

事例集

大阪府中小企業支援室
主な支援施策の活用事例

CASE BOOK

大阪府商工労働部中小企業支援室 支援施策 事例一覧

事例集 No.	事例概要	企業等	H31施策集 No.	事業名
1	新規取引先探しの際、サポートが間に入ることで、新規営業の不信感が払拭され、スムーズな商談につながった	複数企業の事例	3	ビジネスマッチング (MOBIO)
2	海外での需要増に対応するため、協力企業を確保して生産体制を構築	N社	4	ものづくりB2Bネットワーク (MOBIO)
3	匠受賞をきっかけに、社員のモチベーションがアップ 申請書作成支援を受け、更なるステップアップを目指す！	(有)シメ	5	大阪ものづくり優良企業賞 (MOBIO)
4	匠受賞をきっかけに、会社露出機会が大幅に増加 これからの自社PRに向けての「気づき」を得た	下西技研工業(株)		
5	講習会で学んだノウハウを生かし、大規模展示商談会に初めて出展 商談成立件数約10件で、想定以上の成果	(株)隅田鋳螺製作所	6	大規模展示商談会活用事業「出展支援事業」(MOBIO)
6	講習会で学んだノウハウを生かし、共同出展企業と協力して積極的に呼び込み、従業員の成長にも繋がった	(株)水野製作所		
7	府の認証・プロモーション支援により、信頼性・知名度が向上 従業員のやる気も向上し、「本業」との相乗効果も実感	(株)三陽鉄工所	7	「大阪製」ブランド認証制度 (MOBIO)
8	府の認証・プロモーション支援により、自社製品の強みを再認識 認証による信頼向上から、知名度向上や販路拡大にも貢献	樋口メカ工業(株)		
9	開発製品における知財戦略の実践	EFLIGO(株)	8	「知財総合支援窓口」、 「INPIT近畿統括本部」との 連携(「MOBIO知財サポートチーム」)
10	海外進出における知財リスクを回避	(株)中島重久堂		

大阪府商工労働部中小企業支援室 支援施策 事例一覧

事例集 No.	事例概要	企業等	H31施策集 No.	事業名
11	長い時間と開発費用を要する医療機器の開発において、本補助金が開発の後押しとなり、その役割は大きかった	(株) 丸工ム製作所	9	ものづくりイノベーション支援助成金 (MOBIO)
12	助成金を活用して、研究開発に関するデータを取得することにより、課題が明確となり事業化へ向けて弾みをつけることができた	日新技研 (株)		
13	MOBIO-Cafe (セミナー)と MOBIO-Cafe-Meeting (自社PRの場)を活用し、販路の拡大、技術の見える化、ブランド力も向上	(株) 小西金型工学	10	MOBIO-Cafe & MOBIO-Cafe-Meeting (MOBIO)
14	MOBIO-Cafe-Meeting と交流会を通じ、横のつながりの拡大、新規顧客の獲得、社員教育にも効果	近畿工業 (株)		
15	従来の振動試験では再現しない故障モードについての技術相談および実用化支援によって、新たな振動試験機の開発につながった。	I M V 株式会社	11	地方独立行政法人 大阪産業技術研究所による 技術開発支援
16	大阪技術研が保有する表面改質技術を基に共同開発を行い、課題を解決したことで、高硬度で欠けにくい長寿命の包丁の開発を実現した。	株式会社AMC		
17	IoT診断・IoTマッチング を活用し、製袋機の稼働状況の見える化を実現、 IoT リーンスターの典型事例として全国的にも注目を集めている。	上田製袋 (株)	12	大阪府IoT推進Lab IoT診断/ IoTマッチング
18	大阪府のビジネスプランコンテストで受賞したことで信用力が増し、顧客だけでなく社員の誇りにもつながった	(株) i-plug	13	大阪起業家スタートアップ事業・成長志向創業者支援事業 (大阪府ベンチャー企業成長プロジェクトBooming!)
19	創業初期に補助金を交付され、事業展開に役立った受賞をきっかけにマスコミから取材を受けた	夢見る (株)		

大阪府商工労働部中小企業支援室 支援施策 事例一覧

事例集 No.	事例概要	企業等	H31施策集 No.	事業名
20	Booming! 支援先で初の新規上場企業！成功起業家のメンタリングが上場への後押し。販売データの保有量で日本一、活用方法で世界を目指す。	(株)スマレジ (旧：(株)プラグラム)	14	成長志向創業者支援事業 (大阪府ベンチャー企業成長プロジェクト「 Booming! 」)
21	「デザイン総合相談」をきっかけに、デザイナーと協働して消費者目線の商品開発に取り組むことができた。さらにブランド力強化に向けた取組みを進めている。	(株)アシスト	17	デザイン総合相談 (D-チャレンジ)
22	外部デザイナーを活用し、ホームページをリニューアル	カザールホーム (株)日本インテリアサービス)		
23	顧客の絞り込みと的確なプロモーション戦略により、工具「ネジザウルス」が累計 270 万丁の大ヒット	(株)エンジニア	20	ビジネスマッチングブログ 「 BMB 」
24	府内デザイナーとのマッチングにより、「温冷配膳車」をリニューアル。商品開発のプロセスを学ぶことができた。	(株)アイエス		
25	グラフィックデザイナーの紹介により、配れる土産 JapanNaise (ジャパネーズ) 海老・海鮮マヨネーズおかきセットのプロモーションツールを開発	(株)コンフロント		
26	オール高石セールスプロモーション (高石商工会議所) ～「まちセリ」で、個店の魅力をアピール～	仁工房 (高石商工会議所)	21	小規模事業経営支援事業 (地域活性化事業)
27	Web・クラウド販路開拓支援事業 (堺商工会議所) ～ITセミナー受講をきっかけに、販路拡大・経営改善に成功～	中尾食品工業 (株) (堺商工会議所)		
28	策定したBCPを基に議論を深め、演習を実施するなどBCM (事業継続マネジメント) に向けた取組につなげたい	ユーアイニクス(株)	24	BCP の普及啓発・策定支援
29	策定支援だけでなく、ブラッシュアップ・演習支援を連続して活用することで、継続的な運用に取り組む	エレコン (株)		

大阪府商工労働部中小企業支援室 支援施策 事例一覧

事例集 No.	事例概要	企業等	H31施策集 No.	事業名
30	英語による賃貸住宅のネット予約システムの開発と提供	D I D - G L O B A L 株式会社	25	中小企業経営革新支援事業（経営革新計画）
31	組合設立25周年を迎え、組合ビジョン～『役に立つ関舞協』学びと親睦のさらなる追求～を策定	関西舞台テレビテクノ&アート協同組合	26	組合等事業向上支援事業
32	組合事業計画策定 ～組合組織を活かして組合員企業の事業承継を支援するための事業計画を策定～	協同組合関西匠の会		
33	経営革新計画を活用して新商品を開発。新商品購入制度の採択をきっかけに商品の認知度を高め、安全を伝え・安心を作るモノづくりの会社として更なる飛躍を目指す。	(株)ノボル電機	27	中小企業新商品購入制度
34	経営力強化資金の融資決定により売上げが増加。中長期的な安定経営に向けて金融機関等と協力しながら取り組んでいく体制を確立	A社	28	チャレンジ応援資金（経営力強化資金）
35	設備投資応援融資の融資決定により売上げが増加。最新式の設備導入により新規顧客の獲得と既存顧客の受注を拡大	B社		チャレンジ応援資金（設備投資応援融資）
36	地場産業の復活をかけた設備導入	藤井若宮整絨(株)	29	設備貸与制度
37	老朽化した設備の更新・増設で高精度量産体制を確立	福井精機工業(株)		
38	宮之阪サポーター制度を構築し、コミュニティスペースの稼働率を上昇。チャレンジショップでのビジネスカフェ開催等で新規出店を促進	(株)都市空間研究所	30	商店街サポーター創出・活動支援事業
39	まちのファンクラブ「あいらぶ、昭和町。」会員制度を構築。「通り」から、エリア（まち）のなかの「活動主体」としての商店街へ。	(有)地域・研究アシスト事務所		

大阪府商工労働部中小企業支援室 支援施策 事例一覧

<凡例>

大阪府の認証事業の認証を受けた企業は、
下図↓のとおり、認証ロゴ等を配しています。

事例番号 No.1	ビジネスマッチングサポート (MOBBO)	(2020年11月作成)	掲載企業 No.3
事例概要 発注先廃業による新規取引先探しの際、サポートが間に入ることで新規営業の不信感が払拭され、スムーズな商談につながった			
企業名(名称)/所在地	提供事業者	- 支援内容 -	
主な事業	製造業(機械)	新規営業の 支援	発注先・得意 先の見直し
商主名/従業員数	ニフニ	発注先・得意 先の見直し	発注先・得意 先の見直し
課題・きっかけ・支援内容		結果・成果・利用者への声	
<p>【課題】 ○発注先が廃業したため、発注先とのやり取りを必要とするものの、単品であったため、単品が廃業したため、発注先とのやり取りが困難であった。</p>		<p>【結果・成果】 ○大阪府産業振興機構の紹介により、紹介企業と協力的で、企業</p>	



「大阪の元気! ものづくり企業」冊子掲載企業
(匠企業)



大阪府経営革新計画承認企業



大阪府経営革新計画達成企業



「大阪製」ブランド認証制度



大阪府中小企業新商品購入制度

事例概要

新規取引先探しの際、サポートが間に入ることで
新規営業の不信感が払拭され、スムーズな商談につながった

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	複数企業の事例
主な事業	製造業など
資本金/従業員数	- / -

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○発注先が廃業したため、急ぎ新規の取引先を探す必要が出てきたが、単品であったり、単価が安かったり、単発の仕事や、複雑な加工技術が必要である場合など、外注先の探索は困難な場合が多く、ホームページ等、自力で探すのは限界があった。

【きっかけ】

○過去に、(※注) (公財) 大阪産業振興機構の『受発注取引あっせん事業』を利用したことがあった。
○支援機関のホームページを色々見ていたところ、(公財) 大阪産業振興機構のホームページに紹介されており、問い合わせしてみた。

【支援内容】

○約5000社の受注登録企業の中から、大手企業OBなど多様な背景を持つ、ベテランのコーディネーターが、経験を生かして、「早く、的確に」条件に合う企業を紹介。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○(※注)大阪産業振興機構の紹介ということで、紹介企業も協力的であり、企業紹介から商談・取引まで1週間で行えた。

【利用者の声】

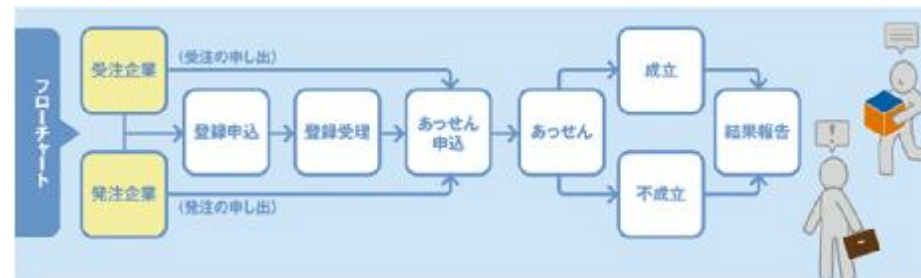
○条件に合う企業を、迅速かつ的確に紹介いただけたので、助かった。
○(※注)大阪産業振興機構が間に入ることにより、新規営業などにある不信感が取り払われ、商談がスムーズに行えた。
○紹介された受注企業から逆に仕事の紹介を受けるなど、新規企業と1社でもつながるとビジネスの幅が大きく広がることに気づいた。

問合せ

(公財) 大阪産業局 産業振興部

TEL 06-6748-1144

(※注) (公財) 大阪産業振興機構は、平成31年4月以降(公財)大阪産業局となりました。



事例概要

海外での需要増に対応するため、協力企業を確保して生産体制を構築

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	N株式会社(大阪市)/平成24年設立
主な事業	健康機器の開発・製造・販売
資本金/従業員数	1,000万円(平成31年2月現在)/10人(平成31年2月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○自社開発の健康機器の海外への販路拡大に向けた生産体制構築の中で、今後の増産に対応できる加工協力先を確保することが喫緊の課題であった。

【きっかけ】

○これまでMOBIOの知財総合支援窓口を利用していたが、増産に伴う加工協力先の確保について府職員に相談をしたところ、「ものづくりB2Bネットワーク」の紹介を受けた。

【支援内容】

○大阪府内外を問わず、引合発注企業へ、「ものづくりB2Bネットワーク」加入金融機関の顧客を複数社紹介。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

引合発注企業

○紹介いただいた企業を加工協力先として確保することで、増産体制を構築し、海外からの需要増にも迅速に対応することができた、
受注希望企業

○WEBで探したり飛び込み営業することなく、公的機関と金融機関が間に入ることで、新規販路開拓先を獲得できた。

【利用者の声】

○自社に合った協力工場を紹介してもらい、仕事が増えた時の外注先が確保できたため、更なる営業が可能となった。

○需要増にも迅速に対応できたため、海外の顧客からの発注増、販路の拡大につなげることができた。

○自社で協力工場を探す手間が省け、時間と手間の節約になった。

○公的支援機関と金融機関が紹介する企業なので、安心感があった。

問合せ先	ものづくりB2Bネットワーク (大阪府 ものづくり支援課 販路開拓支援G、(公財)大阪産業局産業)	TEL 06-6744-4744
------	--	------------------



事例概要

匠受賞をきっかけに、社員のモチベーションがアップ
申請書作成支援を受け、更なるステップアップを目指す！

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	有限会社シメ(高槻市)/昭和58年10月設立
主な事業	い草製文具、雑貨の製造・販売
資本金/従業員数	300万円(平成31年3月現在)/9人(平成31年3月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 自社ブランド製品の知名度向上と営業力強化の必要性を感じていた。
- 従来のマーケット以外への展開のため、様々なチャレンジを行うノウハウ獲得の必要性を感じていた。

【きっかけ】

- 支援機関や金融機関からの勧めがあり、受賞をきっかけに新たな販路開拓に挑戦することを目的に同賞へのチャレンジを決意。

【支援内容】

- 自社情報の整理と申請書を通じたPRノウハウ獲得を後押しするため、ものづくり優良企業賞の申請書作成を支援した。
- 匠企画展の出展や企画展Meetingでのプレゼン、MOOV Pressの特集ページでの掲載など企業PRの機会を提供した。

結果・成果・利用者の声

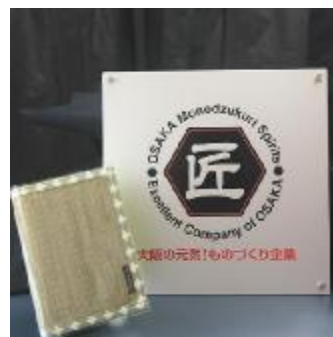


【結果・成果】

- 職員による申請書作成フォローアップにより、第三者から見た他社にはない自社の強みを再認識した。
- 匠企画展等の出展を通じて、異業種企業との交流に繋がり、自社ブランド製品のPR機会が増えた。

【利用者の声】

- 匠受賞により、自社の技術力に対する自信が付き、社員のモチベーションがアップした。
- 匠受賞をきっかけに、自社に誇りを持つことができ、更なるチャレンジへと向かう推進力につながった。
- 匠受賞により、地域とより密接に繋がり、お取引や情報交換などができる異業種企業との関わりができた。



問合せ

大阪府ものづくり支援課販路開拓支援G

TEL 06-6748-1066

事例概要

匠受賞をきっかけに、会社露出機会が大幅に増加
これからの自社PRに向けての「気づき」を得た

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	下西技研工業株式会社(東大阪市)/平成2年5月設立
主な事業	精密機器部品(メカトロニクス・磁気・熱)の設計、 開発、製造など
資本金/従業員数	3,000万円(平成30年1月現在)/55人(平成30年1月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	IT利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	IT利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 自社における強みの把握
- 技術力を持った様々な協力企業との出会い
- 次の展開としての自社PR方法の模索



【きっかけ】

- 以前からMOBIO常設展示場への出展や、大規模展示商談会活用事業を利用していたが、その中で府職員の勧めもあり、同賞へのチャレンジを決意。

【支援内容】

- ものづくり優良企業賞の申請書作成を支援し、自社の強みをMOBIOとともに掘り起した。
- ものづくり優良企業賞受賞企業掲載冊子「大阪の元気！ものづくり企業」の取材、冊子への掲載。
- 上記冊子を用いて東京・名古屋・大阪等主要都市で開催された大規模展示商談会においてプロモーションを実施。
- ものづくり優良企業賞受賞を通じ、さまざまな講演の場を提供。
- 広報媒体での企業事例掲載の協力依頼
- 「関西ものづくり新選2019」申請にあたっての大阪府からの推薦。

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

- 職員による申請書作成フォローアップにより、自社の強みや他者からの評価を再認識した。
- ものづくり優良企業賞受賞をきっかけに、匠企業限定のMOBIO企画展へのブース出展や、最優秀企業賞・知的財産部門優秀賞を受賞したことで他企業の前での講演を行うなど、他企業との出会いの機会を得た。
- 「大阪ものづくり優良企業賞」からのステップアップとなる「関西ものづくり新選2019」の受賞につながった。

【利用者の声】

- 匠受賞により、自社のPRの場が様々な場にあることに気づいた。積極的な自社の情報発信に努めていきたい。
- いろいろな施策を利用するなかで身近な存在となったMOBIOを今後も活用していきたい。



事例概要

講習会で学んだノウハウを生かし、大規模展示商談会に初めて出展
商談成立件数約10件で、想定以上の成果

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社隅田鋸螺製作所(東大阪市)/昭和16年4月
主な事業	製造業
資本金/従業員数	2000万円/48人

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 初めての展示会出展
- 営業力・担当者の不足
- 企業の知名度・ブランド力の低さ

【きっかけ】

- 展示会の出展補助金をインターネットで検索していたところ、府の大規模展示商談会活用事業(出展支援事業)を見つけた。

【支援内容】

- 展示商談会を効果的に活用する販路開拓手法についての講習会の実施。
- 補助対象経費(小間料金及び装飾経費)の2分の1以内を補助。
- 補助事業者に対して出展等に関する様々な課題について、専門コーディネーターが解決に向けて一緒に取り組む販路開拓アドバイスの実施。

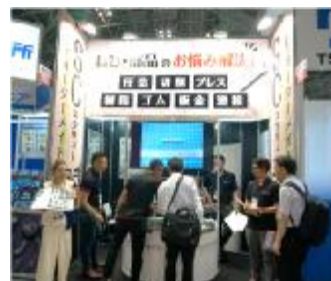
結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 第22回機械要素技術展に初出展。
- 開催期間中の商談件数65件、その後商談成立数約10件。
- 展示商談会活用セミナーでは、商談会のみならず、日頃の営業活動にも活かせるセミナーで大変為になった。

【利用者の声】

- 展示会出展にかかる費用は、レイアウト費・旅費などを含めると高額になってしまうが、当事業が出展の後押しになってくれたと思います。今回想定以上の成果が出せたので、次回も展示会出展を考えています。
- 展示会や広告宣伝は費用が掛かるので、補助がいただける事は大変ありがたいと思います。



問合せ

大阪府ものづくり支援課販路開拓支援G

TEL 06-6748-1066

事例概要

講習会で学んだノウハウを生かし、共同出展企業と協力して積極的に呼び込み、従業員の成長にも繋がった

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社水野製作所(東大阪市)/平成2年5月
主な事業	工業用・家庭用・事務用、医療用機器及び介護用機器の板金設計、製造業務
資本金/従業員数	1,000万円/6人

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○これまで3年間、独学で展示会出展を行ってきたが、それぞれの展示会での成果が思うように出ていない。
今回の共同出展を利用して、展示会のノウハウの蓄積を実施し、今後の展示会へ見える成果を実践していきたい。

【きっかけ】

○府の職員から本事業を紹介された。

【支援内容】

○展示出展をより効果的なものにするために、出展講習会を計4回程度実施。
○講習会終了後、共同出展企業との交流会を企画・実施。
○第22回機械要素技術展(東京ビッグサイト)での大阪府共同出展ブースでの小間提供。

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

○自分達からすると見えていないキャッチフレーズや人をひきつけるワードがアドバイスとともに御教示いただいたのが今後の事業活動にも役立つと感じた。
○従業員の成長も感じ大変良かった。

【利用者の声】

○講習会では、話を聞くだけでなく、発表する場やコミュニケーションをとる機会が多かったので、非常によかったと思います。
○非常に良い体験をさせていただきました。今後も続けていただければと思います。
○事前勉強は良かったです。あれがなければ、以前のパネル、名刺、パンフの使い回しの金のかけない、失敗する展示会になっていました。お金をかけて勝負する気分が、社員に伝わった、そんな展示会になりました。



問合せ先

大阪府ものづくり支援課販路開拓支援G

TEL 06-6748-1066

事例概要

府の認証・プロモーション支援により、信頼性・知名度が向上
従業員のやる気も向上し、「本業」との相乗効果も実感

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社三陽鉄工所
主な事業	製造業(金属加工業)
資本金/従業員数	1,000万円 / 10人 (いずれも平成29年8月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○板金を中心に、取引先からの発注を受けてさまざまな部品を製造してきたが、海外メーカーからの価格攻勢などもあり、従来のやり方だけでは売上確保が難しくなっていた。

○追い打ちをかけるように2011年の東日本大震災により、原発関連部品の受注がなくなり、経営不振に。こうした課題を受け、「独自路線でマーケットを開拓していく方向に踏み出そう」とBtoCへの展開を決意。

【きっかけ】

○事業の多角化を進めるために社内で募った企画に、社員が婦人用バッグの開発を提案。コストをかけずに生産するため、工場にあった金属の端材を再利用することを思いつく。

○試行錯誤を繰り返し、製品化に成功。催事などで少しずつ認知されるようになり、「大阪製」ブランドにも挑戦、認証を受けた。

【支援内容】

○「大阪製」ロゴマーク、POP等の提供

○府によるプロモーション支援

- ・プレスリリース、HP、SNS、パンフレット等による情報発信
- ・百貨店や大型雑貨店などでの展示・販売等

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

○認証により、製品の信頼性や認知度が向上した

○広報・販売活動の取組み強化につながった

○従業員のやる気が向上した

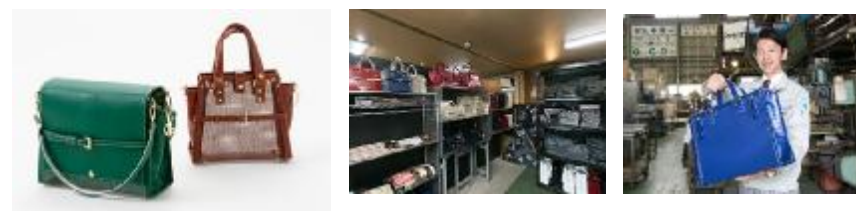
○認証製品をきっかけに本業への受注にもつながっている

【利用者の声】

○催事などで「大阪製」ブランドの認証ロゴマークを掲示すると、良い反応を得られている。

○府が実施する「大阪製」ブランド認証製品の展示を見た等、製品への問い合わせが増え、認証製品の購入につながった。

○バッグをきっかけに、板金加工の受注につながるなど「本業」との相乗効果も出てきている。バッグを盛り立てつつ、本業での新規開拓を目指しているので、会社を立て直すくらいの勢いで頑張りたい。



「esu(エス)バッグ」:
金属の端材(パンチングメタル)に、
革や合皮、西陣織などの異素材を掛け合わせて生まれたバッグ。

事例概要

府の認証・プロモーション支援により、自社製品の強みを再認識
認証による信頼向上から、知名度向上や販路拡大にも貢献

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	樋口メリヤス工業株式会社(枚方市) / 昭和8年創業
主な事業	製造業(メリヤス製品)
資本金/従業員数	1,600万円 / 5人 (いずれも平成31年3月現在)

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○「靴下は安くて当たり前」という時代の中、大手企業の下請け製造がほとんどで、メーカーの立場も弱く、工場をフル稼働させても利益が上がりなかった。
○「締め付けがきつすぎる」「かかとがずれる」など、足にフィットしない靴下を我慢している消費者は多く、何とかしたいという思いがあった。

【きっかけ】

○「消費者のため」に靴下を作る、という本来の目的を果たそうと、自社ブランドを立ち上げることを決意。
○試行錯誤する中、パンストのような「かかとのないもの」を求めている人がいることを知る。それは、靴下製造の立場では思いつかない形状で、常識を覆す発想だった。こうして、かかとのない「つつした」が誕生。
○「つつした」が軌道に乗り始めた頃、「大阪製」ブランド事業を知り、応募、認証を受けた。

【支援内容】(H29年度認証)

○「大阪製」ロゴマーク、POP等の提供
○府によるプロモーション支援
・プレスリリース、HP、SNS、パンフレット等による情報発信
・百貨店や大型雑貨店などでの展示・販売等

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

○「大阪製」ブランド認証による信頼から、百貨店の催事出展等が増えた。
○テレビや雑誌の取材も増え、製品や企業の認知度向上とともに売り上げも向上。
○OEM生産は終了し、自社製品製造のみへの転換が図れた。

【利用者の声】

○「つつした」が軌道に乗り始めた頃、「大阪製ブランド」の認証という大阪府からのお墨付きをもらったことで、自社製品の強みが再認識でき、また顧客からの信頼性の向上につながっている。
○自社製品が掲載されている大阪製ブランドのパンフレットは営業の際に重宝している。特に他府県へのセールスの際には、関心を持ってもらいやすい。また、展示や催事など、製品をPRする機会があるのも大変ありがたい。



「つつした」:
一人ひとりの足に合わせてつくったような履き心地をめざして生まれた、まっすぐな形の靴下。

問合せ先

大阪府 ものづくり支援課 製造業振興G

TEL 06-6748-1050

事例概要

開発製品における知財戦略の実践

(2016年11月作成)

企業名（所在）/設立	EFLIGO株式会社（八尾市）/平成23年設立
主な事業	製造業
資本金/従業員数	50万円（平成28年1月現在）/1人（平成28年1月現在）

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 同社は地方独立行政法人大阪府立産業技術総合研究所（現地方独立行政法人 大阪府産業技術研究所以下、産技研）の特許技術を利用し、応用製品を開発している。開発品に関するノウハウの保護や、模倣品対策を行うためにも、特許権等をはじめとする知的財産の権利化の必要が生じた。

【きっかけ】

- 知財戦略および営業戦略上のアドバイスが得られると聞き、MOBIOに相談を行った。

【支援内容】

- 一般社団法人大阪発明協会が実施する「知財総合支援窓口」（近畿経済産業局事業）と連携して、弁理士や中小企業診断士等、知財に関する専門家の派遣により、以下の支援・アドバイスを行った。
 1. 産技研との共同特許出願
 2. 国内および外国特許出願に係る費用および知財戦略

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 産技研との「共同特許出願」を行うほか、アドバイザーの助言を得て、商品に関する「商標登録」も行い、知財戦略を実践している。

【利用者の声】

- 当社のようなベンチャー企業は、開発以外に営業活動も行わなければならないが、知的財産権の活用まで時間が割けないのが実情です。しかしこのことを疎かにするとせっかくの開発品もすぐ模倣されてしまうので、ベンチャー企業こそ知的財産権を活用しなければならないと思います。



問合先

大阪府 ものづくり支援課 技術支援G

TEL 06-6748-1052

事例概要

海外進出における知財リスクを回避

(2016年11月作成)

企業名（所在）/設立	株式会社中島重久堂（松原市）/昭和8年設立
主な事業	製造業
資本金/従業員数	1,000万円（平成27年1月現在）/14人（平成27年1月現在）

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○海外企業から新商品について共同開発の打診があった。今後、相手企業と話し合いを進めるにあたり、共同開発から生じる知的財産権の帰属や、互いの秘密事項の取り扱いについて、あらかじめ取り決めをかわす必要が生じた。（共同開発契約の検討）

【きっかけ】

○以前からつながりのあったMOBIOで、知的財産に関する支援も行っていると聞き、問い合わせた。

【支援内容】

○一般社団法人大阪発明協会が実施する「知財総合支援窓口」（近畿経済産業局事業）と連携して、海外知財プロデューサーやJ E T R O、弁理士等、知財に関する専門家の派遣により、以下の支援・アドバイスを行った。

1. 共同開発契約と秘密保持契約の契約方針
2. 共同開発新製品の多面的な保護（特許、意匠等の国際出願）
3. 海外市場調査と、海外ビジネスモデル構築

結果・成果・利用者の声

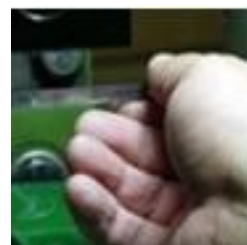


【結果・成果】

○専門家の意見を得て、他社と共同開発する際の「技術流出の防止策」や「権利侵害のリスクを回避する手法」について、社内のノウハウが蓄積した。

【利用者の声】

○知財総合支援窓口は、中小企業が抱える知的財産に関する悩みや課題をワンストップで解決を図る支援をしていただけます。また、海外案件については、海外知財プロデューサー、J E T R O 等との連携を図り、課題の解決を図っていただけます。



問合せ先

大阪府 ものづくり支援課 技術支援G

TEL 06-6748-1052

事例概要

長い時間と開発費用を要する医療機器の開発において、本補助金が開発の後押しとなり、その役割は大きかった

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社丸エム製作所(大東市)/昭和26年7月設立
主な事業	ねじ類等製造販売、医療機器製造
資本金/従業員数	1億5,785万円(平成29年4月現在)/180人(平成29年4月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○金属ガラスによる歯列矯正用アンカースクリューの製品化に必要な動物実験用のサンプルの設計・製作における費用面のリスクがあった。

【きっかけ】

○過去に同助成事業を活用、今般別テーマでのチャレンジを決意、MOBIOからの情報(メルマガ)をきっかけに申請

【支援内容】

○技術開発の取組みを「ものづくりイノベーション支援プロジェクト」として認定
○研究開発や設計・試作に必要な経費の一部を助成

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

○金属ガラス素材を大学の指導の下、安定して製作することが出来た。
○精密切削について、外部委託加工にて行い、最適化することができた。
○欠陥を抑えた製造プロセスを確立することが出来た。
○スクリューの解析および評価を行い、十分な基礎データを得ることができた。
○動物実験用サンプルとして、アンカースクリューサンプルを大学に供給した。

【利用者の声】

○事業実施の可否を社内で決裁するにあたり、補助金の活用を訴えることにより決裁のハードルが下がった。
○医療機器の開発は、PMDAの開発相談のための「基礎データ」とサンプルを用いた動物実験の結果が必要であり、長い時間と開発費用を要している。こうした状況下で、本補助金は開発の後押しとなり、その役割は大きかった。



問合せ

ものづくり支援課産学官連携推進G

TEL 06-6748-1055

事例概要

助成金を活用して、研究開発に関するデータを取得することにより、課題が明確となり事業化へ向けて弾みをつけることができた

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	日新技研株式会社(東大阪市)/昭和63年8月設立
主な事業	送風機・集塵装置・空気輸送装置の設計・製造
資本金/従業員数	1,000万円(平成29年4月現在)/40人(平成29年4月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○薬剤を用いない殺菌水の研究開発を大学や外部試験機関と共同して進めるにあたり、初期費用の軽減の為、助成金の活用を模索していた。

【きっかけ】

○MOBIO連携大学との産学相談、ムーブプレスの取材でつながりのあったMOBIOからの情報(メルマガ)をきっかけに申請

【支援内容】

○技術開発の取組みを「ものづくりイノベーション支援プロジェクト」として認定。
○研究開発や設計・試作に必要な経費の一部を助成。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○殺菌水に係る特許調査、出願を実施し、知財化を推進することができた。
○殺菌・抗菌効果のメカニズムに関するデータを取得することにより、課題が明確になり事業化へ向けて弾みをつけることができた。

【利用者の声】

○研究開発に行き詰っている時に、産学連携で大学を紹介してもらった等アフターフォローもしっかりしていた。



問合先

ものづくり支援課産学官連携推進G

TEL 06-6748-1055

事例概要

MOBIO-Cafe-Meeting（自社製品のPR）と交流会の参加で、情報発信力が向上し、様々な人たちとの交流が深まる

(2019年3月作成)

企業名（所在）/設立	株式会社山田製作所（大東市）/昭和44年7月設立
主な事業	各種製缶板金部品の製作
資本金/従業員数	1,000万円（平成31年3月現在）/16人（平成31年3月現在）

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 自社開発製品をPRできる場を探していた。

【きっかけ】

- 「匠制度（大阪ものづくり優良企業賞）」の認証を受け、MOBIOの常設展示場にも出展。
- 大阪府からMOBIO-Cafe-Meetingの参加を勧められ、参加するようになった。

【支援内容】

- 展示やCafe-Meetingを通じた自社技術・製品のPR、ビジネスマッチング機会の付与。
- 海外にも企業・製品情報を発信。
- 施設を商談施設として利用可。
- 国内外の販路開拓支援。（マッチング支援）

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

- Cafe-Meetingなどを通じ、自社開発製品に関する情報を多方面に発信することができた。
- 交流会への参加により、様々な業種の人と交流を深めることができ、情報収集の幅が広がった。
- 常設展示場の製品を見た海外企業とは、10年以上取引が継続している。

【利用者の声】

- 様々な業種の方と交流ができることはとてもありがたい。特にものづくりに関する話（技術的な話）ができることは、とても面白く参考になる。
- Cafe-Meetingへの参加は、連携のきっかけになる。
- Cafe-Meetingでのプレゼンは、若手社員の教育訓練の場になっている。
- 単発でなく継続して参加していくことが大事。



事例概要

MOBIO-Cafe (セミナー) と交流会の参加で、自社の強みを再認識し、
自社製品を開発、販路拡大につながった

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社西當照明(東大阪市)/昭和57年12月設立
主な事業	板金加工、照明器具製造、粘着式捕虫器製造販売
資本金/従業員数	1,000万円(平成31年3月現在)/8人(平成31年3月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○LED照明普及の影響により、受注が減少し、業績が悪化。

【きっかけ】

- 場所も近かったため、MOBIO-Cafe参加のために来所したのがきっかけ。知的財産活用のMOBIO-Cafe参加後には、講師に自社訪問してもらい、いろいろなことを学んだ。
- 大阪府の展示会出展支援事業をきっかけに常設展示場にも出展。平成31年1月には、MOBIO-Cafe-Meetingに参加し、プレゼンを行った。

【支援内容】

- 展示やCafe-Meetingを通じた自社技術・製品のPR、ビジネスマッチング機会の付与。
- 海外にも企業・製品情報を発信。
- 施設を商談施設として利用可。
- 国内外の販路開拓支援。(マッチング支援)

結果・成果・利用者の声

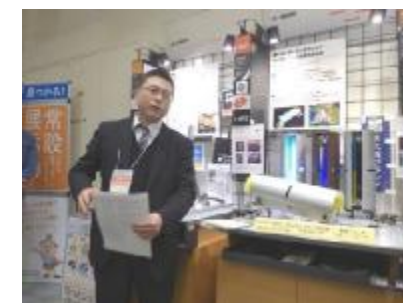


【結果・成果】

- MOBIO-Cafe (Meeting) の参加者と交流を深めることで、様々な情報が収集でき、また自社の強みを再認識できた。
- MOBIO-Cafeで知的財産活用やデザインなどについて学んだことにより、自社のオリジナル製品を開発することができた。
- Cafe-Meetingを通じて、自社製品を広く知ってもらうことができ、販路も拡大。

【利用者の声】

- 新商品の開発につながった特許やデザインに関するセミナーはとても役に立った。
- 様々な人と交流ができる場として、MOBIO-Cafeを継続して活用させてもらっている。そこで知り合った人とはCafe以外で会うことも多くなっている。



問合先

大阪府 ものづくり支援課 製造業振興G

TEL 06-6748-1050

事例概要

従来の振動試験では再現しない故障モードについての技術相談および実用化支援によって、新たな振動試験機の開発につながった。

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	IMV株式会社
主な事業	振動シミュレーションシステム・メジャリングシステムの製造販売、 テスト&ソリューションサービス
資本金/従業員数	4億6481万円 / 362名(2018年9月30日現在 連結)

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 従来の振動試験では再現しない故障モードがあった。
- 輸送時等における現実の振動環境に即した、非ガウス型ランダム振動生成法の確立が課題であった。

【きっかけ】

- 振動試験の振動生成法について専門的知見を有する研究員に技術相談を依頼。

【支援内容】

- 非ガウス型ランダム振動生成法および制御方法の構築
- 非ガウス型ランダム振動試験機の性能評価

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 非ガウスランダムコントローラK2/Non-Gaussianを開発(特許第5366081号、特許第5421971号)
- 従来のランダム試験では再現しなかった故障モードを、新しいランダム試験では再現できるようになった。

【利用者の声】

- 振動試験の振動生成法について、大阪技術研の担当者に相談にのってもらえた。
- 非ガウスランダムコントローラ開発における課題を解決することができた。



問合せ

(地独)大阪産業技術研究所
和泉センター 総合受付

TEL 0725-51-2525

事例概要

大阪技術研が保有する表面改質技術を基に共同開発を行い、課題を解決したことで、高硬度で欠けにくい長寿命の包丁の開発を実現した。

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社AMC(大阪市)/2003年12月設立
主な事業	機械用刃物、金型、工具の製造・販売
資本金/従業員数	2,000万円 / 3人(2019年1月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○刃先が高硬度でかつ欠けにくく、長寿命、刃立ての砥ぎが楽となるステンレス製包丁のニーズがあった。これらの特性を同時に発現させる鋼の表面改質技術の確立が課題であった。

【きっかけ】

○大阪技術研で新しい表面改質技術があることを知り、担当研究員と共同研究を開始した。

【支援内容】

- 独自の金属表面改質技術を共同研究により新規開発。
- 電子顕微鏡による組織観察。
- ビッカース硬さ試験による硬さ評価。
- サポイン事業等の補助事業の支援を受けた共同研究。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 開発した表面改質技術により、鋼内部に含まれる粗大炭化物を微細化することで、欠けにくい刃先の形成が容易になった。
- 株式会社AMC、大阪技術研、大阪大学で共同特許を取得した。
特許第5419046号、特許第5455009号

【利用者の声】

- 新しい表面改質技術について相談にのってもらえた。
- 社内では保有していなかった表面改質装置を利用することができた。
- 包丁における課題を共同研究で解決することができた。
- 共同でサポイン事業等を利用することで、社内に表面改質装置を導入することができた。



開発したステンレス製包丁

問合せ

(地独)大阪産業技術研究所
森之宮センター 物質・材料研究部

TEL 06-6963-8157

事例概要

IoT診断・IoTマッチングを活用し、製袋機の稼働状況の見える化を実現、IoTリーンスターの典型事例として全国的にも注目を集めている。

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	上田製袋株式会社(守口市)/平成元年 月設立
主な事業	「滅菌バッグ」をはじめとする医療パッケージ(袋)の製造
資本金/従業員数	1,000万円(平成31年3月現在)/27人(平成31年3月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	IT利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	IT利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

原料のフィルム(ロール)を圧着・切断する装置が、だんだん替えやロールの交換などで生産計画どおりに進捗しない状況を改善したい。IoTツールで、稼働状況を把握し、停止時間を最小限にできるのではないかと

【きっかけ】

IoTリーンスター！セミナーなどでの先進事例紹介に触れ、同社の製造現場でもIoT導入によって生産性向上が図れるのでは？と

【支援内容】

IoT診断：中小企業診断士による現場訪問・IoT導入プランの提案
IoTマッチング：提案プランに基づくシステム実装ができるシステムインテグレーターの紹介

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

IoT診断での、結果を参考にIoTマッチングで紹介したシステムインテグレーター(IT事業者)に相談、マイコンとセンサー、無線ユニットを組み合わせたIoTツールを社員とともに考案。大阪商工会議所のスマートものづくり応援隊も活用し、製袋機の稼働モニタリングシステムを実現。タブレットでのモニターで、停止時間を短縮するカイゼンを実現し、作業員の負担軽減に成功。この実績が評価され、長崎県・富山県などから講演の依頼を受けるなど、注目を集めている。

【利用者の声】

比較的シンプルで安価なシステムで課題が解決できることがわかり、取組のきっかけとなった。IT事業者に相談する段階でも客観的な判断がはいているので、安心感があり、スムーズに、迅速にIoT導入が実現でき、効果もあがり、助かっている。



問合せ

ものづくり支援課産学官連携推進G

TEL 06-6748-1055

事例概要

大阪府のビジネスプランコンテストで受賞したことで信用力が増し、顧客だけでなく社員の誇りにもつながった

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社i-plug(大阪市)/平成24年4月設立
主な事業	サービス業(新採用サイト運営)
資本金/従業員数	2億1,500万円(平成31年3月現在)/90人(平成30年7月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○設立間もない時期だったので、顧客への知名度向上及び信用力向上が喫緊の課題であり、何か役立つ支援機関・施策がないか探していた。

【きっかけ】

○スタートアップもBoomingも新しい取り組みであり、大阪府からのバックアップ(応援)を頂けるという事を聞き、興味を持ったので応募。

【支援内容】

- 大阪起業家スタートアップ受賞者として、目標達成型補助金を3年間に渡り交付。(100万円/年を上限、補助率1/2)
- 起業経験者や企業経営者による1対1の指導・助言の実施。
- 先輩起業家やメンターとなる経営者と出会う交流会の実施。
- 平成27年度Booming(大阪府ベンチャー企業成長プロジェクト)による支援。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 企業から学生へ直接オファーを送る新卒採用サイト「Offer Box」シリーズを運営。
- 平成24年9月にサービスリリース後、現在登録企業数4,900社を突破。
- 平成30年度卒の学生登録数は104,000名(H31.3月時点)
- スタートアップビジネスプランコンテスト受賞時従業員数11名から、平成30年7月現在、90名の従業員を雇用。

【利用者の声】

- 大阪府のビジネスプランコンテストで受賞したという信用力は顧客だけでなく社員の誇りにもつながりました!
- Boomingでは上場社長のメンタリングや起業家仲間との交流で経営者としてのあり方を学び、さらに成長することへのコミットが増えました!
- ベンチャー企業が集まり切磋琢磨する団体「にしなカバレー」を平成29年2月に立ち上げました。西中島を「起業の聖地」とすべく活動しています!



事例概要

創業初期に補助金を交付され、事業展開に役立った
受賞をきっかけにマスコミから取材を受けた

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	夢見る株式会社(堺市)/平成24年11月設立
主な事業	学習支援業(プログラミング教室の運営とFC展開)
資本金/従業員数	1億2,925万円(平成31年3月現在)/15人(平成31年3月現在)

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	IT利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	IT利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 新規事業を行う上で資金が必要であった。また、世の中に新規事業が、どの程度受け入れられるのか知りたかった。
- 教育業を行う経営者として、常にスタッフや生徒に背中を見せ続けたい。自分の目線を上場できるレベルにまで高めたいと考えていた。

【きっかけ】

- 堺商工会議所の創業セミナーに参加し、担当者から大阪起業家スタートアップを紹介された。新規事業を行う上で、資金が必要であった為応募。

【支援内容】

- 第1回(平成25年度)大阪起業家スタートアップ受賞者として、目標達成型補助金を3年間に渡り交付(100万円/年を上限、補助率1/2)。
- 起業経験者や企業経営者による1対1の指導・助言の実施。
- 先輩起業家やメンターとなる経営者と出会う交流会の実施。
- 平成27年度、28年度Booming!(大阪府ベンチャー企業成長プロジェクト)による支援。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 平成27年4月よりフランチャイズ展開を行い、平成30年4月には、100教室を運営。総生徒数は2,000名を突破。
- 国際的なロボット競技会でロボ団に通う2チームが日本代表に選出。
- 受賞時から従業員が15名に増加。

【利用者の声】

- 創業初期に概算払いで頂けた補助金は非常に助かった。
- スタートアップ受賞を契機にマスコミから取材を受けた。
- ハンズオン支援では、定期的にフォローしてもらった事で、事業を振り返るきっかけになった。
- Booming!では平成29年度から支援側に回り後輩の指導にあっている。ベンチャーエコシステムの確立に向け力になれば。



問合せ先 大阪府 商業・サービス産業課 新事業創造G TEL 06-6210-9493

事例概要

Booming! 支援先で初の新規上場企業！成功起業家のメンタリングが上場への後押し。販売データの保有量で日本一、活用方法で世界を目指す。

(2019年3月作成)

企業名（所在）/設立	株式会社スマレジ（旧社名：株式会社プログラム） （大阪市）/平成17年5月設立
主な事業	情報通信業（POSレジシステム「スマレジ」サービスの展開）
資本金/従業員数	9億5,000万円（平成31年3月現在）/79人（平成30年12月31日現在）

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 事業を成長させ、国内展開では将来的に東証一部上場をめざしており、相談できる人・場所を探していた。
- お客様に安心して利用していただけるよう、オープンでクリアな倫理観を持った企業文化を確立するとともに、商業的にも成功する必要があった。

【きっかけ】

- 成長を早めるために東京移転を考えていたところ、本事業が実施されると聞き、大阪を離れずとも成長し上場に至ることができるのではないかと期待したため応募。

【支援内容】（平成27年度～29年度）

- 一軍メンバーとして、成功起業家メンターによるメンタリングを実施。
- 経営基礎勉強会、成功起業家講演会など座学講習の実施。
- 専門機関（資本政策・人材会社・ベンチャーキャピタル）を迎えての勉強会の実施。
- 協力支援機関「KANSAIアントレプレナーズクラブ」勉強会でのプレゼンへの登壇。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 東京証券取引所マザーズへ新規上場（平成31年2月28日）
- 「スマレジ」導入店舗数が50,000店舗を突破（平成30年10月）
- 勉強会等で経営基礎を学び直したことにより、外部環境の分析や他社との差別化による事業拡大を図る中期計画を策定。
- スピーディーな事業拡大に向け、従業員を倍増。
- 投資の獲得。（平成28年6月 1億5,000万円）
- 日本経済新聞などマスコミ掲載多数。

【利用者の声】

- メンタル強化が一番の成果。意識の変化を実感。
- 座学やメンタリングを通じて、自分の手法が正しいかどうかを確認できた。
- 支援に満足し、感謝している。今後は支援側として戻って来たい。

問合先 大阪府 商業・サービス産業課 新事業創造G TEL 06-6210-9493



事例概要

「デザイン総合相談」をきっかけに、デザイナーと協働して消費者目線の商品開発に取り組むことができた。さらにブランド力強化に向けた取組みを進めている。

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社アシスト / 1969年7月設立
主な事業	製造業 (インテリア金物製造卸業・内装仕上工事業 他)
資本金/従業員数	6,000万円(平成31年3月現在) / 73名(平成31年3月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○創業以来、階段滑り止めや床材押え金物、インテリアパーツなどを、製品開発、製造、販売、物流まで一貫して手掛け、お客様の満足向上を目指していたが、これまでの製品開発は、営業を中心に自社で行ってきた。

【きっかけ】

○2019年に会社設立50周年を迎えるにあたり、新たな柱となるような商品を、デザイナーと一緒に開発したいとの思いがあり、「デザイン総合相談」を利用した。

【支援内容】

○デザイン相談でアドバイス

じっくりと商品開発するのであれば、スタイリングの意味合いのデザインだけで終わらず、デザイナーとはトータルな付き合い方をすること。

また、製造の課題や、現在のマーケット、未来的に目指す立ち位置なども含めて自社の方向性をまとめるようアドバイス。

○デザイナー紹介

自社の方向性をまとめることと並行して、建築に強いプロダクトデザイナーを紹介し、新商品開発の方向性からの提案により、開発を進めた。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- デザイナーとともに商品開発することで、生活する人、設計する人の視点を大切に商品開発に取組めたことが、大きな収穫だった。
- 新ブランド〈AFOLA アフォーラ〉を立ち上げ、まずは、近年木造化が著しい公共建築物や住宅の階段に美しく調和するノンスリップ〈Previoプレヴィオ〉シリーズを開発し、展示会出展を経て、2018年に発売開始。
- 自社のブランド力強化の取組みについても、引き続きプロダクトデザイナーが参画し、サイトリニューアルなども行った。

【利用者の声】

- 商品開発やブランド戦略にデザインが重要だと理解した上で新規事業に取り組み、オリジナルブランドを創出することができた。



「建築・建材展2019」展示会場



問合せ先

大阪府 商業・サービス産業課 新事業
創造G (大阪府産業デザインセンター)

TEL06-6210-9491

事例概要

外部デザイナーを活用し、ホームページをリニューアル

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	カザールホーム(株式会社日本インテリアサービス)(堺市) /昭和47年10月設立
主な事業	不動産業、リフォーム業
資本金/従業員数	4,000万円/3名(平成31年3月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○不動産、リフォーム等を取り扱う企業。自社内でホームページを製作・運営してきたが、様々な情報発信や、取り組み内容をもっとよりよく伝えるための工夫についての相談。

【きっかけ】

○他の支援機関で大阪府産業デザインセンターのデザイン相談事業のチラシを入手し、WEBデザインの相談ができるか、問い合わせた。

【支援内容】

- WEBデザインに対するアドバイス
- デザイナーに依頼するためのアドバイス
- デザイナーとのマッチング

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 自社サイト内でのブログの運用の開始など、新たなサービスで情報発信ができるようになった。
- 簡単に住宅査定ができる、既存のWEBアプリサービスの使い方や内容をより訴求力のあるものにすることができた。
- レスポンスWEBデザインを取り入れたことで、様々なデバイスでの閲覧に対応でき、よりスムーズな閲覧が可能となった。
- ホームページ同様チラシも依頼。デザインのイメージ、クオリティを保ちつつ企業イメージを崩すことなく制作することができた。

【利用者の声】

- 相談当初からデザインだけでなく運営に関するアドバイスなども頂き、大変助かった。自社で制作していると第三者的に見ることができなくなっていた部分も、実際に制作を依頼することで見直すことができ、本当によかった。



ホームページとチラシのデザイン 事例集No.22

問合せ

大阪府 商業・サービス産業課 新事業
創造G(大阪府産業デザインセンター)

TEL06-6210-9491

事例概要

顧客の絞り込みと的確なプロモーション戦略により、工具「ネジザウルス」が累計
270万丁の大ヒット

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社エンジニア(大阪市)/昭和23年4月設立
主な事業	製造業(作業用工具の製造販売)
資本金/従業員数	2,000万円(平成31年3月現在)/40人(平成31年3月現在)

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	IT利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	IT利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○平成14年に、頭つぶれたねじを外すことができるプライヤー「ネジザウルス」を考案。用途に合わせて3種類の商品をプロ向けに販売していたが、リーマン・ショック後の平成20年頃に累計40万丁を境に売れ行きが停滞。

【きっかけ】

○BMB勉強会に参加し、デザイナーやクリエイターとの面識を深めたことがきっかけで、BMBを活用。

【支援内容】

○デザインやその周辺領域に関する知識や技術を学ぶ勉強会を実施。
○平成21年度 イメージマーケット+城東紙器(株)とのBMBマッチングにより、特殊工具のギフトパッケージを開発。
○平成21年度 デザイン総合相談D-challengeでの(株)画屋とのマッチングにより、ネジザウルスGTのキャラクターが誕生。
その後、連載まんが「ウルスの大冒険ラセン銀河の大家族」を刊行するなど、(株)画屋とのセールスプロモーションを展開。

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

○「ネジザウルス」シリーズは、累計販売数が平成28年2月に270万丁を突破。このうち150万丁を4代目の「ネジザウルスGT」が占める。
○製品開発から培ったノウハウにより、ヒット商品を生み出す「MPDP」という独自の理論を構築し、以降の製品開発に応用。

【利用者の声】

○BMBへの会員登録で、企業の情報発信がしやすくなった。
○BMB勉強会への参加で、異業種の人材交流ができた。



問合せ

大阪府 商業・サービス産業課 新事業
創造G(大阪府産業デザインセンター)

TEL 06-6210-9491

事例概要

府内デザイナーとのマッチングにより、「温冷配膳車」をリニューアル。商品開発のプロセスを学ぶことができた。

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社アイエス(京都府)/昭和64年6月設立
主な事業	厨房設備機器(保温・保冷配膳車、保温・保冷库、給食事業向け配送用コンテナ等)の開発、及び販売
資本金/従業員数	-

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	IT利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	IT利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○医療・福祉の現場で提供される食事を「おいしく」「衛生的」に居室まで搬送するための配膳車について、機器を直接利用する給食委託業者や看護師等の細やかなニーズを満たし、且つ、魅力的なスタイルを実現するため、現行機種のリニューアルデザインを行いたい。

【きっかけ】

○アドバンス・エム株式会社(大阪市)から株式会社アイエス(顧客先企業)の次期配膳車のデザイン相談を受けた。

【支援内容】

○株式会社アイエスからの相談内容を受け、BMB会員のプロダクトデザイナーの中から医療機器や産業機器のデザイン実績が豊富な株式会社リバーデザインフィールド(大阪市)を紹介しマッチングが成立した。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

[温冷配膳車のデザインポイント]

- シンプルでありながら親しみやすさを感じられるスタイリング
- 部品剛性を増し、バンパー機能を向上させたコーナー部の造形
- 運搬時に足が当たらないように配慮された下部形状
- 外扉270°オープン of 優れた作業性(旧タイプから踏襲)

【利用者の声】

- 大阪府産業デザインセンターのデザイン専門員から適切なプロダクトデザイナーの紹介を得た。
- 外部デザイナーの商品開発プロセスを学ぶことができ、今後の商品開発やプロモーションに活かすことができる。

問合先

大阪府 商業・サービス産業課 新事業
創造G(大阪府産業デザインセンター)

TEL 06-6210-9491

before



after



事例概要

グラフィックデザイナーの紹介により、配れる土産 JapanNaise (ジャパネーズ) 海老・海鮮マヨネーズおかきセットのプロモーションツールを開発

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社コンフロント(大阪市)/平成21年1月設立
主な事業	物流・OEM商材開発
資本金/従業員数	-

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○大阪を訪れるインバウンド(訪日外国人客)に向けて、日本の伝統的な米菓子「おかき」をおみやげとして売り込みたいと考えていたが、そのプロモーション方法に悩んでいた。

【きっかけ】

○新規事業として3PL(サードパーティロジスティクス)に進出するため、平成29年度のなにわマーケティング大学の各講座を受講し、インバウンド向けの商材開発を目指す過程で大阪府産業デザインセンターを知った。

【支援内容】

○中国上海や香港からのインバウンド顧客開拓のため、英語・中国語に堪能で実績も豊富なグラフィックデザイナーとして、BMB会員のKako(増喜氏)を紹介、マッチングを行った。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○大阪おかきのインバウンド向け販促ツール(ポスター・POP等)を作成。関西空港に隣接するホテルにてインバウンド向けの販促イベントを開催した。

【利用者の声】

○大阪府中小企業支援室が提供する、有益なサービス「なにわマーケティング大学」や「BMB」・「無料デザイン相談」などを活用し、ワンストップサービスで最適なデザイナーに制作を依頼することができ、新規事業のスタートダッシュができた。

インバウンド向け「おかき」の販促ポスター・チラシ



問合せ	大阪府 商業・サービス産業課 新事業創造G (大阪府産業デザインセンター)	TEL 06-6210-9491
-----	---------------------------------------	------------------

事例概要

オール高石セールスプロモーション（高石商工会議所）
～「まちセリ」で、個店の魅力をアピール～

(2016年11月作成)

企業名（所在）/設立	仁工房 /平成25年5月設立
主な事業	その他小売業（ガレージキット製作販売）
資本金/従業員数	- / 2人（平成28年8月現在）

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- ガレージキット（少数生産の鑑賞用模型）の認知度の低さ。
- 表現技術が高く、評価を得ているが、顧客が限定されるマニア向け商品であるため、販路拡大が困難。
- ネット販売が中心。
- 自社商品の積極的なPRの必要性を感じていたが、接客に対する苦手意識があった。

【きっかけ】

- 平成27年5月に高石商工会議所にて実施したイベント（まちあるきツアー）の立ち寄りスポットとして打ち合わせを重ねたことがきっかけ。

【支援内容】

- 高石商工会議所経営指導員による事業計画書作成支援を実施（顧客ニーズ、自店の現状などを把握・分析し、セールスポイントを発掘）
- 高石商工フェスティバル内での「まちセリ」への参加のため、研修及び中小企業診断士による個別指導を実施。（繁盛店に必要な知識や販売促進をテーマに指導。他の出展者との意見交換、模擬演習等によりプレゼン能力を向上）

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- セリ形式で商品を販売することで、商品へのこだわりや魅力をアピールでき、マニア以外の新規顧客を獲得。
- 高石市のふるさと納税品としての人気も高く、「金属っぽい表現の技術が高く、お客さんに求められていること」等、顧客ニーズを把握。
- 関西初のガレージキットカフェをオープンし、店舗への集客や商品PRに成功。

【利用者の声】

- 商品の特性により、アピールの方法に工夫が必要だと感じました。
- まちセリで店舗を知ったという方にご来店頂くことができました。
- まちセリの経験を活かして、ネット配信「関西ウォーカーTV」でお店のことをPRすることができました。



問合せ

大阪府経営支援課経営支援G

TEL 06-6210-9490

©TOHO

事例概要

Web・クラウド販路開拓支援事業（堺商工会議所）
～ITセミナー受講をきっかけに、販路拡大・経営改善に成功～

(2016年11月作成)

企業名（所在）/設立	中尾食品工業(株)（堺市）/昭和2年創業
主な事業	食料品製造業（こんにやく、ところてん等の製造・販売）
資本金/従業員数	1,600万円（平成28年4月現在）/17人（平成28年4月現在）

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	IT利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	IT利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 店舗販売や既存卸先との取引のみで、販路が限定的だった。高付加価値の自社商品に自信はあったが、販路拡大のノウハウを持っていなかった。
- 人材育成と業務改善。

【きっかけ】

- 当事業におけるITセミナーへの参加。

【支援内容】

- セミナー受講後に堺商工会議所経営指導員によるIT支援や経営コンサルタント等による個別の経営支援を実施。
 - ・ホームページリニューアル、ネットショップ構築等
 - ・高付加価値商品の販売強化のための営業計画、商品計画の見直し
 - ・製造現場、事務部門・製造部門の業務標準化、マニュアル化の推進
 - ・経営者としてのリーダーシップ力強化

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- ネットショップを始め、「木灰こんにやく」の増販に成功。
- 既存卸先への価格交渉成功による増益。（利益5%増）
- 新規優良取引先の獲得。（6%増）
- 業務標準化による生産性の向上。

【利用者の声】

- 有機栽培の「こんにやく芋」を使用し、凝固剤に木灰のアク汁を使用した昔ながらの製法による独特の臭みの無い・安全安心な「木灰こんにやく」の製造、販売を強化することにより経営体質が強化されつつある。
- 経営者としての果たすべき役割を再認識することにより社内の団結力が高まった。



問合先

大阪府経営支援課経営支援G

TEL 06-6210-9490

事例概要

策定したBCPを基に議論を深め、演習を実施するなどBCM（事業継続マネジメント）に向けた取組につなげたい

(2018年2月作成)

企業名（所在）/設立	ユ-アイニクス株式会社（堺市西区）/昭和39年設立
主な事業	製造業（デジタル指示計・計測機器の開発製造）
資本金/従業員数	3,000万円（平成29年4月現在）/ 38人（平成29年4月現在）

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 東日本大震災を契機に、BCPの必要性を認識し、策定に着手しようとした。関連するセミナーを受講し、BCPの概要については理解できたが、実際に策定しようとする、どの程度の被害想定をすればいいとか、社員や家族の安否確認方法等、何処から手をつけて良いのかさっぱり分からなかった。

【きっかけ】

- 支援施策を色々調べるうちに、大阪府のホームページでBCP策定支援事業を見つけたので、すぐに申し込んだ。たまたま見つけることができたのであるが、これこそまさに自分が求めていた支援内容であった。

【支援内容】

- 専門家派遣4回
- 大阪府商工会連合会作成「BCP策定のガイドライン」の説明
- 地域防災情報などの提供・説明
- 地域の特性に応じたリスクも想定に入れるなど、個々の企業に即した策定の方法・内容などについてのアドバイスを実施。

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

- 専門家のアドバイスを受けながら短期間で効率よくBCPが策定できた。
- 平常時の業務内容の棚卸しや組織体制の見直しにもなり、夜間や休日の対応をどうするのか等、取組みによる気づきも多かった。
- 支援が終了した後も、その計画を元に社内で議論することで、より多くの社員がBCPの重要性を認識することができた。
- 今後はBCPに基づく訓練などの演習を予定しており、策定したBCPをブラッシュアップすることで、BCM（事業継続マネジメント）に向けた取組みにつなげたい。

【利用者の声】

- 少ない負担で、専門家の支援を受けられ、非常に助かった。
- 取組みたいけど、どこから手をつけて良いか分からない、という同じ悩みを持つ企業は多いと思うので、もっと広まるといいと思う。



問合せ

大阪府 経営支援課 経営革新G

TEL 06-6210-9494

事例概要

策定支援だけでなく、ブラッシュアップ・演習支援を連続して活用することで、実効性のあるBCPを作り上げていきたい

(2018年2月作成)

企業名(所在)/設立	エレコン株式会社(大阪市淀川区)/昭和32年設立
主な事業	電気工事業(電気設備工事の設計・施行など)
資本金/従業員数	約5,200万円(平成29年4月現在)/40人(平成29年4月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○淀川の近くに所在しており、津波の被害が想定されることや、業務の内容上、災害発生時には復旧する側として対応が求められることから、BCPの必要性は理解していたが、外注すると高額な費用がかかるため、この足を踏んでいた。

【きっかけ】

○大阪商工会議所北支部から、本事業の紹介を受け、専門家の意見も聞くことができると聞き、すぐに策定支援を依頼(H28年度)。また、策定したBCPを運用するため、引き続き演習支援を依頼。(H29年度)

【支援内容】

策定支援

- 専門家派遣4回
- 大阪府商工会連合会作成「BCP策定のガイドライン」の説明
- 地域防災情報などの提供・説明
- 地域の特性に応じたリスクも想定に入れるなど、個々の企業に即した策定の方法・内容などについてのアドバイスを実施。

演習支援

- 専門家派遣
- 既存のBCPのブラッシュアップや、BCPに基づいた効果的な演習の実施手法などについてアドバイス

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- ヘルメットを各デスクに置いておく、携帯電話を携帯するなど、手近なところから社内へ声かけをすることで、社員全体の危機管理に対する意識が高まった。
- 策定支援や実地訓練等の演習支援を通じて、事業の性質上、各地の現場でどのように対応するのか等、今後の課題が明らかになり、その体制整備に着手することが出来た。

【利用者の声】

- 作っただけで運用しないと、意味が無いと感じていたため、策定にだけでなくブラッシュアップ・演習支援がメニューに用意されていて、非常に助かった。
- 実際に演習を行うと、策定時には気付かなかった点も見付き、今後も継続的な取り組みを行うことで実効性のあるBCPにしていきたい。



事業継続演習時の様子

事例概要

英語による賃貸住宅のネット予約システムの開発と提供

(2019年3月作成)

企業名（所在）/設立	DID-GLOBAL株式会社/平成24年8月設立
主な事業	外国人向け家具付き賃貸住宅の運営
資本金/従業員数	900万円（平成28年10月現在）/3人（平成28年10月現在）

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	IT利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	IT利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 英語を利用する外国人で大阪市内に1か月以上滞在居住するマンション個室を希望する個人及び法人をターゲットに、これまでの基礎的な賃貸住宅情報に加えて、物件設備の詳細情報や予約状況、契約のための書類を掲載し、契約を完結できるシステムの開発と提供を計画。
一般的に敬遠されがちな外国人を既存の賃貸マンション等に入居させるためには、管理会社やオーナーからの信頼が大前提。認知度向上も必要。

【きっかけ】

- 経営革新計画の承認を得ることで、信頼の獲得、認知度向上を期待。

【支援内容】

- 経営革新計画策定のメリット、策定後の優遇制度などについて説明。
- 計画案について、中小企業診断士の資格を有する府職員が個別面談で具体的にアドバイスを複数回実施。
- 平成28年度 経営革新計画承認
- 計画承認後は承認企業向けメルマガにより支援施策の情報を提供。

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

経営革新計画の承認を得た新事業である賃貸住宅のネット予約システム『Apartment Japan』のWebサイトを完成させたところであり、4月より供用開始予定である。（<https://apartment-japan.com/>）
供用開始後は、営業活動のIT化による営業体制の効率化が期待でき、人員の再配置を予定している。これにより、提供する賃貸サービスの質を向上させる業務に注力することが可能となる。

【利用者の声】

- 承認後、これまでに以下のメリットが得られている。
- 取引先企業、オーナー、管理会社等に対する信用力の向上
- 入居者・入居希望者本人及び家族の安心感・信頼感の向上
- 社内での目標の共有とそれに伴う意識統一・モチベーションの向上
- 経営革新計画の承認を得ていたことで、当該WEBサイトの開発に関する事業計画・マーケティング計画等が整理されていたこともあり、中小企業庁のものづくり補助金の交付を受けることができた。

問合先

大阪府 経営支援課 経営革新G

TEL 06-6210-9494



事例概要

組合設立25周年を迎え、組合ビジョン～『役に立つ関舞協』学びと親睦のさらなる追求～を策定

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	関西舞台テレビテクノ&アート協同組合(大阪市)/平成5年7月設立
主な事業	教育情報事業、福利厚生事業
資本金/組合員数	505万円(出資金)/48社(平成30年12月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○当組合は、会場設営、照明、音響、大道具、映像、舞台、テレビ等エンターテインメント関連事業者が集まった組合。当業界は、仕事柄、現場での仕事が多く、労働時間が不規則となるため離職率が高く、人材確保に苦慮している。また、競争激化により受注単価の上昇につながらず、経営環境の厳しい状態が続いている。

○組合事業としては、技術者の育成サポート『匠塾』、時局で必要となるテーマの研修等を実施しているが、参加組合員が固定されている。組合員の経営の安定につながり、組合加入のメリットを享受していただけるような組合運営をしていきたいが、新たな事業展開が出来ていないことが課題。

【きっかけ】

○大阪府中小企業団体中央会に組合課題の相談をする中でビジョン策定の働きかけがあった。

【支援内容】

- 組合の検討会へ専門家を派遣し、組合ビジョン策定を支援
 - ・組合員企業の強み・弱み、業界動向の分析
 - ・組合員アンケートの作成・取りまとめ
 - ・検討会でのアドバイス
 - ・計画書取りまとめ補助(計画原案作成)

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

専門家支援を受け、組合や組合員企業の現状を分析した上で、今後の組合のあるべき姿、業界の目指すべき方向性(事業拡大への取組み【『匠塾』の充実・拡大・人材育成・情報発信】、交流促進への取組み【組合員の交流促進・業界の働き方改革・他団体との連携】)を示す組合ビジョンを作成。

【利用者の声】

- 組合員アンケートにより組合員の現状や組合へのニーズが把握でき、どのような事業展開を求められているかが明確になった。
- 『匠塾』の充実、人材育成機能の強化、積極的な情報発信、組合員交流等を通じて、業界の活性化が図られることを期待している。

組合ホームページ：<http://www.kanbukyo.jp/>



問合先

大阪府 経営支援課 団体G

TEL 06-6210-9498

事例概要

組合事業計画策定 ～組合組織を活かして組合員企業の事業承継を支援するための事業計画を策定～

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	協同組合関西匠の会(東大阪市) / 昭和59年1月設立
主な事業	受注斡旋事業、共同検査事業、教育情報事業
資本金/組合員数	350万円(出資金)/7社(平成30年12月現在)

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○当組合は、関西一円で工務店を営む事業者が集まった組合。これまで、本事業を活用して、組合ビジョン(H27年度)、受注斡旋事業の活性化等に関する事業計画(H28年度)、PR活動の拡充に関する事業計画(H29年度)を策定。今年度から、中小企業者の事業承継への集中支援策として税制改正、事業承継ネットワークの構築等が進む中、組合員から「組合員の事業承継に対して組合が支援するための計画づくりを行いたい」との要望があった。
○これまで、事業承継はセンシティブな問題であり、組合内ではほとんど話題に上がったことがなく、検討していくためのノウハウも有していないことが課題。

【きっかけ】

○今後の組合運営について相談している中で、大阪府中小企業団体中央会から専門家派遣を活用した事業計画策定について働きかけがあった。

【支援内容】

○組合の検討会へ専門家を派遣し、事業計画策定を支援

- ・検討会の進め方の指導
- ・組合の事業承継機能に対するアドバイス
- ・検討資料の作成
- ・計画書取りまとめ補助(計画原案作成)

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

専門家支援を受け、組合員の事業承継を組合が支援していくための事業計画(後継者も交えた情報交換の場の設定、後継者教育支援(青年部等)、組合員企業における後継者育成(インターンシップ)支援、顧客の事業承継ニーズを土業につなぐための異業種連携等)を策定。

【利用者の声】

○事業承継について漠然とイメージしていたもののどう手をつけていいか判らなかつたが、検討会に参加し議論する中で自社の承継に必要な手順が明らかになり、時間がかかることも理解したので、直ぐに着手したい。
○各社の承継をめぐる課題や苦労話が聞け、自社の事業承継を進めるヒントになった。

組合ホームページ：<http://www.kansai-takumi.com>



「匠の会」は、大阪府を拠点として、大阪府内各地の中小企業・個人事業主の事業承継を支援する組織です。事業承継に関する知識・ノウハウの共有と、事業承継のサポートを行います。相談や研修の開催、資料の提供など、事業承継のサポートに尽力いたします。



問合せ先	大阪府 経営支援課 団体G	TEL 06-6210-9498
------	---------------	------------------

事例概要

経営革新計画を活用して新商品を開発。新商品購入制度の採択をきっかけに商品の認知度を高め、安全を伝え・安心を作るモノづくりの会社として更なる飛躍を目指す。

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社ノボル電機(枚方市)/昭和25年3月
主な事業	業務用拡声音響装置製造業
資本金/従業員数	6343.6万円/100人(平成31年3月現在)

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	IT利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	IT利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○経営革新計画を通じて最軽量メガホン「かる～いホン TD501G」を開発。バリエーション品として多言語放送用メガホン「外国語しゃべ～るホン TDS_003」を発売したが、認知度向上に課題があった。

【きっかけ】

○「大阪ものづくり優良企業賞」の受賞後、世代交代に向け経営革新計画の作成に取り組み、平成29年11月に経営革新計画承認。テーマは、「船舶上の受信補助製品及び最軽量メガホンの開発による顧客利便性の向上」。以後、試作を順次行いながら、軽量・コンパクトで機能性の高い新商品の開発を行った。併せて、同時期になにわマーケティング大学の受講を通じて、新商品「かる～いホン」や「スマホ拡声ホン」のブランディング・販売促進・広報戦略を練り実行。
○更に、経営革新計画承認事業者への支援策である「大阪府中小企業新商品購入制度」を知り、新商品である最軽量メガホン「かる～いホン」で平成31年1月に認定を受けた。

【支援内容】

○府のウェブサイト等で庁内外に商品PRを実施。
○展示会等で商品PRを実施。

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

○府での導入をきっかけとして、商品の知名度や信用度が向上し、ほかの公的機関への営業活動が行いやすくなった。
○導入事例やお客様の声を紹介する販売助成用チラシを作成し、顧客開拓の手段を強化することができた。

【利用者の声】

○経営革新計画から中小企業新商品購入制度まで府の支援策を活用し、新商品の開発・マーケティング・販路開拓拡大までステップアップできた。
このうち、経営革新計画では、大局的な視点で先代の経営戦略の棚卸を行い、新戦略の立案を机上で検討できたことで、当社の強みや戦い方を把握でき、また、なにわマーケティング大学の講義を通じて、新商品「かる～いホン」や「スマホ拡声ホン」のブランディング・販売促進・広報戦略を練り、実行している。今後は、新商品認定制度では、商品の認知度を高めていきたい。



かる～いホンTD-501G(緑色)



外国語しゃべ～るホンTDS_003

問合せ先	経営支援課 経営革新G	TEL 06-6210-9494
------	-------------	------------------

事例概要

経営力強化資金の融資決定により売上増加に貢献。中長期的な安定経営に向けて金融機関等と協力しながら取組んでいく体制を確立

(2018年2月作成)

企業名（所在）/設立	A社 / 昭和47年7月設立
主な事業	内航海運業
資本金/従業員数	2,000万円 / 16人

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容〔りそな銀行の支援事例〕

【課題】

○従来、利益率の高い突発的な受注にも応えられるよう船舶を多く借りていたが、取引先鉄鋼業界の再編等により受注が低下し、昨今は営業赤字を抱えていたところ、余剰船舶を返却するなど合理化を進めてきた。一方で、鉄鋼業界の市況好転の兆しもあり、経営判断について戸惑いを感じていた。

【きっかけ】

○金融機関担当者の訪問を受け、取引先鉄鋼業界の回復の兆しを踏まえた受注の増加に伴う運転資金や今後の事業計画策定を相談。

【金融機関の支援内容】

- 今後の受注増加に対応するための事業計画策定の支援とともに、同事業計画による「経営力強化資金」融資の活用を提案。
- 安定した利益を計上できる体質を目指し、船舶を取引先と経常的な取引が見込める船に限定し返却する等意見交換。
- 事業計画を策定する際の売上増加の根拠として、原油高の影響等を運賃に転嫁すること等具体的イメージによるアドバイスを随時実施。
- その後も四半期ごとの履行状況の確認をはじめ、都度経営面に関する事項について相談対応。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 市況回復による増加受注分について、新規資金にて円滑な資金繰り対応ができた。
- 船舶毎の採算管理により、計画的な返船を実施。全体的な売上高は減収となるも、利益率が改善、営業ベースで黒字転換。
- 取引金融機関と経営についての意見交換をする機会が拡大することで財務体質及び経営判断力が向上。

【利用者の声】

- 業界の回復機運に先駆けて資金調達ができ、受注の増加にスムーズに対応することができた。
- 取引金融機関と事業計画の策定等当社の将来のために綿密な意見交換をすることができ、今後の事業安定に向けた取組について前向きに取り組むことができている。

問合先

大阪府 金融課 制度融資G

TEL 06-6210-9508

事例概要

設備投資応援融資の融資決定により、業容の拡大と雇用の創出、顧客サービスの向上を実現

(2018年1月作成)

企業名（所在）/設立	B社 / 平成25年11月設立
主な事業	介護事業（老人・生活介護等）
資本金/従業員数	100万円 / 7人

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容〔大阪信用金庫の支援事例〕

【課題】

○現在の介護事業所では人員・スペース的に手一杯であり、サービスの低下や業容拡大機会の損失の懸念があった。

【きっかけ】

○新規事業所の開設に伴う有利な資金調達と資金繰りについて金融機関に相談した。

【金融機関の支援内容】

○企業の実績やノウハウを評価し、新規投資には長期固定で低金利の「設備投資応援融資」（大阪府制度融資）の活用及び、当面の運転資金も合わせて提案した。

○設備導入については府制度融資（24百万円）、運転資金として保証協会保証付きにて8百万円を支援した。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○新規事業所の売上や既存施設の効率化により平成30年度の売上は前年度比30%程度の増加が見込まれる。また、法人全体で6名の従業員を雇用できた。入所者からは「対応に余裕ができた」との声も聞かれ、企業イメージも向上した。

【利用者の声】

○介護需要の拡大にタイムリーに投資できた。人員も確保でき、入所者サービスや従業員の負担軽減にもつながった。

問合せ

大阪府 金融課 制度融資G

TEL 06-6210-9508

事例概要

地場産業の復活をかけた設備導入

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	藤井若宮整絨(株)(泉大津市)/昭和63年7月設立 (明治23年創業)
主な事業	染色整理加工業
資本金/従業員数	500万円(平成31年3月現在)/22人(平成31年3月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 創業120年の歴史を持つ染色整理加工業の老舗であり、特にカシミアやアルパカなど高級天然素材を使用した商品の起毛仕上げにおいては世界最高品質を生む優れた技術を持つが、受注減少と海外製品との競合から業績が低迷し経営改善の途上にあった。
- このような状況の中、カシミアコートの生産市場において世界一といわれる企業から、高品質仕上加工を大口受注したが、これに対応する最新設備を導入する資金調達に苦慮していた。

【きっかけ】

- 泉大津商工会議所のちらし及びマイドームおおさかのWebサイトから当制度を知った。

【支援内容】

- 当制度の割賦販売により高圧連続デカタイザー(蒸絨機)と布目矯正機(いずれもイタリア製設備)を導入。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 取引先からの品質要求に迅速に対応して設備投資を行ったことにより、取引先から信頼を得て受注増・単価アップが図れた。
- 労働生産性が向上し、収益力が改善した。

【利用者の声】

- 技術力の高さを評価され、海外メーカーからの引き合いが増えつつある。
- 設備貸与制度の利用により、資金繰りに無理なく高額設備を導入することができた。



問合せ

大阪府 金融課 政策融資G

TEL 06-6210-9509

事例概要

老朽化した設備の更新・増設で高精度量産体制を確立

(2019年3月作成)

企業名(所在)/設立	福井精機工業(株)(大正区)/昭和60年2月設立 (昭和39年創業)
主な事業	金型製造業
資本金/従業員数	1,000万円(平成31年3月現在)/34人(平成31年3月現在)

- 成果区分 -

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

- 自動車や産業機械等に使われるベアリング用リテーナの金型において約40年の実績を有し、パワーステアリングのトップシェアメーカーからも当社の金型を採用されていたが、取引先企業の生産拠点の海外移転や経費削減の影響により受注量の減少が顕著となっていた。
- 海外金型企業との競争のためには、品質向上を図る必要があった。
- 受注や納期が集中した場合に外注に依頼するケースが多く、外注費が利益を圧迫していた。

【きっかけ】

- 金融機関からの紹介で、当制度を知った。

【支援内容】

- 平成28年度、30年度に当制度を利用し、以下の設備を導入。
【平成28年度】 NC放電加工機 他3台 (割賦販売)
【平成30年度】 立形マシニングセンタ 2台 (割賦販売)

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 自動化設備導入により、夜間無人の自動運転が可能となり工数・コスト低減を実現。外注費の削減につながった。
- 加工品質の向上、短納期化により取引先の信頼を得て、受注増が図れた。

【利用者の声】

- 設備貸与制度の利用により、資金繰りに無理なく計画的な設備投資が実現できた。
- 老朽化設備の更新・自動化により、増産要請にスムーズに対応できることはもとより、従業員のモチベーションも向上した。



問合せ

大阪府 金融課 政策融資G

TEL 06-6210-9509

事例概要

宮之阪サポーター制度を構築し、コミュニティスペースの稼働率を上昇。
チャレンジショップでのビジネスカフェ開催等で新規出店を促進

(2019年3月作成)

委託先企業名(所在) /設立・事業実施場所	委託先：株式会社都市空間研究所(大阪市) /昭和48年1月設立 事業実施場所：宮之阪中央商店街
委託先の主な事業	建築・都市地域計画の調査・研究・コンサルタント業務
資本金/従業員数	2600万円/7名

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用(付加価値向上)	サービス提供プロセスの改善	I T利活用(効率向上)

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○宮之阪中央商店街では、大規模店舗に対抗するのではなく、地域コミュニティの場として「地域になくてはならない商店街」をめざし、コミュニティスペース「チカラのみせ処 宮ノサポ」の開設や商店街サポーターの募集を開始したが、宮ノサポの稼働率が低く、またサポーターは少数でその活動も不定期となっていた。さらに、空き店舗が埋まらず商店街の担い手が不足していた。

【きっかけ】

○地域と商店街のつながりを強化し、地域コミュニティの活性化に貢献できるサポーター制度の定着を考えていたところ、本事業のチラシを見たことがきっかけ。

【支援内容】

○平成28年度課題解決プランコンテストで、優秀プランに選定。
○当該プランを実現するために必要となる経費(人件費、広告宣伝費、消耗品費等)を支出。

【プラン取組み内容】

○商店街サポーター募集チラシやアンケートを作成し、宮之阪夕市や七夕まつり等の商店街イベントで商店街サポーターを募集。
○商店街、NPO法人等の各種団体で構成された「宮ノサポ会議」を開催。
○チャレンジショップを開設し、ビジネスカフェ(接客等の講座)を開催。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○商店街サポーターが10名から21名に増加し、宮ノサポの管理運営を行えるようになり、宮ノサポ会議の月1回開催が定着した。
○宮ノサポの事業開始当初の稼働率は、ほぼ0%であったが、まちゼミや文化サークル等の定期的な利用により、事業終了時点は84%に上昇した。
○チャレンジショップに事業者が入居するとともに、ビジネスカフェ参加者が商店街の空き店舗で開業するに至った。
○これら取組みが評価され、中小企業庁の「2018はばたく商店街30選」に選定された。現在(2019年3月)サポーターは41名に増加。

【利用者の声】

○地域の方と話す機会が多くなり、その中から高齢者等の小さな困りごとをサポーターが手伝う「ちよいサポ支援」が生まれるなど、現在も継続して活動している。(委託事業者及び商店街サポーター)
○商店街イベントの定期開催が定着するだけでなく、最近では、空き店舗を活用して健康測定等を実施するなど、高齢者が元気に楽しくお買い物をしていただけるような仕組みが生まれており、宮之阪サポーター制度の定着に満足している。(商店街)



事例概要

まちのファンクラブ「あいらぶ、昭和町。」会員制度を構築。
「通り」から、エリア（まち）のなかの「活動主体」としての商店街へ。

(2019年3月作成)

委託先企業名（所在） /設立・事業実施場所	委託先：有限会社地域・研究アシスト事務所（大阪市） /平成16年6月設立 事業実施場所：文の里商店街
委託先の主な事業	地域福祉等に関する調査・研究・コンサルタント業務
資本金/従業員数	300万円/6名

－ 成果区分 －

新規顧客層への展開	商圏の拡大	独自性・独創性の発揮	ブランド力の強化	顧客満足度の向上
価値や品質の見える化	機能分化・連携	I T利活用（付加価値向上）	サービス提供プロセスの改善	I T利活用（効率向上）

課題・きっかけ・支援内容

【課題】

○文の里商店街では、約30年前には130店舗を超えていた組合員数が、平成29年には46店舗に減少。新規出店があっても組合に加入しない店舗もあり、組合員数の増加にはつながっていない。この組合員数の減少や高齢化などから商店街でのイベント等の活動の継続が難しくなっていた。なお、商店街近隣店舗同士がつながる動きや、地域イベント等があるが、商店街はこの波にうまく乗れていなかった。

【きっかけ】

○商店街サポーター創出・活動支援事業 課題解決プランを実施していた他地域の商店街の様子をみて、本事業への応募を検討。

【支援内容】

○平成29年度課題解決プランコンテストで、優秀プランに選定。
○当該プランを実現するために必要となる経費（人件費、賃借料、消耗品費等）を支出。

【プラン取組み内容】

○商店街及び地域周辺の店舗（個店）を集め、エリア（まち）として活動できる共同体（まちのファンクラブ「あいらぶ、昭和町。」）を構築。
○地域で様々な活動を持続的に行える資金確保の仕組みづくりを行う。
○会員店舗等を紹介する地域情報誌を作成。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○商店街、周辺地域の店舗、企業及び個人等が、自発的・継続的な活動主体となる会費制会員組織「あいらぶ、昭和町。」を構築した。（約230会員）
○会員店舗を紹介する情報誌を作成するとともに、毎月29日には、商店街や周辺地域の店舗をベースとしたライブイベントを開催する等、新しい集客の流れをつかった。
○現在（2019年3月）会員は280に増加。昭和町エリアだけでなく隣の西田辺エリアまでも拡大し、商店街と地域が音楽でつながるイベントが商店街内や複数の店舗等会場で行われた。

【利用者の声】

○「あいらぶ、昭和町。」は、地域に根付いた組織として、現在も会員を増やしており、商店街を含む、地域での様々なイベントも行い、大いに盛り上がっている。地域交流の要となっている。（委託事業者及び会員）
○日々の商売を切り盛りすることで手いっぱいのところ、地域のイベント等で会員から面白い提案がでたり、色々な方とつながることができてありがたい。（商店街）

問合せ先

大阪府 商業・サービス産業課 商業振興G

TEL 06-6210-9496

