

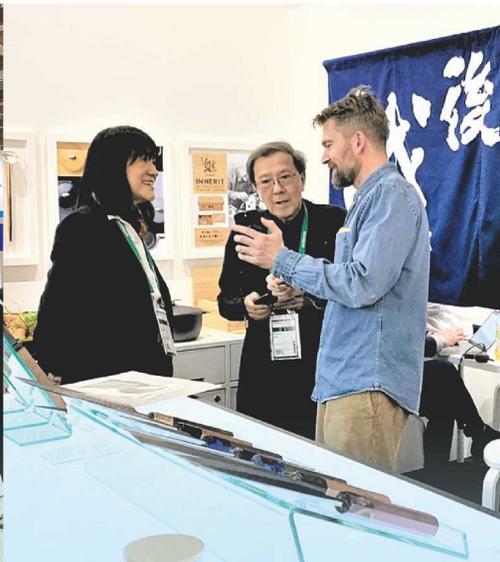
企業のチャレンジを応援する  
ビジネス創造誌

# NICOpress

公益財団法人にいがた産業創造機構 vol.189

特集

## 今こそ海外展開



2023

8・9

### 巻頭インタビュー

独立行政法人  
中小企業基盤整備機構

秋谷 憲夫 氏

### 事例企業

- ▶ 王紋酒造株式会社
- ▶ 株式会社角利製作所
- ▶ 株式会社タナベ

### 連載

[NICO支援メニュー活用企業]  
株式会社アドレック

[Niigata モノ・コト 創造人]  
株式会社リトモ  
熊倉 誠之助 氏



少子高齢化や人口減少が続く日本では、今後も国内市場の縮小は避けられない。中小企業がこれからの事業発展を考える中で、海外市場の需要にアプローチすることは一つの方法だ。自社にとってはハードルが高いと考える中小企業も多いが、時代は変化してきている。ミャンマーやタイ、リビアなど5か国駐在の経験を持ち、現在は中小企業基盤整備機構(中小機構)で国際化支援のアドバイザーを務める秋谷氏に海外展開に向けたポイントについて話を伺った。

## オンライン環境が整い、 円安の今は絶好のタイミング 目を向ければ、海外市場への扉は開いている

### 独立行政法人 中小企業基盤整備機構

販路支援部 中小企業アドバイザー  
(国際化・販路開拓)

#### 秋谷 憲夫 氏

総合商社に34年間勤務し主に石油製品、LNG等を担当。ミャンマー、シンガポール、タイ、サウジアラビア及びリビアの海外駐在経験あり。ミャンマー、サウジアラビア、リビアでは、場所長として石油、機械、化学品、食料品等の商品群を統括した。現在、中小機構の国際化・販路開拓分野のアドバイザーとして、海外子会社事業再編、海外進出支援事業等の支援を担当。中小機構は全国に約3,000名の専門家を配置、その内約100名の海外在住者を含む約300名の海外展開支援専門家が経営課題に応じた支援を実施している。



### 国もプロジェクトを組んで 新規輸出を支援

私は中小機構で中小企業の海外展開支援に携わって12年目になりますが、最初の頃は海外拠点の設立や海外子会社の事業再編といった事案を担当しました。最近はやはり円安の影響が大きく、越境ECの相談も増えています。

国も新たな輸出産業を育てようと考え、力を入れており、昨年12月から経済産業省、中小企業庁、JETRO、そして中小機構の4者が一体となって「新規輸出1万者支援プログラム」に取り組んでいます。これは新たに輸出に取り組む事業者の掘り起こしを目的としているものです。海外に目を向けて、取引を始めてみようかと考えている中小企業を支援する形ですね。

相談に来られる方の中には個人事業主も多いですし、来月起業するという方もいる。輸出の知識がゼロからスタートする方にも、このプログラムや中小機構のハンズオン支援、NICOのような各地域の支援機関のサポートで

道が拓ける環境が出来上がっていると思います。

今は、例えばアメリカのAmazonといったオンラインショッピングモールに出店すれば海外販路は作れるわけで、国境は無くなっていると言っている。社内人材がいなくて二の足を踏むかもしれませんが、プラットフォームを利用したり、専門商社と組んだりすることで人材がいなくても挑戦はできます。中小企業の場合は、最初から自力で全てをやらうと考えず、周囲の支援やサービスを利用していくのが良い方法だと考えます。

### ジャパंकオリティへの評価は 変わることなく高い

海外進出の方法としては、日本のメーカーのものづくりは海外で戦えるということで、まずは海外に拠点を設けて出ていくというのが一つの基本的な形です。

一方で、シャインマスカットなどのプレミアムな果実や米、日本酒などの食品を含む、日本産のモノについてもジャパंकオリティが浸透しています。インバウンドでも日本の商品は人気がありますが、これは確かな品質に加え、円安の影響でとてもお得に購入できるからです。だからこそ、打って出るならこの円安の機会を逃すのは惜しいと感じます。

一方で円安だから輸出すれば必ず売れるというわけでもありません。売りたいものに対して、何が強みで何が弱みか、競合他社は日本ではどこか、海外ではどこがライバルになりうるかという基本の市場分析から始まります。一番重要なのは自社の商品価値が海

外でどこまで通用するかという見極め、客観的な視点です。

また、食品関係を含めて、輸出をするとなると商標権の問題があります。こうした知財戦略については、頭の片隅に置いておく必要があります。売れるか売れないか分からないうちから多額の費用を出して商標登録するのは中小企業にとっては厳しいと思うので、最初はそうしたリスク管理が必要であるということ意識しておくといよいでしょう。

### 成功のポイントは「商品力」 海外市場の判断を仰ごう

成功するかどうかのポイントは、まず経営者のやる気があるということが絶対条件なので、それを前提とすると「商品力」。その商品に魅力があるかどうかです。ただ、それを判断するのは我々のような支援チームではなく、市場なので、最初は現地の意見をリサーチすることが重要になります。例えば、我々中小機構であれば、販売希望国の小売業者や卸売業者、セレクトショップのオーナーといった人と面談し、商品に対する魅力や欠点、どこを工夫すればいいか、という話を聞く機会を設けています。

それらの意見を受けて、どうするか

を企業側に判断していただく。商品をブラッシュアップできるかどうかも重要です。最初から全てそのまま海外市場で受け入れられる商品はまず無いですね。

海外の展示会に参加できるのであれば、バイヤーに商品を認知してもらって、市場に受け入れられる商品かどうかを見極める機会にしてほしい。ジェトロがサポートしていますし、補助金なども利用して、積極的にトライするといよいと思います。

また、近年は新たに海外挑戦する企業が増えたこともあり、特定の国を対象としない相談が最も多いですが、次いで相談対象国として多いのがアメリカやベトナムです。アメリカは完成されている商品を輸出する市場としては一番門戸が広い。一方、ベトナムは工業団地の進出が多いです。東南アジアの中で工業団地進出の優遇策の条件が最も良いのがベトナムというのが理由です。

### 将来を見据えて 海外での可能性を試す

輸出を行う場合は、相手国のパートナーの存在が重要になります。展示会に出て、あたりかまわず名刺を配っ

て、なんでもかんでも見積りを出すというのは良くない。そこに販売戦略は無いですし、話が早そうでリスクが高い。そのような商売をやってはいけません。支援機関が現地商社などのリストを持っているので、それを参考に取引先を検討する方法もあります。

小規模企業であれば、最初は専門商社に任せるのもよいと思います。代金回収を含めたリスクヘッジができますから、適切なコミッションを払って利用する価値はある。その後、輸出が増えていった段階で次のステップを考えればよいと思います。

最近では、ベトナムから来ていた技能実習生の帰国に合わせて現地に子会社を作ったり、留学生を採用して成長した段階で現地に工場を作り、その人を工場長にするといった長期視点で海外戦略を行っている経営者もいます。日本は働き手も需要も減っていくのは間違いないので、海外に出て可能性を試すことは必要だと考えます。

コロナ禍によってオンライン環境が整ったことで、海外への挑戦は、現地市場調査や商談の面で効率が悪くなり、成果が出しやすくなってきました。現地市場調査に行く前にWeb面談で取引先側の状況が把握できるので、パートナーとなる候補を絞り込んで会いに行くことができます。

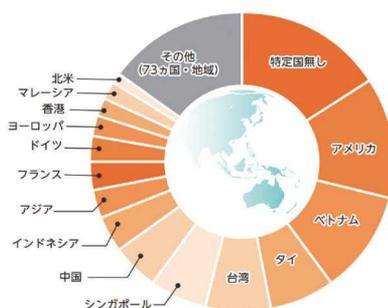
輸出を始めるには、今は良いタイミングだと思います。我々中小機構やNICOに相談いただきながら、ぜひ前向きに考えていただければと思います。

### POINT

- ▶ 国や支援機関の公的支援などを積極的に活用する。
- ▶ 商品の魅力が海外で通用するの  
か、まずは現地の声を聞く市場調査を行う。
- ▶ 輸出を始めるには良いタイミング。  
将来を見据えて海外での可能性を  
前向きに検討してもらいたい。

### 中小機構「海外展開ハンズオン支援」 相談対象の国・地域割合（令和4年度）

2022年度に中小機構が実施した海外展開ハンズオン支援では、輸出や取引相談を希望する対象国において「特定国無し」が1位に。輸出初心者の相談が多いことがデータに表れている。



### 新規輸出1万者支援プログラム

これまで輸出を行ったことがない中小企業・地域企業でも、その準備や具体的な商談・輸出を速やかに進められるよう、経済産業省、中小企業庁、ジェトロ及び中小機構が連携しサポートするプログラム。

新たに輸出に挑戦する事業者の掘り起こし、専門家による事前の輸出相談、輸出用の商品開発や売込みにかかる費用への補助、輸出商社とのマッチングやECサイト出展への支援などを一気通貫で実施。

詳しくはこちら → <https://www.jetro.go.jp/ichiman-export/>





杜氏の田中専務(写真左)と輸出部門の担当者。「五階菱」では王紋酒造の各銘柄や限定酒を試飲できる。「五階菱」は今年開館した「蔵春閣」をはじめ新発田の歴史文化を体感できる観光エリアにあり、クルーズ船の寄港地観光スポットとしても賑わっている。

## 海外の嗜好に合った 味わいの酒と飲み方提案で 市場を拡大

昨年、体感型の酒蔵見学が楽しめる「体感型酒蔵リゾート五階菱」をオープンし、観光と誘客のアピールに力を入れている王紋酒造。一方、約20年前から日本酒の海外輸出に取り組んでおり、現在はアメリカ、オランダをはじめ12か国と取引がある。販路が生まれたきっかけの一つは、当初国内では注目されなかった低アルコール銘柄の存在だった。

### 王紋酒造株式会社

専務取締役 杜氏 田中 毅 氏

新発田市本町1丁目7-5 TEL.0254-22-2350

URL <https://aumont.jp/>

#### アメリカの市場で 低アルコール銘柄がブレイク

「日本酒ブームと言われて随分経ちますが、アメリカにしてもアジアにしても、市場はまだまだ広がっている感じがあります」。そう話すのは、自らも現地に足を運び、海外における日本酒市場を体感している王紋酒造の杜氏、田中専務だ。同社では現在、売上の約15%が海外への販売で、販路があるのはアメリカ、アジア、ヨーロッパの12か国。海外販売の始まりはアメリカからだった。

「日本の商社から声をかけていただいたのがきっかけでした。当社の低アルコール酒の『かれん』の甘酸っぱい味わいが現地で好まれたことから販売量が増えていきました。当時、国内では売れ筋ではなかった商品だったので、面白いものだと感じましたね」。

その後、海外販売の難しさも味わう。アメリカの別の商社とも取引を始めたところ、最初の商社が手を引く形

になった。「後発の商社も最初は売り上げが良かったのですが、3~4年で扱いが減っていった。しかし、その様子を見ていたのか、最初の商社が再度、取り扱いを始めてくれて、アメリカ市場が復活しました。ライバル商社と取り扱う商品が被ることを嫌がる傾向があるので、一つの国に一つの商社で取引を進めていくことが大事だと学んだ経験ですね。しかし、台湾からは他社と同じ商品でもラベルを変えて販売できませんか、という問い合わせが来たりするので、一概には言えず、難しいものです。いずれにしても海外展開ではパートナーとの関係性の構築がとても重要だと思います」。

#### 支援機関のサポートを活用 商談用の英語版ツールも作成

現在、海外業務は社員3人がメインで担当し、うち一人はイギリス人を採用している。貿易についての社内体制を強化するため、JETROの輸出に

関するセミナーや人材育成事業などに参加。その際、商談用のツールを作成することを勧められた。「最近オンラインでの商談が増えたため、画面共有で見ていただく説明用の動画が必要でした。英語版の会社案内、商品紹介のパンフレットなどの商談資料も作成しました」。最初は自力で作ったものの上手く進まず、令和4年度のNICOの「食品の『輸出チャレンジ講座』」に参加し、専門家のアドバイスを受けて完成させたという。

取引先を開拓するきっかけとしては商社からの紹介や、JETROの商談会での出会いが多く、近年は展示会への出展も始めた。アクションがあった取引先に担当者がきめ細かく対応し、少しずつ販路を拡大している状況だ。またIWC<sup>(※)</sup>などの国際コンクールでの入賞も、海外での認知度を上げるには有効だという。

海外で販売している商品は『夢』をはじめ、純米酒の比率が高い。これは国によってアルコール添加されたアルコール度数の高い酒は輸入税等



海外輸出している商品群。写真左の『かれん』シリーズは8~11%の低アルコールでリキュールを含めた5商品を展開。中央の『王紋 大吟醸 極辛19』はハイボールやロックでの楽しみ方を提案し海外でも人気だ。高級感のある赤いパッケージは台湾など中華圏向けのギフト素材としてデザインしたもの。



オンライン上の商談で商品の魅力をより丁寧に伝えるため、海外商談用に英語版の会社案内やカタログ、PR映像を制作。



フランスの日本酒コンクール「Kura Master 2023」で『夢 純米大吟醸』が金賞を受賞するなど、アメリカ、スペインほか数々の日本酒コンクールに入賞。審査員には一流ホテルのトップソムリエやレストラン、ホテル関係者など飲食業界のプロが集う。海外のさまざまなコンクールの入賞歴が、知名度アップや取引拡大にもつながってきた。



オープンから1周年を迎えた「体感型酒蔵リゾート 五階菱」は、旧仕込み蔵を利用した幻想的なプロジェクションマッピングや土蔵を利用したカフェなど歴史ある蔵の空間をまるごと楽しめる。文化庁が推進する「日本博」の参画プロジェクトに認証されている。

※「日本博」:「日本の美」を国内外へ発信し、次世代に伝えることで、更なる未来の創生を目指すことを目的として文化庁が推進するプロジェクト

が高くなるためだ。また、オランダの場合はアルコール度数によって税金が変わり、15度以上の商品は酒の専門店ではしか販売できない。輸出にあたっては、国によって異なる酒類の規制など税制度をしっかりと理解することが必要だが、各取引先とのやりとりの中で学びながら、情報を収集しているという。

### 更なる海外販路拡大と 国内の酒蔵観光を伸ばす

販売国の中ではアメリカ、オランダでの取扱量が多く、オランダは現地の輸入会社と直接取引を行っている。「海外では国内でも有名な銘柄の日本酒をよく見かけますが、『新潟の酒』もある程度ブランドが浸透してきている感覚はある」と田中専務。現地を訪問する際は日本食レストランへ行き、取扱い銘柄をチェックしているが、日本や新潟の有名銘柄が多く扱われている印象があるという。

また、海外でははっきりとした香りと旨みがある酒が好まれ、シンガポール

やマレーシア、台湾などは梅酒やゆず酒といった甘い酒が人気の傾向がある。王紋酒造は昨年、NICOが行った「シンガポール食品テストマーケティング事業」にも参加。参加した商品の中でも『純米かれんシルク』と『王紋 大吟醸 極辛19』が好評だった。その後、テスト販売に携わった、海外販路開拓や流通を支援する商社との取引も成立。これから現地でオープンする新店舗の、世界の食品を扱うフロアで販売される予定だ。

また、日本酒をカクテルベースにした楽しみ方も広がっている。「『王紋 大吟醸 極辛19』は炭酸水と合わせてハイボールにする飲み方が好評です。そこに柚子のリキュールを少し入れて試飲に出すと、セットで売れることもあります。蔵人はトニックウォーターを合わせてもおいしいと話すので、海外でも新しい日本酒の飲み方を提案したいと考えています」。

現在、取引先の開拓は展示会等を通じて現地のニーズにアンテナを立てながら進めている。「先日参加した東京ビッグサイトでの展示会で、フランスでの日本酒人気が高まっており、手土

産にワインより日本酒を持っていく方が喜ばれるという話を伺い、開拓を検討しています」。

王紋酒造は昭和初期に4代目がドイツ留学した際、ヨーロッパの王族や紋章に憧れを抱いたことから、銘柄を「王紋」に変更したというエピソードを持つ。「その頃から海外とのつながりが生まれていたと考えれば、こうして海外に販路を拡げていくようになったのも必然かなとも思えますね」と田中専務。今後も輸出と、「体感型酒蔵リゾート 五階菱」をきっかけとした国内のさらなる需要強化、酒蔵への観光客の誘致をテーマに、挑戦が続いていく。

### POINT

- 各国におけるパートナー会社との連携を大切にする。
- JETROやNICOの海外展開支援事業を活用し、貿易に関する社内体制を強化。
- 海外で好まれる味や飲み方をリサーチし、商品戦略を練る。



ドイツの取引先企業に1年半勤務していた加藤常務。「ドイツでは道具の経年変化を楽しむために、鋸の柄などは濃い色合いが好まれること、道具を代々引き継ぐという観点で、価格が高くても、良いものを長く使いたいという価値観を持つ人が多いことが分かり、その後の開発に役立ちました」。検品を担当した経験から、品質に影響する輸送時の梱包には特に配慮するようになったという。

## 日本の刃物道具の品質と 各国のニーズを融合し 世界市場を開拓

大工道具、刃物道具の卸会社として1946年にスタートし、その後、信頼性の高い自社商品の製造を目的に1972年に独立した角利製作所。創業初期より海外展開に取り組み、取引先のニーズに応じた商品開発に力を注ぎながら、現在世界10か国以上に販路を拡げている。

### 株式会社角利製作所

常務取締役 加藤 克宏 氏

三条市西本成寺2-3-53 TEL.0256-35-1115  
URL <https://kakuriworks.jp/>

#### 東南アジアの展示会をきっかけに 各国からの受注が増加

大工道具のノミ、カンナの金属部分の製造を主力とする角利製作所。伝統的な日本の大工道具作りの技術を基盤に、海外のユーザーが求める商品開発にも力を入れる同社は、40年以上前から地道に海外販路を開拓。近年の売上は70～80%を輸出が占めている。

海外進出のきっかけとなったのは、1978年にシンガポールとタイで開催された展示会への参加だった。「当時は輸出の経験がほぼなく、現地のバイヤーからノミを2,000本発注したいと言われても、社長も即決できなかった。日本で検討して返事をすると伝えたが、周囲から“すぐにOKしたほうがいい”と言われ、翌日連絡したそうです。しっかり値引きを要求されたのですが、これを機に開発したばかりの西洋ノミの輸出が本格的に始まりました」と加藤常務。この展示会に関

西の工具輸出商社の目にとまり、販路が拓かれたほか、欧米からの直接貿易の引き合いも増え、各国からの受注が増加した。

海外進出が軌道に乗り始めた要因には、価格の優位性もあった。当時、同社の西洋ノミは欧米並みの品質でありながら価格が約2割安いことから、多くの海外業者に評価され、有名メーカーのOEM生産が増大。一時は42万本もの注文があったという。取引先から求められる均一した品質が保たれるように機械設備も整えた。ところが1985年のプラザ合意によって円高が急速に進み、輸出が不利な状況になる。「1ドル240円が2年後には120円と、ドル換算で一気に5割も高くなり、注文が激減しました。わずかに続いていたアジアのお客様からの注文で何とか輸出を止めずにすみましたが、そのときの経験から、苦しい時でも継続した取引ができる生産体制や商品力、お客様との信頼関係を築くことの重要性を感じました」。

#### 独自の商品開発ヘシフト

低迷が続くなか、ドイツでバイオリンの部材や専用工具を扱う老舗工具店の4代目との出会いが、大きな転機となる。「燕三条地場産業振興センターの方から社長に電話があり、ノミが欲しいという方が来ているから会ってほしいと。そこで西洋式のノミを紹介すると、“伝統的なノミが欲しい。日本にはこんなにいいノミがあるのに、なぜ西洋のコピーを作っているんだ”と言われてたそうです」。日本の高品質な道具が求められていると知った社長は、三条の職人と商品を丁寧に紹介した100ページもの提案書を作成し、ドイツに郵送。その後2年経過して大きな注文につながった。

この取引を機に、伝統的な日本の製法で、欧米ユーザーが使いやすい道具を独自に開発。角利製作所と銘打ったアイテムが掲載されたドイツの工具店のカタログを見た他国からも問



「鍛流のみ」は、西洋式の形をしながら硬い鋼と柔らかい鉄を合わせた日本式の技術で作られたハイブリッド洋ノミ。最高級刃物鋼「青紙」を使いながらも研ぎやすく、ノミの裏面は西洋式のように平らになっている(写真上)。



同社の代表商品である「百年物語」で開発した「角利替刃式細工鋸」(写真上)は、専門家の助言により、柄のデザインに沿って赤檜の美しい木目を出すために材料の使い方を調整している(写真左)。95点の品質を100点まで高めることは容易ではないが、その後の評価につながり、効率や採算を考えるよりも大事な価値があることを学んだという。



刃の研磨は機械加工での量産体制を整えつつ、最後の仕上げは熟練工による手作業。パーツ加工は協会社へ委託しながら、豊富なラインナップの大工道具を製造している。



2023年はドイツのアンビエンテと上海国際五金展に参加。



「ニイガタIDSデザインコンペティション2023」でIDS賞を受賞した、角利ジュニア向け木工道具セット「INHERIT 継 [Yuzuri]」。作品づくりの楽しさを継承していく道具として、ドイツでの販売を予定。

い合わせが来るようになり、販路が拡大していった。現在、木工職人が多く道具への要求度が高い欧州向けの高級ラインから、量販店で販売される低価格帯のアイテムなど幅広く展開している。「全ての商品を高級品にするというのではなく、その国の市場に合った、お客様が求める品質、価格帯のアイテムを情勢に応じて提案できることも大切だと思います」。

の顔を見れば感情も伝わりますし、市場のニーズもつかみやすい。クレームを聴く場合も現物を見ながら問題を話し合うことで安心していただけます」。

### 市場に選ばれる商品作り ブラッシュアップの重要性

これまでの経験から「他社や他国のメーカーと似たような商品を作るから不要な競争にさらされるのであり、我々にしか作れない独自の技術と経験を活かした商品が作れば不要な競争を強いられなくて済む。ただし、日本でのモノづくりというものを裏切らない品質と魅力あふれる独自の製品でなければならない。」ということを痛感し、独自のモノづくりを追求する同社はNICOの「百年物語」にも参加する。

2005年度に開発した「鍛流のみ」は、切れ味はもちろん研ぎやすく、赤檜を使用した握りやすいハンドルが特長。ドイツの見本市アンビエンテで発表し、イタリアとドイツで採用された。さらに2007年度には、オリジナルの鋸シリーズを開発する。「展示会に出した時点での商品は粗削りだったり、現地の要望にマッチしなかったりするこ

ともあるので、すぐに量産しないで”ブラッシュアップ”することの重要性をアドバイザーの方々から学びました」。当初4種類だった鋸は、ドイツのマイスターからの助言を受け、その後11種類に増えて再デビュー。ヨーロッパをはじめアメリカ、オーストラリアにも販路を拡げている。

「費用も時間もかかる開発と、初期段階の展示会でのPRを含め、NICOの支援をいただけたのはありがたかったです。百年物語で最高級の品質に挑戦したことは、当社の世界市場の開拓にとっても重要だったと感じています」と加藤常務。これからも顧客との信頼関係を築きながら、同社にしかできない大工道具を提供していく。

### 直接商談することの大切さを 再認識

現在は、直接貿易と間接貿易を合わせて10か国以上へ輸出を行う。基本的に取引は1国1社と決め、価格競争を避け、顧客との太いパイプを作ることが重視している。「時差がある取引先からのメールにもその日のうちに必ず返事し、クレームに対しても公的機関で検査した結果をもとに説明するなど、対応を徹底してきたことも海外に販路を作ることができた理由の一つだと思います」と加藤常務。さらにコロナ禍を経て、各国のバイヤーと直接会って商談することの大切さを実感しているという。「難しい交渉事もお互い

### POINT

- 伝統的な日本の製法で海外ユーザーに使いやすい道具を開発。
- 顧客と直接会って商談することを重視。現地で市場の雰囲気をつかむ。
- 世界の市場に通用する商品力を磨き、選ばれるメーカーに成長。



田辺社長は人材不足の問題について「海外に目を向けるだけで解決するわけではない」と力を込める。「福利厚生充実、就業規則の改定も含めて、DXを進めなければならないと考えています。まずは社員や海外の人が気持ちよく働ける現場の環境を整えることが重要だと思います」。

## 高い技術力と 変化する時代への適応力で 世界各地に取引先を拡大

1922年創業のタナベは、「熟技術と自動化 (FA) 技術で人と地球にやさしいものづくりを」をテーマに各産業分野に電気炉などの生産設備を提供。国内はもとより海外への納入実績も豊富で、北米、南米、アジア、欧州、アフリカなど世界中に販路を拡げている。海外展開に対する考え方や今後の展望を聞いた。

### 株式会社タナベ NICOクラブ会員

代表取締役社長 田辺 郁雄 氏

糸魚川市大野978 TEL.025-552-1601

URL <http://tanabe-co.co.jp/>

#### 1970年代から海外進出 時流に合わせて柔軟に変化

工業炉や溶融炉などの電気炉を設計・製造するタナベ。工業炉はリチウムイオン電池などの原材料となる特殊粉体の焼成・乾燥に用いる「ロータリーキルン」が主力製品だ。溶融炉は有価金属の回収リサイクルや、鋼・ステンレスなどの溶融還元処理に用いられる。同社の溶融炉は、高度成長期の1950～60年代に国内市場でシェアを拡大。全国にひと通り行き渡ったことを受け、70年代頃から海外進出を始めた。

「アメリカ・ユニオンカーバイド社の合金鉄炉を受注したことをきっかけに、海外のお客様に認知していただけるようになりました」と話す田辺社長。大手総合化学工業メーカーとの取引は大きな注目を集め、スペイン、ソビエト(当時)、ブラジル、南アフリカ、インドなど各地に顧客が増えていった。「経営学者のピーター・ドラッカーは『企業

は環境適応業だ』と言っています。例えばソニーはラジオから始まり、ウォークマンやゲーム機など時代に合わせて変化していきました。当社も他社製の炉のメンテナンスから始まり、『自社で炉を作ろう』と開発。さらに炉に材料を運ぶコンベアーなどの周辺設備、環境リサイクル関連と、時代のニーズに合わせて変化してきました」。

事業展開で重要視するのは、「モノ」ではなく「技術や概念」を軸に考えることだという。「炉を作るメーカー」といえばそこで完結してしまうが、「熱に携わる」という概念で考えると幅が広がる。「極端に言えば、熱に関連して当社がパンを作っても良いわけです」と田辺社長。自分たちの技術が時代のどんなところにマッチするのか、どんな課題解決の役に立てるのか、柔軟な捉え方がイノベーションを生み、世界で認められる企業として成長を続ける土台となっている。2023年2月には経済産業省の『第56回グッドカンパニー大賞 優秀企業賞』を受賞した。

#### 「攻め」と「守り」の海外展開を 目的に合わせて両立

「私は『攻め』の海外展開と『守り』の海外展開があると考えています」と田辺社長。攻めの海外展開は、新たなマーケットの活路を海外に見出すこと。一方で守りの海外展開は、日本の深刻な人口減少、とりわけ働き手の減少と深く関係する。日本の18歳人口は1992年の205万人をピークに下がり続け、2023年は112万人に落ち込んでいる。「人材不足に関して、製造業は『機械を入れて自動化すればいいじゃないか』と言われるますが、すべての作業を自動化できるわけではありません。ライン化するほどの量やマーケットがない場合もあります。『それなら海外から人を連れてきては』となりますが、円安の今、外国人の若者から見て日本が果たして魅力的かどうか。さらに彼らはスキルアップのために転職し、自国に帰る可能性が常にあります。ではどうするか。今のものづくりを絶やさず守るため



電気自動車の普及からリチウムイオン電池の原料となる特殊粉体(機能性粉体)を焼成する外熱式ロータリーキルン(回転炉)の需要が世界的に高まっており、その動きはこれからも拡大する見込み。大量の特殊粉体を製造したいとのニーズから直径1~1.4mの大型炉の注文も多い。



炉内に原料を供給し、攪拌させながら外熱方式で熱処理する外熱式ロータリーキルンによる焼成は、ベルトコンベアー式の焼成装置よりも省スペースで大量の処理ができる。特殊素材を用いて造られる加熱炉の素材の選択や設計力もタナベの強みだ。



アジア最大規模の工業炉・関連機器の展示会「サーモテック2022」の様子。コロナ禍ではオンライン営業やリモートも対応したが、トラブルが起きた際の現地対応や対面での対応の大切さも再認識したという。

タナベが世界市場で選ばれてきた理由に、積極的な技術開発と検証テスト実施による信頼性、定期メンテナンス等のアフターサービスがある。工場内には3つの試験棟があり、お客様立会いのもと検証装置でテストを実施。同時に特殊粉体の焼成技術などの研究も進めている。



に、海外に生産拠点を持つという選択肢もあると思うのです」。それが田辺社長の考える『守り』の海外展開だ。

タナベでは設備の納品に際して、実証テスト用の装置で入念なテスト加工を実施している。検証データをもとにお客様のニーズに合わせた装置に仕上げることから、その信頼性や定期メンテナンス等のアフターサービスが評価されてきた。昨年は、納入した炉をメンテナンスするための現地法人をスウェーデンに設立した。「これは攻めの海外展開の一つです。取引先は欧州などで拡大していますが、ものづくりを守る観点で考えると、物価の高い欧州が適切なかどうか今後も検討が必要です。『攻め』と『守り』を両立してうまく回す必要があります」。

異なる価値観や文化の違いを理解することが重要

海外展開の難しさは、価値観や文化の違いも大きいという。例えばキリスト教文化圏ではキリスト教の基本的な

考え方が「神との契約」にあることから、ビジネスでも「契約」が重視される。「契約書に書いてあることは絶対。日本では注文書一つで済むようなことでも、かなり注意して契約書を作り込みます。インドではヒンドゥー教の神話が根付いており、それを知ることが彼らの根本的な思考や行動を理解することにつながります」。

約50年に渡り海外ビジネスを展開してきたタナベにおいて、国際見本市などでの現地担当との対面商談は重要な足がかりとなってきた。コロナ禍で激減した展示会も戻りつつある。一方で、海外勤務ができる社員の育成・確保が課題だという。

最近では国内に比べ海外取引が10~15%ほど上回り、リチウムイオン電池などの業界は海外の投資意欲が大きく、企業の意思決定スピードが日本と比べて早い傾向にあるという。田辺社長は、展示会、得意先回り、市場調査と自ら海外を飛び回り、情報を収集する。「最近では人材採用のためにベトナムを訪問しています。日本で働いて技術を習得していただいた後、自国に戻

るタイミングでタナベの現地法人を作る。そうした流れができたかと考えています」。同社ではDX戦略計画のもと、今年8月の創立記念日には海外取引の重要な窓口でもあるWebサイト等を一新、インフラシステムの強化も進めている。さらなる海外展開に向けて足場を固め、これからも走り続ける。



タナベでは切削加工で出た金属の切粉を洗浄・脱脂する技術による金属回収リサイクルシステムも提供している。

**POINT**

- 時代の変化とニーズをキャッチし、「技術や概念」を軸に、自社の技術を活かせる事業や製品づくりに挑戦。
- 販路の活路を見出す『攻め』の海外展開と、事業を絶やさないための『守り』の海外展開を両立。

## NICO活用ファイル

## 海外ビジネスコーディネーター事業

海外に配置したコーディネーターが、県内中小企業等の海外展開を支援します。

## 概要

- ▶ 利用対象者 / 県内に事業所を有する中小企業及び県内大学
- ▶ 利用回数 / 制限なし
- ▶ 費用 / 原則無料 ※コーディネーターの出張費用や飲食代などが発生した場合は利用者の負担。
- ▶ 受付期間 / 随時



## 支援対象国・地域

韓国、シンガポール、タイ、台湾、ベトナム、モンゴル、EU、イギリス、アメリカ、カナダ等 ※このほかの対応可能地域については、NICOまでお問合せください。

## 支援内容

海外ビジネス展開における諸問題解決や現地活動

- 1 現地企業等訪問アレンジ 現地企業・機関とのアポイントメントの取得を代行します。
- 2 見本市・商談会サポート 出展に当たってのアドバイスや会場内での商談等のサポートを行います。(原則として8時間/件を上限)
- 3 現地事情のレクチャー 利用者に対し、現地の経済事情や商慣習、市場動向などについてレクチャーします。
- 4 現地バイヤーの紹介 企業のニーズを踏まえ、現地バイヤーを紹介します。
- 5 アドバイス・相談 国・地域ごとの海外展開に関するアドバイスをを行います。
- 6 現地情報収集・提供 個別商品の市場動向(同種商品の小売価格等)、ニーズに応じた現地企業リストアップなどの簡単な調査を行います。

## 利用の流れ

## 1 事前相談

利用したい国や支援内容について、お電話またはメールにてお問い合わせください。

## 2 審査・決定

内容審査のうえ、支援コーディネーターをご連絡します。

※コーディネーターによっては支援できない項目があるほか、スケジュールの調整が整わない等の理由で支援できない場合があります。

## 3 支援実施

支援終了後、利用企業から報告書をご提出いただきます。

## 4 報告書提出

詳しくはこちらをご覧ください → <https://www.nico.or.jp/sien/senmonka/30719/>



## 令和5年度海外展開加速化支援事業(二次募集)

自社製品やサービス等の輸出拡大に取り組む県内企業が海外展開を加速させるために必要な経費の一部を助成します。

事業概要	①海外市場調査事業 ②海外販路開拓事業(海外見本市出展・越境EC構築) ③海外市場調査事業・海外販路開拓事業併用
助成率・助成上限額	【助成率】助成対象経費の1/2以内 【上限額】100万円～800万円
募集開始	8月上旬予定(募集開始次第、NICOホームページでお知らせします。)

お問合せ先 海外展開支援チーム TEL.025-246-0063 E-mail kaigai@nico.or.jp

# NICO海外ビジネスコーディネーター 一覧

世界各国在住のNICO海外ビジネスコーディネーターが皆様の海外ビジネスをサポートします。



## アジア



**【支援地域】**  
韓国  
**【氏名】**  
金 在昀 氏(ソウル在住)  
法務法人太平洋 弁護士  
**【専門】**  
人事・労務、知的財産権 等



**【支援地域】**  
韓国  
**【氏名】**  
大久保 孝 氏(ソウル在住)  
Diamond Consulting 代表理事会長  
**【専門】**  
商業施設開発、各種業態調査  
韓国進出支援、ライセンス運営管理  
貿易サポート 等



**【支援地域】**  
シンガポール、東南アジア  
**【氏名】**  
関 泰二 氏(シンガポール在住)  
NIHON ASSIST SINGAPOLE 代表取締役  
**【専門】**  
シンガポール進出支援  
販路開拓、新規事業開発支援  
上記に関する調査及びリサーチ 等



**【支援地域】**  
シンガポール  
**【氏名】**  
長尾 真正 氏(シンガポール在住)  
PRO-MATRIX 職員  
シンガポール新潟県人会 幹事  
**【専門】**  
マーケティング 等



**【支援地域】**  
タイ、ベトナム  
**【氏名】**  
佐藤 仁司 氏(バンコク在住)  
Tokyo Development Consultants  
代表取締役  
**【専門】**  
不動産コンサル、進出相談  
操業サポート 等



**【支援地域】**  
台湾  
**【氏名】**  
富田 恭敏 氏(台北在住)  
新高通顧問 董事長  
**【専門】**  
IT、宅配物流、観光、インバウンド  
留学、交流事業 等



**【支援地域】**  
ベトナム  
**【氏名】**  
石川 幸 氏(ホーチミン在住)  
AGS 代表  
**【専門】**  
ベトナム進出支援(調査含む)  
会計・税務・法務・労務・M&A 等



**【支援地域】**  
ベトナム  
**【氏名】**  
梅田 伸之 氏(ホーチミン在住)  
MAI INTERNATIONAL ASSOCIATES  
代表取締役  
**【専門】**  
市場調査、ビジネスマッチング  
セールスサポート、展示会手配 等



**【支援地域】**  
モンゴル  
**【氏名】**  
藤井 一範 氏(ウランバートル在住)  
FUSION CONSULTING 代表取締役  
**【専門】**  
電子工学、機械工学  
モンゴル語の翻訳・通訳  
各種リサーチ(政治経済・統計) 等

## ヨーロッパ



**【支援地域】**  
EU  
**【氏名】**  
高橋 明子 氏(ドイツ フランクフルト在住)  
Tiger International Trading  
取締役社長  
**【専門】**  
国際物流、展示会施工  
展示会付属業務 等



**【支援地域】**  
イギリス  
**【氏名】**  
湯川 穂香 氏(ロンドン在住)  
KURIYA CONSULTING 代表  
元ロンドンジャパンセンター職員  
**【専門】**  
和食、和食材、日本酒、文化  
インバウンド観光 等



**【支援地域】**  
アメリカ・カナダ  
**【氏名】**  
松浦 恵子 氏(ニューヨーク在住)  
Artis New York 副社長  
**【専門】**  
米国市場での商品販売(B2B,B2C)  
日用品、キッチン用品  
ギフトアイテム、雑貨 等

## 北米

海外の最新情報を皆様にお伝えします。まずはNICOまでお気軽にご相談ください!

### NEWS PICK UP

NICOの活動情報をお知らせします

#### ~ 海外バイヤーも新潟県産品に注目 ~ 第7回“日本の食品”輸出EXPOに出展しました

6月21日(水)~23日(金)に東京ビッグサイトで開催された輸出商談会「第7回“日本の食品”輸出EXPO」に県内企業6社と共同出展しました。今年度は昨年度よりも会場を大幅に拡張、会期中の来場者は23,070人と昨年比118%増となりました。当機構のブースにも多くのバイヤーが来訪し、活発な商談が行われました。アジア圏を中心に海外からのバイヤーも多く、外国語での商談が行われる場面もありました。参加者からは「目的意識の高いバイヤーが多かった」といった好意的なコメントも多く、本商談会を機に多くの県産品が海外で販売されることを期待しています。



アイデアを  
形にするサポート

**NICO**  
支援メニュー  
活用企業



海外へのメール等の対応は、英語ができる社員と社内の技術者が翻訳機を使いながら行っていますが、海外のお客様はレスポンスが早くないとすぐに興味を無くすと聞いたため、できるだけ早く対応するようにしています。NICOの支援を受けて社員の海外展開への意識が変わってきたと感じています。



代表取締役社長 **渡邊 正紘** 氏



無線機能付き  
デジタルトルクレンチ  
「プロレンチ」

オプションでトルクレンチをどれくらい回転させたか角度で測定する機能もあり、二度締め防止等の対策をとることができる。



作業データをリアルタイムに受信し保存できる。

ねじをどれくらいの力で締付けているかを測定するトルクレンチ。アドレック製は広い工場内で使用してもデータを受信管理できる無線機能や、確実な締め作業をサポートする機能、製造支援ソフトとの連携など、生産効率を上げるための機能を実装している。

# 産業界を支えるデジタルトルクレンチで 海外市場の開拓を本格化

## 株式会社アドレック

加茂市千刈1-1-12 TEL.0256-52-1160 URL <https://www.adrec-jp.com/>

### 将来の事業拡大に向けて 海外の販路開拓に挑戦

デジタルトルクレンチと製造支援ソフトの開発・販売を手掛けるアドレック。「当社のデジタルトルクレンチは、作業データを記録し管理することができるのが一番の強みです。また、他社ではソフトウェアの開発は外注委託が多いのですが、ソフトの機能に重きを置き、開発の人員を直接雇用しています」と渡邊社長。鉄道車両・航空機・自動車などの人命に関わる重要な部品の組み立てに使用されており、現在、300社以上との取引があるという。品質管理の要求レベルの高まりは世界市場に広がっていくことが予想される。

同社は2年前から海外市場の開拓に動き出した。「国内では知名度も上がってきましたが、ニッチな製品なので、これ以上事業を広げていくことに限界を感じました。日本の人口減や経済規模の縮小から、海外での事業を伸ばしたいという思いがありました」。その一歩として2021年にNICOの支援を受け、ベトナム企業とのオンライン個別商談に参加。初めての海外商談だったが、現地の状況を把握する貴重な機会になったという。

### 海外展開の体制づくりを目指し 一からレクチャーを受ける

さらに、本格的に貿易実務や販売開拓などに着手する体制づくりのため、2022年、NICOの「海外展開ハンズオ

「デジプロマスタ」作業画面



アドレックが開発したオリジナルの製造支援・履歴管理システム「デジプロマスタ」。作業手順を的確にナビゲートする機能のほか、トルクレンチと連動させることでトレーサビリティの充実化を図れるなど、生産の安定や効率化をサポート。

ン支援事業」を活用。「最初はアドバイザーの田辺さんに何を質問すればいいのかも分からない状況で、本当に手取り足取り教えていただきました」。貿易のルールから海外取引先とのメールのやりとり、見積書の作り方、契約書についてなど、一からレクチャーを受けた。

また、中小機構が運営するマッチングサイトへの登録がきっかけで、今年2月にインドネシアの商社から商談のオファーがあり、初めての海外取引を実現。さらに同社のHPを見た韓国会社からも引き合いがあった。こうした流れから今年度の「海外展開トライアルサポート事業」を活用し、今度はマレーシアで現地企業との商談を行う予定だ。「今後は海外の売上比率を増やすために海外での展示会出展も検討したいので、その際もNICOの支援を活用したいと考えています」。コロナ禍を機にWebマーケティングにも力を入れ、SEO対策によりHPの閲覧者数はこの数年で約2~3倍に増加。英語版HPも開設し、海外へのさらなる販路拡大を狙っている。

### 活用した支援メニュー → 海外展開ハンズオン支援事業

海外市場に積極的に挑戦している企業が対象。より効果的な海外展開の実現を目的に、海外ビジネスに精通したNICO海外ビジネスアドバイザー・田辺良則氏が、企業課題や現状認識に沿った海外事業計画策定をハンズオン支援。アドバイザーによる月1~2回程度の訪問支援のほか、計画策定に向けた各種サポートを実施。



### NICOの支援を利用して良かった点は？

NICOの支援では、私だけでなく担当者たちも含めてレクチャーを受けました。当初は海外というと積極的に取り組めない社員もいましたが、経験を重ね知識も増えていく中で、前向きに取り組んでくれるようになったことは一番大きな成果です。全く知識のないところから始めたので大変でしたが、分からないところは知恵を出し合い、チームで海外市場について考えていくことが大事だと感じました。

Niigata

モノコト

創造人

# 一人のお客様、一皿の料理への思いが変化。 新たな客層が温泉街にも広がる流れを生み出せたら

築100年以上の古民家を改築したレストラン「灯りの食邸 KOKAJIYA」を始め、飲食店3店舗と宿泊施設1軒を営んでいる熊倉氏。コロナ禍の間に料理人として、また経営者として自分が本当にやりたいことに向き合い、2021年に焼鳥店、2022年は一棟貸の宿を始めた。新たな挑戦に向かったその背景について話を伺った。

代表取締役 **熊倉 誠之助** 氏

1979年、新潟県生まれ。琉球大学卒業後、那覇でカフェバーを開業。2009年新潟に戻り、出張料理人として経験を積む、2013年6月株式会社リトモ設立。同年、岩室温泉街に「灯りの食邸 KOKAJIYA」をオープン。現在、「三条スパイス研究所」、「岩室とり薦」、「一棟貸切の宿 岩室 久元」を営んでいる。

## 株式会社リトモ ■ 灯りの食邸 KOKAJIYA

新潟市西蒲区岩室温泉666

TEL.0256-78-8781 URL <https://kokajiya.com/>



熊倉氏は料理のアイデアを頭の中でシミュレーションをして、実際に作るのは本番というタイプだという。最近はコース料理の構成について思いを巡らせている。

### Q1 コロナ禍からの3年間はいかがでしたか？

とにかく時間があつたので、いろいろなことを考えましたね。以前の「KOKAJIYA」は利用しやすい価格帯のランチを提供して回していましたが、自分がやっていきたいこととは違うかな、と感じていた中で、コロナ禍による自粛期間になりました。ちょうど新潟のミシュランガイドが出たタイミングで、新潟のトップレストランのシェフの方々と話す機会があり、皆さんが料理に人生をかけていて、情熱がすごいと感じ



「KOKAJIYA」は江戸時代末期に建てられた古民家を再利用した店舗。2022年に主屋が国登録有形文化財に登録された。

### 仕事をする上で大切にしていること

自分がやりたいことに対するセンサーは大事にするようにしています。料理のこと、店の在り方、会社の在り方など、基本的には常に考え事をしていますね。インプットしたものを頭の中で噛みくわえて考えている、というイメージです。誰かに相談するということはほとんどなくて、基本的には一人で考えていますね。自分でも好き勝手にやっているなどは思っています。

たんですね。自分は器用貧乏で一つのことを突き詰められないでいたことがコンプレックスだったのですが、皆さんの姿に刺激を受けました。ガイドブックに掲載していただいたものの悔しい部分もあって、改めて料理に対して向き合うスイッチが入りました。

### Q2 一棟貸しの宿のオープンにもつながるのですか？

そうですね。まず、一人のお客様に時間を使いたい、一皿にかかる時間を増やしたい、と思うようになりました。コロナ禍だったこともあり、「KOKAJIYA」の席数を半分以下にして、完全予約制のコースのみにしました。更に宿ならお客様との接点が広がると思ったのです。もともと「KOKAJIYA」をオーベルジュのようにしたかったのですが、法的な兼ね合いで実現はできなかったのが、店の裏手にある空き家を引き取り、一棟貸しの宿にしました。自分のやりたいことと、空



昨年7月にオープンした「一棟貸切の宿 岩室 久元」。現在Instagramのみで情報を発信しているが、一棟貸切を求める全国のユーザーから反応がある。夕食は「KOKAJIYA」か「とり薦」を選ぶ。

き家の利活用という地域の課題がマッチしたということですね。

### Q3 KOKAJIYAは文化財に指定されましたね

国の登録有形文化財の登録をきっかけに、建物を気軽に見てもらう日が月に1回くらいあるのもいいかなと考え、今年の2月から「文化財カフェ」を開いています。その日はカフェメニューを提供し、私が料理教室を、スタッフが厨房を担当します。若いスタッフの経験や練習にもなっていると感じています。

### Q4 これからの展開、目標は？

料理・食を通して地域に貢献したい気持ちが強くあり、岩室・西蒲エリアを中心に盛り上げていけたらと思います。ここで10年やらせていただいている感謝の気持ちもあります。料理に関して究極としては1日1組のお客様限定のお店というのが理想ですね。レストランガイド『ゴ・エ・ミヨ2023』に掲載いただいてから、都内から足を運んでくださるお客様が増えています。店をきっかけに岩室温泉にも滞在していただきたいですし、それが温泉街に新しい客層を作っていくのではないかと、この可能性を感じています。

おすすめになる  
メイドイン新潟

## ümono イイモノ 商談会

新しいガラスに  
出会えるお店  
タクグラス

ümono



### NICO編集部 おすすめポイント

見た目からも涼しげな印象を与えてくれる風鈴。その音色には、リラックス効果のある「1/fゆらぎ」というものがあるそうです。エアコンでは味わえない風情のある涼と癒しを感じて、夏の暑さを乗り切りたいですね。

## すいきんくつ 水琴窟の音色 くらげ風鈴

越後一宮彌彦神社の門前にあるガラスのお店です。弥彦の工場で一つ一つ手づくりしているオリジナル商品が、所狭しと並んでいます。日常使いできるように丈夫で使いやすく、カラフルでかわいいガラス製品を目指しています。

グラスや器、ランプ、縁起物など、色々な商品がありますが、夏の一番人気は“くらげ風鈴”です。くらげ風鈴は足が複数あり、1本1本微妙に音が違うので水琴窟(※)のように響き合います。手づくりなので、それぞれの形も個性があります。

ネット販売などはしていませんので、ぜひ弥彦にお越しいただき、お気に入りの商品を見つけてください。



▶ 価格 2,200円

※水琴窟：日本庭園の装飾の一つで、水滴が落下して発する、かすかな水音を楽しむ仕掛け。琴を奏でるような音色を奏でることが名の由来。



おすすめ  
1

### 観葉植物とガラスの器セット

▶ 価格 1,300円～

様々な形や色のガラス花瓶と観葉植物のセット。



おすすめ  
2

### 色を楽しむステンドぐい呑み

▶ 価格 1,300円

飲む時に中から見ると、色ガラスが透けて、まるでステンドグラスのような美しさ。



日々ガラスの声を聴きながら、誠実に一つ一つ作っています。

### タクグラス

〒959-0323  
弥彦村弥彦3022-4  
TEL.0256-78-7741

### 購入先情報

- 日本橋 ブリッジ新潟
- 新潟駅 ぼんしゅ館クラフトマンシップ
- 京都水族館(イベント期間中のみ販売) いずれも数量限定販売です。

プライド燕三条は「新潟のものづくりブランド」の  
更なる飛躍を願う想いを込め、企業の海外進出・ビジネス展開をサポートします。

支援の流れ

STEP.01



お問合せ

STEP.02



ヒアリング

STEP.03



戦略立案

STEP.04



戦略実行

STEP.05



チェック&改善



県央ランドマーク株式会社  
代表取締役  
山田 真一

現在募集中事項

フエ海外企業進出ビジネス交流ツアー

視察日2023年9月8日(金)

新たな市場と繋がる、ベトナムフエ市へのビジネスパイオニアツアー

【視察地予定】

- ① フーバイ国際空港 (2023年より日本直行便が新設)
- ② チャンマイ港 (新たなゲートウェイとして新設)
- ③ ギリメックス工業団地 (外資系工業団地として誘致)
- ④ イオンモールフエ (2024年度新規オープン)

※詳細はお問合せ下さい。

シンガポール高島屋  
Arts&Craftsmanship出展募集

視察日2023年10月11日(水)-13日(金)頃

【内容】

シンガポール高島屋 30周年記念物販イベントへの出展  
伝統工芸品・ハウスウェア等

- ① シンガポールにおけるダイレクトマーケティングを実施して頂きます。
- ② foodjapan2023 へのご視察もごさいます。

※詳細はお問合せ下さい。



県央ランドマーク株式会社 / つばさ税理士法人  
〒959-1234 新潟県燕市南7丁目17-9-1

お問  
合せ

0256-66-3450

担当：相場

お問  
合せ  
二次元コード



# 展示会、イベントをワンストップで

企画・デザイン・設計・施工・運営

展示会・内覧会

セールスプロモーション

式典・社内行事

周年記念事業

看板・サイン・什器

イベントツール



株式会社 新宣

本 社

〒950-0983 新潟市中央区神道寺2丁目3番23号  
TEL.025-243-6827 FAX.025-241-0768

HPで最新の実績を掲載しております

<https://shinsen.biz/>



燃料高騰・原価高騰・人件費UPに対応できるだろうか？

# 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？

簡易版 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

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・  
支援内容はこちら



「将軍の日」って何？

ホームページから  
セミナー申込みできます

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



# 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！



セミナー情報

『初めての事業計画』で会社を守る

日時/8月25日(金) 11:00~12:00 講師/税理士 目黒 大樹  
会場/パートナーズPLAZA(長岡市幸町1丁目3-10)

次回予告

『脱ハラスメント』で会社を守る

日時/10月6日(金) 11:00~12:00 講師/特定社会保険労務士 大谷 実



セミナー申込は  
こちらから

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・ブランディングなど



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。

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 ほしの法律事務所  
(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



NICO press 2023 8・9 vol.189 2023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 9.10.19F/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。