

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.174

特集／資金調達だけじゃない

2021 2・3

## クラウドファンディングの 可能性



サポーターの声を  
取り入れた  
商品開発



地域に貢献  
できる場所を  
つくりたい



### 専門家インタビュー

株式会社マクアケ

坂井 フレジアーノ 勇磨 氏

### 事例企業

- ▶アーネスト株式会社
- ▶安達紙器工業株式会社
- ▶Taibow! Coffee & gelato soft

### 連載

- [挑戦の現場 -企業レポート-]  
中村ターンテック株式会社
- [がんばる新潟]  
株式会社大谷

よりお客様が  
使いやすい  
システム構築



# クラウドファンディングは新たな産業支援の形へと進化している

新型コロナウイルス感染症拡大に伴う外出自粛やイベントの中止などで、困難な状況にある事業者を支援する仕組みの一つとしてクラウドファンディングが注目を集めている。資金調達というイメージが強いクラウドファンディングだが、最近では、新商品開発を展開する場として活用するなど、プロモーションの一環として利用する事例が増えてきており、そこからヒット商品を生み出している中小企業も多い。ここではクラウドファンディングにおける応援購入という仕組みを牽引してきたマクアケの坂井フレジアーノ勇磨氏に話を伺った。

## インターネットの普及と共に確立してきた作り手・買い手の新しい関係

クラウドファンディングが世界的にも大きく広がった背景としては、ものづくりに大量生産・大量消費が浸透していくなか、それが一定ラインを超えたところで生産者、生活者の両方に変化が現ってきたことがポイントになります。生活者には「せっかく買って手元に置くなら、もっと良いものが欲しい、作り手に共感できるものが欲しい」という気持ちが生まれてきた。一方、生産者は下請けという立場にあると仕事は来るけ

れど、売上は自分たちでコントロールできない状況にあった。そこにインターネットが普及し、SNSが流行したことでの、生活者は「こんなものが欲しい」「こんなものがあったらいいのに」と言えるようになり、生産者も「こんなものを作ろうかな、作ったらどうかな」と発信できるようになり、両者をマッチングするクラウドファンディングという仕組みが登場したという訳です。

インターネットを通して自分の活動や夢を発信することで、それに対して共感してくれたり、応援したいと思ってくれた人から資金を募れる仕組みがクラウドファンディングであり、初期費用がほと

んどかからないことが多いので、中小企業や個人でも利用しやすいものだと思います。

## 市場デビュー前の助走をサポートする応援購入サイト

現在、国内にはクラウドファンディングサイトが100以上ありますが、社会貢献性の強いプロジェクトが得意なサイトや地域に特化したサイト、圧倒的に手数料を下げて誰でも参加できるようにしているサイト、当社のようにクラウドファンディングとは呼ばず「応援購入」という新たな定義で進めているサイトなど、方向性が細分化されていく過渡期にあり、それぞれの性格を理解した上で利用することが大切だと思います。

Makuakeでは、この仕組みを産業支援という意味で捉え、商品が市場にデビューしていく一歩手前の段階で、テストマーケティングやプロモーションを行っていく「0次流通」としての展開を進めています。「良いものを作るなら、高くてもお金を払うよ」と考える生活者が増えてきていることで、より産業を下支えする仕組みになっていくのではないかと考えています。

我々のユーザーは新しいものを探しているという方も多いですが、最近は「世の

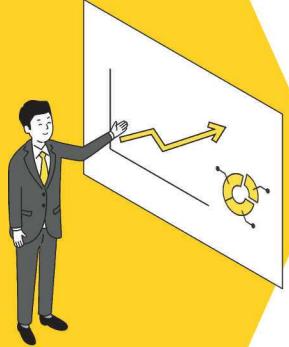


株式会社マクアケ  
新規事業本部(MIS)ディレクター

坂井 フレジアーノ 勇磨 氏

### PROFILE

国内最大級の応援購入サービス「Makuake」のキュレーター。ブラジル・サンパウロに生まれ、オランダ、イギリス、日本で育つ。サイバーエージェントに入社し、Makuakeに参画。これまでに300件以上のプロジェクトを担当し、累計調達額は10億円以上。令和元年度からNICOの「ニイガタIDSデザインコンペティション」の審査委員を務めている。



## POINT

- 応援購入という仕組みは新商品のテストマーケティング、プロモーションの場となる。
- サポーターを集めて話題になれば、メディアやバイヤー、金融機関などからの注目度も高くなり、次のステップに進みやすい。
- プロジェクト成功のためには、その商品をなぜ、どこにこだわって、誰のために作ったのかということをしっかりと伝えることが重要。

中にありそうでなかったもの」、「そういうものが欲しかった」という商品がたくさん載っているショッピングモール、という感覚でサイトを見ている方も増えていますね。

ネットという媒体は見られるスピードがすごく早いので、数秒間で興味を引く必要があります。そこで光るポイントは、突き詰めると発信者の「熱量」だと感じていて、ものづくりにこれだけの熱量を注いでいて、その想いを伝えたいんだということが表れていると、ほんの数秒でも見る人の心に引っかかるものがあると感じます。

クラウドファンディングは実際に応援してくれる人数が明確になることで、メディアが取り上げて拡散してくれることも多く、結果的に次のフェーズに繋がっていきやすいです。「買いたい人がそんなにいるなら仕入れたい」というバイヤーも出てきたり、OEMで提供してほしいとか、コラボ商品を作りませんかといったアプローチが来るケースもあります。また、当社の場合は、独自の分析ツールを持っており支援者の分析データ

タを提供できるので、プロジェクト終了後も商談における説得材料などに活用いただいています。

### 「生活者の思い」と「自社技術」 その間に成功のヒントがある

これから新商品を作る場合、今の世の中で全く新しいジャンルやカテゴリーというものはほとんど無いと思いますが、生活者の方々を見て、その声を感じることと、自分たちを見つめなおすことの間にヒントがあると思います。

最近は今持っている自社技術を転用して新しいものを開発し、イノベーションを起こしていくという流れもあって、熊野筆という化粧筆を作っていた企業がボディブラシを作って購入希望者が殺到した事例などがありました。

製造業の方々とプロジェクトをやってきて感じるのは、事業者さんが当たり前にやっていることが、一般の人から見ると物凄い技術だということがよくありますし、「これが売れるの?」という認識

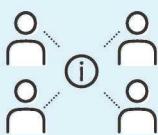
だったものが人気になることが多いということ。新潟にもそんな宝がたくさん眠っていると感じます。

何か新しいものを作ろうと思ったならMakuakeのサイトは「こういうものが売れているんだ」「こういう言い回しが響くんだ」というマーケティング的な見方에서도できますし、BtoBの会社が新規事業のためにコラボ相手を探す場にもなると考えています。

また、企業のなかには、育てたい若手職人をリーダーに抜擢して、プロジェクトを通してお客様に自分たちのことをどう伝えるべきかといったことを考え、学ばせる場にしているという会社もありますね。

いずれにしても、その商品をなぜ作ろうと思ったのか、何にこだわりを持っているのか、誰に向けたものなのか、という必然性があって、それをきちんと伝えることができれば応援や後押しにつながると思いますし、それを表現する場としてクラウドファンディングは利用価値があると思います。

### 資金調達だけではないクラウドファンディング活用のメリット



企業がユーザーとつながり、リアルな声を取り入れた商品開発ができる



まだ知られていないモノやサービスを発信するきっかけになる



テスト的に世の中のニーズを知り、その後の量産化や売り先の検討ができる



プロジェクトを通じて得た市場の反応をもとに、次の展開への道筋を練ることができる

## ヒット連発! 応援購入サイトは支援者と共に商品を育てる場

アイデア生活雑貨の企画開発・販売を手掛けているアーネストでは、2019年からMakuake(マクアケ)を利用した展開を開始。失敗を経験しながら、回を重ねるごとにサポーターが集まるようになった。同社にとって、応援購入サイトは、商品とそれを欲しいと思ってくれる人との出会いの場となっている。



### NICOクラブ会員 アーネスト株式会社

専務取締役 鈴木 一矢 氏／営業部 営業課 外川 芳伸 氏

〒959-1155 三条市福島新田丁858 TEL.0256-41-1010 FAX.0256-41-1000  
<https://www.ar-nest.co.jp/>

「今後は扱う商品の個性に合わせ、クラウドファンディングサイトを使い分けることも考えていきたいと思っています」と話す鈴木専務(写真右)と営業部の外川氏(写真左)。プロジェクトページで伝える内容を考えるときは、潜伏ニーズを掘り起こすという視点で検討しているという。

### 1回目のプロジェクトは苦戦 コンセプト作りの重要さを実感

アーネストがMakuakeでプロジェクトに取り組み始めたのは2019年秋。燕三条のホーロー製品での新ブランド展開を狙って利用したのが最初だ。担当の外川氏は「消費者の反応を商品開発に役立てたいのと同時に、その後の販路拡大に重きを置きたいという思いもあり、応援購入型を選びました」と、鈴木専務も「その頃すでに、近隣でもMakuakeを活用している企業が多数ありました。身近で成功している事例があったので我々にもできるぞという

感覚でしたね」と話す。

しかし1回目のホーロー製コーヒーツールのプロジェクトは、目標額に届かなかった。外川氏は「出せば売れるんじゃないかとただ商品を掲載ただけの安易なやり方だったことが原因。Makuakeの利用者の傾向を知り、それを踏まえて商品をどう紹介したら響くかを考えることが重要でした」と振り返る。

同社ではアピールの場となるプロジェクトページの制作を、Makuakeの仕事を多く手掛ける企業と協同している。しかし、あくまでもこちらの要望を形にする存在なので、商品コンセプトやどう売りたいかという部分は自社でしっか

りと固めていくことが重要だ。「プロジェクトページの作り方は独特で、ECサイトの商品紹介とは全く異なります。単に商品を売り込むのではダメで、利用シーンやその商品によって消費者がどんな体験ができるのかを伝える。そのバランスが大切です」。

### 売り方に悩んでいた 自社開発商品が大ブレイク

最初のブレイクは2020年6月に行なったマイクロファインバブルアダプター「爽泡(SAWAWA)」のプロジェクト。自宅のシャワーに取り付けるだけでミ



超微細泡を発生させるマイクロファインバブルアダプター「爽泡(SAWAWA)」。同様の効果があるシャワーヘッドに比べ、価格が抑えられている点もアピールポイントになった。

クロの泡を含んだシャワーになるという自社商品で、その性能には自信があつたものの、販売は伸び悩んでいた。

そこで、デザインをブラッシュアップし、新ブランドを立ち上げて挑戦。最大のポイントは、ターゲットを男性にしたことだ。「以前は女性向けに展開していましたが、Makuakeの利用者が男性7割で40~50代がボリュームゾーンということを考慮しました。毛穴の汚れまでも落とし、体臭を防ぐといった点をアピールし、掲載写真のモデルも男性に変えました」。

タイミングよく、他社のマイクロバブルのシャワーヘッドが話題になっていたことや、スタートから5日目にYahoo!ニュースがプレスリリースを取り上げてくれたことも追い風となり、最終的にはサポーターが4,852人に増え、目標金額も大きく達成した。

外川氏は「サポーターの皆さんからのコメントの99%が応援で、とても励みになりました。お客様と一緒にものづくりをさせてもらっている感覚になります。その期待に応えるため、リターンへの対応や、問い合わせには迅速丁寧に対応しています」と話す。

## 応援購入金額1億円超えて 一般販売のルートも確立

同社では続いて爽泡(SAWAWA)シリーズ第2弾の洗濯機用アダプターを投入。実行メンバーで会議を開き、計画を練った。「サポーターからも期待す

## プロジェクト 簡単装着! 100億個のマイクロファインバブルで洗濯革命「SAWAWA 洗濯用」

- ▶利用サイト/Makuake
- ▶目標金額／300,000円
- ▶サポーター／14,101人
- ▶実施期間／2020年7月30日～9月29日迄
- ▶応援購入総額／110,387,600円
- ▶リターンの内容／SAWAWA洗濯用を支援額に応じて30～55%に特別割引



大ブレイク商品となったSAWAWA洗濯用アダプターは、自宅の洗濯機に取り付けることでマイクロファインバブルによって繊維の奥まで洗浄できる。独自に開発した国内特許申請中の技術だ。

※クラウドファンディングにおける「リターン」とは、支援してくれた方へのお礼、見返りとして用意する商品やサービスのこと。支援につながりやすい価格やプランをプロジェクトに応じて設定する。

る声があり確信はありました。SNS広告も打ってスタートダッシュと期間中のてこ入れを狙い、リターンも最大50%オフまで設定しました」。

その結果、サポーターは1万4,101人となり購入額は1億円を超える大ヒット。通販や家電量販店など、多方面から商品を扱いたいというオファーも入っている。「サポーターからは活用のアイデアや次の商品開発のヒントをいただくなど、2回のプロジェクトを経て、ブランドが歩き始めたように思います」。

最新プロジェクトは、京都の『ザ・洋食屋キチキチ』とコラボしたオムライス専用フライパン。同店のシェフがオリジナルフライパンを作りたがっているという情報を得た鈴木専務が提案した。シェフはYouTubeのフォロワーが23.5万人もいるほどファンが多い人物で、その影響力も絶大だ。こちらも一般発売への引き合いが多く、今年1月下旬から店舗販売が始まる。鈴木専務は「やっと狙った流れでの展開が出来るようになったという感覚です」と、その手ごたえを話す。

こうしたプロジェクトのメリットについて

て外川氏は「サポーターは商品をなぜ購入したのか、買ってどう使いたいかという質問に答えてくれる。それが次に生かせますし、そうしたサポーターの声や、実際に売れているというデータは、バイヤーとの商談の場でも強い説得材料になります」と話す。

最近では海外のクラウドファンディングサイトからも誘いの声がかかっており、ネットの先にさらなる展開の可能性が広がっている。



オムライスの名店で知られるザ・洋食屋キチキチのお食事券やシェフのお料理教室といった体験型リターンを用意した。

## POINT

- 利用者層をふまえた商品設計とコンセプトの組み立て
- モノだけでなくコトをアピールしたプロジェクトページづくり
- サポーターとの信頼関係が第一。コメントには全て返信し、問い合わせにも迅速に対応
- サポーターの声や実績データは商談でのプレゼンに活用

## ユーザーの声を取り入れ、より使いやすいオーダーシステム開発へ

昭和17年創業の安達紙器工業は、段ボールをはじめバルカナイズド・ファイバー、パスコなどの特殊紙を用いて収納用品やインテリア用品、防災用品などを開発している。今回、オーダーシステム開発への支援を募るプロジェクトに挑み、ユーザーとの新たな関係作りに着手した。



### NICOクラブ会員 安達紙器工業株式会社

営業部 安達 愛 氏／営業部 課長 小林 弘 氏

〒940-0029 長岡市東蔵王2-7-30 TEL.0258-24-2145 FAX.0258-24-5597  
<http://www.adachishiki.co.jp/>

「当社は法人のOEMがメインだったので、ユーザーの声を直接聞く機会がなかなかありませんでした。今回は個人のお客様の意見を聞いてよかったです」と小林課長(写真左)。安達氏(写真右)は「システム開発も商品づくりも使う方の声を聞きながら、少しずつステップアップしていくことが大事だと学びました」と話す。

### お客様が使いやすい Web注文システムを目指して

生活用品から防災用品までさまざまなアイテムを開発している安達紙器工業。同社は代表商品の一つである『パスクオーダーBOX』の新たなWeb注文システムの開発を目指し、初めてのクラウドファンディングに挑戦した。

今回のプロジェクトは、ながおか・若者・しごと機構が2年前に主催した商品開発ワークショップがきっかけだった。「長岡造形大学の学生さんと一緒に1年以上、新商品の開発に取組み、改めて安達紙器工業の特徴は何か、

どういった商品が求められているのかを考える機会がありました。そこでHPのアクセス解析を行ったところ、オーダーボックスのページが一番見られていることが分かったのです」と安達氏。

実際に新型コロナウィルスの影響で、家の片付けや収納に興味を持つ人が増えたこともあり、オーダーボックスの問合せが増加していた。「ところがページ離脱率が94%と、お見積りの依頼まで達していない事実が分かりました。せっかく求められている商品なのに、使いづらいシステムになっていることで購入をあきらめてしまっている。当初は開発した新商品を応援購入して

いただこうと考えていましたが、今回はお客様にとって使い勝手のよい新しいWeb注文システムを開発しようということになったのです」。

そこでいろいろなプラットフォームを調べた結果、今回の目的に一番合うと感じたMakuake(マクアケ)を選択。『1mm単位でオーダーできる軽くて丈夫な収納ボックス』として、Makuakeのサポートを受けながらプロジェクトの準備を進め、サポーターへのリターンには商品をお得に購入できる引換券のほか、長岡造形大学の学生と開発したオリジナルプロダクトを提供することにした。



Makuakeのプロジェクトページ。システム改良への思い、ものづくりへのこだわり、大学生とのプロダクト開発についてなど、支援者的心を惹きつけるコンテンツづくりを心掛けた。



新たなシステムでは、使いやすさを実現するだけでなく、お客様がわくわくしながらオーダーできる仕組みを考えている。

## それぞれの段階に適したプロモーションで目標達成

「プロジェクトページを作成するにあたり、商品を作るための支援ではなく、Webシステムの改良に対する支援という目的を理解してもらえるのか不安だった」という安達氏。そこで「なぜ改良したいのか」という熱意を伝え、わかりやすく最後まで読んでもらえるストリーリーズに力を入れた。さらにプロジェクト開始前には、オーダーボックスを購入したことがあるお客様へご案内し、SNSで情報を発信。スタート時には事前にPRしていた方へ再度告知し、メディアへのプレスリリースを行った。「目標を早く達成したほうが注目されると聞いていたので、事前のPRには力を入れました」。

こうしてプロジェクト開始後3日で目標金額を達成。予想を超える多くの応援コメントが寄せられた。「コメントが届いたら迅速に個別のメッセージを返信するなど、細かい対応を大事にしました。お客様目線で新しいシステムを作っていきたいと考えていたので、『完成イメージがわかるようなシステムが良い』『注文までできるようにしてほしい』など、具体的な要望や意見も多くいただいてありがたかったです。ただ、プロジェクトの中盤では応援購入の伸びもゆるやかになるため、この期間は活動レポートを随時更新して今の状況をお

知らせし、SNS広告も展開しました」。

準備段階、スタート時、開始後と、それぞれのタイミングに適したプロモーションを行った結果、2か月間の実施で目標金額の291%を達成。今年4月の完成に向け、新しい注文システムの開発を進めている。

## お客様の声を聞き、新しいことに挑戦する大切さを実感

今回のプロジェクトは同社から2名、長岡造形大学の学生、デザイナー、ながおか・若者・しごと機構スタッフの5人体制で挑んだが、「一気に応援コメントが来ていたら、その対応に追われて大変だったかもしれません」というように、ある程度の人数を組んで準備をしておく必要があると実感。「それでもお客様の声を直接聞けることはとても良い経験でした。オーダーボックスを気に入ってくれた方が、写真を撮って言葉を添えて送ってくれたり、“魅力的な商品なので支援してみました”という声だったり、お客様の思いや求めるもの

を知ることができました」。さらにプロジェクトを通して、会社目線ではなくお客様の立場から考えることの大切さを改めて学んだという。「社長をはじめ私たち社員も今回の挑戦は不安でしたが、知らないからやらないではなく、とにかくやってみるということが大切だと実感しました」。

今後はシステムだけでなく、ロングセラーとなっている商品をもう一度見直し、今の時代に合わせた改良を考えていきたいという同社。今回のプロジェクトが社内に新しい風を運び、さらなるステップアップの足掛かりとなったようだ。



空間やインテリアに合わせ、自分好みの色や形、サイズ、道具の種類まで選ぶことができるオーダーボックス。店舗、オフィス等からの注文も多い。

### POINT

- 購入につながりにくい原因を克服するため、支援を通じてユーザーの声を取り入れる
- プロジェクト開始前や実施期間中のPRを計画的に展開
- 活動レポートは随時更新し、応援コメントへの対応を徹底する
- 学生と開発したプロダクトという特色のあるリターンを設定

## プロジェクト すっきり整頓、ぴったり収納! 1mm単位でオーダーできる箱&引き出し

- ▶ 利用サイト／Makuake ▶ 目標金額／500,000円
- ▶ サポーター／139人 ▶ 実施期間／2020年10月23日～12月22日迄
- ▶ 応援購入総額／1,455,500円
- ▶ リターンの内容／● オーダーボックスの引換券20～30%OFF  
● オーダーボックスの引換券+オリジナルプロダクト\*



\*長岡造形大学の学生と試行錯誤しながら開発したオリジナルプロダクトをリターンとして用意。花火柄ボックス、マスクケース、ポケットティッシュケース、ポストカードフレームの4種類から選ぶことができる。

## 自然災害から復活し、地域貢献できる姿を目指してCFに挑戦

目の前に角田山を望む眺望とおいしいコーヒー&ジェラートが人気のカフェ「Taibow!」。開業からわずか1年余りの2018年春、強風災害に見舞われ、友人が提案してくれたクラウドファンディング(CF)に挑戦した。彼らがそのプロジェクトに託したのは、地域と共に歩む未来だ。



### Taibow! Coffee & gelato soft

代表 堀内 敬祐氏／堀内 育郎氏

〒953-0016 新潟市西蒲区松山56-4  
<https://www.facebook.com/TaibowCoffeeAndGelatoSoft/>

兄で代表の堀内敬祐氏(写真右)と弟の育郎氏(写真左)。「クラウドファンディングはユニークなプロジェクトにも応援してくれる方はちゃんといて、自分たちが想像していたより自由だと感じました。従来の金融では難しい部分を補うところからクラウドファンディングは生まれていると思うので、挑戦するのもいいのではないかと思います」。

**強風被害で資金がピンチに。  
そんな時、友人がCFを提案**

新潟市西蒲区の上堰潟公園そばにある「Taibow!」は、近くで生まれ育った堀内兄弟が経営するカフェだ。兄の敬祐氏がスペシャルティコーヒーやラテアートを、弟の育郎氏がジェラート、ソフトクリームを提供。それぞれ北海道で修行し、磨いた技で多くのお客様を楽しませている。

2018年3月1日、新潟市で電柱も傾くほどの強風が発生し、多くの建物が破損し、けが人も出た。この強風で、Taibow!は店舗の屋根が風で吹き飛

ばされ、一部が隣接する飲食店と、その店のお客様の車に落下し、被害を与えるという事態となった。2016年末のオープンから、まだ1年余りしか経っていないときだ。

育郎氏は「我々の店舗の被害については保険が下りましたが、隣のお店とお客様の車の補償は自己資金で対応しました。オープンして以来、多くのお客様に来ていただきましたが、兄が体調を崩して2度ほど倒れたり、体調を見て店を閉める日もあったので、決して順調ではなかった。そのなかでの出費は資金的にもきついものでした」と当時を振り返る。

そんなとき、敬祐氏の高校時代の同級生から連絡が入った。高校のネットワークも使いながら、クラウドファンディングを活用してはどうかという提案だった。「その友人は、その後のプロジェクトの打ち合わせも毎回同席してくれて、熱くバックアップしてくれました」。

**被害から立ち上がる意志と  
地域に貢献したい思いを発信**

挑戦を決めたのは、クラウドファンディングを資金調達のほかに情報発信の場としても活用できると感じたからだ。「災害から復活したいという思いと



強風被害の後、店舗は1ヵ月の休業を経て、同年4月から通常営業に戻ることができた。昨年春には入り口にスロープを新設し、バリアフリー仕様に。「支援いただいた立場として、お客様が利用しやすくなることも必要だと思っていた、やっと実現できました」。

## プロジェクト 新潟の兄弟の夢のカフェ。自然災害を受け入れ、新たな展開へ!

- ▶利用サイト／READYFOR ▶目標金額／1,000,000円  
▶支援者／144人 ▶実施期間／2018年5月3日～6月29日迄  
▶応援購入総額／1,718,000円  
▶リターンの内容／  
●コーヒー無料券＋旧巻町おすすめコース（鯛焼き＋アメイク20%OFF）  
●ドリンク無料券（支援額に応じて3ヶ月～一生）  
●新潟の美味しいをお届けコース（お米、あべ農園「いちじくグラッセ」）など



リターン品には、ふたりの娘が育むあべ農園の「いちじくグラッセ」や、育郎氏の野球部の同級生が経営する理容店tacotocoや、兄のように慕っている一成さんが作る地元の人気スイーツ「鯛車焼」の利用券を設定。

同時に、創業時から支えてくれている地域の人たちへの恩返しもしていきたい。オープン以来、Taibow!には“この場所でこんなことをやらせてほしいんですけど”と、いろいろな人が提案を持ってきてくれています。オープン1年目は自分たちのことで精一杯でしたが、そうした提案を受け入れ、地域に元気を与える場所になっていきたいと考えていたので、その思いもクラウドファンディングに込めて発信しようと考えました」。

利用したクラウドファンディングサイトは友人に薦められたREADYFOR（レディーフォー）。社会活動に関わる支援プロジェクトが多く扱っているサイトだ。リターンには自店のコーヒー券のほか、恩返しと地域の魅力発信の意味を込めて、創業時からサポートしてくれた地元の先輩や友人の店の商品やサービスなども加えた。金額は支援しやすい3,000円からリターン品を充実させた1万～100万円のメニューを設定した。

プロジェクトページでは、強風災害の様子やふたりのTaibow!への思い、地元の魅力、そしてリターンに協力してくれた仲間について丁寧に紹介。「文章は自分なりにまとめたものを、READYFORの担当者に添削してもらいました。リターン内容についても、僕たちは支援金に対して、比較的多めの割合を返す設定にしていたのですが、担当者から“クラウドファンディングはあくまでも資金を募るものなので、そこは資金がちゃんと手元に残るよう

にしましょう”とアドバイスをもらいました。」と育郎氏は振り返る。プロジェクト開始の告知や募集中の情報発信も、マニュアルを参考にタイミングに合わせてSNSなどで発信した。

### 応援してくれる人がいる それは大きな力になる

被害から約2ヵ月後の5月にプロジェクトがスタートすると、3日で目標金額の100万円に達した。「驚く早さで支援が集まって、こんなに応援してもらえているんだ、とうれしかったです。自分たちが迷惑をかけたことへの支援だったので、お叱りもあるんじゃないかと想像していました。兄の高校の関係者の皆さんや地域の皆さんをはじめ、取引先の方が個人で支援してくれたり、お店のお客様も協力してくださいました」。

最終的に支援金は約170万円、144人の支援者が集まった。

被害からまもなく3年。クラウドファンディングをきっかけに気持ちを新たにして、この場所を地域に開かれた場所に

する取り組みは少しずつ形になっていく。「昨年はTaibow!で地元の割烹料理店が弁当を販売してくれたり、キッチンカーが店を開いてくれたりしました。他の人がこの場所で何をしたいのか、ということに興味があるし、それを僕たちも見てみたいんです」。

この場所を通して、地域がさらに魅力的になっていくことが、これからふたりの目標のひとつだ。「将来、巻で店を開きたいという夢を持っているスタッフもいるんですが、そうした志ある若者が地域に増えていけば活気も生まれるし、将来、彼らが創業に向けてクラウドファンディングという方法を取ることがあったら、応援したいと思います」。



兄の敬祐氏はラテアートの全国ファイナル大会に3回出場経験を持つ腕前。弟の育郎氏は農家である実家で取れるイチジクや柿をはじめ、地元特産のフルーツを使ったジェラートを提供する。

### POINT

- クラウドファンディングを資金調達だけでなく、情報発信の場として活用
- 地域と共に歩んでいきたいという強い思いをプロジェクトページでアピール
- お世話になっている友人・知人の商品・サービスをリターンの品に

TOPICS

## 「にいがた技術フェアonline 2021」を開催します！

コロナ禍における県内企業の販路開拓を支援するため、オンライン展示会「にいがた技術フェアonline 2021」を初開催します。本フェアは、全国の企業と新潟のものづくり企業をマッチングするイベントであり、新たなパートナー企業と商談する機会をオンライン形式で提供するものです。ぜひ、ご活用ください。



開催日時 2月1日(月)～2月12日(金) 9:00～17:00(土日祝日は除く)

会場 「にいがた技術フェアonline 2021」特設ホームページ  
<https://niigatagf.com>



出展企業 57社 ※特設ページに出展企業の一覧を掲載し、各企業のホームページへリンクしています。  
(素材・素形材・切削・機械加工・プレス・製缶・板金・電気・電子・金型・治工具、  
樹脂成形・ゴム成形・表面処理・機械・装置等の加工分野に該当する部材・技術を有する企業)

来場方法 来場登録(無料)が必要です。※事前登録は、1月25日(月)～31日(日)

特設ページ内の登録フォームより必要事項を記入していただくと企業情報の閲覧、メッセージ交換、商談予約、オンラインミーティングの全機能がご利用いただけます。(オンラインミーティングは会期中のみ)

申込み・お問合せ先 生産財マーケティングチーム TEL.025-246-0052

NICO  
活動  
レポート

### 「オンライン営業のための動画制作講座」を開催

自社で動画を撮影・編集し、発信できるようにすることを目指し、必要な知識・技術を実践型で身に付ける「オンライン営業のための動画制作講座」を県内2会場(新潟・長岡)で全4回開催しています。

動画制作が初めての方も、基本を学び、「まずは作ってみること」を目指して、講師と一緒に動画の撮影や編集ソフトを使用した様々な動画編集に取り組みました。短い期間の中でしたが、最終日には完成度の高い動画を発表していました。



12月16日の講座の様子

講座  
日程

- ①12/16・23 【長岡】NICOテクノプラザ
- ②1/13・20 【新潟】NICOプラザ
- ③1/14・21、2/3 【長岡】NICOテクノプラザ
- ④2/4・10・24 【新潟】クロスバルにいがた

参加者が制作した動画は、今後、NICO公式YouTubeチャンネルに掲載予定です。

にいがた産業創造機構 NICO公式チャンネル - YouTube  
([https://www.youtube.com/channel/UCOYf7T8g1r\\_ut7aOnjY5kdw](https://www.youtube.com/channel/UCOYf7T8g1r_ut7aOnjY5kdw))



# 第31回 ニイガタIDS デザインコンペティション2021

「ニイガタIDSデザインコンペティション」は、新潟県内産業のデザイン振興策のひとつとして1990年から毎年開催し、出品は延べ2,000点を越え、数多くの優れた商品を世に送り出した歴史あるコンペティションです。

31回目を迎える今回は、急速に変化する社会・経済・環境などへの対応が求められる現代において、魅力的な商品・サービスを生活シーンに提案していくため、「持続可能性の追求」「多様性の尊重」「エシカル消費への対応」をキーワードに、作り手の思いやこだわり、社会へのコミュニケーション等を審査の視点に取り入れるなど、開催方針を一新しました。



**表彰式** 3月25日(木) 午後5時30分～

新潟日報メディアシップ 2階日報ホール(新潟市中央区万代3-1-1)

**受賞展** 「ニイガタIDSデザインコンペティション2021エキシビション」

- 日時：3月26日(金)～3月30日(火)
- 会場：MOYORe(新潟市中央区花園1丁目1-21 JR「新潟駅」駅直結CoCoLo南館1F)

▶受賞商品を5日間にわたり展示公開します。どなたでも入場できます。ぜひ会場に足をお運びください! (入場無料)

ニイガタIDSデザインコンペティション公式facebookページにて、最新情報を発信しています。  
<https://www.facebook.com/idsdesigncompetition/>



申込み・お問合せ先 ➤ 生活関連マーケティングチーム TEL.025-250-6288

## NICO海外ビジネスコーディネーターによるビジネスレポートの配信を開始

### 日本にいながら海外の最新情報を入手

新潟県内の企業が新型コロナウイルス禍で海外渡航が難しい状況を踏まえ、海外在住のNICO海外ビジネスコーディネーターによる現地の最新ビジネス情報の定期配信を開始しました。

▶【レポート掲載先】NICOホームページ  
<https://www.nico.or.jp/mokuteki/kaigai/45079/>

令和2年12月更新分 ※今後、随時レポートを更新し、各国の状況をお届けします。

- ①ドイツ及びEUの最新ビジネス情報  
(タイガーインターナショナルトレーディング株式会社 高橋 明子 氏)
- ②ベトナムの最新ビジネス情報  
(AGS JOINT STOCK COMPANY 石川 幸 氏)
- ③アメリカの最新ビジネス情報  
(Actus Consulting Group.Inc. 松浦 恵子 氏)

NICO海外ビジネス  
コーディネーターとは  
企業は無料で利用できます

県内中小企業等の海外展開を支援するため、アジア、ヨーロッパ、アメリカにNICOが配置した海外ビジネスに精通したコーディネーターであり、現地企業・機関への訪問、面談のアレンジ、現地事情のレクチャーなどで県内企業の海外ビジネスのサポートを行っています。

申込み・お問合せ先 ➤ 海外展開支援チーム TEL.025-246-0063

NICO支援策を  
活用してチャレンジ！

# 挑戦の現場 企業レポ

CHALLENGE REPORT

産業機械や輸送機械、半導体製造などに使われる精密部品の切削加工を行う中村ターンテック。直径50mm以下のバー材を用い、複雑で加工が難しい特殊ねじなどの切削加工を数量1個から対応している。

## 多品種小量の精密部品を 高品質かつ短納期で確実に納品

NICOブースからの出展で  
新たな顧客を獲得

弥彦村に本社を構える中村ターンテックは、1953年に創業した部品加工会社。ステンレス、鉄、チタン、アルミ、銅、樹脂など幅広い材質の精密加工を得意とし、1カ月で約1,200種類、年間で約6,000種類の精密部品を生産。創業時は電話機関連の部品製造を行っていたが、時代に合わせて取り扱う製品も変化。近年は半導体関連や新幹線の部品加工も手掛けているほか、最近ではワクチン保冷庫や、巣ごもりニーズから模型製作用の精密工具の受注が増えている。

「2008年から機械要素技術展に出展しており、最近はNICOブースを活用して出展しています。半導体製造関連の取引先はそこで出会い、昨年と一昨年はその仕事が当社の売上トップになりました」と歌代代表は話す。



「リーマンショックの後、ISO認証を取得するために教育訓練を見直しました。それを機に体系立てて教育ができるようになったことで、ベテランの技術者が持っているノウハウが社内で共有され、生産性向上につながりました」(歌代代表)。

NICOクラブ会員

### 中村ターンテック株式会社

代表取締役 歌代 秀和 氏

〒959-0308 弥彦村大戸635-5  
TEL.0256-94-5500 FAX.0256-94-5522  
URL <http://www.n-turntec.co.jp/>



部門間の連携が取りやすい、ワンフロアのオープンスペース。



50年以上使っている「ロクロ」。



優れた技術者を三条地域振興局が認証する「にいがた県央マイスター」に選ばれた技術者も在籍。複雑な加工に対応するため、加工ツールを自社で作ることも多い。

## 多品種少量生産に注力し30年 生産体制の強化を進める

機械要素技術展に出展するのは新規開拓のためだけではないという。「近年は既存の取引先も多く参加されるようになりました。北東北や東海、関西などの遠方の取引先と顔を合わせ新たな商談ができるのもメリットになっています。また、新潟の出展企業とのつながりができ、そこでの情報交換や、自分たちも頑張ろうとモチベーションが高まるのも出展で得られるメリットですね」。

2012年には切削技術を駆使して作ったコマを持って、「全日本製造業コマ大戦」にも参加。「コマ大戦を通じて気概のある全国の技術者や経営者と出会えましたし、それをきっかけに仕事につながることもありました。コマを展示会のブースに置いておくと、声を掛けられやすくなるんですよ」と歌代代表。営業部門を持たない同社にとって、展示会やイベントへの参加が、新規顧客と出会い、既存顧客と関係性を深める重要な場になっている。

同社は1995年に工場を移転しワンフロアで効率よく生産することで短納期対応を可能にしてきた。さらに2005年に歌代代表が入社し、それまで人手に頼っていた生産管理をシステム化。WEBサイトの強化や教育訓練の体系化を進めるほか、マーケティング力や技術力向上、技術の継承に努めている。年々高度化するニーズに対応するため、毎年最新設備の導入も怠らない。「新規の取引先ははじめは小口の注文が多いのですが、正しい品物を納期通りに納めるという当たり前のことを積み重ねていくことで信頼してリピーターになってくれます。そういう当たり前のことを行後も大事にしていきたいですね。これからも成長産業のパートナーとして、技術や生産体制を磨いていきます」。

NICO支援メニュー **コレ** を活用！

取引連携推進事業

新潟の技術力を広くアピールするため、機械要素技術展(M-Tech)等の大規模展示会に出展し、具体的な商談や受注獲得につなげ、新規取引先の開拓を支援します。



## 社会貢献事業とウイスキー製造。 新たな夢へ向かって

「はんこの大谷」として全国に120店舗を展開する印章業界最大手の大谷。社会福祉の理念を推進する新事業をはじめ、国内でも数少ないウイスキー事業に挑戦するなど、新分野の開拓に取り組んでいる。

### 経営理念に基づく事業を 埼玉と新潟で開始

印章業界のトップを走り続ける大谷は「社会福祉に貢献する集団を作る」という経営理念のもと、2018年から訪問看護事業と障がい者の就労移行支援事業を開始した。

埼玉県で訪問看護事業を始めた経緯について、「埼玉は新潟に次いで当社の店舗が多い。お世話になっている場所で何か貢献できないかと考えていたところ、病床数が非常に少ないと分かり、訪問看護リハビリステーションを3拠点開設しました」と堂田取締役。また、就労移行支援事業は、長年積極的に障がい者を雇用してきた同社が「社会福祉法人大谷ゆめみらい」を設立し、一般企業への就職を目指す人材の育成を行っている。「障がいのある方がなかなか就職できない事例があるので、まずはここで訓練をしてから企業で働いてもらおうと考えました」と大谷社長は語る。

### 障がい者の就労を支援する ベーカリーをオープン

その就労支援の場として昨年5月にオープンしたのが、新潟市・万代エリアにある「パンも大谷」だ。「障がいのある方は裏方の仕事が多いですが、人と接

する仕事やモノづくりをしたいという方もいます。我々がその機会を設けることで活躍の場がもう少し増えるのではと思い、「パンも大谷」を始めました」と堂田取締役。現在は「大谷ゆめみらい」の利用者8名がパンの製造や接客の技術を養いながら、将来、希望する職場へ就職することを目指している。

### 小規模蒸溜所を建設し 新潟のウイスキーを製造

同社は昨年、新事業としてウイスキーの製造に着手した。「近年のウイスキーブームで原酒が不足し、安くて美味しいウイスキーが飲めなくなってきた。それなら造ればいいという話になったのです」という2人は、国内でウイスキーを製造する3つの蔵元を訪問。見学や話を聞き、実現の可能性を感じたことから「合同会社新潟小規模蒸溜所」を設立し、本社敷地内に蒸溜所を建設した。新潟県産麦を使用したウイスキーも一部製造するなど、同所ならではの味や個性を打ち出していく。さらに今後の夢として、蒸溜の際に出る熱を利用した農産物の栽培も検討中だ。

「これからは国内に還元できる事業、海外を目指す事業の2本軸が必要です。当社の宝である人材を活かした福祉事業。海外への輸出を見据えたウイス

### ここがポイント

- 長年培ってきた社会福祉に貢献する新事業を展開
- 海外輸出も視野に入れたウイスキー製造に挑戦

キー事業。さらにそこに付随するものを使って何か副産物ができるのかと、全てがつながってくるのです」と大谷社長。人材と挑戦する力を強みに、さまざまな夢を形に変えていく。



スコットランドから輸入したポットスチル(蒸溜器)(写真上)。発酵槽など稼動に向けて準備が進む。



### 株式会社大谷

代表取締役社長 大谷 尚子 氏

取締役 堂田 浩之 氏

〒950-0141 新潟市江南区龜田工業団地1-3-5  
TEL.025-382-0066 FAX.025-381-7229  
<https://www.p-otani.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



### 雪国あられ(保存缶)

#### 味と栄養のバランスを考えた あられ缶です

米どころ新潟で古くから愛されてきたロングセラー商品の「雪国あられ」は、うす塩味、青のり味、えび味の三種類のあられに、昆布と大豆を混ぜ、味と栄養のバランスを考えて作りました。白いあられはご飯をイメージし、緑のあられは海藻ミネラル、赤いあられは動物性タンパク質、青大豆は植物性タンパク質、昆布はカルシウムなどのミネラルを多く含んでいます。その栄養価と味のバランスを考えた雪国あられを、製造から5年保存できる保存缶にしました。



サクサク食感の  
彩り豊かなあられを  
是非ご賞味ください。



### 雪国あられ株式会社

〒950-0973 新潟市中央区上近江3-2-12  
TEL.025-284-5311 FAX.025-285-7890  
E-mail yukiguni@yukiguniarare.co.jp  
URL http://www.yukiguniarare.co.jp



専務取締役 樋口 隆茂さん

保存缶にあらが無く、  
もともと保存食でもあった  
雪国あられを、  
保存缶にできないかと思い  
5年かけて作りました。



### 極小折りたたみメガネケース

#### 軽量超コンパクトでファッショナブル

「大きくて重くて邪魔」と多くの方が不満を持ちながら使っているメガネケース。その全てを解消できるような、世界に類のないケースを作りたいと、長年の構想の上に昨年発売したこの商品は、胸ポケットにも収まるほどのスリムさ、37gと超軽量、フラットに折り畳めてズボンのポケット等にも入れておける「邪魔にならないコンパクトな機能性」だけでなく、スタイリッシュなデザインや本革に本物の木を組み合わせた高級感が人気。世の中の9割以上のメガネが収まるレギュラーサイズを中心に3タイプ展開しています。

ファッショナブルアイテムとして  
胸ポケットで魅せることができ、  
ビジネスシーンにも重宝します。  
プレゼントにも人気です。

世界の意匠登録を申請し海外展開  
に向けて準備中!

代表 加藤さん



新潟伊勢丹「越品」でも展開中!



三角フラップ構造で潰れにくい必要十分な  
強度設計。

### 革工房アバッリ(ABALLI)

〒959-3941 村上市暮石63  
TEL&FAX.0254-75-5734  
E-mail info@aballi.jp  
URL https://www.aballi.jp

事業承継を成功に導く

# 将军の日

累計427名が参加!

事業承継は、おおよそ5~10年の期間を要します。

成功させるための秘訣は、ポイントを押さえ  
計画的に進めることです。

将军の日では、専門スタッフが1社に一人付き、  
じっくりお話を聞きしながら  
事業承継計画の策定をサポートします。

承継までに準備することが明確になります

- ▶いつ承継するのか?
- ▶誰に承継するのか?
- ▶後継者・幹部は育っているか?
- ▶後継者と周囲の関係は良いか?
- ▶承継後も事業が継続できるか?
- ▶売上・利益はどの程度必要か?
- ▶不要な財産は処分すべきか?
- ▶株の承継はどう進めるのか?

毎月開催! 9:30~15:30(受付9:00)

開催日時 2/18(木)、3/19(金)

先着3社! 1社2名様まで50,000円(税別)

会場 小川会計ビル研修室(新潟市東区豊2-6-52)

お問合せ 株式会社小川会計コンサルティング TEL.025-271-2212

お申込み画面は  
QRコード読みで  
確認できます→



(株)小川会計コンサルティング (税)小川会計・新潟異業種支援センター事業協同組合 TEL 025-271-2212 FAX 025-271-2224  
(本店)新潟市東区豊2丁目6番52号/(亀田支店)新潟市江南区亀田緑町3丁目2番8号/(中央支店)新潟市中央区上所中1丁目8番17号

## 心を燃やせ! M&Aで解決できる道はある。

←企業と個人をつなぐ事業継承をサポートします。→

起業したい方、事業を受け継ぎ経営したい方等、起業したいが資金やノウハウ、集客に不安があってなかなか一步を踏み出せない起業準備者を全国から募集し、  
後継者不足にお悩みの経営者・資金不足で悩んでいる等、様々な理由で経営継続の困難な企業をマッチング!  
つばさM&Aパートナーズは経営者様の抱える様々な課題に対して友好的M&Aを通じた解決とサポート・細やかなアフターフォローを得意としています!

←起業準備者のメリット→

- Merit 一から事業を始めるより低成本(資金)でスタートできる
- Merit 事業継承によってノウハウや人材を持ったままスタートできる
- Merit ものによっては黒字の優良事業も

←売り手企業のメリット→

- Merit 廃業コストがかからず、売却益を得られる
- Merit 後継者問題を解消できる
- Merit 自社ブランドを継承できる



## 確かな実績 M&A・事業承継

支援社数50社

1ヵ月半の驚異のスピードで対応した実績もあります。



私たちが  
トータルサポートします  
代表・税理士 山田 真一



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  
〒959-1234 新潟県燕市南7丁目17番9-5号 県央ランドマークANX  
TEL.0256(61)5810 FAX.0256(64)2964  
E-mail : info@ma-partner.jp URL : https://ma-partner.jp/



つばさ税理士法人

人材育成に取り組む  
中小企業の皆様へ

社員と会社の  
成長を促す研修が  
ここにあります。



企業の原動力を刺激する  
**中小企業大学校**

開講にあたりましては、受講者の皆様への感染防止を第一に考え、  
ソーシャルディスタンスの確保、施設の換気や消毒等の安全対策を施し、研修運営をいたします。



独立行政法人 中小企業基盤整備機構  
中小企業大学校 三条校

全国で企業経営に役立つ研修を開催中!  
資料請求はこちらから。お気軽にお問い合わせください!

三条校

検索

