

# 鉄道の街づくりを推進！

## 新津商工会議所

- ・ 会員企業を全力で支援、サポートします。
- ・ 地域と商店街の活性化に貢献します。
- ・ 会員や地域の声を国、県、市等へ届けます。

～ 会員になって商工会議所を活用しよう！～



- ① 会員の意見が会議所の要望活動に反映されます。
- ② 経営に必要な「金融」「経営」「労務」「IT」「税務」「記帳」等の相談が受けられます。  
無担保無保証人のマル経融資の申込みもできます。
- ③ 異業種間の交流を図れる「賀詞交歓会」「会員大会」「異業種交流会」等に参加できます。
- ④ 食の陣やおおぞら市場、鉄道まつりなど地域活性化のための各種イベントに参加できます。
- ⑤ 労働保険や記帳の事務代行サービスが受けられます。
- ⑥ 経営に必要な各種情報提供が受けられます。
- ⑦ 経営セミナーの受講や各種共済制度を利用できます。
- ⑧ その他にも様々な会員サービスが受けられます。

### 新津商工会議所

〒956-0864 新潟市秋葉区新津本町3丁目1番7号  
 TEL:0250-22-0121 FAX:0250-25-2332  
 URL:http://www.niitsu.or.jp/ e-mail : n-cci@fsinet.or.jp

### 新津税務署 納税表彰式を開催

去る11月13日(水)秋葉区役所において新津税務署及び新津税務署管内税務協力団体協議会主催で平成25年度納税表彰式が開催されました。

- 「税についての作文」「税に関する標語」の各表彰は次の通りです。
- ◎ 高校生の「税に関する作文」
  - ◎ 新津税務署長賞  
「税はどんな形で使われているのか」  
新潟県立五泉高等学校 3年 藤橋 彩
  - ◎ 新潟税務署管内 租税教育推進協議会長賞  
「消費税について」  
新潟県立五泉高等学校 3年 村田美那子
  - ◎ 中学生の「税についての作文」
  - ◎ 新潟県納税貯蓄組合 総連合会長賞  
「暮らしと命を守る税」  
新潟市立新津第一中学校 3年 大野 幹典
  - ◎ 新潟県納税貯蓄組合 総連合会優秀賞

- 「生活と隣合わせの税」  
新潟市立小須戸中学校 2年 長澤 悠果
- ◎ 新潟税務署長賞  
「税金がつくる未来」  
新潟市立新津第一中学校 3年 石崎日向子
- 「京都の駅で見つけた税金」  
新潟市立金津中学校 3年 野水 愛
- ◎ 新潟地域振興局長賞  
「税金と共に創る未来」  
新潟市立新津第一中学校 3年 上村 文乃
- ◎ 新潟税務署管内 租税教育推進協議会長賞  
「私が思う消費税増税」  
五泉市立愛宕中学校 3年 後明 美空
- ◎ 新潟税務署管内 納税貯蓄組合連合会長賞  
「私達と税金」  
五泉市立愛宕中学校 1年 五十嵐安奈
- ◎ 公益社団法人 新津法人会長賞  
「税金について」  
阿賀町立阿賀津川中学校 3年 加藤 瑠真
- ◎ 新潟税務署管内 青色申告会連合会長賞  
「税は正しい使われ方をしているのか」

- 新潟市立新津第一中学校 3年 阿部古都音
- ◎ 関東信越税理士会 新潟支部長賞  
「税は縁の下の力持ち」  
五泉市立愛宕中学校 3年 渡邊 一路
- ◎ 新潟関税会長賞  
「日本の税と海外の税」  
五泉市立川東中学校 3年 相良 優樹
- ◎ 新潟税務署管内 資産税協議会長賞  
「明るい社会にするには」  
阿賀町立三川中学校 1年 清野 樹里
- ◎ 新潟商工会議所会頭賞  
「私たちの生活を支えてくれている税」  
新潟市立新津第一中学校 3年 石倉 茉依
- ◎ 五泉商工会議所会頭賞  
「納税の利用」  
五泉市立五泉北中学校 3年 波田野 蒼
- ◎ 村松商工会長賞  
「未来につながる税金の大切さ」  
五泉市立愛宕中学校 1年 増田 梨那

- ◎ 東蒲原郡商工会 振興協議会長賞  
「消費税から税金について考えること」  
阿賀町立阿賀黎明中学校 3年 青木 玲樺
- ◎ 新潟税務署管内 納税貯蓄組合連合会優秀賞  
「消費税について」  
阿賀町立阿賀津川中学校 3年 杉崎 汐音
- 「税を考えて」  
五泉市立五泉中学校 2年 加藤 汰基
- ◎ 中学生の「税に関する標語」
- ◎ 新潟税務署長賞  
「税金は豊かな未来の第一歩」  
新潟市立新津第一中学校 1年 石田 夕奈
- 「考えよう 税の決まりと大切さ」  
新潟市立新津第五中学校 2年 岩野 有紗
- 「一人一人の税金が日本の未来を支えている」  
五泉市立五泉中学校 1年 阿部 晴生

### トレンド通信

#### 「ターゲット」「デザイン」「ストーリー」を再考しよう

日本商工会議所と日経トレンディが共催で、「地域力活用新事業」全国展開プロジェクト」を活用して、全国各地の工芸品などをヒット商品にするための支援事業「技のヒット甲子園」というイベントを始めています。エントリーしていただいた商品に対して、東急ハンズやロフト、藤巻百貨店などのバイヤーがアドバイスを加え、「売れる商品に育てよう」というものです。それぞれのバイヤーさん

ちと各地の産品についていろいろとお話していると、共通の意見が出てきます。今回はこれを紹介します。まず出てくる意見が「ターゲットニング」。つまり誰向けに作られた商品かが明確でない、あるいはズレているということ。30代女性向けといった工芸品が多くありますが、日常使いなのか、ギフトなのか、パーティー向けなのか、もう一段踏み込んだターゲットニングが必要だという意見です。

次に「デザイン」。これにはいくつかの要素があります。一つは商品そのもののデザイン。伝統の手法や素材にこだわるあまり、現代の一般家庭に置くにはなじまないといったものも見受けられます。商品が店もよいものでも、実際に店

頭で売られることを考えると、パッケージのデザインはとても重要です。商品の特徴がきちんと分かります。語らねばならないこと、ターゲットユーザーが思わず手に取りたくなるようなデザインになっているか、といったことです。もう一つは「ストーリー」です。その商品が誕生した背景や伝統、素材のこだわり、作り手の思いなどが、ユーザーの共感を得るかどうかです。実際に作られた方のお話をうかがうと、面白い話がたくさんあります。機能性の良しあしとは別に、「愛される理由」がある商品はたくさんあります。問題は、それをどのようにユーザーに伝えるかです。単に、伝統の技を形にしただけでは、各地にあまたあるものなかで特別に選ば

れる理由にはなりません。ここが意外と難しいところ。作り手の思いと、ユーザーからみた興味深いポイントとは必ずしも一致しないからです。以上の3点について、改良を加えれば「売れる」商品はたくさんあります。大切なのは、できるだけ外部の意見を聞くことだと思います。世の中のニーズは刻々と変化しています。どんなモノづくりでもそうですが、大切にすべきところは守りながらも、ユーザーにとって価値あるものを提供するために変えるべきものも変える姿勢が大切です。そもそも売れないと作り手の思いもユーザーに届かないのですから。

日経BPヒット総合研究所 上席研究員 渡辺 和博