

IPC vision 2026

－ビジネスの輪郭を鮮明に。－

目 次

1	中期計画策定の趣旨	1
2	第2期（2019-2022）における取り組み	2
3	第3期中期計画の基本的な考え	4
4	第3期中期行動計画	5

1 中期計画策定の趣旨

<趣旨>

公益財団法人新潟市産業振興財団（通称：新潟 IPC 財団）は平成 3 年 11 月の設立以降、新潟市の産業支援機関として、地域経済の振興を図るべく新潟地域の中小企業及び小規模事業者（以下「中小企業」という。）を対象とした各種支援施策に取り組んできた。

この第 3 期中期計画では、新潟市が目指す姿（都市像）の実現へ向けたまちづくりの方向性を示す計画「新潟市総合計画 2030」（2023 年度～2030 年度）及び「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン」（2023 年度～2026 年度）等の内容を踏まえつつ、理事や評議員、中小企業者、経済団体等から寄せられた意見をもとに、基本的考えと行動計画を策定する。

なお、新潟市の諸計画との整合性や、中小企業者の経営に係る課題や社会経済環境の変化等に迅速に対応していくため、計画期間中であっても必要に応じ計画内容の見直しを行う。

<計画の期間>

2023 年度から 2026 年度までの 4 か年計画とする。

2 第2期（2019-2022）における取り組み

第2期中期計画では、「支援事業の“質”（問題解決力）の向上」や「財団の特性を活かした経営相談や取引振興を中心とした中小企業支援の強化」等に取り組んできた。

<事業の体系>

中小企業支援事業	コンサルティング事業
	補助事業
	研修・セミナー事業
	その他事業（販路開拓）
その他財団の目的を達成する ために必要な事業	新潟中国経済交流推進事業
	地域イノベーション戦略推進事業

<中小企業支援事業>

・コンサルティング事業

専門人材による経営相談を開設し、創業・起業相談に加え、中小企業の様々な経営課題の解決等へ向けた事業計画の策定やマーケティングなどをハンズオンで支援した。

・補助事業

新商品開発や技術開発、新事業展開の取り組みに係る経費の一部を補助するとともに、事業化に向けたフォローアップを行った。また、ワークショップ・セミナーを併用し、経営者や開発リーダーへ知識・思考法を提供するなど、新たな事業創出へ向けた支援に取り組んだ。

・研修・セミナー事業

時宜に合ったテーマや講師を選定のうえ、最新のビジネス情報の提供やロールモデルの発信に取り組んだ。

・その他（販路開拓）事業

市内食品事業者や6次産業事業者等を対象に県内外の小売り事業者との商談会を開催し、販路拡大に向けた支援に取り組んだ。

産業見本市を開催し、出展企業の販路開拓やマーケティングの場を提供した。

<新潟中国経済交流促進事業>

2020年以降、新型コロナウイルス感染症の影響により、中国各地で開催される展示会・商談会が軒並み中止となり、企業支援をはじめとした活動が大幅に制限された。また、コロナ禍前まで堅調に伸びていた中国人観光客誘致や文化・スポーツをはじめとした各種交流事業についても停滞した状況が続いた。

2022年12月中国のゼロ・コロナ政策が実質的に終了し、今後、中国経済・社会活動の正常化、日中間の人的往来の緩和が期待されるなか、状況を注視しながら、北京事務所の活動を展開し、中国における新潟の知名度向上、観光誘客、交流人口の拡大を図ることにより、中国各地との経済交流の更なる促進を目指す。また、コロナ禍において、SNSを活用したライブ配信による販売・プロモーションが主流となるなど、新たなビジネスモデルが急成長している。今後は従来型の支援に加え、現地のニーズやトレンドに即した支援・活動を強化していく必要がある。

<地域イノベーション戦略推進事業>

中小企業の航空機関連産業への新規参入や事業拡大を支援するため、戦略的複合共同工場（以下「共同工場」）に入居した共同受注グループ「NSCA（ナスカ）」の製造技術や生産管理、品質保証体制の高度化や新たな販路獲得を支援してきた。

こうした支援体制もあり、市内航空機関連産業の売上高や雇用者数は増加傾向で推移してきたが、2020年初頭の新型コロナウイルス感染症の影響により、世界の航空需要が大幅に減少したことで航空業界は大きな打撃を受けている。2024年頃の需要回復期に向け、現状の生産体制の維持と、新たな販路開拓を支援する必要がある。

併せて、コロナ禍を契機として急速に進展したデジタル化や世界的なカーボンニュートラル推進の動きなど、産業を取り巻く急激な変化に対応するため、イノベーションを推進し、自走できる中小企業を育成する必要がある。

3 第3期中期計画の基本的考え

- ・ コロナ禍や原材料価格の高騰など経営環境が大きく変化する中、中小企業のレジリエンス（柔軟な対応力）を高める。
- ・ SDGs、DX、GX、脱炭素をはじめとした社会環境の変化に伴う新たなテーマへの挑戦。
- ・ 生産年齢人口の減少、とりわけ若手人材の転出超過や経営者年齢の高齢化が進む新潟市における人材の確保と育成。

これら視点のもと、当財団では、市内中小企業が事業環境の変化にしなやかに対応しつつ、新たなビジネス領域などに挑戦していけるよう、各種支援に取り組んでいく。

また、様々な環境変化を変革のチャンスと捉え、創造性を発揮し、価値を生み出していく「人」の育成を支援する。

ステートメント

ビジネスの輪郭を鮮明に。
Be Clear.

一歩踏み出すきっかけと、
乗り越えていく強さを。

新しい事業の構想がある、経営課題を解決したい、今の状況を何とかしたい etc…

激しい競争と変化の中で、それぞれが未来に向けたアイデアや思いを突き詰めている。

ぼんやりとしたイメージも、やがてフレームがはっきりとしてきて、

輪郭のエッジが研ぎ澄まされていくと「ヒト・モノ・コト」の真なる価値が見えてくる。

ブレることなく、芯なる想いを事業にのせて。

新潟市でともに華を咲かせる支援機関「公益財団法人 新潟市産業振興財団」。

4 第3期中期行動計画

< 施策の体系 >

方向性	重点的な取り組み
I. 次世代リーダーの育成・輩出	1. 次世代経営人材の育成 2. 新事業展開・社内起業家育成支援
II. 創業・起業の多角的支援	1. 創業機運の醸成 2. 若手起業家の育成 3. シームレスな創業支援
III. 経営基盤の強化	1. 本質的課題の解決へ向けた伴走支援 2. 情報戦略・販路開拓の支援
IV. 信頼される支援機関へ	1. 安定的に質の高い支援へ

< 中小企業支援事業 >

経営環境が目まぐるしく変化する中、中小企業が活力を持ち続けていくためには、経営改善や新たな事業展開、人材育成など、経営力の向上を図る必要があることから、以下の取り組みを重点的事項とする。

取り組みにあたっては、コンサルティング・補助金・セミナーといった施策軸に加え、これまでノウハウを蓄積してきた様々な支援手法を組み合わせ、目的や効果に応じた柔軟な施策展開を行う。

I 次世代リーダーの育成・輩出

I-1 次世代経営人材の育成

新潟市経済の未来を担い、今後の変革の主体となる次世代経営人材の育成に向けて、資質向上やビジョンの構築、共創コミュニティづくりの支援に取り組む。

I - 2 新事業展開・社内起業家育成支援

中小企業の持続的な発展・成長に向けた新規事業開発に伴走支援する。また、企業が実施する社内起業家育成を支援し、新事業展開に対する地域全体の機運醸成につなげる。

II 創業・起業の多角的支援

II - 1 創業機運の醸成

創業イメージの具体化につながる情報や、先輩起業家など多様なロールモデルを発信することで、創業に関心を持つ人を増やすとともに、次の一步を踏み出しやすい環境整備に取り組む。

II - 2 若手起業家の育成

学生をはじめ創業をこれから目指す方や若手起業家などを対象に、社会課題の解決などに資する新たなビジネスアイデアの具現化や取り組みの促進に向けて支援する。

II - 3 シームレスな創業支援

創業前から創業後まで、一人ひとりの状況に応じたきめ細やかな支援に取り組み、創業後の継続性・持続性を高めるとともに、次のステージに向けた成長を支援する。

III 経営基盤の強化

III - 1 本質的課題の解決へ向けた伴走支援

中小企業の本質的な経営課題や解決へ向けたプロセスを明確化するとともに、企業の強みや潜在力の見える化を導く伴走支援により、自律的な課題解決につなげる。特に環境変化に敏感な業種・業態の中小企業に対し、変化への対応に向けた支援に取り組む。

III - 2 情報戦略・販路開拓支援

市場ニーズに対応した製品開発を促進するとともに、情報戦略の構築を支援し、販路開拓・拡大につなげる。また、新潟市や他の支援機関と連携を図りながら海外への輸出促進に向けた支援に取り組む。

IV 信頼される支援機関へ

IV-1 安定的に質の高い支援へ

市内中小企業から身近で信頼される支援機関となるよう、財団職員の人材育成に取り組み、継続的に支援事業の質の向上を図っていく。また、コンプライアンスの徹底など適切に事業を執行する組織体制を構築する。

<新潟中国経済交流推進事業>

新潟産米の輸出促進に向け、引き続き現地有力企業・団体との連携を強化し、小売りだけでなく、SNS など様々な手法・媒体を活用した販促活動を展開する。

米以外の農産物・農産加工品については、将来的な輸入解禁を見据え、日本酒や日本産食品の取引実績のある現地企業・団体とのネットワークを構築し、情報収集を行う。

また、観光誘客をはじめとする交流人口の拡大に向け、従来型の旅行博覧会への出展等に加え、SNS のライブ配信などトレンドに即した手段により、新潟の魅力を発信することで知名度向上を図る。

<地域イノベーション戦略推進事業>

中小企業の販路開拓支援

新たな顧客、業務提携先の獲得など中小企業者の販路開拓に向けた取り組みを支援する。

中小企業のイノベーションの推進

既存事業の効率や付加価値を高めるための新規事業開発を通じて、イノベーションを推進し、持続可能な自走する中小企業を育成する。

<事業活動指標>

上記、行動計画の着実な実行により、次の目標の達成を目指す。なお、指標内容や数値については、必要に応じ随時見直しを行っていくこととする。

中小企業支援事業

指標	現状値	目標			
	2021年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
コンサルティングにより課題が解決した企業の割合 (%)	100	100	100	100	100
新事業展開等を支援する各事業において各中小企業が設定した目標に対する達成割合 (%)	—	80	80	80	80

新潟中国経済交流促進事業

	現状値	目標			
	2021年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
北京事務所を通じて新潟に来訪した団体数 (社・団体)	0	5	5	5	5
北京事務所から情報提供した中国・新潟の企業・団体数 (社・団体)	-	10	10	10	10

地域イノベーション戦略推進事業

	現状値	目標			
	2021年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
展示会における商談獲得件数	0	1	3	5	7
DXプラットフォーム新規事業創出支援件数	0	5	5	5	5

2023年3月 発行

公益財団法人新潟市産業振興財団