に高まっていますし、家で過ごす時間が増えたことから自宅で快適に過ごすためのもの、あるいは自分が使うものへの投資が増えていると感じますね。当社が展開する「NIIGATA越品」(以下「越品」という)では、ギフトとしての需要が多く、離れて暮らす親戚やお子さんにおいしいもの、良いものを届けたいと購入される方が増えています。今の時代

を反映している動きだと思います。

「越品」は商品を売るというより、それを作っている新潟の事業者さんの取り組みをお客様に伝えていこうという方針です。そのなかで、お客様へご紹介するにふさわしい優れた商品を選択していますが、それを判断するポイントは、独自性や希少性、機能性、デザイン性、パッケージなどです。さらに地域が関わっている点も重視しています。その商品に関わる人、応援する人が増えることで発信力も高まると考えているからです。

感染症の影響で、これまでのいわゆる勝ち組も負け組も一旦フラットになり、いろいろな常識が取り払われた時代になったと思います。そのなかで

重要になってくることは、広くたくさん売ることではなく、どれだけ自分たちの取り組みに共感してもらえるか、ファンになってもらうか、ということではないでしょうか。これは作り手も売り手も同じだと思います。

## 独自性や希少性、 デザインのほか、お客様の 関心も重要なポイント

「越品」で扱うものは、既存商品のほか、新商品や作り手どうしのコラボレーションで生まれた商品などです。既存商品は、品質は当然のことながら、そこに独自性や希少性があるものに目がいきます。例えば、糸魚川市の一印かまぼ屋さんには新潟最古のかまぼこ屋というワードにまず惹かれます。新潟市のSHIRONE meat Labo. ROOTsさんは白根産のお米で育った「夢味豚(ムーミートン)」の生ハムを製

我々のお客様はいろいろな商品知識、情報をお持ちの方が多いので、接客の際に商品が生まれたストーリーを説明させていただくと、興味を持って耳を傾けてくれる方が多いですね。

株式会社新潟三越伊勢丹  
総合政策部 新規事業担当 越品バイヤー

長谷川 雅史 氏

## PROFILE

2003年(株)新潟伊勢丹(現(株)新潟三越伊勢丹)入社。婦人靴、食品、リビングを担当し、2018年4月よりNIIGATA越品バイヤーを担当。新潟県内の生産者や事業者が持つ魅力やこだわりを掘り起こし、お客様へさまざまな価値を発信する商品・サービス・場所作りに取り組んでいる。

## 付加価値を高める 商品づくりのポイント

1. ひと目見たときから欲しくなるデザインや存在感があるもの
2. 機能やデザイン、素材などに高い独自性があるもの
3. 伝統、地域との関わり、誕生背景など関心をひく物語を持ったもの
4. コラボレーションによって新しい魅力やターゲットの広がりが生まれるもの

**[ どんな売り場で、どんなお客様に買ってもらい、どんな楽しみ・価値を提供できるかをしっかりと描く ]**

造する県内で唯一の事業者です。素材の良さはもちろん、唯一というのは大きな価値のひとつになりますね。

優れた商品というのは、見た目だけでなく、見た目で欲しくなるような要素も大切です。新潟市にある林仏壇店さんの蒔絵師が手掛ける宇宙をモチーフにしたぐい呑みは、全国的な人気を誇っています。昨年9月の「越品」リニューアルに合わせてオリジナル商品として花火モチーフのぐい呑みを依頼しました。何度もトライしていただき、8月に現在のデザインを見せてもらったときは鳥肌が立ちました。このようにオリジナル商品を作るときは、お客様に喜んでいただくために、作り手の力をさらに引き出すということも僕たちの仕事だと思いますし、商品の魅力とお客様の関心をマッチさせる視点が大切だと思っています。

## 新しい価値を生み出せるのが コラボレーションの魅力

コラボレーション商品に取り組む理由は、普段販売している商品に違う要素を絡ませることで、新しい価値が生み出せるからです。コラボレーションを企画する際には「1+1が2になるのならやる必要はない。1+1が5になるか10になるかは分からなくても、新しい価値が生まれるなら行う意味はある」と考えて取り組んでいます。

例えば新潟市のカフェ&チョコレート ミチココさんには、新発田市のドライイチゴと、阿賀町のオニグルミを使ったチョコレート作りを依頼しました。

3者が組み合わさることで、それぞれの事業者の地域やお客様の間で関心が広がり、アプローチ先が増えます。ドライフルーツ好きの人がこのチョコレートを手取るかもしれないし、チョコレート好きな人がオニグルミに出会うかもしれない。そういう広がりには常にイメージしています。

また、商品を通して、お客様の世界が広がっていくというのも素晴らしい価値です。佐渡市の尾畑酒造さんが造る「龍のめぐみ」というお酒は、佐渡にある岩首昇竜棚田を守るために、そこで生産したコシヒカリで仕込んでいきます。その物語や思いをお客様に詳しく伝えることで、ネットで棚田の画像を見ながらお酒を飲んでいただき、佐渡に思いを馳せるという新しい楽しみも提供することができます。

## コロナウイルス禍の今だからこそ 抜き出るチャンスがある

「龍のめぐみ」は尾畑酒造さんから話を聞かせてもらったのですが、このように作り手の皆さんからの情報発信、伝える力も大切だと思います。商品や

取り組みを知ってもらうためには応援してくれる人を増やし、理解してくれる販路を作ることが必要です。応援や共感商品は商品の価値があってこそ得られるものです。ですから、作り手も「こういう商品になって欲しい」「こういうお客様に買ってほしい」というビジョンをはっきりと描き、その上で売って欲しい相手を選んでいいと思います。

変化する今の時代は、実は大きなチャンスです。例えば食事をする際に大袋や大皿料理をシェアすることは敬遠されるようになりました。そうした日常生活の変化に注目して、自分たちの商品がどういうシーンで、どういうふうに食されるのか、どう使ってもらいたいのかを想像してモノづくりをしたら、一歩抜き出ることができる。こだわりの素材や職人の技、伝統にプラスして、使い方を変えたり、包装を工夫したりすることで、先に立ち大きな価値にできるチャンスです。SDGsの観点からのエコ包装という工夫もできるでしょう。まだ誰もやっていないこと、それを新潟県から発信できたら素晴らしいことだと思います。



「NIIGATA越品」は、2020年9月に売り場と取扱商品を拡大した。アイテムに込められたストーリーを発信し、贈る人にあわせてお好みの商品を選び、オリジナルギフトを作る楽しさも提供している。



## 定番商品をブラッシュアップ デザインアドバイザーにより 新しい価値を生み出す



弥彦の地で鍛金・鋳起による金属工芸品を手掛けている鋳起工房・清雅堂。2代目の西片正氏とふたりの息子さんの3人で製作を行っている。今回、長男の西片亮太氏がNICOの「百年物語」に初挑戦。工房に新たな風を吹き込む新作が出来上がった。

「この酒器を、日本酒をひとりで味わう時や大切な人と飲むとき、飲食店など多くの方に使っていただきたいですね。今後はいろいろな鋳目のパターンにも挑戦していきたいと考えています」と話す西片亮太氏。

## 株式会社清雅堂

鋳起作家 西片 亮太 氏

〒959-0318 弥彦村麓4693 TEL.0256-94-4477 FAX.0256-94-5077  
<https://www.seigado.net/>

### 百年物語のプロジェクトに参加 デザインアドバイザーと初タッグ

ふっくらと優しい丸みを帯びたフォルムが印象的な「ちろり」と「ぐい呑み」。この酒器シリーズは清雅堂が百年物語のプロジェクト「百年物語チャレンジ」に参加し、生み出したものだ。

鋳起職人である西片氏は、昨年の秋、百年物語の説明会に参加。「それまで百年物語は当社のような小さな会社では参加できないと思っていたのですが、少量生産でも大丈夫ということや、今回からの試みとして既存商品のブラッシュアップという参加方法もあると聞いて、我々にも可能性があるのだ

はないかと感じて、挑戦を決めました」。

昭和20年の設立以来、長く愛されている定番商品や注文製作で安定した売上はあったが、時代の流れを考えると、この先も今まで通りで良しとは思っていなかったという西片氏。「良いものは残しながら、新しいアイテムも作っていくようにしたい。百年物語への挑戦は、そのいいきっかけになると感じました」。

ブラッシュアップする商品として選んだものは、最も人気があるという錫製と銅製(錫被せ)の酒器。錫は日本酒の雑味を取ってくると評価される素材で、日本酒好きや日本酒にこだわった飲食店からの引き合いが多いという。

2代目である父に代替わりしたころか

ら作り続けられている定番品を、今回の百年物語のテーマである「KAN-NOU (感応・官能)プロダクツ from NIIGATA」に沿い、デザインアドバイザーの村田智明氏のアドバイスを受けながらデザイン。どこか人体を思わせるような丸みがある、手に馴染む形を目指した。こだわったのは、本体から取っ手までが流れるようにつながる一体感だ。

### 工房独自の技術で生まれる 深いブルーや茜色も大きな魅力

鋳起によって、このような柔らかな曲線を生み出すことは時間と手間がかかる。「これまで作ってきたちろりがシンプ



青藍色(せいらんしよく)銅酒器  
ぐい呑み 12,650円、チロリ 46,200円



純錫(じゆんすず)酒器  
ぐい呑み13,200円、チロリ48,950円



茜色(あかねいろ)銅酒器 一錦一  
ぐい呑み 18,150円、チロリ 58,300円



酒器3種はそれぞれ、ちろりとぐい呑みがある。既存商品をブラッシュアップする「百年物語チャレンジ」の第一弾商品だ。



新しい酒器はこれまでの商品よりも細かな錆目を採用しており、形状も独特なもの。より効率的に製作するために、新たな道具も作ったという。



今回のプロジェクトで難しい赤の発色を可能にした「茜色銅酒器一錦一」は、ふっくらとしたフォルムに錆起による錆目も相まって錦鯉を思わせる雰囲気魅力。

ルな円筒形をしているのは、量産を考えると作りやすさを優先するから。職人として考えると、どうしても製作効率を考えますが、アドバイザーはそうした手間にとらわれすぎず、新しい魅力や価値を生み出そうとしてください。今回初めて、アドバイザーと一緒に考える経験はしましたが、その点がとても新鮮でした。

今回のシリーズでは純錫酒器のほか、青と茜色の銅器酒器の2色を加えた3点を製作。この銅器の色も、清雅堂の大きな個性だ。深みのある青は、初代が考案した工房自慢の色。数年前から紫銅色と呼んでいたが、今回のプロジェクトを通じて再考をアドバイスされ、新たに「青藍色」と名付けて新展開することにした。

もうひとつの茜色も独特の魅力を持つ色。「赤一色に発色させるのはとても難しく、安定しないので、現れる模様を逆に楽しんでもらう加工をしています。その個性を表して、商品名に“錦”という言葉を加えました。ひとつとして同じ模様にはならないので、そこが面白さになります」。また、通常の銅酒器は内側に手作業で錫引きをしてあるが、赤色には錫引きは不可能な技術だった。「錫の融点の関係で、錫引きをすると赤色が退色してしまうのですが、メッキ屋さんと研究を重ね、赤の酒器を実現しました」。

また、工房では一昨年にヘラ絞りの機械を導入。「長年依頼していた職人

に頼めなくなり、難しい技術ですがようやく形になってきたところです。今回の酒器の試作はヘラ絞りから全て自分で行ったことも大きな挑戦です」。

### 難しさを楽しみながら完成へ。 日本酒好きに愛される商品に

完成までの3ヶ月間で複数回行われた打ち合わせのたびに、アドバイザーからさまざまな指摘があり、それに応える作業は大変だったと振り返る西片氏。「打ち合わせから帰るときは“難しいな”と思いますが、工房に戻るとやる気になっている。職人としての意地もありますし、作り手として楽しませてもらいました」。

商品は今年2月から東京にある「NIIGATA100」で店頭プロモーションが実施され、お披露目となった。また、同社の商品を販売している鎌倉清雅堂(神奈川県鎌倉市)のオーナーからも、このシリーズを取り扱いたいという話が来ているという。

今回、完成品の確認の場で、酒器が

使われたときのことが印象に残っていると話す西片氏。「ちろりからぐい呑みに注がれるときの液体の流れるさまがすごくきれいだなと思いました。酒器を使うときの人の所作を見る機会も少なかったのも新しい発見でした。使うお客様のニーズに応えながら商品を作っていくことにも、改めて目を向けたいです」。

今回のプロジェクトによって、既存商品に新たな価値を与えることに成功した清雅堂。「派生していく商品のイメージも生まれています」という西片氏の言葉に期待が高まる。



「NIIGATA100」では「大人の愉しみ～百年物語の酒道具」と題して店頭プロモーションを行った。

NIIGATA100は、日比谷OKUROJI(東京都千代田区)に昨年9月にオープンしたセレクトショップ。「百年物語」を中心とした付加価値の高い県産品の首都圏における販路開拓、新潟ブランドの情報発信に、NICOと連携して取り組んでいる。

#### POINT

- デザインアドバイスにより、既存商品をブラッシュアップ
- 日本酒と相性が良いとされる「錫」を使った特別感のある酒器を追求
- 独自技術による発色をクローズアップし、個性としてアピール



## 野草・漢方のルーツから 素材の組み合わせを楽しむ 個性派クラフトジンをリリース



上越市にある健康食品メーカーの越後薬草は、蒸留酒ブランド「YASO」を立ち上げ、2020年2月からスピリッツとジン販売。長年培ってきた野草・漢方の知識と、女性にアピールするブランディングから生まれたオリジナル度の高いクラフトジンが注目を集めている。

「ジンはジュニパーベリーさえ入ってれば、あとは自由というのが面白い。お酒は嗜好品だからこそ、自由な発想で楽しく作っていきたいですね。YASOでは素材のボタニカルの香りが立って、アロマを楽しんでいただくジンを作りたい。飲む香水というイメージです。今後はサブスクリプションの企画もやってみたい」と話す塚田代表。

### 株式会社越後薬草

代表取締役 塚田 和志 氏

〒942-0055 上越市小猿屋73 TEL.025-544-3050 FAX.025-544-3074  
<https://yaso80gin.jp/>

#### 窮地をポジティブに変換した YASOブランドの立ち上げ

越後薬草は1976年の創業以来、ヨモギを中心とした野草を発酵させて作る健康酵素商品のメーカーとして歩んできた。同社では、製造過程で発生するアルコールに着目し、新規事業として焼酎を作る目的で、2018年に減圧式蒸留器を導入。「その矢先に、事業を進めていた先代社長が急逝し、しかも、早急に酒造免許を取得しなければ通常業務も進められない事態になってしまいました。蒸留酒の免許は年間6キロリットルを製造する必要があり、取得条件が厳しい。時間もなく、大ピン

チでしたね」と塚田代表は振り返る。

まずはアルコール原材料として他社に販売しようと考え、全国各地のメーカーに交渉したが、全く受け入れてもらえなかった。「猶予期間が迫り、最後のアタック先にも断られた帰り道、“売れ”という先代の声が聞こえた気がしたんです。そこで『ネガティブな悩みは、売上を立てるといってポジティブな悩みに変換しよう』と思考が切り替わり、同行していた社員に“ジンを作る”と宣言していました」。

ジンはベースとなるスピリッツに、ジュニパーベリーを始めとする薬草・香草を加えて作るお酒。野草から商品を生み出している同社にとって、ルーツも近い。また、日本国内でクラフトジンが注

目を集めていた時期でありタイミングも良いと判断し、社内ベンチャー的にプロジェクトはスタートした。

#### “透明感” “アロマ” をコンセプトに 希少性とオリジナリティを追求

ブランドは野草というワードと、スピリッツの原材料に80種類の植物を使っていることにかけて「YASO」と命名。香りを楽しむアロマ感、ジンならではの透明感、オーガニック材料という魅力、さらに糖質ゼロの健康志向などを踏まえ、ターゲットは女性に設定した。「お洒落なカフェに通う層に、夜はジンを楽しんでもらおうというイメージです」。



80 (YASO)スピリッツと、2021年のレギュラー商品80 (YASO)ジン(131)。  
ボトルデザインは新潟市のデザイン会社・フレームの石川氏に依頼。日本パッケージデザイン賞2021  
でアルコール飲料部門で銅賞を受賞している。

80 (YASO)スピリッツ 5,280円 / 80 (YASO)ジン 6,380円

ジンの世界で非常に重要とされる  
ボトルデザインは透明感を重視。80  
種類の原材料をイメージした80本の  
グリーンの線が描かれたデザインに仕  
上がった。ラベルに書かれている数字  
は、使用するハーブや野草の数を表し  
ている。

ジンはその年限定モデルのレギュ  
ラー商品と、不定期で発売されるリミ  
テッドエディションを販売している。即日  
完売が続いているというレギュラージンは年間2,000本の限定生産にすること  
で、なかなか手に入らないという特別  
感を演出し、商品の価値を高めること  
に成功。リミテッドエディションは新潟  
の生産者とのコラボレーションにより  
生まれるもので、これまでに八色スイカ  
や三条市産のウコンなどを原料に取り  
入れている。「素敵生産者さんに出  
会って心が震えたと、エディションを作  
りたいと思う。YASOを通して、そうい  
う方々の存在を伝えることも仕事だ  
と思っています」。

リミテッドエディションも同じく人気  
があり、こうした希少性は注目を集め、ブ  
ランド力を高める要素となっている。

### 関わってくれる人を 地域に増やしなが ら上越から世界へ YASOを発信したい

カクテルに使われることの多いジンは本来、バーなどの店舗における需要  
が多いが、昨年からは感染症の影響を受けている。しかし、インスタグラム  
などを通してファンと距離の近いコミュニ  
ケーションを展開し、多くの個人客を  
誘引。女性をターゲットとすると、一定  
数お酒が苦手な人もいることから、クラ  
フトコーラやトニックシロップなどのハー  
ブやアロマを意識したノンアルコール  
商品もスタートし、こちらも好評だ。

また、昨年は蒸留所建設を目指して  
応援購入サイトMakuakeを活用し、  
400人余りのサポーターから525万円  
の支援を得た。来春にはゴミゼロの循  
環型蒸留所が完成する予定だ。蒸留  
所は見学者を受け入れ、現代アートや  
上越の景観も楽しめる空間としていく。  
「ろ過した残りかすである残渣を肥料  
にして畑に戻し、そこで農業者に無農



2021年のYASOジンは県内産  
ハーブを使ったフレッシュ&ハーバル  
な香り。51種類の野草を加え、合計  
131種の素材が使われている。



ブレンドやテイステ  
ィングを研究するラ  
ボは、バーをイメ  
ージしてカウンタ  
ーを設置したお洒  
落な空間。

薬でヨモギや薬草を育ててもらおうという  
サイクルを確立したい。地域と密着して  
取り組むことで関わってくれる人が増え  
れば、商品への愛も増える。それを上  
越から世界へ発信したいと思っています  
」と塚田代表は話す。そのため、海外  
への販売を視野に現在、輸出の代  
理店を探している。世界中のバーに  
YASOが置いてあるというのが、同社  
が目指す最終目標だという。

そして、このプロジェクトは何よりも従  
業員のために進めていく価値があるとい  
う。「当社は社員の平均年齢が若い  
のですが、これから上越で暮らしてい  
くなかで彼らが誇れて、若い人が活躍  
できる職場でありたい。次は何が起  
こるのかという期待を持ってもらえる  
ようにやっていきたいと思っています」。



「野草酵素」はヨモギを中心に地場の野草、薬草と酵母菌な  
どを合わせ、壺の中で自然発酵させて作られている。アルコー  
ル分はその発酵過程で発生。これまで多くの野草や薬草に携  
わってきた経験が、クラフトジンの素材選びに生かされている。

#### POINT

- 野草に携わってきた知識、経験を活かし、他にはない個性的なクラフトジンを製造
- 限定商品を展開し、希少価値を持たせることでブランド力をアップ
- 消費者や地域とのつながりを密にして、応援者の輪を広げるストーリーを構築



## 南魚沼の希少な椎茸を商品に。 豊かな恵みと生産者の思いを伝えたい



昭和2年創業の小玉屋は、「幸せは食から」を理念に掲げる地域に密着したファミリーレストラン。地元の生産者が育てた食材を発信しようと、初めて商品開発に取り組んだ。昨年、プレミアムしいたけの加工品を発売、南魚沼の新たな特産品として期待されている。

「初めての加工品開発は全てが大変でしたが、市役所や商工会をはじめ、よろず支援拠点など、いろいろな人たちのおかげで、ここにしかない商品ができたということが一番の成果かもしれません」と語る、小玉屋4代目の小島専務(写真右)と藍子氏(写真左)。写真中央は3月発売の詰め合わせギフト。常温で流通できるため、お土産としての期待も高まる。

### 株式会社小玉屋

取締役専務 小島 雄介 氏 / 取締役 ホール統括 小島 藍子 氏

〒949-7302 南魚沼市浦佐1355-1 TEL/FAX.025-777-2072 <http://fd-kodamaya.com/>

#### お土産品の要望に応えるため 「天恵菇」の加工品開発に挑戦

JR浦佐駅前にあるファミリーダイニング小玉屋は、親子3代で楽しめる多彩なメニューと地元の食材にこだわった手作りの料理を提供するレストラン。同店は、南魚沼産の「天恵菇(てんけいこ)」というしいたけを使用した自社商品「山のあわび」を開発し、注目を集めている。

大きさ・肉厚・旨味の3拍子揃った天恵菇は、「日本茸師(なばし)の会」というしいたけ栽培のプロ集団等が開発した品種で、栽培の難しさから全国でも

10軒ほどしか生産していないプレミアムしいたけ。同店では、7年前から南魚沼市の八色しいたけ事業協同組合が生産する天恵菇を、刺身として提供してきた。「食感のよさ、きめ細やかな肉質、上品な香りがある旨味が強いとお客様に好評で、遠方から来られるお客様からは“持ち帰りたい”という声を多くいただいていた。お土産になる商品があれば喜んでもらえるのではないかと考えていたところ、地域資源の商品化を目指すためのセミナーが市の事業で開催されることを知り、そこに参加して商品を開発することにしたのです」と小島専務は語る。

#### 未利用だったしいたけの軸を活用 3種類の瓶詰めが完成

商品化に向けてまず課題となったのが、もともと生産量が少ない天恵菇をいかに確保できるかということだった。そこで、刺身にする際に余ってしまう太い軸を調理してみたところ、普通のしいたけにはない食感や旨味を引き出せたことから、かさの部分だけでなく軸も利用することにした。さらに、南魚沼市で天恵菇のみを一年中栽培する、全国でただ一軒の生産者「牛木きのこ園」からの提供も受けることが決まった。

天恵菇の味付けは、和食からイタリ





「山のあわび」は日本酒やワインのおつまみに、ごはんのお供にと幅広く楽しめる3種の味がある。パッケージデザインは、専門家のアドバイスをもとに考案。ロゴマークのイラストは、小島専務の祖父が描いた八海山の絵を取り入れた。

山のあわび 魚沼天恵菇3点セットギフト箱入り 3,240円



大きくて肉厚、太い軸が特徴の天恵菇は、生産量が限られている希少ないたいけ。



南魚沼地域の魅力や生産者の思いを食事とともに感じてもらえるように、宴会用の敷き紙(写真右)には地元の食材や生産者を紹介するマップを掲載。生産者取材した紹介カードも店内に設置している。



アンまで幅広い料理を提供する同店ならではの技術を活かし、「山椒漬け」「ガーリックとハーブのマリネ」「神楽南蛮味噌」の3種類を考案。小島専務は「味の幅を思いきり広げたい」と思い、この3種類を作りました。調味液は全て自社で作っていますし、しいたげのかさと軸とで火の入れ方も変えています」と話す。

商品の完成まであと一歩となった2019年には、マーケティングを目的にフードメッセinにいがたに出席。そこで商工会からよろず支援拠点を紹介され、サポートを受けることになった。「パッケージデザインや名称、価格、見せ方、ターゲットなどについて、いろいろなアドバイスをいただきました」と藍子氏。小島専務も「希少ないたいけを使うため、価格をそれなりに高く設定すると、パッケージが肝になると感じていましたが、自分たちだけで考えるには限界があったので助かりました」と話すように、専門家のアドバイスを受けながら、パッケージや新しいロゴマークのデザイン制作に取組んだ。

こうして初めての自社商品が完成

し、2020年10月に販売を開始。翌11月に開催された「フードメッセinにいがた」の6次化大賞に出品すると、グランプリと特別協賛企業賞のJALUX賞のダブル受賞を果たした。「専門家の方々から直接いろいろな意見をいただけて、貴重な体験でした。この受賞で、サポートしてくれた市役所のみなさんに恩返しできたことが一番嬉しかったです」と藍子氏は語る。

### 南魚沼に来てもらうことを目標に地元の食材や生産者を紹介

今回のコロナウイルス禍でレストランの売上にも影響があったことから、「山のあわび」が少しずつ認知され、受注も増えていることが心強いという藍子氏。「ぼんしゅ館」をはじめ近隣地域での取扱いが広がり、ECサイトでの販売も開始。最近では新潟伊勢丹の「越品」、市のふるさと納税の返礼品にも採用されるなど、販路が広がりつつある。

さらに、この3月から天恵菇のかさを

刺身用に加工した新商品を発売した。「かさの部分を丸ごと1個使っているので、大きさも分かってもらえると思います」「天恵菇は普通のしいたけよりも旨味が3倍あるといわれています。本物のアワビに負けない旨味と食感を感じてもらいたいです」と2人が話すように、希少価値を打ち出した商品を今後は首都圏でも販売していきたいという。

また、地域に密着したレストランとして、地元の食材にこだわってきた同店では、南魚沼・大和地区のさまざまな食材や産地を紹介するマップ、生産者を直接取材したレポートの紹介カードなどを来店者に向けて作っている。「地元の食材や生産者さんの思いを発信していきたいという目標の中に、自社商品もあるのです。私たちが目指すのは、商品を通して南魚沼に興味を持ってもらい、この浦佐まで足を運んでもらうこと。それを目標にこれからも商品づくりをしていきます」と小島専務。この地域にしかない食材を付加価値を高めた商品に昇華させ、南魚沼の魅力を全国に発信していく。

#### POINT

- 未利用だった食材を有効活用し、ギフト商品へ展開
- 「天恵菇」という希少価値があり、地域の特産品であるしいたげに着目
- レストランならではの技術で味のバリエーションを工夫
- 商品開発を通して南魚沼の食材と生産者の思いを発信

支援事業



付加価値を高める「挑戦」を応援！

## NICOの新年度の取組をご紹介します。

令和3年度におけるNICOの取組の一部をご紹介します。

事業環境の変化に対応し、将来の経営の核となるような新商品や新技術の開発、新分野進出、新事業展開など付加価値を高める取組をお手伝いします。

「百年物語」を通じて、  
次なるステージへステップアップ！

### 百年物語プロジェクト

開発からプロモーションまで、企業の皆さまとともに進める「上質の生活シーンを提案する」ためのブランド構築プロジェクトです。「これからの百年も大切にしたい生活とそのための道具たち」を発信していきます。

食品製造企業の成長戦略、商品開発を  
マーケティング視点で支援！

### 食品ブランド力向上事業

自社のセールスポイントを活かし、マーケットを意識した差別化を目指すために「成長戦略」「商品開発改良」の2つのコースを開設し、県内企業のブランド力の向上をお手伝いします。

企業戦略から商品開発、プロモーション活動まで、  
幅広く「デザイン視点」で後押し！

### Design LAB (デザイン・ラボ)

専門家や県内のクリエイターによる相談対応、製造業とデザイナーとのマッチングなど、様々なメニューをデザイン視点で展開します。

新たな価値の創造に  
チャレンジ！

### ニイガタIDSデザインコンペティション

「持続可能性の追求」「多様性の尊重」「エシカル消費への対応」をキーワードに、作り手の思いやこだわり、企画から生産、販売までのプロセス、そして社会へのコミュニケーション等の視点から審査を行い、社会・経済・環境などへ対応した魅力的な商品・サービスを評価します。



## 展示会 出展 レポート

2月に開催された展示会に、県内企業と共同ブースにて出展しました。

出展にあたっては、感染症対策に努めるとともに、出展する企業の意向も踏まえながら取り組みました。その模様をお知らせします。

### 東京国際・ギフト・ショー春2021

- 会期 2021年2月3日～5日
- 会場 東京ビッグサイト
- 来場者数 94,335人(併催展示会との総計)

「百年物語」商品の新規販路開拓とメディアへ向けた情報発信を目的に、県内企業3社と出展しました。当展示会において、NICOブースはブースデザイン賞を受賞いたしました。



### スーパーマーケット・トレードショー2021

- 会期 2021年2月17日～19日
- 会場 幕張メッセ
- 来場者数 26,385人

国内最大級の食品見本市「スーパーマーケット・トレードショー」に県内企業34社と出展し、県産食品の情報発信・販路拡大に取り組みました。



## 課題解決に役立つ支援メニューや各種相談窓口をご案内します

詳しい内容は [→NICOホームページ](#) をご覧ください

新技術開発や新製品開発のための  
資金調達を支援!

### イノベーション推進事業

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組に対して、必要な経費を助成します。

将来の事業化に向けた  
新たな研究開発へのチャレンジを応援!

### 次世代産業チャレンジ研究会事業

テーマ別の研究会を設置し、5～10年先の産業創造に向けた県内企業の新たなチャレンジを支援します。

企業のDX(デジタルトランスフォーメーション)推進に向けた製品・サービスの開発を資金面からサポート!

### DX推進試作開発支援事業

付加価値の高いビジネスモデルの創出と関連産業への県内企業の参入促進を図るため、5Gを活用する製品・サービスや、AI・IoT等を活用したシステム、ロボットの本体又は周辺機器の試作開発に要する経費の一部を助成します。

### NICO総合相談窓口

素朴な疑問から経営上の課題など、様々なご相談に対応します。NICOを活用してみたいとお考えの場合は、まず、総合相談窓口までお気軽にお問い合わせください。



TEL.025-246-0025 FAX.025-246-0030  
営業時間 9:00～17:30(土日祝・年末年始を除く)  
E-mail info@nico.or.jp ホームページ <https://www.nico.or.jp/>

### 機械要素技術展

- 会期 2021年2月3日～5日
- 会場 幕張メッセ
- 来場者数 8,558人(併催展示会との総計)

県内企業の優れた製品・技術を総合提案し、新規取引先の開拓を図るため、県内企業13社と出展しました。



### にいがた技術フェアonline2021

- 会期 2021年2月1日～12日
- 出展企業数：56社

機械要素技術展への出展に合わせて、新潟のものづくり企業と全国の皆さまとをマッチングするイベントをオンラインで開催しました。



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

「光を通して新しい世界を!」を目標に、微細なレーザー穿孔加工技術に特化した事業を手掛けるワイヤード。独自に開発した技術とノウハウにより、各種フィルムや金属箔、電極などへの高速レーザー穴あけ加工を実現している。



昨年12月に導入したGHSシリーズのロールtoロール連続高速加工機。1200mm幅アクリル樹脂フィルムへの穿孔加工を行う量産機を作るための試作機で、お客様にデモンストレーションを行っている。



## レーザーによる微細な高速加工技術で 新たな世界をつくる

### 独自の光学システムを開発し 連続高速穴あけ加工を実現

ワイヤードは、フィルムをロールで送りながらレーザーによる高速かつ微細な穴加工を可能とする「ロールtoロールレーザー穿孔加工」の技術開発を主力とするベンチャー企業だ。

2014年から戦略的基盤技術高度化支援事業(サポイン)を活用し、ロールtoロールレーザー穿孔加工装置の開発改良を進めてきた同社。さらに、2016年頃からは独自の光学システム「GHS(Grand Helical Scan)」の開発に取り組んだ。「GHSは世界でも当社しか持たない技術で、特許も取得しています。従来の光学システムと比べ、約100倍のスピードで精度の高い連続穿孔加工ができるため、今まで用いられなかった分野での活用も可能になりました」と外山代表は語る。

### リチウムイオン電池の 高容量化に向け産官学で研究

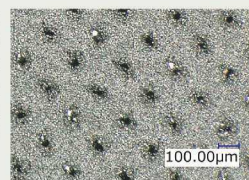
GHSの開発で、より高精度・高速化を実現したレーザー穿孔加工は、フィルム以外の素材にも適用されている。その一つがリチウムイオン電池の電極。近年、リチウムイオン電池の用途が拡大し、高容量化のニーズが高まってきたことから、山形大学や長岡工業高等専門学校、新潟県工業技術総合研究所などとの共同研究で、電池の容量を引き上げるために必要な、微細な穴あけ用レーザー加工技術の開発に取り組んだ。「解決しなければいけない課題が同時にいくつも出てきて、一つ一つクリアするのが大変でした」と外山代表は話すが、取り組みの結果、従来の約10倍の高容量化に成功した。

2019年には量産機として穴あけ用レーザー加工装置を納入し、現在は大手企業を主体に、様々な加工テストや量産を目指した開発が進んでいる。

高速穴あけ加工による描画加飾を行ったフィルム。光を当てると描画された箇所が鮮明に浮き上がる。



電極への穴あけ加工例。高速レーザー穿孔加工装置の開発により、直径10μm(0.01mm)の微細な穴あけ加工が可能になった。



### ロールtoロールレーザー加工の 技術力と価値を高めたい

2019年からシリコン系の新しい電極の実用化に向けた検証に、NICOの次世代産業技術創出支援事業を活用している同社。未知の分野の開発はリスクも大きいことから、資金の補助や助言、技術的な支援機関の紹介などを行うNICOのバックアップは非常に心強いという。

「GHSとロールtoロールレーザー穿孔加工のノウハウは、日本では間違いなく当社にしかないので、この技術で一つのプラットフォームを作っていきたい。そのためにもこの技術をしっかりと価値のあるものに高めていくことが重要だと思っています」と外山代表。技術開発ベンチャー企業としての誇りを胸に、これからも技術革新への挑戦を続ける。

「当社は技術開発ベンチャーなので、技術力を高め、その用途を広げることによって特化していきたい。そこに価値を見出してくれるお客様と、新しい世界を作りたいと考えています」(外山代表)。

## 株式会社ワイヤード

代表取締役 外山 達志 氏

〒955-0861 三糸市北新保2-4-15  
TEL.0256-47-1255 FAX.0256-47-0930  
URL <https://wired.jp.net>

NICO支援メニュー  を活用!

次世代産業技術創出支援事業

次世代を担う新たな産業創造のため、国等の競争的資金の獲得を目指す県内中小企業が大学・試験研究機関などと連携し、新技術の開発前段階で実施する先行研究、事業可能性調査などに必要な経費の一部を助成する。



## 健康医療ビッグデータを活用。新潟を健康寿命日本一に

アイセックは「新潟県の健康寿命延伸に寄与する」ことを目標に掲げ、2019年に設立された、新潟大学発公認第1号となるベンチャー企業だ。健康医療ビッグデータと医学的な知見を融合し、社会課題解決モデルで健康寿命を延ばす社会づくりを目指している。

### 医学部教授との思いが一致し 新たな起業を決意

木村代表は15歳のときに恩師をがんで亡くした体験をきっかけに、与えられた寿命を最期まで健康に過ごせる社会を創りたいとの思いを強く持ち、健康支援の仕事に従事。その後東京で起業し、企業の健康支援コンサルティングやオンライン診療モデルなどを手掛けてきた。事業が軌道にのり、改めて医学を学ぶことを決意した木村代表は、新潟大学大学院医歯学総合研究科(修士課程)に入学。「これまでの経験から、健康政策は全国一律ではなく、地域や企業ごとの課題を正しく分析した対策が必要であり、医学的エビデンスを基に現場の課題を解決したいという思いがありました」。そうした意思を同大学の曾根教授に相談したところ、教授が持つさまざまな知見や膨大な医療データを新潟県民に還元したいという考えが一致し、ともにアイセックを設立することになった。

### 3つの事業を柱に地域に根差した 新たな健康づくりを支援

同社は新潟県民の健康寿命日本一に向けた健康支援策が重要と考え、3つの事業を柱としている。

1つめは「健康医療データ分析

EBPM<sup>(※)</sup>支援」だ。「これまで医療保険者(自治体・企業健保)が収集する健康医療データは集計・レポート納品に留まり、有効活用されていなかった。そこで新潟大学医学部と共にデータ分析を担い、医学的エビデンスに基づいた効果的な対策を支援する体制を作りました」。現在、新潟市との連携で市民の健診・医療・介護データ約650万件を匿名化して分析し、その結果を基に健康増進につながる行動変容の提言を行っている。

2つめの「健康教育事業」は、企業や学校に向けてeラーニングで研修を実施。県のアフターコロナを見据えたイノベーション創出支援事業に採択され、オンラインによる健康教育の実証事業を開始した。

3つめの「他市場データ連携支援」は、健康・医療業界以外の市場にデータを活用してもらうことで、社会全体で健康づくりの仕組みを作ることが目的だ。現在は菓子メーカーにデータを提供し、商品開発やプロモーションなどに活かしている。

### “Niigataモデル”を確立し 日本、世界へと広げたい

新潟で築いた健康支援モデルを他の市町村へ広げ、最終的にはASEANほか世界の国々で活用してほしいと語る

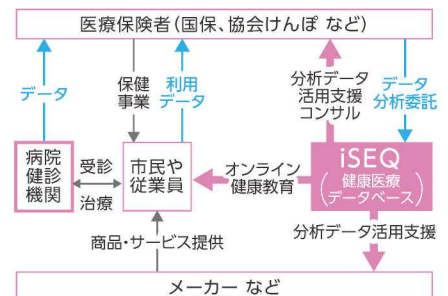
### ここがポイント

- ✓ 医学的エビデンスに基づく解析データを社会全体で活用する仕組みを構築
- ✓ 地域ごとに異なる課題を分析し、より効果的な健康支援へつなげる

木村代表。「新潟県においてエビデンスに基づく健康づくりにコミットして、“Niigataモデル”を確立したい。10年以内に新潟県を健康寿命日本一にすることが、直近の私の使命だと思っています」。新潟を起点に、健康格差のない持続可能な社会づくりに貢献していく。

※EBPM(Evidence-based policy making: 根拠に基づく政策立案)

### 健康医療データ活用イメージ



アイセックが目指す健康医療データの循環モデル。これまで関係者の中だけで活用していた健康医療データを、より消費者に近い市場で循環させることで、日常生活の中から自然と健康になっていく風土を創出する。



新潟大学医学部内科の曾根教授が取締役CMOを務めるほか、多くの新潟大学教員が参画。蓄積された研究成果やデータを事業に活かしている。

## 株式会社アイセック

代表取締役 CEO 木村 大地 氏

〒951-8121 新潟市中央区水道町2-5932-165  
TEL.025-367-9264 <https://iseq.co.jp/>

県内企業が開発した優れた商品 & 技術をご紹介

# メイドイン新潟's コレクション

Made in  
Niigata's  
Collection

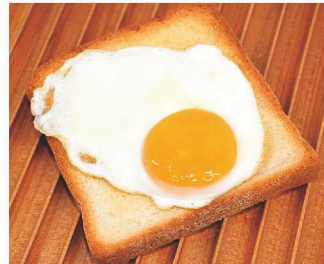


## グルテンフリー【コシヒカリパン】

子供に大人気! 食パンと同じサイズの米粉パン

長岡市で栽培する自社のコシヒカリと菜種油を使用し、一斤ずつ丁寧に作る米粉パンです。他にはないコシヒカリの甘味や香りを感じてもらえる米粉パンで、小麦粉の食パンと同じ大きさのパンを作ろうと開発に着手。試作を1年半ほど重ねてようやく完成しました。添加物はパンの発酵に欠かせない「イースト菌」のみを使用。余計なものを入れず、素材の味を生かしてできたコシヒカリパンはお子様にも大人気。コシヒカリ100%使用だからこそ味わえる、自然な甘味をお楽しみください。

目玉焼きがのる大きさの米粉パンです。お好みの具材をトッピングするのもオススメです! 自社ネットショップ限定で販売しています。



【米・菜種】は100%自社栽培! 種まきから収穫までを自社で手掛けている。小麦・乳製品を持ち込まない工場で製造しており、安心してお召し上がりいただけます。

米粉パンには向かないと言われるコシヒカリですが、アレルギーをお持ちの方もそうでない方も、家族みんなで同じものを楽しんでもらうために、食パンと同じ大きさの美味しい米粉パンにこだわりました。



### 株式会社中村農園

〒940-2033 長岡市上除町甲3668  
TEL.0258-46-4275 FAX.0258-94-6388  
E-mail nakamuranouenkomekopan@gmail.com  
URL <https://hikaribread.theshop.jp>

[ ネットショップ ]



## PU.LE.LA® milk cup

美味しい牛乳をさらに美味しく...

阿賀野市は、日本最北端の瓦産地です。また、新潟県酪農発祥の地でもあり、乳業が盛んな地域です。

PU.LE.LA® milk cupは、牛乳を更に美味しく飲んでもらおうと開発しました。牛乳を注ぐと内側の独特の表面から細かい空気の粒子が広がることで、甘くまるやかになり、濃厚さが増すように感じます。牛乳パックのイメージカラーと思われる白と青を基調としたデザインと、収納しやすいように積み重ね出来るのが特徴です。

NICOクラブ会員

### 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  
E-mail marumi@amber.plala.or.jp  
URL <https://marumikawara.com/>

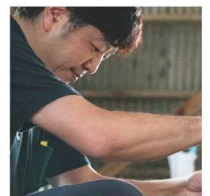


牛乳をいかに美味しく飲めるか試行錯誤。粘土配合から考え、可愛らしく仕上げました。

グラスと飲み比べて不思議体感を!



牛乳はもちろん、コーヒーやお茶、お酒やお水でも口当たりの変化をお楽しみいただけます。よく乾かしたカップに注ぎ、1~2分置いてから飲むのがポイントです。



取締役 企画開発室長 遠藤さん

# つばさ税理士法人は 事業再構築を全力で支援します!

新潟県内  
トップクラスの  
補助金採択率!

事業再構築補助金では「合理的で説得力のある」事業計画の策定が求められますので、マーケティングや数値計画の策定が重要です。つばさ税理士法人では補助金申請サポートだけではなく、再構築のためのマーケティング及び事業計画作りまでお手伝い致します。

事業継続・発展のため  
新たな一歩を踏み出しましょう

## 「つばさ会計流! 事業再構築塾」を開催

つばさ税理士法人では、実践形式のマーケティングや数値計画策定のいろはを習得するゼミナール(全5回)を開催します。

第1部 マーケティング部  
3/22日 3/29日  
4/5日

第2部 数値計画策定部  
4/12日 4/19日

申込や詳細は、  
公式LINEアカウント「ツバサボ」で  
告知いたします。

@299ywrnk



代表・税理士 山田 真一

●全回時間は10:00~12:00を予定しています。●内容は全て異なります。●会場(県央ランドマーク)参加とオンライン参加を選択いただけます。●後日、動画を配信します。●成果発表大会の開催も予定しております。

事業再構築補助金とは…ポストコロナ・ウィズコロナの時代の経済社会の変化に対応するため、中小企業の思い切った事業再構築を支援することで、日本経済の構造転換を促すことを目的とした今年の日目となる補助金です。

補助金額  
最大  
1億円

補助率  
1/2~3/4

Be a ChangeMaker  
つばさ税理士法人

つばさ税理士法人 経営支援室  
〒959-1234 燕市南7丁目17番9-5号 県央ランドマークANX2-B  
TEL 0256-61-5810 FAX 0256-64-2964  
E-mail tsubasa.anx@gmail.com HP <https://www.tsubasa-ac.jp/>

事業再構築補助金の  
解説動画はこちら ▶



## 事業承継を成功に導く

# 将軍の日

累計427名が参加!

事業承継は、おおよそ5~10年の期間を要します。

成功させるための秘訣は、ポイントを押さえて  
計画的に進めることです。

将軍の日では、専門スタッフが1社に一人付き、  
じっくりお話をお聞きしながら  
事業承継計画の策定をサポートします。

### 承継までに準備することが明確になります

- ▶ いつ承継するのか?
- ▶ 誰に承継するのか?
- ▶ 後継者・幹部は育っているか?
- ▶ 後継者と周囲の関係は良いか?
- ▶ 承継後も事業が継続できるか?
- ▶ 売上・利益はどの程度必要か?
- ▶ 不要な財産は処分すべきか?
- ▶ 株の承継はどう進めるのか?

毎月開催! 9:30~15:30 (受付9:00)

開催日時 4/15(木)、5/14(金)

先着3社! 1社2名様まで50,000円(税別)

会場 小川会計ビル研修室(新潟市東区豊2-6-52)

お問合せ 株式会社小川会計コンサルティング TEL.025-271-2212

お申込み画面は  
QRコード読みで  
確認できます▶



(株)小川会計コンサルティング (税)小川会計 新潟異業種支援センター事業協同組合 TEL 025-271-2212 FAX 025-271-2224  
(本店)新潟市東区豊2丁目6番52号/(亀田支店)新潟市江南区亀田緑町3丁目2番8号/(中央支店)新潟市中央区上所中1丁目8番17号

人材育成に取り組む  
中小企業の皆様へ

社員と会社の  
成長を促す研修が  
ここにありません。



企業の原動力を刺激する

# 中小企業大学校

開講にあたりましては、受講者の皆様への感染防止を第一に考え、  
ソーシャルディスタンスの確保、施設の換気や消毒等の安全対策を施し、研修運営をいたします。



独立行政法人 中小企業基盤整備機構  
中小企業大学校 三条校

全国で企業経営に役立つ研修を開催中!  
資料請求はこちらから。お気軽にお問い合わせください!

三条校

検索



独立行政法人 中小企業基盤整備機構(略称: 中小機構)は、国の中小企業政策全般にわたる実施機関として、中小企業・小規模企業の皆様に、様々な支援策やサービスを提供しています。

NICO press 2021 4 5 vol.175 2021年3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。