

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.183

2022

8・9

特  
集

## エシカル×ビジネスで 未来につつなげる



### 巻頭インタビュー

ETHICAL CONVENI(エシカルコンビニ)

早坂 奈緒 氏

### 事例企業

- ▶無印良品 直江津／株式会社良品計画
- ▶ナチュレ片山／片山商事株式会社
- ▶「越後ど発酵」共同プロジェクト

### 連載

[NICO支援メニュー活用企業]  
株式会社加藤研削工業

[Niigataモノ・コト創造人]  
佐渡赤泊かやの実会

野口 菜々 氏



# 身近なところから エシカルなことを 始めてほしい

SDGsの17の目標のなかの「つくる責任、つかう責任」の達成に向けた取組の1つ「エシカル消費」。新潟の企業にとっても生活と社会のより良いあり方を考え、行動することが求められている今、エシカル消費に関連する取組をお伝えする。まずは、東京・外苑前で伊藤忠商事が展開する「ITOCHU SDGs STUDIO」内で、エシカル商品の販売を手掛けるエシカルコンビニのディレクター、早坂氏に店舗を通じて発信する想いなどについて話を伺った。

## 人それぞれが“エシカル”を 自分事として考えられる場所に

エシカルコンビニは「人が地球上で生きるために、今すべきことを提案する、倫理と向き合うコンビニ」をコンセプトとしたセレクトショップです。現在、アパレルからスキンケア、雑貨など約140ブランド扱っていますが、全てエシカルなもの、サステナブルなもので、環境問題や社会問題の解決に貢献している商品を選んでいます。

「倫理と向き合うコンビニ」というキャッチコピーについては、「倫理」は人それぞれに違うので、それぞれの倫理に向き合うコンビニだと解釈してもらえたると思っています。私たちが掲げる倫理を押し付けるのではなく、一人ひとりが

自分事として落とし込めるような提案ができる店づくりを目指しています。

店の活動は6つのカテゴリーを軸に行っています。そのうち、資源への配慮(Less Waste)、動物への配慮(Animal Welfare)、自然への配慮(Natural Materials)、海への配慮(Ocean Friendly)の4つは、商品に係るテーマや、ものづくりに直接関係するようなワードだと思います。そして大事なのがクリエイティビティ(Creativity)。商品が生み出されるまでの過程や技術も十分に加味しています。商品を生み出す作り手さんをリスペクトしていますし、自分たちもクリエイティブでありたいということで掲げています。もう1つがエクスペリエンス(Experience)で、「気づきの連鎖」とお伝えしている

のですが、お店も体験の場として捉えてくださいということです。私たちが提案するワークショップやトークショーも含め、気づきを持ち帰り、商品の背景を知って購入につながる場でありたいと考えています。

## 商品の中身が良いのは大前提 デザインやメッセージも重要

価値観は人それぞれなので押し付けことはしませんが、環境を汚さない、ゴミを減らす、という分かりやすいところから商品の提案をしています。私たちにとってエシカルやサステナビリティはごく当たり前のことがですが、そうではない人もたくさんいます。一人が身近なものからエシカルに変えて、それが10人、



ITOCHU SDGs STUDIO

伊藤忠商事がSDGsに関する活動を後押しする情報発信・体験の場として運営。ギャラリーやラジオスタジオなどがある。エシカルコンビニは展示スペースの企画やワークショップなどを伊藤忠商事へ提案し、共に取組を盛り上げていく関係性を築いている。



ETHICAL CONVENI  
(エシカルコンビニ)

ディレクター 早坂 奈緒 氏

### PROFILE

大学時代よりインターンで働いたサンエーネターナショナルプレスを13年担当、その後、布ナップキン専門店REMEDY GARDENの取締役を経て、2019年ッシュ・ベー・フランスに入社。エシカル事業部のPR・企画営業を担当。2021年に独立。自身の持つエシカルの観点を物・事を通して伝えるために、エシカルコンビニのディレクター兼バイヤーとして日本中を巡り、エシカルブランドのディレクション、企業PR、イベントプロデュースなど多方面で活躍中。



①②ドイツ発のアップサイクルバッグブランド「AIRPAQ（エアパック）」。廃棄されるはずだった自動車のエアバッグやシートベルトを再利用したカバントーチを製造している。

③韓国発のリサイクルファッショングランド「PLEATS MAMA（プリーツママ）」。濟州島付近で回収されたペットボトルから作られたプリーツバッグなどの雑貨を開発している。

④⑤スキンケア商品はオーガニックが浸透し、性別や年齢を問わずに使えるものが多く、衣類もTシャツなどはユニセックスのものが増えている。



10人が100人、1000人になれば、世の中は変わる。その積み上げしかないかなと今は思っています。ただ、一人の一步よりも企業さんと組む一步の方が大きいので、ご一緒させていただくことで、本質的な環境問題などに対する取組の歩みを少しでも進めたいという思いです。

商品のセレクトは、最初は自分が使って良いと思っていたもの、使ってみたいものからオファーしてきました。最近は営業に来ていただくことも多く、全て資料に目を通して、気になった商品は直接お会いして話を聞いてから、扱うかを決めます。商品が良いのは大前提で、それに加えてパッケージ、SNSの写真の撮り方、HPの作り方、メッセージの出し方なども見て判断します。

ものがあふれていて選別される競争社会なので、良い商品だけど、この内容ではエシカルコンビニでは扱えない、と判断してお断りすることもありますが、それっきりという訳ではなく、足りない部分のアドバイスもさせていただいている。特にヨーロッパの商品は洗練されているので、そうしたアイテムをエシカルコンビニで扱うこと、日本のブランドさんや企業さんを刺激している部分はあると思います。実際、企業やブランドの方が視察に来ることも多いですね。

## ぜひエシカルコンビニで さまざまな事例に触れてほしい

人の行動を変えていくためには、人の気持ち、意識を変えていかないといけないと感じていて、同じ方向を向いている人たちや、行動を起こしている人たちともっとムーブメントを起こさないといけないなと思います。

私の実家は食品会社で、祖父母の代のとき、添加物の入ったお総菜から、無添加・地産地消の商品へ180度変えたのです。自慢のお惣菜がある先生に持っていたらマズイの一言で返されたことがきっかけでした。無添加・地産地消は、時代とともに当たり前になっていましたが、あの時気付いたから祖父母は変わることができたし、私はそれを目の前で見たので、個人も企業も変われない訳がないと思っています。それを伝えていきたいですね。

また、エシカル消費においては、本当に必要な人に選んでもらうことが大事だと思っています。小売業なのに矛盾していますが、商品がたくさん売れればいいという訳ではない。自分に必要かどうかを見極めてほしい、ということが一番です。

企業にしてもブランドにしても、何か1つでも変えられる場所を見つけることが大事で、例えば同じ紙を使うにしてもFSC<sup>®</sup>森林認証紙<sup>(\*)</sup>にするとか、インクをエシカルなものにすれば進歩ですよね。また、洋服を裁断して再度糸にして生地にして、という循環させる技術も確立されています。さまざまな事例をエシカルコンビニからも受け取ってほしいですし、展示会などに足を運ぶことでヒントも得られると思います。

### FSC<sup>®</sup>森林認証紙

世界的な森林の減少が問題になる中、森林の管理や伐採が環境や社会に配慮して行われているかを評価・認証し、そうした森林由来する製品であることを証明するFSC<sup>®</sup>（森林管理協議会）のFSC<sup>®</sup>森林認証制度にもとづいた製品。

### POINT

- ◆ 身近な衣食住に関わるものからエシカルなものを選択する
- ◆ 国内外を問わない商品セレクトで、エシカル商品の先端情報を作り手にも届ける
- ◆ ショップは「体験する場所」という位置づけで展開  
個人が自主的にエシカルを知ること、気づくことを大切にする



Case  
1

## 無印良品 直江津

新サービスを続々展開。  
地域課題に向き合いながら  
朝市出店に移動販売。



地域の方々の健康をサポートする『まちの保健室』や、休憩スペース・イベントスペースとして使える『Open MUJI』、シェアキッチンなど、地域のみなさんに頻繁に足を運んでいただける場を設けているのも無印良品直江津の特徴です。

2020年7月、上越市の直江津ショッピングセンター内にオープンした無印良品直江津。約7,000種類の雑貨や家具などを扱う同店は、無印良品の中でも世界最大級の売り場面積を誇る。賑わいを取り戻したい地域の活性化も目的とする、同店の取組を伺った。

### 食堂では地元食材を活用 地域経済の活性化に貢献

直江津ショッピングセンター2階の大部分を占める無印良品直江津。広い店内には、食品に雑貨、家具やアパレルなど、無印良品の幅広い製品がずらりと並んでいる。その一方で、上越地域で採れた食材を使い、地元で愛されてきた料理を提供するカジュアルな食堂や、地元野菜を販売するコーナーなど、地域性がふんだんに盛り込まれているのも特徴だ。

「オープンの1年前に上越市に出店するかどうかを検討するプロジェクトが立ち上がり、私を含め社内の各部署のメンバーが集まってミーティングを重ねました。地域のことを調べてみると、商店街はシャッターが閉まったままの店が多く、駅の乗降客数も少ない。人通りも少ないなど、元気がない印象でした。地域の人に話を聞くことで、若い人が都市部に出て帰ってこないといった課題も見えてきたんです。直江津に無印良品を出店するのであれば、

30年後、50年後もここで営業していくように、地域を強くしていかなければいけないと私たちは考えました」と話すのはコミュニティマネージャーの古谷氏。

同店の地域活性化の取組の一つが、店内の「なおえつ良品食堂」で地域の食材を使った料理を提供すること。「私たちが地元の食材を使うことで、地域の経済を活性化したいと思っています。そのためのレシピ開発もしています」と古谷氏。くびき牛の煮込みや、地元の有名店に監修してもらった豚汁、サメのタレかつ丼など、地元感のあるメニューが並んでいる。誰もが入りやすいカジュアルな雰囲気も大事にしたという。料理の価格は600～700円が中心で、その価格帯も親しみやすさにつながっている。

また、店内の一角落には、JAえちご上越が運営する直売所「あるるん畠」と連携した「なおえつ良品市場」があり、ここで上越地域の野菜や加工品等の販売を行っている。同じショッピングセンター内のスーパーの品揃えと重複し

株式会社良品計画  
営業本部 信越事業部  
コミュニティマネージャー 古谷 信人 氏

上越市西本町3-8-8 直江津ショッピングセンター2F  
TEL.025-520-7591 URL <https://shop.muji.com/jp/naoetsu/>



### なおえつ良品食堂

豚汁ラーメンやくびき牛を使ったラーメン、海鮮丼など、地域色あふれるメニューを展開。



### なおえつ良品市場

地元で採れた旬の野菜をはじめ、地元産の米や加工食品なども取り扱っている。内装には上越市産の杉材を使用。



### 三・八の市

3と8が付く日に直江津地区で開かれる「三・八の市」。「不揃いパウム」などの個包装の菓子が人気。写真右に見える箱には古本が詰まっている。



### MUJI CAMP TOOLS

自然豊かな上越地域を楽しむのに役立ち、いざという時には防災用品になるアウトドアツールを提案。



### 包装の簡略化

包装には靴下をかけるハンガー部分に厚紙を使ったり、商品にタグを留めるのに糸を使ったり、極力プラスチックを使わないよう工夫されている。



### MUJI to GO

無印良品の食品や雑貨を積んだ移動式店舗の「MUJI to GO」。バスの中に入って買い物を楽しむことができる。

ないように、地元産に限定しているのもポイントだ。上越地域で作られる日本酒も販売しているが、扱っているのはおみやげ用に求められる小瓶のみ。大瓶を探しているお客様には、建物1階にある酒屋を紹介するなど、他の小売店への配慮も欠かさない。

## 地元活性化の一助にもなる 朝市出店と移動販売

オープン前の2020年春から、直江津地区で月6回開かれる朝市「三・八の市」への出店を続けているのも同店のユニークな取組。「オープン前に無印良品がどういう店なのかを地域の人に知っていただくために朝市への参加を決めました。朝市の出店者の高齢化や、客数の減少という課題も聞いていましたので、無印良品が出店することでメディアの露出が増え、朝市が見直されるきっかけにもなればと考えていました。朝市では食品と古本を販売しています。ベストセラーなど流通量が多い古本は値段がつかず古紙に回ることが多いのですが、そうした古本を仕入れ、また本として再度手にとってもらえるように並べています。

マイクロバスを使った「MUJI to GO」という移動式店舗も、オープン時

から継続している。

「新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、オープン時は集客が難しくなることが予想されました。それで、オープンの1ヵ月前に移動販売を思いついたんです。直江津ショッピングセンターの親会社である頸城自動車さんから借りたマイクロバスを改造し、上越市内の中山間地域や、隣接する糸魚川市、妙高市、十日町市を定期的に回っています。メインは食品ですが、化粧水や掃除用品、文具などもあります。ただ、無印良品だけではお客様の要望に十分応えられないため、地元の八百屋さんや鮮魚店さん、総菜屋さん、パン屋さんなど他の事業者さんにも来ていただきます。私たちの移動販売の規模は大きいものではないですが、バスを走らせることが話題になり、他の事業者さんが中山間地域へ販売に行くきっかけをつくることも地域の活性化には大事な役割だと考えています」。

### check point

- ▶ 地域課題と向き合い、数十年先も営業できる地域づくりに注力
- ▶ 「なおえつ良品食堂」で地元食材を使い、地元の経済を回すしきけ
- ▶ バスを改造した移動式店舗で、中山間地域の生活者の暮らしを支援
- ▶ 地元産品の割合を増やし、地域の魅力を発信する

## 環境と社会に配慮し、 “暮らしの真ん中”を目指す

無印良品には1980年のブランド誕生以来変わらない考え方がある。それは『素材の選択』『工程の点検』『包装の簡略化』という3つの視点だ。この考え方に基づき、大きさの違いなど、味に関係なくはじかれていた菓子を「不揃いシリーズ」として販売したり、ベッドカバーのパッケージを省いて紐でくるだけにしたり、環境・社会に配慮した商品を展開してきた。こうした社会に良い影響を与えるとする姿勢は、無印良品直江津が提供する独自性あふれるサービスにも表れている。

「今後の目標は、さらに地域への土着化を進め、地域の魅力を発信していくことです。具体的には、店舗にある商品の2割を地元産にしていきたいですね」と古谷氏。地域の“暮らしの真ん中”になることを目指し3年目に突入した無印良品直江津の、今後の展開にも目が離せない。



Case  
2

## ナチュレ片山

**健康的な暮らしを応援する**  
**厳選して提供。**  
**安全・安心な商品を**



お客様に対しては“これを食べると健康に良い”、“環境にこれだけ配慮している”というような発信はしていません。私たちはお客様にまずは楽しんで買い物をしていただきたい。当店の商品を食べて“美味しい”と笑顔になってくれるのが一番ですし、その結果として健康がついてくると思っています。

「健康生活を応援します」を理念に掲げ、豊かな食と暮らしをトータルで提案しているナチュレ片山。安全・安心、本物を求める現代のニーズに応えるため、新潟をはじめ全国から集めたこだわりの商品を提供する。店舗全体で、食品ロス削減に向けた取組にも力を入れている。

### お客様が安心して選べる 基準を満たした商品のみを販売

2017年にオープンしたナチュレ片山は、「健康生活を応援します」をコンセプトに品揃えや販売方法にこだわった複合型商業施設。環境に配慮した大型ログハウスは、1階は食品と酒類のフロア、2階はレストラン、雑貨・家具店、カルチャー教室などを備え、健康な体と心をつくる「ライフスタイル提案」を行う店舗となっている。

最も力を入れている食品類は、「KATAYAMA EYE'S」という独自の基準を満たした商品を厳選。「新潟県産・国内産の商品を優先」「伝統製法で製造された調味料を優先」「加工食品は食品添加物不使用」「農産物は有機栽培・自然栽培を優先」「餌と飼育方法にこだわった畜産物」など、安全性と美味しさを追求した7つの基準だ。「曖昧な表示、表現をしている商品が非常に多いため、消費者には何が良くて何が悪いのかがよく分かりません。そこで当店は独自の基準を設け、その基準を満たした商品だけを提

供する。そうすればお客様も安心して選ぶことができます」と石田店長。

基準を設けることで、扱う商品の選択肢が狭められるという小売店としてのジレンマもあるというが、「当店だからできることもあります。例えば、全国的なシェアで数%しかないオーガニック野菜が、当店では50%以上を占めている。また、オーガニック野菜は価格が高い傾向がありますが、時にはお買い得品にすることもあります。これは農家さんと密にコミュニケーションをとって商品を仕入れしている店でないとできないと思います」と語る。

### 食品ロスを減らす取組を推進 冷凍食品へのこだわりも

同店では、食品ロスを減らす循環・エコロジーの取組も重視している。1階で販売している食材は2階のレストランで無駄なく使い、発生する生ゴミは高性能の処理機を導入して堆肥に加工し、一部は生産者の栽培に利用する取組も進めている。「昨年、1階に加工場が完成したので、これからは規

NICOクラブ会員 片山商事株式会社  
ナチュレ片山 本店 店長 石田 良平 氏

新潟市東区卸新町 3-16-31 TEL.025-270-1188  
URL <http://nature-katayama.jp/>



### 地元野菜

自然栽培や農薬・化学肥料を極力使わない野菜や果物など、自信を持って勧められる商品が並ぶ。地域に根差した店を目指し、地場産のものを優先的に取り扱っている。



### 冷凍食品&新潟銘品の味シリーズ

多彩な冷凍食品を販売。「新潟銘店の味」シリーズでは有名飲食店のパエリアキットやカレーなど、人気メニューを冷凍商品化。銘店の味を家で楽しめる。



### レストラン

2階の「ナチュラルレストランかたやま」では、店舗で取り扱う野菜や肉、魚などを無添加調味料で調理したメニューが好評。販売しきれない食材を無駄なく使うことで、食品ロスの削減に繋がる。



### オンラインストア

新潟をはじめ全国各地の無添加商品を掲載するオンラインストアでは、米や調味料、冷凍の総菜などが人気。幅広い商品を一つのサイトから選べるのが強みだ。



### 焼菓子

レストランのパティシエが加工場で手作りしている焼菓子も人気。原材料にこだわり、安心して食べられる「日々のおやつ」を目指している。

格外の野菜もたくさん仕入れて一次加工し、急速冷凍して店舗で販売していきたいと思っています」と話すように、食品ロスの削減をはじめ、加工と販売を同じ建物で行うことで流通コストの軽減にも繋げている。

また、同店ならではの特徴が、売り場面積の4割近くを占める冷凍食品だ。冷凍食品は保存料などの添加物を使わずに長期保存できるという観点から、肉や魚をはじめ、総菜などの加工品やスイーツまで豊富な商品を揃えている。「これから超高齢化が進むと買い物に行きたくても行けない人が増えます。共働きの家庭では食事の支度も大変になっています。それの方々に向けて無添加の冷凍食品を先駆けて取り扱ってきました」。冷凍食品を高品質に保つため、最新式の冷凍ショーケースを導入。「冷凍の性能が高いので、お惣菜でも味が変わらず、むしろ美味しい。以前から売上は徐々に上がっていましたが、新型コロナウイルスの影響で更に増加しました」。

## 健康志向の高まりで 安全性の高い野菜や米が人気

近年は新型コロナウイルスの影響で、人々の健康志向がより高まってい

ることから、安全・安心な食品を求める傾向が強くなっているという。「農薬や化学肥料を使わない野菜もそうですし、米はいろいろな農家から仕入れていますが、発注の頻度がコロナ前と比べて確実に増えました。“健康でいい”という意識から、毎日の基本的な食事を見直す方が増えたのではないかでしょうか。また、最近は小麦価格の高騰の影響もあり、米粉の人気も非常に高くなっています」。

これからの商品展開についてはさまざまな企業が協力し合い、消費者が応援したくなるようなモノづくりが必要になるのではという石田店長。「一社だけが勝つという時代ではなくなると思いますし、生き残るためににはみんなで良いモノを作り、それを販売者がしっかりと伝え、消費者が理解してお金を使ってくれるようになる。そういう取組が求められてくると思います」。

こうした考えを背景に、新型コロナ

ウイルスで苦戦する県内の飲食店を応援しようと、飲食店が開発した冷凍食品を『新潟銘店の味』シリーズとして、店舗とオンラインストアで昨年から販売している。また、オンラインストアでは、新潟のあらゆる食品の中からバイヤーが生産現場に足を運んだ上で厳選した商品を「ニイガタモノ」として取り上げ、他のサイトと差別化。将来はオンライン販売の売上を店舗と同等まで伸ばしていきたいという。

「今後は加工場をしっかりと稼働させ、農家さんと連携しながら、美味しい安全性能の高い野菜を多くのお客様に届けられるような商品開発をしていきたいです。また、高度な冷凍技術を活かして、シカ肉などのジビエも販売していきたいですね」と石田店長。これからも日常を豊かにする食と暮らしの提案を通して、人々の健康や環境、地域の活性化に貢献していく。

### check point

- ▶ KATAYAMA EYE'S という7つの基準を満たした食品のみを提供
- ▶ 流通や小売の過程から食品ロスを減らす取組を実践
- ▶ 利便性と美味しさを兼ね備えた無添加冷凍食品に注力
- ▶ 県内の生産者、事業者と協力したモノづくり、販売を行う



Case  
3



## 「越後ど発酵」共同プロジェクト

伝統の食文化を未来に繋ぐ  
食品ロスを発酵で  
アップサイクル。



プロジェクト名やロゴマークは、「発酵」を強調するようにしたのが狙い。ロゴを決める際は、NICOのデザイン・ラボにも相談させてもらいました。将来は「ど」の文字だけで認識してもらえるブランドになれたらと考えています。

長岡市にある4社が立ち上げた「越後ど発酵」共同プロジェクトでは、食品に携わる会社としての責任感のもと、廃棄していたものを発酵の力で新たな価値ある商品に生まれ変わらせた。おいしく食べてもらうことを通して、食品ロスの問題や、長岡で大切にされてきた発酵食文化を知ってもらいたいと活動している。

### 食品ロスになっている 酒粕とレタスに注目

大きな「ど」の文字が躍るロゴが印象的な「越後ど発酵」は、長岡市にある酒蔵の柏露酒造、味噌醸造のたちはな、新潟県醤油協業組合という発酵を手掛ける3社と、アクアポニックスと呼ばれる循環型農業を手掛けるプラントフォームによる共同プロジェクトで生まれたブランド。最初の商品として「古志漬けの素」と、それを使ったレタスの漬け物「古志漬け(レタス)」の本格発売を始めた。

「古志漬けの素」は酒粕、醤油、米麹をブレンドして再発酵させた調味料。加熱処理を行っていないため、麹菌が生きているほか、材料の3種類の菌のほかに専門家も未知という菌が存在し、それがさらに味に深みを生み出してくれている。酒粕が苦手な人も楽しめる味を目指して開発を繰り返し、どこか懐かしさを感じさせつつも、これまでにない新しい味わいの商品となっている。

材料は、柏露酒造の酒粕、そしてプラントフォームで栽培している無農薬レタスの規格外品だ。それぞれ製造工程のなかで、廃棄してきたものとなる。同プロジェクト事務局の遠崎氏は「このプロジェクトは、商売抜きで長岡を盛り上げるために何かをやろう、という志を持った人が集まって始まりました。やるからには社会的な問題を解決したいということで、全員が食品製造業だったことから、食品ロスにフォーカスしよう、その課題をそれぞれの会社が持つ発酵技術で解決していく、ということになりました」と話す。新潟県内での食品ロスは推定9万トン、そのうち食品製造業で約1万トンが発生している。

### 古志漬けを通して 食の循環を復活させる

商品開発で重きを置いたのは、純粹においしいものを作ること。「パンフレットなどでは新潟県の食品ロスをゼロにすると謳ってはいますが、消費者の皆さんに対しては、まずはおいしいか

「越後ど発酵」  
共同プロジェクト事務局  
(株式会社プラントフォーム)  
**遠崎 英史 氏**

長岡市上前島1-1863

#### プロジェクト参加会社

- 柏露酒造株式会社
- 新潟県醤油協業組合
- 有限会社たちはな（越後長岡味噌醸造 たちはな本舗）
- 株式会社プラントフォーム

越後ど発酵 越後 LOVE COMMUNITY :  
越後ど発酵ファンのためのコミュニティサイト URL <http://echigo-dohakko.jp/>

「古志漬けの素」はそのままソースとして味わったり、からあげの下味付けに使ったりでき、アレンジレシピも公開している。



保存料無添加の「古志漬けの素」(250g540円)は常温で3ヶ月、「古志漬け(レタス)」(200g324円)は冷蔵で3ヶ月保存できる。現在、扱ってくれる小売店を開拓中だ。



プロジェクトメンバーはSNSで知り合い、たまたま長岡市の同じエリアの、発酵に携わる食品製造業者が揃った。長岡の発酵といえば揖斐田屋地区が有名だが、ここからも発酵食文化を盛り上げたいという共通の思いから企画がスタートした。



「古志漬け(レタス)」に使われるレタスは、アクアボニックス農法で、チョウザメ養殖と合わせて作られているもの。栄養価が高く、シャキシャキした食感のしっかりしたレタスを一旦塩漬けし、加工している。



### 越後ど発酵 越後 LOVE COMMUNITY

商品の販売状況による食品ロス削減の状況を、カウンターで確認することができる。

ら選んで食べてもらうということが大事。その先に長岡の発酵文化と食品ロスについて関心を持ってもらえたたらと考えています」。

4社が利害関係なく、全く同じスタンスでプロジェクトに取り組んでいるというのもユニークだ。商品開発からロゴまで、全て全員で相談したうえで決定し、コストについても全て原価で計算して均等に負担し、商品を販売することで儲けが出る仕組みにしている。

「そもそも目的が社会貢献なので、メンバーそれぞれの責任感が倍増し、情熱を持って取り組んでいます。とはいって、それぞれ経営者ではないので、最初は開発費用をどう捻出するかが大きな課題でした。その中で、長岡市のバイオエコノミー推進事業の補助金を知り、フードサイクルも対象になるということで応募。支援していただけたことになりました」。

この採択をきっかけにメディアの取材を受けるようになり、経営者や周囲からの応援も得られ、一気に追い風に変わったという。

味の決定までは非常に苦労したが、出来上がったものへの評価は上々。「酒粕の風味があることで、“新潟の人が好きな味だ”と言われます

ね。古志漬けの素を使ってきゅうりを漬けたら、家族からこんなにおいしい漬け物は初めてだと言われた、というお話を聞きました。食べると不思議に日本酒が飲みなくなる味なんです。新潟では酒粕は漬け物や煮物に使ってきて、昔はちゃんと食が循環していた。そうした食文化やサイクルを、古志漬けを通して次代に繋いでいきたいです」。

### 最終目標は食品ロスを みんなで考えるメディアに

今後は賛同してくれる農家や食品製造業者を巻き込みながら、新たな商品開発に取り組んでいく。長岡には朽尾の油揚げがあり、その製造過程では大量のおからが食品ロスとなって廃棄されている。そのおからを使った代替チーズが、次なる開発食品の候補だ。また、日本酒が世界でブームとなっているなか、欧米人にとって日本の漬

け物は新しい感覚の食であるため、海外で日本酒と一緒に販売する機会も探っていく。

この活動の最終目標は「『越後ど発酵』共同プロジェクトが食品ロス削減のメディアになる」ということ。その発信、交流の場として立ち上げたサイトが『越後 LOVE COMMUNITY』だ。消費者がここにアクセスすると、いまどろだけ食品ロスを減らすことができているかを数値で見ることができる。今後は、内容を充実させていき、食品ロス削減に取り組む企業の紹介や、発酵についての情報も発信していく計画だ。「食品ロス削減カウンターを見ていると、うまくいけば年間1トンを削減できそうです。でも、まだたったの1トンです。我々の取組が刺激になって、他の企業さんの刺激になればうれしいですし、活動を知ってもらうこと自体が、いろいろな人の考え方の選択肢の一つになれればと思っています」。

### check point

- ▶志を同じくしたメンバーが集結してプロジェクトをスタート
- ▶食品製造業に携わる者として社会的問題の解決、貢献が目的
- ▶商品は、消費者からおいしさで選ばれるようなクオリティを重視
- ▶食品ロス削減の取組をデータで見える化し、コミュニティサイトで発信

## NICO活用ファイル

# にいがたの女性の起業を応援します!

県内在住の女性に向けて、セミナー、起業講座、交流会等の各種イベントを通じて、起業に関する情報やノウハウ、人的交流の機会の提供により「女性の起業」を後押しします。

起業に興味はあるが、「起業って難しいイメージしかないけど…」「起業することでどの程度の収入を得られるのか不安…」と感じている方など、ぜひご活用ください。

起業って大変なイメージがあるけど、自分でもできるかな

生活のために収入が必要だけど、ちゃんと収入は得られるのかな

例えば、こんなお悩みをお持ちの方に



起業に興味があるけど、家庭との両立はどうすればいいの

出産、育児中だけど、起業ってできるのかな

起業には具体的にどんな準備が必要なのかな

menu

## フェムテック市場についてのセミナー

「フェムテック」は、女性特有の悩み(健康問題やライフスタイルなど)を解決すべく開発された技術や商品であり、近年、市場も拡大し様々な製品やサービスが登場している注目分野です。この分野における起業に興味のある女性に向けて、旬なトピックスを提供します。

開催日時	8月6日(土) 13:00~15:00
会 場	MOYORe:(新潟市)
定 員	現地参加40名、オンライン50名
参 加 費	無料

申込みは[こちらから](#)



## 女性のための起業講座

県内3地域において、これから起業を目指す方や創業間もない方に具体的な起業ノウハウとヒントを提供するとともに、各講座におけるワークシートの添削など、実践的で徹底指導型の支援を実施します。

日程・会場	【上越】上越文化会館 【長岡】ナデックベース 【新潟】NICOプラザ会議室 全日程	8月～10月 9月～11月 10月～12月 13:30～16:30(予定)
定 員	各会場15名	
参 加 費	無料	回 数 全5回

内 容
1. キャリアの棚卸と起業意識の確立
2. 事業計画設定とビジネスモデルづくり
3. 起業のために必要な財務知識と収支計画
4. 広報戦略とその実践
5. 想定顧客へのプレゼン

申込みは[こちらから](#)



## 交流会(女性起業のつどい)

起業を目指す女性を対象に、起業に関する悩みの解決や今後につながるネットワークづくりのために、講演や相談、参加者間の交流などを行います。

内 容	起業相談会、女性起業家・専門家等による講演会、交流会	会 場	アオーレ長岡(長岡市)	定 員	未定
開催日時	令和5年1月22日(日)(予定)(時間未定)	参 加 費	無料		

いい  
気になる  
トピック

## 魅力的な情報発信で ファンと見込み客をつくる。

『お店は出来た。商品やサービスもそろえた。  
HPも作った。』あとは予約が入るのを、お客様が来るのを待つだけなのに、問い合わせすらない。



新潟県よろず支援拠点  
コーディネーター  
**南雲 純子 氏**  
専門分野/  
情報発信、販売促進

南雲氏による  
SNSに関する  
個別相談会の  
詳細は、  
こちらから



お店を探すときに検索エンジンだけではなくSNSにて「#地名+業態(例:#湯沢カフェ)」などで検索する人が増えています。



旅先で写真を撮ってSNSにUP(イメージ)。自社発信だけではなく、お客様に投稿いただいた魅力的な写真が宣伝となって集客や販売UPにつながることもSNSの魅力。

創業後にこんな日々が続くなんて想像もしたくないですが、創業後の課題として資金調達や人材確保とともに、「販路開拓」が大きな割合を占めると言われています。

**創業にあたり、商品を買ってくださるお客様への情報発信の準備は出来ていますか?**

情報発信ツールとして注目されているのが、無料で手軽に出来るSNSです。家族や友人だけではなく、事業に活用することでお客様にPRして来店を促進したり、お客様の声を商品開発に活かしたり、従業員のモチベーションアップにつなげたりすることができます。

**【SNSはツール】大切なのは内容と考え方。**

- ①**誰に(ターゲット):**あなたの事業のお客様は誰?
- ②**何を:**あなたの事業の圧倒的な強みは?商品や料金だけではなく、他の人が「知ったら欲しくなるような」魅力は?
- ③**どのように:**商品やサービスの価値を伝えるために、どのようなSNSを使って、どのような写真・言葉・動画で伝えたら、価値を理解してファンになってくれたり、商品やサービスを購入したりしてくれるのでしょうか?

お客様が購入しない理由は極めてシンプルで、あなたの商品やサービスそのものを、又はその価値を「知らない」のです。知らないポイントは2つ、あなたの事業の『存在』と『価値』。これらを伝えてお客様をつくっていきましょう。

### NEWS PICK UP

NICOの活動情報をお知らせします

#### ~提案型営業への変革を目指して~ 技術提案力向上セミナーを開催しました

自社の技術力を顧客への課題解決として適切に提案する力(=技術提案力)を養成する「技術提案力向上支援事業」の一環として、6月30日(木)に、(独)中小企業基盤整備機構の中小企業アドバイザーであり、中小企業診断士の後藤淳氏を講師とするキックオフセミナーを開催し、県内企業18社が参加しました。後藤氏の講演と本事業での研修により、商談等に活用している県内企業の事例紹介等を聞いた参加者からは「販路開拓のためのマーケティングに悩んでいたので、非常に参考になった」「改めて自社の強みなどについて考えさせられる内容だった」などの声がありました。



#### 原油・原材料価格高騰等の影響を受ける中小企業を支援します

##### ◆ 専門家派遣事業(原油・物価高騰等対応枠)

原油・原材料価格の高騰や円安等の影響により、最近1か月間又は3か月間の売上高、売上総利益、売上高経常利益率のいずれかが5%以上減少している中小企業に対し、経営計画策定や資金計画の立て直し、コスト削減、省エネ機器導入の検討などを支援するため、NICOに登録している専門家を派遣します。

##### ●派遣期間、回数

派遣決定日以降から令和5年2月末までの間で、1企業につき最大5回まで無料で専門家を派遣

##### ●詳しくはこちから

<https://www.nico.or.jp/sien/senmonka/58733/>





# 自社の強みと問題点を整理し お客様が得られるメリットを提案

NICOクラブ会員

## 株式会社加藤研削工業

新潟市東区岡山1282  
TEL.025-271-7144  
URL <https://www.kato-kk.net>



代表取締  
加藤 義竹 氏

不等ピッチメタルソーの加工サービスは、一度利用してもらうことでリピートに繋げるという戦略でアプローチしています。今後も実績を積み重ねながら、この技術を使って他の展開もしていきたいですね。



マンガを使った動画や、加工する前後の切削音の違いで効果を分かりやすく伝える動画も活用。NICOの令和3年度「オンライン営業力強化支援事業」を活用し、営業用動画の作成方法も習得した。

活用した  
支援メニュー

### 技術提案力向上支援事業

製造業者が新たな取引先を獲得するためには、自社の優れた技術力を伝える「技術提案力」が必要です。この事業では、(独)中小企業基盤整備機構の中小企業アドバイザーとして、多くの中小企業を支援した実績を持つ後藤淳氏が、セミナーと個別支援を通じて県内製造業者の技術提案力の向上を支援します。

詳しくは  
こちら→



### 新しい視点を得るため 専門家と問題点を整理

幅広い製造分野で使用される切削工具、機械刃物の再研磨と製造を主力事業とする加藤研削工業では、メタルソー（丸鋸）の刃を不等ピッチに加工する「不等ピッチメタルソー」に注力。通常は等間隔の丸鋸の刃をあえて不等にすることで、切断性能が向上する不等ピッチメタルソーの加工は、競争力の高い技術サービスとして強みとなっていることから、これまで展示会をはじめ各媒体を通してアピールしてきた。

「この技術とサービスの優位性などを10年以上考え続け、お客様に発信してきましたが、長期間一人で考えていると新しい切り口が見えてこなくなります。第三者から指摘されないと、新しい視点が持てないと感じていました」と加藤社長。そこでNICOの「技術提案力向上支援事業」を活用し、専門家の後藤淳氏とともに、自社の強みや問題点の整理から始めた。

### 使用シーンを絞り込み 顧客目線のアプローチに

「例えば、数年前に作った資料と最近作った資料で、数字や表現に違いがあると、お客様の信頼を損ねることに繋がります。こうした表現のブレが多少



今年3月に開催された「機械要素技術展」ではNICOブースで出展。お客様のメリットだけを書いたシンプルな看板に改善し、インパクトを出すようにした。展示会の来場案内DMにマンガチラシなどを同封して関心を高め、来場数や問合せ数のアップにつなげている。

あるという指摘を後藤さんから受けました。そこで販促ツールに使う言葉や表現方法などを細かく見直し。以前は「不等ピッチメタルソー再研削サービス」としていた表現も、「再研削を越えた品質に仕上がっているのでは」という指摘を受けて「加工サービス」に変更するなど、技術の優位性を明確にした。

さらに、取引先の業種別に不等ピッチメタルソーの使用シーンを絞り込み、ターゲットに合わせて刺さるプレゼン資料を作成。アピールするポイントも「工具寿命の延長」「切削バリ低減」など作り手目線ではなく、「従来比1.5倍～4倍の生産性向上」「切削の安定によるバリ抑制で後工程のコスト削減」など、顧客が得られるメリットをエビデンスとともに表現するようにした。

表現方法の改善や新しい提案内容を各媒体に反映させたことで、新規契約を獲得するなど成果が表れている。今後も展示会やWeb、動画、DMなど複合的な情報発信で、付加価値の高い技術力を提案していく。

「再研削」は新品とほぼ同様の状態に戻すという印象。元の状態以上の品質に仕上がるなら、「加工」にしたほうがいい」というアドバイスを受け、不等ピッチメタルソーの販促ツールの表現を「加工」サービスに変更した。



### ● NICOの支援を利用して良かった点は？

後藤さんから出された宿題や、指摘された問題について考えて、自分の思考が整理整頓されたことが良かったです。自社だけで考えていると同じところをグルグルと回るだけになってしまって、後藤さんから考えるヒントを与えられ、新しい視点を得ることができました。言葉や表現方法など細かいところまで考え、お客様が得られるメリットをシンプルな形で情報提供していきたいです。



活躍する社員さんに  
インタビュー

Niigata  
モノ・コト  
創造人☺



### 佐渡赤泊かやの実会

代表 野口 菜々 氏

佐渡市赤泊地区出身。大学時代に国際社会学を学び、タイやインドネシアを訪問。その経験から、まずは身近な地域を良くしたいとの思いに至る。大学卒業後Uターンし「かやの実会」事業を受け継ぐ。



先代の笠木隆子さんの味を受け継いだ「かやの実かりんとう」。野口氏の代ではパッケージを一新。若い女性にも手に取ってもらえるようになった。味の種類も増やし、砂糖、塩、黒糖、酒粕など5種類を展開。

## 古くて新しい「かやの実」スイーツを開発 物語を紡ぐ佐渡の特産品へ

佐渡市赤泊地区のかやの木から採れる実を加工したスイーツを開発・製造する、佐渡赤泊かやの実会。野口氏は2017年に2代目のバトンを受け継ぎ、パッケージデザインのリニューアルや販路拡大など精力的に活動する。その取組や今後の目標を聞いた。

### Q1 事業を継承した理由は?

「佐渡に新しい職業選択の道をつくる」というのがUターンの大きな目的でした。この道で私が少しでも花開くことができれば、若い人も希望を持てるのではないかと思いました。実家の庭にも、かやの木があります。煎った実をこたつで食べるには冬の風物詩。慣れ親しんだ味をなくしたくないと想いました。

### Q2 事業を受け継ぎ苦労した点は?

すべてが初めての経験で、特に保健所とのやりとり、税金関係の書類、取引先の開拓には苦労しました。反対もある中、腹をくくって受け継いだ事業。「自分の

行動で実績をつくるしかない」と思い、できるだけ周りに頼らずネットで調べて対応しました。先代の笠木さんの頃からお世話になっているアルバイトの女性に悩みや相談を聞いてもらうことが大きな力になりました。

### Q3 高校生がパッケージデザインを 考案した新商品があると 聞きました

ローストしたかやの実をそのまま味わえる商品です。羽茂高校の2年生が授業の一環でパッケージをデザインしてくれました。かやの木と一緒に、カニや鬼太鼓など赤泊の特産品が描かれ、「赤泊を代



表するお土産にしたい」との想いが込められています。

### Q4 今後の展望を聞かせてください

メイドイン佐渡の商品を増やしたいです。「佐渡島の金山」が世界遺産になれば、国内外から旅行者が増えるでしょう。佐渡の歴史や物語を旅の思い出と一緒に持ち帰ってもらえる、そんな特産品を作りたいです。かやの実会に関しても、3代、4代と長く受け継がれるよう事業を成長させていきたいです。



羽茂高校生が  
パッケージデザイン  
「からつきかやの実」

### 仕事をする上で 大切にしていること

自分の言動に責任を持つことです。そうするとミスやトラブルがあっても人のせいにせず、自分を変えて成長するチャンスにできます。「自分の人生を歩いていく」という実感も濃くなります。お相手の方との信頼関係も守ることができます。



### 佐渡赤泊かやの実会

URL <https://sado-kayanomi.com/>

商品はオンラインショップ  
佐渡汽船両津港ターミナル ほかで販売



## イイモノ商談会

おススメしたくなる  
メイド イン 新潟

## ソロキャンプにぴったりな 鋳鉄ギア

エスエス キャンプ  
**SSCamp!**

ソロキャスト16

価格  
¥19,800(税込)

「世界一軽い鋳物ホーロー鍋。ユニロイ」を製造販売する株式会社三条特殊鋳工所から、初のキャンプ向け鋳鉄ギアの誕生です。

ソロキャンプにぴったりなサイズ感、そして鋳鉄が持つ無骨さと丸みを帯びた可愛さを併せ持つこだわりのギア(道具)として、女性ソロキャンパーにも大好評。いつものキャンプ飯がワンランク上のこだわり料理に。ぜひ、あなたのこだわりのキャンプギアの一つに加えてください。

NICO編集部の

おすすめポイント

鋳物なのに薄くて軽いグリル、スキレット、プレートの3種とハンドルのセット。鋳物ならではの料理の美味しさと、気軽に使える利便性が両立されています。ソーセージなどのグリル料理だけでなく、スキレットは深さがあるので煮込み料理も作れます。ガスはもちろんIHにも対応しているので、自宅で普段使いできることもポイントです。



グリル

スキレット

ハンドル

プレート

**Point1**  
重ねると  
コンパクトに  
収納可能。



**Point2**  
いつもの  
キャンプ飯が  
圧倒的ご馳走に。



**Point3**  
ものづくりの街。  
メイドイン燕三条。



NICOクラブ会員

株式会社三条特殊鋳工所  
(ユニロイ)

三条市福島新田丁642  
TEL.0120-39-5261 FAX.0256-45-2956  
E-mail shop-info@e-santoku.co.jp  
URL https://www.unilloy.com/sscamp

購入先情報

店舗販売店  
ユニロイ自社ショップ

オンライン販売  
ユニロイオンラインショップ  
<https://www.unilloy.com/products#sscamp>



# 「会社の買い方」を分かりやすく学ぶ TSUBASA M&A 実践サロン

「起業したい」「会社を大きくしたい」けど、M&Aって本当のところどうなの…?  
そんなM&Aの疑問や不安点を分かりやすく学び、一緒にマッチングサポートまで行う  
「TSUBASA M&A 実践サロン」

## 他には無い、つばさ独自の3つの強み

- POINT 01 総実績150件以上!  
確かな実力を誇る講師が基礎から応用までをサポート
- POINT 02 実績豊富な講師の成功・失敗事例から学ぶ  
M&Aの超実践プログラム
- POINT 03 受講後もパートナーとして伴走型でM&Aをサポート

## 全4回のプログラム

約6ヶ月間で全4回開催するプログラム。  
M&Aの基礎知識から応用、実際にあったM&A事例を紹介し、  
よりM&Aについて学び、失敗しないM&A知識を身につけます。

### 受講料

全4回 ¥55,000(税込)  
※ご欠席された場合でも返金は致しかねます。

### 特典

- ・着手金割引  
※受講後(株)つばさM&AパートナーズでM&Aを行った場合のみ着手金割引。
- ・M&Aに関する書籍
- ・無料簡易起業評価
- ・案件マッチング会議に  
無料ご招待



(株)つばさM&Aパートナーズ  
代表取締役 山田真一

詳しくは  
特設ページへ



<http://ma-partner.jp/salon/>



TSUBASA  
M&A PARTNERS  
つばさM&Aパートナーズ

株式会社つばさM&Aパートナーズ/つばさコンシェルジュ事務局

〒959-1234 新潟県燕市南7丁目17番9-5号 県央ランドマークANX2-B  
お問い合わせ先 TEL 0256-61-5810 FAX 0256-64-2964

Email [tsubasa.ma.partners@gmail.com](mailto:tsubasa.ma.partners@gmail.com) HP <https://ma-partner.jp/>



## パートナーズプロジェクト® ワンフロア&ワンストップ&連携で課題を解決



各分野の専門家が多数在籍!  
ワンストップで課題解決に  
取り組みます!

お問合せフォームより  
お気軽にご相談ください。



下記の電話・メールでも  
受付けています。



- 経営のお悩み
- 補助金申請
- 事業承継
- M&A
- 人事労務
- 登記関係
- 企業法務
- 相続遺言

国・県・市町村・NICOの各種補助金申請をサポート、資金繰り・会計  
税務・事業承継・M&A・創業支援、給与計算・就業規則・年金・登記関  
係・法律問題・遺言・相続手続・プランディングなど

### セミナー情報

#### 民法改正について

- ①相続分野の改正
- ②成人年齢の引下げと法律等

日時 9月16日(金) 11:00~12:00

形式 Zoomでのオンラインセミナー

講師 司法書士法人 長谷川合同事務所

司法書士 長谷川 幹 司法書士 小林 智子

セミナー申込は  
こちらから



株式会社 パートナーズプロジェクト®

〒940-0084 新潟県長岡市幸町1丁目3番10号 パートナーズPLAZA  
TEL: 0258-36-2685 E-mail: [pro@3d-m.jp](mailto:pro@3d-m.jp) <https://www.3d-m.jp>

高野・星野法律事務所 パートナーズプロジェクト税理士法人

パートナーズプロジェクト社会保険労務士法人

司法書士法人長谷川合同事務所 砂山法律事務所 (株)ネオス

(一社)相続と遺言の相談センター (一社)創業・承継・M&Aの相談センター

弊社ホームページは  
こちらからご覧になる  
ことができます ➔



# 情報漏洩対策Webセミナー

- ①情報漏洩対策に必要な2つの視点～外部から・内部からの情報漏洩対策に必要なものとは?～  
②内部不正から情報を守るための情報セキュリティ対策

開催概要	期 間 2022年8月1日～8月31日	※期間中はいつでも視聴できます
	形 式 ZoomによるオンデマンドWebセミナー	
	参 加 費 無料（事前登録制）	※ご登録者様にWebセミナー視聴URLを送付いたします。

期間 8/1～8/31	<p><b>①情報漏洩対策に必要な2つの視点～外部から・内部からの情報漏洩対策に必要なものとは?～(視聴時間 約30分)</b></p> <p>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 増加するサイバー攻撃・ライセンス、退職者による内部からの情報漏洩PCの紛失・盗難など、企業が抱える情報漏洩やセキュリティの課題は増え続けています。また近年、従業員による営業秘密の持ち出しなど、内部不正による情報漏洩が大きな問題となっています。また、大企業・中小企業にかかわらずサプライチェーンを狙ったサイバー攻撃は後を絶ちません。本セミナーでは「外部から」「内部から」の視点で対策方法を考えます。情報漏洩事故を取り上げ、その原因・対策方法について「SKYSEA Client View」を活用した例をご紹介します。</p> <p><b>②内部不正から情報を守るための情報セキュリティ対策(視聴時間 約30分)</b></p> <p>講師 株式会社ITスクエア 内部不正とは、企業・組織の従業者や委託先等の関係者が機密情報を窃取、無断持ち出し、漏えい、消去、破壊などの不正行為を行うことです。 今回のセミナーでは、実際にあった事例から内部不正防止の重要性や対策方法について紹介し、コンプライアンスやガバナンス強化のための解説を行います。 ※好評につき再放映します。</p>
----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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  
〒950-0088 新潟市中央区万代3丁目1番1号メディアシップ13階

無料 Webセミナー申込URL <https://www.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インター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。

コロナ禍で、会社の資金は維持できるだろうか?  
融資の返済がスタートしたら返せるだろうか?

5つの枠を埋めるだけでチェックできます

小川会計コンサルティングの  
**資金残高シミュレーション**で  
**5年先の資金残高**をチェックしませんか?

簡単版 まずはお試し!  
キャッシュフロー  
シミュレーション  
サイト

QRコード

シミュレーション結果  
資金残高が減少していた場合  
前年決算 5年後  
返済スタート どうする?

資金残高を  
プラスにしていくための計画作りを  
経営支援の専門家が  
マンツーマンでサポートします。  
売上を上げる方法を検討する  
変動費を見直して原価を下げる  
固定費を見直して経費を下げるなど

毎月開催 9:30～16:00  
「将军の日」セミナー

「将军の日」って何?  
ホームページからセミナー申込もできます

お申込み・  
支援内容はこちら

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