

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.206



リスク最小化で挑む 海外市場

中小企業が選ぶべき現実解とは

巻頭インタビュー

(独)日本貿易振興機構
新潟貿易情報センター
(ジェトロ新潟)
所長 宮尾 正浩 氏

事例企業

さくら製菓株式会社
玉川酒造株式会社
株式会社第一測範製作所

連載

「NICO支援メニュー活用企業」
ツクール・ド・さんじょう共同事業体
NPO法人えんがわ
「まちやま道具箱」

「アイデアのタネ」

下村企販株式会社 「茶考具 ステンレス平型急須」
株式会社宮崎製作所
「宮崎製作所シリーズ ごはん鍋/おかず鍋/かこい鍋」

2026
Summer

マーケティングをすると レッドオーシャンの中に ブルーオーシャンがある

以前から輸出が始まっている国や、きつと難しいだろうと想像する地域にも、マーケティングをしてみると実はブルーオーシャンが見つかることもあります。

たとえば新潟のお米。香港ではずいぶん前から各地の自治体が販売フェアを展開してきたため、「今更参入しても遅いのではないか」と思っていました。ところが実際には、日本産の付加価値の高い米をアップークラスの顧客向けレストラン、おにぎり屋で取り扱いたいというニーズがあり、まとまった量を継続的に仕入れてくれる輸入業者が見つかるケースもあります。アメリカのカリフォルニア州も広大ですから、ロサンゼルスやサンフランシスコ周辺の地域や都市ごとに、所得層、日本食への馴染み、移民の人種構成、米飯文化の方が多い、などの違いがあります。こうした特性を丁寧にリサーチしていくと、販路は見つかります。大規模な需要でなくとも、新潟の生産者にとっては十分に開拓余地のある市場が見つかるという訳です。

農産品の輸出で定着しつつあるのは、積極的な農業法人が周囲の小規模農家を巻き込む形です。たとえばメロンやスイカなどのフルーツを香港・台湾に輸出する場合、ある程度の量を安定して確保するために近隣の生産者と連携するケースも増えてきています。そのため、単独では輸出が難しい小規模生産者でも海外に商品を流せるようになっています。

国内取引を提案してくる 海外バイヤーが増えている

海外との取引には当然リスクもあります。怖いのは、向こうからの引き合いには、詐欺の場合があるということです。打診を受けた際は慎重になった方がいいでしょう。取引条件の確認を徹

底していても、虚偽の情報を示されることもあります。リスクを回避する最も有効な方法は、全額前金での支払いを求めること。明らかに買う側のリスクが大きいので、それに応じるところは本物だと思います。未払いトラブルは、起きてしまったら解決できないことが多いです。

契約書の内容も重要です。不測の事態に備え、もし相手方が不誠実な対応を取った場合には相応の不利益が生じるような条件を盛り込んでおく必要があります。たとえば、今後、追加の商品を納品しない、機械製品であればメンテナンスを提供しない、といった内容です。あわせて、引き渡し場所を日本の倉庫や港に設定し、国内でリスクを移転させることも有効な手段といえます。新潟にも海外取引に精通した弁護士がいるので、費用はかかりますが、専門家を活用して契約内容をしっかりと精査することが大切です。

参入ハードルが下がる良い変化もあります。海外市場において地方のマイナーな商品への関心が高まってきてことで、最近バイヤー側から「納品は東京や横浜の倉庫」「日本円で決済」といった条件を提案してくるケースが増えてきました。日本の中小零細企業が海外取引に不慣れなことを分かっている、相手側が貿易手続きなどをまとめてやってくれるので、国内取引とほぼ変わらない形で進めることができ、リスクが大幅に軽減されます。

成功までには時間とコストがかかる まずは2～3年頑張る意志を持って

輸出には商社を通す間接輸出と、直接輸出があります。商社経由は、やはり安心感があります。直接輸出の場合は、マーケティングがコントロールできたり、中間マージンがなくなることで売上や利益を増やすことができたり、といったメリットがあります。

いずれにせよ、海外市場に挑戦する以上は、社長や営業部長が責任をもって関わり、担当者が抱え込んで孤

立しないようにバックアップすることが極めて重要です。

そして、厳しい話ではありますが、成果が出るまでには商談に行ったり、展示会に行ったり、海外視察をしたりといったコストと時間がかかります。それでも2～3年は継続して頑張るという気持ちと、その間のキャッシュフローが重要です。また、成功確率を高めるためには、取引国や市場の組み合わせによるポートフォリオを3つは用意しておきたいところです。たとえば香港のみを対象とする場合でも、現地での販路や流通ルートを複数持ち、それぞれが競合しないように設計する、あるいは香港に輸出する場合には、台湾市場も併せて検討するなど、複線的な展開が有効です。

ジェットロでは、貿易に関する情報提供やアドバイスに加え、新潟県と連携した講座など海外販路開拓支援の取り組みも行っています。こうした支援を活用いただきながら必要な情報を自らの目で確認し、海外に挑戦していただきたいと思います。

海外展開のための 重要POINT

マーケティング

輸出先は世界に広がっており、既存市場にも未開拓のニーズがある。先入観にとらわれず複数市場を見据えて市場を調査する。



リスクマネジメント

全額前金などの決済条件の設定と契約内容の精査を徹底し、海外取引のリスクを適切にコントロールする。



社内体制の構築

経営層が主体的に関与し、継続的な投資を前提に、担当者を孤立させずにフォローする組織体制を構築する。





輸出の壁を乗り越え スピード対応で販路を拡大。 新潟の米菓を世界へ。

NICOクラブ会員

さくら製菓株式会社

代表取締役 寺尾 正司 氏

新発田市岡田1328-11 TEL.0254-22-2131
URL <https://www.sakura-do.jp>



ホームページ

「さくら堂」のブランド名で知られ、新潟・国内産の米の旨味を最大限に引き出したあられ・おかきを製造販売するさくら製菓。コロナ禍を機に海外展開に動き出した同社は、何度もちちはだかる壁を乗り越えながら、現在10の国・地域への輸出を実現。さらなる販路開拓を進めている。

海外展開は「教科書通り」にはいかないと語る寺尾社長。「海外展開に挑戦したい会社があれば、できる限り相談に乗ります。いろいろな人を巻き込んで一緒に世界に行き、新潟をもっと盛り上げることが目標です」。

輸出条件に対応する 長期保存パッケージを実現

1950年創業のさくら製菓は、厳選した新潟県産・国内産水稲もち米にこだわり、生地製造から包装まで一貫生産する米菓メーカー。看板商品である「カマンベールチーズおかき」をはじめ多様な商品を展開し、味と品質の高さで評価を得ている。

同社が海外展開を考えるきっかけとなったのは、新型コロナウイルスの影響による売上減少だった。寺尾社長は海外展開の足掛かりを掴もうと、ジェトロの輸出商談会に初めて参加。手探りの状態で臨んだ当初は成果に結びつかなかったが、その後も国内の商談会に継続して参加し、試行錯誤を重ねていった。

「売上がどんどん下がっていき、日本だけで商売をしていてもだめだと思ふようになったのです。最初は右も左も分からない状態で、成果も全くありませんでしたが、そこから一步步挑戦を続けました。現地に行かないと始まらないと思い、2022年にはNICOの

『シンガポール食品テストマーケティング』にも参加。実はこのときも成果は出なかったのですが、現地にどういう需要があって、どういう味が好まれるかなどを、自分の目で見ることでできたのは大きな収穫でした」。

この過程で浮かび上がった課題が、価格と賞味期限だった。「価格は販売先によって対応できる見込みがありましたが、輸出の条件として賞味期限が最低1年間必要というのが最大の課題でした。海外への輸送に1〜2ヵ月を要する上、現地で販売する際に6ヵ月以上の賞味期限が求められるため、結果として1年間の賞味期限が不可欠だったのです。当時は賞味期限が4〜5ヵ月の商品しかなく、そこからいかに賞味期限を延ばすかという戦いが始まりました」。賞味期限を延ばすためパッケージに光を通さないアルミの包材を使用したところ、「中身が見えないと売れない」という指摘を受けた。この言葉で奮起した寺尾社長は、数年にわたりあらゆる包材でテストを行い、長期保存が可能な透明包材の商品を実現させた。

FSSC22000認証を取得。 台湾企業との大型商談が成立

こうしてパッケージの改良や海外で好まれるハッキリした味を商品に反映し、少しずつ成果が見え始めた。大きく飛躍するきっかけになったのが、2024年の「輸出EXPO」への出展だ。海外のバイヤーを惹きつけるブース展示や商談が功を奏し、出展後6ヵ月で1,000万円以上の売上を達成。「展示会への参加経験を積み重ねる中で、バイヤーたちと直接話し、見積を出せるようになって、価格の相場感が分かるようになってきたことが大きかったと思います」。出展を機に多くの新規客と出会い、成約数も伸長。その一方



2024年に竣工した新工場。海外企業の要求に応え、2026年1月に食品安全マネジメントシステムFSSC22000の認証を取得した。



国内で一番人気の「カマンベールチーズおかし」をはじめ、同社では伝統の製法を守りながらバリエーション豊かな商品を生み出している。



さまざまな国のバイヤーが来社。あえてターゲットを絞らず、国に対する先入観を持たずに商談を進めるようにしている。



海外で人気の高い「甘うまはちみつ」「濃厚いか揚げ」「濃厚おつまみうに」。海外でははっきりとした味、サクサクとした食感の商品が好まれている。



2024年の「輸出EXPO」に出展。ブースは30m先からでも興味を惹くようにと考え、当時12種類あった商品をレインボーカラーに見えるように陳列した。

で、さらなる課題も浮かびあがった。台湾の大手企業との商談では、FSSC22000認証工場であることが取引条件として求められたのだ。FSSC22000は国際的な食品安全認証であり、取得を取引条件とする海外の企業も多い。これを受け、さくら製菓では製造・管理体制を再構築し、今年1月に認証を取得。一度は止まっていた台湾企業との商談が再開し、取引成立へとつながった。

海外展開において何より重要になるのは「スピード感」という寺尾社長。「日本人と違い、海外のバイヤーは“この商品がほしいから、これだけ見積りがほしい”といったように要望がはっきりしていて、商談から取引成立までが早い。今年3月のFOODEX JAPANに出展後、4月上旬に直接貿易で台湾に輸出したのですが、見積りから出荷まで非常に短期間で進みました」。スピード感のある対応をするためにも、現在海外展開の取り組みは寺尾社長一人で担当している。「やるかやらないかを決めるのは社長である私なので、迅速に意思決定ができます。私が

海外から帰ってきて、社員に“こういう味の商品を作してほしい”と言え、次の日には試作品ができあがってくるという社内体制も整っている。それくらいのスピード感がないと、海外では通用しません」。

社員のモチベーションが向上。 現地の商品定着にも尽力

現在は、カナダ・アメリカ・香港・台湾・フィリピン・シンガポール・ニュージーランド・オーストラリア・スイス・イギリスに輸出。海外展開を始めてから販路拡大や売上増加という成果だけでなく、社員のモチベーションも向上したという。「FSSCの取得では、国際的な取引を目標に社員も一丸となって取り組みました。取得後は、自分たちの商品が多くの国に届いていることを実感し、やりがいにもつながっています。非常に意義のある取り組みだったと感じています」。

海外展開に挑もうとする企業に対

しては、「海外にどんどん出て行くべきです。そのためには資金が必要ですが、そこは国や県などの支援をうまく使ってほしい。私自身もジェットロやNICOをはじめ、あらゆる支援機関を活用しました。こうした支援があったから今があると思っています」と話す寺尾社長。これまでの経験から、現在は輸出に挑戦する企業の相談に応じたり、海外取引先の要望に合わせて県内の企業を紹介したりすることもあるのだという。

「今後は今の価格帯で、どこまで海外販路を広げられるかという挑戦が続けていきます。米菓はライバルも多いので、現地との結びつきが弱いと価格が安いところに乗り換えられてしまう。さくら製菓の商品は他とは違うということを現地に行ってしっかり説明し、分かってもらうことが重要だと感じています。現地との関係を切らず、商品を定着させるということに今後さらに力を入れていきたいです」。これからもスピード感のある対応と地道な努力を重ねながら、新潟の米菓を世界へと届けていく。

海外進出の POINT

- ✔ 支援機関の補助金などを活用し、現地に積極的に足を運んで市場を把握する
- ✔ 輸出に求められる条件(賞味期限・パッケージ)をクリアする
- ✔ 国際基準FSSC22000を取得。品質管理・生産体制の強化を図り、新規市場を開拓
- ✔ スピード感のある意思決定と社内体制の整備で商機を逃さない



雪国・魚沼から世界へ 酒造りのストーリーと共に 日本酒の可能性を広げていく。

玉川酒造株式会社

代表取締役 風間 勇人 氏

魚沼市須原1643
TEL.025-797-2017
URL <http://www.yukikura.com/>



ホームページ

代表銘柄の「玉風味」や、雪中貯蔵の「吟醸原酒ゆきくら」をはじめ、銘酒の数々を生み出している玉川酒造。近年、海外販路開拓を本格化。海外向けに開発した「イットキー」も好評だ。志を同じくする杜氏・蔵人・社員と共に、世界市場への挑戦を加速させている。

アンテナを張りつつ、巡ってくる運を拾うことも大切にしているという風間代表。「私が海外を狙っているという話を聞いた酒造組合の方から、NICOの支援メニューを紹介していただきました。とてもありがたいことだと思っています」。

アメリカでのリサーチから 日本酒の概念を覆す酒が誕生

雪深い魚沼の地に、寛文13(1673)年から続く老舗酒蔵の玉川酒造。雪蔵貯蔵の酒をはじめ、多くの銘柄が品評会で賞を獲得するなど、その酒造りには定評がある。「清酒消費量が年々低下し、販売業者も減少するなか、各社が多様なアイテムを発表している国内市場は競争が激化した『レッドオーシャン』の状態にあります。当蔵は規模が小さいので、経営戦略は高品質なお酒を造り、高単価・高付加価値の商品として市場に送り出すこと。そうした商品の販売先として、海外は



世界でも有数な降雪量を誇る地にある玉川酒造。雪という自然の恵みを活かした酒造りのストーリーも、海外に向けて強いウリになる。

20～30年前から意識してきました」と風間代表は話す。

大きなターニングポイントとなったのが、2016年から開発に取り組んだ純米吟醸酒「イットキー」だ。一般的な日本酒より甘さと酸味が5倍強く、甘酸っぱい味わいが特徴のアイテム。誕生のきっかけはアメリカ市場へのリサーチで感じた違和感だった。「日本酒の最大の輸出国であるアメリカを狙いたくて、10年程前に現地調査をしたのですが、当時は日本で売られている有名銘柄がそのまま送り込まれている印象でした」。日本酒の輸出先として最大規模でありながら、アメリカ国内で消費されるアルコール類のうち、日本酒は全体の0.1%に過ぎず、伸びしろを感じたという風間代表。「そこで感じた違和感が、日本酒はアメリカ人の味覚にあっているのか、ということ。韓国のキムチも日本では日本向けの味になっている。伸びしろがあってもアメリカ人向けの味に変えなければ、シェアは増えないのではないかと思います」。

アメリカでは、シンプルで濃い味付けの料理に合わせ、コーラやジン

ジャーエルといったインパクトのある飲み物が好まれる。イットキーはこうした嗜好に合わせて開発された。

オーストラリアの市場を 肌で感じられたフェス参加

イットキーは発売前に「ワイングラスでおいしい日本酒アワード」で最高金賞を受賞。これを軸に海外展開を進め、アメリカ市場こそコロナ禍に一旦白紙になったものの、香港やシンガポールなどのアジア地域で売上が伸びていった。

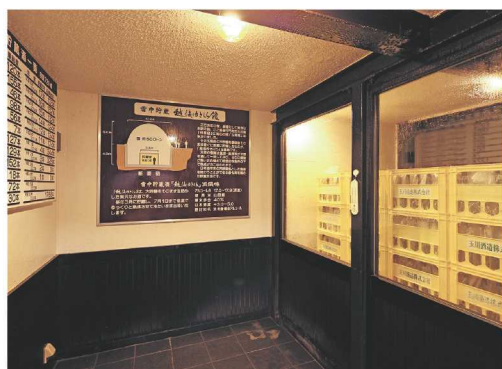
2025年には新規開拓として、新潟県酒造組合と共同で「オーストラリアSAKEフェスティバル」に参加。費用にはNICOの海外展開助成金も活用した。「オーストラリアは酒を扱う資格を取得していないと、人にお酒を注ぐこともできません。参加前に組合主導で受講機会が設けられたので、とても助かりました。試験問題は英語ですし、自分一人では取得は難しかったと思います」。お酒は規制が厳しく専門店ではしか販売されていないことなど、



2025年に参加したオーストラリアSAKEフェスティバルの様子。オーストラリアは日本酒の輸出先国としては世界8位だが、伸びしろを感じたという。



イトキー (IT'S THE KEY) の名前には「日本酒の新しい世界を開く鍵」「お酒で楽しい一時を」など、さまざまな思いが込められている。ラベルには英語による説明文も掲載。地元の英語講師に英訳を依頼したもので、海外でも「美しい文章ですね」と褒められるという。今年4月には新たなラインの特別純米酒「ガラバゴス4D (フォースディメンション)」が誕生。こちらも強力なアイテムとなりそうだ。



酒蔵の目の前には雪で覆われた雪蔵があり、ここで「吟醸原酒 ゆきくら」を貯蔵。中の温度は通年2〜3℃に保たれている。



「意外だったのは、イトキーが国内市場でも売上が伸びていること。関東の主要スーパーでも販売されており、会社のイメージを作る役割も果たしてくれています」。

現地に行ってみて分かったことも多かったという風間代表。「新しい市場を開拓するときには、単独ではなく誰かと一緒に挑戦したり、その市場に詳しい人から教えてもらったりすることが大切だと思います」。

イトキーはフェス来場者にも好評で、持参分は開催中に完売。最終日の翌日には、ジェットロによって商談会の場が設けられ、現在、商社1社との取引が進んでいる。「フェス来場者は日本酒が好きな人が中心で、日本酒を知らない一般消費者の来場はまだ少ない印象でした。価格のハードルはありますが、10倍にも100倍にも市場が拡大しそうな予感があります」。

海外に対する意識を持った社員に挑戦の場を

今年はロンドンやブラジル、香港のフェアやイベントへの参加を控えている。ロンドンには「海外と日本を繋ぐ仕事がしたい」と入社した営業担当の女性社員が同行する。またブラジルには、学生時代にブラジルへの留学経験が

あり、いつかまた現地に行きたいと話していた酒造り担当の男性社員が参加する。「私の経営方針として、一番に優先したいのが社員の幸せ。仕事に関する夢があって、それが実現できる場があるならやってもらいたいと考えているので、今回はそれぞれにいい機会だと思っています。営業担当については、これを機に貿易の知識も得て、成長してってくれることも期待しています」。

現在、海外への販売は商社を介した取引に限っている。「未払いなどのリスクが避けられるのと、小さな蔵で人手も限られるので、複雑な手続きをお願いできるのは大きいです。海外取引に不安があっても、協力者がいることで、それを埋めることができます。今後重要なのは商社との関係性で、私たちの意図や思いを理解してもらいながら、三方良しでビジネスが進められ

たらと思います」。

海外の新たな市場に挑戦する際は、買い手がいいようなイベントに参加してみることを意識している。「闇雲に行くのではなく、販売イベントで渡航費程度は回収でき、現地バイヤーと知り合えるならトータルでプラスになる、と思えるものだけを選んでいきます」。

経営者として売上は従業員に還元し、年5%のベースアップも表明している。そのためにも海外販路の拡大は必要だと話す風間代表。「社員には仕事を楽んでももらいたい。それが酒質にも繋がっていると思っています。多くの酒蔵から素晴らしい銘柄が出るなか、どれだけ思いが込められるかが勝負になっていく。幸いなことに、今いる従業員は同じ思いで仕事に取り組んでくれている人ばかり。これからもみんなで上昇していきたいと思っています」。

海外進出のPOINT

- ✓ 組合や公的機関の支援を活用して海外への足がかりを作る
- ✓ 海外市場にマッチした商品づくりを行う
- ✓ 海外に足を運んで、自分の目で市場を調査する
- ✓ 実績が予想できるイベントやフェアを選んで参加する



「ベトナムは若手と接する機会が多くフレンドリーな雰囲気。逆に中国・韓国は年功序列で、立場が上の人と会い、お酒を酌み交わす文化が残っています」とお国柄の違いを語る稲餅氏(本社ショールームにて)。

顧客の海外シフトを背景に 海外展開を本格化

第一測範製作所の海外展開は1970年代以降に本格的に動き出した。きっかけは、国内の主要顧客である自動車メーカーや家電メーカーが製造工場を中国や東南アジアなど海外へシフトし始めたことにある。同社は中国・タイにゲージ類の販売拠点を設け、韓国では現地でゲージや精密測定機器の製造販売を担う合作会社「韓国一測」を設立した。



▲空気・電気マイクロメータ
デジタル表示ユニット Smp

非接触でワーク(加工品)を計測できる空気・電気マイクロメータ。ワークを決まった場所に置くだけで誰でも簡単に測定でき、ワークも傷つけないと海外でも好評。

販売拠点のある中国、タイ、韓国に続き本社主体の海外へのアプローチを強化するため、海外営業の経験がある稲餅氏を実働メンバーとして抜擢。人口が多く、日系企業の進出が相次いでいたベトナム市場をターゲットに見据え動き出そうとしたところ、「いざやるぞというタイミングでコロナ禍になってしまっ。ゲージを扱うベトナムの販売店に1件1件電話をかけ、オンラインで交渉しました。海外渡航が禁止になる直前に1度だけ現地を訪問し、販売店契約を正式に結ぶことができました」。

同社が製造販売するゲージは純粋な消耗品ではなく、顧客工場の新規ライン立ち上げなどの際にニーズが発生する。そのためタイミングを逃すと他社に注文が流れてしまうリスクがあるという。「先週来てくれれば良かったのに」と言われることもあり、国内・海外問わず定期的な定期訪問が欠かせない。訪問が途絶えると顧客の記憶から徐々に薄れ、競合他社が自然とその空白を埋めていく。信頼とは積み上げるものであり、空白期間は取り戻すの

オンライン時代にあえて 「足で稼ぐ」。 現地で人間関係を築き、 戦略的な新規開拓へ。

NICOクラブ会員

株式会社第一測範製作所

代表取締役社長 木村 敬知 氏

営業部 海外営業グループ リーダー 稲餅 拓也 氏



小千谷市大字坪野826番地2

TEL.0258-84-3911 URL <https://issoku.jp>

ホームページ

1944年に創業した第一測範製作所は、ねじなどの製品が規格どおりに作られているか判定するゲージや、計測機器、空気・電気マイクロメータなどを製造販売する老舗メーカー。80年以上にわたり蓄積した高精度加工技術により生み出される製品は、自動車をはじめとする幅広い産業分野で活用されている。

に何倍もの労力を要する。「コロナが明けた頃にNICOの海外展開助成金の話聞き、これは有効だと思い活用させていただきました。この助成金が無かったら、月1回のベトナム訪問の頻度が半分に落ちていたと思います」と稲餅氏。

現地顧客を訪れる際には、自社製品の保守点検も稲餅氏が自ら行うという。同社では、営業職もメンテナンスの知識が得られるよう学習機会が整っている。製品の知識があるからこそ顧客のニーズを聞き出すことができ、その場ですぐに解決できないとしても、持ち帰って社内で検討しより良い提案に繋げている。

海外展開では知財面の問題も起こりやすい。「ISSOKU」を名乗る模倣業者に遭遇したこともあったが、稲餅氏は「真似されるのは有名になった証拠。偽物でクレームが来たとしても『本物を使ってみて』とPRするチャンスに変えています」とポジティブに語る。その自信は簡単に真似できない高い品質に裏付けられている。



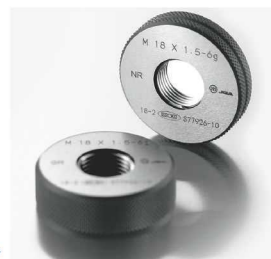
製品の修理をベトナム人スタッフにレクチャー。将来的に現地で営業を担う人材を育てている。右は稲餅氏の誕生日を現地の販売店が祝ってくれた時の様子。



各種計測機器やマイクロメータなどの製品が並ぶ本社ショールーム。「より早く、より正確に」という顧客の要望に応え、ワークの複数カ所を同時に測定できるようにするなど付加価値を高めた製品を開発してきた。



中国上海での展示会。高度な技術を用いた最先端のゲージに注目が集まった。



主力製品の
ねじゲージ▶

柔軟性のある若手スタッフに 営業・提案スキルを教育

ベトナム市場の開拓に関して、オンラインではなく毎月の現地訪問にこだわるのには、営業機会の損失を防ぐ以外にも二つの理由がある。一つは、現地スタッフの育成だ。稲餅氏は、顧客の工場を訪問する際、現地販売店の若手ローカルスタッフをあえて同行させ、自らのヒアリングやメンテナンスの様子を見せることで、経験を積ませている。「ベトナム人はフレンドリーな一方で、自尊心が高いと感じます。叱ったりけなしたりせず、いいところを見つけて『すごいじゃん、さすがだね』と声をかけると、喜んでさらに頑張ってくれます。私が一言も発しなくても顧客の課題を聞き出し、提案して話をまとめてくれた時には、成長を感じて頼もしく思いました」。木村社長も「海外展開は単に営業するだけではなく、現地スタッフの教育が重要。いずれは現地スタッフだけで営業が回るような継続性を実現したいと思っています」と語る。

二つ目は、ベトナムのローカル企業の新規開拓だ。海外売上比率を伸ばすために同社がターゲットとしているのは、既存顧客である日系企業に加

え、「日本の資本が入っていない、ねじ1個、ボルト1個を作っているような小さな町工場」だという。そうした会社は日本製の高品質・高精度のゲージをまだ知らず、大きなチャンスが眠っている。現地に足繁く通い、ローカルスタッフから情報を得なければ、そのような会社と接点を持つことは難しい。いわば、ピラミッドの上下両方から攻めることで、海外売上比率の増加を戦略的に進めているのだ。

翻訳アプリを使わない コミュニケーションで距離を縮める

稲餅氏が大切にしているのは、ベトナムの顧客や現地スタッフに「同じ課題を解決するパートナー」として接することだ。「ただ売れば良いという提案はしません。単なるビジネス上の取引先ではなくパートナーとして、現地スタッフと一緒に顧客の本音や課題を掘り下げます。図面を広げながら顧

客が『どこを測りたいのか』を確認し、それならあの製品が最適だといった、双方がWIN-WINになる提案をします。良い提案ができれば、顧客工場の別の部署に話が広がることもあります」。商談の後は顧客や現地スタッフとランチに屋台のローカルフードを味わったりとフランクな関係を築く。会話は英語だが、翻訳アプリは使用しない。「翻訳アプリを使うと、コミュニケーションの一番大事な部分を省いている気がするんです。お互いに拙い英語でも、ジェスチャーや単語の言い換えで頑張って伝え合うことで『こいつは面白いやつだ』と素直に思えますし、より相手と仲良くなれます。どこの国であっても、人との繋がりは商品を売る以上に大切です」。

今後はメキシコ、インド、韓国、アメリカの市場開拓に力を入れる方針だ。オンラインの時代にあえて足で情報を稼ぎ、現地の実際の状況から判断する手法を貫く同社の今後に注目したい。

海外進出の POINT

- ✓ 現地スタッフとの密なコミュニケーションで対等な信頼関係を築く
- ✓ 信頼関係から得た情報で、未知のローカル企業を開拓
- ✓ 現地スタッフを教育し、現地に行かずとも商談が回る体制の構築を目指す

世界各地在住のNICO海外ビジネスコーディネーターが 皆さまの海外ビジネスをサポートします!

サポート内容

利用無料

現地の「市況」や「企業」「バイヤー」を知りたい

- ▶ 現地企業や現地機関への訪問・面談アレンジ
- ▶ 現地情報の収集・提供
- ▶ 現地バイヤーの紹介(リストアップ)

慣れない海外(現地)で市場調査を手伝ってほしい

- ▶ 現地でのアテンド(現地事情のレクチャー、同行訪問等)
- ▶ 見本市・商談のサポート

まずは気軽にNICO海外展開支援チームまでお問い合わせください!

ご利用の流れ

詳しくはこちらを
ご覧ください ↓



- ①お申込み** 申込書に必要事項を記入し、海外展開支援チーム(kaigai@nico.or.jp)宛てに提出してください。ご希望日の2週間以上前までにご提出ください。
申込書はNICOホームページからダウンロードいただけます。
- ②申請内容確認・審査**
- ③支援の決定** 日時と担当コーディネーターをご連絡します。
- ④コーディネーターとの調整(現地支援の場合)** コーディネーターと直接連絡・調整を行っていただけます。
- ⑤コーディネーターによる支援の実施**
- ⑥報告書の提出** 支援終了後、2週間以内に報告書を提出いただけます。

問い合わせ・お申込み先 NICO海外展開支援チーム TEL.025-246-0063 E-mail kaigai@nico.or.jp



皆さまのご参加を
お待ちしております!

参加費無料

経営管理者向け「攻めの経営レポート作成講座」

あなたの会社が顧客から選ばれている理由とは?その答えはあなたの会社の持つ「魅力」(顧客価値)であり、それが「知的資産」そのものです。厳しいビジネス環境の今こそ、会社の強みやその源泉となる「知的資産」を見える化し、魅せる化することにより、会社の新たな「魅力」を創造しましょう!

事前セミナー

知的資産経営の基礎とその活用方法をご紹介します。

- 開催日: 8月21日(金) 14時~16時
- 開催場所: 朱鷺メッセ小会議室306、307
(新潟市中央区万代島6-1 3階)
- 募集定員: 30名
- 申込期限: 8月17日(月)



講座

知的資産の言語化や可視化など、知的資産を活用した経営手法への取り組みをバックアップします。

- 開催日: 9月24日(木)、10月15日(木)、11月26日(木)
いずれも13時30分~17時00分
- 開催場所: NICO会議室(新潟市中央区万代島5-1万代島ビル10階)
- 募集定員: 10社(1社2名まで参加可)先着順 ●申込期限: 9月4日(金)
- 募集対象: ・新潟県内に本社を有する中小企業の経営者、経営幹部及び後継者
・当講座の全日程に参加できる方で、にいがた産業創造機構と講師に対し、
講座内での制作物や経営情報を開示・共有できる方
- カリキュラム:

第1回 強み整理 第2回 バリューチェーン分析 第3回 未来ビジョン策定

※第2回と第3回の間に、講師とのWEB個別面談を実施



問い合わせ先 NICO伴走支援チーム TEL.025-384-0460 E-mail bansou@nico.or.jp お申し込みはQRコードから ▶

NICO海外ビジネスコーディネーターリスト

アジア



【支援地域】
韓国
【氏名】
金 在昀(ソウル在住)
法務法人太平洋 弁護士
【専門】
人事・労務、知的財産権等



【支援地域】
シンガポール、東南アジア
【氏名】
関 泰二(シンガポール在住)
NIHON ASSIST SINGAPORE 代表取締役
【専門】
シンガポール進出支援、
販路開拓、新規事業開発支援
上記に関する調査及びリサーチ等



【支援地域】
シンガポール
【氏名】
長尾 真正(シンガポール在住)
ENGLPLUS代表
シンガポール新潟県人会 幹事
【専門】
マーケティング等



【支援地域】
中国
【氏名】
池田 博明(上海在住)
上海邁伊茲咨询有限公司
董事・副総経理
【専門】
会計・税務・人事労務・教育研修、
営業・管理等の経営に関わるサポート



【支援地域】
台湾
【氏名】
富田 恭敏(台北在住)
SNARK Asia 董事長
【専門】
IT、宅配物流、観光、
インバウンド、
留学、交流事業等



【支援地域】
ベトナム
【氏名】
石川 幸(ホーチミン在住)
AGS 代表
【専門】
ベトナム進出支援(調査含む)、
会計・税務・法務・
労務・M&A等



【支援地域】
ベトナム
【氏名】
梅田 伸之(ホーチミン在住)
MAI INTERNATIONAL
ASSOCIATES 代表取締役
【専門】
市場調査、ビジネスマッチング、
セールスサポート、展示会手配等



【支援地域】
モンゴル
【氏名】
藤井 一範(ウランバートル在住)
CURIOUS ITI SUDLAACH 代表取締役
【専門】
電子工学、機械工学、
モンゴル語の翻訳・通訳、
各種リサーチ(政治経済・統計)等

ヨーロッパ



【支援地域】
EU
【氏名】
高橋 明子
(ドイツ フランクフルト在住)
Tiger International Trading 取締役社長
【専門】
物流、展示会施工、展示会付属業務
イベント企画、自治体視察団計画等



【支援地域】
イギリス
【氏名】
木村 友美子(ロンドン在住)
くのいちグループ 9N1CL
【専門】
市場調査
(旅行・観光、文化、教育・
留学、美術、日本酒・焼酎)



【支援地域】
アメリカ・カナダ
【氏名】
松浦 恵子(ニューヨーク在住)
Artis New York 副社長
【専門】
アメリカ小売市場の市場調査、商品企画、
ブランディング構築、B2B及びB2C販売支援
(クラウドファンディング・キャンペーン含む)、
商品の流通、代金回収

北米

私たちが海外の最新情報を
皆さまへお伝えします

まずは気軽にNICO海外展開支援チーム(025-246-0063)までお問い合わせください。
※内容やスケジュールによって対応が難しい場合がございます。

NICOクラブは支援情報や ビジネスヒントなど会員特典が盛りだくさん!

NICOクラブは、NICOをより一層ご活用いただくための会員制度です。「NICOを上手に活用したい」、「多くのビジネスヒントが欲しい」とお考えの皆さまのご入会をお待ちしています。

1 NICOクラブセミナー

各業界で活躍する専門家を講師に迎えたセミナーを年4回程度開催します。会員は参加費無料! リアル開催に加え、ライブ&アーカイブで好きな時間に受講できるオンラインセミナーもございますので、関心のあるテーマの際はぜひご参加ください。

2 広報支援(プレスリリース)

会員限定! プレスリリース配信サービス「PR TIMES」提携プログラム(6カ月間、3件まで配信無料)が利用できます。新商品の発売や新技術の発表など、貴社の取り組みを幅広いメディアを通じてPRしませんか?

提携プログラムの詳細はこちら →



3 情報配信(メルマガ・LINE)

週刊メールマガジンと公式LINEで、補助金・展示会の募集開始やセミナー開催等の情報をいち早くお届けします。ぜひメルマガ会員登録とLINEお友達追加をして、最新情報を受け取ってください!



メルマガ



LINE

そのほか、メルマガの「会員PRコーナー」や会員価格でのNICOプレス広告掲載がご利用いただけます。

NICO Niigata Industrial Creation Organization **クラブ**

年会費3,000円で
以下の特典をご用意

ご入会はこちらから →
<https://www.nico.or.jp/nicoclub/#tb0>



本号より、NICO pressは年4回発行(季刊号)でお届けします。



NICO支援メニュー
活用企業

REPORT

活用事業

ニイガタIDS(イデス)デザインコンペティション



(イデス)
IDS大賞／新潟県知事賞
まちやま道具箱

個性発信とにぎわい創出を実現。

ものづくりのまち・三条の

「まちやま道具箱」。

図書館システムを活用した

ツクール・ド・さんじょう共同事業体 NPO法人えんがわ

●三条市元町11-6 ●TEL.0256-32-0657

●URL <https://sanjo-machiyama.jp/>

ツクール・ド・さんじょうは、図書館運営事業を手掛ける株式会社ヴィアックス(東京)と、三条市内のにぎわい創出を手掛けるNPO法人えんがわで構成される共同事業体。2022年開館の三条市の図書館等複合施設「まちやま」の指定管理者として施設運営を行っている。



ホームページ

三条の“道具”を知り、使い、 地元への誇りを育てる仕掛け

ニイガタIDSデザインコンペティション2026でIDS大賞を受賞した「まちやま道具箱」。図書館を柱とした三条市の複合施設「まちやま」で行われている、地場産の道具を地域住民が無料でレンタルできるサービスだ。貸し出されている道具はメーカー各社が無償提供。借り手は地元で作られている製品の良さを実際に体験して知ること、購入に繋がったり、何より自分たちが暮らす地元への誇りを生む取り組みとなっている。一流メーカーが集まっている三条だからこそ実現できる「地域性と総合力を体現する見事なソーシャルデザイン」(村田審査委員長評)と高く評価された。

発想のきっかけは、図書館の管理システムの存在だったとNPO法人えんがわの長野理事長は振り返る。「共同事業体で図書館の運営をしていくにあたって、この先は図書館の機能だけにとどまるべきではないのではないかという考えのもと、図書館の利用カードで何か新たな活用ができないかと考えました。当時三条市の人口が9万6000人くらいのところ、利用カード登録者が6万4000人もいました。本を借りるだけでいいのだろうか、もっと活用できるのではないか、というのがスタートでした」。

メーカー各社が全面協力。ユーザーとの交流機会にも

もう一つ、まちやまが出来る以前から「ステージえんがわ」で行ってきたものづくりワークショップでも気づきを得ていた。「賑わい創出でいろいろな催しをするなかで、多くの企業に縁が広がっていました。私たちが100円ショップで買った



利用できる道具が分かりやすいように、道具を模した札を掲示。借りられる道具は現在、20社47セット133アイテムだ。貸し出せる数だけ札がかけられており、札が無くなっていたら、在庫数がゼロということだそう。



「子どもや孫の髪を切りたい」という大人や、理容師・美容師を目指す学生などにニーズがあるという理美容バサミ。使い勝手の良さにプロ仕様の凄さを実感。

道具を使っていると、「三条にはもっといいプロ仕様の道具があるのに」と言われることがあって、そのうち、自分たちの道具を持ってきて、みんなに使わせてくれることもあったんです。使うとやっぱり良さが分かる。さらに、住民の皆さんもどんなものが地元で作られているか、意外と答えられないことも分かった。もっと使う機会があれば、住民の皆さんが地元で作られた道具をPRする小さな広告塔になってくれるんじゃないかと思ったんです」。

メーカーに協力を依頼すると、どの会社も快諾。道具の提供だけでなく、メンテナンスも含めて協力してくれていて、その数は現在20社にのぼる。利用者からも好評で、トラブルも一切発生していない。「みなさん大切に使ってくれていますね。貸し出しが一番多いのは理美容バサミ。三条で作られていることを初めて知ったという人が多いです。利用カードも三条市だけでなく、燕市、長岡市、見附市、加茂市、田上町、弥彦村、新潟市の方が作成できるので、広く県内の方に試していただけます」。

また、協賛メーカーによる道具の使い方のワークショップも開催。「企業の宣伝にもなりますし、リサーチの場にも使っていただいています」。

IDS大賞受賞で視察ラッシュ。三条の地域性も再認識

IDS大賞について、「図書館利用カードは本しか借りられないわけではない」という当初のアイデアが評価を受けたことが一番うれしい、と長野氏。「とはいえ、私たちがやったのは企業さんの製品、図書館のシステムという既存のものを、組み合わせただけという感覚もあります。でも本当に皆さんから多くの評価をいただいて、これを機会に内容をさらに充実させようという取り組みを進めているところです」。

一方で、この取り組みを実現できたのは三条だから、ということも改めて実感しているという。「視察の人にもなぜ実現できたのかと聞かれますが、昔から分業で一つの製品を作ってきた三条は、お互いを思いやり支え合う地域性がある。その点が大きいと思います」。

今後は図書館の読み上げサービスなどのソフトも、「札」として表示し可視化していくほか、メーカーの製品カタログを全部集めて並べる計画も進行中。市民と企業を繋ぐ仕掛けは、さらに充実していきそうだ。



ステージえんがわで開催されるワークショップの様子。特に若い世代に刃物などを使う体験をしてもらいたいと話す。

隈研吾氏設計による複合施設「まちやま」(右)と、同じ敷地内に建つ「ステージえんがわ」(左)。かつて小学校があった場所が新たなにぎわいの場となっている。



VOICE

利用者の声



ツクル・ド・さん
さんじょう共同事業体
NPO法人えんがわ
理事長
長野 源世 氏

受賞によって産地・三条や協賛企業が全国から注目されることがうれしい

まちやま道具箱がスタートし、「図書館システムを利用した初めての試み」と言われて取材や論文テーマにしたいという依頼が来るようになりました。初の試みならばIDSコンペに出してみたいと思い、調べたら出せそうだと分かって締め切り間際にエントリーしました。受賞後は全国から視察があり、三条市を訪れた方々に、協賛企業さんの製品を見てもらえることがありがたいですし、少しは企業さんに恩返しができているかなと思っています。

貸し出しの流れ



① 借りたい道具の札を選ぶ



② カウンターへ渡す



③ スタッフが倉庫から持ってきたものの中身を確認し、誓約書を記入してお持ち帰り。貸し出し期間は1週間。

本事例のポイント

- 既存のシステムと地元メーカーを結びつけ、利用者も企業もメリットがあるサービスを構築
- アナログな「札」も活用し、どの年代でも分かりやすく、借りやすいシステム
- 実際に道具に触れることで、地域産業の良さを市民が知る機会づくりを創出

ニイガタIDSデザインコンペティション受賞商品や審査員の評価ポイントについて詳しくはこちら
<https://www.nico.or.jp/ids>



IDSデザインコンペ
受賞商品に学ぶ

アイデアのタネ



新潟の優れたモノ・ワザ・サービスに注目！

商品やサービスに秘められたポイントを
ヒントに、次なるヒットのタネをまこう



丈夫で長持ち！
毎日気兼ねなく使えます



オールステンレス製の平型急須。平たい形状で少量の湯でも茶葉が効率よく対流し抽出できます。

下村企販株式会社

燕市小池4803-4 TEL.0256-64-5588
URL <https://www.simomura-kihan.co.jp/>



NICOの
注目ポイント

【開発力×技術力で作り上げた逸品！】商社だからこそお客様の生の声を聞くことができ、その声を形状へ反映させられたのは燕三条の技術力があったからこそ。茶葉の旨味を存分に引き出せる平型形状を実現した同社と工場の企業努力に感服です。

ステンレス素材でありながらも
温かみを感じられるデザイン！



調理目的に応じた構造・
デザインを追求。すべて
にこだわり抜いて作ら
れたお鍋シリーズです。

NICOクラブ会員 株式会社宮崎製作所

燕市小池4852-8 TEL.0256-64-2773
URL <https://miyazaki-ss.co.jp/>



NICOの
注目ポイント

【用途ごとに最適化された構造×統一感のあるデザイン】それぞれのお鍋に求められる構造や材質が異なる中でも、デザインを統一することで、キッチンの印象が心地よくまとまり、つつい買い揃えたいシリーズとなっています。

「割れない」×「平型」で新たな急須の提案 茶考具 ステンレス平型急須

IDS ニイガタIDSデザインコンペティション2026
IDS賞 パーソナル・バリュー賞

こだわりポイント

「ものづくりができる商社」である同社に寄せられた、陶磁器製急須へのお悩み「割れやすい・注ぎ口が欠けやすい」をきっかけに開発。燕三条のプレス加工技術でステンレスの板を平型形状に仕上げました。取り外しできる茶こし網で茶葉の処理も簡単に。「割れない・食洗機対応・長持ち」という特徴に加え、平型ならではの「少量でも美味しく抽出できる」機能を実現した、急須市場への新たな提案です。

想定ターゲットや販路

50～60代の健康志向が高い女性をメインターゲットに、生協等の既存販売チャネルで展開。動画チャンネルで使用動画を発信し、割れない安心感を訴求。展示会等では、扱いやすさを実体験してもらいます。

料理の用途ごとに特化し、自社ブランド確立へ 宮崎製作所シリーズ ごはん鍋/おかず鍋/かこい鍋

IDS ニイガタIDSデザインコンペティション2026
IDS賞 ライフ・バリュー賞

こだわりポイント

家庭で料理を担う際の視点を重視した商品開発に取り組んでいる同社。創業65年の節目に際したリブランディングで、新たに開発したのが今回の「宮崎製作所シリーズ」です。調理そのものよりも、準備や後片付けにストレスを感じる場面が多いことに着目し、素材や製法を現代の暮らしに合わせて更新。日々の負担を軽減する新しい台所道具を目指して、調理の目的ごとに開発し、クラシックさを感じさせる佇まいに仕上げました。

想定ターゲットや販路

暮らしにこだわり日々の生活に日本の道具を取り入れたいと考えている方・現代の暮らしにフィットするものを求めている方やお店などをターゲットに、自社ECでの販売を強化し、お客様と直接つながる接点作りに努めています。

おさえおきたい 数字×人×組織

利益を生み続ける会社づくりをはじめませんか？

Consulting & Advisory
for Clients

無料
経営相談
実施中！

収益構造の改善 キャッシュフロー経営

- 利益が見える部門運営
- 利益が残る経営のしくみづくり
- 資金繰り不安を減らす、
金融機関から信頼される数字管理

賃上げ時代の 組織最適化

- 組織活性化と生産性向上
- 人事評価制度の構築

BCP 事業停止による 損失最小化

- 緊急時対応手順の構築と
事業リスク対策
- 事業停止時の影響最小化

ISOによる品質・環境改善 バックオフィスの 業務プロセス改善

- 品質維持・向上体制の構築
- 環境負荷低減のための体制の構築
- 情報漏えい防止体制の構築

後継者・幹部 の育成

- 後継者の育成
- 幹部職員の育成

M&A・ 事業承継

- 後継者不在時の事業承継
- 分社化・統合による会社組織の
見直し

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➡



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ありませんか

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

〒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/>

HPから取り組み事例を
ご確認いただけます



