

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.177

特集

2021

8・9

## コロナ ウィルス禍での 販路開拓



### NICO支援事業紹介

#### 事例企業

- ▶後藤金属工業株式会社
- ▶株式会社レルヒ
- ▶株式会社小竹食品

#### 連載

[挑戦の現場 -企業レポ-]  
hakkai株式会社

[がんばる新潟]  
まつや株式会社

未来の事業へ  
新しい道を切り拓く



# 販路開拓に向けた NICOの取組をご紹介します



令和2年以降、新型コロナウイルス感染症により急激な環境変化が引き起こされました。移動や対面営業の自粛を含め、生活様式が変化する中で、NICOといいたしましては、専門家による対応や相談窓口の設置等を行うとともに、生産性向上や新ビジネスへの挑戦、強靭な業務継続基盤の確立に向けた支援を行ってきました。

このページでは、コロナ禍における販路開拓に向けた取組について  
令和2年度事業のご報告と合わせて、令和3年度事業についてご紹介します。

## 令和2年度の取組

### ■ 非対面による展示会等の開催

#### にいがた技術フェアonline2021

第25回機械要素技術展の出展に併せて開催し、同展示会の出展企業を中心に技術情報などをオンラインで発信しました。

- 会期／令和3年2月1日～2月12日
- 出展企業／56社

#### 食品産業向けオンライン商談会

スーパーやECサイト運営事業者とのオンラインによる個別商談会を開催しました。

- 実施期間／令和2年10～11月の間に6回
- 参加企業／56社(延べ)

### ■ オンライン商談に向けた 提案力向上セミナー

(独)中小企業基盤整備機構の中小企業支援アドバイザー等を招いて、技術提案力のポイントや、オンライン商談にも活かせる提案内容の伝え方などについて解説するセミナーを開催しました。

- 開催日／令和2年7月27日
- 参加者／29名(21社)

➡ 参加いただいた企業様の声は、4・5ページをご覧ください

### ■ EC(電子商取引)を活用した 県産品の販路拡大事業

ECを活用し、県産食品の売上拡大を図るため、Yahoo!ショッピング内の「新潟県ご当地モール」をリニューアルしました。また、banner広告やSNSを活用した販売促進プロモーションを行いました。

- 実施期間／令和2年8～10月、同12月～令和3年2月
- 参加／21社

➡ 参加いただいた企業様の声は8・9ページをご覧ください



### ■ 外国人YouTuberによる 動画配信を通じた販売促進事業

外国人消費者をターゲットとしたマーケティングを行うため、台湾、シンガポール、フランスなどの外国人YouTuberによる県内企業9社26商品のプロモーション動画を配信しました。

- 配信期間／令和3年2月下旬以降
- 再生回数／延べ57万回(令和3年4月20日時点)



プロモーション  
動画はこちら



### ■ オンライン営業のための 動画制作講座

非対面による営業活動で利用する動画コンテンツを、自社で撮影・編集することを目指して講座を開講しました。

- 参加／42社

公開可能な19社の動画を  
NICO YouTubeチャンネルで  
公開しています。



動画によるプロモーションや、ECを活用した販路拡大の取組において、一定の成果があった一方、オンライン商談会の一部では、期待したほどの成果が上がらないものもありました。

これらを踏まえ、令和3年度は、オンライン展示会等への出展支援に加え、オンラインでの営業力を強化する支援にも取り組んでいます。

## 1.技術提案力を強化したい!

### ■ オンライン営業力強化支援事業 新規

非対面など新常態に対応した営業力を強化するためのセミナーを開催するほか、専門家による個別相談を実施します。

- Webページ制作・運用、動画を活用したWebマーケティングに関するセミナーを、4回程度開催する予定です。参加者は開催の都度、募集します。
- 個別相談は、都度募集します。

お問合せ先

生産財マーケティングチーム  
TEL.025-246-0052

### ■ 技術提案力向上支援事業

専門家とともに自社やマーケットについて現状分析を行い、技術のアピールポイントをプレゼン資料にまとめてことで、展示会等での販路開拓につなげます。

- 支援先企業の募集は7月9日で受付終了しました。



## 2.オンラインを活用した展示会等に出展したい!

### ■ ハイブリッド展示会出展支援事業 (助成金) 新規

県内企業がハイブリッド型の展示会(来場形式とオンライン形式の併催型)に出展する経費の一部を助成します。

- 助成率:1/2以内、助成限度額:100万円
- 募集はホームページをご覧ください。



お問合せ先

生産財マーケティングチーム  
TEL.025-246-0052

### 海外展開

### ■ 海外展開加速化支援事業(助成金)

中小企業者等の輸出拡大に向けた海外市場調査や販路拡大(見本市・展示会等(オンラインも対象)への出展)に係る経費の一部を助成します。

- 助成率:1/2以内、助成限度額:100~800万円
- 2次募集を8月から行う予定です。

### ■ 海外展開トライアルサポート事業(助成金)

海外展開に初めて取り組む、または取組の経験が少ない中小企業者を対象に、海外市場調査や見本市・展示会等(オンラインも対象)への出展に係る経費の一部を助成します。

- 助成率:1/2以内 ● 助成限度額:50万円
- 2次募集を8月から行う予定です。



お問合せ先

海外展開支援チーム  
TEL.025-246-0063

## 3.ECを活用したい!

### 海外展開

### ■ オンラインによる非接触型 海外展開支援事業(助成金)

越境EC参入や、海外とのオンライン商談等で使用する動画・画像コンテンツ制作の経費の一部を助成します。

- 助成率:1/2以内、助成限度額:200万円
- 2次募集を8月から行う予定です。

お問合せ先

海外展開支援チーム  
TEL.025-246-0063

### 専門家による相談

#### ■ よろず支援拠点

SNS活用、Web活用に関する個別相談会を実施します。

お問合せ先 新潟県よろず支援拠点 TEL.025-246-0058

#### ■ NICOアドバイザー

Webに関する個別相談会を実施します。

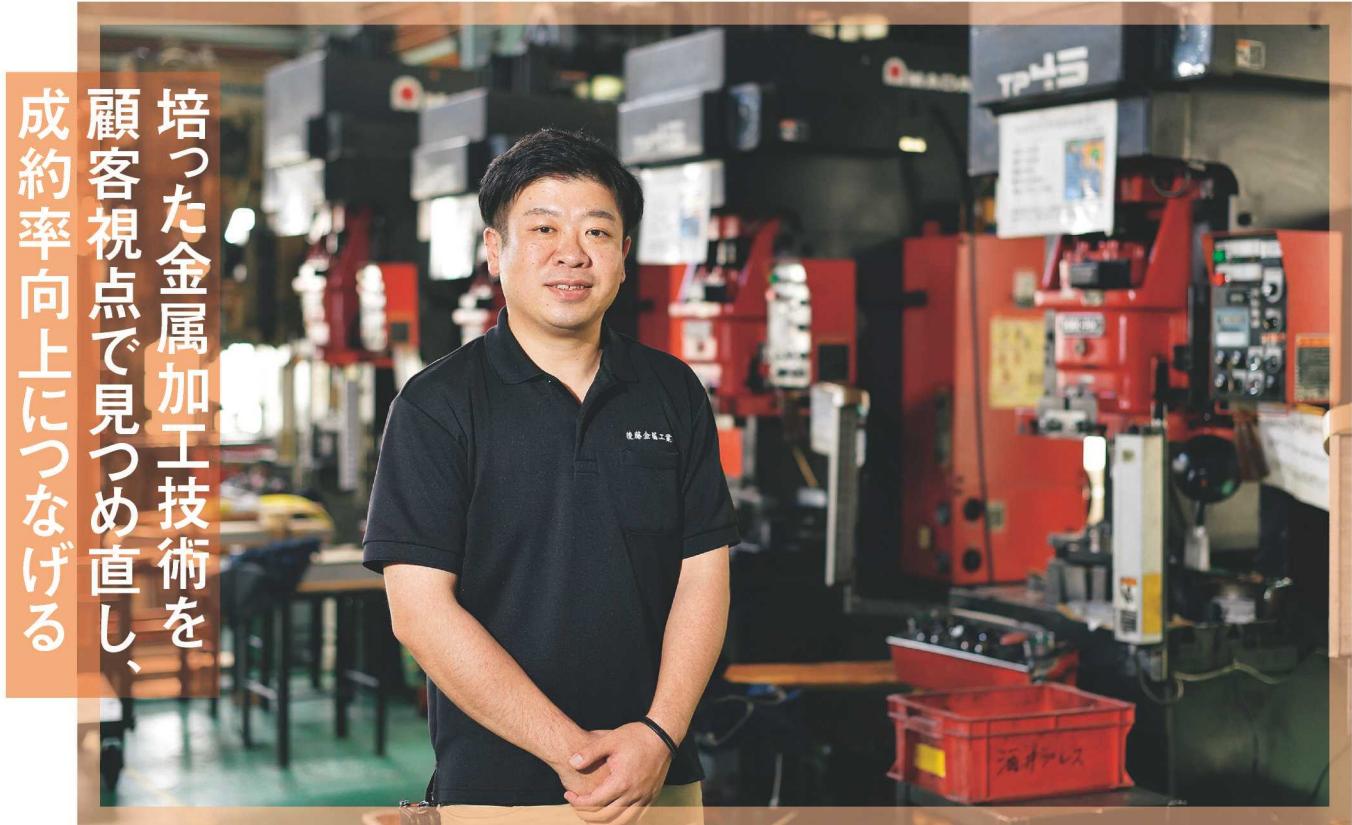
お問合せ先 企画チーム TEL.025-246-0038

海外展開に関する個別相談会を実施します。

お問合せ先 海外展開支援チーム TEL.025-246-0063

いずれも日程はホームページをご覧ください。

1978年創業の後藤金属工業は、旋盤のような機械に取り付けた金属板を回転させながら成形する「ヘラ絞り」からスタートした金属加工会社。2019年にNICOの「技術提案力向上支援事業」を活用しプレゼン力を強化。商談機会が減るコロナウイルス禍で受注率アップに力を注いでいる。



培った金属加工技術を  
顧客視点で見つめ直し、  
成約率向上につなげる

## 後藤金属工業株式会社 NICOクラブ会員

営業 遠藤 直樹 氏

〒959-1287 燕市大関348 TEL.0256-63-5423 FAX.0256-63-5416  
URL <https://goto-kk.com/>

「金属加工という業種柄、展示会で名刺交換をした見込み客からすぐに相談がくるものではありません。ですが、今後の新製品開発等で当社の技術を採用頂くためにも、何を強みとしている会社なのかをしっかりと伝えていきたい」と遠藤氏。

### 自社の技術を棚卸し、強みの抽出

深い絞りを可能とするヘラ絞りやスピニング加工、量産を得意とするプレス加工、さらに溶接やロール加工設備を備え、金型の設計・製造にも対応する後藤金属工業。金属加工の中でも丸物の加工が強みで、産業機械部品や医療機器部品、厨房用品や花火関連製品など、多様な製品加工を手掛けている。

同社は、NICOの令和元年度「技術提案力向上支援事業」を活用。この事業は、製造業者が新たな取引先を獲得するために求められる、“自社の優れた技術を伝えるプレゼン力”を強

化することが目的だ。約5カ月で計6回に渡り専門家から個別指導を受け、製品の効果的な提案資料を作成することを最終目標としてプログラムが進められた。

「新規顧客と出会うのは年3回程度参加してきた展示会が中心です。せっかく展示会に出るからには、自社の技術や製品を上手にPRして、見積もり依頼や受注につなげられるようにしたいと思っていました」と営業の遠藤氏は話す。

はじめの個別指導では工場内を専門家に視察してもらい、今後の方向性を共有。その後、自社の技術の棚卸しや、強みの再検討を行ったという。「この部分が一番勉強になったことで

した。これまで自社の強みは分かれているつもりでしたが、実は曖昧だったことに気付いたんです。改めて他社との違いも分析してみると、自社にしかない特色が見えてきました。それに、自分たちでは大したことがないと思っていたことも、専門家から客観的に見て頂くことで、強みだったと気付けるようになりました」。

### 市場分析から始め 顧客の課題は何かを探る

後藤金属工業で30年以上製作を行っている製品に、医療用滅菌器のチャンバー(筒状の容器)という部品がある。近年、医療現場で滅菌器の

需要が高まっている背景もあり、この製品の提案資料を新たに作成することを決めた。作成の前段階として、自社に加え製品が置かれている市場構造の分析、顧客が抱える問題点の抽出や、競合の調査を改めて行った。

「その時期に東京ビッグサイトで行われていた医療機器の展示会に行き、他社のチャンバーを改めて目にしました。そこで、チャンバー部品で困っていることがないかをヒアリングし、その後にどんなニーズがあるのかを考えました」と遠藤氏。

専門家からの指導を受けながら作成した提案資料には、自社の特徴や強み、30年以上の歴史を持つチャンバー製造の実績、製品の特徴・性能、他社製品との仕様比較といった情報を盛り込んだ。重視したのは、顧客であるメーカーの設計者や部品調達担当者の悩みに寄り添うことだったという。「例えば、チャンバーの気密性が低く既定の圧力に達しないことや、調達に時間が掛かることなどが

メーカー側の課題であることが分かりました。それに対して、当社の技術を使えば課題が解決できることを、性能や技術の比較データを示しながら説明しました。個別指導では、自分が言いたいことではなく受け手が知りたいことを優先することの重要性や、受け手の興味を踏まえた提案ストーリーの組み立て方までを、フレームワークを用いながら分かりやすく学び、実践できました」。

### 磨き上げた提案力を 日常の営業や動画にも活用

2019年の年末に最後の個別指導を終え、ブラッシュアップされた提案力を身に付けて2020年を迎えた。しかし、感染症が広がりはじめ、展示会の来場者数は激減。その後も大規模な展示会は中止となり、重要な新規開拓の機会が減少した。それでも「学んだノウハウは日常の営業活動で活用できており、新しい成約につながっ

ています。既存の取引先に対しても、「より良い加工法を提案して採用を頂くことができました」と、手応えを感じている。同社は価格競争ではなく、特殊部品の受注など、量よりも質を重視する経営方針を持って進んでいる。技術提案力を高めることで、付加価値の高い仕事をさらに増やしていくのが目標だ。

また、コロナウイルス禍でWebサイトの重要性が高まるなか、深く自社を知ってもらうために、会社の特徴や技術を分かりやすく伝える動画の制作も行った。ここでも「何をどう伝えるか?」という部分に技術提案力のノウハウが活用されている。「これからは他の製品も同じように徹底的に分析した上で、提案をしていきたい」と遠藤氏。感染症の収束後も、身につけた技術提案力を幅広く活用することで、同社の新たなビジネスチャンスの獲得につながっていきそうだ。



病院等で使われる卓上小型滅菌器用3ピース構造チャンバーの部品(写真右)。深絞り金型プレス加工技術を用いることで、短納期かつ安定供給を実現している。



ヘラ絞りやプレス加工などの各種加工、金型の製作まで一貫で対応できる技術力や生産体制の強みを動画で発信。



創業時から培ってきた職人による「ヘラ絞り」は小ロット生産に適した技術。近年はヘラ絞りができる金属加工会社は減少している。



工場内にはプレスマシンやスピニングマシンがずらり。さまざまな加工技術を持つ職人が集まっており、近隣の協力工場とも連携しながら、多様な加工に対応できるのが後藤金属工業の強み。



### POINT

- 自社の強みや特徴を見つめ直す。
- 単なる技術PRではなく、顧客が抱える課題を見つけ、それに応える提案を行う。
- 提案スキルをPR動画や他の営業ツールに応用する。

新潟駅、長岡駅、越後湯沢駅で日本酒や土産品を販売する「ぽんしゅ館」を展開するレルヒ。行動自粛で旅行やビジネスによる往来が激減するなか、同社ではECサイトをスタート。そして人流が戻ったときのための新たな売り場づくりも動き出していた。



## 株式会社レルヒ

代表取締役 高村 秀夫 氏

〒949-6102 湯沢町神立1003 TEL.025-785-5671 FAX.025-784-4515  
URL <https://www.leruhi.com/> <https://www.ponshukan.com/>

### お客様と繋がる方法を改めて見直す機会に

JR駅ビル内に「ぽんしゅ館」を構えるレルヒにとって、感染症による打撃は大きく、店舗売上は例年の約半分となった。しかし、高村代表は打開策を探る一方で「店が本来あるべき姿をもう一度構築していくための前向きな機会と捉えています」と語る。

「当社は中越大震災のときは売上がゼロになりましたし、東日本大震災でも影響を受けました。これまで非常事態が起きるたび、我々はどうあるべきかを考えて対応してきました。いまは感染症と真っ向から戦っても勝てる訳がない。ならば、描いた未来に向かって

取り組んでいく方が、やりようもあるし元気も出る。本来、お客様と繋がる方法はもっとあったはずだよね、というところを探っていくことのほうがいいと考えています」。

また、コロナウイルス禍での試行錯誤は、改めて現状を見直す機会にもなったという。「ぽんしゅ館」の来店者数は駅の乗降客数に比べると差がありますので、今後増える可能性が残っている。売上をいくら増やすには、来店客を何人増やせば達成できるか、そんな計算を改めて行うと、実現できるチャンスはあると感じています」。

「仕事で悔しい思いをしたお客様が、家に帰って、我々プロが選んだ1本のお酒を飲むことで、気持ちを癒す。そんなふうに日本酒のテイストとライフシーンは合うと思うんです。新潟の酒蔵と近い存在で、日本酒が好きな社員たちなら、そうした提案、売り方で新しい価値を作ってくれると思っています」と話す高村代表。

### 感性に訴えるECサイトでネット通販の壁を破る

同社では、昨年末にECサイトを立ち上げ、ネット通販に参入した。2019年に担当チームを立ち上げ、じっくり準備をしてからスタートする計画だったが、コロナウイルス禍による移動自粛を受けてオープンを前倒し。日本酒のネット通販はすでに参入も多く、競争が激化していることもあり、売上目標の達成にはまだ至らないものの、達成できるという感覚もあるという。

「我々は価格競争に参入するつもりはないので、必要なのは売り方を変えること。それには、お客様の気持ちに寄り添い、共感を得ることが重要ではな

いかと考えています。日本酒は今まで味や精米歩合、熟成度などをアピールしてきましたが、これからはそれだけでなく、お客様の感性や気持ちに訴えかけていこうと考えています」。

そのヒントは、店頭で多く受ける相談にある。「おじいちゃんに買いたいのですが、どれがいいですか?」「お世話になった上司が転勤するのでおすすめは?」など、お客様は日本酒を生活シーンやライフスタイルに合わせて選んでいるという点だ。

「現在は、その視点をECサイトに取り入れようと、企画を練っています。社員には唎酒師も酒匠も多数いますし、何よりみんなお酒が好き。例えば“ジャズに合う日本酒”とか、“BBQに持っていくなら”というテーマを出すと、必ず“これがおすすめです”と、銘柄を提案できるのです。そこで、多くのお客様が納得するような、生活のなかの一コマを100個挙げて、それぞれのシーンに合う日本酒を提案しようと計画中です」。いわばコンシェルジュが応えるように、おすすめを提案していこうという試みは、消費者の“かゆいところに手が届く”手段と

なり、引いてはぽんしゅ館のファンを増やしていく魅力となりそうだ。

先行オープンしたサイトでは、『暮らしの中に提案する、新潟清酒』を切り口に、「お家で旅気分を味わう酒」や「酒匠が今注目の酒」などのメニューから、日本酒を選べるようになっている。また、さらなる展開としてはWeb会議ツールを活用して、顧客とネット上でコミュニケーションを取れる仕掛けも検討しているという。蔵元とのトークイベント、オンラインでの酒蔵見学などアイデアは広がる。

## リアル店舗も仕立て直し ぽんしゅ館の哲学が伝わる 売り場に

今後は、ぽんしゅ館の日本酒売り場も、ライフスタイルや贈る相手などのカテゴリーに分けた陳列に変更する計画だ。「そのモノ(商品)があなたをどう変えてくれるか、ということがお客様に伝わるようにしたい。ぽんしゅ館のクラフトマンシップもそういう色を強めていきたい」。

また、人気の「唎酒番所」では、飛行

機のファーストクラスレベルのオードブルを提供し、日本酒と一緒に楽しんでもらおうと計画している。

「これからはネットもリアル店舗も、自分たちの哲学をもっと強く打ち出していく。我々が考えていることをしっかり伝え、見せることで、きっとお客様に納得してもらえるんじゃないかなと考えています」。

現在、ECサイトの購入者には、ぽんしゅ館の常連客も多い。お客様との繋がりをさらに深めていくことも、大きなテーマであり続けるという。「もともと、ぽんしゅ館は宣伝をしなくても、お客様が人に紹介してくれて広がっていきました。そういうお客様との繋がりが大事で、我々の考える哲学とお客様の哲学が同じであれば、簡単に関係は切れないと私は思います。万人受けするのは難しいかもしれません。でも、我々と繋がってくれる人たちとやるほう、広がりがあるような気がしますし、ネットでもコミュニティを生み出せると感じています」。

いまは、自分たちの仕立て直しの時であり、そう思えば仕事は楽しいと話す高村代表。逆境をプラスに変える思考は、会社や社員のパワーに繋がっている。



ぽんしゅ館オンラインショップ。競合の多い大手モールサイトには加わらず、独自サイトでスタートした。消費者の興味を引く画像やデザイン、商品の見せ方などを検討中だ。

ECサイトの売上は、予想に反して米や米菓が好調だという。豊富な品揃えを活かして展開する。日本酒に米や米菓を組み合わせたギフトタイプの商品の需要も高い。



ぽんしゅ館は今後、日本酒のための売り場という色を強めていく予定。人気の米菓などのお土産品はCoCoLo西N+にある「ぽんしゅ館コンプレックス」で充実させていく。



新潟県内全蔵の代表銘柄を試飲できる「唎酒番所」。今後は200~300円で高級オードブルを投入予定。「例えば同じ筋子でも、機内ファーストクラスの品質のものを提供したい」という。

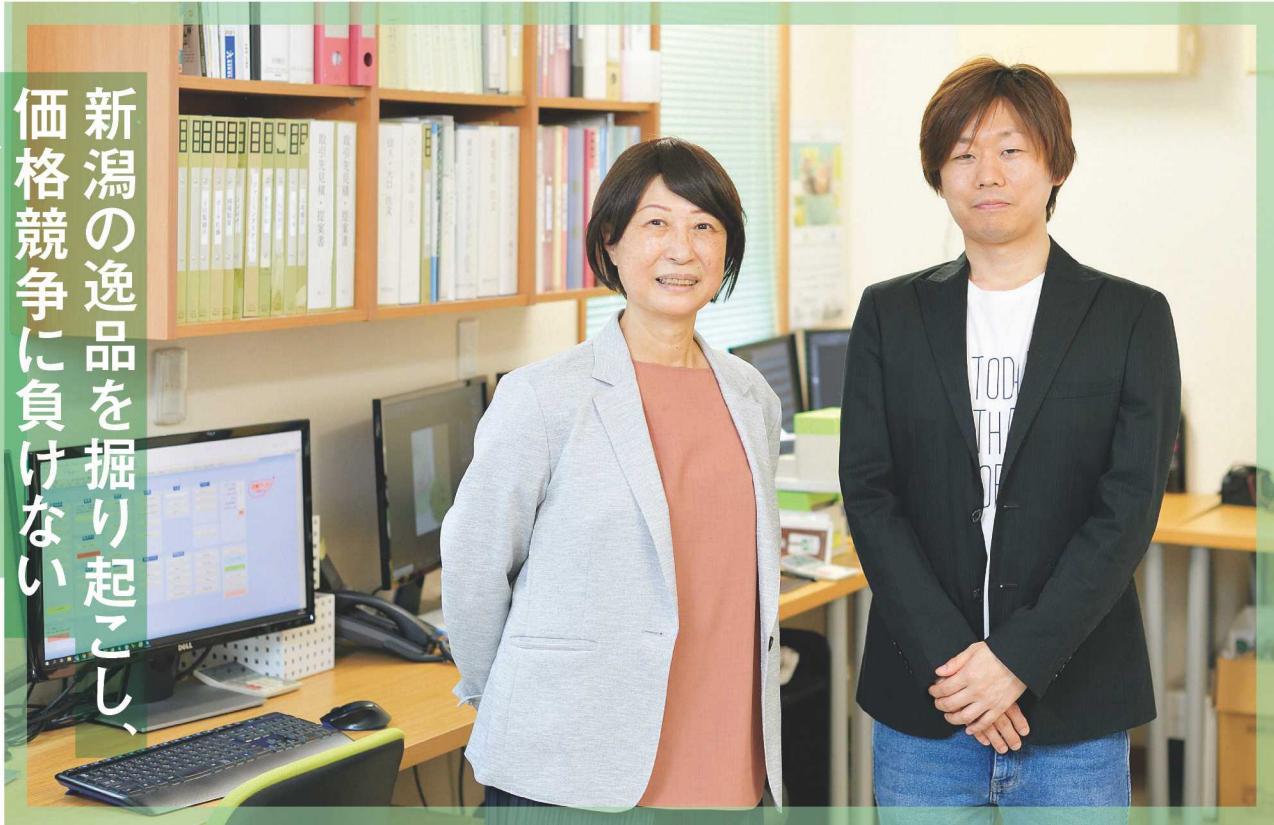


## POINT

- 感染症の収束後にどうあるべきを考え、売り方を再構築する機会にする。
- ECサイトで存在感を出すために、ぽんしゅ館だからこそできる提案を突き詰める。
- 日本酒や商品がお客様のライフスタイルの一部になれるような販売戦略を立てる。

早くからネットショップの運営を手掛け、笹団子やへぎそば、雪下人参ジュースなど、新潟県の特産品を中心に販売する小竹食品は、オリジナル商品の開発や、きめ細かな顧客対応で売上を拡大。急な大量注文にも独自のアイデアとシステムで効率的に対応し、評価を得ている。

選ばれるサイトへ  
新潟の逸品を掘り起こし、  
価格競争に負けない



## 株式会社小竹食品 NICOクラブ会員

取締役 小竹 佳代子 氏／箕輪 徹 氏

〒945-0075 柏崎市大和町1-12 TEL.0257-22-2288 FAX.0257-22-2050  
URL <https://www.odakesyokuhin.co.jp/shop/>

「まだ見つけられていない売れそうな商品を探し、表に出すようにしていきたいです」と箕輪氏(写真右)。ネットショップを立ち上げた小竹取締役(写真左)は「農家さんはじめ、いいモノを作っている方との接点を増やすし、当社が中継地点となって、新潟県を発信するいいチャンスにしたい」と語る。

### 「新潟県ご当地モール」への出展を活用し、ECの売上拡大

新潟の特産品を主力とするネット販売と、柏崎市内への食品卸業を行う小竹食品では、昨年度、NICOの「ECを活用した県産品の販路拡大事業」を活用。Yahoo!ショッピング内の「新潟県ご当地モール」と連動したプロモーションで、ECサイトの売上増加につなげた。

「2018年にNICOの『eコマーススペシャリスト育成プログラム』に参加し、ご当地モールで販売した際も効果はあったので、今回も活用させていただきました」と、運営を担当する箕輪氏。今回、NICOでは新潟県ご当地

モールにおいて季節に合わせて掲載商品を変更。年末商戦に向けてYahoo!ショッピング内やSNSで広告を打ち、ご当地モールへ誘導することでサイトへの流入を増やした。

巣ごもり需要もあり、さまざまなアプリケーションを重ねたことで、同社の売上金額は8月～10月で前年比154%、12月～2月で同151%と拡大した。

### 最初の緊急事態宣言で備蓄品セットや少量品が好評

2003年に自社のHPを開設し、ネット販売を始めた同社。当初は笹団子やイカの一夜干しなど数点の取り扱いだったが、地道にメーカーと生産

者との関係を築き、現在は500アイテムもの商品を販売する。感染症が拡大した昨年からは注文数が急増したという。

「1回目の緊急事態宣言が出たときには、レトルトごはんや缶詰、乾麺など備蓄用の商品が人気でした。ただ、家族の人数も減ってきていたため、備蓄はしたいけれど一箱はいらないという方もいる。バラ売りや少量品のニーズに合わせて、お菓子や乾麺、ごはんなどの商品を組み合わせたセットや、乾麺4束などの少量品をメール便を使って送料込みで販売した取り組みが好評でした」。さらに、以前から繁忙期に運送会社の物流代行サービスを利用し、伝票作成を省略できるように

していたことで、大量の発送作業にも効率的に対応できたという。

「サイトを利用する方は、もともと40代から70代の女性がメインでしたが、最近は若い女性も増えてきました。食品をネットで買うことが若い人にそこまで浸透していなかったのが、コロナウイルス禍で急激に増えた。ネットなら楽だし、人との接触もないという利便性に気付いたのだと思います」。

ネットショップが数多くある中、独自性が強い商品を取り扱っていることも同社の強みだ。近年はネットではあまり扱っていない商品の掘り起こしに力を入れている。「例えば、村上の岩船豚、新潟県産の桑茶、小千谷の漬物、亀田のアロニアなど、本当に良いと思う商品を取り上げてきました。今後も生産者や製造者と一緒にPRしていくという形を進めていきたいです」。

また、人気の「甘酒飲み比べセット」、メーカーの異なる乾麺を組み合わせた「へぎそば食べ比べセット」など、オリジナル商品を企画できるのも、長年、卸売業として各メーカーと市場との付き合いがあったことが大きいとい

う。小竹取締役は「20年後、30年後までネットの社会で生き残っていくには、いい商品を作る生産者との出会いが必要です。当社は取扱いさせて頂く場合、商品のページ作成も無料で行いますし、スムーズな流通の仕組みも作っているので、小さい農家さんや生産者さんの商品もぜひ売せていただきたい。そういう意味でも、多くの接点を作っていくことが今後の課題です」と語る。

## 自社ECサイトに力を入れ お客様に喜ばれる企画を考えたい

これからECに取り組もうと考える企業に対し、箕輪氏は「ネット販売の仕組みから作っていくことや、始めるなら本気で取り組むことが必要です。競合がどんどん増え続けているので、ネットに商品を出せば売れるという時代は終わっています。今は受発注から流通、在庫管理などのシステムも含めて強化しないと、利益を出すことは難しくなっています」と、現状の厳しさを語る。「大きい問屋がネット販売を始める

と、価格では勝負ができないので細かい工夫をしていかないといけません。例えば当社では、別々の商品を組み合わせて送ってほしいという要望に対応できる。そういうところでも差別化を図っています」。

現在はYahoo!ショッピング、楽天市場、Amazon、auマーケットに出店しているが、「もう一度、自社サイトに力を入れようと思っています。その中でお客様に喜んでいただけて、当社もそれなりに利益が出るような企画を考えていきたい。また、甘酒や乾麺、パックごはんなどは定期購入される方が多いので、サブスクリプションのような仕組みも作っていきたいです」。

自社サイトのリニューアル後はWeb広告、SNSでの発信にも力を入れ、まだ見えていない顧客にしっかりと結びつくようなアプローチをしていきたいという箕輪氏。新潟の逸品を掘り起こし、独自の商品とアイデアで「価格競争に負けない選ばれるサイト」を構築していく。



多數のショッピングモールに出店。自社ECサイトはこの秋にリニューアル予定。



サイトの運営からオリジナル商品の企画、広報などを担当する箕輪氏。数年前に受注管理システムの見直しを行い、効率化を図った。



ベテランのスタッフが素早く箱詰め。大量の発送作業でも少人数で行える体制を整えている。



三崎屋醸造と開発した、甘酒が4種そろった飲み比べセット。甘酒は當時人気の高い商品。味の組み合わせでさらに魅力ある商品にした。



箕輪氏がおすすめする村上市・岩船地区で育ったブランド豚「岩船豚」のギフトセット。自信を持って勧められるオリジナル商品を企画し、差別化を図る。

## POINT

- 備蓄品のセット商品や少量品のニーズに対応。メール便で送料コストも工夫。
- 認知度はあまり高くないが魅力のある商品を掘り起こし、オリジナル商品を強化。
- 受注管理システムの見直し、運送会社の物流代行サービスの利用など、受注から発送まで効率よく対応できる仕組みを構築。

支援情報



## 事業引継ぎ支援センターと 事業承継ネットワークが統合しました

令和3年4月1日、中小企業庁の委託事業として活動してきた事業引継ぎ支援センターと事業承継ネットワークが統合し、「**新潟県事業承継・引継ぎ支援センター**」(以下、「新センター」)が発足しました。新センターでは、親族内承継、役員・従業員承継、第三者承継(M&A)の区別なく一貫した事業承継支援体制が構築されました。

新センターにおきましても、円滑な事業承継に向けて、商工団体、公的支援機関、金融機関等と連携して事業者の皆さまの支援を続けてまいります。

### 経営者様の後継ぎに関する疑問・困りごとなど何でもご相談ください!



- 相談例
- 後継者として適当な人材がない、見つからない…
  - 後継予定者はいるけど、どうやって進めてよいかわからない…
  - 後継者がいない会社(事業)を引き継ぎたい… 等々

### 新名称：新潟県事業承継・引継ぎ支援センター

#### 新潟県事業承継ネットワーク

- 気づきの機会の提供(事業承継診断)
- 専門家派遣による経営改善
- セミナーの実施
- 経営者保証解除に向けた専門家支援 等

※主に親族内承継を支援

#### 新潟県事業引継ぎ支援センター

- M&A・マッチング支援
- 金融機関・仲介事業者への取次ぎ等

※第三者承継を支援

#### ● 事業承継全般に係る助言

お問合せ先

#### 新潟県事業承継・引継ぎ支援センター

〒950-0078 新潟市中央区万代島5番1号 万代島ビル19階  
TEL.025-246-0080 FAX.025-246-0094 <https://www.nico.or.jp/hikitsugi/> E-mail hikitsugi@nico.or.jp

NICO  
活動  
レポート

### 「営業力強化支援セミナー」を開催しました

6月18日、競合の中から勝ち抜くための技術提案力とオンライン営業力を身に付けることを目的に、「営業力強化支援セミナー」を開催しました。

第1部では独立行政法人中小企業基盤整備機構 中小企業アドバイザーの後藤淳氏から、自社の強み、顧客のニーズ、競合比較の3つの視点から提案内容を強化する手法をご講演いただき、第2部では株式会社アイサポート 代表取締役社長の木村謙氏から、WEBを活用したインサイドセールスの手法を、事例を交えながらご講演いただきました。

オンライン及びサテライト会場を合わせて約60名の方からご参加いただきました、本テーマに対する期待や課題感の高さを感じられました。



6/18営業力強化支援セミナーの様子

相談無料

## 新潟県よろず支援拠点

16名のコーディネーターがビジネスのあらゆるお悩みの相談に無料で対応します。  
お気軽にお問合せください。年間相談対応件数は7,000件以上!

### Point 1 総合的・先進的な経営アドバイスを提供

様々な分野の専門家がいるからこそ、色々な角度から一步踏み込んだアドバイスをします。



IT企業での20年の実務経験と中小企業診断士の知識を活用し、ITによる経営効率化をサポートいたします!

鈴木 俊雄

中小企業診断士、  
経営改善、IT活用、商品企画

### Point 2 課題解決チームを編成

あなたの経営課題に合わせた専門家チームで課題解決へ全力投球します。



創業時の手續は多岐にわたり何から手を付けて良いか判らないことが多いと思いますが、一緒に考えさせていただくよう心がけてまいります!

永田 功二

特定社会保険労務士

### Point 3 課題に応じたワンストップサービスを提供

皆様のどんなご相談でもワンストップで解決します。



新潟の企業と人の魅力を歴史を紡ぎながら、再定義し発信していくことをミッションと考えております!

石川 翔太

DX推進、イノベーション  
創業、組織づくり



チーフコーディネーター

中俣 順弥

販路開拓  
商品企画



笹川 一郎

売れる仕組みづくり



木村 泰博

経営士



田中 裕輔

中小企業診断士



和栗 聖

中小企業診断士  
社会保険労務士



五十嵐 広明

弁護士



白井 仁

2級管工事施工管理技士  
現場改善



南雲 純子

観光業支援  
情報発信  
販売促進



高井 基行

WEB活用



本間 真弓

管理栄養士



上村 修

中小企業診断士



山崎 勝雄

中小企業診断士  
情報処理システム  
監査技術者



辰喜 太輔

税理士  
中小企業診断士

### 相談の流れ 無料で何度でもご利用いただけます

電話・FAX・メールまたは  
ホームページから問い合わせ

相談内容の確認

コーディネーターとの  
相談・アドバイス

進捗確認

相談内容の解決

### お申込み・お問合せ

新潟市中央区万代島5-1 万代島ビル10F 開設時間：平日9:00～17:30 TEL.025-246-0058 E-mail yorozu@nico.or.jp

[www.nico.or.jp/yorozu](http://www.nico.or.jp/yorozu)

よろず 新潟

検索

最新情報はこちら▶ [www.facebook.com/yorozu.niigata](http://www.facebook.com/yorozu.niigata)



### 食品ブランド力向上支援事業 成長戦略コース キックオフセミナーを開催しました

6月21日、株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所の山本泰士氏をお招きし「コロナ後、生活者の情報・消費行動はどう変わるか?」をテーマとした講演と、食品ブランド力向上支援事業成長戦略コースの事業説明を行うキックオフセミナーを開催しました。

講演では、新型コロナウィルス感染症によりデジタル化の加速やEC利用の増加など、生活者の消費行動が変化、定着していく中で、これから重要なリアルとデジタルの使い分け、漠然とした欲求に対してどのように答えを出していくかなど、大きく変わってゆく生活者とどのように繋がり続けたらよいかを、事例を交えながらお話をいただきました。

### 第70回NICOクラブセミナーを開催しました

7月7日、HILLTOP株式会社 代表取締役副社長の山本昌作氏をお招きし、「ディズニー、NASAが認めた遊ぶ鉄工所～常識を覆す高利益率のデジタルものづくりとは～」と題して開催しました。

講師から、24時間無人加工の生産システムを実現した「HILLTOPシステム」の秘密や社員の育て方を実際にご紹介いただき、ITを活用したモノづくりやビジネスモデルの変革による高収益化など、経営における様々なヒントについても語っていただきました。

今回は、オンラインで開催ましたが、参加者の皆様からたくさんのご質問をいただき、講師との質疑応答が行われました。

精密なプラスチック部品製造を得意とするhakkaiが、いま、ロボット開発やAIを活用したジャンルへの参入に挑んでいる。その挑戦をきっかけに、事業の可能性は新たな広がりも見せはじめた。

## 超精密樹脂成型技術で 最先端ロボット分野へ挑戦

### 遠隔操作ロボットの ハンド部分の開発を担当

hakkaiはデジタルカメラやゲーム機、家電製品、車載部品などに内蔵される精密なプラスチック部品の製造を得意とするメーカーだ。関社長は「50年以上、部品メーカーとして歩んできましたが、将来に向けて、自分たちでコントロールできる事業の展開が課題でした。その一つとして海外展開を進めてきましたが、次のステップに選んだのがロボット業界です」と話す。

現在手掛けているのは遠隔操作ロボットのハンド部分の開発で、ロボット開発企業から依頼を受けた。hakkaiが稼働部分に使われる部品の製造を数多く経験していることや、軽量化が必要なロボットにプラスチックが向いていること、将来の量産化にもすぐに対応できる生産体制があるためだ。

### トライ&エラーを粘り強く 繰り返す社員のポテンシャル

前職でメカ設計の経験がある宮坂取締役のもと、新規事業チームが開発を担当。宮坂取締役は「社長の理解があつてこそ、始めることができた事案。開発にはお金がかかるので、本業の負担とならないよう、NICOの先進技術開発

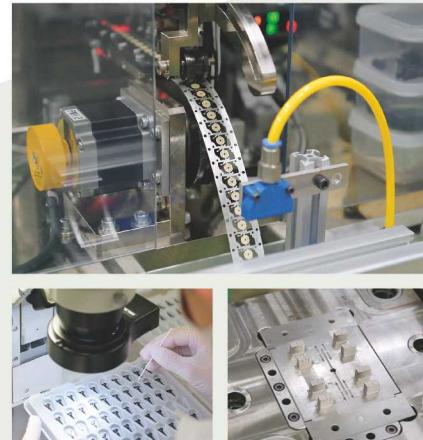
支援事業を活用しました」と話す。

ロボット開発会社からは、開発力を認められて試作ロボットの組み立ても任された。コロナウイルス禍による行動自粛のなか、組み立て方法などの打ち合わせはリモートで進められた。「ロボット開発の仕事を通じて、社員のポテンシャルの高さを感じました。モノづくりはトライ&エラーの繰り返しだですが、雪国に暮らす人ならではの忍耐強さを備えた社員の仕事ぶりを見て、これは当社の大きな強みだと思います」。

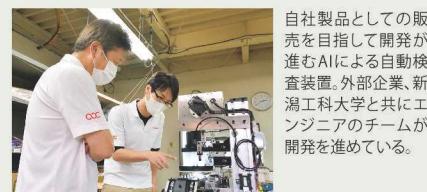
### 新ジャンルへの挑戦から 別の可能性が派生てくる

関社長は「遠隔操作ロボットの開発をリモート環境で進めていったのは、この時代を象徴していると感じます。都市部でなくとも、リモート環境の活用により最先端の仕事ができるという自信になりました」と振り返る。「この取り組みが将来、事業の柱になるかはまだ分かりません。しかし、一つ種を植えると、そこから別の事業も派生てきて、それが将来の会社の支えになります」と続けた。

実際、この支援事業を利用したことがきっかけで、県内大学との産学連携も始まり、AIによる自動検査装置やロボットの指先に使われるセンサー開発、樹脂製金型の開発などが進んでいる。「先は分からないけれど、種を植えなければ何も始まらない」という関社長の言葉通り、まずは始めることで将来の可能性は広がっていくと言えるだろう。



超精密樹脂成型部品は24時間稼働のオートメーション工場で生産。ロボットやAIにも関わっていることが会社の魅力の一つとなり、人材採用に好影響が出ることも期待しているという。



自社製品としての販売を目指して開発が進むAIによる自動検査装置。外部企業、新潟工科大学と共にエンジニアのチームが開発を進めている。



新潟工科大学と産学連携でトライアルする樹脂製金型の試作品。実用化できればプラスチック成型の可能性が広がる。



#### NICOクラブ会員

### hakkai株式会社

代表取締役社長 関 聰彦 氏(写真右)

取締役 宮坂 重寿 氏(写真左)

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

#### NICO支援メニュー ロボットを活用！

##### 先進技術開発支援事業

ロボットや高度IT等を活用したシステムやロボット本体、周辺機器の試作開発に要する経費の一部を助成するもの。採択されたhakkaiの事業テーマは「当社固有の超精密成型技術を使った最先端ロボットの開発・量産への参入」。

**元気な企業の  
ビジネスに  
注目!**

# がんばる 新潟

NIIGATA SUCCESS FILE

「当社のお粥はお米を炊いたときの香りがするのが特徴。どの商品にも独自の製粉技術を応用しており、レトルトではこの香りは出せません。お客様もよく食べてくれるという声をいただいている」。

## 変化する災害食・健康食ニーズ 加工技術を基盤に新たな挑戦

1907年創業のまつやは、和菓子の原料となる米粉の製造から始まり、海外援助物資の開発から生まれた製粉技術からなる即席お粥を中心に商品を展開。無添加・栄養・味わいをコンセプトに新たな市場を開拓している。

### 「感動を与える」と 味わいを追求した即席ぞうすい

独自の米加工技術を応用し、離乳食や介護食、災害食などを製造するまつやは、コロナウイルス共生時代の対応も視野に入れた商品を発売した。

その一つが、今年1月に発売した「たいぞうすい」と「さけぞうすい」だ。災害食として展開する即席ぞうすいシリーズの新商品で、地元の老舗割烹大倉屋が味を監修。魚を焼くことで香ばしさを加え、素材の味が際立つようにした。「こんなに美味しいの」と言っていたいけるくらいの感動を与えると思って作りました」と松野社長が話すように、災害食大賞<sup>®</sup>2021のおいしさを評価する部門で「たいぞうすい」が最優秀賞を受賞。災害時はもちろん、巣ごもり消費が続く日常食としても手軽に贅沢な味が楽しめる。

### 高齢者に大人気 高タンパクの鶏ムネチップス

今年4月には異色の新商品「鶏ムネチップス」を発売。筋肉トレーニングをする人に向けた間食をコンセプトに、ボディビルダーの意見を取り入れ、新しい分野の食品加工に挑戦した。

原料は国産鶏のムネ肉のみを使用。植物性タンパク質が豊富な大豆、

ビタミン・ミネラル、食物繊維が摂れる国産米ぬかを加え、添加物や食塩は不使用とした。サンプル品の発売当初は注文が伸びなかったが、食感を改良したことで一気に増加。「予想に反して、普段から高タンパクの食品を摂るように言われている高齢者に一番売っています。塩分を気にせず、お菓子感覚で食べられると好評です」との反響があった。特に調剤薬局での販売が伸びており、すでに県内外80店舗に納入が決まるなど、新たな販路を獲得した。

### 離乳食の新パッケージが好評 女性に向けた商品も発売

3月にはロングセラー商品「赤ちゃんのおかゆ」シリーズのパッケージを一新した。感染症による外出自粛によって販売数は減ったが、より商品の魅力が伝わるよう、若手社員を中心にイメージチェンジを図った。お客様の反応もよく、他社のバイヤーから「こんなデザインの商品が欲しかった」という声も多いという。

「今夏には免疫力アップの商品として、キクラゲのチップスを発売します。日本人女性が圧倒的に不足しているビタミンDをはじめ、食物繊維、鉄分、カルシウムも豊富なので、特に女性に食べて欲しい」と松野社長。感染症の負の状況を打開しようと、技術と消費

### ここがポイント

- ✓ とことんおいしさを追求し  
多様化する災害食ニーズに対応
- ✓ 製造技術を高タンパクの  
健康食品に応用し、  
新たな販路を獲得

ニーズを結びつけて商品開発に果敢に挑む姿勢が、ヒット商品を生む要因となっている。



「たいぞうすい」は上品な出汁と鶏の香りが際立ち、米の食感も楽しめる。化学調味料や着色料を一切使わず、7大アレルゲンも不使用。お湯を入れ、かき混ぜて10分で完成。料亭監修の即席ぞうすいシリーズは、鶏・鮭・ふぐ・帆立の4種類がある。



1袋(30g)で、同量の焼いた鶏ムネ肉の約1.5倍のタンパク質を摂取できる。パリパリとした食感と香ばしさが魅力。



離乳食をはじめ、さまざまな災害食や介護食を提供。食材の安全性や食べやすさ、食べる楽しみを追求している。

### まつや株式会社

代表取締役社長 松野 陽一 氏

〒950-3321 新潟市北区葛塚3497-2  
TEL.025-387-3325 FAX.025-388-7413  
URL https://www.niigata-matsuya.co.jp/

県内企業が開発した優れた商品&技術をご紹介  
**メイドイン 新潟's コレクション**



Made in  
Niigata's  
Collection

おってぎさんでえ

老舗饅頭屋ならではの  
糀×あんこスイーツ

胎内市乙地区で、創業以来217年間『乙まんじゅう』という酒饅頭を作り続けてきました。その伝統を活かして更に深い魅力を発信しようと、新ブランド“JYUKI-CHI”を立ち上げました。第一弾商品である『おってぎさんでえ』は、乙まんじゅうに使う糀を甘酒にして胎内市特産品の米粉で固めたもっちり食感のぷりんと、乙まんじゅうのあんこを層にした新食感和風サンデー。糀の風味とあんこの控えめな甘さがマッチした一品です。定番の糀味の他、村上市の九重園の抹茶を使った味もおすすめです。

＼新食感がクセになります！／



**有限会社乙まんじゅうや**

〒959-2602 胎内市乙1235 TEL.0254-46-2008 FAX.0254-46-2027  
URL <http://kinoto-manju.jp> (HPお問合せフォームよりご連絡ください。)



写真右から『おってぎさんでえ』芋(秋頃販売予定)、茶、糀。  
左2つは第2弾商品の『おってぎぶりん』糀、茶。



“おってぎ”とは  
お疲れ様でした  
の意味。乙宝寺  
参拝の皆様への  
労いの意味を込  
めました。



商品企画担当 久世さん

求肥からあんこまでの層  
を一度に味わって頂くと、  
全ての味が口の中でお互い  
をひき立てて更に美味  
しくなります。



**SAVER**

アフターコロナの多機能ツール

「NEW NORMAL時代に役立つ多機能ツールの開発」をコンセプトに、メッセンジャーバックブランドの「RESISTANT」と自社ブランド「RUNWELL」のコラボレーションで作り上げました。バッグハンガー、ドアオープナー、ボトルオープナー、マルチフック機能をシンプルなデザインのカラビナに搭載しています。安全面で気を付けた点は、つり革に引っ掛けた時に大きな揺れが起きても、商品が曲がったり折れたりしないかです。立証試験として引張強度テストを行い、最大230キロの負荷が掛っても折れないこと、最大80キロの負荷が掛っても歪まないことを立証しました。

**SAVER**

RESISTANT × RUNWELL



ステンレス製

チタン製



愛用するカバンに装着したままがおすすめ。

素材をファイバーレーザーで切断。バーレル研磨機の中で約20時間掛けて素材の表面と角を磨き、ガラスピースを吹き付けて仕上げています。



**相場産業株式会社 NICOクラブ会員**

〒955-0814 三条市金子新田乙1691-5  
TEL.0256-35-7460 FAX.0256-35-7462  
E-mail [info@abc-tool.co.jp](mailto:info@abc-tool.co.jp) URL <https://runwell.jp>

# 経営者の皆様、このようなお困りごとは 「将軍の日」で解決しませんか？

何をすればよいかが解りスッキリ！次にとるべき行動がハッキリします！

主力商品の売上が減少した…

売上の構成を見直し、「何を」「どれだけ」「どう売るのか」検討したら、売上の改善の見込みが立った！

無理な設備投資で資金繰りが厳しい…

資産と負債のバランス、売上と経費、借入状況などのバランスを見直したら、徐々に健全な状態にもっていける見通しが立った！

融資を受けたがまもなく返済が始まると…

返済ができる状態にもっていきたいに「何を」「どれだけ」「どうすればいいのか」相談に乗ってもらい、何とか返済の見込みが立った！

忙しいからこそ！  
大変だからこそ！

社長の一日を  
当社にお預けください  
1社に1人  
経営支援の専門家が  
マンツーマンで対応し  
会社の未来のために  
社長の足元を照らします



QRコード読み  
で弊社支援内容を  
確認できます→



「将軍の日」毎月開催！ 9:30～16:00  
「将軍の日」って何？  
ホームページからセミナー申込もできます

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  
〒950-0812 新潟市東区豊2丁目6番52号  
TEL.025-271-2212 FAX.025-271-2224 担当：田中まで

## 事業再構築補助金申請者必見！

### 採択された方でも再チャレンジの方でも 次に繋げる支援を全力でサポート致します！

申請書の書き方を知りたい

他に補助金って何がある？

新規事業の進め方が不安

この様なお悩みはございませんか？

再チャレンジしたい！

資金繰り、どうしたらいいかな？



事業再構築補助金の1次2次を終えた経験から  
弊社つばさ税理士法人が  
サポート致します。

再構築補助金の再チャレンジ

新規事業の計画策定

新規事業に向けたM&A

事業のブラッシュアップ

### 金融機関出身者による財務・資金繰りの無料相談会開催

ご希望の日程をご連絡ください。オンライン・対面どちらも可能！

LINE@



10周年  
つばさ税理士法人

つばさ税理士法人 経営支援室  
〒959-1234 燕市南7丁目17番9-5号 県央ランドマークANX2-B  
TEL 0256-61-5810 FAX 0256-64-2964  
E-mail tsubasa.anx@gmail.com HP https://www.tsubasa-ac.jp/

事業再構築補助金の  
解説動画はこちら▶



# あなたの会社の安定株主になります。

## 投資育成制度のメリット

- 経営権の安定化(株主構成のはじめ、分散株式の集約)
- 経営承継支援(資本政策、経営管理体制構築、後継者育成)
- 人材育成(階層別研修、各種セミナー)
- 異業種交流(社長会、海外視察、ビジネスマッチング)



東京中小企業投資育成株式会社

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷3-29-22 TEL:03-5469-5855



## セキュリティ対策 Web セミナー

開催  
概要

期 間

第1回 クラウドサービス活用に向けたセキュリティ対策 2021年7月20日～8月23日

形 式

第2回 いま注目されている「ゼロトラスト」と「DX」 2021年7月29日～8月25日

参 加 費

ZoomによるオンデマンドWebセミナー

※期間中はいつでも視聴できます

期間  
7月20日  
～  
8月23日

### クラウドサービス活用に向けたセキュリティ対策 (視聴時間 約30分)

講師 株式会社ITスクエア

1. クラウドサービスとは
2. クラウドサービス使用時のリスク
3. クラウドサービスを安全に使用するために

4. クラウドサービス使用時のネットワークについて
5. セキュリティ対策における新しい考え方

第  
1  
回

### いま注目されている「ゼロトラスト」と「DX」

～SKYSEA Client Viewで支援できるセキュリティ対策とは?～ (視聴時間 約30分)

講師 Sky株式会社 ICTソリューション事業部 システムサポート部

テレワーク導入やクラウド活用によるデジタルトランスフォーメーション「DX」など、企業を取り巻くIT環境は変化し続け、従来の「境界型防御」によるセキュリティ対策が限界を迎えつつあります。本セミナーでは「ゼロトラスト」の基本的な考え方や、実現に向けて「SKYSEA Client View」でできる支援と「FFRI yarai」による振る舞い検知・防御の機能の連携についても紹介します。

第  
2  
回

無料 Webセミナー 申込URL <https://www.itsquare.co.jp>

主催: 株式会社ITスクエア 共催: Sky株式会社  
電話 025-243-0240 メール [its-mrkt@itsquare.co.jp](mailto:its-mrkt@itsquare.co.jp)

弊社は、(株)新潟日報社、(株)新潟放送、(株)第四北越銀行、(株)BSNアイネットの共同出資により設立された情報セキュリティ、ITコンサルティングに関する専門会社です。

NICO press 2021 8 9 vol.177 2021年7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](mailto:info@nico.or.jp) URL <https://www.nico.or.jp>



ミックス

責任ある木質資源を

使用した紙

FSC® C012835

本誌は印刷時に排出されるCO<sub>2</sub>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。