

neri·made

29

ねりまの産業を元気に!



nm 特集 **マーケティングの極意!**



商品・サービスを売るための仕組みを作る

特集:マーケティングの極意!「売れる仕組み」を作る基本のポイント
マーケティング戦略を事業者さんにインタビュー 4
さぼっとくんが聞きました 6
練馬区の起業家インタビュー 7



ねりま ECCPO 練馬産業見本市 2022

練馬ならではの事業者などが40者出展予定。
自社の製品やサービスの展示や販売、体験を行います。
皆さまのご来場をお待ちしています。

日時 > 10月16日(日) 10:00~15:00
※練馬まつりと同時開催

場所 > 練馬区立区民・産業プラザ Coconeri 3階
Coconeriホール・産業イベントコーナー

詳細は公式サイトをご覧ください。

<https://nerima-sangyo-mihonichi.com/>

問合せ:練馬産業見本市事務局 TEL:03-4560-3428



ねりま観光センター information

練馬まつりが 3年振りに開催

マロニエ通りに“魔法”がかかる?!

会場のひとつであるマロニエ通りでは、ねりま観光センターが主催する『ねりま シティ・ウィザード・プロジェクト※』の一環で、“魔法”をテーマにした様々な企画を実施。フотスポットやパネル展示、ねりコレ店による「オリジナル魔法メニュー」の販売などを行う予定です。練馬まつりにお越しの際は、是非マロニエ通りにもお立ち寄りください。



© 2011 練馬区ねり丸

実施予定日 > 10月16日(日)
実施時間 > 10:00~15:00
会場 > 練馬駅北口およびマロニエ通り周辺
(南町小・開進第二中・練馬総合運動場ほか)

入場料金 > 無料

※令和5年に、としまえん跡地にハリポッターの映画の舞台裏を堪能できる施設のオープンに合わせ、令和4年度の一年間「魔法で練馬区を盛り上げよう」をテーマに様々なイベントを企画・開催するプロジェクト。



CITY WIZARD

詳しくはこちらをご覧ください
<https://citywizard-nerima.com/>



第34回 練馬区伝統工芸展

Nerima Traditional Crafts Exhibition

～伝統の心と技～

練馬区には100年以上前から今日まで多くの職人の心と技により受け継がれてきた魅力ある伝統工芸品があります。13業種の作品展示・実演・体験・販売が行われますので、皆さまのお越しをお待ちしています。

展示・販売される 伝統工芸品

東京手描友禅・尺八・和裁・江戸筆・組紐・江戸刺繍・陶芸・江戸木彫刻・手織・椅子張・東京額縁・螺鈿蒔絵・江戸表具

伝統工芸品の チャリティー即売会

出展作品は会員から提供されるもので、収益金の一部は「練馬みどりの葉っぱい基金」等に寄付されます。

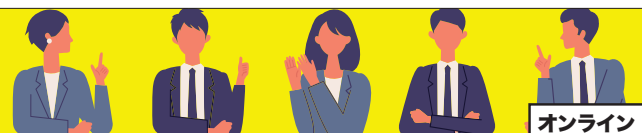
体験コーナー (有料・当日受付)

練馬区伝統工芸会に所属する職人の技を実際に体験してみませんか?

日時 > 10月21日(金)・22日(土) 10:00~17:00
10月23日(日) 10:00~16:00

場所 > 練馬区立区民・産業プラザ Coconeri 3階
Coconeriホール・産業イベントコーナー

問合せ:練馬区経済課中小企業振興係 TEL:03-5984-1483



オンライン

令和4年度 練馬ビジネスチャンス交流会

事業者同士の交流による

ビジネスチャンス拡大の場を提供します。

11月の開催は「新たな取組」をテーマとし、以下のとおり参加者を募集します。

ビジネスチャンス拡大の絶好の場ですので、ぜひお申し込みください。

Chance!



対象

- 区分1 ▶ 概ね5年以内に創業・起業した区内事業者
- 区分2 ▶ 概ね5年以内に新製品・新サービスを開始した区内事業者
※区分1,2とも予定事業者も可
- 区分3 ▶ 区分1,2の事業者と繋がりた、交流を希望する区内外事業者

定員 60者程度(区内事業者優先のうえ抽選)

日時 11月18日(金) 14:00~16:00(2時間程度)

会場 オンライン

内容 オンラインコミュニケーションツール「REMO」を使用したグループ交流や個別商談など

申込方法 区ホームページ内応募フォームからお申込み ▶

申込期間 9月1日(木)から10月14日(金)まで

参加費 無料

その他 参加事業者を対象に、「REMO」の使用方法について研修を行います。



※対応環境や事業の詳細等については、区ホームページに掲載しています。

問合せ:練馬ビジネスチャンス交流会事務局
TEL:03-5250-1155

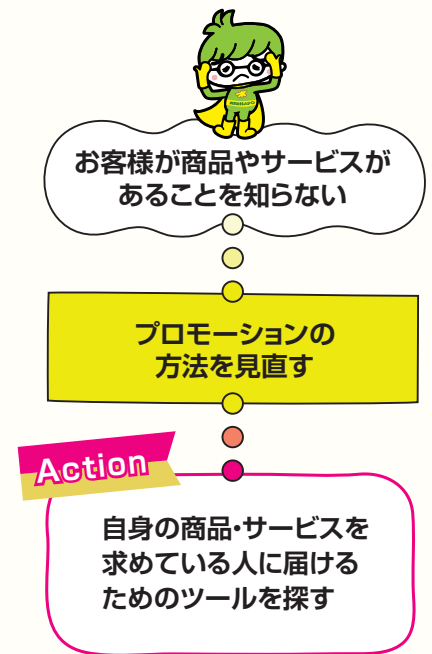
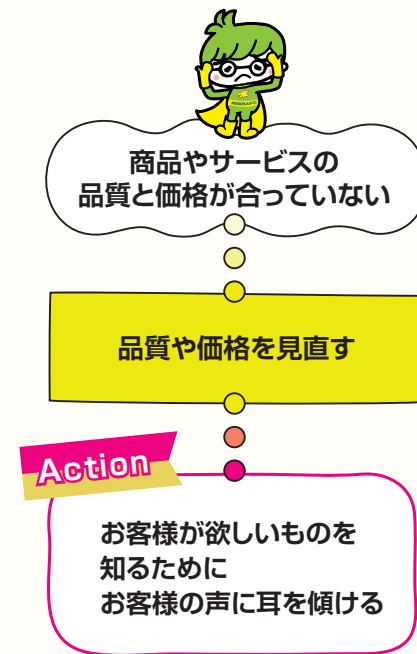
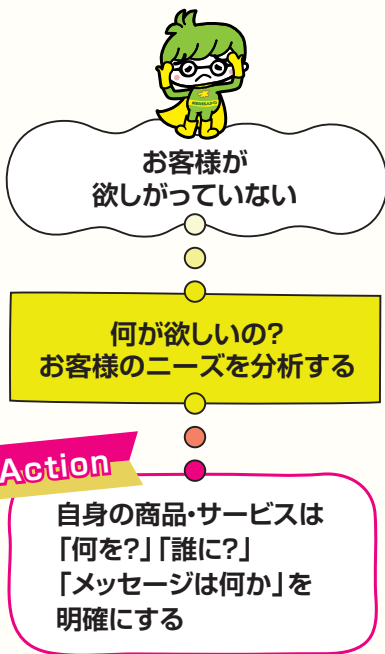


マーケティングの極意!



「売れる仕組み」を作る、基本の3つのポイント

- 1 ニーズ(ターゲット)の絞り込み
- 2 どうしても欲しくなる商品・サービス
- 3 伝わるプロモーション



このバランスがとれているか? 友達や専門家に意見をもらうことも大切です。

マーケティングについてもっと知りたい!と思ったら
練馬ビジネスサポートセンターの無料専門相談や経営者セミナーをぜひご利用ください。(詳細はP8)

次のページでは区内事業者さんのマーケティング実践例を紹介! →



🏠 ドッグリサーチカンパニー



ここがスゴイ!

中小企業診断士からのコメント

お客様の「悩みの解決」を徹底して行う

成功しているビジネスの多くは、お客様の悩み(ニーズ)を解決しています。「ニーズこそがビジネスにおけるターゲット」だからです。ターゲットが明確なので、ムダな広告費用を使わずに効果的なプロモーションができてるのが、スゴイ!



🏠 ガビンパンパン



ここがスゴイ!

中小企業診断士からのコメント

変化に対して柔軟に動き方を変える

社会やお客様のニーズはどんどん変化していきます。自分のやり方に執着せず、お客様の声を聴きながら柔軟に商品を開発する努力が事業成長へとつながっています。商品を変えたら、プロモーション方法も変える。「やるべきことをキチンとやる」のが、スゴイ!

マーケティングに重要なのは自分で考えてやり抜く覚悟

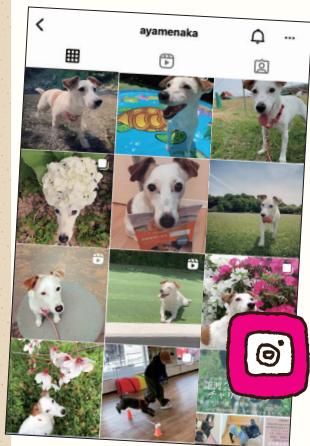
「ドッグリサーチカンパニーのマーケティング実践例」

集客の入り口となる3つのツール(Facebook、Instagram、Googleアドワーズ広告)の中で、集客ツールとして意図的に使うのはGoogleアドワーズ広告のみ。SNSは、集客ツールというよりは、お客様とのコミュニケーションツールという位置づけです。



Instagramで親近感を持ってもらう

いち愛犬家として愛犬(タリー・♀)の可愛い写真や、活き活きた様子を発信しています。ドッグトレーナーは敷居が高い印象があるようなのですが、私の投稿を見て同じ親バカだと思ったら安心してくれるようです。告知は主にストーリーズ。新規のお申込みが入ることも。



「世界基準のドッグトレーニングを通じて、犬と飼い主の笑顔を増やす」をコンセプトに、事業を拡大しているドッグリサーチカンパニー(DRC)。今の時代、「番犬」ではなく「家族の一員」としてのドッグトレーニングのニーズが高まっています。DRCでは、犬がとる行動の背景にある犬の気持ちを理解し、適切にコミュニケーションをとることで、犬も飼い主さんもストレスなく楽しく暮らしていけることをサポートしています。

代表の亀井さんは、犬の保育園やドッグトレーナー養成スクールの運営を行う会社で執行役員を務めた後、独立。当初は出張トレーニングをメインに活動をしていましたが、子犬を対象としたしつけ教室が好評を得て、2021年11月に初の店舗をオープン。都立公園や動物病院が近隣にあるなどの周辺環境もチェックし、戦略的に立地を選んだそうです。

集客はGoogleアドワーズ広告を活用。月1~2万円の課金で月平均3組の新規顧客を獲得できているそう。

「犬を飼って、しつけや育て方を知りたいと思ったらまずネットで検索する時代なので、ドッグトレーナーというニッチな業種には、Web広告が合っていると思います。また、Web広告の良さは年齢、性別、地域、興味や関心事まで細かく設定できるので、確実にターゲットを絞れることです。来てもらいたいお客様を具体的にイメージして、そのお客様に刺さるような広告文を日々追求しています」。

保護犬の譲渡会や、ワンコインしつけ相談、ハーネス試着会など、毎月様々なイベントも開催。個人で活躍しているドッグトレーナーさん、動物保護団体さんなどと連携することで認知も広がり、SEO効果も上がります。

「イベントの参加者に営業はしません。お店の存在を知ってもらうだけで十分だと考えているからです。どんなに商品やサービス内容が良くても利益が出なければビジネスにはなりません。自分のやりたいことができ、なおかつ目標とする収益をあげられていれば、うまくいっていると思います。そうなるためには、「やりたいことの明確化」と「基本戦略の明確化」が大切です。自分で考えてやり抜いていくという「覚悟」が最も大切なことです。それがマーケティングへの本気度でもあると私は考えます」。

Facebookは既存のお客様とのコミュニケーションツールとして活用

既存のお客様向けに、イベントの告知やお知らせ、お役立ち情報などを掲載。



SNSでは愛犬家の1人として犬好きな人とコミュニケーションをとることを大切にしています。飼い主さんたちがどんな考え方で愛犬とどんな生活をしているか知ることができます。

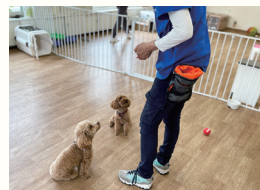
チラシ・ポスターも大切にしています

チャリティーイベントの告知などは、近隣のお店にお願いしてポスターを貼ってもらうことも。



前職でマーケティング担当として経営に携わった経験を持つ亀井さんは、犬のトレーナーさん専門のマーケティング支援も行っています。

▼愛犬のタリー



ドッグリサーチカンパニー

練馬区春日町5丁目
33-29-109

03-5848-6855

営業: 10:00-19:00

定休日: 不定休

<https://dogresearch.jp>





練馬駅近く。本格キーマカレーのテイクアウト専門店としてオープンした「ガビンパンパン」。店名の由来はインスピレーション。“ガビーンと思うくらい美味しいカレー”を食べて欲しいと思ったそうです。オープン当初は、会社員向けにお弁当を販売していました。今では、ファミリー層向けにオーダーメイドのキャラ弁やオードブル、カレーやどんぶりのデリバリー、さらにキムチやドレッシング、レトルトカレーの商品開発など、多方面への事業展開を行なっています。

「オープン当初は、店の前を通る人をカウントすることから始めました。カウントした結果、会社勤めの方が多く通ることがわかったんです。そこで会社員をターゲットに、キーマカレーのお弁当の販売からスタート。しかし1人で店を切り盛りするには限界があり、さらにコロナ禍にもなり、対面でお弁当だけを販売しているのが厳しくなって来ました。そこで、他の手法も考えていかないといけないと考えました」。

今や人気商品になっている運動会やお誕生日会向けのオードブルは、常連さんとの会話がきっかけになったそう。

「元々は大人向けのオードブルの販売などをしていました。ある日、常連さんとの会話の中で“運動会のお弁当を作るのが大変”という話を聞いたんです。なんとか助けてあげたいと思い、お子様が好きなもの、嫌いなもの、入れてほしいキャラクターや予算などを聞き、完全オーダーメイドで作ってみました。それがすごく喜ばれたんです。そのオードブルの写真をInstagramにアップしたところ、DMで注文を頂いたり、お客様を紹介頂いたり、今では多くのオーダーを頂けるようになりました。お客様とは必ず事前に打ち合わせをして、好みなどを伺います。もちろん手間がかかりますが、喜んでほしいという気持ちが強いんですね」。

心のこもったサービスを受けたお客様が、オードブルの写真をご自身のInstagramやFacebookグループなどで紹介し、クチコミで商品のことが広がっていったそうです。

またコロナ禍の飲食店経営を経験し、商品やターゲットを限定せず、幅広くマーケティングを行なっていくことも大切だと感じたそうです。

「私が大切にしているのは、お客様と対面してお客様一人ひとりのニーズに応じて喜んで頂くことです。でも、休業要請等の際に物販の委託販売の売上にとっても助けられたこともあり、ビジネスとしては、非対面の柱も持たないといけないと感じました。今は、スーパーに卸す商品を開発販売したり、デリバリーを充実させるという試みにも力を入れています。私の商品はすべて手作り。無添加・無農薬の安心安全な商品です。まだまだ模索中ですが、どんな商品が求められているかはすべてはお客様が教えてくれます。お客様との会話は宝です。これからもお店には出来るだけ立ち、お客様がどんなことを求めているのか聞いていきたいと思っています」。

てづくり弁当 ガビンパンパン

練馬区練馬1丁目6-17

03-4400-8012

営業: 11:00-20:30

定休日: 日曜



どんな商品が求められているのかはお客様との会話の中にヒントがある

「ガビンパンパンのマーケティング実践例」

ファミリー層向けにはInstagramを中心としたSNS。単身者や会社員向けにはデリバリー。また、展示会などへ出展して、物販の取引先を増やす活動もしています。

Instagramの写真にはお客様がコメントをくれる

Instagramにはキャラ弁写真を掲載。お客様がコメントを下さったり、DMから新規のご注文を頂くこともあります。



単身者向けのデリバリー

単身者向けにどんぶりやカレーのデリバリーサービスの受付をスタート。今は売上の主軸になっています。

展示会やフェスに出展

オリジナル商品を開発し、展示会に出すことで、物販の販売先へのプロモーション活動を行っています。



添加物不使用の
にじんだレッシング



2022年1月にメニューをリニューアルし、デリバリーや商品開発もスタートしました。今後も、より多くのお客様のニーズに応えられるようアンテナを張りながら、リサーチ活動を行なっていきたいと思っています。



ガビンパンパン店長 有川実来さん▲



さぽっとくんが聞きました!

得する
ネリサポ情報

Q 「マーケティング」ってなあに?

A わかりやすく言うと“売れる仕組み作り”です。
ブランディング、市場調査、販売促進の活動、
データ分析を含めて、すべてがマーケティングです。



▲中小企業診断士
株式会社オージュ・コンサルティング
代表取締役
大森渚 先生

練馬ビジネスサポートセンターでは、事業者の方に役立つ講座を行っている。今回は11月の講座を担当する大森先生に、マーケティングについて伺った。

大 中小企業診断士の大森です。11月24日に、練馬ビジネスサポートセンター(以下ネリサポ)で「アンバサダーマーケティング」の講座を担当します。

Q そもそもマーケティングって何を意味するの?

大 マーケティングとは、わかりやすく言うと「売れる仕組み作り」です。その中で大切なことは、まずはブランディングだと思います。お客様となるのが誰なのか、そのお客様に提供していく自社の価値は何なのか、また、他社と比べてどこが違うのか、きちんと整理して打ち出していくことが出発点です。そこが決まると、おのずと何を使って宣伝していくのかも決まると思います。

Q 宣伝の方法はどうやって決めるの?

大 まずは、お客様との接点を探ることです。お客様が普段どんなツールを使って、どこで情報収集をしているのかを調べるとヒントになると思います。

例えば、LINEを使っているお客様がターゲットならば、LINE広告の方が向いているのかもしれないですし、お店とお客様の自宅が近いことに意味がある業種だったり、新聞折込やポスティングが向いていると思います。ターゲットによってマーケティングの方法は変わってくるので、そこを見極めることが大事です。

Q 色々な種類があるSNSはどうやって使うの?

大 SNSには様々なツールがあるとありますが、できるだけ多く使うのが良いと思いま

す。その中で中心になるSNSを決めておくのも重要です。例えば飲食やファッション業界では視覚効果の高いInstagramが向いています。個人のお客様とのつながりが強いスクール業や保険の代理店業などは、グループが作れたり、イベントが発信できるFacebookが向いていると思います。ファッションやインテリア業界の場合でも、インパクトのある文章が書けるのであれば、拡散効果が狙えるTwitterが向いている場合もあります。

Q マーケティングで成功しているのはどんなお店?

大 例えばエステサロンさんで、お客様のプロフィール写真をInstagramで発信して成功している方がいます。エステに行ったらどう変わるのかというのはお客様が欲しい情報です。飲食や物販でも、お客様が商品を楽しんでいる写真を上手に使っているお店はSNSで成功されています。また、「〇〇町一丁目の方限定割引」のように、町名を絞ってチラシのポスティングを行っているお店があります。自分たちの住んでいる地域の名前が入った広告はインパクトがあるので、チラシを見てもらいやすくなります。

Q マーケティングのポイントを教えてください。

大 マーケティングをしているつもりでも、自身の強みをしっかり理解していない、数値を把握しきれないなど、どこかが抜けていて売上拡大に繋がっていないことがよくあります。その抜けているところに気づくことが重要です。

まずは、自分たちがお客様に提供できる価値を一言でまとめてみましょう。お客様がお友達に「こういうお店があるよ」といって一言を言

大森先生が担当される講座のテーマである「アンバサダーマーケティング」について教えてください。

大 アンバサダーマーケティングとは、お店や企業の商品やサービスのファン・常連さんを、「アンバサダー」として、商品を提供して実際に使って頂き、宣伝を行ってもらったりPR施策です。飲食店でしたら、新メニューを試食して頂き、それをSNSにアップしてもらっても良いですし、「Instagramで紹介してくれたら何割引にします」という方法もありますよね。お店の常連さんや、商品をずっと愛用してくれる方からの言葉は共感を得られやすく、説得力があります。広告費をかけずに宣伝が行えるので、小規模事業者の方や飲食店、ヘアサロンなどの経営者の方にはぜひ試して頂きたいマーケティングの手法です。

“アンバサダーマーケティング”の活用術に興味のある方はぜひセミナーに参加してっち。



きやべっち
練馬産のキャベツ兄弟が多い
しゃべり方: 語尾に「ち」とつける



さぽっとくん
名前の由来: 中小企業の皆さまをサポートする頼れる助っ人になれるように
使命: 人の夢をつなぐ、人と人をつなぐ、ビジネスとビジネスをつなぐお手伝いをする
しゃべり方: 語尾に「ぽ」とつける

「“アンバサダーマーケティング”の活用術」セミナーは10/21(金)より受付開始!

※8ページをチェック!



株式会社ベイシカ
代表取締役
中尾 恭太さん

強いクリエイティブチームで人気キャラクターをプロデュース

世界中の人に愛される、日本が生んだキャラクター



▲社内にはクリエイターの作品が飾られています。

弊社はキャラクターに特化したプロデュース業を専門としています。日本が生んだキャラクターは世界中の人に知られています。例えば、かの有名な猫のキャラクターはカワイイの一言で国境を越えて世界の人に愛されるキャラクターになりました。エンタメ業界の中でも、世界を巻き込むキャラクターの旗振り役となるプロデュースはすごく魅力的だと思いました。

練馬区は制作会社やアニメーターが多い地域

起業した当初は、代々木にワンルームマンションを借りて、プロモーションの仕事や、映画制作の手伝いなど、1人でできることから始めました。それから徐々に事業が広がっていき、今はキャラクターを軸に、それに必要なクリエイティブを総合的にできるチームになりました。

社員が増えて移転を考えた時に、関係しているアニメ会社や制作会社が多いことから、練馬区に拠点を置くことを決めました。練馬は、池袋、渋谷や新宿にも出やすいので快適ですね。

デザインや絵本の事業、映像や商品撮影などが今は事業の中心

キャラクターグッズ製作はもちろん、映像制作やウェブコンテンツ制作、キャラクターのデザインなど、あらゆる方面に対してサポート可能なのが僕たちの会社の特

徴かなと思います。例えばデザインの仕事を依頼されたとしても、その後、映像やライブ配信をしたなどの要望があれば、いろいろな領域にミックスしてプロデュースができます。

『はっはっはっくしょん』は社内のクリエイターと作った2歳児向けの絵本です。2年前に出版して、今では12万部売れている人気シリーズになっています。また、商品撮影事業はコロナ時代に商品のネット販売などが増え、ニーズが伸びた事業です。機材を揃えたり、撮影スキルを身につけながら確立してきました。

「100日後に死ぬワニ」では、クリエイターをマネージメント

「100日後に死ぬワニ」のプロデュースでは、クリエイターマネージメントとキャラクターコンテンツ事業の2つの要素がありました。コンテンツ自体は、作家が1人で作っていたものだったのですが、僕はプロデュースの部分でメーカーさんを巻き込んだり、タイアップ先の企業と条件面を調整したりしました。グッズ制作や映画化もしました。自分たちだけでできることは限られるので、どうやって仲間を集めていくかを考え、プロジェクトごとにいろんな人に関わってもらっていましたね。基本的に作品そのものに対しては口を出しません。どうプロデュースするかに専念し、作家の意向を最大化する戦略を考えました。「クリエイターファースト」と「ビジネスとしての戦略」をどう組み合わせっていく



▲商品撮影や動画制作用の撮影スタジオを社内に作り撮影を行っています。

か、「ワニ」と出会って経験できたこと、得たものはたくさんありました。
今の時代は、とにかく打席に立ち続けることが大切

2022年はイラストが描ける新卒のクリエイターを6人採用しました。採用基準はイラストが描ける事と、映像・写真・ライブ配信など、何かプラスαができる人材です。得意なイラストに、別のスキルや発想自分なりの工夫やひらめきを加えることで新しいものが生まれると思っています。ベイシカという会社名はその「ベイシック＋α」が由来になっています。社内では週に2個のペースで新キャラクターを発表してもらい、それを僕がプロデュース的な目線でアドバイスをしてブラッシュアップしていきます。今の時代は打席に立ち、どんどん打っていくことが大切。1週間単位で新しいアイデアをどんどん出す練習を常に行っています。

自分がやるべきと思ったことを実行に移せる環境

起業して良かったことは、言い訳ができない環境に身を置くことで、自分がやるべきだと思ったことを最後までやり切れることです。ホームページには、ミッション、ビジョン、バリューに加え、自分たちの仕事への向き合い方を示した「スリット」を掲載しています。同じ志や高いモチベーションを持つ、強いクリエイティブチームを作り、ベイシカから世界的な人気キャラクターを生み出すことが一番の大きな目標です。



株式会社ベイシカ

練馬区中村北1-2-9
第2永崎ビル2F
info@basica.co.jp
https://basica.co.jp/



経営者
セミナー



仲間と一緒に実現する 小さな会社の大きなビジョン

日時 > 10月18日(火) 19:00~21:00
 講師 > 小早川 真樹 氏(株式会社しまや出版 代表取締役)
 参加方法 > **会場** 練馬区立区民・産業プラザ 研修室1 (Coconeri3階)
オンライン Zoom配信
 対象 > 事業者・創業予定者
 定員 > 各30名(申込順) 参加費 > 500円(税込) 締切 > 10月11日(火)

申込
受付中

会場/オンラインライブ

お選びいただけます。



会場▲ オンライン▲

経営者
セミナー



ファンを
巻き込む

“アンバサダーマーケティング”の

活用術

日時 > 11月24日(木) 19:00~21:00
 講師 > 大森 渚 氏(株式会社オーजू・コンサルティング 代表取締役)
 参加方法 > **会場** 練馬区立区民・産業プラザ 研修室1 (Coconeri3階)
オンライン Zoom配信
 対象 > 事業者・創業予定者
 定員 > 各30名(申込順) 参加費 > 500円(税込) 締切 > 11月16日(水)

会場/オンラインライブ

お選びいただけます。

10/21(金)
より
受付開始

夢を持って頑張る事業者を 全力で応援します!



ねりさぽビジネスラボ
<https://nerisapo.net/>



区内事業者がPR情報を自身で発信できるWEBコンテンツや、各種オンラインセミナーの配信サイトが集まるポータルサイトです。

ねりさぽBizTube

事業の
強みや技を
動画で配信

ビジネス!PRボード

PR情報を
SNS感覚で
発信

オンラインセミナー

ビジネスに
役立つ
情報を配信

経営ミニコラム

チラシ
づくりの
コツ

QSC
とは?

DX
とは?

ねりさぽ 練馬ビジネスサポートセンターの 専門相談

曜日ごとに専門相談員がご相談に応じます!

事前予約制・1回の相談時間は1時間

分野	相談員	相談日/時間	相談内容
起業・創業	ビジネスマネージャー	月~金曜日 9時~17時	起業をお考えの方や起業して間もない方の各種相談
法律	弁護士	月曜日(午前) 9時~11時	契約や取引条件、取引先や顧客とのトラブルなど、経営に関する法的な相談
デジタルサポート	中小企業診断士	月曜日(午後) 13時~17時	脱手書きからデジタル化のイロハ、データ分析、ソフト・システムなどに関する相談
労務(経営者向け)	社会保険労務士	火曜日 13時~17時	雇用主としての社会保険の手続き、就業規則の見直しなど、労務に関する相談
販路拡大・集客	ビジネスマネージャー デザイナー	水曜日 9時~17時	自社製品・サービスの強みを活かした販路開拓や集客、情報発信についての相談
経営全般	中小企業診断士	木曜日 13時~17時	事業計画や資金計画、資金調達、事業承継など、経営全般についての相談
税務	税理士	金曜日 13時~17時	事業経営に伴う会計処理や、税務についての相談

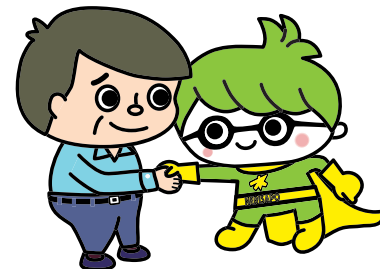
※新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、電話での相談対応にご協力をお願いする場合がございます。オンラインでの相談も受け付けています。(法律相談を除く)

デジタル化って
難しいのかな...

起業に興味があるけど、
一歩踏み出せない...

チラシや
ホームページの
デザインを
相談したい!

インボイス制度や
補助金について
知りたい



nerj·made vol.29 令和4年10月1日発行 年4回(4月・7月・10月・1月)

「nerima(練馬)」と「made(つくる)」を融合させた造語で、「ネリマデ」と読みます。

発行 一般社団法人 練馬区産業振興公社 練馬ビジネスサポートセンター

練馬区練馬1-17-1 Coconeri 4階 (練馬駅中央北口から徒歩1分)

TEL 03-6757-2020 FAX 03-6757-1014 <https://www.nerima-idc.or.jp/bsc/>

業務時間:9時~17時 休業日:土・日・祝休日と年末年始(12/29~1/3)



ねりさぽHP

