



Niigata
Industrial
Creation
Organization

NICO 第4期中期計画

公益財団法人
にいがた産業創造機構

目 次

| | |
|------------------------------------|----------|
| I. N I C O第4期中期計画の趣旨等 | 1 |
| 1 趣旨 | 1 |
| 2 N I C Oの企業支援の基本的な考え方 | 1 |
| 3 行動指針 | 2 |
| 4 計画期間 | 2 |
| II. 中期目標及び年度別目標値 | 3 |
| 1 目標値の設定 | 3 |
| (1) 創業・経営革新の促進に関する目標 | 3 |
| (2) 本県産業の「強み」の更なる強化に関する目標 | 4 |
| (3) 成長分野に重点を置いた産業振興に関する目標 | 5 |
| 2 目標実現のための取組 | 5 |
| III. 行動計画 | 6 |
| 1 新潟県産業の強みの更なる強化 | 6 |
| (1) 経営基盤強化支援 | 6 |
| (2) 創業・経営革新支援 | 6 |
| (3) 産学連携支援 | 7 |
| (4) 市場開拓支援 | 7 |
| (5) 戦略的な産業人材育成支援 | 8 |
| 2 成長分野に重点を置いた産業振興 | 8 |
| (1) 食品産業の振興、農業の6次産業化 | 8 |
| (2) 健康ビジネスの振興 | 8 |
| (3) 新エネルギー等関連産業の育成 | 9 |
| (4) クラウド活用ビジネスの創出 | 9 |
| 3 N I C Oの体制充実・強化 | 9 |
| (1) 支援体制の充実 | 9 |
| (2) 柔軟で公正かつ効率的な組織運営の確立 | 9 |

I. NICO第4期中期計画の趣旨等

1 趣旨

公益財団法人にいがた産業創造機構（以下「NICO」という。）は、平成15年4月の開設以来、「新潟県の産業を元気にする」ことを使命に、一貫して、企業の経営強化と、次代をリードする産業群の創出などに取り組んできた。

NICOは、引き続き、これまで蓄積してきた機能とノウハウを総合的に発揮し、明日の新潟県を支える産業の育成に向けて、高付加価値化、創業・新分野進出・経営革新の促進と、成長分野に重点を置いた企業支援に取り組むこととし、本県産業を支援する機関として一層の発展を目指す。

また、設立10年と公益財団法人への移行も契機に、NICO自体の付加価値を高め、いくため、事業の充実と周知はもとより、コーディネートや情報収集・提供の機能を高めるとともに、社会的責任を踏まえた適正な運営に努めることで、さらに企業から信頼される魅力的な存在になることを目指す。

第4期中期計画は、県から示された中期目標の確実な達成と、NICOの使命の更なる実現を目指し、中長期的視点から戦略的に事業を展開していくため策定する。

なお、計画期間中の状況変化等により、計画の見直しが必要と認められる場合には本中期計画を見直すこととする。

2 NICOの企業支援の基本的な考え方

「新潟県の産業を元気にする」使命を果たすため、「企業と商品を創る」、「企業と人を育てる」、「ネットワークを結ぶ」の3つの基本的機能を最大限発揮しながら、次の基本的な考え方により企業支援を実施していく。

① 企業ニーズに応じた支援

様々な産業分野やマーケット、特定地域での課題に直面する企業のニーズを幅広く吸い上げ、企業の経営力強化などに向けて的確に支援し、産業のすそ野と雇用の維持・拡大を図っていく。

② 先導的な取組への促進と支援

時代の変化やニーズに対応し、次代の産業を牽引する成長分野への挑戦を促すとともに、意欲ある起業家や中小企業を掘り起こし、その先導的な取組を積極的に支援する。

3 行動指針

(1) 新潟県産業の強みの更なる強化

① 緊急性の高い経営課題の解決に向けた企業経営基盤の強化

経済社会環境の変化などに対応し、企業活動を継続・拡大するため、自社技術や商品、サービス等の競争力向上、高付加価値化、販路拡大に必要な経営資源（物的・人的）を補完し、経営基盤を着実に強化するための支援を実施する。

② 新たな価値を創造する企業活動を支援するほか、起業・創業を推進

- ・ 新技術、新商品の開発や新事業展開に対する支援、産学官連携による先進的な研究開発等、付加価値を高める創造的な企業活動を支援する。
- ・ 起業・創業、第二創業支援を通じて経済活動の活性化と雇用創出に努める。

③ 新潟県産の優れた生産財、消費財の新たな販路開拓と海外展開を支援

地域資源を活かした県産品をはじめ、県内中小企業の優れた商品の販路開拓・市場拡大のため、品質・デザイン等の向上を図るほか、流通環境の変化や市場動向を踏まえながら、首都圏展開や海外展開も含め、企画から開発、販売の各段階に応じて総合的に支援する。

(2) 成長分野に重点を置いた産業振興

○ 食の分野や健康ビジネス、新エネルギー等、成長分野の促進と支援

今後の成長分野として市場の拡大が期待できる食の分野や健康関連産業、新エネルギー等関連産業における企業の参入促進並びに事業化支援を通じて、高付加価値型の産業の創造に中長期的な視点から取り組む。

(3) N I C Oの体制充実・強化

○ N I C O自体の付加価値を高め、「身近なN I C O」「信頼されるN I C O」を実現

- ・ ビジネス関連情報の効果的な受発信や外部専門家の効果的な活用により、支援体制を充実しN I C Oの認知度向上、N I C O利用企業の拡大に取り組む。
- ・ 総合的かつ地域に密着した支援体制を強化するとともに、柔軟で公正かつ効率的な組織運営を確立していく。

4 計画期間

本計画は、平成 25 年度から平成 28 年度までを計画期間とする。

II. 中期目標及び年度別目標値

1 目標値の設定

県から示された第4期中期目標を受け、平成28年度までの4年間の年度別目標値を次のとおり設定する。

ただし、各年度の目標値については、計画期間中の状況変化や進捗状況により、適宜、見直すこととする。

(1) 創業・経営革新の促進に関する目標

| 指標 | 中期目標 | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 28年度 |
|---------------------------------|------------------|---------|---------|---------|---------|
| (1) 創業・新分野進出企業 | 410社以上 | 100社 | 200社 | 300社 | 410社 |
| (2) 育成・支援企業 | 6,800社以上 | 1,700社 | 3,400社 | 5,100社 | 6,800社 |
| (3) 利用企業等 | | | | | |
| ①利用企業等 | 40,000件以上 | 10,000件 | 20,000件 | 30,000件 | 40,000件 |
| | 毎年度 10,000件以上 | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| ②新規利用企業等 | 800社以上 | 200社 | 400社 | 600社 | 800社 |
| | 毎年度 200社以上 | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| (4) 支援企業の評価度 (肯定的評価割合) | 毎年80%以上 | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| (5) 売上額等計画達成状況 (「計画以上」と回答割合) | 毎年70%以上 | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |

(2) 本県産業の「強み」の更なる強化に関する目標

| 指標 | 中期目標 | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 28年度 |
|--|------------|-------|-------|-------|---------|
| (1) 製造業の高付加価値化 NICO支援企業（製造業関係）の付加価値増加額（※） | 598億円程度 | 143億円 | 290億円 | 442億円 | 598億円 |
| ①産学連携支援 | | | | | |
| 産学連携の取組による企業の商品化・事業化件数 | 8件以上 | 2件 | 4件 | 6件 | 8件 |
| 研究開発の新規採択件数 | 12件以上 | 3件 | 6件 | 9件 | 12件 |
| ②生活関連産業の支援 | | | | | |
| 新技術・新商品を開発した企業数 | 120社以上 | 30社 | 60社 | 90社 | 120社 |
| ③デザイン力の向上支援 | | | | | |
| デザインコンペ参加企業数 | 240社以上 | 60社 | 120社 | 180社 | 240社 |
| (2) 国内販路開拓支援 | | | | | |
| ①国内見本市等の成約額 | 毎年度増加させる | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| ②国内見本市等の成約件数 | 毎年度増加させる | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| ③インターネット通販等での取扱商品数 | 1,000商品以上 | 250商品 | 500商品 | 750商品 | 1,000商品 |
| ④ネスパス来館者数 | 毎年度100万人以上 | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| ⑤ネスパス売上額 | 毎年度5億円以上 | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| (3) 海外販路開拓支援 | | | | | |
| ①海外見本市等の成約額 | 毎年度増加させる | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| ②海外見本市等の成約件数 | 毎年度増加させる | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| (4) 情報サービス産業の振興 | | | | | |
| IT企業のシステム開発新規受注件数 | 20件以上 | 5件 | 10件 | 15件 | 20件 |

(3) 成長分野に重点を置いた産業振興に関する目標

| 指標 | 中期目標 | 25年度 | 26年度 | 27年度 | 28年度 |
|----------------------------------|----------|------|------|------|------|
| (1) 食品産業の振興、農業の6次産業化 | | | | | |
| ①商品開発やブラッシュアップを支援した件数 | 120件以上 | 30件 | 60件 | 90件 | 120件 |
| ②国内外食品見本市等の成約額 | 毎年度増加させる | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| ③国内外食品見本市等の成約件数 | 毎年度増加させる | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| ④物産展等を通じ継続的取引につながった件数 | 毎年度増加させる | 同左 | 同左 | 同左 | 同左 |
| (2) 健康ビジネスの振興 | | | | | |
| ①NICOが支援した健康ビジネス関連企業の付加価値増加額(※) | 75億円以上 | 16億円 | 35億円 | 54億円 | 75億円 |
| ②NICOが支援した健康ビジネスの商品化・事業化件数 | 24件以上 | 6件 | 12件 | 18件 | 24件 |
| (3) 新エネルギー等関連産業の育成強化 | | | | | |
| ①NICOが支援した新エネ・省エネ関連企業の付加価値増加額(※) | 40億円以上 | 3億円 | 11億円 | 23億円 | 40億円 |
| ②新エネ、省エネ分野の新技术、商品開発、事業展開を行った企業数 | 32社以上 | 8社 | 16社 | 24社 | 32社 |

※経済情勢を踏まえ目標値を見直す指標

2 目標実現のための取組

この中期目標を実現するため、必要に応じ、具体的な行動目標や補完する指標を設定し進捗管理を図りながら、前述の行動指針に基づき以下の行動計画を実行していく。

また、定期的に現状を把握・分析して、課題を認識・共有し、行動計画に沿った具体的取組を企画・実施するとともに、取組実績や目標に対する成果を年度ごとに検証し、適宜、行動計画の見直しを図りながら、目標の早期実現に努める。

Ⅲ. 行動計画

1 新潟県産業の強みの更なる強化

機械や金属加工、食品産業、生活関連産業など本県の得意とする分野において、優れた技術やノウハウを有する多くの中小企業を持つことが本県の強みであり、この強みをさらに生かすことで、地域産業の自立を図る必要がある。

そのため、緊急性の高い経営課題の解決に向け、経営基盤の強化を図るほか、新たな価値を創造する企業活動や創業を支援するとともに、産学連携支援や市場開拓支援等を通じ、より付加価値の高い競争力のある製品づくりや販路開拓等に取り組む企業の事業活動を支援する。

(1) 経営基盤強化支援

県内中小企業が、経済社会環境の変化等に対応し、その活動を継続・拡大するためには、様々な課題を整理した上で、自社の技術・商品・サービス等の競争力の向上や高付加価値化、販路の拡大など、具体的な解決策を実施する必要がある。こうした取組に対して、不足しがちの経営資源を補完し、経営基盤を着実に強化するための支援を実施する。

① 設備投資に対する支援

「健康・福祉・医療」、「新エネルギー」、「観光」等、新たな成長が期待できる分野や時代の変化に対応した企業経営基盤強化など、県経済への波及効果の高い設備投資を喚起するための支援を実施する。

② 取引連携の支援

受発注案件の掘り起こしや情報提供などを通じて、発注・受注を希望する製造業企業の斡旋・マッチングとそのフォローアップを行い、新規取引先の拡大や業容の拡大を支援する。

また、県内製造業を中心に技術提案力の向上と新規取引先の拡大を目的として、大手メーカー等を対象に直接アピールできる提案型商談会を開催するほか、展示商談会への出展を支援し、商談の成約につなげていく。

③ 企業再生支援

経営環境の著しい変化等に直面し、企業の自主努力だけでは対応が困難な場合について、企業再生の専門家集団による再生計画の策定支援や、金融調整なども含め、企業再建を支援する。

(2) 創業・経営革新支援

創業・第二創業を支援するほか、高付加価値型商品の開発、技術の高度化を目指した新分野進出・経営革新への取組を促進するため、意欲と可能性のある中小企業を支援する。

① 創業に対する支援

創業に向けた意識啓発の取組や立上げ期に必要な支援を行うほか、インキュベーション施設の提供やインキュベーション・マネージャーによるフォローアップなど物的・人的な支援体制により、成長段階やニーズに即した育成を行い、創業等の成

功確率を高めていく。

② **技術開発、新製品開発や新事業展開等に対する支援**

高付加価値型の新製品開発や技術開発の高度化などについては、その取組段階や形態に応じた事業化の確実性を高めるため、企画・技術力・市場性・財務面などを総合的に評価し、技術開発を促進しながら、中小企業の新事業展開を積極的に支援する。

③ **経営革新や経営課題の解決に対する支援**

経営革新に取り組む中小企業に対しては、相談の実施、専門家の派遣、計画作成の助言・指導やフォローアップ等を行い、必要に応じて新技術・新製品開発支援や販路の拡大支援などを組み合わせることで経営革新計画の実現を支援していく。

(3) **産学連携支援**

将来に向けた新潟県産業の強みの更なる強化や、新技術、新商品の開発、新事業展開に重要な役割を担う産学官連携による先進的な研究開発を継続的に進め、県内産業の技術高度化、高付加価値化を図るため、産学交流会や研究会の開催、企業訪問等による企業ニーズの調査や大学との関係づくりなどにより産と学のマッチングを促進し、研究開発コンソーシアム形成へのコーディネートなど、産学連携の推進による企業の研究開発活動を支援する。

(4) **市場開拓支援**

県産品や県内中小企業の優れた商品の販路開拓・市場拡大のため、品質・デザイン等の向上を図るほか、首都圏拠点や海外拠点を活用し、普及啓発から企画・開発、販売まで総合的に支援する。

また、流通環境の変化や市場動向を踏まえたインターネット通販や商談会等、流通拡大策を一層強化するとともに、新たに関西圏における市場開拓にも取り組む。

① **戦略的な販路拡大**

ア 重点分野別マーケティング支援

本県産業の強みである食品産業及び生活関連産業分野において、マーケットイン視点での商品開発から販路開拓まで一貫した支援を行う。

○ 食品産業マーケティング支援

農業の6次産業化の促進も含め、県産農林水産物を使用した加工食品等の商品化や食品関連企業の市場拡大を図るため、専門家による相談から、普及・啓発、商品開発・改良、市場開拓まで一貫した支援を行う。

○ 生活関連産業マーケティング支援

デザイナー等専門家による商品開発相談やデザインコンペティション等を通じてモノづくり力の強化を図り、モノづくりのブランド構築を推進するなど、マーケティング視点から販売力強化を支援する。

イ 首都圏展開に対する支援

首都圏展開については、「食」を中心とした県産品の情報発信・アンテナショップである「表参道・新潟館 ネスパス」での物販、飲食提供及びイベント機能を

活用し、引き続き販路拡大を支援するとともに、テスト販売などを通じて首都圏情報の県内企業へのフィードバックを行う。

ウ 国際展開に対する支援

企業ニーズの変化や高まりを踏まえ、企業の海外見本市等への出展やN I C Oブースによる展示会出展の支援などを通じて、県内企業の海外販路開拓を支援する。

また、海外ビジネスコーディネーターの配置や、ソウル事務所・大連経済事務所の機能を活用するとともに、既に海外に進出している県内企業等とも連携し、県内企業の国際展開を総合的に支援する。

② 物産展等開催を通じた販路拡大

全国各地の百貨店や総合スーパーマーケットで物産展等を開催し、消費者及び流通関係者に県産農林水産物やそれらを使用した加工食品、生活関連用品など、県産品の良さを広く普及・PRしながら、商品の定番化などによる販路拡大を支援する。

(5) 戦略的な産業人材育成支援

企業の人的資源の強化による競争力の向上を目指し、企業ニーズを踏まえ、大学と連携しながら、機械・装置の開発設計に携わるモノづくり人材育成や情報関連産業のIT人材の高度化を始め、創業支援から市場開拓支援などの幅広い分野において企業業績に貢献できる産業人材の育成に取り組む。

2 成長分野に重点を置いた産業振興

新潟県では、「安全・安心」や「健康・環境」へのニーズに対応するため、新たな成長へつなげる将来への投資として、「食の分野」や「健康・福祉・医療」、「新エネルギー」など成長産業への重点的な誘導を行う中で、新たな産業群が形成され、付加価値の高い商品・サービス等が創出されている。

N I C Oでは、引き続きこうした成長分野への挑戦を促進することとし、特に、食品産業、健康関連産業、新エネルギー等関連産業等における商品・製品開発及び販路開拓、技術開発に積極的に取り組む企業を育成・支援するとともに、先導的な取組を実施する企業を創出することで高付加価値型産業の振興を図る。

(1) 食品産業の振興、農業の6次産業化

売れる食品づくりに向けた商品開発やブラッシュアップ、フォローアップ等により、食品産業の高付加価値化を推進し、県産食品の販路開拓・市場拡大を図る。

また、農業の6次産業化や農商工連携を促進し、県産農産物を活用した商品づくりやその戦略的な販路拡大を支援する。

(2) 健康ビジネスの振興

健康関連産業や医療機器関連産業への県内企業の参入を促すため、新潟県や(一社)健康ビジネス協議会などと連携しながら、新商品や新技術開発についての市場調査や研究開発支援、販路拡大支援を行い、県内企業の健康ビジネスへの取組を促進する。

(3) 新エネルギー等関連産業の育成

新潟県版グリーンニューディール政策に基づき、太陽光発電などの新エネルギーや環境関連産業において、自然や技術力などの本県の特性を活かした新技術・商品開発等の参入促進及び事業化を支援し、産業基盤形成に向けた取組を進める。

(4) クラウド活用ビジネスの創出

県内情報サービス産業によるクラウド等の新たなIT技術を活用した付加価値の高いビジネスモデルの検討・創出を支援することで、県内情報サービス産業の高付加価値化・競争力強化を図るとともに、県内外での展示会出展等を通じた新規取引先の開拓を支援し、クラウド社会への対応とこれまでの受託開発型の多重下請構造からの脱却を促進する。

3 NICOの体制充実・強化

設立10年と公益財団法人への移行を契機に、より一層の「身近なNICO」「信頼されるNICO」の実現を目指し、NICO自体の付加価値をさらに高めていくため、効果的な情報発信や関係機関連携、相談体制の整備、外部専門家の更なる活用等、支援体制を充実する。

また、公益法人としての社会的責任を自覚し、内部統制の徹底や事業のチェック、見直しに努め、公正で効率的な組織運営を確立していく。

(1) 支援体制の充実

① 情報発信、関係機関連携、相談体制の強化

積極的に現場に出向きながら企業ニーズの把握と経営に役立つ情報の収集・共有、タイムリーかつ広範な情報提供に努めるほか、市町村や商工・農業団体、金融機関等との連携強化、県内各地での相談体制の整備等を通じ、NICOの認知度向上、NICO利用企業の拡大に取り組む。

② 外部専門家の更なる活用

新事業育成メンターをはじめとした分野別の外部専門家の効果的な活用により、創業・経営革新から新商品・新技術開発、販路拡大まで、企業の多様化・複雑化する経営課題に対応できる支援体制の充実を図る。

③ 総合的かつ地域に密着した支援体制の強化

高度化、多様化する企業ニーズにスピーディーに対応し、ワンストップで総合的かつ柔軟な支援を行えるよう、組織の総合力を活かした組織内部の体制強化、支援情報の集約、整理を行う。

また、社会経済情勢の変化による、それぞれの地域経済への影響に対し、現場の視点に立った支援体制を強化する。

(2) 柔軟で公正かつ効率的な組織運営の確立

組織風土改革や人材育成を重視し、風通しが良く柔軟で前向きな組織づくりを行う。

また、コンプライアンスやディスクロージャーを意識した内部統制を徹底するとともに、定期的な事業評価、事業チェックを行い、事業実施方法の改善・見直し及び再構築を進め、経済社会環境の変化等に対応した効果的な予算運用や予算配分の重点化を図る。