

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.185



発電機の
レンタルプラン

新サービス
開始

2022

2023

12・1

新たなビジネスを 切り拓く

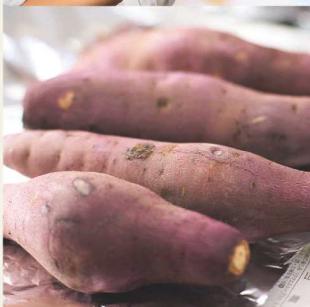
特集

業種
転換

第二創業



飲食店から
食品製造業へ



農業から加工・
流通・販売事業へ

巻頭インタビュー

日本政策金融公庫 新潟支店
支店長 兼国民生活事業統轄
野見山 智 氏

事例企業

- ▶ 新潟食材研究所 テイオペペ
- ▶ 株式会社ホンダウォーク
- ▶ ベジタリアフードテック新潟株式会社

連載

- [NICO支援メニュー活用企業]
株式会社マルコ岩村(小島グループ)
- [Niigataモノ・コト創造人]
新潟亀田 わたご酒店
寺田 和広 氏

新たな「稼ぐ力」を 様々な支援を活用して

巻頭インタビュー



株式会社日本政策金融公庫 新潟支店

支店長兼国民生活事業統轄

野見山 智 氏

日本政策金融公庫 国民生活事業では、地域の身近な金融機関として、主に小規模事業者や創業者向けの小口の事業資金融資のほか、創業、事業再生、事業承継を支援している。特に近年は感染症で影響を受けた小規模事業者向けに全国152支店に特別相談窓口を設置し、融資や返済に関する相談にのっており、関連する融資はリーマンショックの影響を受けた平成21年度や東日本大震災関連の融資実績を大幅に上回っている。

長引くコロナ禍、原材料費や光熱費の高騰、急激な円安など、中小企業の経営環境は厳しい状況が続いている。こうした状況を乗り越え、事業を存続させていくためには、改めて自社の課題を分析するほか、新たな業態への挑戦や第二創業といった選択肢も考えられる。企業の継続、持続的な発展のためにどのような視点が必要なのか。日本政策金融公庫新潟支店の野見山支店長に話を伺った。

コロナ禍からの回復効果が 伝わるまでには時間がかかる

新型コロナウイルス感染症が拡大した令和2年から、我々日本政策金融公庫(日本公庫)も多くの中企業の皆様への対応に力を注いでまいりました。関連融資は、令和4年3月末時点で102万件余り、17兆3,199億円を決定させていただいている。融資金額でみると1,000万円以下が約6割を占め、民間金融機関から融資を受けにくい小規模事業者への支援が主軸になっています。業種ではやはり、一番打撃を受けている飲食・宿泊業やサービス業が平時よりも増えた状況です。また、令和2年8月から開始した新型コロナ対策資本性劣後ローン^(※)の融資先数も令和4年3月時点で5,800件まで伸びており、多くの企業が関係機関の支援を受け、財務体質の強化を図ることで事業継続に向け取り組んでいることが分かります。

現状、大企業は景気回復しつつありますが、地域を支えている中小企業や個人事業主まで波及効果が届くには時間がかかります。実際、お話を伺うと景気の回復感は全く感じないし、先も読めないとおっしゃる方が多いです

す。また、昨今の原材料費、電気料金の高騰は全ての業種に影響があることですが、小規模事業者ほど、それを価格に転嫁できません。この現状を政策でどうつなぐかは大きな課題であり、景気回復の効果が出るまでの間に事業を諦めてしまうような状況がってはならない感じています。

前向きな事業に対する 融資相談が増えてきた

一方で、明るい兆しもあります。コロナ禍の最初のころはまさに外科の止血処置のように、まずは運転資金確保のために素早く対応するという状況でした。それが最近では事業の効率化や、新たな事業やサービスの展開に向けて、国の事業再構築補助金を受けた上での新規投資というご相談が増えました。さらに嬉しいことに、新規相談のなかには創業するお客様も多くいらっしゃいます。実は日本公庫の新潟県内4支店合わせて、令和3年度は313件の創業融資がありました。とくに「創業前」の融資は全ての年代において前年度実績を上回り、コロナ前の実績と比べても増加しています。全国的にはそれほど伸びていないので、実は

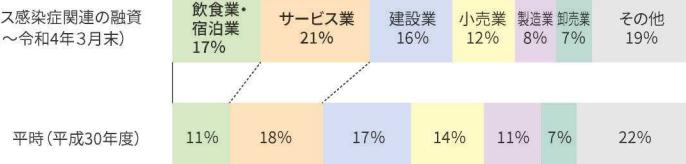
■ 新型コロナウイルス感染症関連の融資決定実績(令和4年3月末時点)

件数	金額
1,021,578件	17兆3,199億円

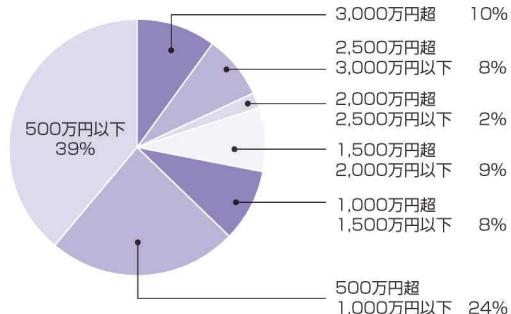
令和2年3月末時点では46,206件(令和2年1月に経営相談窓口を設置)

■ 中小企業向け融資の業種別構成比

新型コロナウイルス感染症関連の融資
(令和2年1月29日～令和4年3月末)



■ 新型コロナウイルス感染症関連の融資金額別構成比(件数) (令和2年1月29日～令和4年3月末)



出典:「日本政策金融公庫のご案内2022」令和4年8月発行,P.6より加工して作成

新潟は活気があると感じているところです。

私たちとしても、出来ることなら融資については新たな「稼ぐ力」を作り出す、収益を上げるための資金として、例えば事業を再構築するための多角化、多面化、第二創業などに使っていただきたいです。日本公庫では、コロナ禍において起死回生を図り新たな試みを行っている全国の事業者の取組事例をまとめて冊子やWebでご紹介しています。

私の前任地である茨城県の事例では、ブライダル専門フォトスタジオとして事業を拡大していた写真館が感染症で打撃を受けるなか、M&Aで伊豆の絶景地にある旅館を引き継ぎ、1日1組の特別な結婚式をプロデュースするという異業種進出を果たし、活路を見出しています。こうした事例をぜひご覧いただき、ヒントにしていただければと思います。

地域課題に目を向けることも 新たな展開のヒントに

全国的に事業承継も大きな課題になっていますので、日本公庫としても、新たなビジネス展開や第二創業などを考える際に、ゼロから事業をスタートする従来型の創業（ゼロスタ）に対し、事業を受け継ぐ形での創業に「継ぐスタ」と名称を付け、「継ぐスタ」に取り組む皆さまを支援しています。

また、ソーシャルビジネス支援として、地域の課題解決のための新事業への支援も積極的に行ってています。実はこれは新潟県も抱える地域課題との相性

が良くて、例えば過疎地や空き家、シャッター街などの課題解決に向けて何か取組を行うといった場合に対象となる可能性があります。新たなビジネスを探る際の、一つの着眼点になるのではないかと思われます。当支店が支援させていただいた事例では、令和4年に村上市で開業したフィットネスジムがありますが、これは消防士として救急搬送に携わっていた創業者が「搬送者の様々な疾病の原因は、運動不足にある」などの地域課題を認識したことをきっかけに事業を起こしたという案件です。

我々はこうした支援事例をメディアに向けてリリースしているのですが、そこには事業者への応援とともに、こうした事例を積み重ねることによって、少しでも地域経済に明るい話題を提供できればという思いがあります。新潟の魅力や課題にもっと目を向けていくことで、新たな展開が見つかることもあると思います。

新分野進出のリスクを避けるには ノウハウを手に入れること

新分野で何かを始めようという際の課題は、ノウハウがないということです。上手く進まない場合、自己資金で取り組む分にはリスクは少ないのでですが、借り入れであればリスクになります。それゆえ異業種、異分野に参入するときにはノウハウをもった人材を入れたり、「継ぐスタ」のような形でノウハウを引き継ぐというやり方が良いのではないかと思います。

また、必要なところに短期間、プロフェッショナル人材を投入するという方法もあると思います。例えばノウハウが無かったために仕入れ過ぎて余っている在庫について、販売に特化したプロフェッショナル人材を半年間依頼し、解決に取り組むことも有効です。

大切なことは、まずはご自身の事業の課題をしっかりと認識すること。売上を維持しながらどうやって利益率を上げていくのか、この課題をどう改善していくのかを考えなければなりません。また、国等の支援制度があれば積極的に活用することが重要です。日本公庫も民間金融機関や関係各所と連携してご支援していきたいと思います。

※新型コロナ対策資本性劣後ローン

新型コロナウイルス感染症の影響を受けているスタートアップ企業、事業再生に取り組む事業者、新型コロナウイルス感染症の影響収束後の事業の発展または維持に向けて民間金融機関等の協調支援を受けることが可能な事業者等を対象とする融資制度。期限一括返済を採用し月々の資金繰り負担を軽減できるとともに、業績に連動した利率となっている。また、金融機関の資産査定上、自己資本とみなすことができるにより、過小資本を解消し、財務体質を強化することが可能。なお、法的倒産時には、全ての債務（償還順位が同等以下のものを除く）に劣後する。

POINT

コロナ禍に立ち向かって新たな事業展開をしている全国の事例からヒントを得る。

地域の解決課題に着目するソーシャルビジネスにも可能性がある。

新分野、異業種に挑戦する場合は人材や事業承継なども含め、ノウハウを得る方法を考える。

日本公庫の支援事例より 展開のヒント

事例 既存事業×新分野 ▶(株)小野写真館 [茨城県]

フォトスタジオの運営や、結婚式のプロデュース等を行う小野写真館が宿泊業に進出。人が多く集まる結婚式や祝い事が避けられる中、全4室の小規模旅館のメリットを生かし、旅館貸切結婚式など「旅館貸切」と「祝い事」を掛け合わせたプランを企画した。

▶ 詳しくはこちら

「コロナ禍に立ち向かう事業者の取組み事例」

<https://www.jfc.go.jp/n/corona-jirei/index.html>



▶ 「コロナ禍における日本公庫の支援事例集」

<https://www.jfc.go.jp/n/corona-jirei/sienjirei/index.html>



▶ 「アイデアと工夫でコロナ禍を乗り切る
中堅・中小企業の取組み事例」

https://www.jfc.go.jp/n/findings/index_j.html





CASE
1

飲食店から食品製造業への業種転換

新潟食材研究所 ティオペペ

飲食店から食品製造業へ。 支援を積極利用し 業務体制を整備

新潟市で20年近く営業を続けたレストランが、新型コロナウイルスの影響により閉店を余儀なくされた。しかし、様々な支援を活用し、食品製造業に業種を変えて再始動。「新潟のおいしいものを多くの人に届けたい」という変わらない思いと、挑み続ける行動力が、業種転換を成功させるエネルギーとなっている。

新型コロナウイルス禍対策として 2業種並行を試みる

2003年から新潟市中央区に店を構える地中海料理の店「ティオペペ」。新潟の魚介と野菜たっぷりの特製パエリアが人気の店だ。「お店に来られない人にもこの味を届けたい」と、2019年頃から家庭で調理できる冷凍商品の開発をスタート。2020年夏に「新潟パエリアキット」として商品化した。同じ頃、感染症の拡大で飲食の客が減少し、売上は7割減まで落ち込んだ。パエリアキット販売が動き出していたため、まずは飲食業と食品製造業の同時並行を試みた。しかし利益を支えていたディナーや宴会の客足は戻らず、2021年に惜しまれつつも閉店。本格的に食品製造業に移行することとなった。

ティオペペのこだわりの一つは食材だ。朝獲れた佐渡産の魚介が夕方に

は厨房に届き、無農薬を中心とする野菜も新鮮なまま配達されるルートを持つ。「本当にいいものを食べてほしい」という思いで作られる料理でファンを増やしてきた。「食材の原価はかかるが、そこを削るわけにはいかない。生産者とのつながりを大切に、新潟の食材の素晴らしさを発信し続けたい」。その思いも業種転換の後押しとなった。

管理体制を徹底するために 「製造所」を新設

「製造業に移行できたのは多くの支援者のおかげです。いつも困った時に相談していたNICOさんの専門家派遣事業を活用し、飲食業と食品製造業の違いを一からレクチャーしてもらいました」とオーナーシェフの渡辺代表。食品製造業は広く製品が流通することから、製造において冷蔵庫の温度管理、食材の在庫管理、調理場の

代表 オーナーシェフ 渡辺 敏之 氏

食の専門雑誌『料理王国』の掲載は、NICOさんのメルマガで「100選」の情報を知り応募しました。料理人になって以来ほぼ毎号愛読していた憧れの雑誌から、パエリアキットを「100選」に選んでいただいて光栄です。多くの方に喜んでいただけるよう、調理のしやすさなど工夫と改良を重ねていきたいです。

▶新潟食材研究所 ティオペペ

新潟市中央区古町通3番町653 上古町の百年長屋SAN内
TEL.025-225-6677
URL www.tiopepe-niigata.com

衛生管理など、厳しい管理体制が求められるが、従来の厨房では難しい部分もあり、小さくても製造所を新たに設ける必要があった。

そんな時、古町通3番町にある築百年の長屋を、複合施設「SAN」として企業やショップが入る施設にリノベーションするという計画を耳にする。施設の仕掛け人とはパエリアキットのパッケージデザインを依頼したつながりもあって話が進み、「SAN」内のキッチンスペースを利用し、「新潟食材研究所 ティオペペ」として2021年12月に再スタートを切った。

高く評価されたパエリアキット 取引先の新規開拓も

一方「新潟パエリアキット」は2020年の発売以来、飛び込みで小売店に交渉するなど取扱店を増やし、自社ECサイトやナチュレ片山等で評判と



ティオペペ特製「新潟パエリアキット」

お店の味を全国どこへでも届けられるように冷凍商品で展開。味の決め手はスープ。佐渡産の本ズワイガニや南蛮エビなどの魚介、野菜、鶏肉を炒めて3日間かけてだしを取る。具材も新潟産の食材がたっぷり。米は自然栽培米。フライパンで気軽に調理できる。



「新潟やさいたっぷりの体にやさしいすーぷ」

ゴロゴロ野菜の食感がポイント。添加物や保存料を使わずにおいしさをキープするため、アルコールに漬ける最新の急速冷凍機を導入。モニター調査を踏まえたレシピ改良など半年ほど試行錯誤し、具材の食感と味わいを存分に楽しめるスープが完成した。



「SAN」では冷凍品と予約制でお弁当などのテークアウト品も販売。写真右は日替りで提供する「至福のシェフ厳選弁当」。



イベントにも積極的に出店。食べてくれる人の顔が見えるのは作り手にとって大きな喜びだ。

なっていた。2022年には雑誌『料理王国』が開催する品評会「料理王国100選」に選ばれる快挙を達成。本格的な味、見た目の華やかさ、時代に合ったパッケージデザインの3拍子揃った商品は贈答用に重宝され、小田急百貨店や高島屋のギフトカタログにも採用された。

百貨店のカタログには、パエリアキットに加えて「佐渡産黒あわびのやわらか蒸し」も掲載。価格は300グラム入り12,960円(税込)。「高すぎて売れるわけがない」と周囲から言われたが、渡辺代表は前々から新潟の食を全国に発信する必要性を強く感じていた。「新潟にはそれぐらいいいものがあります。しっかりと価値をつけ、表現して打ち出していかなければ」。

さらなる取引先拡大を目指して、来年2月には幕張メッセで行われるスーパーマーケット・トレードショーにNICOブースでの共同出展も予定している。

また、パエリアキットに続き「新潟やさいたっぷりの体にやさしいすーぷ」を発売。新潟産の野菜のおいしさを味わってもらうために、大きくカットした具材がスープとは別に真空パックされている。こちらも贈答用に人気の商品だ。

業種転換により 新たなプロジェクトもスタート

新たな挑戦で特に大きく変化したことは「対『人』ではなくしたこと」だという。「残念ながら、料理を味わった人の感想を直接聞く機会は減りました。その分、お客様の顔が見えるイベントに出店しています」。SNS、ブログ、ニュースレターといったコミュニケーションツールも積極的に活用し、こまめな発信でファンを増やしている。

「新潟のおいしいものを広く届けたい。その思いは、これまでこれからも

変わらない。食品会社からの依頼で商品開発に協力するなど、新たな取引も生まれています。今後も新潟の企業や個人の方々とつながりながら、様々な商品を生み出していきたいです」。再スタートを切ったティオペペ。人の笑顔や幸せにつながるおいしさを発信すべく、パワフルに進み続ける。

point

- 一貫して「新潟のおいしいものを届ける」という理念を持ち、商品・サービスを展開。
- 業種転換にあたり常に情報のアンテナを張り、様々な支援を活用。
- イベント出店やWebメディアを活用した積極的な発信でファンを醸成。



代表取締役 CEO 石塚 賢一郎 氏

発電機レンタルプランについて、毎月この金額で自分の身を守るライフラインを確保できるサービスはなかなかないと思うので、もっと多くの人に知っていただきたい。いつ起きるか分からぬ緊急時の備えは重要で、本当に利用してほしいサービスです。

▶株式会社ホンダウォーク

上越市富岡256-2
TEL.025-530-7025
URL <https://plow-power.com/>

楽しく野外仕事ができるPB商品 アフターサービスが充実

地域に根差した農機具店として1930年に創業し、eコマース黎明期の2000年から作業機械・農業機械のネット販売をスタートしたホンダウォーク。2011年からは、製品販売と修理体制を整えた実店舗・プラウ(PLOW)を新潟・山形・長野・福島で展開し、オリジナルブランドの薪割り機、芝刈り機など自社製品の開発にも力を入れている。「“野外仕事をもっと楽しく”というのがプラウのスローガン。優れた機能を持つだけでなく、楽しく仕事ができるかっこいい製品でなければと考えているので、色や形にもこだわっています」と石塚代表。さらに、「作業機械や道具は売って終わりではなく、使用中のアフターサービスが重要。最近は個人売買によるトラブルや、商材自体が複雑化しているため、“修理難民”と呼ば

れる方々からの依頼がとても多くなっています」と話すように、他店の購入品も含めた作業機械の修理を積極的に受け入れている。

こうして培ってきた知識と技術を活かし、昨年4月から展開しているのが、一般家庭や企業に発電機を1年間定額でレンタルするサービスだ。近年は地震や台風など自然災害による大規模停電が頻発し、防災意識の高まりで発電機の需要が増大しているが、それに伴う問題点も増えてきた。「発電機を購入しても、実際は停電が起きない限り使いませんよね。そうすると、いざ使おうというときにエンジンがかからないことがあります。本来、発電機は定期的なメンテナンスが必要なのですが、なかなかできていないのが現実。そこで発電機を定額でレンタルし、1年ごとにメンテナンス済みの機体と交換すればいいのでは、という考えに辿り着きました」。

新サービスとして発電機の年間レンタルプランを開始

CASE
2

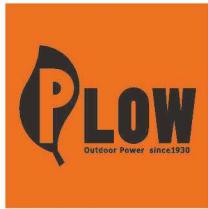
株式会社ホンダウォーク

定期交換で安心を備える 発電機レンタル ユーザー目線に立った商品、 サービスを追求

「野外仕事をもっと楽しく」をスローガンに掲げ、実店舗とECサイトで作業機械・農業機械の販売、修理などをを行うホンダウォーク。ユーザーの利便性を追求したプラウ(PLOW)ブランドの自社製品や新サービスを提供し、新たな顧客獲得に挑戦している。

自社開発の発電機を定期交換する 画期的なレンタルプラン

この「発電機年間レンタルプラン」は、大手国内メーカーから仕入れた発電機ではなく、自社開発した定格出力1800Wの発電機を使用することでコストを下げ、個人向け料金で月々2,480円(税込)というリーズナブルな料金を実現。同クラスの発電機を購入する場合に比べ、初期費用を大幅に抑えられる。そして、毎年交換時には同社の整備士がメンテナンスした発電機を発送し、使用済みの機体を回収。ユーザーによるメンテナンスの手間や費用がかからず、常に使用できる状態の発電機を備えることができる。また、非常時だけでなくキャンプなどのレジャーやイベントなどにも利用可能だ。「最近は企業の申し込みが増えています。停電すると業務に支障が出るので、法人向け料金の月々3,480円(税込)ほ



インバーター発電機
GP37iE
(高出力3,700Wタイプ)



レンタルプラン対応
スマートインバーター
発電機 GP18iE
(1,800W出力タイプ)



新鍛MASAKARI
縦横兼用エンジン式
薪割り機MS1800J-GXS

made in
JOETSU

自社設計・国内生産の薪割り機は主力商品の一つ。今年4月に発売したMS1800J-GXSは、コンパクトな機体でありながら18トンの破碎力を実現。上越市内の中小企業者等が開発する優れた製品・商品を認証する「メイド・イン上越」に認証された。

どなら負担が小さいのでしょう。また、大手の会社から“レンタルプランの営業を請け負うので、メンテナンスなどの業務部分だけお願ひできないか”という引き合いもきています」。

今後はこのサービスの利点をアピールし、自治体への採用を目指す。「東日本大震災の後、全国の町内会に防災用の備蓄品として発電機が支給されていますが、当社が上越市の町内会にアンケートを取ると、メンテナンスをしていないところが多いことが分かりました。そこで避難所に設置する発電機についてレンタルプランの提案を上越市に行いました」。

アイデアは顧客との交流から 常にユーザー目線に立つ

ここ数年は家で過ごす時間が増え、薪ストーブを導入する家庭が増えたことから、自社開発の薪割り機の売上が好調。また、最近は場所を選ばず簡単に設置できるサウナテント

自社開発の発電機は、従来の発電機のように始動用ロープを何度も引いてエンジンをかけるのではなく、セルスターターを搭載し、ボタンプッシュで簡単にエンジンを始動できる。USBコネクタを標準装備し、様々な電気製品に対応。アプリでガソリンの残量が見られるなど従来品に無かった利便性を備えている。



キャリーハンドルとキャスター付きで、重量のある発電機の移動も楽に行なうことができる。



PLow上越店は店舗のほか、ネット販売の物流拠点や修理工場を併設。作業機械の点検、整備、修理などアフターサービスに力を入れる。機械によっては社員が直接現地に出向き、修理を行うことが多い。

「MUSHIBURO」が反響を呼んでいる。こうした製品のアイデアは、ユーザーのニーズを日頃から掴んでおくことが重要だという。「修理に伺ったときに直接お客様と話して見えてくることもあるし、モニターの方に意見を求めることがあります」。さらに、Facebookページでプラウファンのユーザーとコミュニティグループを形成。石塚代表が直接ユーザーから意見や要望を聞くZoomミーティング、YouTubeやInstagramの発信などWebやSNSを積極的に活用し、常にユーザー目線に立つことを意識している。

プラウブランドの製品は大手ブランドに負けない機能や、現場ニーズに対応した使いやすさを備えつつ、価格を低く抑えている。「プラウ(PLow)は“耕す”という意味ですが、“low price”という意味も持たせています。お客様にとって良い商品やサービスを、もっと便利に、リーズナブルな価格で提供したい。そうすることで新しいユーザーが増え、野外仕事が楽しくなり、ライフス

タイルが楽しくなければ私たちも嬉しいですし、同時に会社も成長していくと思います」。

今後は、まだ開拓していない市場に対して地道にアプローチするとともに、経済状況を見据えながら薪割り機の輸出も手掛けていきたいという石塚代表。ユーザーの利便性を追求した新商品や新サービスを立ち上げ、常にチャレンジし続けている。そうした姿勢は新たなプラウファン獲得につながっていくだろう。

point

- 修理・メンテナンスなど、売って終わりではないアフターサービスで顧客との関係性を築く。
- 発電機利用の課題を解決する、新スタイルのレンタルプランを構築。
- ユーザーとの積極的な交流でニーズを集め、オリジナル製品開発やサービス展開に挑戦。

CASE
3

農業から加工・流通・販売事業への第二創業

ベジタリアフードテック新潟株式会社

甘さを引き出す 「焼き」の技術で 新潟産サツマイモの 産地化を目指す

2021年11月に設立されたベジタリアフードテック新潟は、新潟市西区で栽培されたサツマイモを「焼き」に特化した加工で差別化し、流通・販売を行っている。砂丘地サツマイモの産地化を目指そうという事業には、代表がIT業界で培ってきた視点が生かされている。

砂丘地の耕作放棄地を活用した サツマイモ栽培から始まった

新潟市西区にある「ばくのさつまいも」は、ベジタリアフードテック新潟が運営する直売店で、焼き芋や焼き芋クレープ、焼き芋アイスなどを製造、販売。そのおいしさが評判を呼び、連日多くの人が買い物に訪れている。扱っているサツマイモは、新潟市西区の砂丘地で栽培されている「べにはるか」を中心だ。

ベジタリアフードテック新潟は、新潟市でサツマイモ農場を経営しているベジタリアファーム新潟からの第二創業という形で設立された。さらに、ベジタリアファーム新潟は、スマート農業を支援するベジタリア株式会社の子会社にあたる。会社を立ち上げた長井代表は、ベジタリアが提案する営農支援システム「アグリノート」の開発者であり、IPA情報処理推進機構がソフトウェア関連分野で優れた能力を有する若手の人材を認定する「未踏スー

パークリエータ」である。

IT技術者としてキャリアを重ねてきた長井代表が農業に興味を持ったのは、アグリノート開発の頃から。「農業のそれぞれの作業には必ず理由があり、農機を自分でカスタマイズするなど、農業者は技術者なんだなと感じたんですね。そういう意味でITと農業は親和性があり、農家の人とIT技術者はすごく話が盛り上がるんです」。

そんな中、新潟市が農業特区に指定されたタイミングで、西区四ツ郷屋の耕作放棄地をどうにかできないかという話が持ち上がる。長井代表は「せっかくやるなら、産地と呼べるものになるような作物を作りたい」と思案。「消費者に注目されやすく食事にもスイーツにも使って、体験が伴うものがいい。作り手視点としては砂丘地に向いていて、素人でも作りやすいもの。その方が、今後の拡大もしやすい」という観点からサツマイモを選んだ。



代表取締役 長井 啓友 氏

自分が農業に関わることになるとは思っていませんでしたが、分野が違うのでとても面白い。生産や製造ではなぜその結果になるのか知りたくなるし、突き詰めていきたくなりますね。徹底して分析することと、産地化を目指していくことなどが、ほかの食品会社とは違う当社独自の視点だと思います。

▶ベジタリアフードテック新潟株式会社

新潟市西区坂井東6-19-9コスモビルC号室
ばくのさつまいも [Instagram] bokunosatsumaimo
[Twitter] @bokummo_niigata

「焼き」で強みを作るため 化学反応が起きる温度帯を探る

ベジタリアファーム新潟で栽培始めたサツマイモを3~4年スーパーで販売し、その間、長井代表は「素材の魅力をどう高めればよいか」ということを追究した。「焼き芋はスーパーなどでも売っていますが、焼き方にこだわっておいしさを引き出せば強みになる、と考えました」。専門書籍や論文を読み、オープンでひたすら焼き方を研究。「焼くときの温度によって甘さは変わります。その化学反応が起きる温度帯を見つけるため、センサーを使ってイモの中の温度を測りながら試作を繰り返しました」。

こうして、誰が焼いても最もおいしくなる焼き方のマニュアルを作り上げ、加工・流通・販売を手掛けるベジタリアフードテック新潟を創業した。会社



焼き芋の焼き方レシピは約3年をかけて完成したもの。イモの種類、大きさなどによって、細かくマニュアルが定められている。焼く時間は1時間半から2時間。熟成したイモは、しつどりとした口当たりと濃厚な甘さが特長。じっくり焼き上げたイモの豊かな香りが口の中に広がる。



10月にはイオンモール新潟南で開催されたグルメイベントに店舗出店。知名度を上げていくためにも、こうした機会には積極的に参加していく予定だ。



現在、新潟市内に坂井東店と寺尾西店の2店舗がある。ファミリー層が多い住宅地で、近くにスーパーがあり、人の流れが見込める場所を選んだ。



焼き芋ペーストとホップクリームを包んだクレープや、ペーストをたっぷり使ったアイスは、焼き芋需要が落ち込む夏場の人気商品でもある。期間限定で冷やし焼き芋や焼き芋シェイクも提供。

の一部門としてスタートする方法もあったが、オーブンや冷凍庫などの設備導入、家賃、人件費などスタートから多くの費用がかかることから、「新潟県企業内起業・第二創業推進事業」の支援を活用することにした。また、その後に企業と取引する際ににおいても、新たなる法人であることで話がスムーズに進むというメリットもあったという。

そして2021年、「ぼくのさつまいも」をオープンし、甘さを引き出した濃厚な味わいの焼き芋を提供。規格外品は焼いてペーストに加工し、クレープやアイスなどの加工品も作っている。こうしてまずは個人消費者向けに販売を始めたが、最終的に目指しているのはBtoBだ。「産地化するには、やはり需要が必要です。クレープなどの加工品を作っているのは、サツマイモの活用例を模索し、取引先に見せるためでもある。将来的には加工品を広く全国に販売していくようになればと考えています」。

産地としての文化が育っていくことを目指して

販路開拓は長井代表が担当。店のオープン前からSNSを使い、農場なども含めて情報を発信してきた。そして「ぼくのさつまいも」オープンがネットメディアに取り上げられたことをきっかけにテレビなどから取材が相次いだ。そこから企業からの引き合いも舞い込むようになり、ペーストが大手乳業会社のデザート商品に採用されるほか、11月からは地域の名産品を集めて販売している「わくわく広場」(本社・千葉県)が展開する約50店舗で、冷やし焼き芋、焼き芋クレープ、焼き芋アイスが販売開始となる。

ベジタリアファーム新潟では現在1ヘクタールでサツマイモを栽培しているが、半年で使い切ってしまうことから、来年度は倍の2ヘクタールでの栽培を計画。

「砂丘地で作られる野菜はどれもおいしくて、砂丘地は新潟の農業の宝で

もある。その力を発揮させていくのに、サツマイモはとてもいい素材で、“焼き”という加工によって付加価値を高めていきたい」という長井代表。ここまで順調にステップを上がっているが、ここまででの戦略づくりはIT企業で培ってきた、データを蓄積し、分析しながら手法を作り上げていく経験にあるという。「新潟産サツマイモを全国へ発信していく中で、産地としての文化が根付いていってほしいと思っています」。

point

- 「焼き」に着目し、データに基づいた独自の焼き芋レシピを開発しマニュアル化。

- オープン前からのこまめなSNSでの情報発信やイベント出店を通じて、店の存在、商品を広くアピール。

- 産地になる将来像を持ち、加工品を活用したBtoB取引に繋げていく戦略を構築。

NICO活用ファイル

NICOクラブ会員はPR TIMES提携プログラムをご利用いただけます!

令和4年2月に、株式会社PR TIMES様とNICOが新潟県内企業等の広報活動の支援を目的とした業務提携契約を締結したことにより、NICOクラブ会員は、プレスリリース配信サービス「PR TIMES」提携プログラムが利用できるようになりました。新商品の発売や、新技術の発表など、貴社の取組をテレビや新聞、雑誌など幅広いメディアを通じて知っていただくチャンスです。ぜひ、ご活用ください。

●プログラムの内容／プレスリリース配信サービス「PR TIMES」の利用が、
開始希望日から6ヶ月間、3件まで無料

- 対象者／次の①～④の条件を全て満たす企業等であればご利用いただけます。
- ①企業、団体、個人事業主であって、「PR TIMES」の利用が初めてであること
 - ②NICOクラブ会員(年会費3,000円)であること
 - ③提携プログラム専用の申込みフォームより申し込みいただくこと
 - ④PR TIMESの定める審査基準・配信基準を満たすこと



[NICOクラブ会員専用] 提携プログラム専用申込みフォーム

「club@nico.or.jp」宛に、メール本文にNICOクラブ会員様の会員名(法人・個人)、ご担当者名、メールアドレス、連絡先(電話番号)を記載して、送信してください。NICOクラブ事務局より申込みフォームのURLを記載したメールをお送りします。

PR TIMESの概要については、
株式会社PR TIMESのホームページをご覧ください。
<https://prtimes.jp/service/>



NICOクラブでは、この他にも様々な会員サービスをご用意しています。
サービスや入会方法等についてはNICOホームページをご覧ください。
<https://www.nico.or.jp/nicoclub/#tb0>



PR TIMES提携プログラム 活用事例

木村綿業株式会社 「PR TIMES」を活用して、健康寝具「百歳」をPR!

Webマーケティング会社より「効率的により多くのメディアや消費者へ発信できるプレスリリースサービス」としてNICOクラブの「PR TIMES提携プログラム」を紹介され、利用しました。PR TIMESは簡単な操作で入稿でき、配信後のアクセス数等の分析データも見やすかったです。独自にプレスリリースを配信した時よりも反響が早く、情報の伝わる速さに驚きました。少ないながらも取材のきっかけになったことと、PR TIMES経由でのモニターやプレゼント応募者もあり、一般ユーザーにも広く情報が届いたことが良かったです。

配信日 ▶1回目 2022年6月29日「敷パッド」
▶2回目 2022年9月16日「掛ふとん」



今後の活用

新商品や新サービスの発表はもちろん、イベントの告知にも利用したいです。最初はニュース記事に結びつかなかったとしても、切り口を変えて何度か投稿を試みたいと思います。メディア掲載に繋がったものは、SNS等を利用して拡散し、営業資料としても活用ていきたいです。



健康寝具「百歳(敷パッド)」



健康寝具「百歳(掛ふとん)」

木村綿業株式会社 新潟市中央区白山浦2-23

TEL.025-266-1121 URL <http://nana-ho.co.jp/>

新事業展開

気になる
トピック



新潟県よろず支援拠点
コーディネーター

本間 大輔 氏

専門分野/
経営改善、ウェブ戦略

新潟県よろず
支援拠点への
ご相談は
こちらから



その事業は誰のためのもの？

初めての新事業展開。よし、今まで誰も作ったことのない画期的な商品を作ろう！ そう意気込む気持ちも分かります。ただ、事業が成功するかしないかは市場、つまりは顧客が決めます。どんなに画期的な商品でも、そこにニーズがなければ売れないでしょう。ここでは新事業展開における大事な考え方を紹介します。

例えば、皆さんの会社で新商品を開発するとします。そこには大きく分けると2つの考え方があります。



【プロダクトアウト】

自社の技術の優位性を活かした
商品・サービス開発
(製品のアイディア=研究開発)

文字通り商品を作って上市することを「プロダクトアウト」と言い、自社の技術の優位性を活かした商品やサービスの開発となります。商品・サービスのアイデアは、研究開発といえるでしょう。

【マーケットイン】顧客第一

顧客ニーズに合わせた商品・サービス開発
(製品のアイディア=市場調査)

市場(顧客)のニーズを把握し、そのニーズに合わせて商品やサービスを開発することを「マーケットイン」と言います。マーケットインでは商品・サービスのアイデアは市場調査となります。いわば顧客第一の考え方と言えるでしょう。

では、現代の市場においてどちらが受け入れやすいでしょうか？
それは、「マーケットイン」ではないかと考えます。様々な商品・サービスが世の中に溢れる中で、多様化する消費者のニーズをいかにしてつかめるかが、新事業展開を成功させるポイントとなるでしょう。

NEWS PICK UP

NICOの活動情報をお知らせします

■ 第4回次世代材料技術セミナーを開催しました

自動車や電気・電子部品、インフラ分野などの軽量化や高強度化等を実現するための革新的な技術として注目されている異種材料の接合技術(マルチマテリアル化)の実践的最新動向や開発事例を紹介するセミナーを9月29日に開催しました。国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)、新構造材料技術研究組合(ISMA)及び大阪大学から講師を招き、県内19社、2大学・2団体(計31名)から参加いただき、活発な意見交換が行われました。



■ 「メタレックスベトナム2022」にNICOブースを出展しました

県内企業の東南アジアにおける販路開拓を支援するため、10月6日(木)から8日(土)にベトナムのホーチミン市で開催された生産財の総合展示会「メタレックスベトナム2022」に県内企業3社と出展しました。

本展示会は3年ぶりにリアルでの開催ということもあり、会場にはベトナムを中心とした各国のバイヤーが多数来訪し、賑わいを見せしていました。

NICOブースでは精密計測器、作業工具、工業炉と三者三様の製品をアピールし、参加者からは「ベトナム市場の勢いを感じた。」「具体的な商談が進みそう。チャンスを逃さないように頑張りたい。」といった声が寄せられました。





『新潟親鶏』を使った自社商品で 新たなビジネスチャンスを

株式会社マルコ岩村 (小島グループ)

新発田市舟入1035 TEL.0254-21-1505
URL <https://www.kojima-g.com>



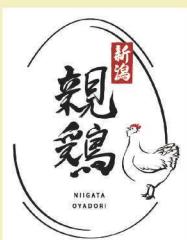
営業部 課長
木津 良氏

商品開発の支援では、ターゲットを絞り、コンセプトを明確にしたことが最終的に評価されたと思います。『新潟親鶏』をどれだけ多く使ってもらうかが目標。今後は業務用の販売にも力を入れていきたいです。

『新潟親鶏』は、若鶏よりも飼育日数が長く、弾力ある食感が特徴。脂のりがよく、噛めば噛むほど鶏肉本来の旨味を味わえる。国内流通量が少ないため希少性も高い。



活用した
支援メニュー



今年9月からイトーヨーカドー丸大新潟店で「新潟親鶏の炊き込みごはん弁当」を販売し、売上も好調。フードメッセinにいがた2021の出展をきっかけに、弁当の開発依頼があったという。

県産食品ブランド力向上支援事業「商品開発コース」

消費者・バイヤーから選ばれる付加価値の高い商品を開発するために、流通の専門家がアドバイスをしながら、コンセプトの検討から完成までを伴走支援する。



食品事業者向け「売上アップを目指す営業講座」

現役バイヤーであり、食品・流通業界での豊富な経験と指導実績をもつアドバイザーを講師に迎え、営業戦略や提案ノウハウを身に付ける講座。首都圏の小売店との実践商談も用意。



“親鶏でなければできない” 商品づくりに挑戦

牛肉・豚肉・鶏肉を使った食肉製品、惣菜の開発・加工・販売を手掛けるマルコ岩村。同社はNICOの「県産食品ブランド力向上支援事業(商品開発コース)」を活用し、小島グループが2020年に立ち上げたブランド『新潟親鶏』を使った商品開発に取り組んだ。「当社はPB・OEM品を中心に手掛け、オーダーメイドの商品を少ロットから製造できるのが強み。外食業界や生協、量販店、学校給食などの製品を開発していますが、自社商品はほぼありませんでした。そこで県産の親鶏を使い、付加価値を付けた加工品ができるかと考え、NICOの支援事業に応募しました」と木津課長は語る。

同事業では流通の専門家にアドバイスを受けながら、コンセプトの検討から開始。「当初は“親鶏という素材を使えば”というくらいの考えでしたが、アドバイザーの方と話す中で、付加価値を高めるには“親鶏でなければできない商品を作ろう”と決めました」。

試作と改良を繰り返し完成 首都圏への販路開拓を目指す

親鶏は若鶏と比べて弾力のある肉質で、旨味が強いのが特徴。その良さを活かしたいと、テスト商品を作り、現役バイヤーによる商品評価会に参加。



県内では五泉市の「エスマート」、新潟市の「ほんじゅ館」、「とんとん市場」などのファーマーズマーケットで販売されている。



ブランド立ち上げ後に都内の展示会に参加。

「1回目の評価会では全品ダメ出しされました。マーケティングの知識がなく、“どこに、何を売るのか”という視点が欠けていた。高級スーパー・百貨店など、こだわりのある店舗で採用されるには、価格設定含め、消費者のニーズに合わせた商品提案が必要だと気付きました。ここでの意見を参考に、商品を「かしわめし」「スパイシーチキン」「生つくね」の3品に絞り、材料を国産にし、味付けを変えて挑んだ2回目の評価会では、概ね高評価を得た。

さらに、完成した商品の販路拡大に向け、食品事業者対象の「売上アップを目指す営業講座」を活用。来年2月にはスーパー・マーケット・トレードショーの出展も決まり、首都圏などでの取引拡大を目指す。「かしわめしは、すでにスーパーのお弁当用に使われ売上の成果も出ているので、これからは小売りだけでなく業務用にも展開していきたいと思います。現在、NICOの別の支援事業にグループで参加し、開発ノウハウを学んでいる。『新潟親鶏』の良質な素材と製造スキルを基盤に、新たな商品開発、ビジネスチャンスに繋げていく。

● NICOの支援を利用して良かった点は？

PB・OEM商品では依頼主の要望をいかに具体化するかが主な仕事なので、一般消費者のニーズに応える“マーケットイン”的ノウハウを持っていませんでした。今回の商品開発支援では、マーケティングを基礎から勉強して面白いと感じましたし、開発の知識も増えました。この経験をほかの取引にも活かせるのではないかと思います。また、営業講座では効果的なPOPやプライスカードの作成方法を教わり、小売店でのBtoC展開においても役に立ちました。



活躍する「人」に
インタビュー

Niigata
モノ・コト
創造人☺



新潟亀田 わたご酒店

店主 寺田 和広 氏

大学を卒業後、酒の卸問屋・日本酒類販売(株)に就職。次第に地酒の魅力にのめり込み、東京の酒店「今田商店」へ転職。2017年に新潟へUターンし、母方の実家であるわたご酒店の店主となる。イベント企画、セミナーなど講演も多数。



“Fun to Drink; (楽しく飲む;)”がテーマ。 みんなが楽しめる場所づくりをしたい

わたご酒店は、東京で酒業界に携わっていた寺田氏が、祖父母が営む酒屋を「なくしたくない」との思いから、家族の反対を押しきり継承。以来、日本酒のサブスクサービスや、地域を盛り上げるイベントなど新しい企画を次々と打ち出し、話題の店となっている。

Q1 わたご酒店のコンセプトは?

2020年から「Fun to Drink;」をスローガンに掲げ、何よりも「楽しく飲む;」ということを大事にした店づくり、サービスを展開しています。商品のメインは日本酒のため、お酒自体にこだわるのはもちろんですが、お酒を飲む前も飲んだ後も楽しくなる提案をしていきたいという思いから、箸や酒器、雑貨、野菜などの商品を取り扱っています。

Q2 イベントも開催していますね

店舗では、キッチンカーを呼んで「ノキシタマルシェ」を開催しています。また、これからは酒屋に来てもらうだけでなく、店舗のある新潟市江南区の亀田エリアに楽しい場所を作っていくこと、亀田

エリアが魅力的になることで地域を目当てにお客様が集まることが重要だと思い、亀田公園で“新潟の食と農を楽しもう”をテーマにした「Farmers and Kitchen」というイベントを2020年から開催しています。

Q3 新しい企画の発想は どのように生まれるのですか?

新しいものを生み出すというよりも、「素材」をどう見つけるかということですね。こうした情報は待っていても集まることないので、まず飲み会を開きます。町の人や農家さんと一緒に飲みながら、「このことを解決したい」「あれが面白いよね」「じゃあ、こういうことをしようか」という話になってくる。例えば、亀田公園は新潟駅から2駅の亀田駅から歩いて行けて、広

仕事をする上で 大切にしていること

「結果を出す」ということです。いいサービスを提供したい、地域の人たちに楽しみを提供したい、ではなく「提供する」。「したい」と「する」は全く違っていて、「したい」というのは誰もが思うこと。結果を出すために何をすればいいかを考え、そこに向かっていくことが大切だと思います。



地酒専門店として、新潟をはじめ全国の酒蔵から選定した日本酒が揃う。新潟の蔵元と県出身若手画家とのコラボレーションから生まれた日本酒“アール・ヌーヴォー”など、オリジナル商品も魅力。



雑貨や調味料、お菓子、量り売りする洗剤など、こだわりの商品も販売。お酒に興味がある人も、ない人も一緒に楽しめる店を目指している。

さもある。すごくいい素材です。その素材をどう使うかという話を皆でして、「東京の代々木公園みたいに大勢の人が集まって賑わう場所になるといいよね」ということで生まれたのが、「Farmers and Kitchen」だったんです。

Q4 今後の展望を教えてください

私たちは「地酒専門店」と「まちの酒屋」という2つの柱で店を運営しています。「地酒専門店」は、地酒の良さを伝えていくことが目的。毎月2本の日本酒を送る“サブスクサービス”もその一つですが、今後も新しいアイデアを使って魅力を伝えていきたいです。

そして「まちの酒屋」は、町や人の情報を集めてイベントやモノづくりに昇華していくことを目的にしています。みなさんと交流しながら課題や素材を見つけて、埋まっているいい“素材”を掘り起こし、それを調理していくことを今後も進めていこうと思います。



亀田公園で開催される「Farmers and Kitchen」には、地元農家の野菜、スイーツ、雑貨などのショップ、多彩なグルメが楽しめるキッチンカー、ワークショップの店などが集結。地酒やクラフトビールも味わえる。

新潟亀田 わたご酒店

新潟市江南区亀田四ツ興野2-3-3 TEL.025-382-5777
URL <https://watago-sake10.jimdofree.com/>

イイモノ商談会

おススメしたくなる
メイド イン 新潟

アウトドアを 楽しむために考えた道具

KOGUスパチュラナイフ

価格 ¥2,420(税込)

しなる刀身、ハンドルの厚さ、刀身の長さにこだわりました。ハンドルを接地して切り込むと6枚切りの食パンの真ん中をカットでき、具材をサンドできます。刃先がテーブルにつかないで、ジャムやバターがついたナイフも気にせず置くことができます。

KOGUホットサンドナイフ

価格 ¥3,850(税込)

先端の波刃でホットサンドもやわらかい食パンもつぶさずカットできます。刃元の直線刃を使えば、果物の皮もスムーズに剥くことができます。



NICO編集部の

おすすめポイント

スパチュラナイフは、刀身を薄くすることでヘラのようにしなり、パンをカットした後にそのままジャムやバターをすくって塗ることができます。ホットサンドナイフは、波刃と直線刃の2種類の刀身形状で、パンもフルーツもきれいにカットできるのが魅力です。専用カバーをそろえて、アウトドアにも持っていきたい商品です。



ホットサンドナイフ

スパチュラナイフ

Point
1

しなる刀身は、ヘラのように使えるため
ジャムやバターが薄く塗れます。



Point
2

6枚切りのパンの真ん中をカットでき、
具材をサンドできます。



Point
3

専用カバー(別売)と一緒に揃えれば、
アウトドアなどへの持ち出しにも便利です。



下村企販株式会社

燕市小池4803-4
TEL.0256-64-5588 FAX.0256-64-5064
URL <https://www.simomura-kihan.co.jp/>

購入先情報 エルレルショップ

<https://www.rakuten.ne.jp/gold/simomura-kihan/>



スパチュラナイフカバー
990円(税込)

ホットサンドナイフカバー
1,320円(税込)

人材開発支援助成金対象



こんな方にオススメ

- IT人材が不足している企業
- スキルアップしたい方
- 新事業を社内で立ち上げる役割の方
- 社内DX化を推進させたい企業

お申込み方法

QRコードまたはメールにて必要事項ご記入の上お申込み下さい。

お申込み QRコード



メール申込み

【必要事項】

- ・会社名
- ・電話番号
- ・担当部署 / 役職
- ・質問事項 (知りたい事・お困り事)
- ・お名前

thesasti.klm@gmail.com 担当者:相場

実務経験を活かす IT人材育成研修 説明会

未経験からITスキルを学ぶ
実践型プログラミングシステム
「Proclimb」について説明

開催日 12月8日木曜日

開催時間 13:30-15:00

会場 セミナーホール
県央ランドマーク1F

つばさ税理士法人 KENOH LANDMARK

県央ランドマーク株式会社 /The Sasti

お問い合わせ先 TEL 0256-66-3450 Email thesasti.klm@gmail.com
〒959-1234 新潟県燕市南7丁目17番9-1号 県央ランドマーク2F



パートナーズプロジェクト®

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!

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

お問合せフォームより →
お気軽にご相談ください。

TEL:0258-36-2685
E-mail:pro@3d-m.jp

でも受付けております。



セミナー情報

新春講演会開催決定!!

日時: 2023年2月3日(金) 15時開演(予定)

会場: ホテルニューオータニ長岡

詳細は12月より弊社ホームページなどで
お知らせいたします

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 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 ➔



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(株主構成の是正、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



コロナ融資の返済がスタートしたら返せるだろうか?

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



5つの枠を
埋めるだけ

シミュレーション結果
資金残高が減少していた場合



どうする?

シミュレーションを
利用した方に ▶▶▶
特典

成長経営
ガイドブックデータを
無料プレゼント

是非お試しください!



資金残高を
プラス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 | 变動費を見直して
原価を下げる | 固定費を見直して
経費を下げる など

資金繰りや
経営のご相談は

毎月開催 9:30~16:00

「将軍の日」セミナー

経営者が経営戦略をじっくり考える1日「将軍の日」をきっかけとして課題を解決し、黒字化を達成している企業が複数あります。ご相談等お待ちしております。

お申込み・
支援内容はこち



「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