

# 成果概要

KPI達成による「認知拡大」の結実と、次年度「社会実装」フェーズへの強力な足がかり

参加者合計（3日間延べ）

3,062 名

イノベーション実感率

90 %

可能性を感じたと回答

新規来場者率

68 %

新たな参加者層へのリーチ

## ⚡ 「熱狂」の創出と多様な参加者

- 高品質コンテンツによる牽引: 中田英寿氏、西脇資哲氏らによるセッションが参加者の知的好奇心を刺激し、会場に一体感のある「熱狂」を生み出しました。
- 产学研官民のレイヤー融合: 企業の意思決定層、学生、支援機関、市民など多様な属性が新潟駅周辺に集結。これまでの「認知拡大」施策が結実しました。

## NEXT PHASE

### 社会実装（実利）へ

過去3年間の「基盤作り」は完了しました。本イベントで醸成された熱量をエンジンとし、次年度は具体的なビジネス創出と社会実装を目指すフェーズへと移行します。

Phase Transition →

# 現状と課題

## 01 構造的課題

### 体験の分断

学びや刺激が「その場の体験」で完結してしまい、具体的な商談や継続的なプロジェクトに接続されにくい構造になっています。

#### ROOT CAUSE ANALYSIS

成果創出が参加者の「主体性」のみに依存し、運営が「場の提供」に留まっている。

## 02 分散型開催の課題

### 運営負荷の増大

NINNO、ガタリウム等、4会場への分散により、調整・設営リソースが分散。体験設計そのものを圧迫する結果となりました。

### 「通過型」参加者の発生

案内不足や動線の分断により、来場者がコンテンツに深く関与せず通り過ぎる傾向が発生しました。

## 03 令和7年度 具体的反省

### コンテンツ面

50%

「ビジネスに繋がりそうな出会い」を感じた層は半数に留まる。実装ノウハウやマッチング支援が不足。

### 参加者ターゲット

意思決定層へのメリット提示が不明確。ターゲット別の価値設計が不十分でした。

### 収益性 (ROI)

出展者より「費用対効果が見えない」との不満が噴出。持続可能な収益モデル構築が急務。

イベント体験の「分断」と運営負荷。次年度「社会実装」フェーズ移行を阻む構造的要因の分析。

# 日々是新

*Feel the Innovation.*

2025.11.13(Thu.) 11.14(Fri.) 11.15(Sat.)  
新潟駅南口周辺【NINNO・NINNO3・プラーカ地下連絡通路・ガタリウム】

## 開催報告書(案)

2025.12.23  
日々是新実行委員会

## 1. 事業概要

事業名:日々是新 2025 –Feel the Innovation–

開催日程:令和7年11月13日(木)~15日(土)

開催場所:新潟駅南口周辺(NINNO、NINNO3、プラカ地下連絡通路、ガタリウム)

来場者数:11/13(木) 3,840人 11/14(金) 3,433人 11/15(土) 2,456人

3日間合計:9,729人

## 2. 事業目的

- ・県内外の先進的な取組や技術、価値観を広く発信し、地域におけるイノベーション創出の機運を醸成すること
- ・企業・行政・学生・市民が交わる場を創出し、新たな挑戦や連携のきっかけを提供すること
- ・新潟駅周辺を会場とすることで、新規来場者の獲得および若年層への波及を図ること

## 3. 事業コンセプト

テーマ:「Feel the Innovation.」

コンセプト:「視点 × 五感」技術・事例の紹介に留まらず、体験を通じて未来を実感できる構成

## 4. 実施内容の概要

- ・カンファレンス「11セッション 登壇者24名」  
AI、DX、ディープテック、GX、食・文化等をテーマとした講演・トークセッションを3日間実施
- ・セミナー・ワークショップ「12セッション」  
企業向け実践型プログラムに加え、学生・子ども向け企画を実施
- ・展示・体験「30ブース」  
VR、ドローン、環境配慮型素材等、体験型コンテンツを中心に展開
- ・交流会「2日間合計:126名」  
来場者・登壇者・出展者間の交流機会を提供

## 5. 来場者・参加状況

- ・来場者アンケートにおいて、約90%が「イノベーションを感じた」と回答
- ・新規来場者の増加が確認され、イベント認知の拡大が見られた
- ・平均年齢は約42歳で、実務経験を有する層を中心に、学生を含む幅広い世代が参加
- ・業種はサービス業、IT・情報通信業が中心で、官公庁関係者の参加も増加

## 6. カンファレンスアーカイブ配信実績

- ・カンファレンスのアーカイブ配信により、開催後も継続的な情報発信を実施  
11月13日・14日・15日講演 累計データ(12月19日現在)  
動画本数 9本 合計31,532 再生 (ユニーク視聴者 6,831人)

## 7. 広報実績

- ・テレビ、ラジオ、交通広告、駅構内デジタルサイネージ、Web広告等を組み合わせた広報を実施
- ・Web・SNS広告において高い表示回数 約128万回を記録

## 8. 事業成果

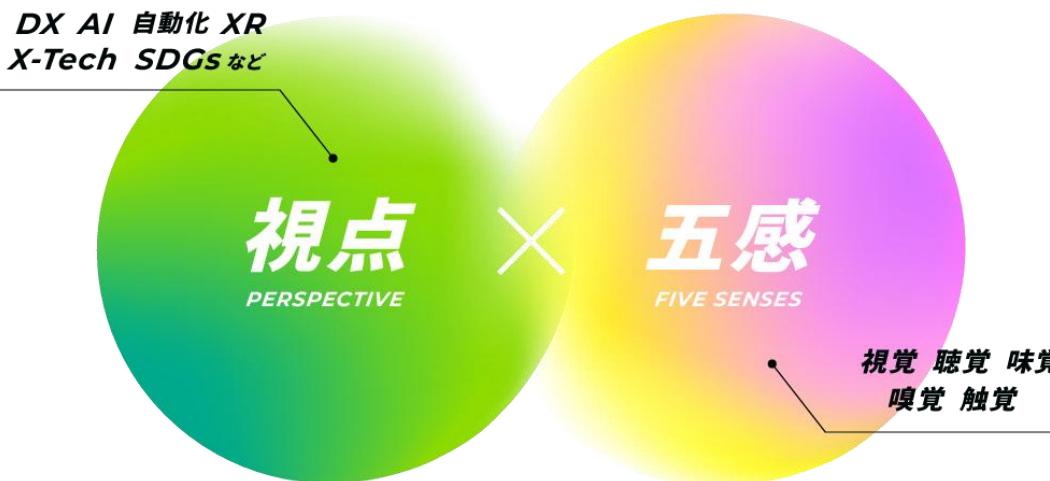
- ・限られた予算と人員の中で安全かつ円滑な運営を実現し、目的である「革新を体験し、共感を広げる場」を創出。
- ・多様な参加者が集い、交流と学びを通じて新しい価値を生み出す場として、「日々是新」は新潟におけるイノベーションの象徴的イベントへと進化。
- ・特定のプログラムに偏らず、幅広いコンテンツが均等に参加者の関心や学びに寄与した点は構成のバランスの適切さを示した。
- ・アンケート結果からは、「新しいことへの挑戦」「課題解決のヒント」「登壇者の経験に基づく実践的な学び」など、イノベーションのきっかけとなる要素に高い関心が寄せられ、単なる情報収集ではなく、仕事や組織の変革に直結する示唆を求めていることが明らかになった。
- ・「体感」「体験」「接触」を伴うブースは高い評価を得ており、地域産業との接点や実践的な知見を提供するコンテンツの拡充が今後の鍵となる。

## 9. 課題および今後の方向性

- ・交流・人脈形成に関しては、十分な機会提供に至らなかったとの指摘があり、改善が必要。
- ・コンテンツの奥行きや交流設計には改善の余地があり、参加者が求める「行動につながる気づき」をさらに強化する必要がある。
- ・会場分散による動線の分かれにくさ、展示エリアの集客に課題が残った。
- ・展示と講演の一体化、ターゲットに即した情報発信の改善を図り、地域における継続的な共創・連携につながる事業展開が必要がある。

## 「日々是新」3年目の革新

新潟で知られざるイノベーションを起こしている企業や事業がオープンになり、最先端のテクノロジーやメソッドを体感することができる日々是新。未来へ挑戦していくきっかけとなる新潟を象徴するイベントとして今年度は【Feel the Innovation.】をテーマに掲げた今年度の日々是新。“視点×五感”をコンセプトに、“未来を体感する3つの要素”にて展開。今回はビジネスマンだけでなくファミリー層、学生までターゲットを拡大。会場を大かまからリニューアル直後の新潟駅周辺に変更し、他イベントとの連続性を高め、イメージの一新や、新たな来場者獲得を狙いとした。



## 連携イベント

- ・新潟のビジネスイベントをつなぐプラットフォームとして **LAST.NIIGATA..** に接続し、来場者同士の交流を推進した。
- ・NIIGATA光のページェント、新潟駅前・駅南つながるおトクーポン実行委員会

## 開催概要

名

称 日々是新2025 Feel the Innovation.

日

時 2025年11月13日(木)10:00-18:00[交流会18:30-19:30]  
14日(金)10:00-17:00[交流会17:30-18:30]  
15日(土)10:00-17:00

会

場 NINNO PROJECT SPACE 新潟市中央区笹口1丁目2-1 PLAKA2 2F  
NINNO3会議室 新潟市中央区天神1丁目1-3 PLAKA3 B1F  
PLAKA地下連絡通路 新潟市中央区天神1丁目 南2-159号線  
新潟駅万代口吹き抜け広場ガタリウム 新潟市中央区花園1丁目1-1 CoCoLo新潟 1F WESTSIDE

主

催 新潟地域産業見本市実行委員会

[構成団体]新潟市、新潟商工会議所、新潟県商工会連合会、(公財)新潟市産業振興財団、  
(公財)にいがた産業創造機構、新潟市異業種交流研究会、(協)新潟市ソフトウェア産業協議会、(協)新潟県異業種交流センター、(一社)新潟県中小企業家同友会、  
新潟県中小企業団体中央会、(株)大光銀行、新潟信用金庫、新潟県信用保証協会

運営事務局

(株)BSNウェーブ

入場

入場無料[事前登録あり、満席でない限り登録なしでの当日入場可]



# 開催概要<プログラム>

## ■11/13(木)カンファレンス MC)芦川玲一



12:10～ 12:30	オープニング
12:30～ 13:45	①『地域から挑む未来課題とディープテック～ムーンショットに学ぶ産学連携～』 ・(株)パンタレイ 代表取締役 佐藤靖徳 氏 ・開志専門職大学 学長 各務茂夫 氏 ・新潟大学工学部 自然科学系 情報電子工学系列 教授 山崎達也 氏 ・長岡技術科学大学 技術研究院 機械系教授 高橋勉 氏
14:00～ 15:00	②『地域貢献を仕事にする挑戦～新規事業創出の壁を打破するヒントは「見えない失敗」と「やらないリスク」～』 フェリカポケットマーケティング(株) 代表取締役 納村哲二 氏
15:30～ 16:30	③『新潟の海を未来につなぐ産業創造』 ・(株)イノカ 代表取締役 高倉葉太 氏
17:00～ 18:00	④『フードカルチャー視点から迫る「新潟清酒の真価、そして次なる進化」続・Niigata Sake Innovation』 presented by 越後鶴亀 ・音楽プロデューサー / 選曲家 田中知之(FPM) 氏 ・ライスプレス 代表 稲田浩 氏 ・料理芸人 クック井上 氏
18:30～ 19:30	交流会 ～新潟の日本酒やドリンクと旬の食材を使ったお料理を楽しみながら交流を。 参加費1人3,500円 当日参加歓迎！～

## ■11/14(金)カンファレンス MC)大海玲子



10:30～ 11:30	⑤『仕事がもっと楽しくなる - AI時代のはじまりとこれから』 ・日本マイクロソフト(株) 業務執行役員 エバンジェリスト 西脇資哲 氏
12:45～ 13:45	⑥『湿地はGX投資の対象か？～国際湿地都市NIIGATA～』 ・(株)バイオマスレジンマーケティング 執行役員 杉原孝行 氏 ・NTTドコモビジネス(株) 藤田航平 氏 ・新潟市北京事務所長 生浦純 氏
15:00～ 16:00	⑦『イノベーションを通した日本酒と文化の未来』 ・(株)JAPAN CRAFT SAKE COMPANY 代表取締役 中田英寿 氏 ・(株)BSNメディアホールディングス ビジネス開発局 次長 坂田源彦 氏(文科省アントレプレナーシップ推進大使)
16:30～ 17:00	⑧『新潟の魅力×情報発信と拡散×女性の働き方 クロストークセッション』 ・フリーANAウンサー 新海史子 氏 ・フリーランスモデル 中村春菜 氏
17:30～ 18:30	交流会 新潟×世界をテーマにしたお酒とお料理を楽しみながら交流を。 参加費1人3,500円 当日参加歓迎！

## ■11/15(土)カンファレンス MC)大島巧



10:00～ 10:30	⑨『心が跳ねる瞬間、イノベーションは体験から始まる』 ・(株)ロジリティ 代表取締役 野々村哲弥 氏
11:00～ 12:00	⑩『見方を変えれば、味方になる』 ・(有)ナマラエンターテイメント/ラジオパーソナリティ 高橋なんぐ
12:05～ 12:15	カンファレンスクロージングの会場アナウンス

## ■11/13(木) ワークショップ・セミナー



10:30～ 12:00 【RoomC】	①『Ride the WAVE 2025 特別編:手に届くデータ分析～データの力をもっと身边に』 ・(株)博報堂コンサルティングシニアコンサルタント 森泰規 氏 ・(主催)公益財団法人新潟市産業振興財団(新潟IPC財団)ビジネス支援センター【企画・運営】株式会社新潟博報堂／株式会社博報堂コンサルティング
13:00～ 15:00 【RoomF】	②『アトツギ・バイブル！～響きあう変革者たちの鼓動～』 ・(株)マスヤ 執行役員 マスヤ味方店 店長 栗林礼奈 氏(アトツギ甲子園 アンバサダー)・AlphaDrive新潟 拠点長 春川英広 氏
13:00～ 15:00 【RoomC】	③『健康経営INNOVATION～新潟発ウェルビーイング事例紹介～』 ・株式会社アイセック代表取締役 木村大地 氏 ・しなの薬局グループ総務・マーケティング部長 高橋由紀子 氏
14:00～ 16:00 【RoomE】	④『無形資産形成で新潟企業の未来を照らす！～失われた30年からの脱却の鍵はパーパス・ブランディングにある～』 ・(株)POPS クリエイティブディレクター／コピーライター 田中淳一 氏
15:30～ 18:30 【RoomF】	⑤『Ride the WAVE 2025 -初心者のためのデータ分析ワークショップ-成果発表会』 ・(株)博報堂コンサルティングシニアコンサルタント 森泰規 氏 ・(主催)公益財団法人新潟市産業振興財団(新潟IPC財団)ビジネス支援センター【企画・運営】株式会社新潟博報堂／株式会社博報堂コンサルティング【協力】アルビレックス新潟レディース

## ■11/14(金) ワークショップ・セミナー



10:00～ 12:00 【RoomF】	⑥『新潟市DX新規事業開発支援事業 実践型新規事業開発プログラム「DRIVE」中間デモデイ』 ・主催:新潟市経済部産業政策・イノベーション推進課 ・運営:株式会社アルファドライブ
12:30～ 14:30 【RoomF】	⑦『にい夕！NIIGATA Pre Startup イベント Vol.1 ～きっかけは、ここにある。はじめの一歩を、新潟から～』 ・プランティオ(株) 芹澤孝悦 氏
13:00～ 14:30 【RoomA】	⑧『「文化が変われば、会社は変わる。」“人と組織”が自走するカルチャー戦略とは？』 ・(株)アドハウスパブリック 代表取締役 関本大輔 氏
13:00～ 15:00 【RoomC】	⑨『デジタル経営カンファレンス2025in新潟 ゼロから始めたDX -トップダウンとボトムアップの苦労話 -』 ・ITコーディネーター協会、Jマテ. カッパープロダクツ(株) ・ITコーディネーター協会、Jマテ. カッパープロダクツ(株)
16:00～ 17:00 【RoomF】	⑩『グローバル人材と共に創:留学生インターンシップ成功の秘訣～企業と留学生、双方の視点から学ぶ受け入れ体制と成長のストーリー～』 ・Socialups(株) 代表取締役 高瀬章充 氏   チーフマネージャー 常間地悟 氏

## ■11/15(土) ワークショップ・セミナー



10:30～ 12:00 【RoomF】	⑪『次世代イノベーター発掘こどもプログラミングワークショップ』 ・ミライのプログラミング ミラプロ学校長 東條英明 氏
11:00～ 12:00 【RoomC】	⑫『パンタレイと挑戦！風力発電のしくみを学ぶ小型風車製作ワークショップ』 ・(株)パンタレイ
13:00～ 14:00 【RoomC】	⑬『パンタレイと挑戦！風力発電のしくみを学ぶ小型風車製作ワークショップ』 ・(株)パンタレイ

# 開催概要<協賛社リスト>

## ■ プラーカ地下連絡通路（体験ブース）

番号	小間	会社名	事業内容	ブース説明
1	S	DXプラットフォーム事務局	※DX	会員企業によるXR、ドローンなどを活用した様々な取り組みをご紹介します！
2	L	(株)トップライズ (株)スカイフォトサービス ※13日のみ	総合建設コンサルタント	GPSが使えない場所(非GNSS環境下)で、動く障害物を避けながら自律飛行するドローンを開発！次世代ドローンの展示
2	L	どこでもパンジーVR (株)ロジリシティ ※14日・15日のみ	VRパンジー	パンジージャンプマニアが開発したVRアトラクション！このワクワク、ぜひご体験を！
3	M	Instant Studio	映像制作   e-sports運営   WEB制作	VR空間を“歩く”という新体験を。現実ながらの移動感覚が、仮想世界をもっとリアルに
4	S	YeLLOWS (株)アドハウスパブリック	プランディング・デザイン	マイナスな社風をポジティブチェンジ！実績とサービス紹介
5	S	キヤノンイメージングシステムズ (株)	ソフトウェア開発	エンジニアで未来を切りひらく VR、生成AI、画像解析技術で業務を進化させます
6	S	(株)プライムネット	WEB制作	生成AIチャットボットサービス、WEBサイトの企画制作など
7	S	(株)A-TEAM	ソフトウェア開発	AI顔認証で未来型勤怠管理！最速でスマートな出退勤をご体感ください
8	S	(株)バイオマスレジンマーケティング	プラスチック樹脂原料の製造・販売	お米から生まれたダイヤブロック「OKOMEIRO」を使って遊ぼう！=湿地には、潟や河川とともに、お米を育てる「水田」も含まれています=
9	S	中小企業家同友会 ミライのプログラミング ミラプロ	経営者団体	3Dプリンター実演！あなたの名前入り特製キーホルダープレゼント！
10	L	除雪ドローン® エバーブルーテクノロジーズ／西	陸上ドローン 尾レントオール	豪雪地帯の manus 不足や高齢化による除雪負担を軽減し、環境に優しい小型だけばワフルな無人自動除雪機です。電動・四輪駆動+可動ブレード式で積雪を押し出します
11	S	TeNYテレビ新潟	放送事業	メディアと育てる新規事業！企業の次の一手を全力応援します
12	S	(株)m-LAB	メタバース	軽快・高機能Webメタバース空間と対話型AIキャラクター体験ブース
13	S	(株)BSNアインネット	IT・通信	ブロックチェーン技術で切り開く、信頼のデジタル新時代
14	S	アバナード(株)	ITコンサル	工場もAIエージェント化!? Factory Agentが描く未来
15	L	(株)ウラツジ建設企画	木製モバイルハウス	軽トラ積載可能な木製モバイルハウス展示！発想次第で∞
16	M	新潟商工会議所 新潟似顔絵師集団にこまる	アート	参加者×新潟在中アーティストで創る、参加型ライブペイントを行います。
17	S	HARTi	スマートプリ機	HARTi Photo小型で通信可能な全く新しいスマートプリ機体験を！
18		(株)スーパーイノベーションスクール	アントレプレナーシップ教育	PLAKA地下通路の活用アイディアをを学生から集めてビジュアル化

※①AIR-WINGS 新潟で実証実験中の大型ドローン展示とVR体験  
②リプロネクスト VR、XRの展示体験

## ■ 湯リウム（展示ブース）

番号	小間	会社名	事業内容	ブース説明
1	潟	新潟雇用労働相談センター (NIKORO)	起業創業サポート・労務相談	企業の労務課題等に対して弁護士・社労士が無料で相談に応じます
2	潟	(株)柳田製作所	レーザー加工	圧倒的短納期で応える金属レーザー切断、私たちにお任せ！
3	潟	サンワード証券(株)	金融	お客様一人一人に合わせた資産運用のご提案をさせていただきます！
4	潟	(株)ライブポート	イベント企画・請負、飲食業など	私たちは“食”を通じて新潟ならではの面白さと魅力を発信し続ける企業です
5	潟	キヤノンイメージングシステムズ (株)	ソフトウェア開発	エンジニアで未来を切りひらく VR、生成AI、画像解析技術で業務を進化させます
6	潟	ソニー生命保険(株) 新潟ライフプランナーセンター第1支社	保険	コンサルティングによる「オーダーメイドの生命保険」を提供します
7	潟	新潟県産業労働部 創業・イノベーション推進課	再生可能エネルギー	新潟県では、再生可能エネルギーの導入促進に取り組んでいます
8	潟	新潟コンピュータ専門学校	専門学校	未来を創る 最先端を学ぶ ITの総合校
9	潟	新潟商工会議所	経営支援	あなたの経営を応援します！ご紹介ください！会員紹介運動実施中！
10	潟	協同組合ライクミー新潟	起業家コミュニティ運営	40名の女性専門家による社員向けセミナーや福利厚生のご提案

## ■ 協賛

1	—	(株)アルファドライブ	新規事業支援	特別協賛
2	—	(株)越後鶴亀	酒蔵	Sake Innovation
3	—	新潟県ITコーディネータ協会	情報通信業	
4	—	(株)新潟放送	放送事業	
5	—	(株)BSNウェーブ	広告・不動産	
6	—	新潟市ソフトウェア産業協議会	情報通信業	
7	—	ミスター・パイプレンチ	水道	
8	—	(株)マイクスジャパン	警備	
9	—	(株)ジョーメイ(明治)	牛乳	
10	—	(株)ミロク情報サービス	ソフトウェア開発	

# 開催概要<体験ブース・展示ブーススケジュール>

## プラーカ地下連絡通路

11/12(水) 準備日	11/13(木) 開催1日目	11/14(金) 開催2日目	11/15(土) 開催3日目
8:00			
9:00			
10:00		9:30-10:00 (出展者様) 開催準備	9:30-10:00 (出展者様) 開催準備
11:00			
12:00	10:00~14:00 事務局施工	9:30-12:00 (出展者様) 開催準備	
13:00			
14:00	10:00-18:00 開催1日目	10:00-17:00 開催2日目	10:00-17:00 開催3日目
15:00	14:00-17:00 (出展者様) 搬入・設営		
16:00	14時～17時 交通誘導(荷捌き)		
17:00	17時～21時 事務局または警備員	17時～21時 警備員	17:00～ (出展者様) 片付け・搬出
18:00			17:00～20時 交通誘導(荷捌き)
19:00			18:00～ 事務局撤去
20:00			
21:00			



11/12(水) 準備日	11/13(木) 開催1日目	11/14(金) 開催2日目	11/15(土) 開催3日目
8:00	8:00-10:00 (出展者様) 搬入・設営	9:00-10:00 (出展者様) 開催準備	9:00-10:00 (出展者様) 開催準備
9:00			
10:00			
11:00			
12:00			
13:00			
14:00	10:00-18:00 開催1日目	10:00-17:00 開催2日目	10:00-17:00 開催3日目
15:00			
16:00			
17:00			
18:00			17:00-19:00 (出展者様) 片付け・搬出 ※手押し台車
19:00		18時～22時 警備員	
20:00			
21:00			20:30以降 大型荷物搬出 ※カゴ台車等
22:00	22:00～ 事務局施工		22:00～ 事務局撤去

# 開催概要<13日スケジュール>

会場	 NINNO	 NINNO3							会場
時間	100名		RoomF 最大81席	RoomA 最大30席	RoomB 最大30席	RoomC 最大42席	RoomD 最大33席	RoomE 最大30席	時間
8:00									8:00
8:30									8:30
9:00									9:00
9:30									9:30
10:00	10:00-12:00 <b>LAST.NIIGATA..</b>	10:00-12:00 <b>LAST.NIIGATA..</b>							10:00
10:30									10:30
11:00									11:00
11:30									11:30
12:00	12:10-12:30 オープニング								12:00
12:30	12:30-13:45 『地域から挑む未来課題とディープテック』 (株)パンタレイ								12:30
13:00		13:00-15:00 『アツギ・バイパス! ～響きあう変革者たちの鼓動～』 ・Alphadrive							13:00
13:30									13:30
14:00	14:00~15:00 『地域貢献を仕事にする挑戦』 (株)フェリカポケットマーケティング								14:00
14:30									14:30
15:00									15:00
15:30	15:30~16:30 『新潟の海を未来につなぐ産業創造』 (株)イノカ	15:30-18:30 『初心者のためのデータ分析ワークショップ 成果発表会』 ・新潟IPC財団							15:30
16:00									16:00
16:30									16:30
17:00	17:00~18:00 『フードカルチャー視点から迫る「新潟清酒 の真価、そして次なる進化』』								17:00
17:30									17:30
18:00									18:00
18:30	18:30~19:30 交流会								18:30
19:00									19:00
19:30									19:30

控室利用・運営スタッフ

10:30-12:00  
『Ride the WAVE  
2025 特別編』  
・新潟IPC財団

12:00-13:00  
控室利用  
(株)明治×しなの薬局

13:00-15:00  
『健康経営  
INNOVATION』  
・(株)明治×しなの薬局

14:30-19:00  
控室使用

14:00-16:00  
『無形資産形成で新潟  
企業の未来を照らす! (株)POPS  
※運営 TeNY』

Room E  
撤収作業

# 開催概要<14日スケジュール>

会場								会場
時間	100名	RoomF 最大81席	RoomA 最大30席	RoomB 最大30席	RoomC 最大42席	RoomD 最大33席	RoomE 最大30席	
8:00								8:00
8:30								8:30
9:00								9:00
9:30								9:30
10:00								10:00
10:30	10:30-11:30 『仕事がもっと楽しくなる』 ・日本マイクロソフト(株)	10:00-12:00 『新潟市DX新規事業開発支援事業 実践型 新規事業開発プログラム「DRIVE」中間デ モイ』 ・主催:新潟市経済部産業政策・イノベーショ ン推進課 ・運営:株式会社アルファドライブ						10:30
11:00								11:00
11:30								11:30
12:00								12:00
12:30								12:30
13:00	12:45-13:45 『湿地はGX投資の対象か?』 (株)バイオマスレジンマーケティング	12:30-14:30 『にいスタ! NIIGATA Pre Startup イ ベント Vol.1』 ・プランティオ(株)				12:00-13:00 準備・リハ		13:00
13:30								13:30
14:00								14:00
14:30								14:30
15:00	15:00~16:00 『イノベーションを通した日本酒と文化の未 来』(株)JAPAN CRAFT SAKE COMPANY		Room A 撤収作業					15:00
15:30								15:30
16:00								16:00
16:30	16:30~17:00 『新潟の魅力×情報発信と拡散×女性の働 き方』	16:00-17:00 『グローバル人材と共に創:留学生インターン シップ成功の秘訣』						16:30
17:00								17:00
17:30								17:30
18:00	17:30~18:30 交流会							18:00
18:30								18:30
19:00								19:00
19:30								19:30

# 開催概要<15日スケジュール>

会場		ニンノエ						会場
時間	最大 100名	RoomF 最大81席	RoomA 最大30席	RoomB 最大30席	RoomC 最大42席	RoomD 最大33席	RoomE 最大30席	
8:00								8:00
8:30								8:30
9:00								9:00
9:30								9:30
10:00	10:00-10:30 『心が跳ねる瞬間、イノベーションは体験から始まる』 ・(株)ロジリティ							10:00
10:30								10:30
11:00	11:00-12:00 「見方を変えれば、味方になる」 ・高橋なんぐ							11:00
11:30								11:30
12:00								12:00
12:30								12:30
13:00	13:00-12:00 <b>LAST.NIIGATA..</b>							13:00
13:30								13:30
14:00								14:00
14:30								14:30
15:00								15:00
15:30								15:30
16:00								16:00
16:30								16:30
17:00								17:00
17:30								17:30
18:00								18:00
18:30								18:30
19:00								19:00
19:30								19:30

控室利用・運営スタッフ

## 開催概要<来場者人数>

11月13日(木)

NINNO	NINNO3	地下通路	ガタリウム	合計(人)
オープニング	63	Ride the WAVE	65 受付(PASS渡し)	60 受付(PASS渡し) 92
地域から挑む未来課題	54	アトツギ	41 出展ブース参加	350 出展ブース参加 320
地域貢献を仕事にする挑戦	71	健康経営	29	
新潟の海を未来につなぐ	31	無形資産形成で新潟企業の	40	
sake innovation	52			
交流会	54			
小計	325	175	410	320 1,230
【通行人含む】	432	302	2,126	980 3,840

11月14日(金)

NINNO	NINNO3	地下通路	ガタリウム	合計(人)
AI時代のはじまりとこれから	53	新潟市DX DRIVE	33 受付(PASS渡し)	58 受付(PASS渡し) 41
湿地はGX投資の対象か	71	にいスタ！	25 出展ブース参加	270 出展ブース参加 210
日本酒と文化の未来	206	文化が変われば会社は変わる	20	
女性の働き方	51	デジタル経営カンファレンス	31	
交流会	72	グローバル人材	24	
小計	453	133	270	210 1,066
【通行人含む】	540	238	1,875	780 3,433

11月15日(土)

NINNO	NINNO3	地下通路	ガタリウム	合計(人)
心が跳ねる瞬間	32	こどもプログラミング	7 受付(PASS渡し)	46 受付(PASS渡し) 77
見方を変えれば、味方になる	78	パンタレイ①	10 出展ブース参加	303 出展ブース参加 207
		パンタレイ②	6	
小計	110	23	349	284 766
【通行人含む】	155	61	1,380	860 2,456

参加者合計	3,062
通行人含む合計	9,729

## 開催概要<広報>

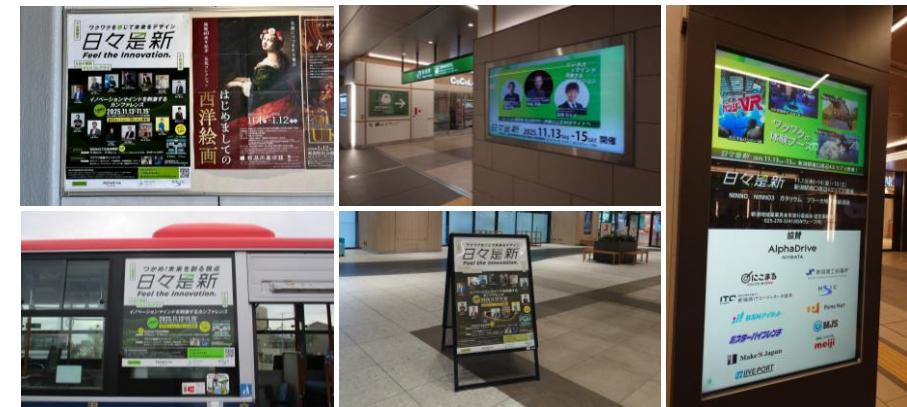
### メディア広報展開

- ★ 「開催決定・協賛出展企業募集・開催内容」告知
  - ・BSNテレビ(15秒 3タイプ) 9月～開催前日まで 60本
  - ・TeNYテレビ(15秒 1タイプ) 11月開催前まで 10本
  - ・BSNラジオ(11/1～)22本
  - ・FM-NIIGATA(11/5～)10本
- ★ 新潟駅構内デジタルサイネージ (15秒 4タイプ) 8/4～11/15 表示回数:821,469回
- ★ Google広告 (15秒 3タイプ) 09/16～11/14 表示回数:806,118回
- ★ Instagram広告 10/21～11/14 表示回数:479,336回
- ★ バス広告 10/19～1ヶ月掲出 西部営業所2台、南部営業所2台

【ラジオ】 「いつもあなたと BSN 通信」  
10月7日(火)22:00～22:15

【テレビ】 「BSN 昼ニュース」11月14日(金) 11:50～11:52  
「TeNY 昼ニュース」11月14日(金) 11:43～11:44

「ポスター・バス戸袋・デジタルサイネージ」



「BSN 昼ニュース」



「TeNY 昼ニュース」



# 開催状況

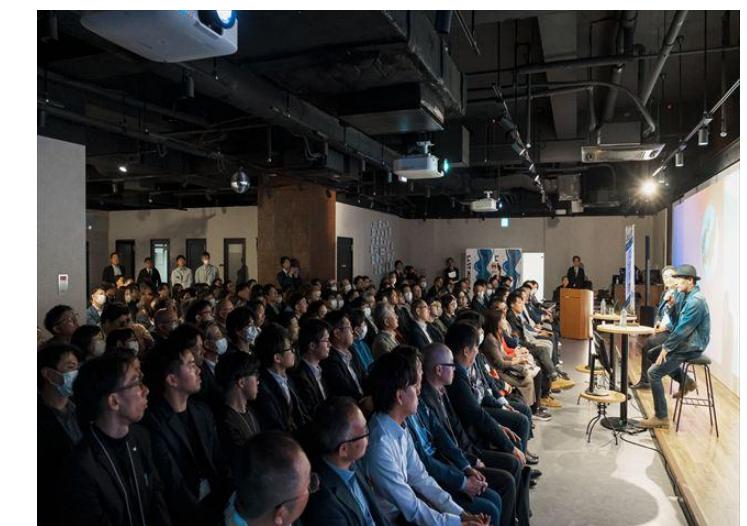
## OPENING



## CONFERENCE<トークセッション/講演> 13日(木)



## 14日(金)



# 開催状況

## CONFERENCE<トークセッション/講演> 15日(土)



## SHOWCASE<発表会> ヒビコレピッチ



## WORKSHOP<ワークショップ>



## EXPERIENCE <体験>



# 開催状況

## EXHIBITION <展示>



## LIVE STREAM EXPERIENCE <ライブビューアーイング>



# 開催状況

## MEETUPS<交流会>



## INFORMATION 受付



## 会場状況(ガタリウム/地下通路)

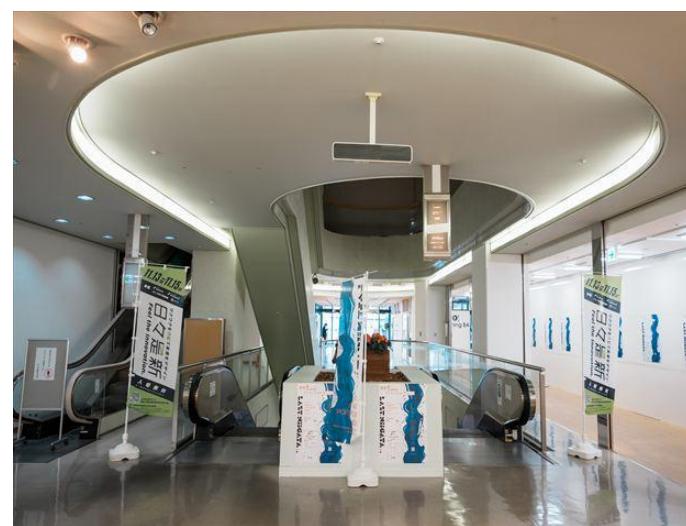


司会等



# 開催状況

## 会場周辺状況



# 当日配布物



## トートバッグ 300個

- ・NINNO
- ・NINNO3
- ・地下通路
- ・ガタリウム

それぞれ各日25個ずつ先着配布



## リーフレット A3二つ折り両面

## 当目配布場所

- ・NINNO
- ・NINNO3
- ・地下通路
- ・ガタリウム

事前に関連企業・団体の他、  
大学やイベント会場等に設置

## ネックストラップ(赤)

地下通路ライブペイント参加者に贈呈  
80~100本程度

---

## 成果と課題

---

## 成果と課題(1)

テーマ	成果	課題
日々是新 Feel the Innovation	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 「Feel the Innovation」をテーマとしたイベントの目指すものは、単なる技術革新の紹介にとどまらず、革新を“体験として実感できる場”を提供することである。新潟の多様な業界や分野の専門家、起業家、投資家、学生が集い、自分の仕事や生活にどのように変化を取り入れるかを考えるきっかけを創出。「挑戦」「改善」「創造」を自然に受け入れるマインドセットを広げ、新しい技術やサービスを“見て・触れて・感じる”ことで理解と共感を深める場、さらに、部門や業界を超えた交流を促し、コラボレーションの種を多く場として、『日々是新』の精神を体現できた。</li> <li>★ 3年目を迎えた「日々是新」は、新潟駅周辺へ会場を移し、「初」の4会場、分散型で開催を試みた。過去2年間で積み重ねた成果を基盤に、イベントの質の一層の向上に寄与した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 「Feel」は分かりやすいテーマではあったものの、その意図や魅力を十分に表現しきれていなかった。</li> <li>★ 開催前の広報において、プログラム内容の詳細よりも開催告知が中心となり、体験価値そのものを十分に訴求できなかった。</li> <li>★ 体験型コンテンツの魅力や具体的な参加イメージが、事前に想起されにくかった結果として、目的意識を持たない来場が多くなり、体験参加率の向上につながらなかった。</li> <li>★ 各プログラム・体験が持つ「何を体験でき、どのような価値が得られるのか」について、来場者目線での説明・ストーリー提示が不足していた。</li> </ul>
新潟駅南口中心の分散開催で実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 新潟駅を中心開催することで、交通手段の選択肢が広がり、来場しやすい環境が整った。</li> <li>★ 大きく4会場に分かれた開催だったが、事務局内での連動と各会場の判断でトラブルなく運営した結果、今後の同規模イベントで再現可能な「運営モデル」を確立。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 駅構内・駅周辺・会場内での掲示物に厳しい制限があり、開催会場周辺全体でイベント開催中のにぎわいを十分に演出できなかった。</li> <li>★ のぼりだけでなく、地上で、通りかかった層に訴求できるものがあるとよい。例えば、キッチンカーなど</li> </ul>
協賛・出展社37社(出展ブース総数 30社) 出展内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ これまでと違いブース出展にテーマがある中、30ブースが集まり、イベントへの協賛という形でも携わって頂いた企業7社が集まった。</li> <li>★ ガタリウム「展示ブース」・地下通路「体験ブース」と分けた運営を行うことで、展示と体験で異なるデータをアンケート結果などから取得でき、改善に活かせるインサイトを獲得。</li> <li>★ ガタリウムの出展社は過去に『日々是新』へ出展した経験があり、出展社同士の一体感が醸成されていた。その雰囲気は来場者にも伝わり、会場全体がポジティブな空気に包まれ、イベントの印象が『まとまり感のある場』として強化。</li> <li>★ アンケート結果によると、地下通路での体験を中心とした展示内容は、来場者と出展者の間で新しいアイデアや未来につながる交流を生み、刺激を得る機会となつた。</li> <li>★ 体験ブースはイベントの盛り上げに大きく寄与した。</li> <li>★ 出展社同士で県内外企業が積極的な交流も見受けられ、これからのイノベーションの期待を感じた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 2024年度53社(52ブース)に対し、2025年度37社(協賛・出展社)で、17社減。</li> <li>★ 協賛企業数の増加、また出展価値の向上が課題。</li> <li>★ イベントのメイン内容が固まらない中での協賛・出展募集に追われるため、結局、募集期間が短い。</li> </ul>

## 成果と課題(2)

テーマ	成果	課題
【NINNO】 会場レイアウト・会場内装飾	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 会場は70人程の動員に適していたが、カンファレンスの動員に併せてMAX100人となっていた会場にパイプ椅子を使用し200人を収容したことによって、結果として、参加者数の増加や満足度向上に寄与。</li> <li>★ 出入口が同じため、混乱が起こらないシンプルなレイアウトが可能だったことから、備え付けカウンターを利用し、来場客のスムーズな受付、誘導が出来た。</li> <li>★ 会場の家具やテーブルなどをうまく工夫して利活用し、会場の特性を生かすことができた。</li> <li>★ 受付は「イーベ！」と当日受付を分けた動線で、混乱なくスムーズに運用できた。</li> <li>★ 会場の特徴である3面のプロジェクターを効果的に使用し、会場装飾としても利用する事で会場全体の統一感、また、来場者の没入感を高め、イベントの印象を強く残す効果を与えた。</li> <li>★ 同時開催の「LAST NIIGATA」の動かせない会場装飾も利用する事ができ、イベントにぎわい感の演出に利用できた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 控室(会議室)からステージまでの動線が悪く、ステージ袖の待機場所も十分ではなかった。</li> <li>★ 会場はオープンスペースで自由度はあるものの、特殊な構造によりレイアウトに大きな制約があった。</li> <li>★ 「LAST NIIGATA」とのイベント間の転換に時間が持てず、混乱があった。特に初日は非常に厳しい状態であった。</li> <li>★ 十分な予算をかけられず、メイン会場としての演出や雰囲気づくりが弱かった。</li> <li>★ 「LAST NIIGATA」の色が強く、「日々是新」を前面に出すことが困難だった</li> <li>★ 既存機材ではステージ照明やプロジェクターの使用に制限があり、演出面で不十分に感じられた。</li> </ul>
【地下通路】 会場レイアウト・会場内装飾・その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 真ん中にブースをレイアウトする事で会場全体の様子が把握でき、スタッフが来場者に声をかけやすく、他会場への誘導に結びついた。また、通行人の多くが足を止めて見られる配置であった。</li> <li>★ 出展者の大掛かりな設置などの工夫もあり、それぞれのブースの色が出ていた。</li> <li>★ 積極的なブース間の交流がみられた。</li> <li>★ 周辺のオフィス、公共交通機関で来場するなど、これまでとは異なった来場者があった。</li> <li>★ 通常の2倍以上の通行があったため、地下通路の活性化・有効な利活用という意味でも成果があった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 新潟駅周辺という利便性・集客力を十分に生かし切れなかった。空調や給排水設備がないため、出展内容や形式に制約が生じた。</li> <li>★ 照明や音響に厳しい制限があり、これを補う工夫や代替手段が不足していた。</li> <li>★ 出入口が多く、受付を通過しない来場者が想定以上に多かったため、来場者管理が不十分だった。</li> <li>★ VRバンジーのような人を引き付ける体験ブースが必要。</li> </ul>
【ガタリウム】 会場レイアウト・会場内装飾・その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 吹き抜けと大開口窓による開放的な空間は、ポジティブな印象を与え、大方スクリーンの設置したことにより、十分なオープンスペースを活かしたハブ会場であった。</li> <li>★ 交流人口が多く、イベント認知の可能性が高かった。</li> <li>★ 3日間の開催中、レイアウトを適宜変更し、丸テーブルやソファを撤去し、空間を広く取り「通路」の印象を高めたことで、来場促進につながった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 外気温の影響を受けやすく、会場が冷えていた。</li> <li>★ 駅利用者が鉄道ダイヤの影響で、朝・夕の2時間程の通勤の時間帯、昼の正午前後の時間帯に多く移動し、その他の時間帯は少なくなり、時間帯によって来場数が極端に変動。</li> <li>★ 柱に囲まれた空間のみのエリア制限があり、一般的なイベント設営では「見えない壁」を感じ、柱外の交流人口が避ける現象発生。</li> <li>★ 音響制限により、ライブビューイングやBGMの使用が制限など制約が多く、季節やイベント内容を選ぶ必要がある。</li> </ul>

## 成果と課題(3)

テーマ	成果	課題
トークセッション・講演会・セミナー・ワークショップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 2024年度11セッション 20名以上登壇に対して、2025年度は23セッション 50名以上登壇し、幅広いテーマでトークセッションや講演会を実施し、イベントのコンテンツ充実度と参加者満足度が向上。</li> <li>★ 「トークセッションに力を入れたイベント」という目的を果たし、質・量ともに充実した内容を提供できた。</li> <li>★ 「Feel the Innovation」に沿った内容で、聴講者に刺激や新しい発想を与える登壇者ラインナップとプログラム構成を実現した。</li> <li>★ 「中田英寿」や「西脇資哲」の登壇は「日々是新」のイベント価値向上になり大きな実績となった。</li> <li>★ カンファレンス後の名刺交換の仕掛けは非常に効果的で、交流促進に寄与した。</li> <li>★ NINNO3で開催されたセミナーやワークショップは個々に質が高く、意欲的な参加者を集めることができた。</li> <li>★ カンファレンスでは、「挑戦する姿勢」や「行動の意味を探求する」といった登壇者のメッセージから大きな刺激を与える事ができた。</li> <li>★ 中田氏のセッションは圧倒的な人気を集め、約200名が憧れのまなざしで参加するなど、非常に熱量の高い場であった。</li> <li>★ スクール形式ではなく、同じテーブルになった参加者と交流できるスタイルが採用されていた。</li> <li>★ 参加者同士で積極的に情報交換・交流できるネットワーキングの時間が設けられたセミナーもあった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ カンファレンス間の転換時間30分前後は、適正時間だったが、滞在時間を延ばす仕掛けが不足し、にぎわいの継続が難しかった。</li> <li>★ 各トークセッションの魅力を伝える情報発信が不足していたため、どのセッションも魅力ある内容にも関わらず、来場者へ繋げられなかつた。</li> <li>★ セミナーやカンファレンスの開催時間が重なっており、参加者が複数のプログラムに参加しづらい状況が発生。</li> <li>★ 可能な限り、開催時間が重ならないように調整する必要がある。</li> </ul>
交流会	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 2日間トータル 126名の参加。</li> <li>★ 会場の椅子とテーブルを活用し、自由なレイアウトでくつろぎの雰囲気を演出。参加者がリラックスして交流を楽しめる環境を整えた結果、交流が活性化し、滞在時間と満足度が向上。</li> <li>★ テーマを設けた料理を提供でき、参加者の反応も良かった。</li> <li>★ 堅苦しさがなく、様々な企業の参加者同士で積極的な意見交換が行われた。</li> <li>★ 出展者同士のネットワークの広がりだけではなく、来場者との交流も活発であった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 積極的に交流して頂けるようなマッチング係的なスタッフ配置が必要に感じた。</li> <li>★ 仲間内での交流に感じたという意見もあった。</li> <li>★ 消極的な参加者に対してもケアが必要だった。</li> <li>★ 交流促進につながる仕掛けが必要。</li> </ul>

## 成果と課題(4)

テーマ	成果	課題
メディア広報展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ テレビ・ラジオ・デジタル・交通広告を組み合わせ、複数チャネルで告知を実施。</li> <li>★ BSN・TeNYで計 70本のCM放映、ラジオで 32本の放送により、地域住民への認知度を強化。</li> <li>★ 新潟駅構内デジタルサイネージ・Google広告・Instagram広告で合計 約210万回以上の表示で、オンライン・オフライン双方で高い認知効果。</li> <li>★ Google 広告での「視聴回数：368,207」は「視聴率：45.68%」で YouTube/Google 広告の一般的な動画視聴率目安(15-35% 程度)と比べ高水準。クリエイティブの訴求力またはターゲティングの適合度が高かった。</li> <li>★ SNS広告で若年層やデジタル利用者へのリーチを拡大。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 様々なメディアを使用しイベントの露出を図っているが、カンファレンスやブースなどの内容に特化した告知が少なかった。内容の確定に時間が掛かり、内容告知用までの広報物作成が、時間・予算共に計画的に確保できなかった。</li> <li>★ 広告は広範囲に展開されたが、イベントの主要ターゲット(企業担当者・業界関係者)への到達度が不明。</li> <li>★ 広範囲に展開したが、来場へつながる効果的な広報内容になつておらず、広く浅くの広報になっていた。</li> </ul>
SNS	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ X: 新アカウント 17フォロワー・旧アカウント 122フォロワー(12/10時点)</li> <li>★ Instagram: 257フォロワー(12/10時点)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 「Instagram」の運用に注力したが、「X」への運用が弱かった</li> </ul>
その他(PR・企画など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 来場者特典 各会場にて先着25個トートバッグ/1日を配布。 ライブペイント参加者へ「日々是新」ネームストラップ約100個配布。</li> <li>★ A3MAP付きチラシ15,000部印刷</li> <li>★ A1ポスター400部印刷</li> <li>★ 小学生向け・交流会案内 A4チラシ 各500部印刷</li> <li>★ 初の土曜日開催に向けて、小学生～大学生をチラシ配布・校内ポスター掲示依頼で来場者促進に向けた広報も行った。</li> <li>★ 限られた予算・人材で安全な運営を行えた。</li> <li>★ 複数の会場から、聞きたい、参加したいカンファレンスを「選択する」ところにワクワク感があった。</li> <li>★ 他に若い層にアプローチするイベントは無いので、カンファレンス・展示ともに若い層が参加しており、参加企業からもその点は良かった。</li> <li>★ 過去と比較して、コンパクトで雰囲気も良い会場だった。</li> <li>★ 駅からすぐなので、ふらっと立ち寄った人にもアプローチが出来る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 他行事などと被っていたため時期的に高校生のアプローチは厳しかった</li> <li>★ アカデミックナーは、企画が徹底されていなかった。</li> <li>★ 各場所が分かりづらいし、案内できていなかった。会場図も周辺になかった。</li> <li>★ 運営に必要なマンパワーや予算がイベント規模に対して不足していたため、各会場およびイベント全体で内容や演出に物足りなさが残った。</li> </ul>

## 成果と課題(5)

テーマ	成果	課題
【まとめ】	<p>2025年度の「日々是新」は、テーマである「Feel the Innovation」を体现し、単なる技術紹介にとどまらず、革新を“体験として実感できる場”を提供しました。新潟の多様な業界や分野の専門家、起業家、投資家、学生が集い、自身の仕事や生活にどのように変化を取り入れるかを考えるきっかけを創出。「挑戦」「改善」「創造」を自然に受け入れるマインドセットを広げる場として、部門や業界を超えた交流を促し、コラボレーションの種を多くイベントとなりました。</p> <p><b>■イベントの進化と成果</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・3年目の挑戦 過去2年間の成果を基盤に、さらなるステージへ進化。</li> <li>・アクセス性の向上 新潟駅周辺での開催により交通利便性が向上し、来場しやすい環境を整備。</li> <li>・複数会場運営の成功 4会場に分かれた開催ながら、事務局と各会場の連携によりトラブルなく運営を実現。</li> </ul> <p><b>■出展・交流の充実</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テーマ性を持ったブース出展 30ブースが集結し、協賛企業7社も参加。ガタリウムでは出展経験者による一 体感があり、地下通路では体験型展示を通じて来場者・出展者間で新しいアイデアや刺激が生まれました。</li> <li>・積極的な交流 出展者同士、県内外企業間でのネットワーク形成が活発に行われ、今後のイノベーションへの期待を高めました。</li> </ul> <p><b>■会場運営の工夫</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・柔軟なレイアウトと快適な空間 最大200名収容を可能にする工夫や、自由なレイアウトでリラックスできる雰 囲気を演出。受付動線の分離やプロジェクターの効果的活用により、スムーズな誘導と視覚的演出を実現しま した。</li> <li>・地下通路の活性化 通常の2倍以上の通行があり、公共空間の有効活用という面でも成果を残しました。</li> </ul> <p><b>■コンテンツの充実</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・セッション数・登壇者数の大幅増加 2024年度の11セッション・20名以上登壇に対し、2025年度は23セッ ション・50名以上が登壇。幅広いテーマでトークセッションや講演を実施し、質・量ともに充実。</li> <li>・著名登壇者による価値向上 中田英寿氏、西脇資哲氏の登壇はイベント価値を大きく高め、特に中田氏のセッ ションは約200名が参加する熱量の高い場となりました。</li> <li>・ネットワーキングの強化 名刺交換や交流時間の設定により、参加者同士の情報交換が活発に行われました。</li> </ul> <p><b>■広報・プロモーション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多様なメディア展開 テレビ・ラジオ・デジタルサイネージ・SNS広告・交通広告を組み合わせた結果、新規来場 者の獲得に寄与した。</li> <li>・来場促進施策 トートバッグ配布や学生向け広報を実施し、幅広い層の来場を促進。</li> </ul>	<p>・コンセプト「Feel」や本来メッセージの訴求が弱く、体験価値が十分に表現できなかった。</p> <p>・分散開催や他イベントとの兼ね合いで、ブランドの前面化が困難。</p> <p>・規模に対してマンパワー・予算不足で演出に物足りなさ。</p> <p>・協賛企業数の増加や出展価値向上が課題。</p> <p>・募集期間が短く、価値訴求が不十分。</p> <p>・交流促進の仕掛けやスタッフ体制が弱く、滞在時間延長策も不足。</p> <p>・動線や待機スペースの不備、特殊構造によるレイアウト制約。</p> <p>・機材・設備・音響・空調などの制約で演出力が低下。</p> <p>・駅構内規制や時間帯変動で集客・にぎわい演出が難しい。</p> <p>・セッションの魅力発信不足、開催時間の重複で参加しづらい。</p> <p>・アカデミックデーの企画不徹底、会場案内不足。</p> <p>・学びの質は高いが、交流や接点づくりに改善余地。</p> <p>・視認性向上策(キッチンカー等)不足、掲示物規制で演出弱化。</p> <p>・SNS運用がInstagram偏重、X活用不足。</p> <p>・カンファレンスやブース内容に特化した告知が少ない。</p>

## 成果と課題(6)

テーマ	成果	課題
【総括】	<p>限られた予算と人員の中で安全かつ円滑な運営を実現し、目的である「革新を体験し、共感を広げる場」を創出しました。多様な参加者が集い、交流と学びを通じて新しい価値を生み出す場として、「日々是新」は新潟におけるイノベーションの象徴的イベントへと進化したといえます。</p> <p>特定のプログラムに偏らず、幅広いコンテンツが均等に参加者の関心や学びに寄与した点は構成のバランスの適切さを示しています。一方で、コンテンツの奥行きや交流設計には改善の余地があり、参加者が求める「行動につながる気づき」をさらに強化する必要があります。</p> <p>アンケート結果からは、「新しいことへの挑戦」「課題解決のヒント」「登壇者の経験に基づく実践的な学び」など、イノベーションのきっかけとなる要素に高い関心が寄せられ、単なる情報収集ではなく、仕事や組織の変革に直結する示唆を求めていることが明らかになりました。</p> <p>また、「体感」「体験」「接觸」を伴うブースは高い評価を得ており、地域産業との接点や実践的な知見を提供するコンテンツの拡充が今後の鍵となります。さらに、個々の学びに加え、参加者同士や企業・地域との協働が自然に生まれる仕組みづくりを強化することが求められます。</p>	<p>「体験価値の強化」「交流設計の深化」「出展価値の明確化」「会場制約に対応した演出工夫」「告知の精緻化」という中核テーマで改善余地が顕在化した。</p> <p>広報は規制・メディア偏重・内容特化の不足により、来場の質・量の最適化が十分に達成されなかった。会場面では動線・設備・音響等の制約が演出と滞在価値を阻害し、プログラム編成の重複や案内不足が参加体験の連続性を低下させた。さらに、協賛・出展は募集設計の短期化と価値訴求の弱さから契約に苦戦し、交流はマッチング機能不足により開放性が限定された。</p> <p>①コンセプト起点の体験設計(「イノベーションを感じる」を空間・導線・演出・プログラムで一貫表現)      ②非重複編成と場内回遊の最適化      ③来場を後押しする現場視認性施策(キッチンカー等)と内容特化の告知導線      ④協賛・出展価値の再定義(成果指標・交流生成・見込み客接点の可視化)      ⑤会場制約に応じた代替演出(照明・音響のモバイルソリューション、温熱対策)</p> <p>が重点課題。「学び×交流×体験」を一体化した滞在価値の最大化を図ることが求められる。</p>

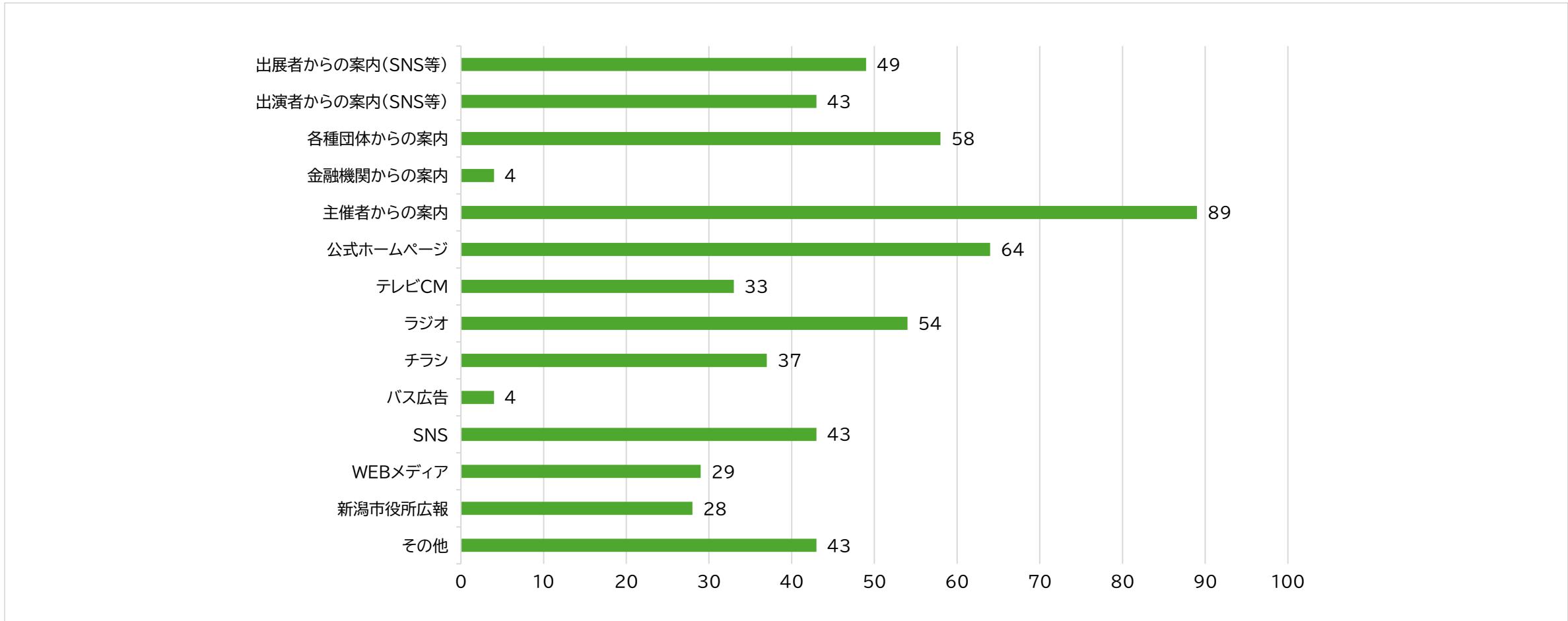
---

## 来場者アンケート

---

## 来場者アンケート

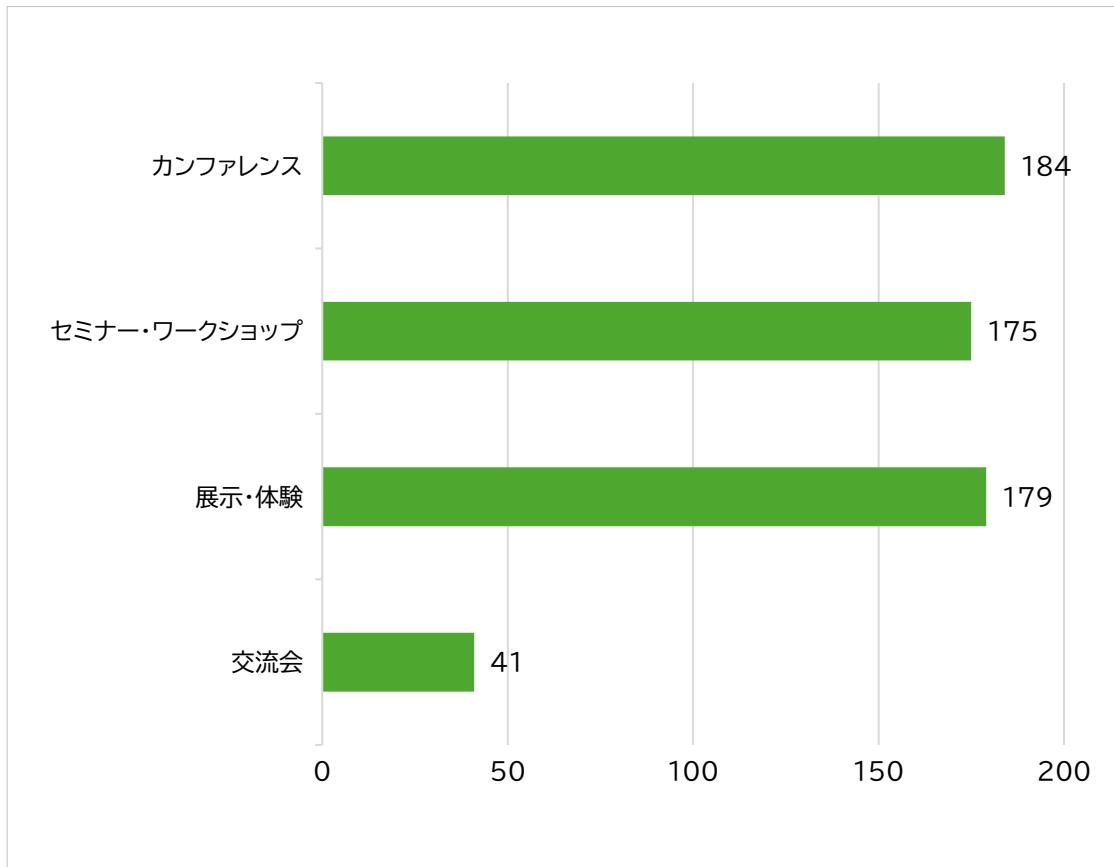
[問1] 「日々是新」の開催を知ったきっかけを教えてください(複数回答可) (426件の回答)



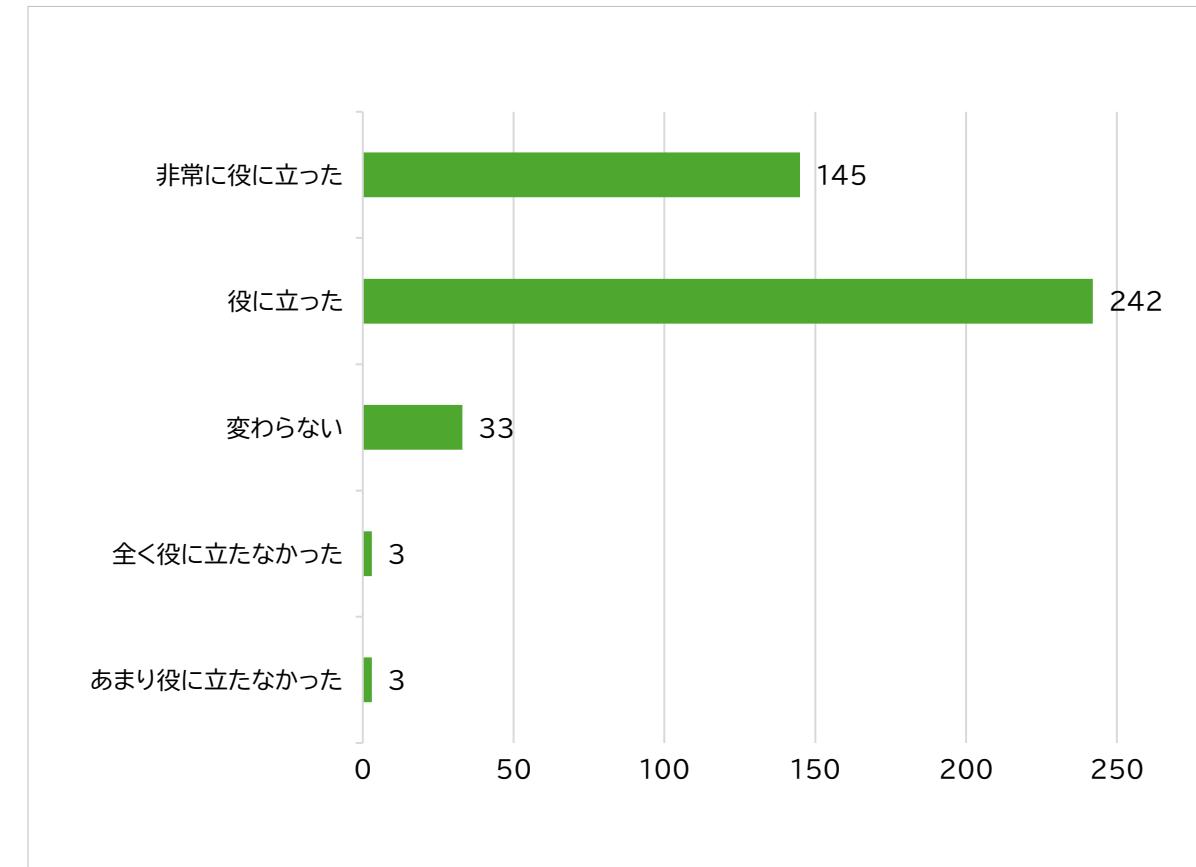
認知経路の上位層を見ると、主催者からの案内が最もボリュームが高い。またSNSを通じた流入も想定以上に効果を発揮。出展者による情報発信を支援する仕組みを強化とともに、従来型メディアや印刷物、ウェブ、SNSなどを組み合わせた戦略を一層発展させ、効果的な情報伝達と来場促進につなげていく必要がある。

## 来場者アンケート

[問2] どの企画を目的に来場したかを教えてください(複数選択可) (426件の回答)



[問3-1] 日々是新は、あなたのビジネス等における課題解決や、新たな視点の獲得に役立ちましたか？ (426件の回答)



「カンファレンス」「セミナー・ワークショップ」「展示・体験」という三つの軸が、いずれも偏りなく集客に寄与していることがわかる。一方で、昨年と同様に「交流会」に関する情報発信が十分ではなく、認知面での弱さが残っている。

## 【問3-2】問3の回答の理由をお聞かせください【抜粋】

### 【カンファレンス・セミナー関連】

- 著名人の考え方を生で聞けたから
- 生成AIに関心があり初步的なことでも教えていただいた
- AIのセミナーに参加したが、発展的な使用をしていたため、考えが広がった
- フリーランサーのお話は聞きごたえがあった
- 高橋なんぶさんの講演をきかせていただいて、良い気付きになりました
- 仕事、子育ての味方を変えてイライラを抑えて取り組むようにしたい
- 國際湿地セミナー新たな視点を得られました
- 新潟でおきているイノベーションの動きをわかりやすく知ることができたため
- 新しい視点を教えてもらえた
- 講演者の話の視点が、一步も二歩も先に進んでいました。
- 環境に配慮した非常に未来性のあるビジネスで とても良いと思いました！
- 起業家の視点に立って考えることができたから
- 中田英寿さんの言葉が胸に刺さったから
- 実績のある人の話を聞くことが出来たから
- 文化的本質の意味を知り、自分が住んでいる地域についてきちんと知ろうとするきっかけになった
- マーケティングや仕事へのモチベーションの視点のなど噛み碎いた言葉で話を聞くことができた
- Jマテ様のDX推進についてのお話を聞けたため
- 県外の著名な方からみた新潟の問題点を指摘してもらえたこと
- カンファレンスが非常に役立った。モノの見方は多様であると感じた
- マーケティングや仕事へのモチベーションの視点のなど噛み碎いた言葉で話を聞くことができた

### 【展示・体験ブース関係】

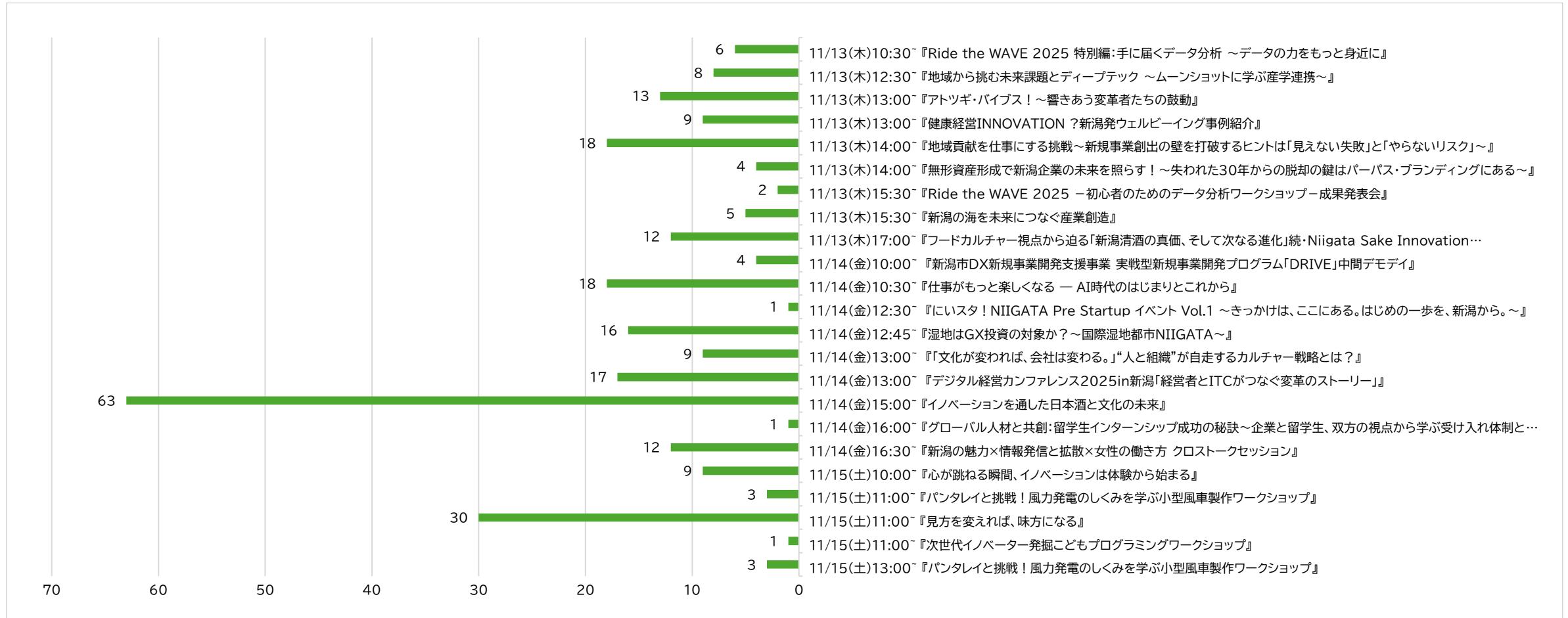
- 新トレンド、新技術が知れた
- 県内企業の新しい発見があった
- 私は現在学生であり、これより就職活動を行う身分である  
このイベントは自分の視野広げるイベントであった
- 違った視点での取組み方や貴重な経験を聞けた
- イノベーションに対する若い世代のパワー・可能性を感じた
- メタバースの今後の活用について考えさせられるものがありました
- 商談につながった
- 自分の知らない分野、領域でのビジネスの可能性に気づかされたから
- 多数の企業の取組を一気に聞くことができ、刺激を受けた
- 各社の取り組み、課題感に共感が持てた
- 新しい発見や気づきがたくさんあった
- こどもの学びにつながったと思う

### 【交流会関連】

- お酒や料理を楽しみながらの交流会は楽しかった
- 何の案内もなく自由交流で、ほとんど知り合いの様子のため初めて参加したので  
勝手もわからず困惑しました。机も料理も少なく、参加費を取りすぎだと思います

## 来場者アンケート

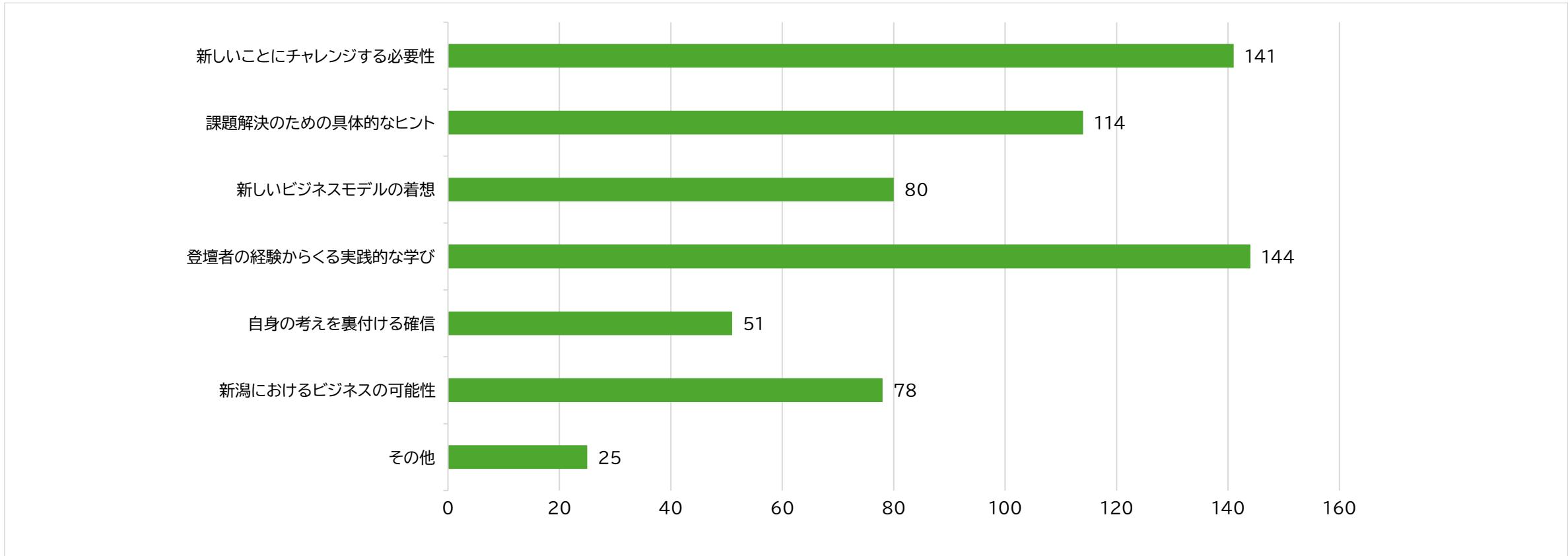
[問4-1] カンファレンス・セミナーでもっとも刺激を受けた(印象に残った)ものは何ですか (264件の回答) ※体験ブースのみの参加の方は問5へ



主要コンテンツはいずれも同程度の「刺激を受けたカンファレンス」として評価されている。特定のプログラムに偏らず、幅広いコンテンツが均等に参加者の関心や学びに寄与していた点は、本イベントの構成のバランスが適切であったことを示していると言える。今後の課題としては、こうした“均等な評価”を維持しつつ、特定の分野でより深い学びを得たい層にも応えられるよう、コンテンツの奥行きをさらに高めていく必要があると感じられる。

## 来場者アンケート

[問4-2] 問4-1 で回答した企画で「得られた」ものをお選びください(複数回答可) (255件の回答)



「新しいことにチャレンジする必要性」や「課題解決につながる具体的なヒント」、「登壇者の経験に裏打ちされた実践的な学び」など、イノベーションのきっかけとなる要素に多くの回答が集まっていた。これは、参加者が単なる情報収集ではなく、自身の仕事や組織の変革に直結する示唆を求めていることを示していると言える。今後も、こうした“行動につながる気づき”を提供できるコンテンツづくりが求められている。

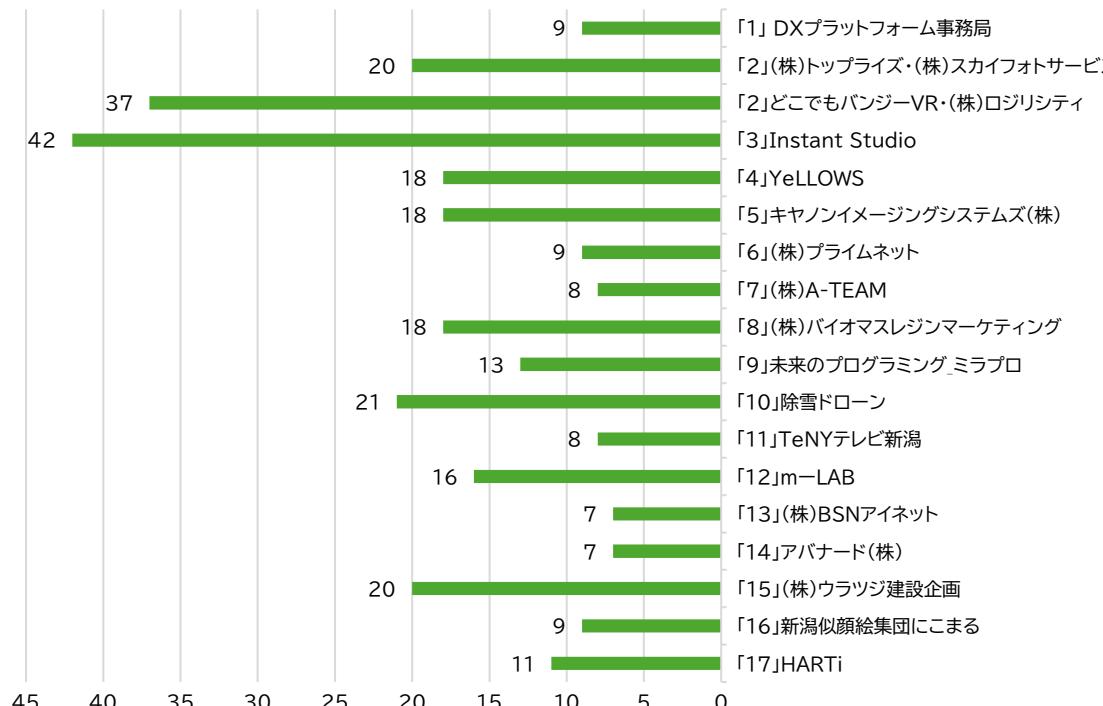
### <その他 意見より一部抜粋>

- 問題点を切り出し、ピンポイントで改善していくことによりプロジェクトを前に進める推進力
- やりたいことをやるために時間を作るために「DXからはじめることの大切さ」
- 「生成AIを使わないことこそがリスク」という言葉が印象に残りました
- 海という視点から産業について考えるということがあまりなかったので刺激を受けた
- これから就職を考える際に、自分が生まれたこの土地に貢献したいと改めて感じた

## 来場者アンケート

[問5-1] 展示・体験(または技術名)でもっとも刺激を受けた(印象に残った)ものは何ですか。企業名・ブース名等をご記入ください (344件の回答)

### ■ プラーカ地下連絡通路:体験ブース



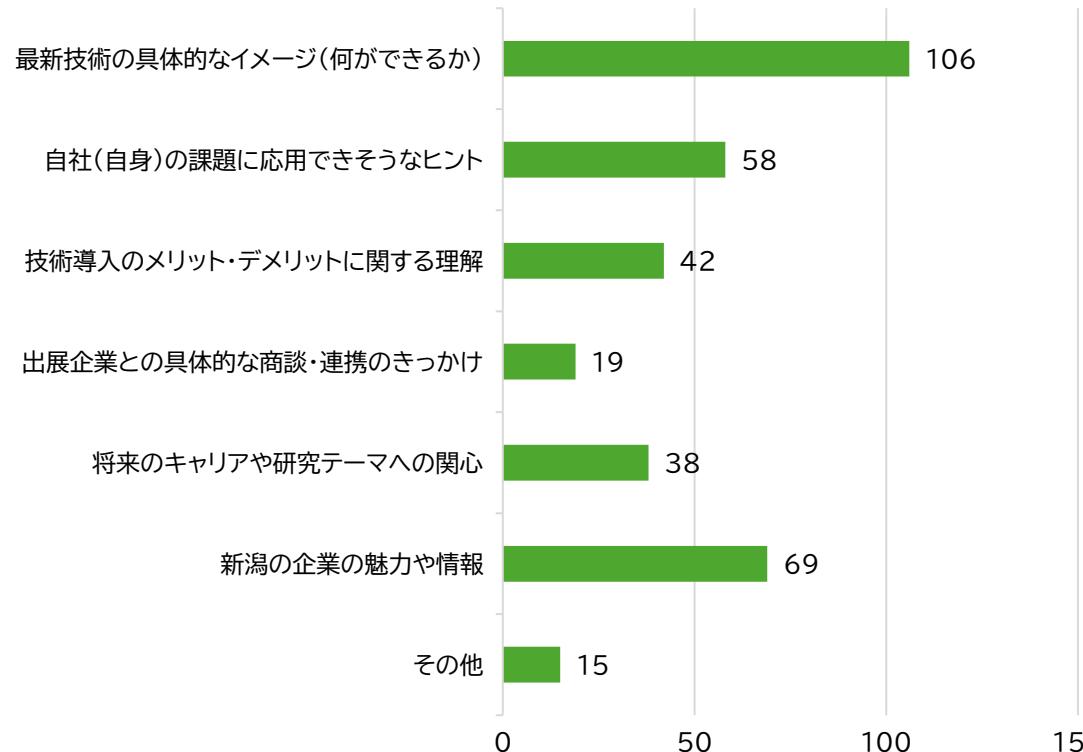
### ■ ガタリウム:展示ブース



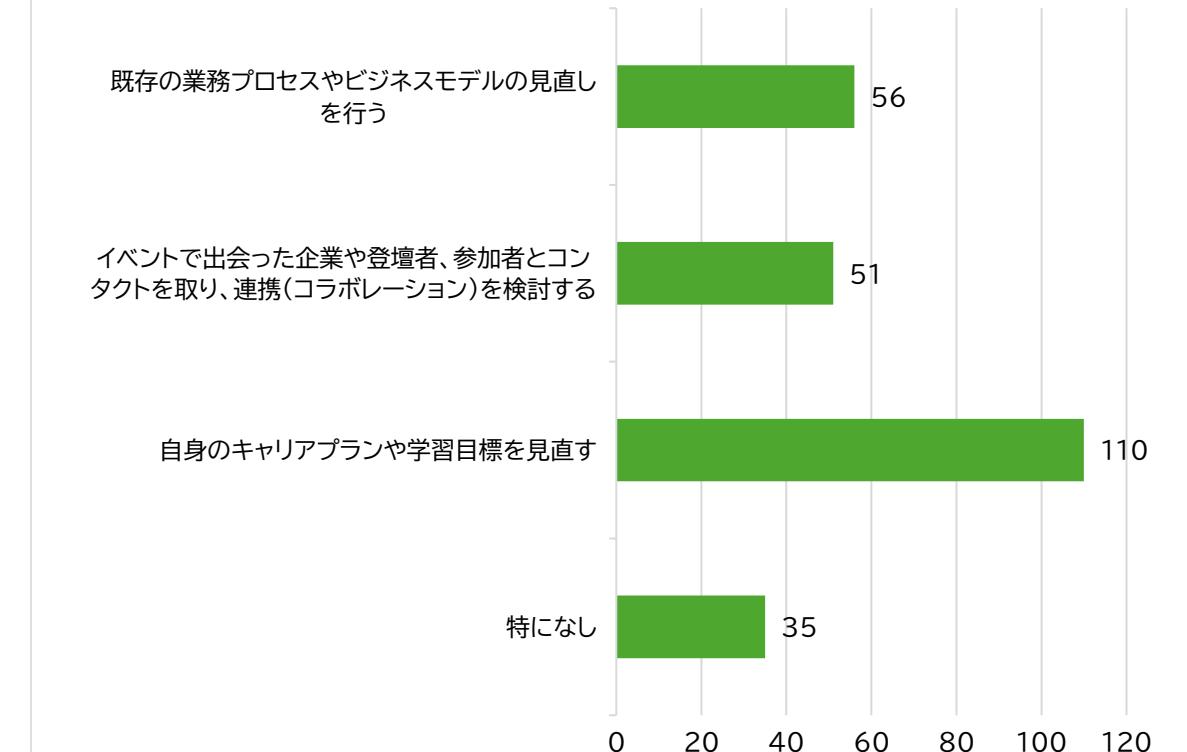
「体感」「体験」「接触」が伴うブースにおいて、刺激を受ける参加者が多い傾向。上位は「どこでもVRバンジー」、「キヤノンイメージングシステムズ(VRゴルルキーパー体験)」、「バイオマスレジンマーケティング(お米ブロック)」、「除雪ドローン®」、「ウラツジ建設企画(木製モバイルハウス)」。

## 来場者アンケート

【問5-2】問5で答えた体験ブースで  
「得られた」ものをお選びください(複数選択可) (255件の回答)



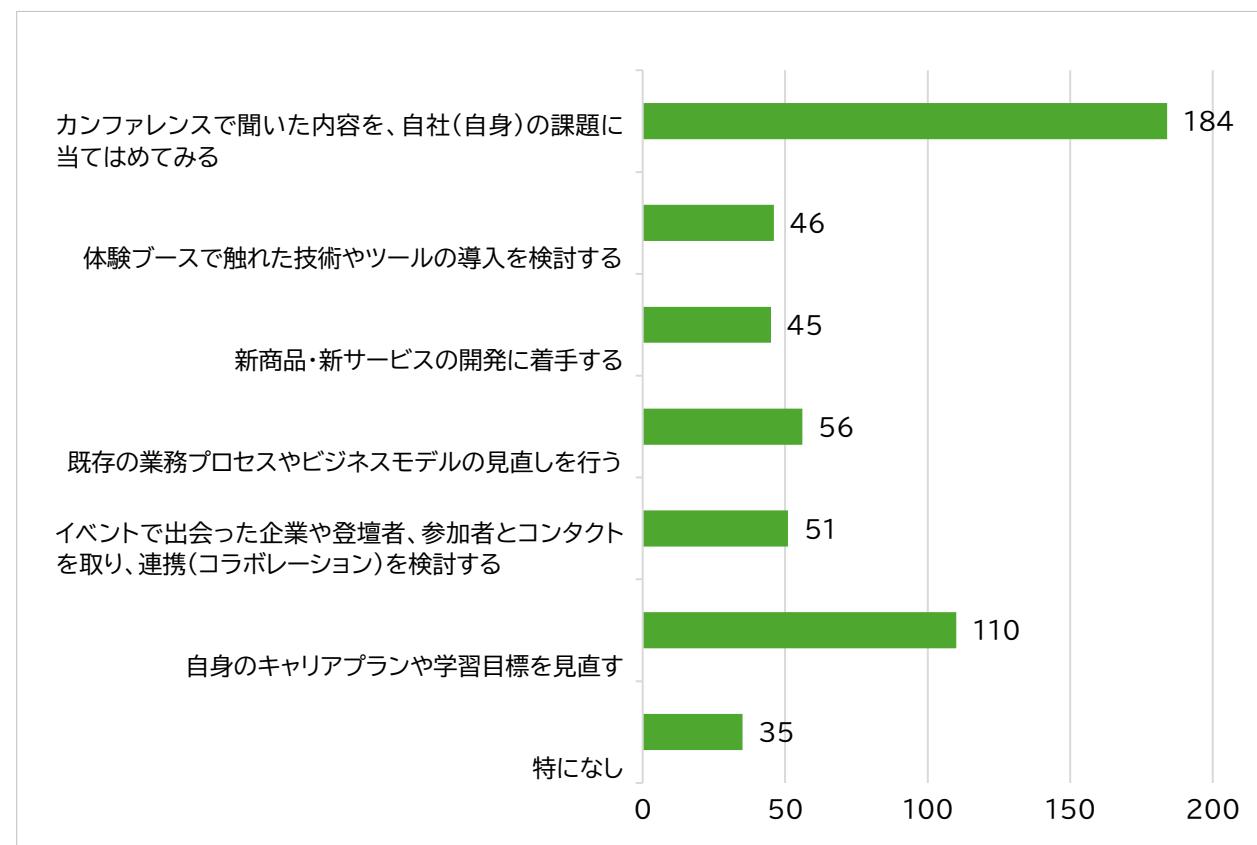
【問6】イベント参加前と比較して、イノベーション(新たな取り組み、変革、挑戦)に対する  
あなたの意欲や関心はどのように変化しましたか? (404件の回答)



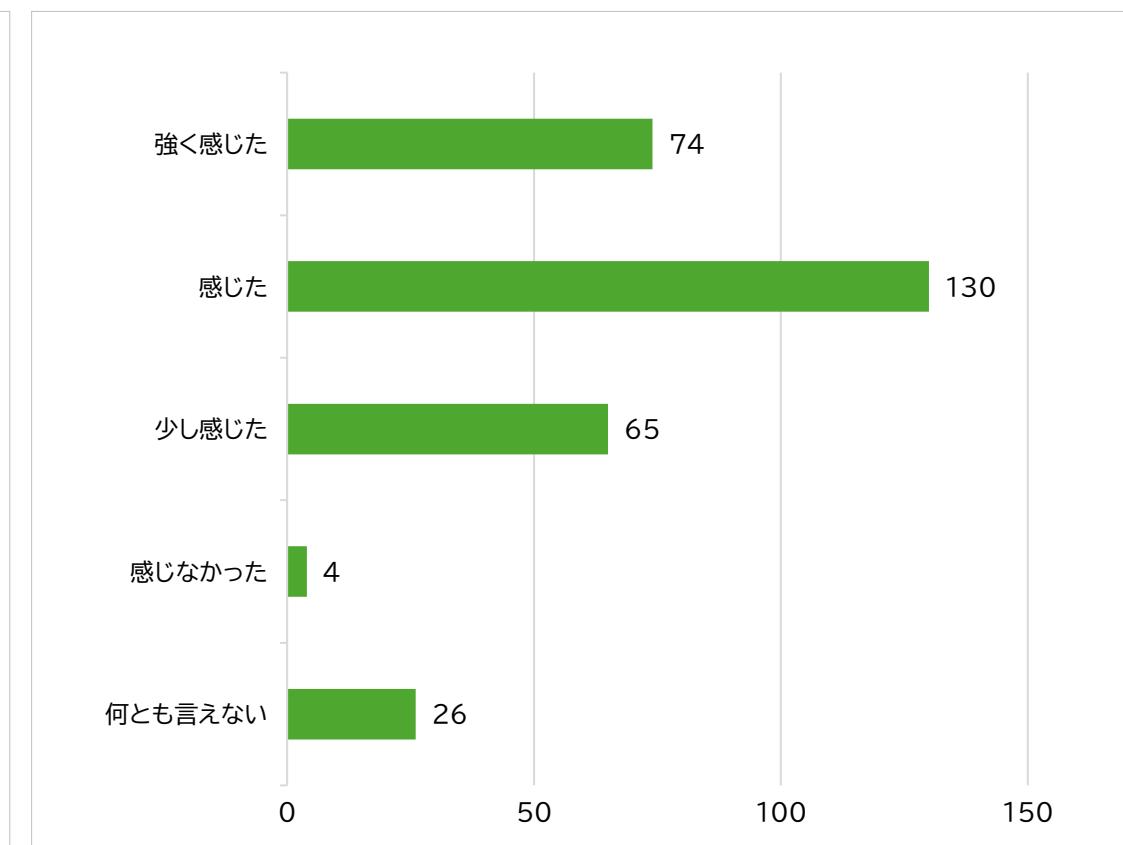
「最新技術の具体的なイメージ(何ができるか)」や「自社(自身)の課題に応用できそうなヒント」、「新潟の企業の魅力や情報」などに多くの回答が集まった。参加者が単なる情報収集に留まらず、実践に結びつく知見や地域産業との接点を求めていることが伺える。今後も、こうした期待に応えられるよう、技術の理解を深める機会と、新潟ならではの価値に触れるコンテンツの拡充が重要になると感じる。

## 来場者アンケート

[問7-1] イベント参加後、あなたが「新たに行動に移そう」または  
「具体的に検討しよう」と思ったことはありますか？(複数選択可) (380件の回答)



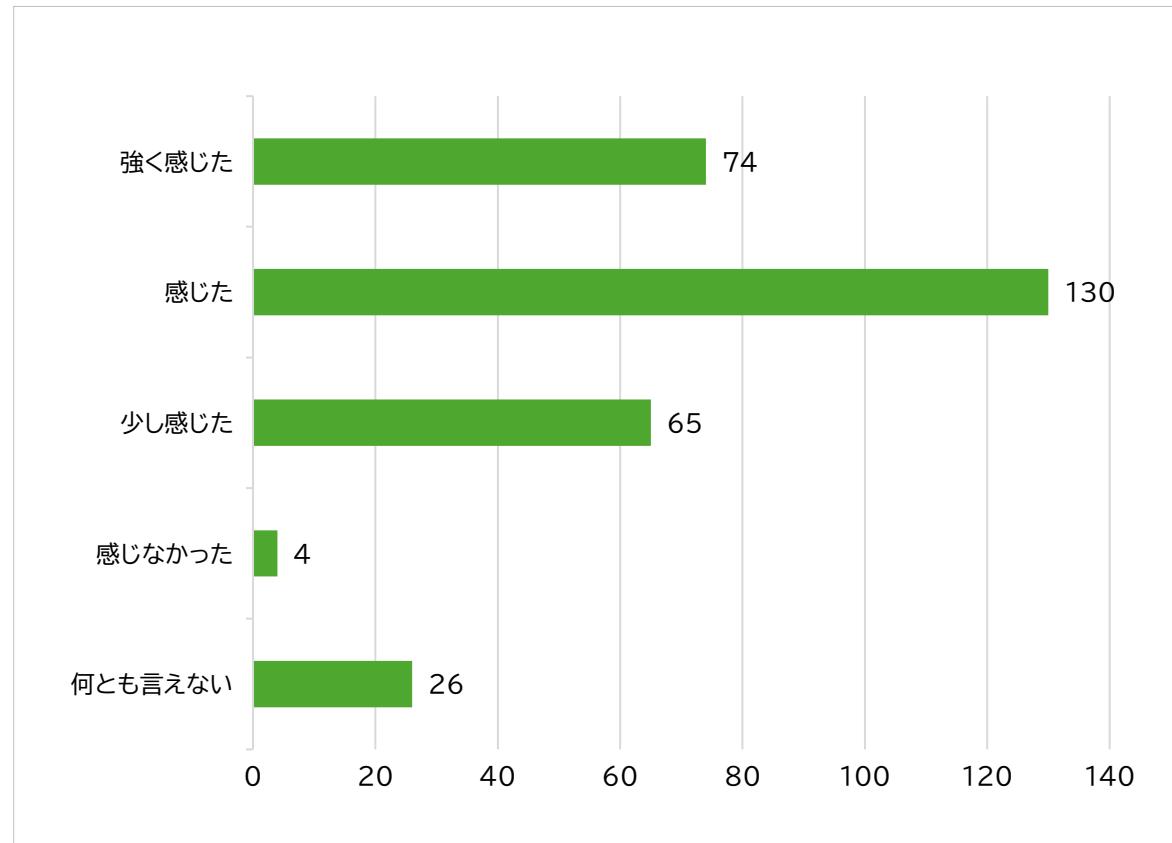
[問7-2] 問7-1で選択した行動を、  
いつ頃までに実行に移したいと思いますか？ (374件の回答)



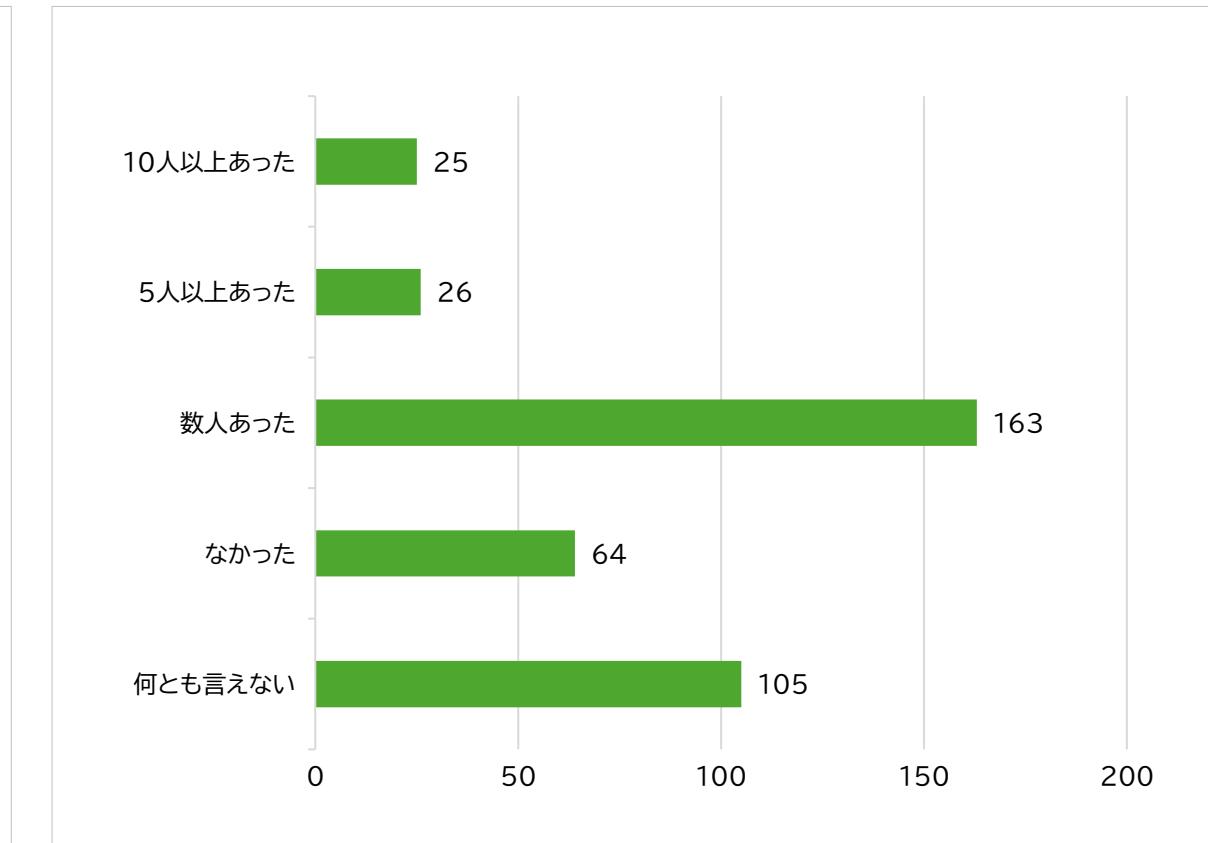
「カンファレンスで得た知識を自身の活動に活かしたい」「キャリアプランや学習目標を見直したい」といった、内面的な成長や思考の更新に関連する項目に多くの回答が寄せられた。次点として、「体験ブースで触れた技術・ツールの導入を検討する」や「イベントを通じて出会った企業・登壇者・参加者とコンタクトを取り、今後の連携の可能性を探る」といった、行動や協働につながる回答も多く見受けられる。今後は、個々の成長支援に加え、参加者同士のつながりや企業・地域との協働が自然と生まれるような仕組みづくりをさらに強化していくことが重要だと感じる。

## 来場者アンケート

[問8] 「日々是新」で得た知見や体験は、あなたが「新潟(市場、コミュニティ)」でイノベーションを起こす可能性を感じさせるものでしたか？(387件の回答)



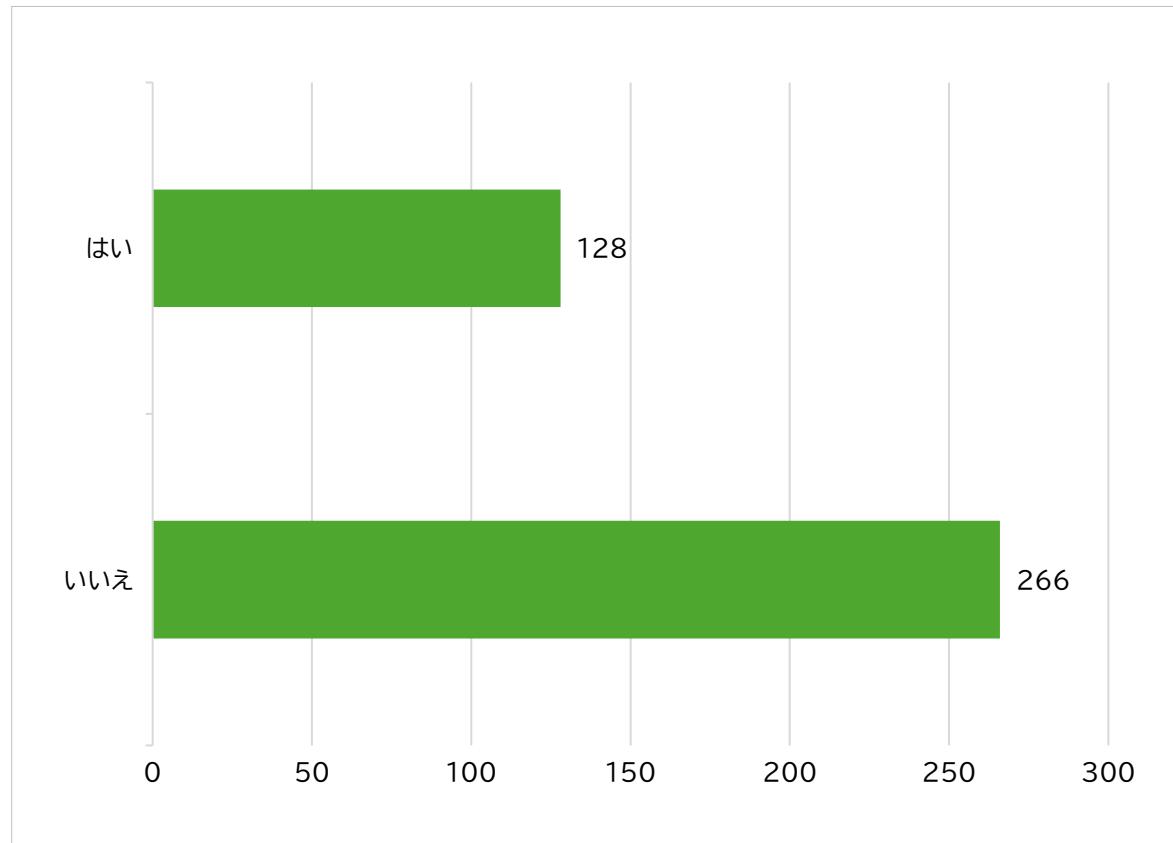
[問9] イベントを通じて、今後のビジネス等に繋がりそうな、刺激的な出会い(人脈)はありましたか？(383件の回答)



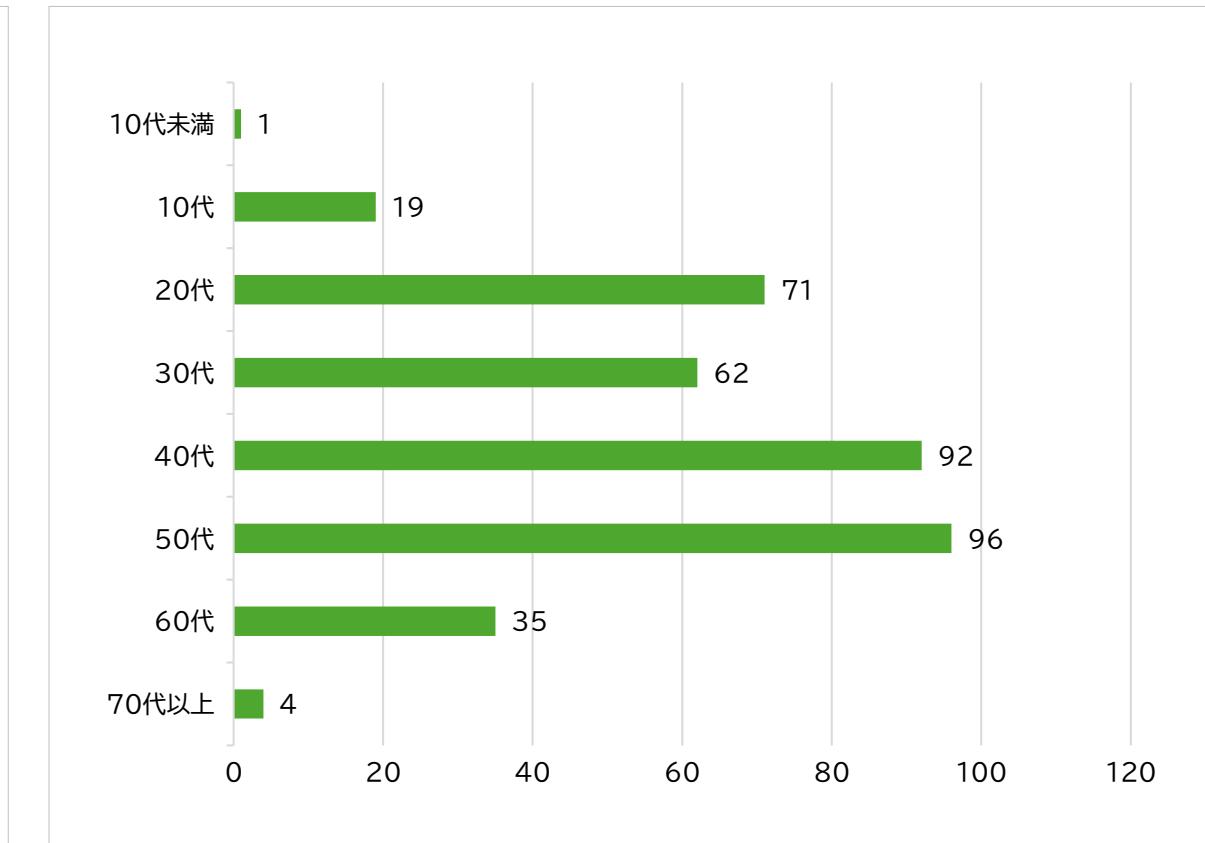
イベント全体を通じて「イノベーションを感じられた」と回答した人が 90% に達し、多くの参加者に新しい発想や刺激を提供できたことが伺える。一方、人脈形成については「新たなつながりができた」と答えた割合が50%に留まり、半数の参加者にはネットワーク構築の機会が十分に届かなかったと感じる。コンテンツそのものによる刺激や学びの提供には大きな手応えがあった一方、参加者間の交流や接点づくりについては改善の余地が残ると言える。今後は、より自然に人がつながりやすい場づくりや交流導線の整備に取り組むことで、新たな協働・連携の広がりをさらに促していく必要があると感じられる。

## 来場者属性

[問10] これまで日々是新に来場されたことがありますか (394件の回答)



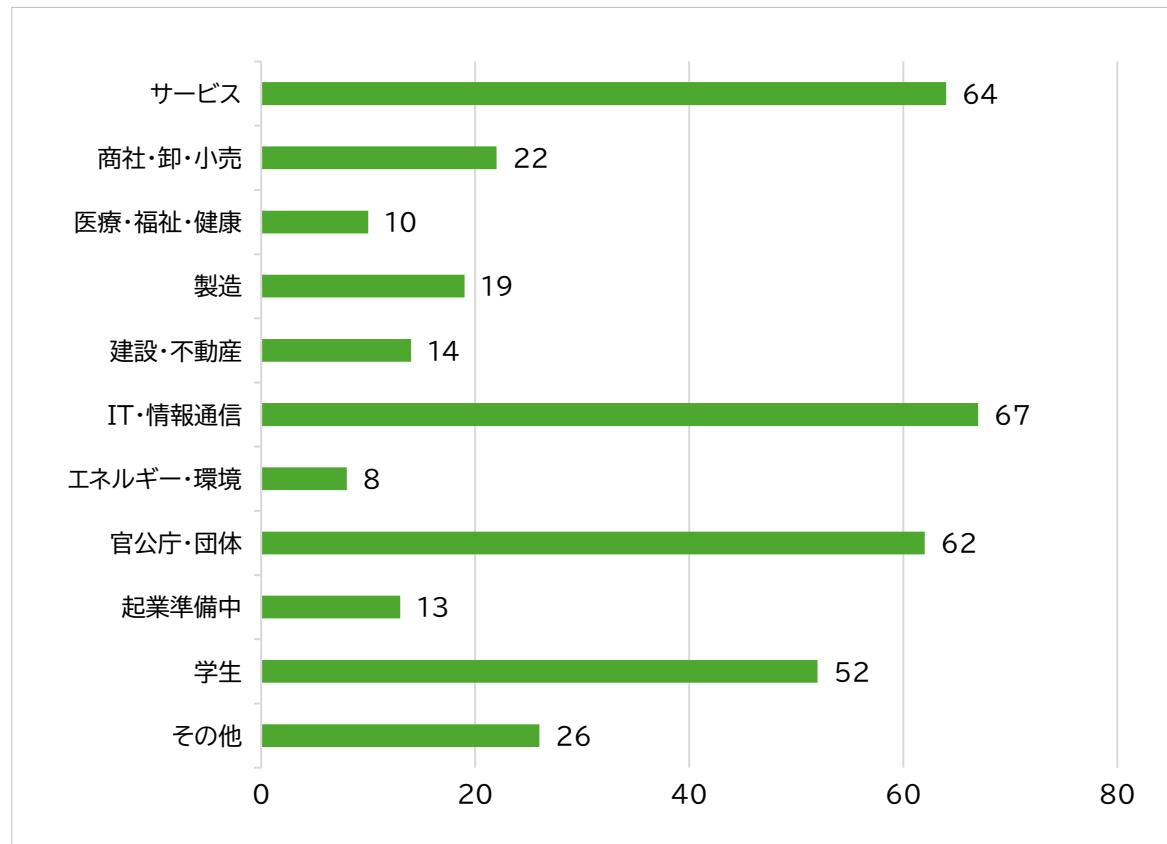
[問11] 年齢 (380件の回答)



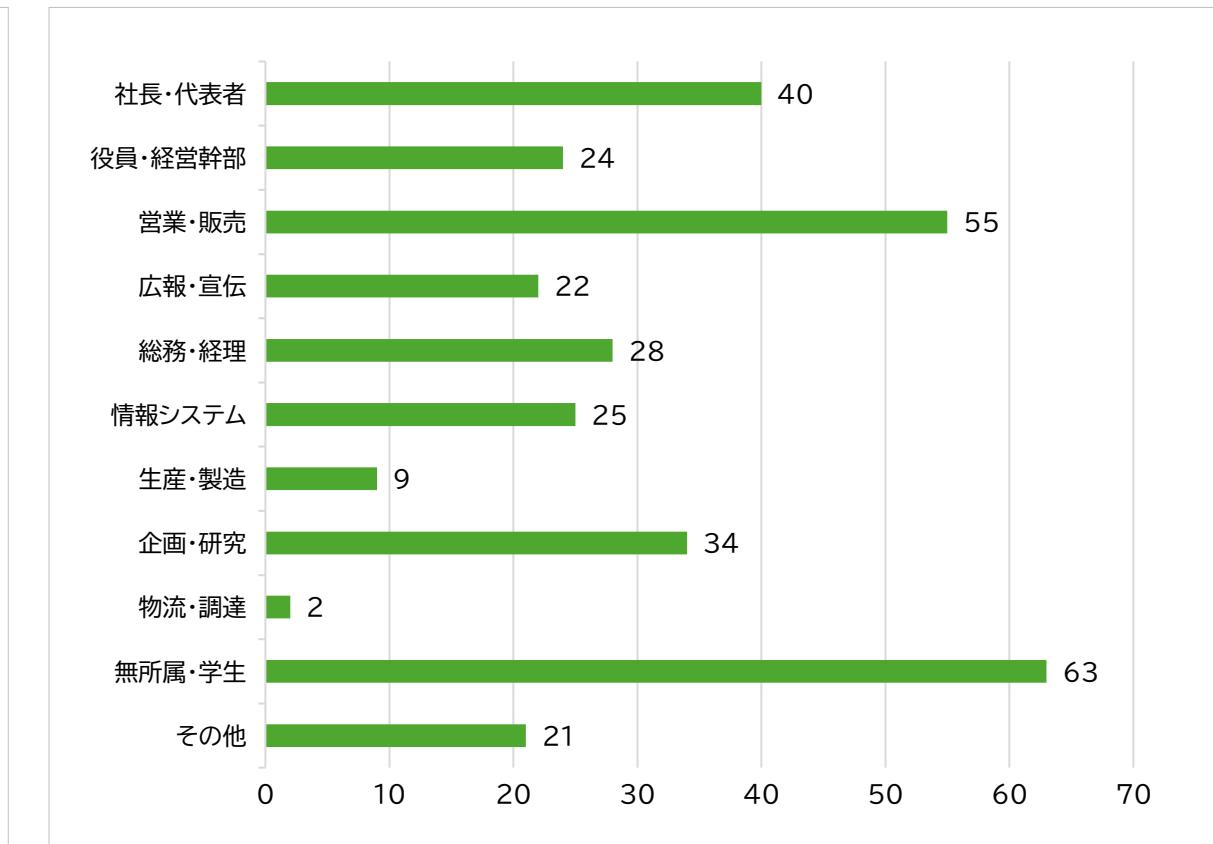
日々是新への来場経験のない「新規来場者」が増加しており、イベントの認知が着実に広がっている結果といえる。今後は、開催を重ねる中でコンテンツや運営の質を高め、参加者からの評価を積み上げていくことで、再来場率の向上につなげていくことが求められる。また、来場者の平均年齢は42歳となっており、実務経験を持つ中堅層を中心に、幅広い世代から関心を集めるイベントとなっていることがうかがえる。

## 来場者属性

[問12] 主な業種 (357件の回答)



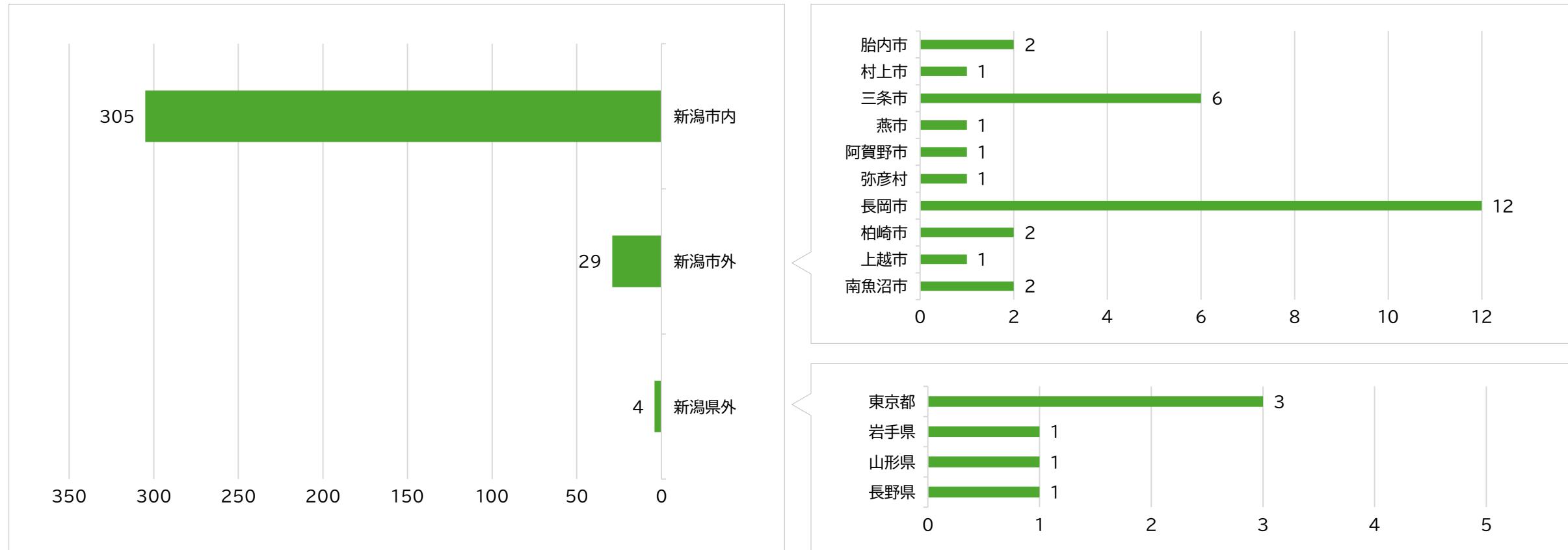
[問13] 役職・所属 (323件の回答)



上位2項目は過去2回と変わらず「サービス業」と「IT・情報通信業」が占めており、主要層として定着しつつあることが伺える。今後も、この中心的な構成は大きく変わらないものと予想される。また、今回は「官公庁・団体」の来場が増えており、会場を刷新した影響もあり、視察目的での参加が多かったことが考えられる。さらに、学生を含む多種多様な参加者が来場しており、専門領域に偏らず幅広い層が関心を寄せるイベントへと成長してきている点は大きな特徴であり、イノベーションに対する期待が広がっていると感じる。

## 来場者属性

[問14] あなたの勤務先等の所在地(学生の方などは居住地) (369件の回答)



来場者の中心は新潟市内在住・勤務の方々であり、地元層がイベントを強く支えていたことがうかがえる。一方で、県外からの来場は依然として限定的であり、広域からの参加をどのように促すかが今後の重要な課題となる。地域密着型としては確かな基盤を築けている一方、イベントの認知拡大や交流の広がりという観点からは改善余地が大きいことを示している。今後は、県外参加者に向けた訴求力のある情報発信やアクセス性向上策を検討し、より広い範囲から人を呼び込める仕組みづくりが必要と考える。

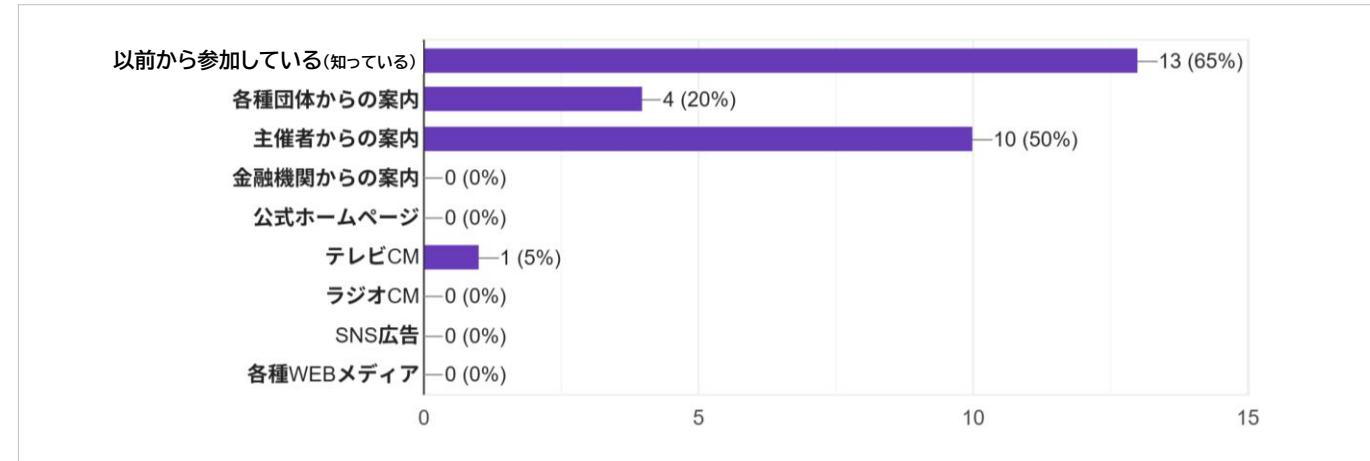
---

## 出展者アンケート

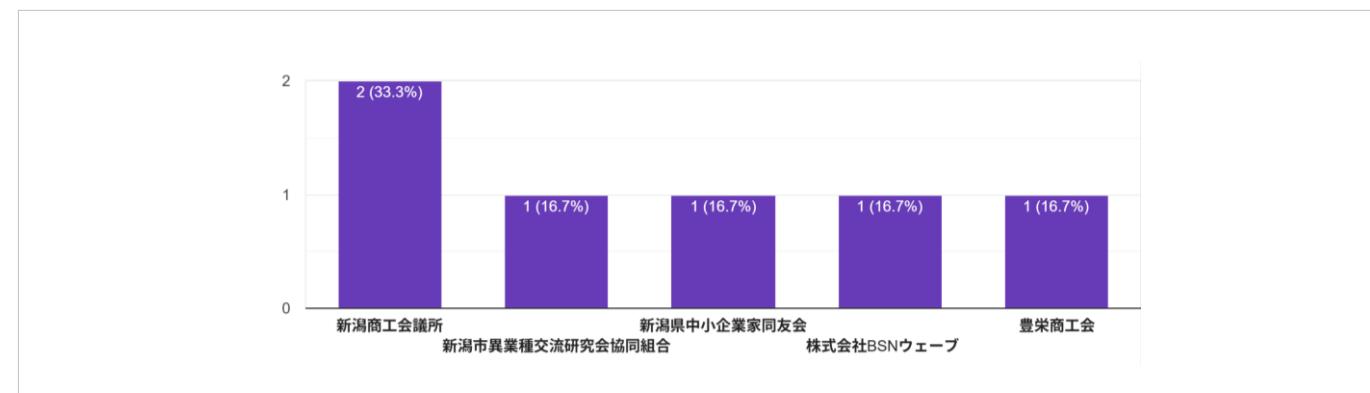
---

## 出展者アンケート

[問1] 「日々是新」の開催を知ったきっかけを教えてください(複数回答可) (20件の回答)



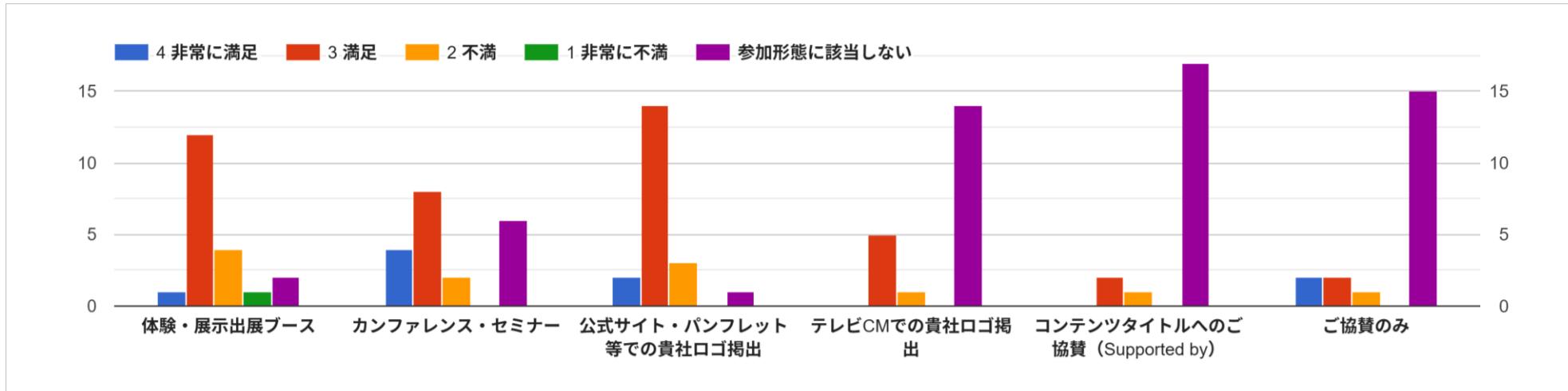
[問1-2] 問1で「各種団体からの案内」とご回答いただいた方のみ回答ください。「団体名」を教えてください (6件の回答)



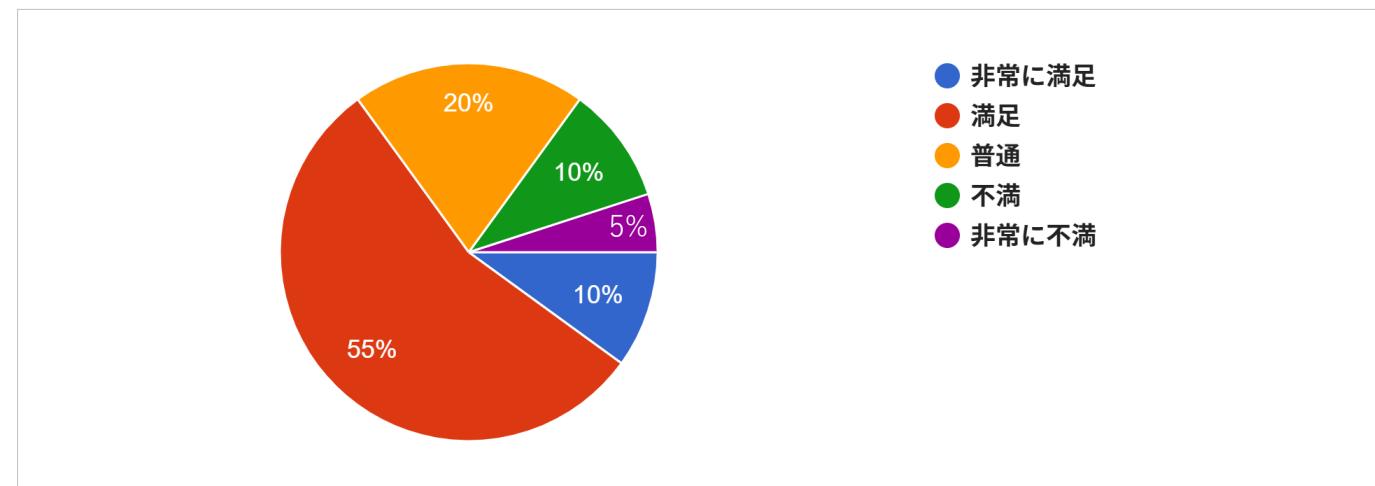
[問1-3] 問1で「金融機関からの案内」とご回答いただいた方のみ回答ください。「団体名」を教えてください (0件の回答)

## 出展者アンケート

[問2-1] 参加形態と満足度をお聞かせください ※該当する参加形態の満足度の番号をおひとつお選びください

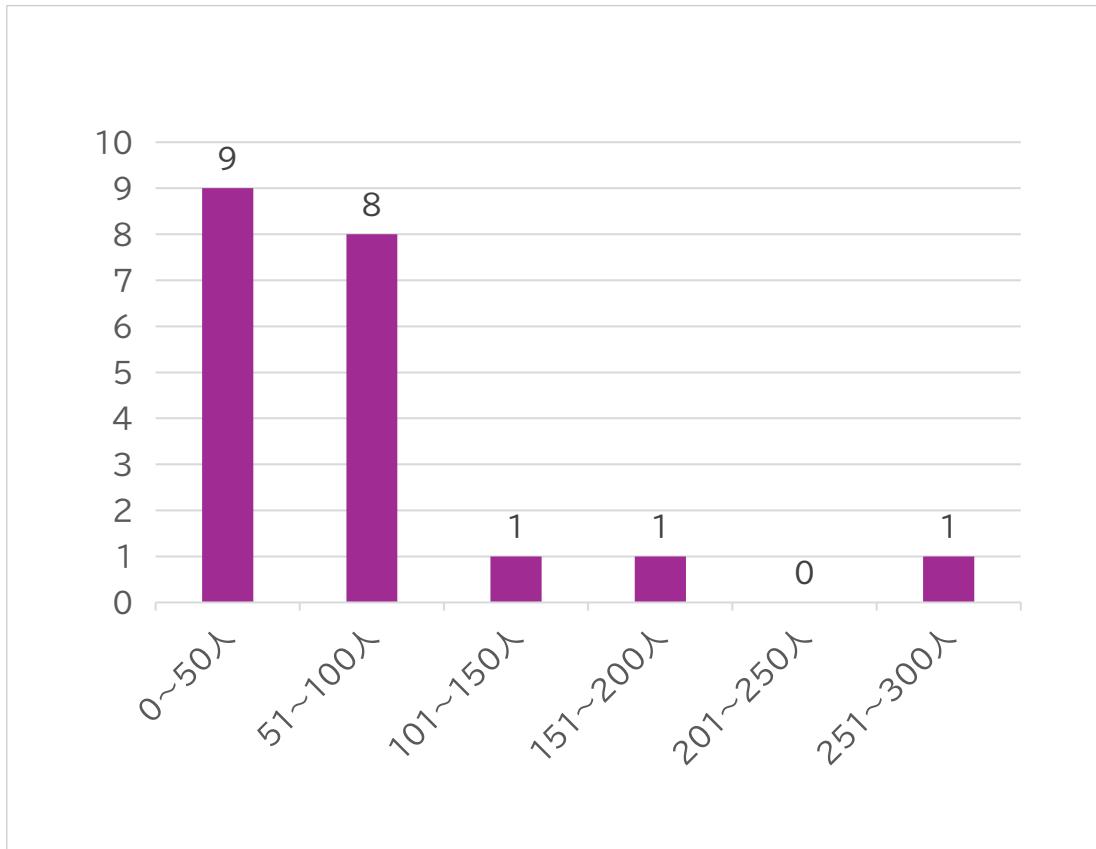


[問2-2] 今回の参加について、総合的な満足度をお聞かせください (20件の回答)

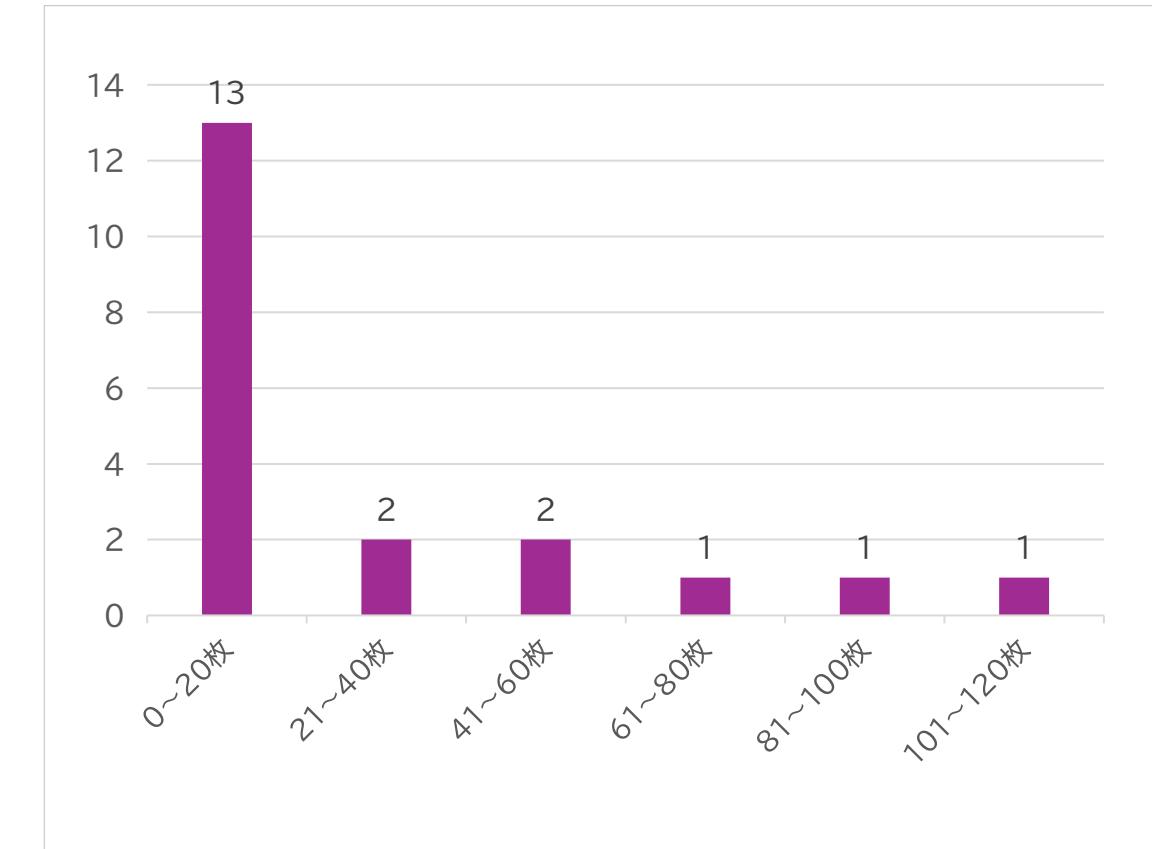


## 出展者アンケート

[問3-1] ブース来訪数 (20件の回答)

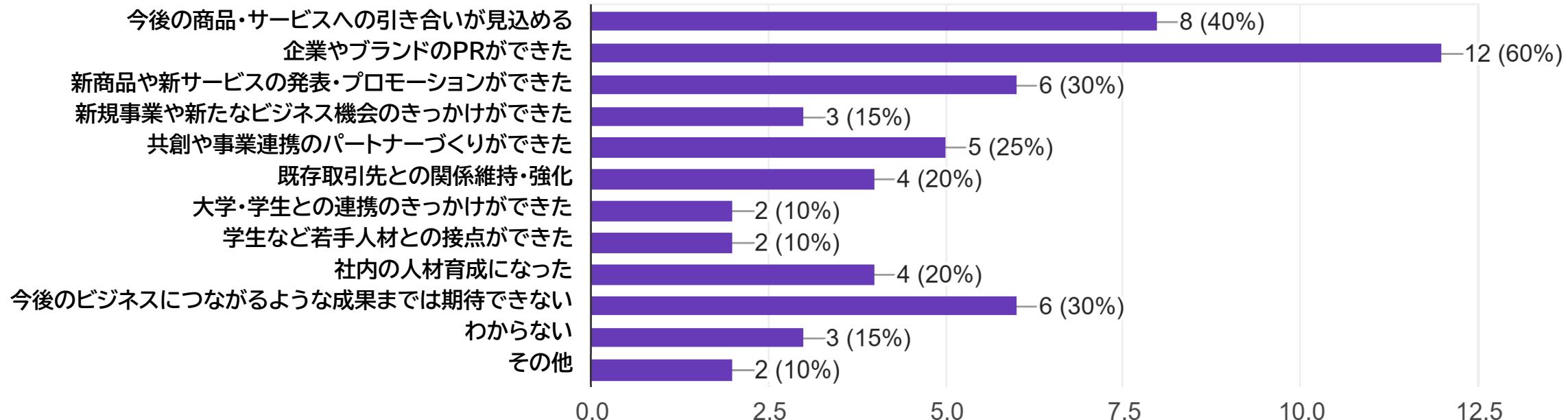


[問3-2] 名刺交換枚数 (20件の回答)



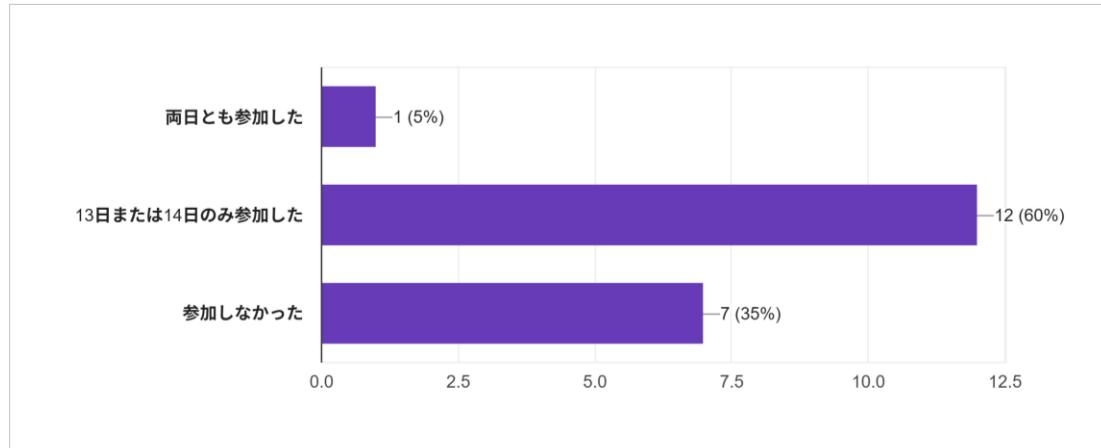
## 出展者アンケート

[問3-3] 今後のビジネスにつながる成果についてお聞かせください(複数可) (20件の回答)



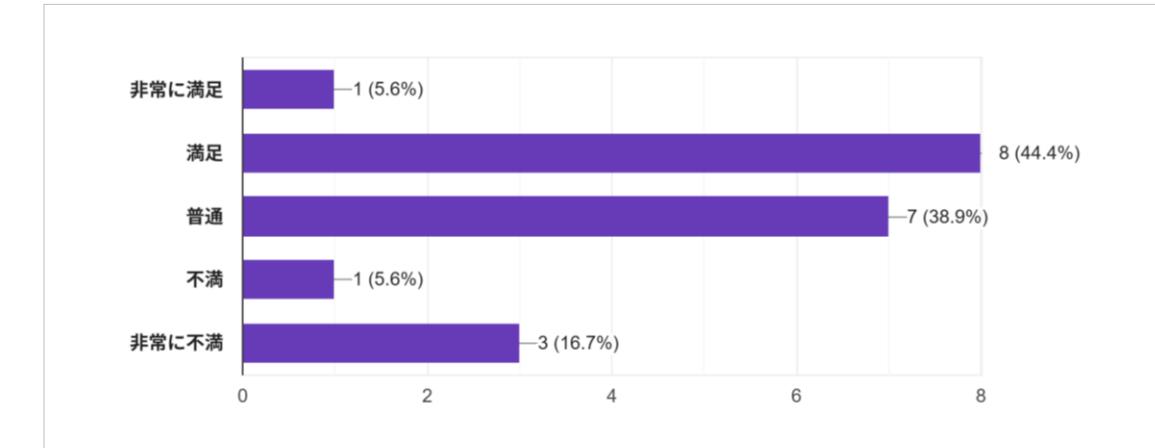
## 出展者アンケート

### [問4-1] 交流会に参加しましたか (20件の回答)



### [問4-2] 交流会の満足度をお聞かせください (18件の回答)

※問4-1)「参加しなかった」を回答された方は不要

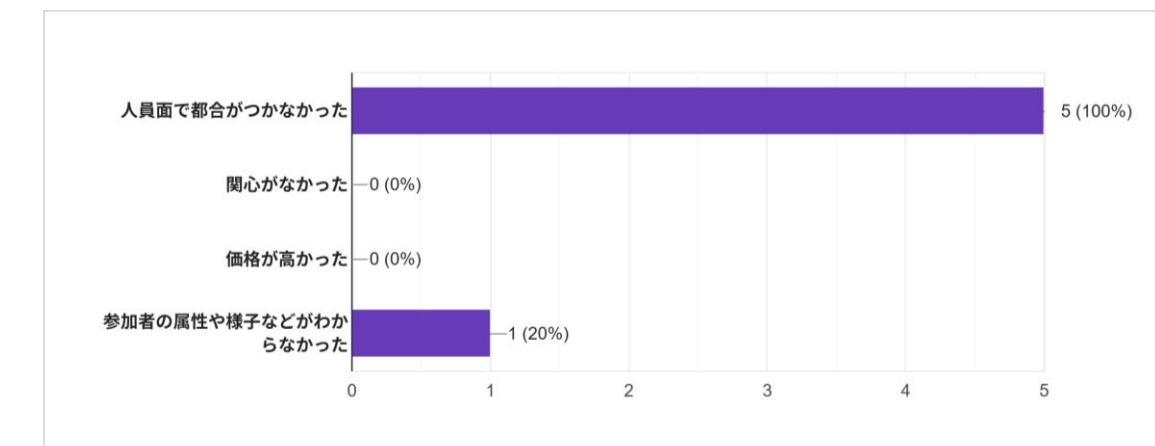


### [問4-3] 満足度の理由をお聞かせください [一部抜粋]

- 良く分からぬうちに終わってしまった
- 時間が短くて名刺交換も食事も中途半端
- 前年より有意義な時間を過ごすことができた
- ブースではお会いできなかつた方と名刺交換ができた
- 小規模会場になったことで、多くの交流ができた
- 初めてお会いする方も多く、皆さまが温かく接してくださったおかげで
- ビジネス面だけでなく、今後挑戦してみたいこと
- 自身のモチベーション向上につながった
- 非常に良い交流の場となりました
- 60分では、交流には不十分。90分程度を希望
- 人员面で都合がつかなかつた
- 参加者の属性や様子などがわからなかつた
- 名刺交換を行えた

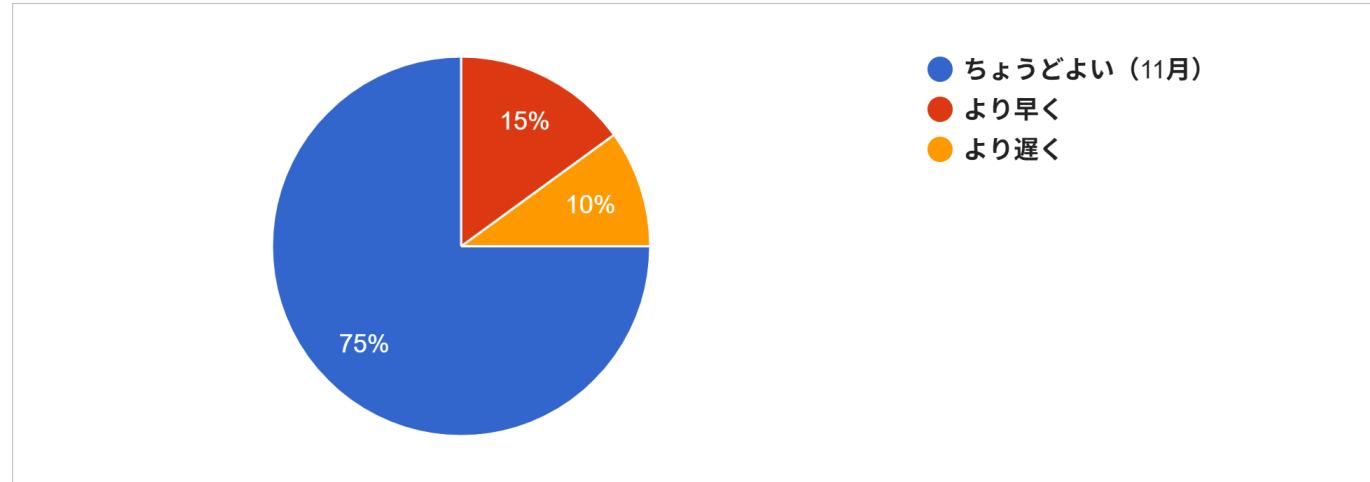
### [問4-4] 交流会に参加しなかった理由について(複数可) (6件の回答)

※問4-1)「参加しなかった」を回答された方のみ回答



## 出展者アンケート

### [問5-1] 「日々是新」の開催時期について（20件の回答）



### [問2-2] 今回の参加について、総合的な満足度をお聞かせください [一部抜粋]

#### 【ちょうどよい(11月)】

- 繁忙期前のギリギリ参加できる時期だった
- 補助事業を活用する場合はタイミングを合わせやすい
- 現状の時期設定が適切であると考えております他イベントの開催日時とかぶっておらず、他イベントにも参加することができたため
- 時期的には良いが、なぜ毎年フードメッセと被るのか疑問です
- 学校行事の開催時期が変わると影響を受けるが今年は問題なかった
- 過ごしやすい気候の時期であったため
- 毎年10月末に「燕三条ものづくりメッセ」という製造業に特化した展示会に参加。開催時期が近いことで、展示物や資料をそのまま活用でき、出展準備や運営効率的に行えるため、現行のスケジュールは非常に都合が良い
- 年末に向けてPRの流れを作りやすかった
- 夏の繁忙期が終わって年末に近すぎない
- 雪がなく移動しやすかった。10月～11月初旬がちょうどよいと思う

#### 【より早く】

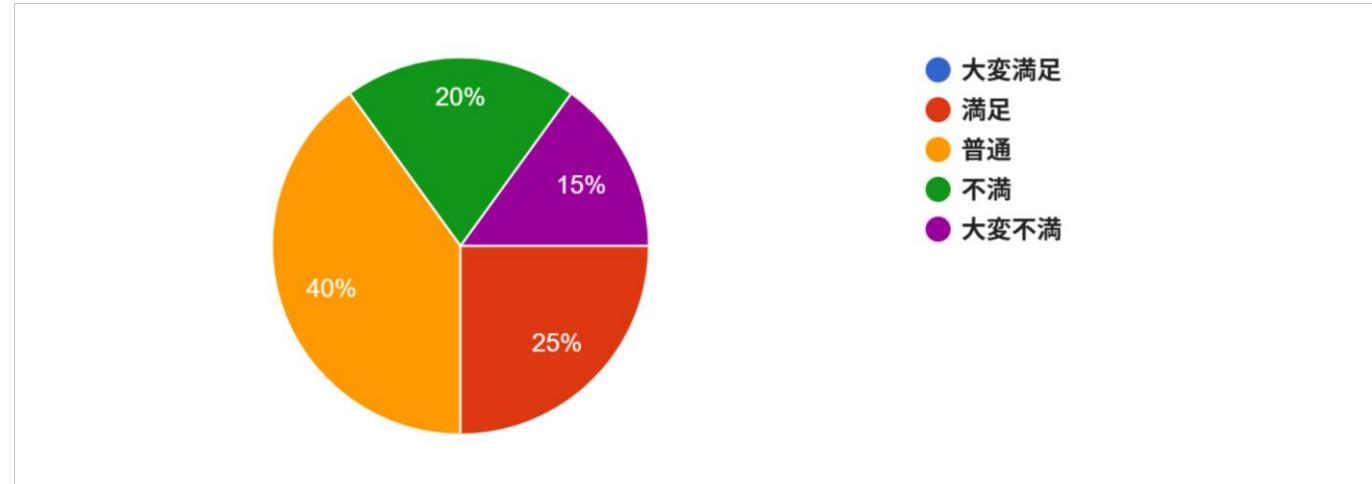
- 開催場所(ガタリウム)が寒かったため
- フードメッセと重なり人為不足となつたため
- 夏休み期間など参加者が予定を合わせやすい時期と重なっていると、より多くの学生さんの参加が期待できたのではないかと感じました

#### 【より遅く】

- 10月11月はイベントが重なるため、来場者の取合になっていると思う
- 除雪の時期の展示のほうが好ましい

## 出展者アンケート

[問6-1] 「日々是新」の会場について (20件の回答)



[問6-2] 問6-1)の理由をお聞かせください [一部抜粋]

### 【満足意見】

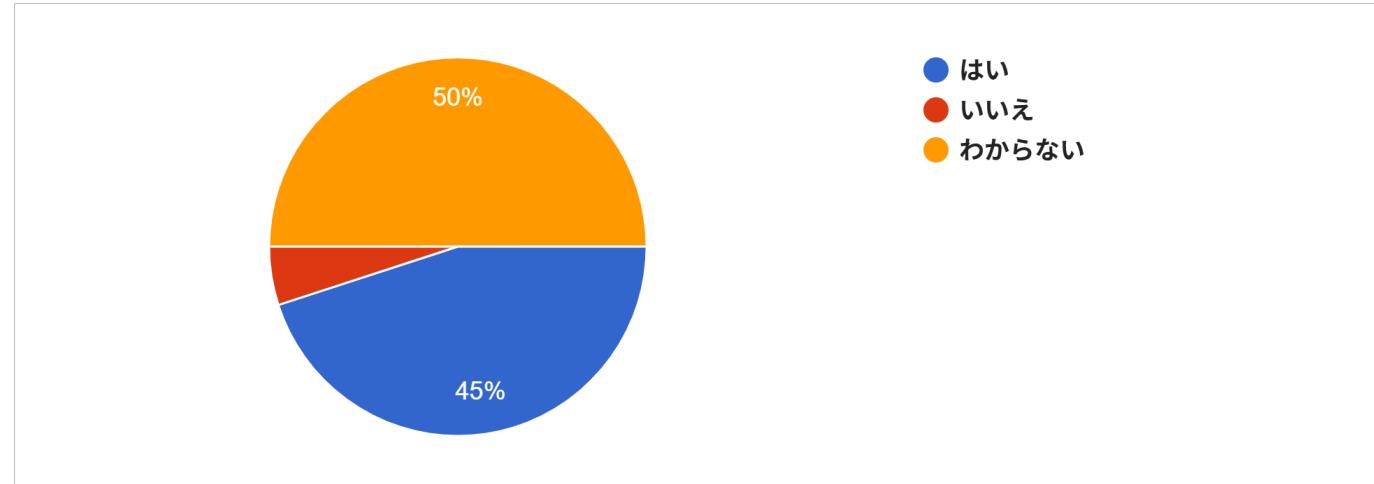
- 学生、起業家、中小企業をターゲットにしているので、新潟駅はちょうど良い
- 学校の課題や通学で多くの学生が来たのが良かった
- おそらく大かまでやっていたらこういうことはなかったと思う
- アクセスが良い
- 清潔で広かった
- 寒かったが、駅という立地の良い場所で人通りがありよかったです
- 会場が新潟駅周辺会場のため、通常の展示会層以外の顧客接点が発生した
- 運営会社の方が動線の確保や集客を手伝ってくださいました
- 場所自体は面白かったのですが、普段使う方が少ないため導線が難しいと感じました。

### 【不満意見】

- 場所が認知されていない(潟リウム、NINNO、地下連絡通路。)
- 会場間の動線誘導が課題
- 弊社は「潟リウム」に出演しましたが、来場者数は非常に限られており、明確な集客不足を感じた
- 駅利用者をターゲットとする着眼点自体は理解しますが、駅利用者=移動中の人という前提を考慮していない印象を受けました。足早に立ち去るケースが目立ちました
- 次年度も会場が「新潟駅」のままであれば、参加は認められない可能性が高い
- 通信環境の悪さが唯一の不満
- 展示会としてのわかりやすさや魅力が薄れた面が感じられた
- 地下道の場所を知らない人が多い、暗い、狭い
- 荷物搬入が少し不便と感じた

## 出展者アンケート

[問7-1] 今後も「日々是新」のカンファレンスやブース出展などを、自社(自身)のPRの場として活用したいと思いますか (20件の回答)



[問7-2] 具体的な活用イメージやご希望があればお聞かせください [一部抜粋]

- セミナー活用をするイメージがあまり無い
- 今後とも学生や子どもたちにアピールできる場ができるのは良いと思うので、その際は参加したい
- 有力な人材との出会い
- 今回の出展場所には出さないと思う。また他の出展者とのマッチングも悪く、もう少しモビリティやドローン、次世代の農業やインフラ、建設系DXなど弊社と関連のある企業が多く出展するイベントに読んでほしい。もしくはPromotion効果が期待できる多くの人が集客される場所での実機デモが可能になるなど。リードに繋がる来場者が確保できる内容であれば、エリア的には効果が期待できるし、事務局の対応もとても親切で参加しやすかったので検討する
- なぜここに?が自然とPRできるし、多様な参加者がおり、ニーズの掘り起こしとなったから
- これまで同様に事業PRと出張相談ブースの出展を想定
- もうこんなイベントはやめてほしい、昔のBizExpoを復活してほしい
- 当社のPRのブラッシュアップが必要
- 次回もオープニング等、ブース以外でもお手伝いできれば検討したい

## 出展者アンケート

### [問8-1] 参加を通じてのご要望があればお聞かせください [一部抜粋]

- 予算の問題もあるかと思いますが、PRが足りなく知らなかつた人が多く来場の機会を逃していた。後ほど、イベントがあったことを知った人が「行きたかったのに」という言葉を多く聞いた
- 「日々是新」というネーミングが分かりにくく、それでも来場の機会を逃した方が複数人いた
- 開催期間に様々なイベントを同時に実施していたため来場者が分散してしまったように思えます。全体の賑わいは創出できたとは思いますが、ご検討ください
- 参加を通じて感じた点として、「分散開催」は再考すべきだと考えております。
- 一般的な展示会のように、業種や地域ごとに出展者を整理したうえで、展示と講演を同一会場で実施する形式が最も分かりやすく、来場者・出展者双方にとって合理的です
- 前回実施されたスタイルに立ち戻ることが、イベント全体の導線や理解度を向上させる最適解だと感じています
- 実際、来場者からも「展示と講演が同じイベントなのか分かりづらい」という声が複数寄せられていました。  
正直なところ、出展者である私たちも同じ戸惑いを抱えており、イベントの統一感や体験価値の面で課題が残っていると言わざるを得ません。
- 他の会場との連携や人の流れを促すような企画等あるとよい。日中に参加者間も交流できる機会があるとよい
- 次年度も引き続き「ガタリウムプラン」があるとありがたい

### [問8-2] 「日々是新」を充実させるためのアイデア、お気づきのことなど自由にご意見ください [一部抜粋]

- もっとターゲット層である若者、学生、起業家、中小企業にわかりやすいタイトルを付けて告知してほしい。日々是新というネーミングはサブタイトルでも良い
- ロボット、ドローン、VRなどきちんとミライを感じる出展を集めていただけ、体験ができるブースをまとめていただけたほうが集客力があると感じます
- 「イノベーション」を掲げるのであれば、運営自らが異業種連携による価値創出を実践し、その成果とプロセスを展示・共有することで、参加者に具体的な実例を示すことができ、イベントの付加価値向上につながるはず、現状では「イノベーション」を標榜しながらも、実際には場を提供するだけ留まり「創出は参加者次第」という姿勢が透けて見える点に物足りなさを感じております
- 場所は新鮮だし、来場者に向けてのPRがもっと工夫があるとよい。知らない方が多かったように感じる
- 集客の手法が間違っている、事前の周知が全くなかったテレビ、新聞での告知も目にしませんでした、ラジオでは数回耳にしました。メディア関連の会社がやっているのだから真剣にやってほしい
- 客寄せのイベントに費用をかけすぎですVR/パンジーで集客された人が出展しているビジネスに興味を持つわけがない
- 開催場所への誘導看板も無く、セミナー会場もわかりづらく、地下道と渦リウムの動線が悪く誘導も無かつた
- 費用が高すぎです、今まで参加したイベントで一番狭くて一番高い費用でした
- オープニング企画も行わせていただき大変光栄でした。オープニングを見た方はほとんど会場にいらっしゃいませんでした
- イベント終了後様々な方にアプローチしましたが、アクションほぼいただけでおりません。アフターケアをお願いしたい。イベント終了後に(大変かと思いますが)運営の方から間を持っていたり、事業と一緒に進められるようなスキームがあつたらと感じました。
- イベントだけでは限界があるので、それ以外でも新潟市や企業さんと交流できる機会を設けいただきその中で新規事業や企画を進め、イベントで発表する様なフレームがあると良いかもしれません

# Slido コメント集(一部抜粋)

・バンジーおすすめ！  
・除雪ドローンください  
・イラストかわいい  
・もっと楽しいのが欲しい  
・バンジージャンプ最高  
・中田英寿さんとにかくかっこよかった  
・LOVE♡  
・子ども用のモバイルハウス作って欲しい！

・VRバンジー楽しかった！  
・歩くVR何回もやりたい！  
家に欲しい！

・ブロックチェーンわかつてたふりしてたけど  
中田さんの話で深く理解出来ました  
・モバイルハウスが欲しい！こもり続けたい。  
・よくわからないけどイノベーションばんざーい  
・なんぐさんとfeel the innovationできて良  
かった  
・プラーカでバンジージャンプめっちゃウケた  
・新海さん、中村さんのトークを聞きに来ました！  
・酒の陣行きたい！  
・中田さんはSUWADAの爪切り使ってたのかな？

・AMによる音声認識の精度が高いことに驚き  
・AIは本当に便利  
・西脇さんの話が新潟で聞けるのありがたい！  
・西脇さん、楽しみにしてました！  
・とっても刺激を受けました！皆さん熱い！  
・2日目も伺います！楽しみにしています。  
・新しい発見と出会いとワクワクがたくさん  
・新しい発見をいただきました。  
・普段聞けない興味あるお話しでした  
・やらないリスクの話、響いた。  
・とてもワクワクします  
・産官学難しそうですけどイメージわきました

・まずは軽トラ買おう  
・コーヒー片手に見た  
かった  
・湿地と池の違いとは

・日本酒の価値も高めたいな  
・中田さん楽しみすぎる  
・ゼロカーボン日本酒！？飲んでみよ  
・高倉さんの話にも出ていたブルーが、湿地でも  
出てきたブルーフード。ブルー＝環境がもっと定  
着するといいな  
・新潟ってカーボンニュートラルに最適の地？  
・湿地！！新潟らしいテーマ  
・湿地トーク楽しみにしていました♪  
・湿地の魅力ってなんだろう？

・ディープテック！  
・各務学長の話が面白かった！  
・オープニング楽しみ  
・楽しい楽しい  
・モスバーガーに寄ります

・生成AIっておもしろい  
・ガンダム作ろう！  
・指示できない人は淘汰される～  
・ChatGPTに課金します！  
・言語理解の次は脳内理解かな  
・AIを理解しないと自身との差別化にも気づけない  
・Suno凄すぎる！！なんやこりや！  
・AIもっと使いたくなる！  
・企業は社員の質(AIが使える)を上げた方が良いな  
・AIで化学式出せるってすごい  
・日本のAI利用率低過ぎ  
・チャッピー(ChatGPT)

来場者の反応は総じてポジティブで、「楽しい」「刺激を受けた」「新しい発見があった」といった声が多く寄せられました。特に、体験型コンテンツへの熱量と、登壇者のメッセージから得られた学びの両面で満足度が高いことがうかがえる。コメントから体験・展示ブースではVRが没入感のある体験が来場者を強く惹きつけ、集客の核となった事が伺え、また、除雪ドローン／モバイルハウスが地域課題とテクノロジーの融合に高い関心が寄せられ、実装イメージへの期待も見られた。さらに登壇者への評価メッセージは分かりやすさや行動を促す力への評価が高く、講演の質が来場者満足度に寄与したといえる。

---

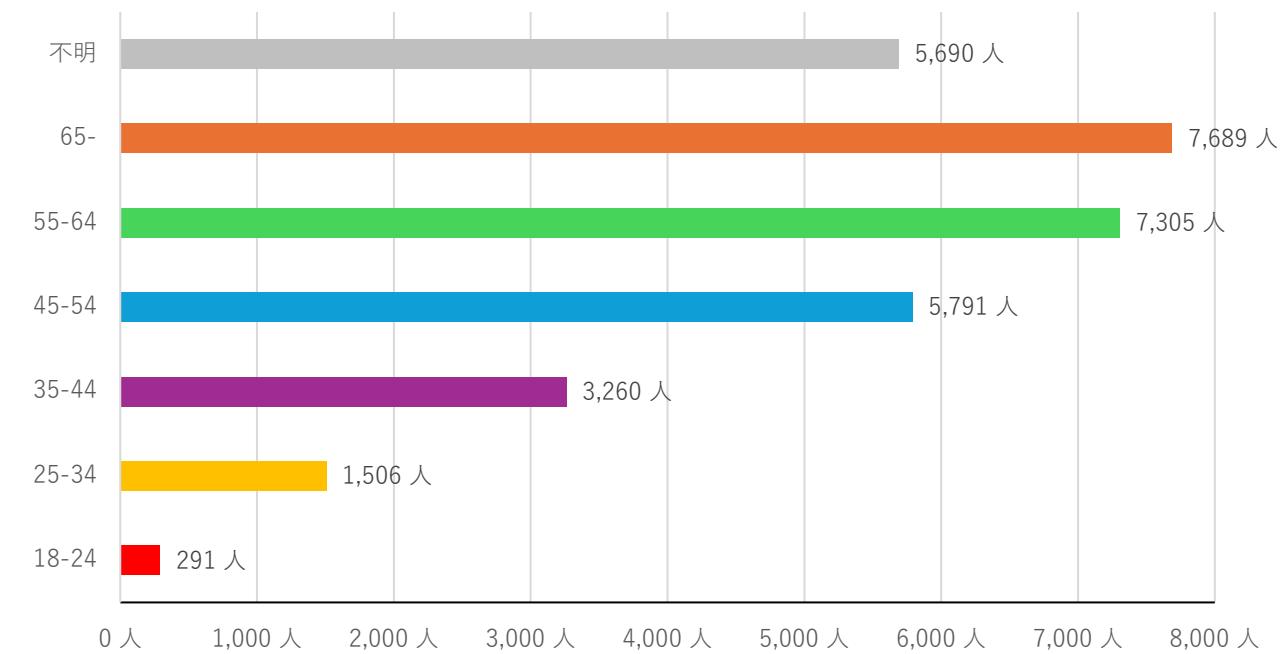
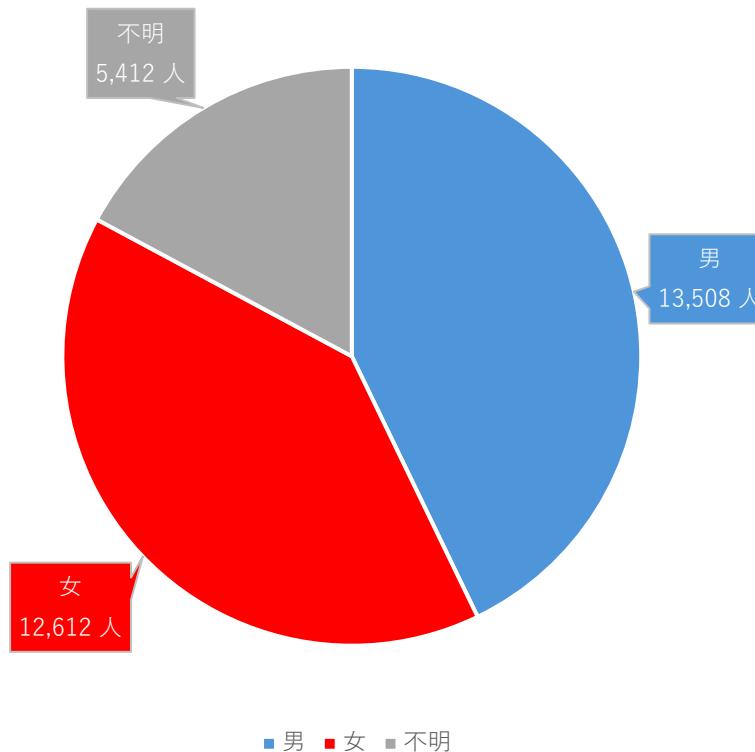
CONFERENCE  
アーカイブ動画視聴リポート

－公式サイト総アクセス数 54,716再生－  
(12月19日現在)

---

## ■11月13日・14日・15日講演 累計データ(12月19日現在)

- ・動画本数 9本 合計31,532 再生 (ユニーク視聴者 6,831人)
- ・全9話 平均 約3,503再生



# CONFERENCEアーカイブ動画視聴リポート

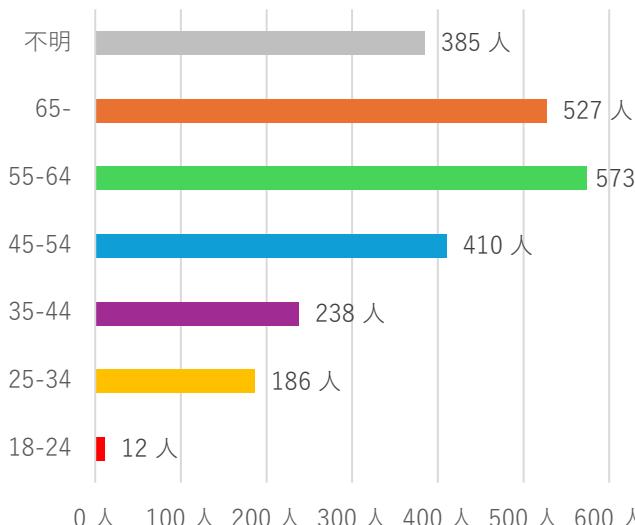
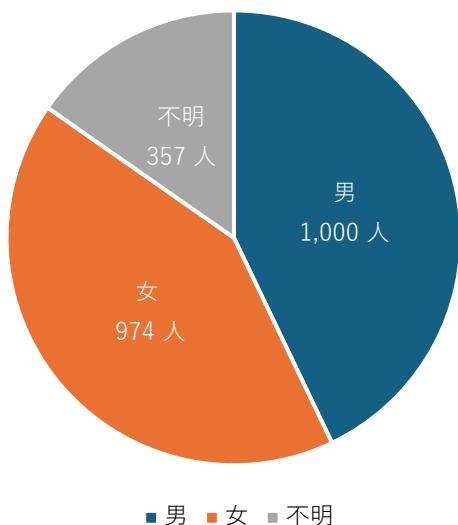
## NINNO

■11月13日(木)

地域から挑む未来課題とディープテック～ムーンショットに学ぶ産学連携～  
<2,331再生／ユニーク視聴者:480人>



- 株式会社パンタレイ 代表取締役  
佐藤 靖徳 氏(左上)
- 開志専門職大学 学長  
各務 茂夫 氏(右上)
- 新潟大学工学部 自然科学系 情報電子工学系列 教授  
山崎 達也(左下)
- 長岡技術科学大学 技学研究院 機械系教授  
高橋 勉 氏(右下)

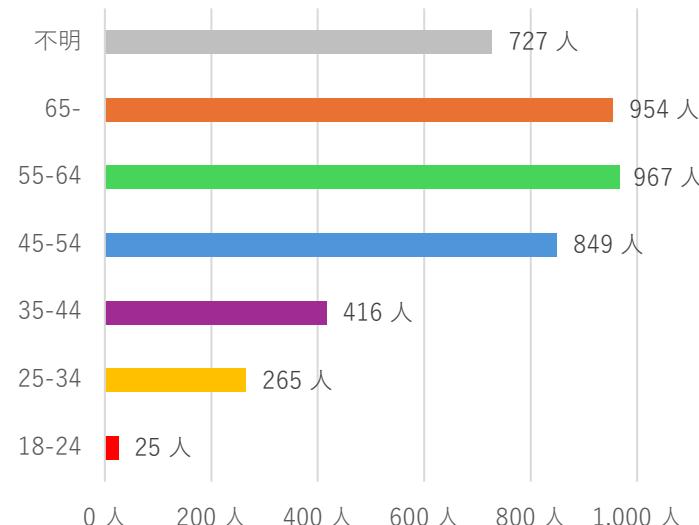
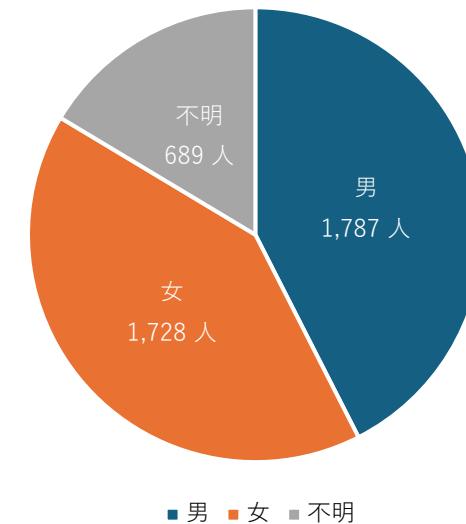


■11月13日(木)

新潟の海を未来につなぐ産業創造  
<2,846再生／ユニーク視聴者:704人>



- 株式会社イノカ 代表取締役  
高倉 葉太 氏



# CONFERENCEアーカイブ動画視聴リポート

## NINNO

■11月13日(木)

フードカルチャー視点から迫る  
「新潟清酒の真価、そして次なる進化」  
続・Niigata Sake Innovation presented by 越後鶴亀

<2,243再生／ユニーク視聴者:528人>

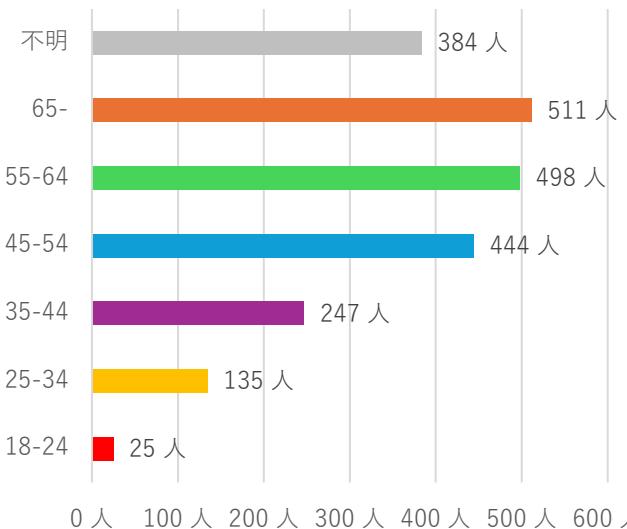
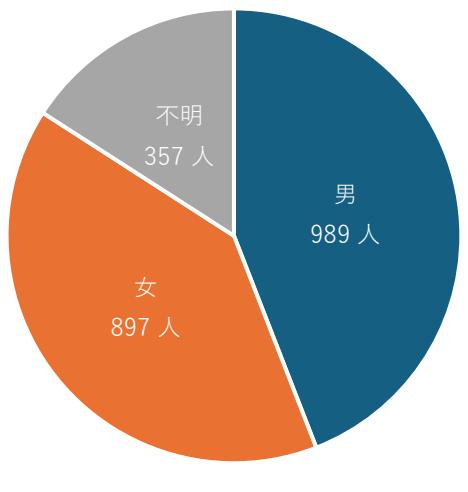


●音楽プロデューサー / 選曲家  
田中 知之(FPM)氏(左上)

●ライスプレス代表  
稻田 浩氏(右上)



●料理芸人  
クック井上。氏(左下)  
●特別協賛  
株式会社越後鶴亀(左下)



## NINNO3

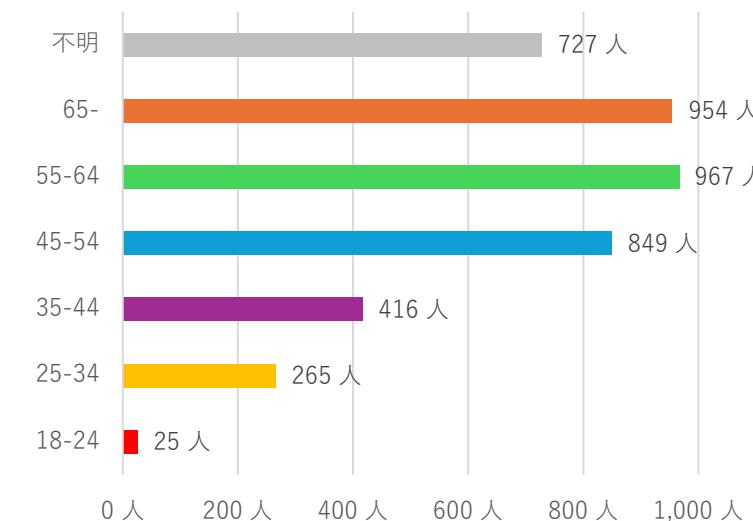
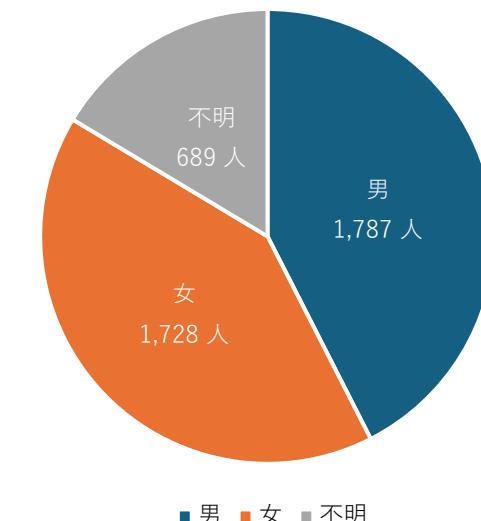
■11月13日(木)

アツギ・バイブス！～響きあう変革者たちの鼓動～  
<4,204再生／ユニーク視聴者:836人>



●株式会社マスヤ 執行役員 マスヤ味方店 店長  
栗林 礼奈 氏(アツギ甲子園 アンバサダー)(左)

●株式会社アルファドライブ 地域共創事業部プロジェクトマネージャー  
AlphaDrive新潟 拠点長  
春川 英広 氏(右)



# CONFERENCEアーカイブ動画視聴リポート

## NINNO

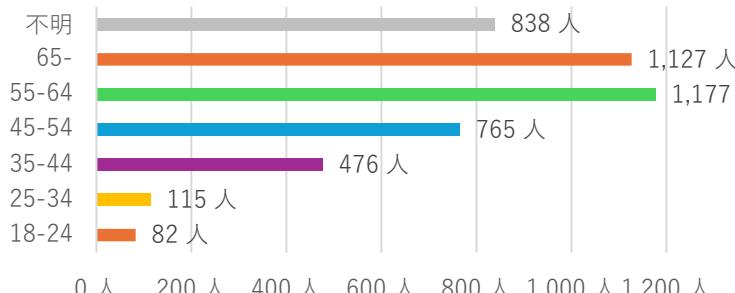
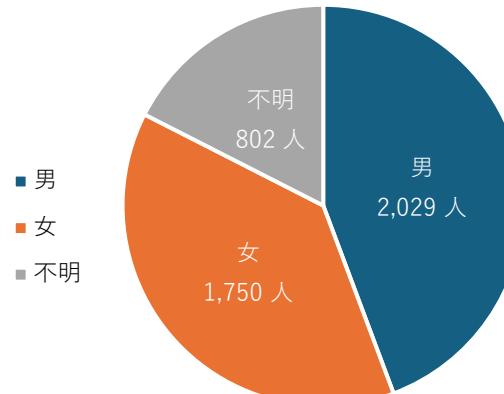
### ■11月14日(金)

仕事がもっと楽しくなる—AI時代のはじまりとこれから

<4,581再生／ユニーク視聴者:1,014人



●日本マイクロソフト株式会社 業務執行役員  
エバンジェリスト  
西脇 資哲 氏



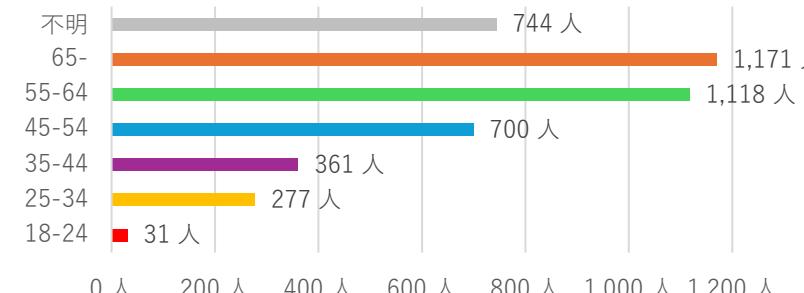
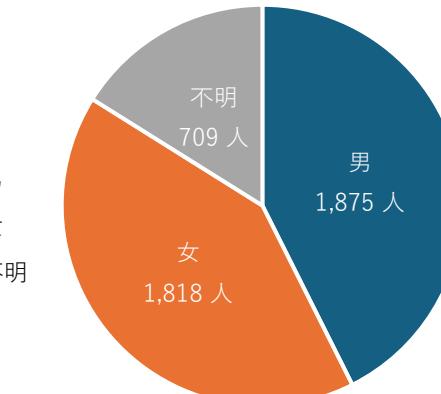
### ■11月14日(金)

湿地はGX投資の対象か?~国際湿地都市NIIGATA~

<4,402再生／ユニーク視聴者:947人>



●株式会社バイオマスレジンマーケティング  
執行役員  
杉原 孝行 氏(左上)  
●NTTドコモビジネス株式会社  
藤田 航平 氏(右上)  
●新潟市北京事務所 所長  
生浦 純 氏



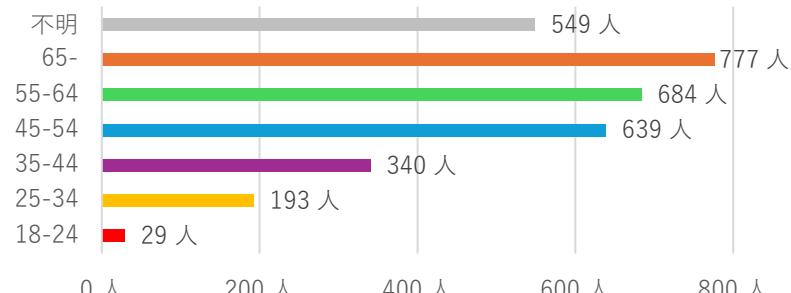
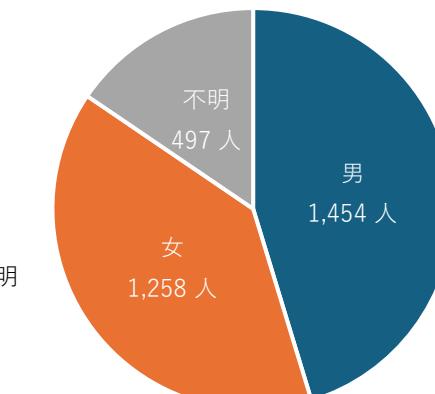
### ■11月14日(金)

新潟の魅力×情報発信と拡散×女性の働き方  
クロストークセッション

<3,209再生／ユニーク視聴者:581人>



●新潟市出身・在住フリーインナウンサー  
新海 史子 氏(上)  
●フリーランスマネージャー  
中村 春菜 氏(下)



# CONFERENCEアーカイブ動画視聴リポート

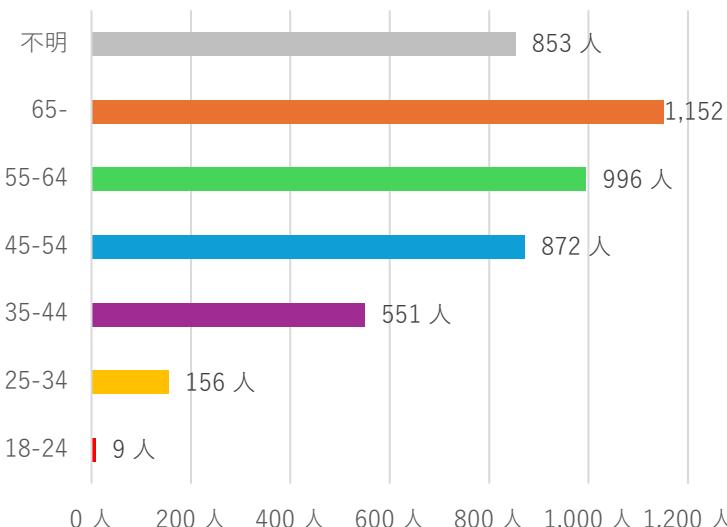
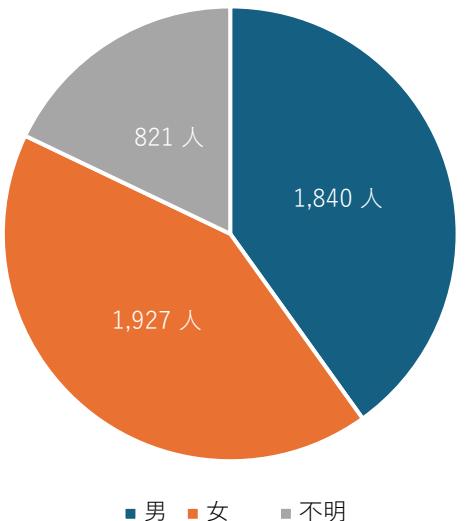
## NINNO3

■11月14日(金)

グローバル人材と共に創:留学生インターンシップ成功の秘訣  
～企業と留学生、双方の視点から学ぶ受け入れ体制と成長のストーリー～  
<2,199再生／ユニーク視聴者:294人>



- Socialups株式会社 代表取締役  
高瀬 章充 氏(左)
- Socialups株式会社 チーフマネージャー  
常間地 悟 氏(右)



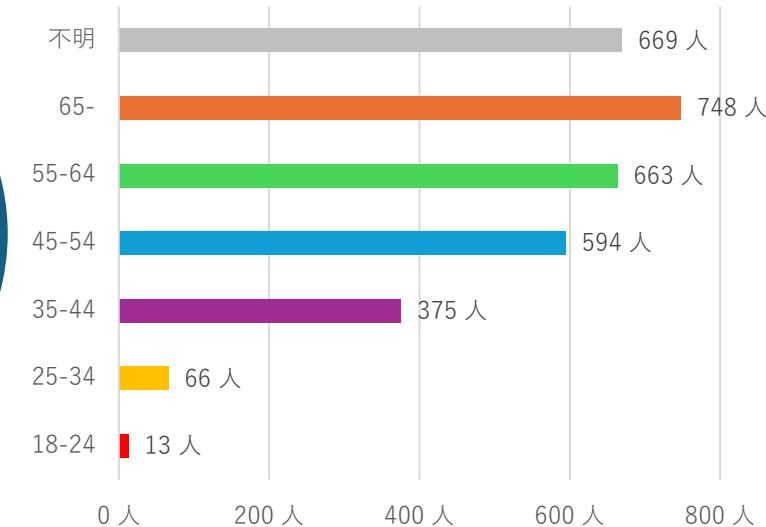
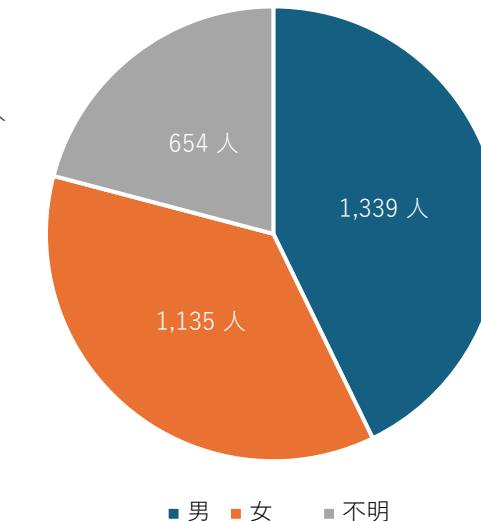
## NINNO

■11月15日(土)

心が跳ねる瞬間、イノベーションは体験から始まる  
<1,510再生／ユニーク視聴者:250人>



- 株式会社ロジリシティ 代表取締役  
野々村 哲弥 氏



# CONFERENCEアーカイブ動画視聴リポート

## 2025『日々是新』CONFERENCEアーカイブ動画視聴数データ

合計				地域から挑む未来課題と ディープテック				アトツギ・バイブス！				新潟の海を未来につなぐ 産業創造				Sake Innovation				仕事がもっと楽しくなる				湿地はGX投資の対象 か？				グローバル人材と共に創				新潟の魅力×情報発信と 拡散×女性の働き方				心が跳ねる瞬間、イノベー ションは体験から始まる			
計	男	女	不明	計	男	女	不明	計	男	女	不明	計	男	女	不明	計	男	女	不明	計	男	女	不明	計	男	女	不明	計	男	女	不明	計	男	女	不明				
3153 2人	1350 8人	1261 2人	5,412 17.2%	計 2331 人	1000 人	974 人	357 15.3%	計 4204 人	1787 人	1728 人	689 人	計 2846 人	1195 人	1124 人	527 人	計 2243 人	989 人	897 人	357 人	計 4581 人	2029 人	1750 人	802 人	計 4402 人	1875 人	1818 人	709 人	計 4588 人	1840 人	1927 人	821 人	計 3209 人	1454 人	1258 人	497 人	計 3128 人	1339 人	1135 人	654 人
	42.8 %	40.0 %	17.2 %		42.9 %	41.8 %	15.3 %		42.5 %	41.1 %	16.4 %		42.0 %	39.5 %	18.5 %		44.1 %	40.0 %	15.9 %		44.3 %	38.2 %	17.5 %		42.6 %	41.3 %	16.1 %		40.1 %	42.0 %	17.9 %		45.3 %	39.2 %	15.5 %		42.8 %	36.3 %	20.9 %

年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		年代別		
18-24	291人 0.9%	18-24	12人 0.5%	18-24	25人 0.6%	18-24	65人 2.3%	18-24	25人 1.1%	18-24	82人 1.8%	18-24	31人 0.7%	18-24	9人 0.2%	18-24	29人 0.9%	18-24	13人 0.4%									
25-34	1506人 4.8%	25-34	186人 8.0%	25-34	265人 6.3%	25-34	114人 4.0%	25-34	135人 6.0%	25-34	115人 2.5%	25-34	277人 6.3%	25-34	156人 3.4%	25-34	193人 6.0%	25-34	66人 2.1%									
35-44	3260人 10.3%	35-44	238人 10.2%	35-44	416人 9.9%	35-44	256人 9.0%	35-44	247人 11.0%	35-44	476人 10.4%	35-44	361人 8.2%	35-44	551人 12.0%	35-44	340人 10.6%	35-44	375人 12.0%									
45-54	5791人 18.4%	45-54	410人 17.6%	45-54	849人 20.2%	45-54	518人 18.2%	45-54	444人 19.8%	45-54	765人 16.7%	45-54	700人 15.9%	45-54	872人 19.0%	45-54	639人 19.9%	45-54	594人 19.0%									
55-64	7305人 23.2%	55-64	573人 24.6%	55-64	967人 23.0%	55-64	629人 22.1%	55-64	498人 22.2%	55-64	1,177人 25.7%	55-64	1118人 25.4%	55-64	996人 21.7%	55-64	684人 21.3%	55-64	663人 21.2%									
65-	7689人 24.4%	65-	527人 22.6%	65-	954人 22.7%	65-	723人 25.4%	65-	511人 22.8%	65-	1,127人 24.6%	65-	1171人 26.6%	65-	1,152人 25.1%	65-	777人 24.2%	65-	748人 23.9%									
不明	5690人 18%	不明	385人 16.5%	不明	727人 17.3%	不明	541人 19.0%	不明	384人 17.1%	不明	838人 18.3%	不明	744人 16.9%	不明	853人 18.6%	不明	549人 17.1%	不明	669人 21.4%									

ユニーク視 聴者数	6831人	480人	836人	704人	528人	1014人	947人	988人	581人	753人
--------------	-------	------	------	------	------	-------	------	------	------	------

# インターネット展開実績

ページ	URL <a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~">https://www.hibikorearata-niigata.com/~</a>	表示回数	総ユーザー数 HP	ページ	URL <a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~">https://www.hibikorearata-niigata.com/~</a>	表示回数	総ユーザー数
サイトトップ		18,075	9,586	健康経営INNOVATION	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1300-1500.c.html">conference/20251113_ninno3_1300-1500.c.html</a>	331	217
タイムテーブル	timetable/	6,087	3,079	「DRIVE」中間デモディ	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1000-1200.html">conference/20251114_ninno3_1000-1200.html</a>	291	174
トークセッション・講演会トップ	conference/	5,501	2,693	「文化が変われば、会社は変わる。」	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1300-1430.html">conference/20251114_ninno3_1300-1430.html</a>	263	157
開催概要	about/	4,774	2,795	こどもプログラミングワークショップ	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251115_ninno3_1030-1200.html">conference/20251115_ninno3_1030-1200.html</a>	252	158
イノベーションを通した日本酒と文化の未来	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1500-1600.html">conference/20251114_ninno3_1500-1600.html</a>	3,017	1,721	Ride the WAVE 2025 成果発表会	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1530-1830.html">conference/20251113_ninno3_1530-1830.html</a>	234	172
交流会	meetups/	1,729	1,162	無形資産形成で新潟企業の未来を照らす！	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1400-1600.html">conference/20251113_ninno3_1400-1600.html</a>	218	137
協賛パートナー・出展者一覧	exhibitor/	1,568	1,107	Ride the WAVE 2025 特別編	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1030-1200.html">conference/20251113_ninno3_1030-1200.html</a>	215	137
協賛パートナー募集	partners/	1,073	729	新潟の海を未来につなぐ産業創造	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1530-1630.html">conference/20251113_ninno3_1530-1630.html</a>	206	144
にいスタ！NIIGATA Pre Startup Vol.1	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1230-1430.html">conference/20251114_ninno3_1230-1430.html</a>	877	496	グローバル人材と共に創	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1600-1700.html">conference/20251114_ninno3_1600-1700.html</a>	200	116
アトツギ・バイブス！	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1300-1500.html">conference/20251113_ninno3_1300-1500.html</a>	872	457	パンタレイと挑戦！風車製作ワークショップ	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251115_ninno3_1100-1200_1300-1400.html">conference/20251115_ninno3_1100-1200_1300-1400.html</a>	187	126
デジタル経営カンファレンス2025in新潟	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1300-1500.html">conference/20251114_ninno3_1300-1500.html</a>	784	434	心が跳ねる瞬間、イノベーションは体験から始まる	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251115_ninno3_1000-1030.html">conference/20251115_ninno3_1000-1030.html</a>	128	99
湿地はGX投資の対象か？	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1245-1345.html">conference/20251114_ninno3_1245-1345.html</a>	688	392	プライバシーポリシー	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~privacy/">privacy/</a>	52	45
「新潟清酒の真価、そして次なる進化」	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1700-1800.html">conference/20251113_ninno3_1700-1800.html</a>	568	335	アーカイブ(2023、2024)		1,055	696
見方を変えれば、味方になる	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251115_ninno3_1100-1200.html">conference/20251115_ninno3_1100-1200.html</a>	564	415	太字はカンファレンス・ワークショップ等コンテンツページ			
地域から挑む未来課題とディープテック	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1230-1345.html">conference/20251113_ninno3_1230-1345.html</a>	501	286				
仕事がもっと楽しくなる — AI時代の	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1030-1130.html">conference/20251114_ninno3_1030-1130.html</a>	494	303				
新潟の魅力×情報発信と拡散×女性の働き方	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251114_ninno3_1630-1700.html">conference/20251114_ninno3_1630-1700.html</a>	491	312				
2025開催決定！		481	276				
「見えない失敗」と「やらないリスク」	<a href="https://www.hibikorearata-niigata.com/~conference/20251113_ninno3_1400-1500.html">conference/20251113_ninno3_1400-1500.html</a>	344	199				

集計期間 2025/5/12~11/15