

# 株式会社アークベル (新潟市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■地域貢献 ■人材育成



## 《企業情報》

- 千950-0912  
新潟県新潟市中央区南笹口2-7-20
- 設立 昭和33年6月
- 資本金 2億7000万円(グループ連結)
- 従業員 1134名(グループ連結)
- 事業内容 県内に結婚式場11会場、貸衣装店19店舗、葬祭式場51会場の運営を軸に、各種セレモニーの企画、開発提案、施行(サービスの提供)、関連する物品(旅行・料理等)の企画。製造、販売
- 代表者 北村 芳明

## 《問合せ先》

- TEL : 025-247-6111
- FAX : 025-247-1234
- URL :  
<http://www.arkbell.net>
- メール : [jinji@arkbell.net](mailto:jinji@arkbell.net)



## お客さまとのあたたかいお付き合い

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

冠婚葬祭業を「感動美仕事(ビジネス)」と捉えている。お客様から「ありがとう」と言われ感謝される数少ない業種といえる。そのため当社ではC I (Customer Intimacy ~お客様とのあたたかいお付き合い~)を大切なキーワードと考え、お客様との末永い関係作りを目指している。

平成11年に日本で初めて冠婚・葬祭の両部門同時にISO9001の認証を取得。また、グループ企業には旅行業、患者移送業、保険代理店業、食品製造業等があり、お客様の人生の様々な節目に対応することが可能であり、大きな強味となっている。

冠婚葬祭に対する人々のニーズは、より個人的なものへと変化し、より自分に合ったものを選ぶ時代になっている。選別の目はより厳しく、商品・サービスにおいて良いもの・悪いものがより明確となってきている。様々な場面でのイノベーションという観念が必要であり、商品・サービスに対する一層の品質向上へ着眼していくことが肝要と考える。結婚式ではハウスウェディングへいち早く参入し、細部にわたって顧客ニーズに配慮。葬儀でも故人の人格が偲ばれ、故人の遺志を尊重したスタイルへと対応している。

### 工夫・苦心のポイント

社員教育の一環として資格取得をバックアップしており、厚生労働省認定の技能審査に合格した葬祭ディレクターや国家資格のレストランサービス技能士、その他色彩コーディネーター等の一級取得者をはじめとする有資格者はグループ全体で350名を超える。会社が強制的に取得させているわけではなく、社員が自主的に受検しており、自分を高めたいという想いと同時に、お客様に質の高いサービスを提供したいという気持ちが、社員ひとり一人に根付いている。

### 今後の課題・戦略

徹底した顧客アンケートを実施しており、結婚式で20%、葬儀では40%という高い回収率を誇っている。その中でも社員へのお褒めの言葉については、社内メールマガジンを配信して全社員で共有、更なるレベルアップに努めている。また、お客様からの苦情・不満については、その都度即座に対応し、部署毎にミーティングをもって継続的な業務改善に努めている。

# アーネスト株式会社 (三条市)

## ■新商品開発



### 《企業情報》

- 〒959-1155  
新潟県三条市福島新田丁858
- 設立 昭和56年5月
- 資本金 6000万円
- 従業員 54名
- 事業内容 調理用品・整理収納用品等販売
- 代表者 鈴木 邦夫

### 《問合せ先》

- TEL：0256-41-1010
- FAX：0256-41-1000
- URL：  
<http://www.ar-nest.co.jp/>
- メール：n-kurotori@ar-nest.co.jp



## キャラ弁グッズで急成長

### 成長・発展に向けた我が社の取り組み

#### 取り組みの概要・効果

かわいいキャラクター弁当をより簡単に作れる調理道具を開発したことが業績拡大に結びついている。平成17年頃はまだ「キャラ弁」といわれるものを作っている人は少なかったが、ネット検索してみるとかなりのニーズがあることが分かった。

クマやウサギなどの輪郭の型はあったが、顔の細かい部分ははさみなどを使い手間を掛けて海苔を切っているというのが実情であった。そこで顔の形を簡単に抜くことができること、食品用であること、洗えること、抜かれた海苔も無駄なく使用できることをコンセプトに開発を推進した。いち早く商品化し、その新規性と、その後のバリエーション展開により市場に受け入れられる結果となった。

順調に販売数を伸ばしており、弁当グッズを一つの軸としていろいろな種類の関連商品を立ち上げた。海苔抜きパンチで先行したこととアイテム数の多さにより「キャラ弁グッズはアーネスト」といった認知度が高まり、「1点が採用された」から「カテゴリーまるごと採用」に変化してきている。

#### 工夫・苦心のポイント

細かな顔などをカットするためのシャープな切れ味で、食品衛生法にも対応した材質にすることが成功した要因であり、苦勞した点でもある。また、かわいらしく受け入れられやすい顔のデザインで、いろいろなキャラクターへの応用の利くデザインを追求してきた。

#### 今後の課題・戦略

小さいと思っていたニーズでも実はかなりの市場があることを経験した。引き続き新たなニーズをいち早く探し出し、素早く対応していきたい。

「こんなものがあったら便利だな」を造形し、社会の人々の生活の中に「アーネスト」の道具を通じて、便利さと、夢と喜びを提供していきたい。

# 株式会社NS・コンピュータサービス (長岡市)

■新商品開発 ■新ニーズの掘り起こし ■人材育成



## 《企業情報》

- 〒940-0045  
新潟県長岡市金房3-3-2
- 設立 昭和60年4月
- 資本金 3億2300万円
- 従業員 479名
- 事業内容 S Iソリューション、アウトソーシング、  
エンベデッドシステム、IT商品販売
- 代表者 矢久保 徳夫

## 《問合せ先》

- TEL : 0258-37-1320
- FAX : 0258-37-0488
- URL :  
<http://nscs.jp>
- メール : [wakamorik@nscs.jp](mailto:wakamorik@nscs.jp)



## 幅広い情報システムを提供

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

当社は日本精機（株）（輸送機器・東証2部上場）の電算部門を分社化して設立された。長年培った国内・海外グループ企業の情報システム構築・運用の知識と技術を活かし、業務系・エンジニアリング系・エンベデッド系など幅広い分野の情報システムを提供している。

特に①グローバル化を意識したERP（企業資源計画）ソリューション、②IDC（インターネットデータセンター）ビジネス、③車載表示機器由来のソフトウェア開発力を基盤としたエンベデッド開発ソリューションについては、高い評価を得ている。

親会社の海外拠点システム構築を手掛ける中で自然とグローバル化を意識し、中でもERPソリューションと海外拠点システム構築に多くの実績がある。いち早く地域のIDCビジネスに取組み、中越地震でも全く問題のなかった免震構造のデータセンターを保有し地域社会のBCM（事業継続マネジメント）に貢献している。高信頼性を求められる車載向けのエンベデッド開発ソリューションを通じ培った技術力と、その信頼性は家電等の他分野へ応用が広がっている。

### 工夫・苦心のポイント

平成16年10月の中越地震では免震構造のデータセンターが竣工していたことで、いち早く事業を再開することができた。これまでは、さまざまな課題の解決を図り、かつソリューション提供力（品質・コスト・納期・技術・サービス）を絶えず向上させることで、時代のニーズに応えることができています。

### 今後の課題・戦略

リーマンブラザーズ破綻による株安と円高は、取引先の投資意欲にも影響を与え始めてる。また、海外でのソフトウェア開発の増大も脅威となりつつある。この厳しい状況に負けない企業体質を構築する為、より一層の人材育成と得意分野に資源を集中していく。お客様の“First Call Company”として絶大の信頼を勝ち取るよう積極的な営業展開を実施していくことが課題である。

# 株式会社エヌ・エム・アイ (長岡市)

■サービスのモデル化・最適化 ■人材育成



## 《企業情報》

- 〒940-2015  
新潟県長岡市緑町1-38-283
- 設立 平成3年7月
- 資本金 1000万円
- 従業員 150名
- 事業内容 調剤薬局他の経営
- 代表者 岡本 恒夫

## 《問合せ先》

- TEL : 0258-28-2538
- FAX : 0258-28-4138
- URL :  
<http://www.nmi-net.com/>
- メール : [sejimo@nmi-net.com](mailto:sejimo@nmi-net.com)

## 複数の医院が集まるメディカルゾーンを構築

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

患者にとって最適なサービスを提供できるのが「メディカルゾーン」事業。そのために徹底したエリアマーケティング（計画地における交通量、人の動線、診療動向など）を実施した。1ヶ所で複数の診療を行うことで患者の移動や時間の制約を省き、処方箋もひとつの薬局で管理して重複投与や薬の飲み合わせの相互作用を解消した。

また、ゾーン内のレイアウトも安らぎのある空間を提供することによって、患者同士の新たなコミュニケーションが生まれている。開業するドクターにとっても駐車スペースが共同で保有でき初期投資が軽減される。患者の利便性が高まるにつれ相互効果が得られるなど、安定した経営基盤構築につながった。

医療現場の変化をいち早く読み取り、患者のメリットを優先した発想から「メディカルゾーン」事業を現在25店舗で展開、そのうち22店舗が新規開業ドクターが共存するエリアである。新興住宅地の中で多様な医療サービスを提供することで地域の魅力がアップし、遠方から患者も多く訪れており、1日当たりの処方箋受付枚数も増えている。

### 工夫・苦心のポイント

「医療の原点はやさしさ」をモットーに薬剤師をはじめとする社員教育（新人研修、中間管理者研修、全薬剤師研修）を充実させ、役員及び幹部社員へと育成している。患者から選ばれる調剤薬局（ひとりひとりのいつもの薬局）を目指すために培ったノウハウを、グループ内で共有化して全薬局のレベルアップを図っている。

### 今後の課題・戦略

医療・介護・福祉の人材育成に力を注ぐとともに、関連会社の（株）クレアメディコが取組む小規模多機能型居宅介護を増やす。

# 株式会社エム・エー・シー (上越市)

## ■人材育成



### 《企業情報》

- 〒943-0884  
新潟県上越市上中田1178
- 設立 平成16年11月
- 資本金 2000万円  
(親会社:(株)エム・エー・シーテクノロジー 昭和59年3月設立)
- 従業員 174名
- 事業内容 建設資材卸・半導体製造装置の周辺装置製造・パーツ販売・洗浄業務
- 代表者 山口 昭夫

### 《問合せ先》

- TEL : 025-525-8181
- FAX : 025-522-5725
- URL :  
<http://www.mac-ltd.co.jp/>
- メール : [inquiry@mac-ltd.co.jp](mailto:inquiry@mac-ltd.co.jp)



## 人財こそが我が社の根幹

### 成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

全社員の自立を促した中で「人材育成」を目指し、「個を活し、個を結ぶ」を経営スローガンに掲げている。大企業であろうと中小企業であろうと組織は必ず存在し、そして、企業の業績は組織の構成員であるヒト・ひと・人によって左右される。

当社の場合、建設材料の卸売と半導体製造装置及びパーツ販売・メンテナンス、周辺装置の設計・組立、洗浄業務といった業種的には異なるものが同一の会社組織に存在するところが特徴・特色であり他社との優位性と言える。

しかし、人的集約型業種に変わりはなく、人材育成こそが当社の根幹と捉えている。特に半導体業界では関西以西に工場が多く、当社も既存の岡山営業所を発展させた形で姫路営業所を開設し、石川営業所を移設新築するなど販売拠点拡充を推し進めてきた。情報の集積地である東京にも進出し、合計11拠点を営業展開している。その過程で人材育成が必要不可欠となっている。



### 工夫・苦心のポイント

営業所を開設し実際に運営を行うと、それぞれの地域における「ヒト」「モノ」「カネ」の動きや「縁」と共に情報の把握がスムーズとなり、その都度の戦略が有効に立てられるようになった。反面、新設や移設のための現地調査や人の採用については、地元でないだけ不慣れな部分が多く戸惑いを感じた点が多かった。

また、拠点の範囲が広いため、社員を統率し、同じ方向性を見失わないよう心がけている。

### 今後の課題・戦略

業務に関わる資格取得などの人材教育。また、資格を持った即戦力となる人材の確保が引き続き課題となる。

平成18年には当社をバックアップして預ける仕入先による「エム・エー・シー苦楽富」を創設、より豊かな人間関係、人脈の創出と情報の共有に取り組んでいる。

平成19年よりM・A・C構想を策定し、県内外及び国内に於いて、構想の具現化を目指している

# カネヨ運輸株式会社 (糸魚川市)

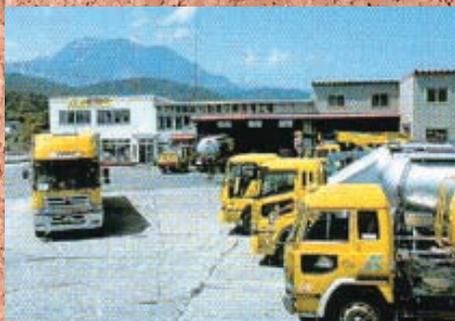
■新ニーズの掘り起こし ■新商品開発 ■人材育成 ■その他

## 《企業情報》

- 〒949-0301  
新潟県糸魚川市大字須沢3413
- 設立 昭和52年10月
- 資本金 2000万円
- 従業員 170名
- 事業内容 運送事業、産業廃棄物収集運搬中間処理業、土木工事
- 代表者 猪又 一義

## 《問合せ先》

- TEL : 025-552-2520
- FAX : 025-561-7044
- URL :  
<http://www.kaneyounyu.co.jp>
- メール :  
[kazuyoshi-inomata@kaneyounyu.co.jp](mailto:kazuyoshi-inomata@kaneyounyu.co.jp)



## リサイクル事業への進出で成長

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

運送業が主たる業務。同業者と比べて差別化が図りにくい業種であるため、付加価値を創造するための商品開発に取り組んでいる。

地域を含めて環境型社会構築というニーズが高まったことからセメント製造へのサーマルリサイクル燃料やマテリアルリサイクル原料を提供する産業廃棄物中間処理施設「カネヨリサイクルセンター」を新設した。また、多様化する顧客ニーズに対応するため、運送部・環境部・土木部の3事業部制を取り入れた。導入にあたっては指示系統を明確化するため、管理職の人材育成と社員教育に注力。

商品の企画力と提案力で他社との差別化を図っている。未だ発展途中だが、継続して企画提案し続ける努力を惜しまない組織に成長しつつあり、それは特命受注といった形で成果が現れ始めている。

### 工夫・苦心のポイント

現場のニーズに対して、当社で企画提案したものが目に見える形で応えられることで成功事例が増え、社員のモチベーションの向上につながった。また、成功することでチームワークが強化され、チームとしての達成感という新たな喜びに結びついている。

ただ、社長から管理職へ、管理職から社員へと指示の伝達が確実に行えていない。

### 今後の課題・戦略

平成18年から組織改革に取り組み、2年間で移行期として位置付けてきた。今後は運送部・環境部・土木部の3部門の特徴を強化する組織作りを目指す。そのためには具体的で明確な各部門の目標設定を掲げること。また、引き続き現場からのニーズに素早く対応し、提案できる商品開発力・企画力の強化にも取り組んでいく。

# 株式会社カンダ (燕市)

■新商品開発 ■企業イメージアップ



## 《企業情報》

- 〒959-1272  
新潟県燕市杉柳912-1
- 設立 昭和44年4月
- 資本金 1200万円
- 従業員 38名
- 事業内容 業務用厨房用品卸販売、家庭用雑貨卸販売
- 代表者 神田 智昭

## 《問合せ先》

- TEL : 0256-63-4541
- FAX : 0256-64-2960
- URL :  
<http://www.kankuma.co.jp/>
- メール : [info@kankuma.co.jp](mailto:info@kankuma.co.jp)

## 中国料理用道具に特化して急成長

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

地場産業のステンレス加工品を中心とした業務用厨房用品・調理道具・卓上備品などを取扱っている。特に中国料理業界における専門的調理道具、卓上備品に力を入れ、商品の品揃えやお客様の要求する商品の開発を常に考え提案してきた。

東京にショールームを開設し、直接エンドユーザーに営業を行い、「お客様に喜んでいただく」をモットーにレスポンスよく対応している。また、中国料理道具ブランド『燕舞 (Yan Wu)』を立ち上げ、安心・信頼のできる商品を提案・開発している。

カタログ販売が定着し、お客様に喜んでいただく商品が薄れていると感じ「お客様が要求する商品開発をしたい」という思いから取り組みが始まった。自社が得意とする中華関連の商品から専門的に進め、中国料理道具なら「カンダ」というイメージも出来あがり、新規取引先が増加。専門性が要求される商品が中心であり利益率も改善された。



### 工夫・苦心のポイント

専門化・特筆化したことで目標が統一できた。会社の特徴が明確になり信用度も向上、イメージアップや売上増加につながった。専門道具を調べ、その品揃えや仕入ルートの確立、商品開発には苦勞した。専門知識の必要性など今まで以上の営業ノウハウが必要となり、人材育成にも力を注いだ。思うようにいかない面も多々あった。

### 今後の課題・戦略

使いやすい道具とは何かを常に考え、より良い商品を生み出すため、日々商品開発に取り組んでいる。商品作りの基本姿勢である「作り手の立場ではなく、使う側の立場に立った商品開発」を貫くことこそがカンダの成長を支えている。

# 株式会社北村開発 (新潟市)

■地域貢献 ■サービスのモデル化・最適化



## 《企業情報》

- 〒950-0973  
新潟県新潟市中央区上近江4-12-20
- 設立 平成2年3月
- 資本金 2000万円
- 従業員 17名
- 事業内容 不動産賃貸業
- 代表者 北村 泰作

## 《問合せ先》

- TEL：025-281-2111
- FAX：025-281-2115
- URL：  
<http://www.dekky401.com>
- メール：kibushi@dekky401.com



## 常に新鮮さをキープする大型商業施設

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

複合商業施設「デッキ401」は新潟バイパス女池インターと新潟県庁から程近い場所にある。かつてこの場所にはバスや冷凍車など特装车を製造する工場があったが、工場の移転に伴い跡地の再開発のため当社が設立された。

自社で再開発計画に着手し平成6年9月にオープン、「トイザラス」が日本で初めて出店説明会を開催し全国で紹介された注目の店舗である。オープンから5年後の平成11年10月には新潟市初のシネマコンプレックスを開設した。オープンから14年が経過しているが、年間来館者数は過去最高を更新している。

「デッキ401」の商圈内にも次々と新しい大型競合店が進出し、過当競争の影響も見られるようになったが、全面改装の実施により、テナントも物販以外に「メディカル」として皮膚科、歯科、矯正歯科、「いやし」としてマッサージ、岩盤浴などが入居。リニューアル効果で来館者数が着実に増加している。



### 工夫・苦心のポイント

かつては週末にお客が押し寄せる郊外型大型SCとしてスタートしたが、今では中心部に位置し、無料駐車場を完備するなど安心して買い物や映画鑑賞ができる平日型の店舗に変わりつつある。

地域密着型のSCを目指して地域の方との交流を大切にしてきた。店内テナントも地域の方の利便性を考えた店に入れ替えをし、乳幼児向けの広い無料遊び場、各種教室や会合に利用できるコミュニティルームも設置している。

### 今後の課題・戦略

近くに小学校、中学校があり、地域の自治会とも交流を深めている。小・中学校の行事に合わせて駐車場を無料で開放、そして乳幼児向けの広い無料遊び場を設置し、コミュニティルームも各種教室や会合に利用して頂くなど、今後も地域に密着した運営に取り組む方針である。

# 有限会社共栄堂 (新潟市)

■ IT導入・活用 ■ 人材育成



## 《企業情報》

- 〒956-0862  
新潟県新潟市秋葉区新町1-2-24
- 設立 昭和40年6月
- 資本金 300万円
- 従業員 264名
- 事業内容 保険調剤薬局の経営
- 代表者 小林 清

## 《問合せ先》

- TEL : 0250-24-8600
- FAX : 0250-24-8605
- URL :  
<http://www.kyoeido.net>
- メール : [kyoei@js4.so-net.ne.jp](mailto:kyoei@js4.so-net.ne.jp)



## 薬歴のシステム化に全国で初めて成功

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

昭和40年代より調剤薬局を開始しており、調剤薬局としては日本一古いと言われている。組織として新しいものへ取り組む姿勢が風土化しており、今現在に至るまでも様々な取り組みを行ってきた。なかでも欠かせないのが、コンピュータ（CP）薬歴のシステム化とレセプトの電算化であり、何れも全国で最初に開始・成功した薬局として、業務量の軽減化と事務処理の迅速化を実現、同時にコストの削減にも成功した。

新潟県はレセプト電算処理の普及率で全国一位であるが、これは当社が牽引役となって進めてきたもの。

調剤薬局にとって薬歴管理は不可欠だが、手書きの薬歴簿作成は猥雑かつ入力に多くの時間を費やした。そこで使い勝手の良い電子薬歴システムの導入を考え、メーカーとの二人三脚でシステム化を実現した。

調剤レセプトの電算化についても、ペーパーレス化によるコストの削減、薬局としての競争力を高めることが不可欠として取り組んできた。近い将来、新潟県内ナンバーワンの売上も視野に入っており（店舗数は県内一）、組織力の強化に大きく貢献している。

### 工夫・苦心のポイント

どんなに素晴らしい機能を持って、使うのはあくまで人間。環境を整備するのに一苦労があり、薬剤師のキーボードアレルギーを克服すべく、コンピュータ初歩教育、ワープロ入力、マウス操作に加えて、機能熟知の徹底に努めた。現在も研修・勉強会、e-ラーニングの実施など人材投資は惜しまず、会社全体でスキルアップを促している。

### 今後の課題・戦略

会社が急成長を遂げている反面、管理部門の強化にやや遅れをとっている悩みがあり、今後は更なるIT化（自店間のネットワーク形成）により情報を共有、各店の弱味・強味を顕在化することで組織力の強化を図っていく。また、営業開拓の分野でも課題を抱えているが、調剤薬局としての立場から、在宅医療、福祉施設等へも積極的に進出したい。

# 株式会社くびき野ライフスタイル研究所 (上越市)

■地域貢献 ■新ニーズの掘り起こし ■サービスのモデル化・最適化

## 《企業情報》

- 〒943-0834  
新潟県上越市西城町2-10-25
- 設立 昭和51年9月
- 資本金 5000万円
- 従業員 50名
- 事業内容 有料老人ホームの運営、不動産賃貸
- 代表者 大島 誠

## 《問合せ先》

- TEL : 025-524-0057
- FAX : 025-522-4618
- URL :  
<http://www.sankusutakada.co.jp>
- メール :  
[info@sankusutakada.co.jp](mailto:info@sankusutakada.co.jp)



## まちなかの遊休地で老人ホーム

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

空き店舗が多く空洞化した街の中心部に地元町内会と連携して地域初の有料老人ホームとショートステイを開設した。常時満室の状況で50名程度の新規雇用も生み出している。また、ホームの交流室を積極的に地元住民に開放し、入居者との交流を図るなど地域活性化にも大きく貢献している。

取り組むきっかけとなったのは、近郊での大型商業施設の開店等から空洞化が進む中で、連携を図ってきた企業の工場群が移転するなど街中に大規模な遊休地が生まれ、その有効利用の一環として有料老人ホームの建設計画が浮上したことである。

これらの実績を踏まえ、隣接地に地域初となる本格的な住宅型有料老人ホームの建設を計画、大島企業グループとして街の中心部にこだわって事業展開していく。



### 工夫・苦心のポイント

福祉施設を街の中心部に開設したことで、介護だけでなく地域の街づくりを進めることができた。一方で、計画段階から地域住民に参加して頂いたため、会議の開催や行政との調整に手間取り、開設までに時間を要した。

### 今後の課題・戦略

お客様の満足度アップのためにお客様本位の多種多様なサービスを用意する。そのためにも人材確保と介護員の能力アップ、長く安定した雇用の実現が課題となるなかで、優れた介護員の育成を進めている。

# 株式会社シーキューブ (新潟市)

■サービスのモデル化・最適化 ■新ニーズの掘り起こし ■人材育成 ■国際展開



## 《企業情報》

- 千950-0961  
新潟県新潟市中央区東出来島1-30
- 設立 平成12年1月
- 資本金 4560万円
- 従業員 46名
- 事業内容 製造業システム販売・サービス、技術者派遣、インターネット事業
- 代表者 本川 勇次

## 《問合せ先》

- TEL : 025-290-0011
- FAX : 025-284-3724
- URL :  
<http://www.ccube.co.jp>
- メール :  
[yuji.motokawa@ccube.co.jp](mailto:yuji.motokawa@ccube.co.jp)



## CAD/CAMの百貨店

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

CAD/CAM/CAEの販売、技術サポート、技術者派遣を一貫として実施。また、ネットショップ『CAD百貨』の運営などに取り組んでいる。加えて、中国・インドの技術者育成・派遣事業も展開している。

当社のようにCAD/CAM/CAEの販売から技術サポート、技術者派遣までを一貫して行う企業は北関東・北信越では唯一。

システム販売やサポート事業は北陸・長野・北関東に加え、東北・関東への進出も視野に入れている。設計技術者派遣においては、人材研修施設であるCADステーションを設置し、人材募集・3次元CAD研修を実施し、システムの販売先に喜ばれている。『CAD百貨』は、売上を着実に伸ばしており、主要商材の周辺ソフト販売や全国に広がる客先への2次商品販売を展開中。

グリーンシート株式公開を果たすとともに、地域活性化への取り組みにより創造性豊かな社風も地域に定着しつつある。

### 工夫・苦心のポイント

独立性・自由な事業展開を維持したことや敢えて面倒な自社技術者による技術サポートを実現したこと、客先の業務立ち上げまで踏み込んだことなどが業績拡大の要因。

苦労した点は独自マーケティングによる商談の発掘や技術サポート、派遣技術者の育成及び確保、先行開発に対する資金確保など。

### 今後の課題・戦略

システム販売・サポート事業は今後も他県への展開を進める予定。販売コンサルを行う人材育成には時間が掛かるため、個人的な伝承ではなく育成の仕組みを作ることが課題。また、国内技術者不足を補うため、北京・西安やインドで研修施設を開設する。育成した中国人・インド人技術者を国内製造業に派遣する他、黒龍江省などの中国東北地域での展開も検討中。

# 下村企販株式会社 (燕市)

■新技術開発 ■新商品開発 ■人材育成 ■企業間連携



## 《企業情報》

- 千959-1276  
新潟県燕市小池4803-4
- 設立 昭和48年7月
- 資本金 8000万円
- 従業員 26名
- 事業内容 台所・卓上・製菓用品等卸売
- 代表者 下村 啓治

## 《問合せ先》

- TEL : 0256-64-5588
- FAX : 0256-64-5064
- URL :  
<http://www.simomura-kihan.co.jp>
- メール :  
[info@simomura-kihan.co.jp](mailto:info@simomura-kihan.co.jp)



## 満足度100%を目指した商品作り

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

家庭用調理用品の卸売業。業界では、競争力を維持するために取扱商品に常に新しいアイデアが要求される。そこで毎週月曜日に行う商品開発会議では社長同席のもと積極的な意見交換を行い、「ユーザーの要望を100%満足させる」をモットーに常に新しい商品を市場に投入している。

また、積極的に若手を登用して決裁権のある担当に任せることで、斬新なアイデアが出やすい現場の雰囲気作りに取り組んでいる。

本社のある三条・燕地区は刃物・洋食器の産地として知られるが、他社と同じ商品を作っているのは生き残ることができない厳しい地域でもある。そこで商品開発では特に「収納」や「汚れの掃除」といった基本的なニーズに留まらず、「業務用の鉄鍋を家庭で使いたい」といったセミプロ料理人のニーズなど、マイクロトレンドを見逃さない開発に努めている。

・開発事例 IHクッキングヒーター用に開発した調理補助具では安全性と掃除の手軽さを考慮して素材に結晶化ガラス（800℃の耐熱設計）を使用。協力業者との連携により雲母粉末や不燃紙など新素材を使用して商品化。

### 工夫・苦心のポイント

社内の企画会議で好評を得ても、市場に出してみなければ商品がヒットするかどうかは分からない。1つのヒット商品は、数多くの失敗（ヒットしなかった商品）の上に成り立っており、失敗した後で真摯にユーザーの声を聞き、ユーザーから教わることが次のヒット商品を産み出すアイデアとなっている。

### 今後の課題・戦略

近年は、ホームセンターや量販店まで直接買い物に行かずに通販やネット販売で調理用品を購入するユーザーが増えている。ユーザーが商品を求める手段の多様化に対応できるような販売ルートの検討と、特命買いされるような商品の開発に注力したい。

# 株式会社スリーク (新潟市)

## ■企業イメージアップ



### 《企業情報》

- 〒951-8063  
新潟県新潟市中央区古町通6番町988
- 設立 平成15年9月
- 資本金 1500万円
- 従業員 48名
- 事業内容 時計、バッグ、雑貨、衣料品小売
- 代表者 中村 修

### 《問合せ先》

- TEL : 025-223-0171
- FAX : 025-227-3120
- URL :  
<http://www.threec.jp>



## ブランド品で差別化

### 成長・発展に向けた我が社の取り組み

#### 取り組みの概要・効果

時計、バッグ、雑貨、衣料品の仕入先（メーカー）から、新潟地区で大手業者を凌ぐ販売力のある小売業者との評価を受け、企業イメージアップとともに信用度も確立されている。

新商品・新ブランドの立ち上げについては、各メーカーが販売を確実なものとするため、優先的に当社に提案してくる等、営業面でも優位な立場にある。また、商業施設で出店スペースが空いた場合にもオーナーから出店依頼の要請がくるケースが多く、有利な条件で且つ、スムーズに売場新設ができる環境が整ってきた。

業務拡大を目指し、これまでブランド品の開拓に力を注ぎ、他社との差別化を図ってきた。品揃えの面で有力小売業者を凌ぐ在庫を保有、また、新潟地区で通用するブランド商品を発掘し育てているが、企業イメージアップが功を奏した結果であり、業績も店舗開設の効果や扱ひ商品の充実から大幅に伸びている。



#### 工夫・苦心のポイント

店舗の開設と企業イメージが定着し業績拡大に寄与している。自社で5階建の商業ビルを開発し売場の拡大も進めた。しかし、業績拡大や設備投資に伴い一時的な費用が先行し収益が安定しない時期もあり、設備投資の抑制を余儀なくされたこともあった。

#### 今後の課題・戦略

小売業は消費低迷から苦境に陥っているが、逆にメーカーからの新商品の提案や有利な条件（家賃等）での店舗開設など新店舗出店には適している時期でもある。足もとの業績を固めたうえで店舗開設を拡大し営業基盤を一層強固なものとしていきたい。

# 株式会社タカヨシ (新潟市)

## ■ IT導入・活用



### 《企業情報》

- 〒950-0141  
新潟県新潟市江南区亀田工業団地1-3-21
- 設立 昭和35年4月
- 資本金 6000万円
- 従業員 135名
- 事業内容 印刷業務、コミュニケーション業務
- 代表者 高橋 春義

### 《問合せ先》

- TEL : 025-381-2000
- FAX : 025-381-4800
- URL :  
<http://www.takayoshi.co.jp>
- メール : [info@takayoshi.co.jp](mailto:info@takayoshi.co.jp)



## ITを駆使した経営で「IT経営百選」を受賞

### 成長・発展に向けた我が社の取り組み

#### 取り組みの概要・効果

印刷業務が主たる業務。経済産業省が選定する「IT経営百選」を平成16年、平成18年と相次ぎ受賞。中小企業経営者の手本となる魅力ある企業として、当社のイントラ・エキストラネットによる業務効率化が評価された。

業務の効率化を図っていく上でIT化への取り組みは避けては通れない道であり、当社は業界内でも早くから試行錯誤を繰り返してきた。その結果、平成11年にイントラネットが完成し、情報開示と迅速性を実現。情報開発部が中心となってパソコン導入から普及促進を行い、プログラムの安定性とユーティリティを更に追求している。

印刷市場の縮小が予想される中、コンサルタント的な業務に事業を拡大。印刷の受注を受けるとともに、商品を買ってもらうための戦略、展示会で注目を受ける展示方法、効果的なダイレクトメールの発送などを積極的に提案している。

#### 工夫・苦心のポイント

平成4年よりコンピュータ化に着手し、これが基幹業務システムの構築に繋がった。システムの開発にあたっては、当社の全プロセスを管理し、生産効率の向上を図る重要なツールとなるため、社内の人材だけでなく外部システム会社の協力の下で構築しており、お客様からの問い合わせに素早いレスポンスを可能とすることができた。

#### 今後の課題・戦略

HPの管理等について技術部門を拡充し業務の内部化を図っていく。営業や企画部門を中心にプロジェクトチームを発足させ、IT関連の専門家を招き、ノウハウを蓄積するなど、ワンストップサービスを積極的に展開して顧客の囲い込みを図っていく。

# 株式会社東新林業 (北蒲原郡聖籠町)

■新技術開発 ■新商品開発 ■企業間連携



## 《企業情報》

- 〒957-0122  
新潟県北蒲原郡聖籠町大字三賀288
- 設立 平成7年1月
- 資本金 5000万円
- 従業員 50名
- 事業内容 無垢建材商品の製造、販売
- 代表者 赤塚 幹夫

## 《問合せ先》

- TEL : 0254-27-3477
- FAX : 0254-27-1432
- URL :  
<http://www.toshin-r.jp>
- メール : [yamato@toshin-r.jp](mailto:yamato@toshin-r.jp)



## 無垢材を一貫して取り扱う

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

当社はグループ会社で住宅建築を行う(株)夢ハウスがその基礎となっている。社長で創業者の赤塚幹夫が木工として独立し創業したのがはじまり。お客様に本当に喜んでいただける住宅建設を目標に一貫生産の住宅づくりを目指し、製材工場・生コン会社・設備会社の設立などの中で、無垢材のオリジナル商品の開発を始めたのがそのきっかけである。

住宅建材の中で取り扱いが難しいとされる無垢材を資材調達から製材・乾燥・加工・販売まで一貫して行っている。特に木材の乾燥技術においては木材高温乾燥機(特許取得)を自社で開発し、大手建材メーカーでは真似のできないオリジナル商品800品目を量産体制工場から供給している。

全国の工務店に対する直販の一方、グループ会社の(株)夢ハウスや全国200社の工務店で組織される夢ハウスビジネスパートナー(年間物件棟数2500棟)への安定的な販売基盤を構築している。住宅建築の本物志向の拡大、健康住宅への回帰などの流れの中で順調に業績を拡大してきた。

### 工夫・苦心のポイント

無垢建材を独自の乾燥技術を用いて大量生産することで、本物でも安価に供給することができる完全一貫生産体制が構築できた。中国・ロシアなど海外からの資材調達も行っている。海外貿易を始めた当初は多額の損失をこうむることもあった。それでもあきらめずに人間関係を構築する中で安定した海外生産と供給が可能になった。

### 今後の課題・戦略

平成20年2月より(株)東新林業の建材に「Very Wood」(ベリーウッド)というブランド名が誕生した。全国の工務店が無垢材を使うなら「ベリーウッド」だとか、あるいは一般のお客様が「ベリーウッド」の建材を内装に使ってほしいと言われるようなブランド構築を進めている。

# 株式会社トップライズ (新潟市)

■新技術開発 ■技術導入・活用



## 《企業情報》

- 〒956-0861  
新潟県新潟市秋葉区北上2-22-29
- 設立 平成10年5月
- 資本金 4000万円
- 従業員 69名
- 事業内容 測量業、建設コンサルタント、補償コンサルタント
- 代表者 大滝 充司

## 《問合せ先》

- TEL : 0250-24-4648
- FAX : 0250-24-4674
- URL :  
<http://www.toprise.jp>
- メール : [izumida@toprise.jp](mailto:izumida@toprise.jp)



## 新技術・開発で顧客満足度が上昇

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

アウトソーシングサービスとしての建設業者を対象に技術提供を行っている。客先からの様々な要望や依頼を満足させるためには新技術の導入や開発は必然的なことである。

当社では、舗装・トンネル・コンクリート構造物等のひび割れ調査では、今までは人手が必要であった。そこで、これらの調査に対して飛躍的に能率化・コスト低減化できる自動クラック計測システムを自社で開発した。また、3Dレーザースキャナーシステムを導入し従来の測量技術を大幅に改善、客先へ速やかに対応できる業務体制を確立した。客先からの評価も高まり、新規の取引先や顧客開拓も進み、成果が業績面にも顕著に現れている。



### 工夫・苦心のポイント

客先の要望を満たすことを大前提に業務遂行しているが、要望の中には時間的な制約や現場制約など多岐にわたる。そういった状況を解消することを目標として積み上げてきたことが成功の要因。

苦勞した点としては、成熟した技術の提供と新技術を広めるための時間が予想以上にかかったこと。

### 今後の課題・戦略

新技術が多くの企業の業務改善に寄与しており、営業戦略として有利に展開できた。今後も商圏の拡大や技術改善により新規顧客先を獲得し、多岐にわたり技術を広めていく。併せてさらなる技術開発と向上を目指していく。

# 株式会社ナビック (新潟市)

■企業イメージアップさ ■その他



## 《企業情報》

- 千950-0064  
新潟県新潟市東区松島1-2-8
- 設立 昭和4年4月
- 資本金 9500万円
- 従業員 49名
- 事業内容 エンジニアリング、建材建機、農業・農業資材販売
- 代表者 上原 敦

## 《問合せ先》

- TEL : 025-271-9171
- FAX : 025-271-2193
- URL : <http://www.navic-n.co.jp/>

## 顧客との安定した関係を確立

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

当社の業務はエンジニアリング、建材建機、農業・農業資材販売の3部門から構成される。創業は明治4年、会社設立は昭和4年と長年の業歴から地元の有力企業を中心に販路を固めている。

顧客とともに伸びて栄えることを経営理念とし、これまでもユーザーが市況悪化から苦境に直面した時には全力でバックアップしてきた。顧客本位の姿勢がユーザーとの安定した関係を築き上げ、企業のイメージアップにもつながっている。特にエンジニアリング部門では高度化するユーザーニーズに応えられる様、先進的な技術、情報を活用した技術者集団を形成しており、ユーザーからの評価も高い。

人と人とのつながりが、顧客との信頼関係の強化につながる。これら経営方針が、ユーザーに対する納入シェアの拡大や新規案件の受注開拓、売上拡大に結びついている。



### 工夫・苦心のポイント

平成15年に景気変動の影響から事業所閉鎖などリストラに着手しなければならない事態となった。しかし、この苦境を乗り切ったことでコストが削減され収益体質は改善、その後の安定した業績に結びついている。

### 今後の課題・戦略

人と人とのつながりとイメージアップが功を奏し業績拡大に寄与した。人間的成長を相互支援し、また、先進的な情報と技術の活用できるエキスパート集団の拡大を目指しており、今後ともお客様とともに伸びともに栄えることを念頭に取り組んでいきたい。

# 株式会社新潟食品運輸 (新潟市)

■技術導入・活用 ■サービスのモデル化・最適化 ■その他



## 《企業情報》

- 千950-0801  
新潟県新潟市東区津島屋3-219
- 設立 昭和56年4月
- 資本金 2億5704万円
- 従業員 440名
- 事業内容 貨物運送・倉庫業・軽油販売等
- 代表者 井越 鉄雄

## 《問合せ先》

- TEL : 025-273-1401
- FAX : 025-275-4942
- URL :  
<http://www.nsu365.com/>
- メール : [mat@nsu365.com](mailto:mat@nsu365.com)



## 法規制強化にすばやく対応して信頼を確保

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

食品輸送を専門とし、仕分・梱包・集管・集配を行う総合物流会社である。平成13年の自動車NoX法で規制強化されたPM（粒子状物質）について、その除去装置の早期導入により、東京・大阪など都市圏の流通にも対応出来るようになり流通の幅が広がった。また、24時間365日の受け入れ態勢を確立したことで、お客様のニーズにいち早く対応してデیلیーサービス業務にも取り組んでいる。

都市圏を中心に全国各地への配送業務が多く避けて通れない問題でもあり、当社はいち早く指定地域対象車両へのPM除去装置を設置し対応してきた。設置当初は費用の増加など負担はあったが、売上の増加や補助金の活用などにより目に見える効果があった。環境に配慮しつつ、安全・安心でユーザーに信頼される物流企業を目指している。



### 工夫・苦心のポイント

早期にPM除去装置を設置し対応できたことが大きな成功の要因の一つとなった。苦勞したことと言えば、資金面の圧迫とドライバーへの指導に時間を費やした点である。

### 今後の課題・戦略

今後は販路の拡大・荷主の増加に努めていきたい。一方で採算の合わない荷主との交渉で、少しでも採算が向上する営業に取り組んで行く方針である。また、より一層の物流のネットワーク化を図り、お客様に信頼を得られるような会社を目指していきたい。

# パール金属株式会社 (三条市)

■新商品開発 ■国際展開

新たな情熱でスタート!

スーパーハブ流通ステーション概要  
 所在地 新潟県三条市大字1-1931番地 〒955-1118  
 TEL 0256-45-6767 FAX 0256-45-6770  
 建築敷地面積 約118,000㎡ (約18,500坪)  
 建築総費用 約1,000万円+自動車庫7,000/ロット収納

●第1スーパーハブ流通ステーション 延床面積 約11,000坪+自動車庫7,000/ロット収納  
 ●第2スーパーハブ流通ステーション 延床面積 約12,000坪  
 ●第3スーパーハブ流通ステーション 延床面積 約11,000坪+自動車庫11,000/ロット収納

パール金属株式会社  
 本社 〒955-8588 新潟県三条市五町1-90番地 TEL 0256-35-3111 (代表) FAX 0256-35-3120  
 本に流通ステーション 〒955-8588 新潟県三条市五町1-90番地 TEL 0256-35-3111 (代表) FAX 0256-35-3120  
 スーパー流通センター 〒955-1118 新潟県三条市大字1-1931番地 TEL 0256-45-6767 (代表) FAX 0256-45-6770

## 《企業情報》

- 〒955-0821 新潟県三条市五町190
- 設立 昭和42年5月
- 資本金 6000万円
- 従業員 525名
- 事業内容 家庭用品、アウトドアレジャー用品等  
企画・販売
- 代表者 高波 久雄

## 《問合せ先》

- TEL : 0256-35-3122
- FAX : 0256-35-5950
- URL : <http://www.p-life.co.jp>
- メール : [toshihiro.kanekawa@meil.p-life.co.jp](mailto:toshihiro.kanekawa@meil.p-life.co.jp)



## 商品アイテム数は業界トップ

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

リビング用品やレジャー用品などのオリジナル商品の開発では地元業界の最大手。現在約35,000アイテムを取り揃えている。

パイオニアスピリットとオリジナリティが企業生命と考え、新製品の企画開発に取り組んできた。「新しい生活文化を提案し、現代人のハイクオリティライフの実現をフォローする」というポリシーをベースとした製品開発の結実と言える。

昭和57年に西ドイツ・ケルンにおいて国際見本市に業界初となる単独出品、翌58年にはアメリカ・シカゴでも単独出品し好評を得た。

このような新商品開発に対して平成6年には中小企業研究センター賞全国表彰や新潟県経済振興賞などを受けている。

また、中国人研修生の受入れも行い、意欲・能力のある現地人を責任者に抜擢し100%出資の子会社を設立するなど国際展開も進めている。



### 工夫・苦心のポイント

比較的早期に海外との交流・取引が開始できた。中国では信頼できるパートナーを得たことで有力なスタッフが揃い、堅実に事業を推進することができるようになり拡販も可能となった。

### 今後の課題・戦略

頻繁に変わる中国の法律、異なる商習慣、社員の意識の違いなど課題は多いが、有力な市場であることに間違いはなく、今後も各都市の有力な小売店（日本から進出したデパート、スーパー等）への更なる拡販に努めていく。



# 株式会社パブリシティコア (新潟市)

■人材育成 ■企業イメージアップ



## 《企業情報》

- 〒950-0951  
新潟県新潟市中央区鳥屋野289-1
- 設立 昭和47年6月
- 資本金 1000万円
- 従業員 31名
- 事業内容 サービス業、広告代理店
- 代表者 齋藤 三十志

## 《問合せ先》

- TEL : 025-281-7266
- FAX : 025-281-7267
- URL :  
<http://www.corenet.co.jp/>

## 広告代理店として、周辺事業の拡充に取り組む

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

主たる業務の広告代理業は、近年、企業の広告出稿が落ち込んできたことから、長期安定的な売上・利益を求めて、住宅展示場の開発・運営を推し進めた。現在、新潟県内3ヶ所に展開している。積極的な営業活動を行うため、人材育成はもちろんのこと組織の効率化にも努め、営業個人の売上とともに、全社的に収益性を高める組織作りに取り組む体制を整えた。

また、本社を賃借ビルから自社ビル建設に踏み切った。日本一の交通量を誇る新々バイパス沿いに新社屋を建設したことで、取引先からも顔の見える広告会社として信頼度はアップ、広告塔設置により長期安定の高収入も実現できた。

さらに、移転と同時に組織の再編成を行い営業部・企画事業部・媒体部・デザイン制作部・総務経理部と細分化し、一人一人の役割が明確化され、専門性を高めることによる効果が大きく表れた。

### 工夫・苦心のポイント

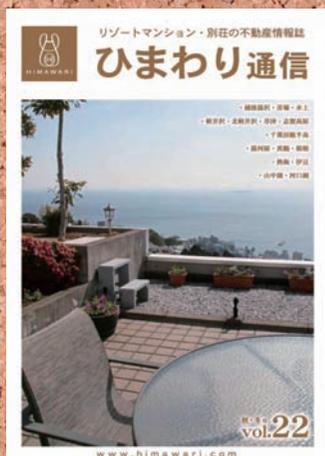
本社社屋の建設で社員のモチベーションが上がった。幹部社員の一人一人が将来に希望を持ち、自信と責任感が強くなった。組織の再編成では、適材適所を実現することの難しさを改めて感じた。

### 今後の課題・戦略

長期5ヶ年計画を策定中。管理体制確立のための情報収集と新規取引先の開拓、信頼される広告会社としての人材育成に努める。急成長が無理な時代は「慌てず、騒がず、ゆっくりと」を心掛けている。

# 株式会社ひまわり (南魚沼郡湯沢町)

■ IT導入・活用 ■ サービスのモデル化・最適化 ■ 地域貢献 ■ 企業イメージアップ



## 《企業情報》

- 〒949-6101  
新潟県南魚沼郡湯沢町湯沢1-1-15
- 設立 昭和63年6月
- 資本金 3292万円
- 従業員 39名
- 事業内容 リゾート物件中心とした不動産業
- 代表者 新保 光栄

## 《問合せ先》

- TEL : 025-785-5575
- FAX : 025-785-5013
- URL :  
<http://www.himawari.com>
- メール : [info@himawari.com](mailto:info@himawari.com)



## リゾート物件流通全国一を目指す

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

リゾートエリアの湯沢・軽井沢・房総・湯河原・熱海・東京に不動産業の店舗を展開。リゾートマンションの年間契約件数売買717件・賃貸241件と全国トップクラスの実績を誇る。また、長岡本町店・今朝白店の2店舗でアバマンショップを展開。年間賃貸契約件数454件と長岡エリアトップクラスの実績を持つ。全契約の6割以上がホームページ経由。リゾート物件情報誌「ひまわり通信」を年2回、湯沢エリアのリゾート情報クーポン誌「VITA湯沢」を年4回発行するなど、情報を積極的に公開・発信している。

平成元年頃から越後湯沢エリアで約2万戸のリゾートマンションが建築・分譲され、バブル崩壊とともにリゾートマンションの売却・賃貸のニーズは高まったが、これを本業として取り扱う業者は少なく当社がパイオニア的な存在となった。

創業当初からオリジナル情報誌を発行したり、自社HPを作成し、多くの購入・貸借希望者からの支持を得て多店舗展開を進めることができた。

### 工夫・苦心のポイント

創業以来「質・量ともにリゾート物件のNo.1」を目指し、「大切な親戚」「古くからの友人」に勧める気持ちでお客様と接し、迷惑な訪問・電話等は行わない。当社営業はノルマがないため、お客様の立場に立ち、不動産物件の良いところも悪いところも率直に伝え、低額物件でも力を抜かず取り扱うなど、基本に忠実で丁寧な営業を心掛けている。

### 今後の課題・戦略

リゾート分野では、伊東店・那覇店・京都店など全国に出店を行い、「質・量ともにリゾート物件流通のNo.1」を、また、現在計画中の長岡に支店を平成21年中に完成させ、「質・量ともに長岡不動産業No.1」を目指したい。そのためにも、支店運営を任せられる店長をはじめ、社員の育成に努めていきたい。

# 富士カトラリー株式会社 (燕市)

## ■国際展開



### 《企業情報》

- 〒959-1277  
新潟県燕市物流センター1-13
- 設立 平成12年4月
- 資本金 1000万円
- 従業員 4名
- 事業内容 包丁・台所用品 卸売業
- 代表者 藤田 進

### 《問合せ先》

- TEL : 0256-63-7730
- FAX : 0256-64-3811



## 美しいデザインがヨーロッパで好評

### 成長・発展に向けた我が社の取り組み

#### 取り組みの概要・効果

包丁の国内市場は、人口減少から縮小傾向にあり、量販店は安価な海外製品との競合から苦戦していた。これを打破するために海外市場の開拓に着目してきた。

語学に堪能な社員を採用し、フランクフルトなどの海外の見本市に出店し顧客開拓を進めた。「美しいデザイン」、「切れ味のある」和包丁はヨーロッパで評価され、ユーザー開拓につながった。

フランクフルトの見本市に出店した以降もヨーロッパを中心に顧客開拓を推進してきた。他メーカーがヨーロッパ地域ですでに営業を展開していたこともあり、営業開始時には和包丁の知名度は浸透しており、順調なスタートを切れたのは幸いであった。

寿司を初めとした日本食ブーム、映画などで取り上げられた日本の「刀」の魅力もあって当社が扱う和包丁がスムーズに受け入れられた。国内向けは厳しい環境にあるが、輸出は好調で、毎期2ケタの増収に結び付いている。



#### 工夫・苦心のポイント

人材バンクを通して語学（英語、中国語）の堪能な社員を採用できたこと、海外市場開拓については見本市を利用して展開できたことが成功の要因。生産はグループ会社である藤寅工業で行っているが、同社で製造する「美しいデザイン」、「切れ味のある」和包丁の商品力も決め手となった。

#### 今後の課題・戦略

美しいデザインが好評で、ヨーロッパでの販売も軌道に乗ったことから、今後は中国、韓国、台湾などアジア圏での販売を軌道にのせたい。

# 北越急行株式会社 (南魚沼市)

■新技術開発 ■地域貢献 ■新ニーズの掘り起し



## 《企業情報》

- 〒949-6633  
新潟県南魚沼市六日町2902-1
- 設立 昭和59年8月
- 資本金 45億6800万円
- 従業員 100名
- 事業内容 地方鉄道業
- 代表者 大熊 孝夫

## 《問合せ先》

- TEL : 025-770-2820
- FAX : 025-770-2825
- URL :  
<http://www.hokuhoku.co.jp>
- メール : [honsya@hokuhoku.co.jp](mailto:honsya@hokuhoku.co.jp)



## 日本初のシアタートレイン

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

鉄道利用客の減少に対処するため、日本初となるシアタートレイン「ゆめぞら」号(列車内の天井をスクリーンに見立て、プロジェクターにより動画を映し出す車両)を新造し県内外にアピールした。

また当社のほくほく線沿線は手付かずの大自然を貫く鉄道であることから沿線市町・民間施設とタイアップし、首都圏の子供達と年間を通して交流が出来るよう「田舎体験事業」に積極的に取り組み、沿線の活性化も図っている。

ほくほく線は全線59.5kmのうち、約7割がトンネル区間であり大自然を貫く鉄道とはいえ車窓の景色を楽しむことが出来ない。そこで、暗闇となるトンネル区間を逆手にとり、映像を楽しむシアタートレインを開発した。この電車を田舎体験事業等に優先的に使用し、単なる移動手段ではなく、旅の思い出づくりや楽しみづくりを提供することにより快適な移動空間として多くのお客様から好評を得て利用客は増加している。

### 工夫・苦心のポイント

日本初のシアタートレインは全国的にアピールすることができ、今では5種類の映像を月ごとに変えて上映している。しかし、曲線で構成される天井の端部に歪のない映像を投影する技術や各プロジェクター画面の合成箇所の位置あわせには特殊な技術が必要であり、現在も保守管理については苦労している。

### 今後の課題・戦略

現在、「ゆめぞら」号は1編成しかなく車両の検査時や定期運用以外には、乗車を希望される多くのお客様に迷惑をかけることが多々発生している。このため、平成20年度内に2編成目の「ゆめぞら」号の計画実現に向けて努力中。完成時には臨時団体列車の車両として旅客サービスの向上に努めるとともに運行範囲の拡大を進め、「ほくほく線」の着地営業の強化や沿線の活性化に寄与していきたいと考えている。

(編集部注：平成20年12月13日「ゆめぞらII」デビューしました。)

# 株式会社丸山自動車 (三条市)

## ■人材育成



### 《企業情報》

- 千955-0093  
新潟県三条市下須頃621-5 (事業本部)
- 設立 昭和51年9月
- 資本金 3000万円
- 従業員 143名 (グループ全体)
- 事業内容 自動車車検・整備、自動車钣金・塗装・修理
- 代表者 丸山 正男

### 《問合せ先》

- TEL : 0256-36-5513
- FAX : 0256-47-7227
- URL :  
<http://www.mykobac.com/index.php>
- メール : [masao@mykobac.com](mailto:masao@mykobac.com)

## 経営資源を車検事業に集中

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

格安車検で有名な「車検のコバック」のフランチャイジー。自動車車検・整備を主力に自動車钣金・塗装・修理、自動車販売をグループとして手掛けており、県内下越及び県央地区に10事業所を構える。車検の扱い台数は新潟県内で群を抜き、「車検のコバック」のフランチャイジーの中でもトップの実績を誇る。

経営資源を車検業務に集中させ、地域ナンバーワンの店舗を目標に積極的な経営を行っている。なかでも、顧客満足度を高めるべく人材教育・育成に力を注いでおり、リピーター率の向上、業績への貢献となって表れている。

平成9年12月に2号店を出店、当初は出店効果で車検台数・売上ともに順調に伸びたが、暫くして落ち込むようになる。「ただ漫然と営業をしていた」、「社員教育が疎かになっていた」ことに気付き、それから人材育成に取り組んだ。新入社員研修、中堅社員・幹部クラスを対象にした研修を大きな柱とし、接客向上に加え、目標の立て方・進め方・具体的な行動方法についても研鑽。社会人としての人間性を磨くことにも努めている。

### 工夫・苦心のポイント

研修は外部から講師を招くのではなく幹部社員の手により行っている。自社で行うことがより説得力を持たせているほか、幹部クラス社員のスキルアップ・責任感の向上が研修制度の成功につながっている。

### 今後の課題・戦略

シェアを高めるため、車検業務に経営資源を集中させ、圧倒的なナンバーワン店舗として明確かつ具体的な数値目標を設定している。また、成績が落ちてきた場合には原因を早期に突き止めて対策を施すこと、エリア制を敷いて幹部社員への権限付与することなどにも取り組み、更なる業績拡大を目指していく。

# 株式会社山忠 (加茂市)

■サービスのモデル化・最適化 ■新商品開発



## 《企業情報》

- 〒959-1361  
新潟県加茂市下条甲496-1
- 設立 昭和38年7月
- 資本金 6000万円
- 従業員 69名
- 事業内容 繊維製品の製造及び販売
- 代表者 中林 功一

## 《問合せ先》

- TEL : 0256-52-1728
- FAX : 0256-52-8711
- URL :  
<http://www.ashinotaika.co.jp/info/company.html>
- メール : <http://ashinotaika.co.jp/>



## 進化した行商を目指す

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

流通業界においては複雑な流通経路をシンプル化する動きが顕著になってきている。

当社は繊維製品のノウハウを蓄積する中で健康機能性商品に開発領域を特化し、お客様の困りごとを解消する商品を提供してきた。現在もお客様の求める製品を直接お届けする先進的なビジネスモデルを追及し、その高度化を進めている。

当社の原点は行商である。製造直販の精神を基にお客様の声を聞き、開発と改良のサイクルを回すことで信頼を獲得し、成長できてきたことはすべて創業精神の積み重ねと考える。

平成20年で創業50周年を迎えた。今日の基礎は「足うら美人」の成功にある。この製品は弊社の商品開発のモデルとなり、また組織販売から個人通販への速やかな移行をもたらしてくれた。製品の成功は業績向上の他、商品への自信、やればできる達成感を社員にもたらし、会社の業績向上と活性化につながった。



### 工夫・苦心のポイント

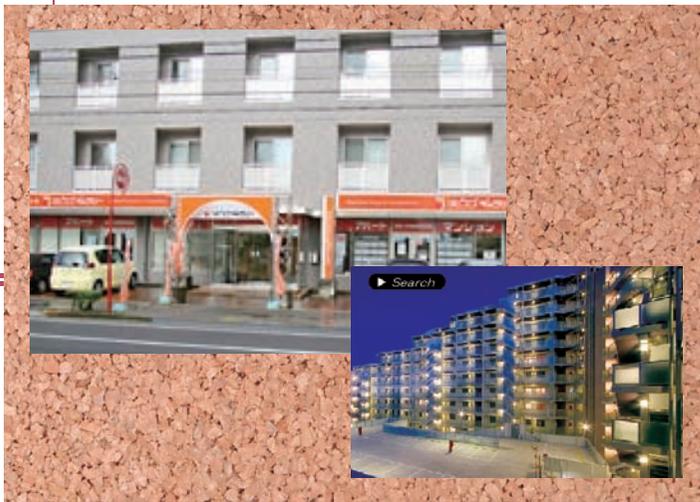
従前の主力販売先であった婦人会等での売り上げは、いくら商品を良くしても伸び悩む状況にあった。「足うら美人」の成功を踏まえ、販売の主体を個人向けDMへ移行したことは、製造した商品を直接お届けする創業のスタイルに戻ったことにほかならない。

### 今後の課題・戦略

創業の精神を継承するとともに、新たな技術を生かした先進モデルの創造が課題。追求している販売形態は「進化した行商」とも言える。お客様が持つ潜在的ニーズを掘り起こし、具体的な商品として開発・提供することと、直接販売する業態の両輪により今後の発展を目指す方針である。

# 株式会社リビングギャラリー (新潟市)

■企業イメージアップ ■人材育成



## 〈企業情報〉

- 〒950-0-16  
新潟県新潟市中央区米山2-6-3
- 設立 平成2年10月
- 資本金 1億2998万円
- 従業員 78名
- 事業内容 不動産仲介、賃貸、管理受託、不動産販売
- 代表者 藤田 幸成

## 〈問合せ先〉

- TEL : 025-246-0609
- FAX : 025-242-1333
- URL :  
<http://www.living-gallery.com/>

## 甲信越・北陸エリアでは管理物件1位

成長・発展に向けた我が社の取り組み

### 取り組みの概要・効果

賃貸不動産の管理戸数は、甲信越・北陸エリアでは第一位。一般客に加え、学校、法人に営業基盤を築き、管理物件の入居率は高水準を維持している。また、充実した管理サービスと店舗ネットワークにより、不動産を所有するオーナーから信頼を得ている。

これらの実績が評価され大手ハウスメーカーから提案される新規物件も多く、管理戸数は毎期着実に伸び、業績に貢献するとともに、企業イメージアップにもつながっている。

営業は人と人とのつながりが大切で、最大の商品が社員であるとの考えから人材教育に力を入れている。顧客と不動産のオーナーに対し社員がきめ細かい営業を行うべく徹底した教育を実施。特に幹部スタッフは現場経験が豊富で、営業の苦勞を知っていることが社員教育の大きな後ろ盾となっている。

営業面のフォロー以外に社員の志気が上がるように各種プロジェクトなどで責任を待たせ、また、幹部社員とのコミュニケーションも充実させている。



### 工夫・苦心のポイント

学校、法人客など入居者の営業先は順調に開拓されたが、一方で知名度不足から不動産オーナーの開拓と物件確保には苦勞した。

しかし、仲介・管理で実績を残すなかで、知名度があがり取引先からの紹介やハウスメーカーからの提案を得られるようになり、管理物件も順調に増えて業績向上に結びついている。

### 今後の課題・戦略

不動産の仲介や賃貸需要は減少する流れにある。これをカバーするため、管理物件のリフォームに重点を置き、保険収入など不動産周辺事業にも力を注いでいる。また、人口が集中し市場が拡大している大都市圏での営業も強化。新潟県企業を対象に、全国展開を図る法人へ首都圏などで借り上げ住宅などの不動産需要の開拓、東京などに進学する学生の取り込みも充実させるなど、新たな市場開拓を進めている。

