

NICOpress

公益財団法人にいがた産業創造機構 vol.203



【ポジショニング】
高付加価値市場で戦う

巻頭インタビュー

公立大学法人 新潟県立大学
国際経済学部 教授
細谷 祐二 氏

事例企業

新貝工業株式会社
丸正ニットファクトリー株式会社
新潟通信機株式会社

連載

【NICO支援メニュー活用企業】
株式会社Teel
【アイデアのタネ】
古町セッション「新潟古町100選」



挑戦と創意でニッチ市場を切り開く



イノベーション経営

／ニッチトップ企業から学ぶ／

【差別化】
優位性のある
独自市場を創出



【トップ戦略】
ニーズを獲得し技術を磨く



2025 2026
12・1



特集

ニッチトップ企業から学ぶ
イノベーション経営

ニッチトップ型企業の 最大の特徴は製品開発力。 ニーズを掴んだ製品で 世界に向けてチャレンジを

中小企業が独自性を発揮し、特定分野で圧倒的な存在感を示す「ニッチトップ戦略」は、競争優位を築く有効な手法として注目されている。数多くの成功事例を研究してきた新潟県立大学の教授・細谷氏に、企業が市場競争を制し持続的に成長するためのニッチトップ戦略の要点について話を伺った。

成功しているニッチトップ企業
それぞれの戦略には共通項がある

これからの時代、日本で、そして地域で活躍していくものづくり企業は「グローバルニッチトップ型」の企業だと私は考えています。

ニッチトップ戦略の柱は2本あり、一つが「ポジショニング」、もう一つが「差別化」です。ポジショニングは市場の中で、事業や製品サービスをどこに位置づけるかということ。ニッチの場合、付加価値の高いものを少量生産するということになります。差別化は、大量生産品との差を明確にし、特殊な機能や独自のデザイン、ブランド価値などを武器に、競争の激しい市場で自社が支配できる小さな市場を切り拓く戦略です。ルイ・ヴィトンは鞆という大きな市場の中に「ルイ・ヴィトンのバッグ」という市場を作り出しました。

差別化によって競争相手は少なくできますが、どうしても数社は残ります。そこで次に重要になってくるのが「トップ戦略」です。なぜトップを取らないといけないか。それはトップを取ることで市場に新しいニーズが生じた際、真っ先に相談されるというメリットがあるからです。誰よりも先にニーズを掴んで製品化できれば、必ずトップでいられるわけです。

トップを維持するための重要な方策のもう一つは「模倣困難性」を確保すること。技術は特許だけでは守れないため、企業秘密（トレードシークレット）で

守ります。つまりノウハウで守るということです。リバースエンジニアリング※は広く行われていますが、製造プロセスに独自のノウハウが組み込まれていれば、模倣品は同じ品質にはなりません。しかし、模倣が続けば相手の技術力も次第に向上します。競争で優位を保ち続けるためには、性能を絶えず高め、常に一步先を行くことが必要なのです。

私が400社近く調査したニッチトップ企業は業種や製品は違っても、このポジショニング、差別化、模倣困難性の確保という3つの点が驚くほど似通っていました。

※製品を部品に分解して、同じような部品を作って、それを組み立てて模倣品を作る方法

ニーズ、コア技術、企業間連携を
大切にしたい製品開発力がポイント

ニッチトップ型企業の最大の特徴は「製品開発力」です。模倣者ではなく、イノベーションによって新しい製品を作り出し、完成したら真似されないように走り続けることが重要です。

製品開発に必要なのは、次の3つの要素です。まずはユーザーニーズ。ニーズを把握し、それに合った製品を作り出すこと。次に必要なのは、要求に応じて製品化するため自社のコア技術を最大限活用することです。そして3つ目が自社だけでは足りない技術を調達するための企業間連携です。工作機械などのサプライヤーや、下請け加工を発注している取引先といった企業

公立大学法人 新潟県立大学 国際経済学部 教授

細谷 祐二氏

東京大学経済学部を卒業後、通商産業省に入省。産業政策や地域経済政策の分野で要職を歴任。2008年からの10年間は経産省の地域政策研究官を務めた。2018年4月より新潟県立大学に着任。専門は地域産業政策、中小企業論。全国400社以上の現場を訪問し、理論と現場をつなぐ学識経験者として政策提言や支援策の立案を行う。著書に『グローバル・ニッチ・トップ企業論』『地域の力を引き出す企業』がある。

と共に開発することが必要で、それでも足りない場合は他の企業を探し、それでも解決できなかった時の最後の手段が大学や研究所という流れです。

この中で最も重要なのが、市場ニーズを掴むこと。補助金を活用し製品を作ったが売れず、試作品が工場の隅にある、という話をよく聞きます。トライした企業は技術力に自信がある企業でしょうから、2番目の条件は満たしています。ところが「自社技術で出来る製品」という発想で作るため、ニーズとズレていて売れないのです。

ではニーズをどう掴むのか。SDGs、デジタル化といった漠としたものではないけません。国内大手企業や、これからはグローバル市場を目指して海外企業のニーズを入手することが重要です。トップランナーになればユーザー企業から「こんな製品を作れないか」と依頼が持ち込まれます。依頼を断らず対応し、価値ある製品に仕上げれば必ず売れる。つまりニーズを掴んでいるか、ニーズを持ち込んでもらえるかがカギとなるのです。

また、ニーズは人から教わるものですが、例外として自社ニーズもありま

す。自社が製造工程に必要な装置やシステムを作れば、同業他社のニーズにも当てはまるという訳です。

見本市で出会い創出 海外市場を視野に差別化を

ニッチトップを目指すための最初の一歩は何か。それは見本市や展示会に出展することです。作ったが売れていない製品を、まず表に出してみる。そこに実はニーズがあるかもしれないのです。成功したニッチトップ型企業も、日本で売れず困って海外の見本市に出展したら海外のバイヤーが買ってくれ、海外で先に売れて日本でも売れるようになったという経緯の企業は多いです。

ただし、すぐには売れませんから、何年も続けることが重要で、数年後にやっとユーザーが見つかることがあります。また、バイヤーから「これができるなら、こういうものは作れないか」と持ち込まれる可能性もあります。さらに、他社のブースを見ることで気づかなかったニーズを発見できるかもしれません。長期的視点での取組ですが、

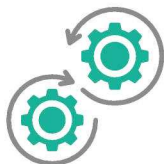
中小企業がこれを実行できるように国や自治体が支援すべきですし、新潟県の場合はNICOもすでに取り組んでいると思います。

新製品を開発しようと思い立ったなら、最初からグローバル市場を意識すべきです。今グローバルニッチトップ企業として成功している企業は、国内でトップになってから海外へ行ったのではなく、最初から海外市場を意識しています。もう一つは単価が高くて、付加価値が大きいものを作ること。高い製品は市場が限られます。買ってくれるのは欧米が中心で、最近はアジアも伸びてきています。だからこそ見本市での出会いが重要になるのです。高くても、その企業しか作っていないという製品を輸出する。それを頭に置いて取り組むことが重要です。

ニッチトップ型企業は会社の立地を選びません。また、人材確保も都市部よりは、まだ地方は可能性がありま

ニッチトップ戦略のポイント

- ▶ニッチトップ戦略の柱は「ポジショニング」と「差別化」。付加価値の高い少量生産で独自市場を創出する。



- ▶差別化で競争相手を減らし、一分野でトップを取ることで新たなニーズを最速で獲得・製品化できる優位性を確保する。

- ▶製品開発はニーズ把握・コア技術・企業間連携が鍵。グローバル市場を意識した独自製品を開発する。



ニッチトップ経営の事例ヒント(細谷教授インタビューより)

A社

埼玉県
ヘルメットメーカー

世界的に評価される高級ヘルメットメーカー。経営理念の「安全性の追求」を一貫して掲げ、コストより安全性を優先。伝統工芸的な製法で強度と軽量性を実現した、富裕層向けの高付加価値戦略で海外市場を中心に高級ブランドとして成功した。

B社

栃木県
総合研磨剤メーカー

AV機器用研磨剤や研磨装置を扱うトップメーカー。スマートフォンのガラスのひび入り防止のため切断面の傷を研磨するニーズをいち早く持ち込んでもらい製品化。この分野ならこの企業というトップランナー戦略を最大限活用している。

C社

富山県
機械装置メーカー

自動車ドアを一発成形する大型の特殊プレス機を製造するメーカー。1台2〜3億円の高付加価値製品の生産に特化し、海外自動車工場向けに販売。グローバル市場を狙う戦略で安定収益を確保している。

CASE
1

高難度案件に挑み続けた実績が信頼に。 コンクリート用型枠製造で業界トップへ。

鉄鋼業が経済基盤として根付く上越市の柿崎地域で、100年以上にわたりオーダーメイドのものづくりを続ける新貝工業。鋼製コンクリート用型枠や鋼構造物、産業機械を手がけ、設計から製造まで一貫体制を整えている。業界トップクラスの技術力と生産力を誇る現場を訪ね、ニッチ分野で競争力を築いてきた背景を伺った。

新貝工業株式会社

代表取締役社長 **新貝 広太郎** 氏 / 取締役 設計部 部長 **小田 一也** 氏
上越市柿崎区馬正面1153 TEL.025-536-2201
URL <http://www.shingai.co.jp/>



ホームページ

時代を先取りしCAD・CAMを導入 蓄積されたデータが強みに

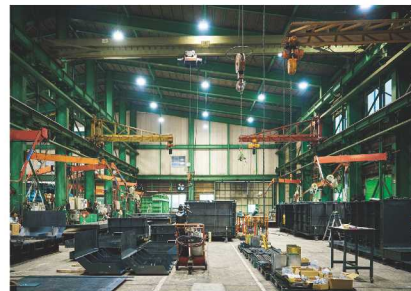
鍛冶屋として1918年に創業した新貝工業は、製缶などの大型鉄鋼品の加工や型枠製造に事業を拡大。現在は、プレキャスト・コンクリート製品用の型枠を作る「型枠部門」と、鋼構造物や産業機械を作る「機器部門」の大きく2分野で事業を展開している。

最大の特徴は、完全受注生産のオーダーメイド対応であること。顧客が求める製品や目的を丁寧にヒアリングし、設計や工程も含めた企画段階から関わる案件も多い。顧客から図面を提供されることもあるが、製造に必要な図面は自社の設計部で図面化している。現在19名の技術者がいる設計部では、国内の中小企業でもいち早く1985年にCAD・CAMシステムを導入

した。「当時は高額な投資だったと思いますが、『これから必要になる』という先代の考えで導入しました。現在、約40年分の設計図面がデジタルデータで蓄積されています。トンネル工事など、長期で使用する型枠は年数が経つとメンテナンスや改造の要望が出てきます。過去の図面がすぐに取り出せる状態であり、それを元に迅速な対応ができることが強みになり、お客様からも重宝していただいています」と新貝社長は話す。

全国各地のインフラ整備の 基盤を担う新貝工業

型枠部門は、農業用水路などから始まり、消波ブロック、地中に埋設されるボックスカルバート、トンネルなどに発展。第二東名高速道路やリニア中央新幹線などの大規模工事にも新貝工



門型高速5軸加工機や大型型ターニングセンタなど、大物に特化した機械設備が充実。溶接や切断も高精度の加工機を備え、複雑な形状のオーダーにも対応。

「型枠メーカーで、機械加工もできる企業は少ない。当社も以前は外注していましたが、機械加工の内製化を進めることで、品質・精度の飛躍的な向上と生産性の改善を実現しました。これにより、対応可能な型枠の幅が広がり、国や自治体による大規模なインフラ整備案件への参画も可能になり、結果として型枠と型枠以外の受注が増えました」(新貝社長/写真左)。

業の型枠が使用されている。巨大な型枠でありながら、誤差±2.0mmという精度の高さも同社の強みだ。

機器部門は、京セラドームの独特な曲線を描く屋根パネル、各種タンク、水門、鋼製のスノーシェッドなどを製造。「金属で作る大型製品はだいたい作っている」という新貝社長の言葉が仕事の幅広さを物語る。上越火力発電所の建屋と煙突をつなぐ巨大排気ダクトを作るプロジェクトでは、計画に7年、工事期間3年を要し、100年を超える社歴のなかで最大のミッションとなった。

もう一つの特徴は、生産性を高めるための工場設備を自作していることだ。巨大なワークを自動運搬する無線式旋回台車、ワークを空中で反転することで溶接を容易にする吊りベルト式電動反転機、溶接で生じる歪みを矯正するプレス機などを開発。工場での作業を、もっと安全にできないか・無駄な



大型・重量物の移動や反転を安全かつ効率的に行うための反転機や、工場内の段差移動を容易にするリフター(昇降装置)等は顧客のオーダーに合わせた設計にも対応している。

空中反転機



コンクリート製品用の型枠は全国の高速度道路、ダム、新幹線などの工事で使われている。東日本大震災の被災地に設置された防潮堤のコンクリートブロックの型枠も製造した。



ファイバーレーザー切断機でカットする銅板は、連動する「自動倉庫」から自動的に供給され、残材はまた自動的に保管して、無駄なく活用する仕組みを構築。銅板の歩留まり率は75～80%を維持。



2026年には設計業務の49.5%を3DCADによる設計とすることを目指し、今後も設計品質向上、設計効率化を図るために3DCAD設計を推進している。



全自動3Dレーザー加工機。長尺パイプや形鋼を全自動で加工。

作業はないか・環境を改善できないか、と常に考える問題意識の高さが創意工夫につながっている。こうした設備は「自社にも導入したい」という企業のために外部顧客へ納入した実績もある。

難易度の高い仕事で実績を重ね紹介案件も

「コンクリート用型枠製造は、そもそもがニッチな業界です」と話す新貝社長。その中でも同社は、大型プロジェクト建設に関わるものづくりへの参画が多く、難易度の高い案件での型枠を依頼されることが多い。「北海道のトンネル工事では、それまで付き合いのなかった大手ゼネコンからご指名をいただきました。難しい工事に対応できる型枠メーカーを探していたところ、コンクリート製品メーカーに『それなら面白い会社がある』と当社を紹介された

そうです。施工シミュレーションも込みで対応し、型枠を納品。トラブルなく工事を完了したと聞き、安心しました」。

他社との差別化という点では、業界トップクラスの品質や、充実した加工設備を駆使した技術力が挙げられる。新しいコンクリート製品を工場で製造する場合、型枠の納入後、生産開始までの調整に4～5日かかることもある。しかし、新貝工業の型枠は2日目から生産を開始できたとして「価格は高めだが、すぐに生産を開始できてよかった。ありがとう」と、普段は評価に厳しい顧客から感謝の書面をもらったこともあるという。

高くても提案力と信頼で選んでくれるお客様がいる

顧客との打ち合わせでは、レスポンスの良さや提案力を重視する。設計部

の小田部長は「お客様が何を考えているか、言葉だけのやり取りで正確に把握するのは難しい。その場でサッと手書きで絵を描き、お互いの認識を擦り合わせれば話は早い。絵を見ると『もうちょっとこうだね』とキャッチボールの回数も増えて、精度も上がります」と話す。「最近では、営業が打ち合わせでお客様からいただいたテーマや技術提案のニーズ等を記入する『業務連絡書』を導入しました。営業から設計に必要な情報がスムーズに上がってくるので、そこから受注につながる事例が増えています」。

ニッチな業界でトップランナーであり続けるために重要なのは「信頼」だと新貝社長。「業界が広くないので、新規の取引よりも元々付き合いのあるお客様が多いのですが、信頼があれば基本的にお客様は逃げていきません。では信頼とは何かというと、最初にお聞きした要望に対して的確に提案するといった、丁寧な仕事の積み重ねだと思います。たとえば食事をするとき、特別な日の外食は間違いがなく、信頼できるお店を選びますよね。その代わり払うものはしっかり払う。そういう関係に近いと思うのですが、そうしたお客様との信頼関係をこれからも続けていきたいです」。

POINT

- ▶ 取引先との信頼関係を築くことでいち早く市場ニーズをつかむ。
- ▶ 型枠製造から機械加工まで、社内一貫生産体制で難易度の高い新規案件に挑戦し技術ノウハウを蓄積。
- ▶ 相談のしやすさ・レスポンスの良さ・提案力を重視した営業体制。



受託製造から提案型ニットメーカーへ進化。 自社ブランドで世界市場を見据える

国内有数のニット産地・見附で、国内外のアパレルブランドから高い評価を受けている丸正ニットファクトリー。後発から業界をリードする存在となった背景には、常に技術力・生産力を磨き、提案型スタイルで他社には無い価値を提供し続けてきた道のりがある。

NICOクラブ会員

丸正ニットファクトリー株式会社

代表取締役社長 佐野 統康 氏

見附市新町2-6-8 TEL.0258-63-3213 URL <https://marusho-factory.jp/>

ホームページ

ホールガーメント編機による
無縫製ニットで業界をリード

江戸時代の天保3年(1832)に織物業として創業し、190年以上の歴史がある老舗企業の丸正ニットファクトリー。ニットを手掛け始めたのは昭和57年(1982)で、業界の中では後発組だったという同社だが、現在は国内トップクラスの生産能力を誇る。事業はアパレル会社のOEMを中心に、自社ブランドも展開。2023年には日本メンズファッション協会からMFUマイスター(技術遺産)認証も受けるなど、その存在感を放っている。

強みとなっているのは、確かな技術力による質の高い製品づくりに加え、単なるOEMではなく、顧客に対してトレンドを先取りした提案をしていくスタイルを取っていること。それを可能にしたのは、商社で商流を学んだ佐野社長が1996年に入社後、問屋や商社を

介さず、直接取引する顧客を増やしていったことが大きい。1997年から東京オフィスを開設し、市場の流行や消費者の嗜好などの情報を収集。それを踏まえて、アパレル会社や小売業者と直接顔を合わせ、ニーズとトレンドに合わせた商品開発を行っている。

また、製造面では2004年から「ホールガーメント[®] 横編機(WHOLEGARMENT[®])」による無縫製ニットの製造を開始。成型編みやカットソーの製法では、身頃や袖などをパーツごとに編み、ニット生地を裁断し、縫製を行うが、ホールガーメントはその作業が必要なく、ほぼ完成品の状態で編み上がり、製造時間とカットロスを減らせるのが特徴だ。2009年には当時の最新機種MACH2-Sを世界初導入し、ホールガーメント業界をリードするポジションを確立してきた。また、自動編機も140台保有し、あらゆるゲージの編機を完備しているので、どのような編み目の仕様にも対応できる。熟練職人による



織物業は豪雪地の冬の生業として発展してきた。同社は1832年(天保3年)に見附市で織物業として創業。1982年に織物・燃糸業からニット製品製造へ業態を変更し、1994年に現在の社名となる。2022年に創業190周年を迎えた。

7代目として「選ばれる会社」を目指してきた佐野社長。「MFUマイスター《技術遺産》認証は日本メンズファッション協会からの、産地に向けた応援メッセージだと受け止めています。日々、努力を重ね高い技術力を磨いている従業員全員にいただいたエールなので、皆さまの信頼に応え続ける会社でありたいと思います」。

手仕事、高い効率性を誇る先進設備、その機械の能力を最大限に活かせるエンジニアの存在など、品質と生産力で信頼を築いてきた形だ。

東京での市場リサーチ
顧客と直接会っての商品開発が強い

メーカーとしては、顧客の発注に合わせたものを作る方が楽なのは間違いないが、それが成り立たなくなっていく時代が来ると分かっていたからこそ、リスクを負いながらも独自のスタイルを確立してきた。

佐野社長は「提案していくスタイルを取っているので、私たちが売れる素材だと思ったら先に材料を確保します。在庫リスクを負う訳ですが、いざ提案して作るとなったら他社よりもスピーディに生産できる。こうした体制



唯一外部委託していた仕上げ部門「整理加工」も、2021年から自社で賄っている。100%内製化できることで生産体制がさらに強化された。



島精機製作所の自動編み機140台、そのうち立体無縫製編み機（ホールガーメント）を50台以上保有。その数は県内トップで、生産能力としても国内トップクラス。裁断と縫製、成型編み、ホールガーメントによる無縫製技術の製法に対応し、あらゆるリクエストに応えることができる。



高い縫製技術とトレンドを先取りした企画提案力が強い。ニット製品はリンキング（一目一目つなぎ合わせ縫製する工程）や裁断、縫製など手作業も多いが、確かな技術が受け継がれている。



アウトドアに特化したニットブランド「ROUVER（ルーバー）」。「ROUTE（道）」と「OVER（越後の“越”）」を組み合わせた造語で、『つくられた道を越え、冒険する開拓者のように、好奇心とチャレンジ精神を忘れない』という思いが込められている。高機能素材を使用し、専門ショップでコーナーが設けられるなど、人気上昇中。



2011年スタートの自社ブランド「ルーエンローズ」。高級カシミアを使用したハイクオリティライン。

であることも私たちの強み」と話す。

品質の良いものがタイムリーに生産でき、なおかつ企画提案も付いてくる。それが、顧客から丸正ニットファクトリーに仕事を出したいと思ってもらえる魅力になっている。提案力を高めるため、自社デザイナーを東京に3名、新潟本社に1名置いているのも強みだ。「提案型の場合はアパレルや小売のお客様と同じ、またはそれより上の目線を持っていなければいけないため、東京のメンバーには常に街に出てリサーチをし、本社に情報をフィードバックすることを伝えています」。

提案型を続けるなかで、会社には企画開発のノウハウが蓄積してくる。それを活かすため、2011年に自社ブランドの「ルーエンローズ」を立ち上げた。OEMの顧客はレディースアパレルが7割を占めており、自社ブランドを持つとライバル関係になってしまう。そこで打ち出すことにしたのが、高価格の

ために商社も手を出しにくい内モンゴル産のカシミアを使ったラインだ。

自社ブランドでの海外展開を 次なる目標に据える

「ルーエンローズ」はカシミアアパレルメーカー「ルーエン社」とのコラボレーションで誕生させたブランドで、厳選された毛を使用し、軽くて柔らかく、なめらかな肌触りのよさが魅力。ホールガーメント編機で編み立てることで継ぎ目がない分、より一層着心地良く仕上げています。例年、新作は通販会社のショップチャンネルで発表。最高品質の商品をファクトリーブランドだからこそ実現できる価格で提供している。また、将来的にはOEM・ODMと自社ブランドの割合50%・50%を目指している。

佐野社長は海外展開を視野に、イタリア・フィレンツェで開催される糸・ニット

ト素材の展示会PITTI FILATIや、フランス・パリのプルミエール・ヴィジョンなどの国際展示会に2018年から4回出展してきた。しかし、ようやく芽が出てきたと感じたときにコロナ禍となり、ルートが途切れてしまったという。

一方、コロナ禍で流通もストップし、何も仕事ができなかった時期に誕生したのがアウトドアニットブランドのROUVER（ルーバー）だ。「社内公募により意欲的な社員を募り、企画してもらったところ、登山やキャンプを趣味とする社員がおり、上質なニット製品を扱うアウトドアブランドは無いね、ということで形になりました。3年で成果が出なければ終了すると伝えていましたが、2年目から伸び始め、今では首都圏の店舗でも取り扱いが増えています」。

今後は自社ブランドを改めて世界に売っていきたいと話す佐野社長。その方法として、県内の同業他社と連携して、ニット産地・新潟をブランディングして売り込んでいく形も有効なのではないかと考えている。「最初から成功は難しいが、将来的な夢として世界への道筋を頭に描きながら、創業200周年に向けて進んでいきたいと思います」。

POINT

- ▶ いち早くホールガーメント[®] 横編機を導入し、生産性で差別化を図る。
- ▶ 東京オフィスで市場をリサーチし企画力を強化。提案型のメーカーとして存在感を高める。
- ▶ 高品質の自社ブランド、アウトドアブランドを開発しBtoC市場を開拓。



無線通信ソリューションで交通インフラに貢献。 柔軟な対応力で顧客満足を追求

無線通信システムの専門メーカーとして65年の実績を持つ新潟通信機は、タクシー無線/配車システム、自動車教習所関連機器、バスロケーションシステムの3つを柱に事業を展開。時代の要請に応じた技術革新を続けながら、顧客ニーズを的確に捉えたオーダーメイド仕様の製品を提供し、多くの顧客から支持されている。

NICOクラブ会員

新潟通信機株式会社

取締役 製造部 製造技術課 課長 経営企画室 兼務 小杉 亘 氏

事業開発部 マーケティング課 近藤 詩織 氏

新潟市中央区上所中3-14-8 TEL.025-282-1800 URL <https://www.niigata-t.co.jp/>



ホームページ

進化する通信技術を取り入れ 業務のスマート化・利便性向上を支援

新潟通信機は無線システムの専門メーカーとして全国各地の交通インフラを支えるオリジナル製品を開発し、顧客から高い評価を得ている。

1960年に創業した同社は、タクシー無線機の開発を主力に事業を開始。1969年から田上自動車学校の経営を始めたのを機に、自動車教習向けの模擬運転装置や四輪・二輪教習無線装置なども開発する。1970年代から1980年代には、バスの運行状況や待ち時間を利用者や管理者に知らせるバスロケーションシステムを開発。さらに、このノウハウをタクシー配車に応用した車両位置自動表示(AVM)システムを発売し、1990年代には他社に先駆けてGPS連動型AVMを完成させる。「当

社ではGPSがあまり知られていない頃から開発を始めていました。それまで基地局に電波を飛ばしてタクシーの位置を把握していたのが、GPSを使えるようになったことで画面上の地図を見て位置が分かるようになり、タクシーの配車係が非常に助かるようになったのです」と小杉取締役。さらに2000年代に入ると無線機もアナログからデジタルに変わり、製品も多様化していく。「今までは無線機のソフトウェア開発が中心でしたが、携帯電話のデータ回線を用いたIP無線に切り替わったことで、スマートフォンやタブレットのアプリ開発、車載用タブレットの開発に力を入れるようになりました。また、配車システムもクラウドに切り替わり、こちらの専用アプリも手掛けています。大手企業からも配車アプリが発売されていますが、当社はお客様の要望に応じて小回りの利くアプリを開発できることが強みです」。



タクシー無線機が同社の出発点。システム開発から無線装置の設計・製造、販売、サポートまでの一貫体制を強みに、公共交通機関を支えてきた。社内には創業時からの無線機が展示されている。

「お客様の要望が千差万別なので対応していくのは大変ですが、その中で我々も鍛えられているという実感があります」(小杉取締役/写真右)。「マーケティング課に寄せられるお客様のニーズを聞くと、本当にさまざまな要望があるというのが分かりますし、開発部門と連携して素早い対応を心がけています」(近藤氏/写真左)。

通信技術の進化に合わせて製品を高度化・多様化し、ソフト開発から装置の製造、販売、サポートまで社内で完結できることが差別化につながっている。

地域密着の営業所がニーズを掴み、 顧客の要望に迅速に対応

同社では創業初期から営業拠点を徐々に拡大し、顧客と密接に関わることでニーズを掴んできた。保守やシステムの知識を持つ営業が対応する。「全国14カ所に営業所があるのですが、各地の営業マンは販売だけでなく、システムを理解した上で運用のサポートも行っています。クラウドのシステムに関しては、大きな案件だと納品後に1週間から2週間はりついて運用の指導をすることもあります」。

タクシーやバス運行に関する製品



納品前に全ての機種をテスト。タブレットやIP無線機の動作、システムが正常に作動するかなど、実際の配車システム運用を想定してチェックする。

新潟通信機のタクシー配車システム

1992年にGPSを利用した配車システムを業界でいち早く販売。近年はタクシー配車業務からタクシー注文、電話受付業務などの効率化・省人化を図るシステム、サービスアプリ開発を手掛ける。



顧客情報とGPSを連携したクラウド型タクシー配車システム「スカイビークル」など利便性の高いシステムを提案。

自動車教習所関連機器

国内トップシェアを誇る「模擬運転装置」。全国の自動車教習所の約6割に、同社の模擬運転装置や無線装置などが納入されている。



車載専用
タブレット
無線機

タクシー用オールインワンシステム
TabTalk
タブレットマスター

必要な機能を1台に集約した車載用タブレット無線機「タブと〜くマスター」(振動や温度変化にも強い仕様)。近年普及が進んでいるタクシー配車アプリとの連携も可能。



IP車載無線機

タクシー注文システムアプリ開発

位置・動態管理システム



運行する車両の位置・状態などを可視化し、業務効率と運行精度を向上。送迎バス・生コン配送・メンテナンスサービス業等で活用されている。

バスロケーションシステム



無線システムで培った技術をもとに開発。バスの位置情報、待ち時間などの運行情報を知らせてくれる。

は、まず営業とお客様でシステムの仕様の打合せから始める。「基本的に顧客ごとにソフトウェアを開発するオーダーメイド仕様になります。これはタクシー会社の規模に関係なく、会社独自の運用ルールがあることや、その土地によって配車のルールも違うことから、お客様ごとに細かな要望が多くなるためです」。

また、新潟市の本社ではハードウェア開発課、システム開発課、モバイル開発課の技術部門と、マーケティング課、サポートセンターの5つの課で事業開発部を構成している。「お客様からの要望が各営業所からマーケティング課に入るので、私たちがニーズの取りまとめをし、各部署につないでいます」と近藤氏。技術部門以外の部署でも自主的に勉強会や研修などを行い、ほぼ全ての社員が無線システム等の技術や製品知識を持って対応にあたることで、顧客のニーズを迅速に製品開発に反映させている。

“希望を叶えてくれる”という強い信頼感も選ばれる要因に

「お客様のほうから“こんなシステムはできませんか”と、新しい開発のヒントをいただくこともあります」と小杉取締役。顧客の働きかけから開発につながったのが、生コンクリート事業者向けの配送ナビゲーションシステムだ。「生コン車は決まった時間に建築現場に行く必要があるため、車が今どこにいるか正しい位置を管理者が把握したり、いつ到着したかを知りたいというご相談が、生コン事業者のシステムを作っている会社からありました。タクシー配車のシステムを生コン車用の仕様に替えれば運用できそうということで、タイアップして製品化しました」。タクシー配車システムで培った高い技術力や実績があることが“新潟通信機なら希望を叶えてくれる”という強い信頼につながり、顧客か

ら選ばれる要因の一つになっている。

「当社の事業はタクシーに特化している部分がまだまだあるので、今後はGPSやクラウドの技術を他の業界にも応用展開していきたいです。それとともにIP無線は5Gの普及などモバイル回線の進歩がとても速いため、乗り遅れないようにしていかなければなりません。また、アナログからデジタルに替わったことで、昔ほど高周波の技術は必要とされていないのですが、この通信技術を持っている会社は多くないので、他社の製品開発で高周波の技術部分を当社に任せたいという依頼があれば、協業していくことも考えています」。

無線システムの専門メーカーとしての技術とノウハウを基に、顧客のニーズにきめ細かく応えることで、オンリーワン企業として成長を続けてきた新潟通信機。今後も次世代無線通信技術の先駆者として、ユーザーの視点に立った製品を提供していく。

POINT

- ▶ 高度化・多様化する通信技術に先駆けて対応し、タクシー無線、自動車教習機器分野でパイオニアとしての評価を獲得。
- ▶ オーダーメイドのシステム・装置開発を社内一貫体制で対応。
- ▶ 全国に営業拠点を構え、販売から保守・運用まで対応できる営業マンが個別の顧客ニーズに素早く応える。

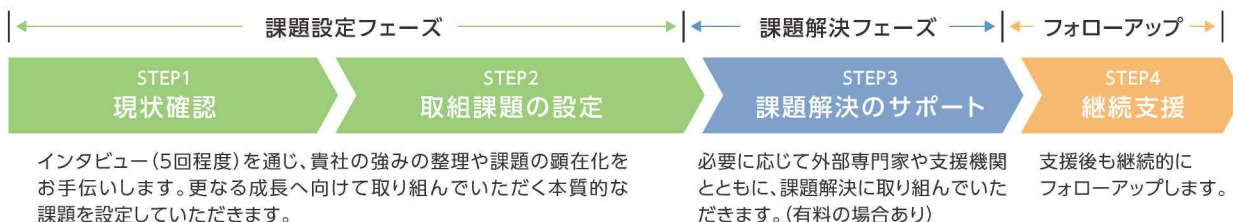
伴走型サポート事業のご案内 ～事前相談受付中～

NICOでは、地域経済を牽引する企業の成長を支援するため、課題設定から解決、フォローアップまでを一貫して行う「伴走型サポート事業」を実施しています。



- ☒ 更なる成長に向けて、強みと課題を整理したい ☒ 経営全体の課題を点検したい
☒ 第三者の視点も交えて振り返りをしたい、客観的な意見を聞きたい 等のお悩みを抱えている企業の皆様、お気軽にご相談ください。

支援の流れ



対象企業(以下すべてを満たすこと)

- 中小企業基本法に基づく中小企業者
- 新潟県内に本社または主たる事業所を有する
- 非上場企業
- 暴力団等に該当しないこと

お問合せ先 伴走支援チーム TEL.025-384-0460 ✉ bansou@nico.or.jp



新潟県よろず支援拠点「パッケージ支援」のご案内

企業の課題に、チームで伴走支援!

新潟県よろず支援拠点では、業界・業種ごとの課題に対応するため、専門コーディネーター3名による「パッケージ支援」を開始しました。売上拡大・コスト削減・創業・業務改善・新商品開発など、企業の多様なニーズに応えるチーム体制による支援です。

主な支援コース(各3ステップで構成)

- 売上拡大コース: 「見つけてもらい、選ばれる」仕組みづくりを支援
- コスト削減コース: 数字と現場の両面から課題を発見し、利益改善へ
- 創業コース: 準備がカギ! 想いを計画と成果に変える創業支援
- 製造業の業務改善コース: ムダの削減と価格交渉力アップで利益を確保
- 食品の新商品開発コース: 「売れる理由」をつくる、新商品開発支援

費用 無料 申込 随時受付中

ご希望の方は、公式サイト of 申込フォームから「パッケージ支援希望」の旨をご記載ください。

お問合せ先 TEL.025-246-0058 ✉ info@niigata-yorozu.go.jp



NICOのGo-Tech事業支援

経済産業省の成長型中小企業等研究開発支援事業(Go-Tech事業)を活用して、技術開発・製品開発にチャレンジしませんか?

NICOは、申請書のブラッシュアップや採択後の事業管理などを通じて、県内中小企業の研究開発を支援します!

お問合せ先

次世代産業チーム
TEL.025-246-0068
NICO研究開発支援サイト →



Go-Tech事業とは?

Go-Tech事業(成長型中小企業等研究開発支援事業)とは、中小企業が研究機関等と連携して行う、事業化を見据えた研究開発・試作品開発等を支援する事業です。最大3年間、合計で9750万円を上限とする補助が基本で、人件費、機械装置等の設備備品費も補助対象です。令和7年度は4月中旬が申請期限で、採択率は約49%でした。

▶ 詳細・最新情報については、中小企業庁のサイト「Go-Techナビ」でご確認ください。
Go-Techナビ
<https://www.chusho.meti.go.jp/sapoin/index.php/about/>



新潟県内 生産財製造業情報サイト(イプロスものづくり内) 掲載企業募集中!

全国に向けて、自社の技術・製品をPRしませんか?
NICOでは、県内製造業の情報発信と販路拡大を目的に、国内最大級のBtoB製造業向け情報サイト「イプロスものづくり」内に、新潟県特設ページを開設しました。このページに掲載する企業を募集しています!

掲載のメリット

- 業界関係者が多数利用する検索サイトでPR可能
- 自社ページが検索上位に表示されやすく、認知度アップ
- 潜在顧客との接点づくりに最適!

掲載概要

対象企業	業務用製品・生産財を扱う県内製造事業者(※食品製造業は対象外)	費用	無料
掲載期間	2025年9月～1年間(延長の場合あり)	掲載内容	会社情報、製品・技術紹介、画像・動画、カタログ等
制作支援	株式会社イプロスが企業ページを作成(AI活用)		

▶ 申込方法: NICOの申込フォームより 詳細はこちら → https://www.nico.or.jp/mokuteki/hanro/hanro_kikai/82235/

お問合せ先 生産財マーケティングチーム TEL.025-246-0052 torihiki@nico.or.jp



TOPICS



第85回NICOクラブセミナー 「書いたことがない」からこそ来てほしい! “知ってもらう”ための第一歩

地方中小企業者のための プレスリリース&広報・ PR入門セミナーを開催します。

毎回好評の広報セミナーを上越市で初開催!

プレスリリースは、製品や技術を知ってもらうために有効な手段の一つです。どんなに優れた良品や技術も、届けようとする意識がなければ、世の中に知られることはありません。まずプレスリリースを「書いてみる」その行動がやがて成果に繋がっていきます。講義とワークショップで、プレスリリースの基礎を丁寧にお伝えします。



講師 平田 貴子氏
(株式会社PR TIMES公認プレスリリースエバンジェリスト/
株式会社POrder 代表取締役)

開催日時 令和8年1月23日(金) 13:30~16:00(予定)

会場 上越市市民プラザ2階 第1会議室(上越市土橋2554)

参加費 NICOクラブ会員は無料(1会員あたり3名まで)

※非会員の方は、1名につき3,000円を頂戴します。
なお、今回のお申込みに合わせてNICOクラブに加入いただいた場合も、会員特典で参加費は無料です。加えて、機関誌NICOプレスの送付など他の特典も受けられます。この機会に是非ご加入ください。(年会費:3,000円)

申込について

申込方法・申込期限等については
以下のホームページからご確認ください。

詳細はこちらから→ (<https://www.nico.or.jp/nicoclub/#tb0>)



第83回 NICOクラブセミナー 開催報告

NICOクラブでは、NICOクラブ会員を対象に、各業界で活躍する専門家をお迎えしてセミナーを定期的に開催しています。

9月12日(金)に、平田貴子氏を講師とする「“技術”や“品質”を話題に変えるプロダクトPR&リリース実践セミナー」を開催し、22名が参加しました。好事例とともにPR視点の取り入れ方や既存商品を話題にするための方法を学んだ後、グループワークで自社製品の魅力の棚卸しを行いました。製品や技術を“伝わる価値”に変える手法を学んだ参加者からは、「普段からどのようにアンテナを張っておくべきかを大変分かりやすく教えていただいた」「視点を変えることの重要性を学んだ」といった感想をいただきました。



NICOクラブでは、この他にも様々な会員サービスをご用意しています。サービスや入会方法等についてはNICOホームページをご覧ください。

<https://www.nico.or.jp/nicoclub/#tb0>



● 起業チャレンジ応援事業(創業促進枠)

テーマ:

「新潟ならではの食材や調理法を用い新潟の食文化酒文化を伝承していく」

次の時代に伝承していく

新潟の郷土料理を

さまざまな「食」の場を豊かに。

板前による手作りの味で



株式会社Teel

● 長岡市千秋3丁目315-11 (ハイブ長岡1F)

● TEL.0258-76-0591 ● URL <http://echigo-uohen.jp/>

2020年設立。割烹惣菜「うおへん」の製造・卸販売、業務用食品のOEM、飲食店向け食材の一次加工、レストラン「越後郷土美味惣菜うおへん」の経営などを行っている。



ホームページ



無添加・手作りの「割烹惣菜」で起業。 多彩な調理ニーズに対応

割烹惣菜ブランド「うおへん」を掲げ、新潟の郷土料理を中心とした惣菜の製造販売やレストラン経営などを展開するTeel。創業から5年が経ち、関東方面を中心に順調に取引先を増やしている。

事業の柱の一つが、銀鰯や銀鮭の焼き漬け、車麩の煮物といった新潟の郷土料理のパック惣菜の製造・卸業。商品は都市部を中心に全国展開する高級食料品店などで販売されている。とくに業績が伸びているのはOEMの業務用食品製造や、ホテル・旅館や飲食店向けに行っている食材の一次加工だ。

昨年春には、ハイブ長岡内に会社を移し、レストラン「越後郷土美味惣菜うおへん」もオープン。ランチやオードブルなどを提供し、長岡花火大会のツアー客向けの弁当なども請け負っている。多様な調理品ニーズに対応する同社の強みは、板前経験のある職人が中心となって調理し、無添加・手作りの惣菜を提供していること。「薄味の割烹惣菜として、料理店でそのまま出してもおいしく食べていただけるものを作っています」と高橋代表。さらに、OEMや一次加工は小ロットから対応し、季節ごとに変わるメニューの企画、形や量の細かなオーダーにも応える。

スタートはコロナ禍真っ只中の2020年。 補助金も活用しながら事業を軌道にのせる

高橋代表の前職は朝日酒造(長岡市)の関連会社の朝日商事。在籍時にはアンテナショップや物販店、飲食店など10軒以上の店舗立ち上げや改装を手掛けてきた。東京に飲食店をオープンした際は、自身も板前として厨房に立ち、店を切



レストラン「越後郷土美味惣菜うおへん」では、和食のランチを提供。鮭、海老しんじょうの天ぷらなど、新潟らしさを感じる味わいが好評だ。盛り付けや器にもこだわる(写真は日替わり定食の一例)。



ハイブ長岡内にあるレストランと2階にある調理場で一次加工品に対応。

り盛りしてきたという。その後、経営方針の変更によって飲食店や惣菜製造部門を閉鎖することになり、高橋代表が製造部門を引き継ぐ形で社員数人と共に独立した。

郷土料理をコンセプトとしたのには、この前職での経験が背景にある。「酒造メーカーだったので、酒文化と食文化は常に共にあり、この土地の食があるからこそ、うちの酒が出来上がっている、と教えられてきました。料理というのは伝承の世界。のっぺや棒ダラ料理など、大切な郷土の味を次の世代に伝える会社でありたいと考えています」。

しかし、起業した2020年はコロナ禍の自粛要請期間で、外食関連が大打撃を受けたタイミングだった。「設備投資も必要で、このままでは従業員への給与もままならなくなると感じ、商工会議所に相談しました。そこで教えてもらったのが、NICOの起業家向け支援。人件費にも使える補助金だったので助かりました」。

可能な仕事量を判断しながら、販路を着実に拡大していく

営業面では、調理品の問い合わせを受けたらすぐに他にニーズがありそうな調理品サンプルも提案に加えて送るなど積極的に動いているという。「そのうち1つでも相手にフィットすればいいため、提案には力を入れています」。取引先が地域の食材を使ったオリジナルブランドを開発したり、飲食店を立ち上げる際には相談を受けることも多く、高橋代表が前職から現在までの経験から蓄積した知見を惜しみなく共有する。

また、レストランのランチは宣伝広告としての一面もある。「お客様が“ランチが美味しかった、惣菜も作っているらしい”と口コミで広げていただければと。実際、お客様から茶会のお弁当を頼まれ、それをきっかけに茶道の先生のお宅で料理教室を開くことになるなど、広がりが生まれています」。惣菜の旨みが染みた煮汁や、商品に使わなかった食材をランチに使用することで食品ロス削減にもつなげている。「のっぺの煮汁で煮物を作ったり、昆布巻きを煮た汁で魚を炊いたり、美味しくて無駄のない調理を心がけています」。

今後、人手不足からホテルや飲食業をはじめ、業務用の製造委託は需要が更に高まると考えられるが、人員を増やしてどこまで売上を見込めるか、状況を見ている段階。新たな動きとしては、長岡駅周辺で夜営業の飲食店を出店する予定だ。また、自社製品の販売拡大も検討中だという。「板前経験があっても、業務用調理の衛生管理を身につけて慣れるまでは1年ほどかかります。これからも人材を育てながら、新潟の食文化を伝えていく会社を目指していきたいと思います」。

VOICE

利用者の声



株式会社Teel
代表取締役
高橋 賢氏

起業時に 活用できた補助金は 本当にありがたかったです

「起業チャレンジ応援事業」の補助金は、設備のほか人件費にも使える融通の利くものだったことが、本当に助けになりました。その後、雇用調整助成金も活用して経営が繋がった感じで、起業時の支援がなかったら会社は無くなっていたかもしれないと感じています。補助金の審査で、慣れないながらプレゼン動画を撮って送ったことも印象に残っています。支援決定後は、定期的にNICOの担当者の方によるフォローアップがあり、情報交換の機会にもなっています。



自社ブランド「越後郷土美味惣菜うおへん」の惣菜は加熱調理済なので、温めるだけで割烹で出てくるような本格的な味付けが家庭でも手軽に頂ける。素材の切り方の美しさなど見た目にも細心の注意を払って仕上げている。



OEMや一次加工は味付けから形状まで顧客のニーズに細かく対応。朝食サービスを提供したいというホテル向けには、温めたり軽く焼くだけで出来上がる惣菜で料理人の負担軽減を提案。社食の代わりにオフィスに設置する惣菜品などにもニーズがある。

本事例のポイント

- 前職で手掛けた事業やノウハウを受け継ぐ形で独立。
- 起業家向けの支援を活用し、コロナ禍での雇用を維持。
- 「郷土料理」「割烹惣菜」「板前による丁寧な調理」という明確なコンセプトで差別化。
- レストランと惣菜調理の両輪で食材ロスを削減し、効率化。



板前に経験を積み、食文化を継承していくために、おせちも毎年全て手作りしている。





「地域のリアル」が詰まったローカルガイド

新潟古町100選



ニイガタIDSデザインコンペティション2025
IDS賞 ソーシャル・バリュー賞/新潟日報社賞



サイズ／H188mm×W127mm×D9mm 重量／155g

こだわりポイント

新潟市古町エリアに集まる人々のリアルな日常をまとめたローカルガイドブック。最大のポイントは、プロのライターではなく「地元人が自らの言葉で執筆したエッセイ」がベースであること。学生から古町界隈で暮らす人や働く人、クリエイターや作家、行政職員まで、幅広い関係者50名以上から「オススメ情報」を地道に集めた努力の結晶となっています。

また販売戦略にはクラウドファンディングも活用。「地元愛あふれる共感者」をしっかりと増やしてから一般販売を開始することで「複数冊を購入し、知人に配る」などの消費行動につながっています。

想定ターゲットや販路

古町エリアに普段から関わり、この地域に深い思い入れがある方々。またその友人や知人（関係人口）。何度も訪日しており、まだ訪れたことのないニッチな目的地を探しているインバウンド旅行者。



【徹底した読み手目線！】

執筆依頼を紹介制とすることで、地元愛に溢れる人々の「真のオススメ」を収集！旅行者が知りたい「地元の人々の日常」を濃厚に詰め込んでいます。

【クラウドファンディングを活用！】

古町の魅力を広く伝えるため、「全国流通の書籍化」をゴールに設定。できる限り多くの「古町好きの応援」を集めてスタートを切るため、クラウドファンディングを活用。目標金額の200%達成により、全国流通を実現されました。

古町に暮らす人、
過ごす人の「日常の結晶」



持ち運びに考慮したミニサイズながら、デザイン性の高い紙面で情報量は十分！



多くの国籍のみなさまにも古町を楽しんでもらうため、全てのページに英語訳が付されています！



古町セッション

新潟市中央区本町通12番町2782
<https://furumachisession.com/>



あなたのヒトに関するお悩みを半減いたします！

こんなこと気軽に相談したいと思ったことはございませんか

求人採用(正社員・パート)

人事評価・賃金設計

就業規則・
ワークルールブック

ハラスメント・
メンタルヘルスケア対応/研修

健康経営などの認定

経営理念・経営ビジョン

給与計算

助成金・補助金



NAコンサルティンググループ
代表 井上 浩仁

ヒトに関するお悩みのご相談は NA コンサルティンググループまで！



NA&HRコンサルティング社会保険労務士法人 NA&Well-Being株式会社
NAコンサルティング合同会社 株式会社新潟県労災防止研究所

HPから取り組み事例を
ご確認くださいませ



〒959-1281 新潟県燕市小関577-1

Tel : 0256-64-5288 FAX : 0256-66-2490 E-mail : cx@na-consulting.jp

HP : <https://na-consulting-group.jp/>

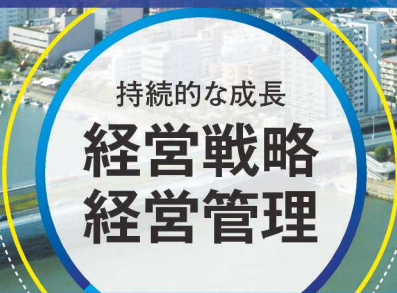


災害への備え
事業復旧
**BCP
策定**



長く生きる強い会社へ

企業が目標を達成するためのお手伝いをいたします



持続的な成長
**経営戦略
経営管理**



最適な組織づくり
**組織構築
人事制度**

お問い合わせは
こちら

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
TEL.025-271-2212 FAX.025-271-2224 担当：田中まで

〒950-0812
新潟市東区豊2丁目6番52号
詳しくは小川会計グループ
ホームページへ▶

【日時・会場】
2026年1月23日(金)
ホテルニューオータニ長岡

■講演会
NCホール 15:00~17:45
(開場14:30)
■懇親会
白鳥の間 18:00~19:30

【会費】
1社3名様まで 6,000円(税込)
※事前のお振込みをお願いいたします。
※4名様より追加料金となりますので
ご了承ください。

講演会終了後、懇親会の席もご
用意しております。皆様のご参加
を心よりお待ちしております。

詳しくは
同封チラシを
ご覧ください。

パートナーズ
プロジェクト
ビジネス学校へ
ようこそ！

パートナーズ プロジェクト 新春 講演会

2026年1月23日(金)15:00開演
Partner's Project's Lecture Meeting at NewYear.

講演内容／昔懐かしの学校形式で講演会を開催します！

校長先生のお話

講師：高野 裕
中小企業診断士・税理士

1年の始まりに掲げるパートナ
ーズプロジェクトの基本方針を毎年
のテーマとし、時勢を独特の観点
で語ります。
その内容とパフォーマンスは必見
です。

授業の時間

講師：藤井 英雄
税理士・行政書士

今回の授業は、「法務の時間」・「労務の時間」・「相
続の時間」・「調査の時間」の4つのテーマをテンポ
よくコンパクトにお届けします。
【勘違いしやすいこと・意外なこと】を、弁護士・税
理士・司法書士・社会保険労務士など各分野の専
門家がわかりやすくお伝えします。

デザインの時間

悩んだ頭をリフレッシュしてくれるサプライズの時間。今年もお楽しみに。

お申込み方法

PCから



当社HPからもお申込みいただけます。
パートナーズプロジェクト 新春講演会2026 検索

スマホから



スマホの方はQRコード
を読み込み、アクセス
してください。



お支払い方法

銀行でのお振込のみとなります

※振込料のご負担は御社にてお願いいたします。

お申込み・お振込み
締め切り

2026年1月9日(金)まで

<お問い合わせ先> 0258-36-2685

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



主
催



新潟県長岡市幸町1-3-10
https://www.3d-m.jp
E-mail pro@3d-m.jp

ワンフロア&ワンストップサービスで安心サポート
(株)パートナーズプロジェクト®

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

共催／司法書士大野豊事務所 (株)ネオス ほしの法律事務所 税理士法人近藤まこと事務所 丸山公認会計士事務所

高橋調査設計(株) 吉井国際特許事務所 (株)GFN 税理士相田哲事務所 中小企業診断士山崎勝雄事務所

(株)エム・エス・オフィス 渡辺佐千雄税理士事務所 コアコンサルティング土田正憲 HANAメンタルマネジメント大崎華子

IPSコンサルティング赤塚浩一 パートナースコンサルティング江部誠一 金井コンサルティング事務所金井信雄 i-office井上芳事務所

(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 (一社)スペシャリストアライアンス新潟

後援／

NCT ケーブルテレビの
エヌ・シー・ディ
(ケーブルテレビのエヌ・シー・ディ)

80.7 FM80.7
(FMながおか)

81.4 FM81.4
(FMうおぬま)

FM ゆきぐに
(FMゆきぐに)

FMピッカラ
(FMピッカラ)

NICO press 2025 12 ・ 2026 1 vol.203 2025年11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」
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。