

今すぐに効果は出ないが
将来の売上や利益につながる



商品開発・市場調査

新たな価値の創出



教育費

社員の成長 = 会社の成長

未来費用



広告宣伝費

地元のお客様に自社を知ってもらう



採用費

次世代を担う人材