

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.156



特集 ● 海外展開マネジメント

海外展開を 成長戦略に つなげる

専門家INTERVIEW

NICO事業アドバイザー

田辺 良則 氏

事例企業

- hakkai株式会社
- 株式会社岡部洋食器製作所
- 株式会社幻の酒

連載

挑む! わが社のNEXT STAGE

新和メッキ工業株式会社

ニイガタ元気企業 活力のカギ

片山商事株式会社 ナチュレ片山

2018

7

海外に製造拠点を置くことが国内空洞化という訳ではない

以前は海外展開というと製造業が圧倒的に多かったのですが、最近ではサービス・物販業が増え、比率でいうと五分五分という感覚です。進出先は、やはりASEANが多いです。

製造業の場合、昔はアジアで作ったものを日本に持ち帰ってくるスタイルでしたが、今は作って現地で販売するか、経済連携を活用して第三国に売るという形が主流になってきました。地域ではベトナムやタイが人気です。南ベトナムに進出した鋼板加工を手掛ける中小企業は、日本に居たら取引できないような欧州の大手企業からも仕事の話をもたらえるようになったと喜んでいる。そういう事例は多いです。

物販やサービスはASEANのなかでも先進と言われる香港やシンガポール、台湾、韓国、欧米への進出が増えています。業種としては化粧品販売やエステなどが多く、いま日本で手掛けているものが、そのまま海外でも通用するだろうかといった相談が多いです。

よく、海外に製造拠点を置くと、産業

の空洞化が懸念されるなどと言われますが、そうではない。むしろ海外展開に成功している企業は国内での事業も盛況です。

ASEANも各国で事情が違う 現地の状況を知ることが重要

ASEANに低廉なコストだけを期待するのは間違っていて、今後各国の経済水準は確実に上がります。インドネシアとベトナムは人気が沸騰し、地価も人件費も上がりました。加えて、両国とも現地調達が進んでいないので、原材料を運ばなければならず、中小企業にとってはハードルの高い国になってきました。

一方、マレーシアやフィリピンは安定した経済基盤を持っていて地価や労賃の急騰はありません。また、マレーシアは日本や韓国を手本にしようという政策が功を奏して、航空機や医療機器を手掛けるほど工業レベルが高く、業種によっては魅力ある場所だと思います。

ASEAN10ヵ国とひとくりにしますが、民族も宗教も言葉も習慣もちがうので、それを尊重し、個別に対応しなければいけません。同じことは欧米諸国

にも言えます。

海外展開というのはある意味、宝くじを買うのと同じです。買って当たるとは限りませんが、買わなければ当たりません。製品やサービスに自信があるなら、進出する欲を持つことは大切です。宝くじとの違いは、買って結果を待つのではなく、そのための準備、調査をしなければならないこと。それをしっかり行う企業は、遠回りしているように見えても成功しています。また、結果に関わらず海外市場を知る経験だけでも財産になります。それを次の戦略へと繋げることが、海外展開成功への第一歩だと思います。

現地パートナーを持つことと自分でマーケティングを行うこと

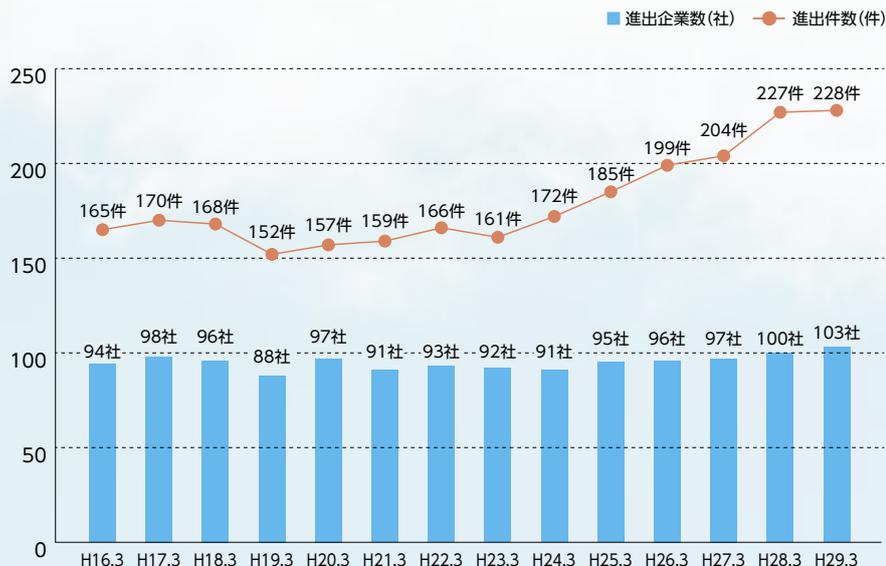
海外展開を成功させるには、とにかく事前準備が重要です。なかでも一番欠かせないのが「現地パートナーを見つける」こと。まずは日本の展示会に来場する海外バイヤーを大切にするといいと思います。独占販売権を求めてくる、販売代理店になると言い寄ってくるころ

新潟の優れた技術、 製品を求める市場は 世界に広がっている

国内の需要減少や産業構造の変化などに直面するなか、拡大する海外市場に活路を見出す県内企業も増えている。挑戦を確実な成長とするために、必要なことは何だろうか。

ここでは、商社での海外勤務経験をもとに、NICOで海外展開のアドバイザーを務める田辺氏にグローバル市場の現状や、海外展開に取り組む際に必要なポイントなどについて、話を伺った。

[新潟県の海外進出状況] 進出企業数・進出件数の推移(平成16年度～平成29年度調査)



出典:平成29年度新潟県輸出入状況・海外進出状況調査報告書(新潟県産業労働観光部)

●平成29年の進出国別では、1位が「中国」(92件)、続いて「アメリカ」と「タイ」(各20件)、その後「ベトナム」「台湾」「マレーシア」「韓国」の順となっている。

は眉唾ものことも多く、しっかり相手を見極めることが必要です。

海外技能実習生を育て、自国に帰った後も支援をし、事業所を立ち上げるというやり方も成功の確率が高いです。ベトナムやインドネシアにはその成功事例がたくさんありますね。

もうひとつ絶対に必要なのは、「マーケティングは自社でやる」ということ。現地調査ではその国の「におい」や「香り」、「言葉」をぜひ肌で感じてほしいです。市場調査を念入りにして、確認、確証を重ねていけば、成功率は上がります。

また、海外の見本市や展示会に出展するなら、国内のそれと同じように、しっかり数値目標を立てて準備をする。事前準備で7～8割は決まります。せつ

かく出展したのに、現地の代理店に任せているだけでは事は進みません。きちんと戦略を練って参加することで国際ビジネスにつながるのです。

**アイデア段階で
専門家へ相談を
公的支援はぜひ活用すべし**

海外との取引では、相手の信用調査も重要です。「商品をすぐ売りたいから広告宣伝費を1万ドル送って」と言われ、送ってしまったらなしのつづて、という相談も実際多いです。

まずは「確認をとる」「コミュニケーションをとる」「記録をとる」という「3つのとる」を確実に行ってください。また、

NICO事業アドバイザー(国際ビジネス支援)

田辺 良則氏

PROFILE

長岡市生まれ。大学卒業後、大手総合商社に34年間在籍し、大半を海外営業部門にてアジア各国向けの輸出入業務三國間取引を中心に携わる。中国駐在時代には国内取引に加え、プラント建設・新規案件発掘等も担当。また、人事・労務管理、人材育成などにも精通。AIBA認定貿易アドバイザー資格保有。香港・上海・広州での駐在経験は通算17年に及び、アジア各国への出張は多数を超え、積極的に日本の中小企業の販路拡大に注力する。

ポイント

- ◆社長1人や担当者1人で抱え込まず、早期タイミングで公的支援機関などへ相談し、進出の目的や現状ある課題を明確にする。
- ◆商談会や視察、進出企業との連携などを通じて現地のパートナー、サポーターを見つける。
- ◆社員の待遇問題での失敗例は多くある。進出先の国の言葉、民族、宗教、習慣を調べ、尊重する気持ちを持つ。
- ◆事前準備や調査を徹底すること。リスク回避のための貿易保険などの費用を惜しまない。

輸出や投資リスクには貿易保険を掛けるなどの対処法があります。そこでわずかな費用を惜しむと、後で取り返しのつかないことにもなります。

製造拠点を海外につくる場合は、現地に行ってから人事、労務、税務関連の問題に直面するケースが多いです。中小企業の場合、工場長だけを現地に出し、ひとりで全てを背負うケースもありますが、これはかなりの負担です。総務関係を現地でアウトソースすることも考えた方がいいでしょう。

海外展開にあたって、相談相手もなく何から始めればいいのかわからないという場合は、NICOを始めとする公的支援機関の支援をぜひ活用すべきです。特に新潟県の支援施策は非常に充実しています。思いついた段階でまずは一度相談に来ていただければ、ヒントを得られると思います。さらにジェットロや商工会議所でも話を聞き、一番参考になったアドバイスを取り入れる。相性もありますから、いつもそう勧めています。

新潟の企業の優れた技術や製品を欲しがっている海外バイヤーはたくさんいます。この時代だからこそ、将来を見据えた目的と計画を持って海外市場へ挑戦して欲しいと思います。



成長し進化する 企業を目指し 海外での取引拡大に挑む

海外拠点で世界市場を捉える

hakkai株式会社

〒949-7312 南魚沼市九日町2845
TEL.025-777-2410 FAX.025-777-2881
URL <http://www.hakkai.jp/>

代表取締役社長 関 聡彦 氏



「何とかここまで成長できているのは、海外展開をしてきたおかげ。海外への進出は長丁場になるので資金力が必要ですが、昔と比べて今は低金利ですし、海外進出に対する国の支援も手厚い状態なので、最大のチャンスだと思います」と語る関社長。



2004年に進出したタイ工場
14年間で4カ国に進出し、今では社員の約5%が海外に向向。近年は、海外に生産拠点が2カ所以上あるという理由で、新規顧客との取引が成立することもある。

ポイント

- ◆ 金型製作業の参入が進んでいない地域や、競争相手が少ないタイミングを狙い進出
- ◆ 日本を含む5つの生産拠点でグローバル調達を実現
- ◆ 固定概念を持ち込まず、その国の習慣、考え方を重視する
- ◆ スケジュールに余裕を持ち、トラブルには臨機応変に対応

10年後、その先の成長のために海外進出を決意

精密プラスチック成型に特化し、金型を自社製造することでミクロン単位の製品を実現するhakkai株式会社。その微細精密プラスチック部品は、ゲーム機やスマートフォン、デジタルカメラ、時計、家電、自動車など、あらゆる製品に使用されている。

同社が海外に進出したのは2004年のタイが始まり。「それまで海外展開は考えていなかったのですが、あるお客様と10年後の話をしていたときに、拠点が日本だけではどこかで成長が止まってしまうと思ったのです」と関社長。タイを選んだのは、予想していたよりも技術力のレベルが高く、国の認定企業になると様々な恩恵を受けられること。さらに日系企業が多く進出し、ビジネスがしやすい環境や日本人が住みやすいインフラが整っていたことなどが、決め手になったという。

自動車業界への参入を図るためメキシコに進出

2011年には以前から考えていた中国に進出。しかし当時は日中関係が悪化していた頃で、進出する日系企業はほぼいなかった。「だからこそベストなタイミングだと思いました。当時は競争が少なく初期投資のコストも抑えられましたし、中国政府も手厚いケアをしてくれました」。

さらに2014年にフィリピン、2016年にはメキシコでの操業を始め、グローバル調達を促進。北米への足がかりとなるメキシコでは自動車業界への参入を狙う。「デジカメやノートパソコンの生産が減少する中、これから伸びるのは車。メキシコにはまだサプライチェーンが完成しておらず、当社が来てくれれば仕事を出したいという話があったので決めました」。

海外で起こるトラブルには臨機応変な対応が重要

現地工場がスタートする直前に工作機械の輸送トラブルが起きたり、洪水やリーマンショックによるダメージ、人員管理での課題など、各国でさまざまな苦労もある。「国によって人の考え方や習慣も違うので、我々の固定概念を持ち込まないことが重要。海外では何でも起こり得るので、スケジュールに余裕を持ち、いかに臨機応変に対応できるかということが大事だと思います」と関社長は語る。

今後は営業拠点としてアメリカへの進出を目指す同社。「世界で一番大きなマーケットですから、当社にもチャンスはある。最終的には欧州も視野に入れています」。これからも世界情勢の変化に柔軟に対応しながら、グローバルネットワークを作り上げていく。



スマートフォンレンズホルダー



メキシコ工場
メキシコ工場では成型加工を行う。この春には新たにグループ会社を設立した。



身の回りにはさまざまな生活必需品の中に入っている微細プラスチック部品の成型、量産を手掛ける同社。成型を支える精巧な金型製作技術を持っていることが強みだという。

ポイント

- ◆ 公的支援を活用し、ベビー用品専門見本市など現地展示会に参加
- ◆ WeChat(微信)で活発な情報交換、取引へつなげる交流を図る
- ◆ 新潟県が委託しているコンサルティング会社のサービスを利用
- ◆ 友人づきあい出来る信頼のおける現地の協力者を確保

海外での可能性を指摘され今後を見据えて挑戦開始

カトラリーを中心とした金属洋食器の製造販売を手掛ける株式会社岡部洋食器製作所。自社ブランド「TE to TE」で、口当たりの優しいシリコンスプーンやアイデアキッチングッズなども展開しており、シリコン製のベビー用スプーンや飲ませやすい形状のコップなどを中国や台湾などに輸出している。

海外市場に目を向けたのは、2014年に参加したギフトショーがきっかけ。「JETROの方から、この幼児向け商品は海外で可能性があると声をかけていただきました。国内市場は確実に冷えてきますし、日本製品は高くても個性があれば受け入れられると聞いて、挑戦を決めました」と岡部社長は振り返る。

JETRO主催の中国や台湾など5か所を回る商談会キャラバンに2年連続で参加し、少量でも売れたことで可能性を実感。また現地の通訳と親しくなり、友人もでき、営業もサポートしてもらえるようになったという。

中国のビジネスはWeChatでスピーディーに進んでいく

中国の人とのコミュニケーションに必需と話すのが、中国版LINEの「WeChat」。「中国ではビジネスシーンでもWeChatが使われます。展示会などですぐに繋がれるように、名刺には必ずアカウントを載せています」。

また、中国の見本市に参加するときは、新潟県が委託しているコンサルティング会社「株式会社マイツ」による支援を活用。手間のかからない手続きでブース対応やアドバイス等の支援を受けられるため、費用的にも役立っているという。

また、昨年末からは中国の知り合いの会社を通して、商品を卸せる体制を作った。「中国との貿易には輸入貿易資格が必要ですが、それを持っていないお客様にはその会社から仕入れをしてもらうことで少量・短納期で供給できています」。

商標登録の申請が通れば百貨店などでの販売が可能に

同社は現在、中国におけるブランドの商標登録の手続きを申請中だ。「偽物防止もありますが、それ以上に百貨店などで扱ってもらうためには必須条件です。さらに、中国はネット通販が拡大していますが、大手サイトで販売するには、やはり商標登録が必要です。申請が通ったら扱いたいと言ってくれているところもあるので、期待しています」。

今年も7月のベビー用品専門見本市を始め、NICOなどの支援を活用しながら、中国の見本市に3回程度出展する計画だ。今後は中国でも高齢化が進むと予想されることから、介護関連にもアプローチしていく。「ベトナムや韓国からも引き合いがあり、欧米にも販売したい。そのためにも、ブランド力を上げていきたいと思います」。岡部社長の挑戦は続いている。

個性派ツールで挑戦
中国のベビー用品市場に
現地協力先と連携し
自社ブランドを中国市場へ輸出

株式会社
岡部洋食器製作所

〒959-1276 燕市小池3633-2
TEL.0256-63-9101 FAX.0256-63-9100
E-mail okabe@ginzado.ne.jp
URL http://www.okabeyoshokki.co.jp

代表取締役 岡部 高文 氏



「契約書を交わして製造を始めたが、突然キャンセルされて多大な損害を受けたという苦い経験もしました。でも相手を信じないと始まらないということもあります。なるべく安全にビジネスを進めるためにも、同じように見本市に出ている企業の皆さんとの横の連携や情報交換はとても大事です」と語る岡部社長。



中国の展示会の様子。商品カタログのPDFにリンクしたQRコードを掲示し、バイヤーはここから情報を集める。日本からカタログを持っていく手間も省いている。



離乳食用のベビースプーン



鼻に当たる部分をカット

「お口のみえるピッタンコップ」は透明で中身がよく見え、飲み口の形状から頭をそらせずに飲むことができるアイデア商品。



「新潟の地酒を世界に」 創業時からの目標へ 邁進する

日本酒の輸出事業に挑戦

株式会社幻の酒

〒951-8131 新潟市中央区白山浦2-1-28
TEL.025-378-2631 FAX.025-378-2632
E-mail info@maboroshinosake.com
URL <https://maboroshinosake.org/>

代表取締役 **松本 伸一** 氏
海外戦略室 執行役員 **鶴巻 秀和** 氏



「最初にJETROの担当者から最低5年はかかると言われ、まだ全体売上の2%程度です。ようやく流れが生まれてきて、5年というのはその通りだなと感じています」と話す松本社長(写真右)と海外戦略室の鶴巻氏(写真左)。鶴巻氏は輸出業務の経験はなく、eラーニングなどを活用し独学で貿易実務を学んだ。



長岡の柏露酒造のスパークリング日本酒とのコラボで生まれた「HANABI」は、弾ける感覚と花火のイメージを重ねた、日本らしい商品として好評。

ポイント

- ◆現地の市場調査や展示会に自ら足を運び、志向の傾向を把握
- ◆地域に合わせた味、デザインを考慮したオリジナルブランドを展開
- ◆公的支援を利用して展示会参加の機会を増やし、繰り返しアプローチする
- ◆外国語の資料作成やSNSでの発信に留学生の力を活用

中小規模の酒蔵の地酒を世界の市場へアピール

新潟県の地酒の魅力をより多くの人に広めようと、いち早くインターネット販売に特化し、蔵元とコラボした商品プロデュースで実績のある株式会社幻の酒。2014年から海外事業を開始し、現在は台湾、香港、イギリス、ベトナムと取引を行っている。

松本社長は、世界への挑戦は幻の酒の事業計画を作ったときからの目標だったと語る。「創業当初からキャッチフレーズは“新潟の地酒を世界に”。外貨を獲得し、新潟の経済に少しでも貢献していくことが、当社の使命です。また、大手は自力でも海外展開が可能ですが、中小規模の蔵元は難しい。その部分を当社がサポートしたいと考えています」。

現地開催の展示会に参加し、より多くのバイヤーと交渉

まずは輸出の実績を作りたいと、展示会や商談会へ積極的に参加。2014年10月に新潟市が行った台湾での販売会をきっかけに、現地バイヤーへの間接輸出、2015年1月にはJETROの商談会でイギリスのバイヤーへ直接輸出を実現した。その後もNICOや銀行の支援制度を活用して、海外の展示会に次々と出展している。輸出取引が軌道に乗るまで資金面でも支援制度の利用が欠かせないという。

鶴巻氏は「現地に行った方がより多くのバイヤーと交渉できるし、市場調査もできるので効率がいいと感じます」と話す。貿易業務は未経験で勉強を続ける日々、最も苦労したのは価格の決め方。「最初の頃は、今考えるとありえないほど高い価格を付けていました。輸送費用などは、経験を重ねてみないと分からないことが多かったですね」。

デザインやボトルの種類も海外向けを意識して改良

同社の戦略ポイントは、現地ニーズを調査し、訴求力を持ったオリジナル商品を展開していること。最近、評価が高いというスパークリング日本酒「HANABI」は、年内にも始まるシンガポールとの取引の決め手となった商品だ。また、ラベルデザインは日本らしさ、分かりやすさを意識。ボトルも欧州向けは青、中国では赤にするなど、各地域の好みに合わせている。

外国語資料の作成やSNSでの発信には、松本社長の母校でもある事業創造大学院大学の留学生の力を活用する。松本社長は「越境ECの準備も進めていて、2年後をめどにスタートさせる計画です。そのためにもブランド価値の向上のためのSNS発信などが重要になってくると考えています」と話す。今年中にはシンガポールのほか、ロシアとの取引も始まる見込みの同社。ここからの快進撃を期待したい。



5つの蔵の純米大吟醸を魚とのペアリングで提案した「GYOTAKU」。これまでEC事業で培ってきた蔵元との信頼関係で実現した商品。



今年開催したベトナム・ハノイでの商談会の様子。海外での日本食ブームによって日本酒の需要も増加。アジア圏は甘め、欧州はドライなものも受け入れるなど、好みの傾向も分かってきたという。新潟の食品を求める声もあり、要望に合わせて手掛けていく予定。

NICO 海外展開支援メニュー

募集受付について
詳しくはホームページへ!



市場を調査したい・
販路を拡げたい



海外市場獲得 サポート事業費助成金

募集時期 8月頃(予定)

県内企業の輸出拡大に向けた海外での市場調査や、販路開拓(見本市出展、越境EC構築)に係る経費の一部を助成します。

- 助成限度額：100万～1,000万円以内
- 助成率：1/2～2/3以内

- 助成期間は最長2年(2ヶ年計画で利用が可能です)
- 市場調査・販路開拓の両事業の併用実施も可能

進出先で特許・
商標を出願したい



中小企業等外国出願支援 事業補助金

募集時期 9月頃(予定)

優れた技術等を外国において広く活用しようとする中小企業者等が行う、外国への特許や商標などの出願に必要な経費の一部を補助します。

- 対象経費：「外国特許庁への出願手数料」「現地代理人費用」「国内代理人費用」「翻訳費用」
- 助成限度額：450万円以内
- 助成率：3/4以内

欧州市場を
開拓したい



欧州テストマーケティング

募集時期 パリ・随時/ロンドン・9月頃(予定)

欧州市場の代表的な国としてイギリス、フランスを対象に、県産品のテスト販売の機会を設定。県内企業の欧州展開のきっかけ作りと県産品の認知度向上を図ります。

【2018年度予定】

- フランス・パリの「パリ新湯物産館(Kinase)」を活用し、県産品のテスト販売を実施(2018年7月～2019年3月予定)。
- イギリス・ロンドンにある日本食品店「ジャパンセンター」に県産品のテスト販売コーナーを設置(2019年2月予定)。

展示・商談会NICOブースをご活用ください!

- メリット ① 出展料・基本装飾費が無料! ② ブースに通訳を配置! ③ NICOスタッフや現地協力者がサポート!



海外見本市・商談会

海外で開催される見本市・商談会に出展し、共同出展企業の販路拡大を支援します。

【2018年度予定】 募集時期 開催日3ヶ月前頃

- 食品輸出商談会in台北(8/2)
- ベトナム市場調査・テストマーケティング(10月)
- FOOD JAPAN シンガポール(10/25～10/27) ほか



国内見本市・商談会

海外バイヤーとの商談を行う国内見本市・商談会に出展し、共同出展企業の販路拡大を支援します。

【2018年度予定】 募集時期 開催日3ヶ月前頃

- にいがた食の輸出商談会(11/7～8)
- 沖縄大交易会(11/29～30)

現地活動を
サポートしてほしい



海外ビジネスコーディネーター

随時受付 ※予算に限りがありますので、お早めにお問い合わせください

【配置都市】

中国、台湾、韓国、ロシア、シンガポール、タイ、ベトナム、モンゴル、アメリカ

支援内容(費用無料 ※出張費など例外あり)

- ① 現地企業・機関への訪問、面談のアレンジ
- ② 訪問時のアテンド(商談サポート)
- ③ 現地事情のレクチャー
- ④ 現地情報の収集・提供
- ⑤ 見本市・商談会のサポート

海外展開の
人材を育てたい



海外人材養成講座

連続講座への参加を通じて課題解決の方策や考え方を発見し、戦略性をもって海外展開に取り組める人材を養成します。

- 海外人材養成講座(6月募集開始予定)
- 貿易実務講座(8月開催予定)

アジアの主要都市ほか、海外に配置した海外ビジネスコーディネーターが現地活動をサポートします。(平成29年度利用実績:28件)

過去の支援例

- アメリカ市場におけるのコーヒー事情調査
- 台湾の厨房用品取扱い商社リストアップ、面談アレンジ、訪問同行、市場調査同行
- モンゴルにおけるの日本食レストラン概況調査
- ベトナムにおける日本食品市場調査 など



田辺アドバイザー 海外展開相談

海外ビジネスに精通する
NICO事業アドバイザー田辺氏が
ご質問・ご相談にお答えします。

まずは
ご相談
ください!



挑む! わが社の NEXT STAGE

1961年(昭和36年)創業の新和メッキ工業株式会社は、上越地域の顧客を中心に事業を展開するめっき加工業者。近年は最先端技術の導入や開発、さらに地元に貢献する事業にも取り組んでいる。同社の瀧見専務に、これまでの取り組みなどについて伺った。

最先端の表面処理技術を開発し、積極的な広報活動で発信

日本とアメリカの技術を融合 防錆めっきに挑戦

暖房器具部品やガス器具部品などのめっき加工を主に手掛ける新和メッキ工業株式会社。2年前から電子部品の金めっき加工を開始するなど、時代に即した技術に取り組む同社は昨年、アメリカの表面処理トップメーカーPAVCO社との技術提携による最先端の防錆表面処理「新和ZiNT」を開発した。

「日本とアメリカ、それぞれのめっき技術の優れた部分を融合させれば、会社の大きな武器になると思いました」と瀧見専務。日本海の波しぶきや降雪によって鉄が錆びやすいという地元顧客の声もあったことから、一般的な亜鉛めっきの20倍以上の耐食性がある独自の表面処理を実現させた。

英語事業部の設立が 広報を勉強するきっかけに

「アメリカの企業とお付き合いできたのは、当社に英語事業部があることも大きな強みでした」と言うように、同社では英語が堪能な社員が翻訳や通訳などを行い、

地元の企業をサポートするサービスを2年前にスタートした。この事業を広く知ってもらおうと、瀧見専務はNICOの広報実践講座や広報相談会などを受講し、有効的なニュースリリースの書き方などを学んだ。「英語事業部がきっかけでしたが、新和ZiNTという名称やキャッチコピーも、講座でお世話になった今尾アドバイザーと相談して決めました。伝え方を工夫しながらその後の広報にも繋げていきました」。

メディアを通して会社の 認知度やイメージが向上

昨年は機械要素技術展(M-Tech)に初出展し、新和ZiNTをはじめ同社のめっき加工技術を紹介。「ZiNTは最先端の表面処理技術なので、市場で求められるのはこれからだと思います。

また、展示会を通して、めっきをよく知らず、錆びに困っているお客様が多いことが分かり、私たちがまだ気付かない新しい市場があるのではと感じました」。

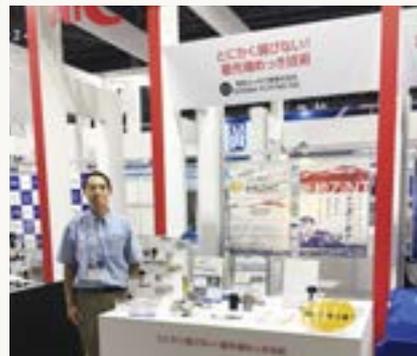
広報活動によってメディアに登場する機会が増え、会社の認知度やイメージが向上。社員のモチベーションアップや人材の確保にも繋がっているという。「会社を続けていくためには常に挑戦し、発信し続けて、結果を出



広報を学んでから作成したチラシやパンフレット。分かりやすいキャッチコピーや文章、伝えたいポイントなどを考慮している。めっき技術、町工場という現場を知ってもらうためのインターシップ受入も積極的に行う。



「新和ZiNT」は、一般的な亜鉛めっきよりも耐食性が高い亜鉛ニッケル合金めっきに加え、高耐食性のトップコートを塗布した同社独自の表面処理。アメリカ・PAVCO社が開発した高耐食性トップコートを日本で初めて導入。



初出展した機械要素技術展ではニュースリリースをはじめ、ブース内の展示パネルや見せ方などをNICOの今尾アドバイザーとともに考え、約1年かけて準備。事前の情報発信も積極的に行ったことから、展示会のリリースに掲載され、注目を集め、期間中は多くの人で賑わった。

していくことが必要。そうすれば新しい仲間も増え、会社が成長する。そういうサイクルの中で成長させていきたいです」と瀧見専務。今後もめっきという技術を広く発信しながら、新たな可能性を追求してゆく。

NICOの を活用!

上越市で開催された広報のセミナーを受講したのを機に、広報実践講座や広報相談会を活用。昨年の機械要素技術展(M-Tech)では、NICOブース内に初出展した。

NICOクラブ会員 ▶ 新和メッキ工業株式会社

専務取締役 瀧見 直晃 氏

〒943-0821 上越市大字土橋1631

TEL.025-524-5426 FAX.025-524-5498

URL <http://www.sinwa-mekki.com/>

「広報を勉強して人に伝えることの大切さ、言葉の大切さを実感しました。会社案内やHPも難しいことを載せるのではなく、この会社で働いてみたいと思ってもらえるような、当社ならではの見せ方で興味を惹く作り方をしたいです」と語る瀧見専務。

パワーあふれる現場に潜入!

ニイガタ元気企業

活力

The key to vitality

のカギ

2017年11月にオープンした片山商事株式会社の大型複合店舗「ナチュレ片山」がこれまでにない業態のコンセプトストアとして注目を集めている。建坪約900坪、2階建ての世界最大級ログハウスにはお客様を惹きつけるさまざまな「ワクワク」がちりばめられていた。

ココがポイント

- 1 売る側も買う側も「楽しい」がキーワード
- 2 衣食住を網羅した品揃えとエコロジーな店づくり
- 3 店内で販売する食材を味わうグローサラント*が稼働

*食料品店を意味する「グローサリー」と「レストラン」を合わせた造語。同一の店内や敷地内で販売されている食材をその場で調理・提供する新しい業態。



1階食料品売り場は、48もある冷凍ストックに県内外から厳選して仕入れた高品質の肉や魚の加工品、惣菜、スイーツまで多彩に品揃え。試食できるチーズや生ハム、PB商品の日本酒も好評だ。

NICOクラブ会員

片山商事株式会社 ナチュレ片山

店長 伴田 正弘氏

〒950-0863 新潟市東区卸新町3-16-31
TEL.025-270-1188 FAX.025-250-1215
URL <http://www.nature-katayama.jp/>

「健康生活を応援します。」 一途な理念から 新店舗が誕生

見て、味わい、購入する
思わず笑顔になる買い物空間

平日も多くのお客様で賑わうナチュレ片山。健康的なライフスタイルを提案する多彩なアイテムを取り揃えている。1階の食品売り場ではこだわりの食材を求める人、2階のインテリアや雑貨店、レストランでは、ゆっくり食事や買い物を楽しむ女性グループなど、人々の笑顔が印象的だ。「買い物が楽しい、と言っていただけののが一番うれしいですね。私たちも商品を選ぶのが本当に楽しいんです」と話すのは、店長の伴田氏。特に週末は家族連れが多く、実際の来客数は平日の3~4倍になるという。

ぶれないコーポレートスローガン。時代に合わせ業態を進化

1985年に配達が主だったそれまでの酒販店の販売形式を大きく変え、県内初の酒のディスカウントショップ「セルフ片山卸団地店」を開店。「健康生活を応援します」というスローガンのもと、酒類以外にも添加物を使用しないおつまみや食品を扱ってきた。2010年オープンの「セルフ片山ピアBandai店・新潟屋」は、健康志向の時代のニーズを捉え、食品部門によりウェイトを置いた。「ナチュレ片山」は、ピアBandai店以上に品質と品揃えにこだわり、さらには衣食住すべてにおいて、人々の豊かで健康的な暮らしに寄り添うことをコンセプトとしている。同社の一貫した思想が進化・深化したことで実現した空間といえる。

野菜の販売やエコへの取り組みに挑戦

注目ポイントの一つが、同社で初めてとなる野菜の取り扱いだ。品質を重視し、3つの栽培方法(①農薬・肥料どちらも使わない自然栽培 ②農薬を使わず有機肥料のみ使用する有機栽培 ③減農薬栽培)のいずれかを実践する農家や、若手生産者など約60軒と契約。うち9割が県内の生産者だという。社長の強いこだわりで全量買取としているため、生産者には売れ残りのリスクもない。

仕入れた新鮮な野菜は2階のレストラン「SUZU8」で調理・提供もするため、食材ロスの心配も解消できる。「厨房で出た生ごみをバイオ分解で1/5に減量して堆肥化し、それを契約生産者に使ってもらうことも考えています」と伴田氏。すべてが循環するエコロジーな業態は、健康志向の生活者の強い共感を得るだろう。ナチュレ片山が提案する「これからの健康生活」に、ぜひ注目したい。



「野菜を仕入れる農家さんから学んだことがあります。みなさん「子どもに食べさせる野菜を作りたい」とおっしゃる。私たちの食の安心・安全への思いも一層強くなり、「未来の子どもたちに食べさせたいたいもの」が商品選びの大前提になりました」と話す伴田氏。



新たなライフスタイルを提案する空間「KATAYAMA EIGHT」。デザイン機能を重視した生活雑貨や、デンマークの家具ブランド「フリッツ・ハンセン」のショールーム、料理ができるカルチャー教室も。2階には他にレストランとカフェスペースもある。



新鮮な野菜や果物はバイヤーが直接農家を訪ね、片山商事の健康生活への思いに共感してくれた生産者から仕入れている。

NICOサポートオフィス をご利用ください

相談無料

NICOでは今年度より、企業の皆さまの利便性の向上を図るため、多数の企業が集積する県央と長岡において、定期的に相談に応じる「NICOサポートオフィス」を開設しました。

新技術・新商品開発
について

販路開拓
について

1社あたり
60分程度

相談内容

起業・創業
について

新分野進出
について

経営革新
について

まずはお気軽にご相談ください。



開設日時 平成31年3月までの毎月第1・第3水曜日(8/15(水)、1/2(水)を除く)
10:00~12:00 / 13:00~16:00

近日開設日 7月4日(水)・7月18日(水)・8月1日(水)

会場 【県央】三条地域振興局 第3会議室(三条市興野1丁目13番45号)
【長岡】NICOテクノプラザ ミーティングルーム(長岡市新産4丁目1番地9)

NICOホームページに掲載の相談申込書に必要事項を記入の上、FAXもしくはEメールで相談希望日の前週の金曜日までにお申し込みください(申込多数の場合は先着順となります)。

問い合わせ先 企画チーム TEL.025-246-0038 FAX.025-246-0030 E-mail info@nico.or.jp

NICOクラブ会員のみなさまのコミュニケーションの場として、

公式Facebookページにて
NICOクラブコミュニティがスタート!

例えばこんな内容を投稿してみませんか?

- 自社イベント情報発信
- 自社商品紹介
- 自社商品に対する意見やアイデアの募集 などなど



コミュニティご入会方法など詳しくはこちら!

<https://www.nico.or.jp/news/21738/> **ご参加をお待ちしております!**

LINE@

お友達追加で旬な情報をフォロー!

NICOのLINE@アカウントでは毎週火曜日に旬な情報を配信しています。

お友達追加はコチラ! ▶



LINEアプリを起動し友だちタブを開き、友だち追加ボタン>[QRコード]をタップし、コードリーダーでスキャンしてください。



TSUBASA M&A PARTNERS

つばさM&Aパートナーズ

—— 想いをつないで未来へ ——

士業・金融機関等の支援機関の会員様、随時募集中!

事業承継M&Aの情報発信・交流拠点

平成30年度
つばさ事業承継パートナー研究会

を下記日程で開催します。



会員数は
30
に増加中!

代表・税理士
山田 眞一

5/23(水)・7/6(金)・9/7(金)・
11/2(金)・12/7(金)

今年も更に内容を拡充して実施します。

※会員数は昨年度第1回~5回の実績です。
※詳しい内容につきましては、下記連絡先までお問い合わせください。

ご連絡先

株式会社 つばさM&Aパートナーズ
〒959-1234 燕市南7丁目17-9-1 県央ランドマーク2F
TEL.0256-61-5810 FAX.0256-64-2964
公式サイト <http://www.ma-partner.jp>



つばさ税理士法人

イイモノイワザ 広め隊

県内企業が開発した、
優れた商品・技術をご紹介します!

イイモノ

どこか懐かしい、食べられるクレヨン

おいしいおえかき



子どもたちが
和菓子に親しむ
きっかけに

「子どもたちがお砂糖の魔法にかかった」をテーマに、ぶどうや抹茶風味のお干菓子でクレヨンをかたどった、どこか懐かしく可愛い和菓子です。日本の伝統色をイメージしたというやさしい色の干菓子は、口の中にふんわりひろがるやさしい味です。和三盆、ラムネ、みかん、ぶどう、ゆず、抹茶、さくら、黒糖の8色入りです。

株式会社越乃雪本舗 大和屋
〒940-0072 長岡市柳原町3-3
TEL.0258-35-3533 FAX.0258-34-5652
E-mail kosinyk@seagreen.ocn.ne.jp
URL <https://koshinoyuki.official.ec/>

大和屋の
twitter・Instagram
アカウント
@yamatoya1778 も
ご覧ください!

イワザ

手軽に「にぎり寿司」を楽しめる

すしトング



外側しっかり
中はふわっと
職人の握りを再現!



日本初のオールステンレス製「すしトング」は、型となる先端部分でご飯をすくいにとって握るだけで、重さ20~25gのふっくらとしたシャリを誰でも簡単に作ることができます。先端部分は取り外して洗え、熱湯消毒も可能。衛生的にお使いいただけます。大人も子どもも、寿司初体験の外国人も手軽に「にぎり寿司」が楽しめます。

有限会社ゴトウ熔接
〒959-0227 燕市粟生津1393-1
TEL. 0256-92-6736 FAX. 0256-92-6874
E-mail w-gotou@fine.ocn.ne.jp
URL <http://gotou-yousetsu.co.jp/>

距離や時間にとらわれない、自由に新しい企業紹介。

VR × COMPANY

現地に行かない
見学ツアー?

VR (Virtual Reality) とは仮想現実と呼ばれるもので、その場にいるかのように上下左右360°見渡せる疑似体験ができる技術です。VR技術を利用することで、時間も、時空も超えて、現実により近い“リアルな体験”を提供することができます。

まずは体験してください



第一印刷所
VR工場見学動画 (8K高画質)
<https://goo.gl/59h5Wu>

Youtubeで
公開中!

製造業

VR工場見学

なかなか見ることのできない製造の裏側をVRで紹介。
製造の裏側を知りたい消費者・取引先のニーズにマッチしており、製品への理解を深めたり、安心・安全をPRするのに最適です。
リクルート向けに職場の疑似体験としても活用できます。

OTHER METHODS

ホテル・旅館

新しい旅行の選び方
VR 下見

ブライダル

結婚式を
ゲスト目線で体験
VR 見学会

メーカー

商品の使用シーンを体験
VR カタログ
VR 取扱説明書

不動産・ ハウスメーカー

離れたモデルハウスも
見学可能
VR 内覧

...and more

まずはお気軽にご相談ください!

VRAINS Mus.

▼あなたの脳を刺激するVRミュージアムサイト
様々なVRやドローン映像を体験できます。
<http://vrains.pressmedia.co.jp/>
※第一印刷所グループ会社プレスメディアのサイトへアクセスします。



TEL 025-285-7161 (平日9:00~17:00)

Mail info@dip.co.jp

dip 株式会社 第一印刷所

中小企業大学校三条校 研修のご案内

18-13
営業力

経営幹部・管理者

売れる顧客が見える!攻めの営業計画の作り方

お客様をファンにするステップを学ぶ

研修のねらい

顧客がどこで情報収集し、どう気持ちを動かし、購入に至ったのか、至らなかったか。その流れを正確に把握することが、営業実績を伸ばす上でとても有効です。

本研修では、顧客の行動や気持ちの流れを見える化(数値化)する方法を学び、そこから効果的な営業戦略と営業計画を作成していきます。

募集要項

- ▶ 研修期間……………全4日間
平成30年7月24日(火)~25日(水)
8月22日(水)~23日(木)
- ▶ 時間数……………24時間
- ▶ 受講料……………35,000円(税込み)
- ▶ 募集人員……………30名

18-14
経営力

管理者・新任管理者

会社を強くする人事・労務管理

働きやすい職場をつくる勘所

研修のねらい

少子高齢化、人手不足といった問題が指摘される環境下、「働き方改革」といった大きな動きの中で、日本を取り巻く労働環境は、今後大きく変わろうとしています。様々な制約の中で、企業が成果を出していくためには、正しい労務管理、最新の法改正等の動向並びに多様化するトラブル事例等の知識を得て備えることが必要不可欠となります。

本研修では、人事・労務管理者が押さえておくべき基本知識、法律改正のポイントとトラブル事例等から企業が備えるべき人事・労務管理について学んでいただきます。

募集要項

- ▶ 研修期間……………全3日間
平成30年7月25日(水)~27日(金)
- ▶ 時間数……………21時間
- ▶ 受講料……………31,000円(税込み)
- ▶ 募集人員……………25名

18-15
財務力

経営幹部・管理者

業務に活かす財務分析実践講座

分析から見える経営課題と改善策

研修のねらい

昨今の厳しい経営環境の中で、経営幹部・管理者には、自社の経営実態を正しく迅速に把握し、適時適切に具体的な対応を推し進めていく力が求められています。

本研修では、財務の観点から自社の現状を定量的に読み取るための分析力を身につけるとともに、分析結果から自社の特徴、問題を発見し、実際の現場の状況等と照らし合わせながら、自己の業務において取り組むべき具体的なかつ効果的な改善策を検討できることを目的とします。

募集要項

- ▶ 研修期間……………全3日間
平成30年8月1日(水)~3日(金)
- ▶ 時間数……………21時間
- ▶ 受講料……………31,000円(税込み)
- ▶ 募集人員……………30名

お申し込み・お問い合わせは、三条校ホームページまたはお電話にてお願いいたします。



中小企業大学校 三条校

〒955-0025 新潟県三条市上野原570

TEL:0256-38-0770(代) FAX:0256-38-0777

三条校

検索

NICO press 2018 7 vol.156 2018年6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



本誌は環境に配慮し、米ぬか油を使用したライスインキで印刷しています。

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。



ミックス
責任ある水資源を
使用した紙
FSC® C012835