

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.197

特集

成長へのヒント！ デザインコンペの 活用方法



巻頭インタビュー

株式会社ハーズ実験デザイン研究所
村田 智明 氏



事例企業

- ▶一菱金属株式会社
- ▶オークス株式会社
- ▶有限会社不動軸

連載

[NICO支援メニュー活用企業]
株式会社叶味家

[Niigata モノ・コト 創造人]
農家民宿うしだ屋
牛田 光則 氏



2024

2025

12・1

新潟の企業にはブレイクスルーしてほしい。 それを掴むきっかけがIDSにはあると思います



商品・サービスを作り上げていく中で、デザインコンペティション(アワード)への挑戦は様々なメリットをもたらしてくれる。NICOでは1990年から「ニイガタIDSデザインコンペティション」を毎年開催し、新潟発のブランド構築に向けた支援を行ってきた。改めて、デザインコンペを事業展開の中で活用するためのポイントや、これからのモノづくりに必要な視点などについて、IDSコンペ2025の審査委員長でもあるハーズ実験デザイン研究所の村田氏に話を伺った。

株式会社ハーズ実験デザイン研究所/ METAPHYS

代表取締役 村田 智明 氏

■ ニイガタIDSデザインコンペティション2025 審査委員長

大阪公立大学客員教授。JIDA理事。大阪デザインセンター理事、エコデザインネットワーク理事。大阪市立大学工学部応用物理学科卒業。1986年ハーズ実験デザイン研究所設立。デザイン思考から企画開発をサポートするシンクタンクとして知られ、プロダクトを中心に国内外のデザインアワードで200点以上受賞。地域振興プロデュース業務にも数多く携わるほか、「ソーシャルデザイン」という言葉を生み出し、社会性を持ったデザインの啓蒙に尽力している。著書に『問題解決に効く行為のデザイン思考法』『感性ボテンシャル思考法』『バグトリデザイン』などがある。

35回も続く地域デザインコンペは 国内でも価値ある存在

ニイガタIDSデザインコンペティション(IDS)は2025年で35回目の開催になります。実は、日本でこれほど長く続いている地域のデザインコンペは少ないです。行政が実施する事業は3年単位、伸びても5年で終了になることがほとんどです。そうした中で継続することの重要性を理解して取り組んできていることは立派だと思います。IDSを通して産地の特徴、地域性を前面に出し、新潟県としての発信が出来ているのは素晴らしいことです。

IDSの良いところは「出口がある」というところだと思います。市場投入という出口までへの想定がないデザインコンペは世の中に多くあり、アワードを貰っても、結局マーケットで失敗する例があります。それはいいデザインの商品が出来ても、販売戦略や情報発信、ブランディング、さらにはメンテナンスサー

ビスなど、販売したその先のことまで考えられていないからです。IDSでは作り手、売り手、買い手を代表する審査委員たちが自身の経験をもとにアドバイスし、それが企業へフィードバックされます。自社だけの知見でものづくりをするよりも、多くの人の意見を聞くことで、成功率は上がります。実際、審査委員のアドバイスを加味した結果、すぐく売れたという事例は多いです。受賞を広報すると、バイヤーさんが興味を持って買おうと思ってもらえる。デザインコンペにはそうした効果もあります。

商品、そして社内体制も ブラッシュアップできる機会

IDSでは挑戦しても賞を獲れなかった場合、商品をさらにブラッシュアップして再度挑戦する企業も多いです。他の出品作を見て、なぜ自社は入選しなかったかを考えることは大きなヒントになります。意見交換会に参加される

方々は、審査委員から直接話を聞くなど皆さん真摯で、真面目です。だからこそ私たちもしっかり向き合ってアドバイスします。

審査員との対話は必要だと考えていて、コメントバックだけでは伝わらない部分もあります。そこで、2024年のIDSでは、試行的に個別相談会を行いました。あとひと息で受賞するだろう、もう一步踏み込んだら大成功するだろう、と感じた企業に対して行ったのですが、その中から商品のブラッシュアップに取り組んで、間もなく良いものを発表してくる会社もあります。そうした事例から、アドバイスを取り入れて行動することでレベルアップできるという流れが分かっていたいただけるかなと思っています。

相談会後のブラッシュアップについては、企業が別途デザイナーと契約して有償で行いました。日本の中小企業全体がそうなのですが、OEM体質で自社ブランドを進めていく際に様々な費用が必要であることに慣れています。OEMはデザインも設計も素材も

ロゴも先方から指定が来る。一方、自社商品になるとデザインもネーミングにもお金がかかります。さらに、Webサイトの立ち上げや、もっと言えばお客様コールセンターだって必要になることもあります。しかし、多くの会社はそこまで整えられていません。それもあって2025年のIDSでは商品単体だけでなく、企業がブランディングの面も組み立てているかという総合的な点にもフォーカスしていきたいと考えています。

課題解決型デザインで 新潟のモノを世界スタンダードに

私は今、日本のものづくりに危機感を感じています。中国・アジアの企業や行政との仕事が増えていますが、対応や開発のスピードが格段に違う。企画から市場投入までがものすごく早いです。インド人の経営者も、話を早く進めたいのに日本人は遅すぎると話していました。日本のGDPはもう30年近く伸びておらず、世界にどんどん離されている状況です。

例えば、新しい商品をこの路線で売りたいと判断をしても、スタートを切らないうちに半年が過ぎ、気づいたら似たようなものが発売され「やっぱりやなくてよかったね」と胸をなでおろしている。その繰り返しでは発展はないです。商機を逃した、もっと早くやれば、と思うべきなのに。そうしたループに陥っている企業は新潟にもあると感じます。

中国は模倣する印象もあったと思いますが、今は変わってきて、国を挙げて「デザイン思考」を学んでいます。例えば、新幹線なら狭義のデザインだけでなく、通路を歩くヒールの音を消すにはどうしたらいいか、座席の背もたれを倒すとき、後ろの人が開いているパソコンに当たらないようにするにはどうしたらいいか、といった細かいバグ（不便さ）を徹底的に解決していく課題解決型デザインにシフトしています。

2024年7月には、中国の蘇州にハーズ実験デザイン研究所が手がけたプロダクトを展示し、「行為のデザイン」に焦点を当てて解説する博物館がオープンしました。先日は中国山東省で行われた「世界工業デザインカン

ファレンス」で「行為のデザイン」について説明しましたが、中国だけでなく世界が課題解決型のデザイン思考に注目しています。これを技術基盤がある新潟の企業を取り入れ、根本から課題を解決することが商品開発の基本だと理解すれば、もっと新潟は伸びます。

近年、日本はガラパゴスだなと感じます。世界のアパレル業界ではいわゆるマイクロプラスチック系の素材を扱わなくなり、ドイツでは完全無包装に向けた動きもあります。世界の文化が変わってきているのに、日本はそのままのことが多いんですね。今また新潟が世界を見て、発想を切り替えた商品を作り、新潟から日本を変える。その一つのきっかけが、IDSにはあると思います。

コンペへの出品は、もう一度客観的に自社の強み、売り方、機能、ターゲットなどを見直す機会ですし、年に1度のIDSを活用してブラッシュアップすることは意味があると考えます。新潟の企業にはブレイクスルーしてほしい。そのためにどうしたらいいのか、それが今年のIDSのテーマだと思っています。

行為のデザイン博物館

中日（蘇州）地方発展協力モデル区の青苔国際工業設計村に、中日工業デザインセンターによって開館した博物館が常設オープンした。村田氏が代表を務めるハーズ実験デザイン研究所がプロデュースした製品を展示し、「行為のデザイン」という実験的デザイン手法や、プロダクトに対するデザイナーの視点、課題解決の手法を解説、ビジュアルだけではなくデザインの思考法を啓蒙している。



▶ POINT 1

デザインコンペは、審査委員からのコメントや対話によるフィードバックで商品、サービスを客観的な視点でブラッシュアップできます。

▶ POINT 2

IDSでは、商品開発だけでなく、その先の販売戦略やブランディングなど、社内体制等もトータルに考えることを視野に入れています。

▶ POINT 3

世界のものづくりの標準やスピード感を知る。社会貢献の視点も持って、課題解決と共にデザイン要素をしっかり織り込む努力がヒット商品につながります。

コンペはブランドの方向性や プロダクトのストーリーを 明確に示し可能性が広がる場

2016年発売の「すくいやすく注ぎやすいレードル」や台所道具のオリジナルブランド「conte(コンテ)」シリーズが、国内外のデザインコンペで入賞を果たしている一菱金属。自社ブランドの構築を模索する中で、デザインコンペは方向を定めていくきっかけ、そしてトレーニングの場にもなっていると、同社の江口氏は振り返る。

「道具作りは1つ1つディテールの積み重ねです。隙間なくやり抜くこと、商品のクオリティを上げることを大切にしています。」と話す江口氏。コンペでの経験は自分たちの可動域が広がる印象で、次の展開につながっているという。大事に作られた道具たちが伝えられる機会となる展示販売会へも積極的に参加する予定だ。

NICOクラブ会員

一菱金属株式会社

conte事業部 江口 広哲 氏

燕市燕21-1 TEL.0256-63-7211 URL <https://www.ichibishi.jp/>

ターニングポイントになった レードルのIDS準大賞受賞

1970年の創業以来、主にステンレス製の業務用厨房用品の開発、製造を手掛けてきた一菱金属。2016年からは台所道具ブランド「conte」をスタートし、美しく、機能的な道具が広く支持を集めている。そのプロジェクトを手掛けているのは同社の江口広哲氏だ。ブランド立ち上げは、会社の未来を考えての挑戦だったと話す。「昔から業務用の厨房用品は、問屋さんを通して販売しています。ただ資材費や工賃などが上がっても、メーカー品が一堂に載るカタログから伝わる相場感もあって、価格を周りに合わせる現状があります。メーカーとして適正価格でやれる環境をつくらなくてはいいけないと、2010年頃から考えていました」。

しばらくは模索の時期が続いた。「自分たちだけの強みがあり、他の人

ができないことをやろうと思い、椅子張り職人と組み、アート活動からのアプローチも試しました。しかし考えていくと、やっぱり自分たちはステンレス加工が得意で、それを活かすには水回り用品になるのです」。そこで視点を業務用から家庭用に移してみると、調理道具ブランドには長く続いているものが少ないことに気が付いた。

家庭向けブランドの構想が動き出した同時期、江口氏が参加していた燕三条のモノづくりプロジェクトを通して、東京のフランス料理のシェフからレードルの開発依頼が舞い込んだ。機能性を追求したデザインの「すくいやすく注ぎやすいレードル」は、ニイガタIDSデザインコンペティション(IDS)2016のIDS準大賞を受賞し、海外アワードでも入賞した。現在も販売が続く人気アイテムになっている。「自社で直接販売した最初の商品です。IDSでの受賞は当社にとって、ターニングポイントの一つかもしれません」。

審査員や出品者と 直接話ができることは大きい

conteは、燕の職人の手で作り、長く支持される道具を送り出すことを目指し、アドバイザーとして日野明子氏、プロダクトデザイナーには小野里奈氏を迎え、共に立ち上げたもの。第1弾商品の「まかないボウル」は、縁が巻かれていない、縦長で重心が安定したデザインで、衛生面や使用感、見た目において、従来のボウルより秀でた特徴を持たせている。この商品はグッドデザイン賞、IDS賞のほか、世界三大デザイン賞のレッド・ドット・デザイン賞、iFデザイン賞では最高位のGOLDを受賞した。「海外のアワードに挑戦したのは、世界的に評価されるバックボーンを持った審査員たちに、商品がどう映るのかが知りたかったから。受賞の評価も相まって、まかないボウルはconteの代表作の一つになったと感じています」。国際的に権威あるコンペ



まかないボウル／丸バット／平ザル



おてがる料理トング



やくさじ

台所道具ブランド 「conte」シリーズ

現在7アイテムを商品化し、おてがる薬味トングはIDS準大賞(2023)、おてがる料理トングはIDS審査委員賞(2024)を受賞している。開発には長い時間をかけていて、トングは構想から4年、やくさじ(計量スプーン)は3年半で商品化にこぎつけた。conteは北米や欧州、韓国等で商標登録している。



各製品は国内外のデザインコンペに入賞。初めての海外アワードの入賞は「すくいやすく注ぎやすいレードル」(レッド・ドット・デザイン賞/2017)。



2024年にはオファーを受けて愛媛県のギャラリーで conte ブランドの個展を開催。影響力のあるキュレーターが推薦することで来店者が購入し、その先もクチコミで販売につながる。雑誌への掲載依頼も多く、2カ月に1回程度のペースで続いているという。

2020年に完成した社屋・燕デザインスタジオ。出荷・本社機能のほか、ショールーム、イベントスペース、ショップ(限定営業)としての顔も持ち、コミュニケーション空間となることを目指した。建築への評価も高く、グッドデザイン賞、ウッドデザイン賞、iFデザイン賞などを受賞。



で第三者の評価を得ることは、知名度向上や差別化、知財面での防衛策としても有効だと考えている。

一菱金属は定期的にIDSに参加してきた。その良さを江口氏は、審査員である各分野の有識者や出品者と意見交換できることだと話す。「どの辺が評価されたのか気になりますし、中には“この商品は、あのお店に合うのでは”と販売について具体的なアドバイスをくれる方もいました。審査いただいたベースがある中での対話があることで、得るものが違ってきます。また、出品者とお互いの商品を説明し合うというのも貴重な機会です。審査対象の商品のみならず、経営のことにも話がおよび、つながりが生まれる。それが直接、自社商品に反映される訳ではないのですが、例えるなら筋トレをしている感

じ。当時の対話が結果的に役立っている部分はあると感じます」。

モノづくりへの思いや工夫を 言葉にして伝えるということ

グッドデザイン賞やIDSはアーカイブが残っていくこともメリットだと江口氏は話す。「法的根拠はないのは分かっていますが、当社の実績として記録されることで、知財保護のエビデンスとしての機能や、国内外に発信できるプロモーション的な意味合いはあると考えています。また、グッドデザイン賞をきっかけに、日本デザイン振興会からお声がけをいただいて、立教大学大学院ビジネスデザイン研究科の「デザインと経営」をテーマとした集中講座で事例を

紹介しました。そうした新たなつながり、展開が生まれるのも面白いです」。

conteシリーズは独自で販売ルートを開拓し、セレクトショップや器専門店、ギャラリーなど、一般的な小売店ではない場所で取り扱ってもらっており、そこでもコンペの参加経験が活かされている。「エントリーする際には、企画に至った背景や、製造工程や仕様を最適解とした説明をまとめるのですが、そうすると売り場でも伝えたいことが多く出てきます。だからこそ、その価値をしっかりと伝えられるような売り場で展開しています」。

自社ブランドは現在、売上全体の2割を占めるまで成長した。独自の販売ルートにより原価を上げることができ、クオリティも上げられるという。「関わってくださっている工場や職人の皆さんが気持ちよく仕事ができる環境というのが、少しずつ実現できています。どの道具も、世の中にすでに沢山モノがある中で、愛用品になるには使い心地も大切ですし、5年、10年経っても、見た目も色あせることなく使い続けられる台所道具を目指していきたいです」。

POINT

- 審査員や出品者との意見交換は、新たな気づきやつながりを得るチャンス。
- アワードのアーカイブを自社商品のブランド発信の一つと捉える。
- エントリーで言語化した企画開発の意図や製品の価値等を販売のシーンに活かす。

手軽にぬか漬けを楽しめる 「ぬかどこボックス」が高評価。 世の中になかったアイデアを形に

「作り手側」ではなく「使い手側」の目線に立ったアイデアとデザイン性を兼ね備えた商品開発やプロモーションにより、市場やユーザーから高い評価を受けているオックス。ニイガタIDSデザインコンペティション2024に入賞した「ぬかどこボックス」は展示会でも高く評価され、多くの反響を呼んでいる。

「東京インターナショナル・ギフト・ショーで2つも賞を取ったと聞いて、最初は信じられませんでした。これからも、ちょっとした感動を使う人に与えられる商品づくりをしたいです」(深澤リーダー・写真左)。「これまでコンペに参加する優位性がよく分からないというのも正直あったのですが、今回のIDSコンペで良い効果を得たので、また挑戦していきたいです」(近藤課長・写真右)。

NICOクラブ会員

オックス株式会社

開発部 広報PR課 課長

近藤 貞敬 氏

開発部 商品開発課 リーダー

深澤 孝良 氏

三条市島田2-8-3 TEL.0256-35-1211 URL <https://www.aux-ltd.co.jp/>

アイデアとデザインが 融合した自社開発商品が強い

キッチン雑貨などの家庭用品と住宅設備用品の企画・開発・設計を手掛けるオックスは1946年に創業。生産設備を持たないファブレス企業として、主に燕三条のメーカーと協力し商品開発を進めている。長年量販店への商品販売を主力としていたが、海外製品の台頭により2008年頃からオリジナル商品の企画開発に主軸を転換。「UCHICOOK」「Leye(レイエ)」などキッチンツール主体のブランドを立ち上げ、「計量みそドラー」「ゆびさきトング」など数々のヒット商品を生み出してきた。「使い勝手の良さ、デザイン性、世の中になかったアイデアにとことんこだわることを一番大事にしていますし、それが当社の強みでもあると思います」と近藤課長は話す。

同社は今年、14年ぶりにニイガタIDSデザインコンペティション(IDS)に

挑戦した。「既存商品の底上げを図り、売上につなげるプロジェクトを2年前に立ち上げました。その中で、商品の認知度を上げるためにIDSに参加することを検討していたのですが、同じタイミングでNICOからも話があり、コンペ提出に向けた準備などのフォローをしていただきました」。

ぬか床処理の手間や困りごとを 解決するこだわりの容器

2024年のIDSに出品した「Leye ぬかどこボックス」は、商品開発課だけでなく営業など他の課の声も取り入れたアイデアから生まれた。「袋入りの発酵済みぬか床が売れているという情報は聞いていました。その中で、それを使った女性社員から、さらに手を汚さずに使いたいとか、水の処理をもっと簡単にしたいという意見も出てきた。そうした視点も取り入れ、使い勝手が良く、ぬか漬けがもっと楽にできる容器を作

ろうということになりました」と、開発の中心となった深澤リーダーは語る。

商品化にあたっては、初めての人でも気軽にぬか漬けに挑戦できるように、使いやすさをとことん重視した。まず第一にこだわったのが、ぬか床の水処理だ。ぬか床には塩分が含まれているため、野菜を漬けると浸透圧によって野菜から水分が出てしまい、それをキッチンペーパーで吸い取るなどの手間があった。そこで容器を二重にし、内容器に水抜き穴を設け、余分な水分を外容器に自然に落とす構造を設計。さらに、ぬかが付きにくく、しかも本体に収納できるしゃもじを開発した。「ネイルをしている方や、手が汚れたり匂いが付くのがイヤという方もいるので、ぬかをかき混ぜる専用のしゃもじを付けることにしました」。その他にも、冷蔵庫から出し入れしやすいコンパクトなサイズ感にもこだわった。

こうして試作と検証を繰り返し、約1年半かけて完成。コロナ禍で健康意識が高まり、免疫力を上げるといわれ



Leye むかどこボックス

▶ニガタIDSデザインコンペティション2024 IDS賞

「ぬか床を作るのが面倒」というユーザーの声を受け、市販の袋入り発酵ぬか床1kgが入る容器を設計。コンパクトでありながら、きゅうりを切らずにまるごと1本入れられるサイズも工夫した。蓋も透明なので閉めたままぬか床の状態を確認できる。



内容器底部のスリット穴から、余分な水分が外容器に溜まる二重構造。溜まった水分は、ワンタッチで内容器を外して捨てるだけ。



ボックス内に収まる大きさと表面にWエンボス加工を施した専用しゃもじをセット。しゃもじの先端と内容器のカーブがぴったり合うように設計しているため、ぬか床を底から隅々までしっかりかき混ぜることができる。



時短につながるアイデア、デザイン、使い勝手を追求したブランド「Leye(レイエ)」。「計量みそマドラー」「ゆびさきトング」はオックスの看板商品。



「東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2024」に出展し、コンテスト2部門で受賞。ベストプレス(RoomClip)賞は、日本最大のインテリアSNSサイト「RoomClip」のユーザーの投票によって選ばれた。



「ぬかどこ博士」こと深澤リーダーの解説付きで、野菜や果物などさまざまな素材のぬか漬けを社員みんなで試食する社内イベントを開催。Instagramを積極的に活用し、商品の魅力や特徴を発信している。



る発酵食品に注目が集まったこともあり、2023年1月の発売以来、幅広い世代に好評を得ている。

一番の成果はコンペを通じて さまざまな展開が広がったこと

IDSでは「IDS賞 ライフ部門(ライフ・バリュー賞)」を受賞。「世の中にないもの、ちょっと視点を変えたものを作ることを大切にしているので、審査員から「今までにない考え方の商品で、とてもいいと思う」という言葉をいただき嬉しかったです」と深澤リーダー。「ぬか床を作っているメーカーとコラボして、容器とセットで販売すれば価値も上がるし売上也伸びるのではないかなというアドバイスもいただきました。コラボにつ

いては私たちも考えていたのですが、審査員から言われたことで自信につながりました」と近藤課長。こうした授賞式後の意見交換会で審査員からかけられた言葉も励みになったという。

また、受賞特典として今年9月に出展した「東京インターナショナル・ギフト・ショー」内で行われる「キッチン&ダイニンググッズコンテスト」で大賞、「LIFE×DESIGNアワード」でベストプレス賞と、2部門の受賞を果たす。「ギフトショーの事務局の方から、「2部門受賞するのはすごいこと」と言っていたが、得意先からもIDS賞と、この2つの賞のマークを付けて販売させてほしいという話をいただいています。受賞をきっかけにお客様にも商品を提案しやすくなりましたし、実際に注文も見込みの4倍くらい増えました。協力をお願いしている製

造メーカーさんにも、発注が増えることで恩返しができたと思います」。

今回の受賞は販売面での効果だけでなく、社員のモチベーションアップにもつながった。「プロジェクトのメンバーは“がんばって良かった”と実感できましたし、今後の開発の励みにもなりました」と深澤リーダー。近藤課長も「Instagram運用チームも積極的に受賞を発信し、社内広報誌にも掲載して社員全員で喜びを共有しました。また、テレビの取材を受けるなど広報面での効果も出たり、販売数も伸びてメーカーさんにも喜んでいただけた。このようにIDSの参加を通して、さまざまな広がりが生まれたことが、一番良かったことだと思います」と話す。

今後はレシピを監修していただいたフードユニット「ごはん同盟」とともに、春夏秋冬のレシピを開発・公開し、Web記事の発信もしていきたいという。オックスだからできる「使い手側」の目線に立ち、企業理念である“ちょっとした感動”を感じてもらえる商品、持っていることを人に話したくなるような商品を生み出していく。

POINT

- ユーザー側の視点から使い勝手、デザイン、アイデアにこだわった商品を開発。
- コンペ参加を通じて商品の認知度向上や改良につなげる。
- IDSの挑戦と、コンテスト2部門の受賞で、販売や広報にもプラスの効果。

子育て世代や高齢者が抱える 社会課題に向き合い 企業のネットワークで解決

「不動の心と志をもって、社会課題と真摯に向き合う」を指針に設立された不動軸は、子育て中の保護者支援のワーキングステーション開設や、高齢者の困りごと支援などの事業を展開。ワーキングステーションの取組は、ニイガタIDSデザインコンペティション2022の「IDS賞ソーシャル部門」において受賞。従業員のモチベーション向上にも寄与している。

「Co育てワーキングステーション長岡」は、子育て中のお母さんたちが集まり、話をするだけでなく、子育てや手仕事を共にしながら交流できるのが魅力です。仕事だけでなく、興味のある分野の勉強会を企画・開催したり、時折作っているお昼ご飯を、自分たちで食べるだけでなく、作業フロアを提供してくれている水澤電機の社員さんたちにも提供することを検討したりするなど、お母さんたちのアイデアで活動が広がっている点も素晴らしいと思います。(河内氏)

有限会社不動軸

取締役 河内 毅 氏 長岡市新産2-3-1 URL <https://fudojiku.com/>

構想の原点は中越地震の 被災者支援施設から

社会や地域が抱える課題と向き合い、改善・解決するための事業に取り組む不動軸は2021年に設立され、長岡市の水澤電機社長・水澤元博氏が代表取締役を、中越防災安全推進機構の河内氏が取締役に務めている。「社会問題を解決する事業は継続の難しさが課題だと感じていました。そこで、ビジネスとして継続できる形で社会問題に取り組むという方針で水澤氏と共に不動軸を立ち上げたのです。その最初の取組が、ニイガタIDSデザインコンペティション(IDS)に応募した「Co育てワーキングステーション」と「べんりんがーな長岡」の取組でした」と河内取締役は語る。

2022年にスタートした「Co育てワーキングステーション長岡」は、主に未就学児の子育てをしている保護者を対象に、一緒に仕事をしながら子育て

のできる環境を提供することで、孤立の解消や就労機会の提供を図るという取組。この構想の原点は、中越地震の仮設住宅地に開設された「多世代交流館になニーナ」だった。「子どもを連れてお母さんたちが、そこで仕事をしながら活動できる非常にいい環境で、同じような取組を継続してできないかと考えたのです。その頃、私の妻も子育てで家に閉じこもることが多い状況で、いろいろな人と一緒に子育てできる場所が必要ではないかと思い、になニーナの元代表や水澤社長と相談し、始めることにしました」。

IDSでの受賞や メディアによる拡がり モチベーションにつながる

「Co育てワーキングステーション長岡」は、水澤電機が会社内の部屋を提供し、平日の10～14時に開設している。現在は18名の利用者が登録。訪

れる日や仕事をする時間も自由で、子どもたちが遊ぶのを皆で見守りながら、同社が用意した銅線剥きや衣料品の検品などの内職作業を行う。「子どもが幼稚園や学校に行くようになって来られる方もいますし、いきなり仕事に復帰するのは難しいと感じている方が、準備期間として来られることもあります」と話すように、再就職を目指す人のファーストステップの場にもなっている。

数カ月前から通う利用者の一人は、「ここに来ると自分と似たような環境の人たちと顔を合わせられるし、手も動かせるので気分転換になります。子どもも外に出られて喜んでます」と話す。また、「好きな時に来られるし、子どもが夏休みや冬休みの時期は一緒に連れて来ることができるので、すごく助かります」と話す利用者も。ステーションの立ち上げから関わる河内沙苗さんは、「お子さんとこの場に来て、息抜きするだけでもいいと思います。私も子育て中は社会に役立てていないので



Co育でワーキングステーション長岡

▶ニイガタIDSデザインコンペティション2022

IDS賞 ソーシャル部門(ソーシャル・バリュー賞/新潟日報社賞)

この日は4名の利用者がニット製品の検品作業を行っていた。他にも銅線の被覆から銅芯を出していく作業もある。自身の都合に合わせて利用する頻度、作業する時間を決められるため、気軽に利用できることが継続できるポイント。



ステーションの取りまとめ役を務める河内沙苗さん。「子育てに入ると自分のことよりも、全てが子ども中心になってしまいます。この場に来ることで子どもから少し離れ、自分の好きなことにも興味を持ってもらえるのが嬉しいです」。



作業フロアは、仕事中でも子どもを遊ばせたり、あやしたりできる。小学生が小さい子の面倒を見てくれることもあり、安心して過ごすことができる空間が生まれている。

べんりんがーな長岡

地元企業が連携し、高齢者の衣食住に関わる困りごとをサポート。この仕組みを用いて、長岡市内に住む高齢者を訪問する見回りサービスが、長岡市のふるさと納税の返礼品として採用されている。

サポート内容例

- ▶ 平時
 - 買い物の支援
 - 電化製品の設定や修理
 - 家の修繕や故障の対応 など
- ▶ 災害時
 - 地震後の家屋の点検
 - 崩れた屋根の修理
 - 浸水した家屋の整理
 - 食料品や日用品のお届け など



はという感覚があったのですが、ここで多少でも収入を得ることで、社会に関わる感覚や自信にもつながります。ママたちが元気になっていく姿を見られるのも嬉しいです」と話す。

「IDSに応募したのも、賞を受賞することで働く方たちのモチベーションを上げたいと思ったからです」と河内取締役。2022年のIDSでは、「社会をより良くする商品やシステム、サービス」を表彰する「IDS賞ソーシャル部門(ソーシャル・バリュー賞)/新潟日報社賞」を受賞。IDSの審査員からは「何年後かにしっかり事業が成り立っていることが大事。新しい広がりがあったら、またIDSに応募してみてもいい」という言葉をいただきましたと、事業の今後を期待する言葉もあったという。「受賞をきっかけに新潟日報が記事してくれたの

で、広報としての効果も大きかったと思います。最初の頃は口コミや知り合いの紹介で来られる方が多かったのですが、記事を見て参加するようになった方もいて、この何年かで裾野が広がってきています。また、県内の中小企業にこの取組を知ってもらい、賛同していただいたら私たちがノウハウを提供するなど、この事業が他でも広がっていったらと考えています」。

平時から高齢者の困りごとに企業ネットワークで対応できる体制を構築

もう一つの事業「べんりんがーな長岡」は、県の防災産業クラスター形成事業の中で発案された取組。長岡の異

業種の企業がネットワークを組み、平時から高齢者の困りごとや相談にビジネスベースで対応できる体制を作っておくことで、災害が発生した時にも、高齢者が悩みを一人で抱え込まないような仕組みを構築した。「サザエさん」に出てくる三河屋さんのように、地元の企業がご用聞きに伺い、困りごとに対して仮にその企業が対応できなくても、さまざまな企業が集まるネットワークがあれば、どこかに対応をつなげられるということで始めました」。

不動軸は「Co育でワーキングステーション長岡」「べんりんがーな長岡」ともに、事業の継続とさらなる広がりを目指している。「今後、外国籍の方や子育て中のシングルの方、一人暮らしのお年寄りなどが、お互い支え合えるような場所、シェアハウスのようなものができればという話は出ています。なかなか難しいとは思いますが、ちょっとした助けが必要な人たちと支える人たちのコミュニティを築いていけると面白いですね」。多様な人々が支え合う仕組みをどのように構築していくのか、同社のこれからの挑戦に注目していきたい。

POINT

- 社会との関わりが少ない立場にある人々の課題を事業ベースで解決する。
- IDS受賞やメディア掲載を通じて利用者が増加、モチベーションも向上。
- 高齢化社会が抱える困りごとを、地域企業のネットワークで対応する仕組みを構築。



ニイガタIDS デザインコンペティションとは —

**「新潟発ブランド化」を支援する。
今年で35回目を迎えるデザインコンペ。**

本コンペティションは、新潟県で生まれた商品・サービスのデザイン性（意匠の魅力、ならびに設計力）と、社会にもたらす付加価値を評価するコンペです。新潟県が誇る事業者たちの「新潟発ブランド化」に向けた挑戦を支援する取組として、1990年から30年以上の歴史を紡いでいます。



対象商品・サービス

以下の条件を満たす、あらゆる商品やサービスを対象とします。
1者あたりの応募点数に制限はありません。複数商品・サービスのご応募が可能です。

- 企画、開発、製造、いずれかのプロセス（または全て）が新潟県内で行われていること。
- 次のいずれかに該当する商品、サービスであること。
 - ① 今年発売又は、リニューアルした商品・サービス（2024年1月以降に発売）
 - ② 開発中の商品・サービス（2025年12月までに発売予定のもの）

応募資格

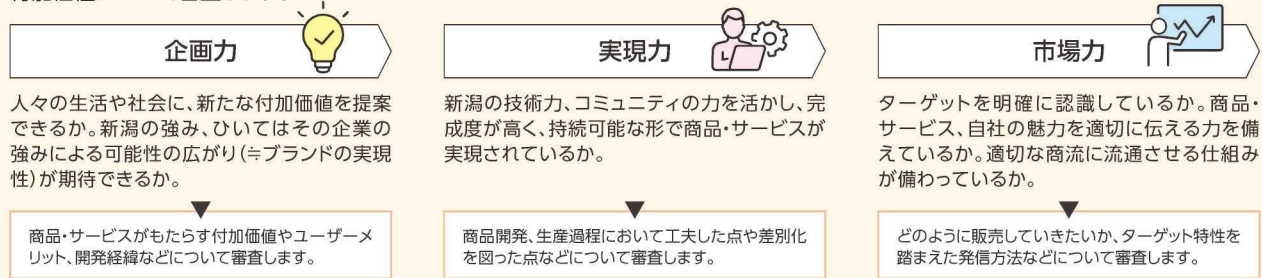
「応募対象商品・サービス」を有する、あらゆる事業者、団体が応募可能です。

応募費用

1点につき 10,000円（NICOによる応募受理後に請求します）

「ブランド化」の可能性を評価する3つの視点（企画力・実現力・市場力）

「新潟発ブランド化」を支援するため、審査委員の多角的な視点を交えながらデザイン性、および応募商品・サービスがもたらす社会的な付加価値について審査します。



賞 (全12点)

- IDS大賞/新潟県知事賞 1点(賞金20万円) 応募の中で最も優れている商品・サービス
- IDS準大賞 1点(賞金10万円) 大賞に次いで優れた商品・サービス
- IDS賞 4点(賞金5万円)
 - ① ライフ・バリュー賞 …… 生活をより良く、価値あるものにする商品・サービス
 - ② パーソナル・バリュー賞 …… 個人の趣味、成長や表現、交流に役立つ商品・サービス
 - ③ プロ・バリュー賞 …… 働く場や社会に提供するものをより良くする商品・サービス
 - ④ ソーシャル・バリュー賞/新潟日報社賞 …… 社会をより良くする商品・サービス
- IDS審査委員賞 6点 各審査委員の視点による優れた商品・サービス(各審査委員1点)

審査委員



審査委員長

村田 智明 氏
(株)ハーズ実験デザイン研究所
代表取締役
(プロダクトデザイン)



審査委員

土居 輝彦 氏
(株)ワールドフォトプレス
monoマガジン編集ディレクター
(パブリッシング)



審査委員

永田 宙郷 氏
(同)ててて協働組合
共同代表
(プランニング)



審査委員

平山 育男 氏
(大)長岡造形大学
副理事長 学長
(建築史)



審査委員

廣田 尚子 氏
ヒロタデザインスタジオ
代表取締役
(プロダクトデザイン)



審査委員

矢島 里佳 氏
(株)和える
代表取締役
(伝統工芸リブランディング)

コンペ応募前後の支援

商品・サービスのセールスポイントを整理

商品デザインラボ「伝え方相談」

百貨店出身の伝え方専門家から
「見せ方・伝え方」のアドバイスを受けられます。
(毎月開催。随時受付中)



Design
LAB



新商品を世に送り出し、販路を開拓

展示会への出展支援

IDSコンペ受賞商品を中心に、日本最大規模の展示会「東京
インターナショナル・ギフト・ショー秋」への出展支援を行って
います。商品デザインラボで「展示方法」まで、きめ細やかに
支援します。



次の商品のアイデアを得る

審査委員との意見交換会

表彰式の後は、出品者のうち、希望者全員が参加できる審査
委員との意見交換会を開催。受賞商品への審査委員コメント
のほか、「次に作るべき商品」のアイデアなどについて、直接ア
ドバイスを受けられます。



お問合せ先 生活関連マーケティングチーム TEL.025-250-6288 E-mail design-c@nico.or.jp

エントリー期限は12月25日! ご応募お待ちしております! 詳細はこちらから: <https://www.nico.or.jp/ids/about>



NEWS PICK UP

NICOの活動情報をお知らせします

「マルチマテリアル研究会」を開催しました。

脱炭素社会の実現を見据え、様々な産業分野で省エネルギー化や輸送
機器の軽量化、多様な資源活用等が求められる中、NICOでは令和5年
度から、異種材料接合技術に係る研究開発に取り組む「マルチマテリアル
研究会」を開催しています。10月4日(金)には、東北大学教授の佐藤裕
氏、芝浦機械株式会社の相原正美氏を講師に迎え、異種金属材料接合
時に生じる問題や最新のトピックの説明、最新の工作機械の紹介、試作
品の展示などを行いました。参加者からは、「共同での研究に関心を持っ
た」「本日の情報を持ち帰って試してみたい」といった声が聞かれました。

研究会は会費無料で参加できます。
ご興味をお持ちの方はぜひご入会ください。

「マルチマテリアル研究会」への入会はこちらから
<https://www.nico.or.jp/sien/seminar/67719/>



アイデアを
形にするサポート

NICO
支援メニュー
活用企業



活用した支援メニュー

県産食品ブランド力向上支援事業(R5)

首都圏を中心とする大消費地で「売れ続ける」商品の開発を支援。流通の専門家からアドバイスを受けながら、コンセプトの検討から商品化、バイヤー向け発表会までサポートを行う。令和6年度からは「食品開発・改良支援事業(ヒット商品開発コース・商品ブラッシュアップコース)」として実施中。



新潟県産米100%使用の冷凍弁当「ご馳走御飯」。病院や工事現場など、夜間に働く人が多い場所で重宝されている。



スーパーマーケット・トレードショーでは、大手企業との出会いや、3日分用意した試食が2日でなくなるなど、予想以上の反響に驚いたという。

株式会社叶味家

新潟市西区山田2310-1 TEL.025-201-2210
URL <https://kamiya3.jp>

代表取締役 長嶋 信司 氏
営業課 主任 宗村 基広 氏

流通の専門家からの アドバイスを元に改良 新潟から全国へ 販路を拡大



「今後はさらに、スーパーなどが日配品を売り切った後の代理商品として、冷凍弁当の需要が見込めるのではないのでしょうか。家庭向けの冷凍食品の一つとして選んでいただきたい」と話す長嶋社長(写真右)。「これなら間違いないと思う商品が、必ずしも売れるとは限らない。自己満足は良くないということを、支援事業を通して感じました」と話す宗村主任(写真左)。

強みである炊飯加工を活かし 5種類の冷凍弁当を開発

仕出し弁当の製造販売を主力に、保育施設や高齢者施設の給食受託、炊飯加工などを手がける叶味家。同社は3年前から冷凍米飯事業に着手し、新たな販路を開拓している。「コロナ禍の影響で仕出し弁当の売上が下がったため、当社の強みである炊飯加工を活かした



豚キムチチャーハン・牛カルビピビンバ・鶏チーズタッカルビ3種の味を楽しむ「ご馳走むすび」。宗村主任が小千谷の「キムチ工房」の手作りキムチに出会ったことが、発案のきっかけだった。求める味の再現には何度も試行錯誤したという。辛さより旨みを追求し、味の違いを明確にしたのがポイント。3種類の肉を使用し、ボリューム感を出した。



1個90gと小ぶりのサイズで、ごはんと具材のバランスが2:1と具沢山。アドバイザーの助言で、売場のスペースをとりず、しかも立体的に見える縦型のパッケージにした。

商品を作ることにしました。仕出し弁当は販売地域が新潟市内中心と限られることから、販売できる領域を広げるため冷凍弁当に着目しました」と長嶋社長。

冷凍弁当5種類の開発に続き、さらに次のステップとしてNICOの「県産食品ブランド力向上支援事業」を活用し、新商品開発に挑戦した。「冷凍弁当は県外に販売できると考えましたが、どういう商品が売れるのか、そのアイデアを得たいと思ったのが活用のきっかけです」と宗村主任は話す。

相談会を経て生まれた 唯一無二の冷凍おにぎりが好調

当初は韓国風の冷凍弁当を考えていたが、アドバイザーとの相談会を通して冷凍おにぎりに変更。「コンパクトサイズで売場に陳列しやすく、昨年頃からおにぎりがブームになってきたこともあり、変更することになりました」。

こうして韓国風の3種類のおにぎりを1パックにし、現役バイヤーからアドバ

イスを受ける1回目の評価会に挑んだが、「名だたる有名百貨店のバイヤーさんたちから、味やパッケージなど全てにおいてさまざまな指摘をいただきました」と宗村主任。そこで一から味の見直しを行い、パッケージデザインも約半年かけて改善した。「2回目の評価会では120点くらいの高評価となり、“唯一無二の商品になった”とも言っていました。この後に展示会が控えていたため、合格点をもらえたことで弾みがつきました」。2024年2月に開催されたスーパーマーケット・トレードショーに出展すると、予想以上の反響があり手応えを実感。現在は全国70カ所の病院の売店をはじめ、東京のスーパーや冷凍自販機などで販売されている。

今年度は「ヒット商品開発コース」に参加し、首都圏での市場調査などを行いながら新商品の開発を進めている。「全国を商圏にできる商品を持つことができたので、今後は“米どころ新潟”というイメージをバックに認知を広げながら、販路を拡大できればと考えています」。

NICOの支援を利用して良かった点は？

今回の支援事業では、月1回進捗状況を見ていただく中でアドバイザーの方から細やかな助言をいただけて、ありがたかったです。思ってもいないようなアイデアを投げかけてもらえることは、社内単独の開発ではできないと思います。また、NICOのご担当者とアドバイザーの方が、商品について「絶対にこうしたほうがいい」など、私を飛び越えて熱心に2人で話している場面を見て、そこまで真剣に考えてくれるのかと印象的でした。

稲作が作り出す文化に着目。 米づくりと民宿で地域の魅力を発信

上越市大島区の田麦集落。昔ながらの農村らしい家並みや暮らしが今も残るこの地域で、米づくりと農家民宿の経営を通じて、山里生活の魅力発信や、中山間地域の活性化に取り組む牛田氏。ビジョンを持って活動する姿に共感する同世代の仲間もでき、今後の活動にも期待が高まる。

Q1 どんな活動をしていますか？

2017年から米づくりと農家民宿の2本柱で活動しています。米づくりは32枚・計2.5ヘクタールの田んぼで、アイガモ農法(農薬・化学肥料不使用)によるコシヒカリと、低農薬栽培によるコシヒカリ・こがねもちを栽培しています。

同世代の農家3人で立ち上げた合同会社旭商店では、持続可能な農業経営を目指し、ビジネスとしての農業について話し合い、棚田米「あさひかがやく」を販売しています。近隣の集落では「跡継ぎがないから農業をやめる」という農家も多い中で、ここ数年でUターンし農家を継ぐ人が出てきました。それが旭商店の田邊和夫さんと布施孝司さんです。会社組織にしたことで外部からビジネスの話をいただくこともあり、販売機会の拡大につながっていると感じます。

Q2 農家民宿のお客様の特徴や魅力を教えてください

最近は7割くらいがインバウンドで、日本の文化や伝統に興味を持っているお客が多いですね。宿に到着したら見たいものや好きなことをお聞きして、好

仕事をする上で大切にしていること

民宿やイベントに来たお客様に「発見する喜び」を体験してもらうことです。それができたら、たとえ大雨の日でも必ず満足できる時間を過ごしていただけます。これはニュージーランドでのワーキングホリデーでガイドの仕事をした時に最初に教わったことで、今も大事にしている「うしだ屋」のホスピタリティです。



旭商店の取組は「棚田米が適正な価格で評価される仕組み」が評価され、ニイガタIDSデザインコンペティション2024でIDS審査委員賞を受賞。集落のマップと共にそれぞれの農家の想いを発信する。

みに応じてツアーを組みます。伝統技術に興味があれば古民家カフェめぐりや、わら細工体験、アートが好きなら大地の芸術祭など。田んぼは季節を問わずほとんどのお客様をご案内します。ただ単に米の作り方や棚田を紹介するのではなく、稲藁や粃殻を日用品や燃料に利用した知恵、また神棚に祭られるしめ縄の意味などをお伝えします。日本人の暮らしや信仰が稲作に基づいていることを話すと、皆さんすごく感動しますね。この田麦集落は、観光地ではないからこそ「本物の農村暮らし」に出会えるのが魅力だと思います。

Q3 これからの展望は？

今までの農業は、作物を作って納めるまでが仕事というイメージだったと思いますが、宿泊業や接客業を経験した私からすると、作ったものを直接お客様に販



築100年を超える古民家を改装した農家民宿うしだ屋。懐かしさを感じる空間でのんびりと滞在できる。

NICOクラブ会員 牛田 光則 氏

1983年福岡県生まれ。学生時代からの山・旅・雪・本・写真好きが高じて宿泊、サービス業に携わる。長野県八ヶ岳での山小屋勤務、ニュージーランドでのワーキングホリデー生活ののち、妙高高原でホテルの支配人などを経験。2015年から上越市吉川区で農業研修生となり、2017年3月、茨城県出身の妻のしほさんとともに「コメ農家+農家民宿うしだ屋」として独立。

農家民宿うしだ屋

上越市大島区田麦1283 TEL.050-1001-1131
URL <https://ushidaya.com/>



宿泊客はオプションで羽釜での炊事体験も可能。その他にも、田んぼ体験や星峠のツアー、雪遊びなど希望に応じたアクティビティを提供する。

売し、ダイレクトな反応を得られるところが一番楽しく喜びを感じられる部分です。地域の農家さんや若い人にうしだ屋や旭商店の活動を知ってもらい、「こんな面白いやり方もある」と気づいてもらえたら嬉しいですし、小規模でも農業をするプレーヤーを増やし、地域を盛り上げていけたらと思います。個人的には、妻と娘2人の4人家族が無理なく暮らしていければ十分。地域が持続していくために使う時間を増やしていきたいですね。

おススメしたくなる
メイド イン 新潟

ümono

イイモノ
商談会

軽くて使いやすい！
紙素材の雪道脱出具。

ümono

NICO編集部
おすすめポイント

IDSコンペ2001の大賞受賞商品で、20年以上に渡って販売をしているロングセラー商品です。紙製で環境に優しく、車内に備えておくだけで雪道での運転の不安を軽減できます。冬の到来前に、シンプルながら頼りになる一品を準備してみませんか？

雪道脱出具「スグラ」



スグラは、車が雪道でスタックした時に簡単に脱出できる製品ができないかという発想から生まれました。使い方は簡単で、スリップしているタイヤの下にセットするだけ。路面に合わせて本体がたわみ、編み目が雪面に食い込んでタイヤの滑りを防ぎ、脱出ができます。本体に軽くて丈夫な特殊紙パスコを使用しており、コンパクトで扱いやすいことに加え、紙素材のため環境への負担が少ないことが利点です。スグラを車に備えておけば、雪道でも安心です。

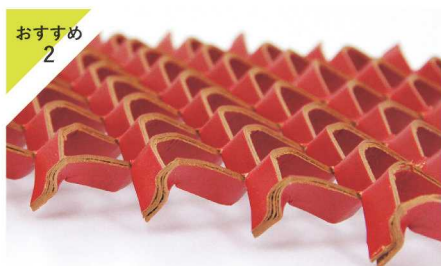
おすすめ
1

軽量でコンパクトなため、
気軽に車に搭載できます。



▶サイズ：約 200×550×15 mm
▶重量：約 160g (1枚)

おすすめ
2



紙製ですが使い捨てではありません！使用後は乾燥させて、繰り返し使うことができます。

NICOクラブ会員

安達紙器工業株式会社

〒940-0029 長岡市東蔵王2-7-30 TEL.0258-24-2145
E-mail info.a@adachishiki.co.jp <https://www.adachishiki.co.jp/>

購入先情報

ECサイト <https://timevoyager.ocnk.net/>

あなたのヒトに関するお悩みを半減いたします！

こんなこと気軽に相談したいと思ったことはございませんか

求人採用(正社員・パート)

人事評価・賃金設計

就業規則・
ワークルールブック

ハラスメント・
メンタルヘルスケア対応/研修

健康経営などの認定

経営理念・経営ビジョン

給与計算

助成金・補助金



NAコンサルティンググループ
代表 井上 浩仁

ヒトに関するお悩みのご相談は NA コンサルティンググループまで！



〒959-1281 新潟県燕市小関577-1

Tel : 0256-64-5288 FAX : 0256-66-2490 E-mail : cx@na-consulting.jp

NA&HRコンサルティング社会保険労務士法人 NA&Well-Being株式会社
NAコンサルティング合同会社 株式会社新潟県労災防止研究所

HPから取り組み事例を
ご確認ください

HP : <https://na-consulting-group.jp/>



長く活きる強い会社へ

企業が目標を達成するためのお手伝いをいたします

持続的な成長
**経営戦略
経営管理**

災害への備え
事業復旧
**BCP
策定**

最適な組織づくり
**組織構築
人事制度**

お問い合わせは
こちら

株式会社小川会計コンサルティング／税理士法人小川会計

TEL.025-271-2212

FAX.025-271-2224 担当：田中まで

〒950-0812
新潟市東区豊2丁目6番52号

詳しくは小川会計グループ
ホームページへ▶



お申込み方法



PCから

当社HPからもお申込みいただけます。

パートナーズプロジェクト 新春講演会2025 検索



スマホから

スマホの方はQRコードを読み込み、アクセスしてください。



お支払い方法

銀行でのお振込みのみとなります

※振込料のご負担は御社にてお願いいたします。

お申し込み・お振込み
締め切り

2025年1月10日(金)まで

<お問い合わせ先>

0258-36-2685

講演内容

校長先生のお話

講師：高野 裕
中小企業診断士・税理士

1年の始まりに掲げるパートナーズプロジェクトの基本方針を毎年のテーマとし、時勢を独特の観点で語ります。その内容とパフォーマンスは必見です。

授業

講師：藤井 英雄
税理士・行政書士
解説：複数の専門家

毎年、タイムリーな問題を取り上げ、複数の専門家が一同に会して多面的に事例を検討します。パートナーズプロジェクトだからこそできる見どころのあるプログラムです。

放課後部活動

悩んだ頭をリフレッシュしてくれるサプライズの時間。今年もお楽しみに。

2025 パートナーズ プロジェクト 新春 講演会

2025年1月24日(金)15:00開演

Partner's Project's
Lecture Meeting at New Year

パートナーズ
プロジェクト
ビジネス学校へ
ようこそ！

昔懐かしの
学校形式で
講演会を
開催します！

【会場・時間】

ホテルニューオータニ長岡

■講演会

NCホール 15:00～17:45
(開場14:30)

■懇親会

白鳥の間 18:00～19:30

【会費】

1社3名様まで 6,000円(税込)
※事前のお振込みをお願いいたします。
※4名様より追加料金となりますのでご了承ください。

詳しくは
同封チラシを
ご覧ください。

講演会終了後、懇親会の席も
ご用意しております。皆様のご
参加を心よりお待ちしております。

弊社ホームページは
こちらからご覧になる
ことができます



主催



新潟県長岡市幸町1-3-10
https://www.3d-m.jp
E-mail pro@3d-m.jp

ワンフロア&ワンストップサービスで安心サポート
(株)パートナーズプロジェクト®

高野法律事務所
パートナーズプロジェクト® 税理士法人
パートナーズプロジェクト® 社会保険労務士法人
司法書士法人長谷川合同事務所
砂山法律事務所

共催／司法書士大野豊事務所 (株)ネオス ほしの法律事務所 税理士法人近藤まこと事務所 丸山公認会計士事務所
高橋調査設計(株) 吉井国際特許事務所 (株)GFN 税理士相田哲事務所 中小企業診断士山崎勝雄事務所
(株)エム・エスオフィス 渡辺佐千雄税理士事務所 コアコンサルティング土田正憲 HANAメンタルマネジメント大崎華子
IPSコンサルティング赤塚浩一 パートナースコンサルティング江部誠一 金井コンサルティング事務所金井信雄 i-office井上芳事務所
(一社)相続と遺言の相談センター (一社)創業・承継・M&Aの相談センター (一社)スペシャリストアライアンス新潟

後援／

NCT ケーブルテレビの
エヌ・シー・ティ
(ケーブルテレビのエヌ・シー・ティ)

807 FM807
(FMながおか)

81.4 FM81.4
(FMうおぬま)

FM ゆきぐに
(FMゆきぐに)

FMビッカラ
(FMビッカラ)

NICO press 2024 12・2025 1 vol.197 2024年11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]
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。