新潟商工会議所 会員大会のご案内
～経済評論家　門倉　貴史　氏 講演会～

今回は、情報番組「ホンマでっか!?TV」などの出演でご活躍中の門倉貴史氏を講師にお迎えします。テーマは「これからの日本経済　中小・小規模企業の働き方改革と経営戦略」と題し、労働力の減少や現代若者の気質など、様々な問題点などを分析し、企業としてどのように向き合っていくべきか、わかりやすく解説いただきます。

皆様、奮ってご参加くださいますようご案内申し上げます。

［演　　題］「これからの日本経済
中小･小規模企業の働き方改革と経営戦略」
［日　　時］令和５年７月24日（月）
16：30～19：30（受付開始16：00～）
［会　　場］ホテルイタリア軒　３階　サンマルコ
［定　　員］300名（※先着順）
定員超過の場合のみご連絡いたします。
［参 加 費］１名様　6,000円（税込）
［次　　第］
第１部　講演会　16：30～17：30
第２部　懇親会　17：40～19：30
会頭挨拶、来賓祝辞（知事・市長）、古町芸妓の舞

〈門倉（かどくら）　貴史（たかし）　氏 プロフィール〉

1971年神奈川県生まれ。95年慶應義塾大学経済学部卒業。銀行系シンクタンク、生保系シンクタンク等を経て05年にBRICs経済研究所を設立。専門は、日米経済、アジア経済、BRICs経済、地下経済、行動経済学と多岐にわたる。現在は同研究所の活動とあわせて、フジテレビ「ホンマでっか!?TV」、テレビ朝日「ビートたけしのTVタックル」など各種メディアにも出演中。また、執筆活動、雑誌・WEBでの連載や各種の講演も多数行なっている。

【お申込方法】

申込Webサイトまたは下記FAX申込書に必要事項をご記入の上、７月18日（火）までにお申し込みください。

【参加費振込先口座】
７月18日（火）までに納入ください。
ご入金を確認後、参加券を郵送いたします。
口座名：新潟商工会議所
・第四北越銀行本店（普）No.　1519634
・大光銀行新潟支店（普）No.　799526
振込手数料については貴事業所様でご負担いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

←会員大会の詳細
web申込はこちらから

会員大会のお問合せ：総務課　TEL：025-290-4204

切り取らずそのままFAX送信ください

新潟商工会議所会員大会　FAX参加申込書　　総務課行　FAX：025-290-4421

お申込みをキャンセルされる場合は、７月20日（木）17：00を期限にご連絡をお願いいたします。
これ以降のキャンセルにつきましては、誠に恐縮ですが参加費全額のご負担をお願いいたします。

事業所名		参加者①	役職名
住　　所	（〒　　－　　）		氏　名
電話番号		参加者②	役職名
E-mail			氏　名
会　　費納入方法	※いずれかの銀行に○印を付け、振込予定日をご記入ください。 ・第四北越銀行　　・大光銀行　　（振込予定日：　　月　　日　）		

トレンド通信

『アップサイクル』を形にしてみせた今治のホコリ

「アップサイクル」という言葉をメディアなどでよく見かけるようになりました。本来ならば捨てられてしまうものを再利用して、新しい価値をつくり出すという意味です。似たような言葉に「リサイクル」がありますが、こちらは捨てられてしまうものをもう一度原料の形に戻して再利用しようという考え方です。捨てられてしまうものをそのままの形で、別の場所で再利用するのは「リユース」といいます。

アップサイクルは、捨てられてしまうものを、これまでとは別の視点で捉え直して新しい付加価値を生むところにポイントがあります。そのため創造的再利用と呼ばれることもあります。言葉だけではイメージしにくいかもしれませんが、このような事例があります。いまや愛媛県を代表する産品としてブランドになった今治タオル。色とりどりのタオルを染色して乾燥する際に発生してしまう糸くずが、いま、意外な用途とシーンで話題を呼びヒット商品になっています。「今治のホコリ」というネーミングで発売されました。

なんということのないカラフルな糸くずというか、綿ぼこりをそのまま透明なプラスチックの筒に詰め込んだだけの商品です。これがアウトドア用のたき火やバーベキューの着火剤として、新たな市場価値と捉えられてヒットしています。もともと空気を大量に含んだふわふわな糸くずなので、火を付けるとすぐに燃え上がります。実は、アウトドアでたき火やバーベキューのために火をおこすのは、それなりにテクニックが必要です。それが簡単にできて見た目もカラフルというのが、この素材がうまくはまった理由でしょう。

捨てられるものは、本来ならば一つの物差しで測ったときに価値がないと結論づけられたものです。ところが、それが持つ別の機能性や特徴が生きるシーンとマッチングすれば、新しい価値を持った商品に生まれ変わるという構造です。まさに「捨てる神あれば拾う神あり」といえます。

実は、こうした捨てるものを付加価値の源として再活用する考え方は、これまでにもたくさんの分野で試みられています。例えば、大分のかぼすブリや愛媛のみかん鯛、広島サーモンのようにご当地の特徴的な柑橘類を絞った皮を餌として与えて育てた魚は、同じ魚種でも柑橘類が持つ成分によって臭みが低減される上、先にブランド化している柑橘との組み合わせで地域性を持たせることができるため、新しい地域ブランド商品に育っています。

魚に関していえば、魚種としてあまり知名度がなかったり鮮度維持が難しかったりするために、水揚げされてもあまり利用されなかったものが未利用魚として缶詰になる、食材定期便に採用されるなど、SDGsの文脈の中で新たな価値として注目されるようになってきました。これまでの物差しでは捨てるものでも、時代によって物差しが変化したり、残存する機能や成分などが生かせる新たな市場が生まれたりしています。

日経BP総合研究所 上席研究員
渡辺　和博

◇渡辺　和博／わたなべ・かずひろ
日経BP総合研究所 上席研究員。1986年筑波大学大学院理工学研究科修士課程修了。同年日本経済新聞社入社。IT分野、経営分野、コンシューマ分野の専門誌編集部を経て現職。全国の自治体・商工会議所などで地域活性化や名産品開発のコンサルティング、講演を実施。消費者起点をテーマにヒット商品育成を支援している。著書に『地方発ヒットを生む　逆算発想のものづくり』（日経BP社）。