

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	H30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	外注先探しの依頼を通じた取引先の拡大を通じ、単品加工から装置製作へ取扱品目の拡大につながった	S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実現！	ローバル (株)	5	大阪ものづくり優良企業賞 (MOBIO)
4	匠受賞をさらなる契機に、行政施策の活用を通じて、積極的な自社PRのきっかけを掴む。	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、継続的な取引可能な新規顧客を獲得。	(株)長寿堂恵佳	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、新規顧客を獲得	高石工業 (株)		
7	府の認証・プロモーション支援により、知名度の向上や、販路の拡大、人との出会いにより仕事の裾野が広がり、本業の受注にも貢献	(有) 種村建具木工所	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、自社オリジナル製品をブランディング ブランド価値が上がり、知名度の向上や販路拡大にも貢献	藤田金属 (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	H30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) 丸アム製作所	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	技術相談および装置使用を通じて薄膜製造技術の指導を受ける。また、大阪技術研との共同研究により新製品開発につながる技術を確立した。	(株) 岡野製作所	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	大阪技術研でにおい分析装置があることを知り、技術相談を利用 共同研究を行い、車用芳香消臭製品を開発した	(株) ダイヤケミカル		
17	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!)
18	創業初期に概算払いで補助金を交付され、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)		
19	成功起業家のメンタリングを受け中長期計画を大幅に上方修正。VC等からの資金調達を行い従業員数を倍増。大阪から世界をめざす	(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!」)

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	H30施策集 No.	事業名
20	デザイン相談から外部デザイナー活用へ。店舗用陳列棚・陳列金物開発製造販売から金属・木材のルーバースystemデザインによりインテリア空間商材開発し新分野市場参入	(株) 摂津金属工業所	17	デザイン総合相談 (D-チャレンジ)
21	ホームページリニューアルで外部デザイナーを活用	カザールホーム (株) 日本インテリアサービス		
22	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」
23	府内デザイナーと府外企業をつなぐビジネスマッチングブログの成果事例「温冷配膳車」のデザイン開発	(株) アイエス		
24	BMBでの情報発信や勉強会への参加を通じてBtoBのマッチングが成立、「ヘラ絞り」の魅力を伝える専用サイトを構築	吉持製作所		
25	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)
26	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)		
27	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
28	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)		
29	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)

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	H30施策集 No.	事業名
30	組合員と組合の次代を担う「OT青年部会」創設へ ～青年部創設事業計画策定、後継者育成・事業承継セミナー開催～	大阪玩具事業協同組合	26	組合等事業向上支援事業
31	組合事業計画策定 ～機械工具入札会の電子入札機能のクラウド化によるセキュリティ強化、AIを活用した売れ筋情報の解析等により売上増加を目指す～	大阪機械卸団地協同組合		
32	採択をきっかけに、自治体の防災用品に採用。自社で培った技術を活かし、被災時のトイレ対策という社会課題の解決に挑む	クリロン化成（株）	27	中小企業新商品購入制度
33	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）
34	設備投資応援融資の融資決定により売上が増加。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）
35	設備貸与制度を利用し事業拡大に伴う設備拡充を支援	（株）センショー	29	設備貸与制度
36	設備貸与制度を活用した製造設備導入で卸売業から製造業への円滑な移行が図れ、コスト削減、売上・利益が増加	（有）モック		
37	親子で寛ぐことができるカフェ、学習支援や子育て相談など、子育て支援に関するソーシャル・ビジネスを目的とした施設を設置運営	特定非営利活動法人トイボックス	31	商店街サポーター創出・活動支援事業
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		

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。

事例集 No.1	ビジネスマッチングサポート (MOBIO)	(2016年11月作成)	施策集 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(所在)/設立	複数企業の事例	～成果区分～	
主な事業	製造業など	新規顧客への展開	高度の加工
資本金/従業員数	〇 / 〇	独自性・独自性の発揮	ブランド力の強化
		価格や品質の見える化	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
課題・きっかけ・支援内容		結果・成果・利用者の声	
【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		【結果・成果】 ○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	



「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 (計画期間終了企業を含む)



「大阪製」ブランド認証制度



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

(2016年11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、(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。

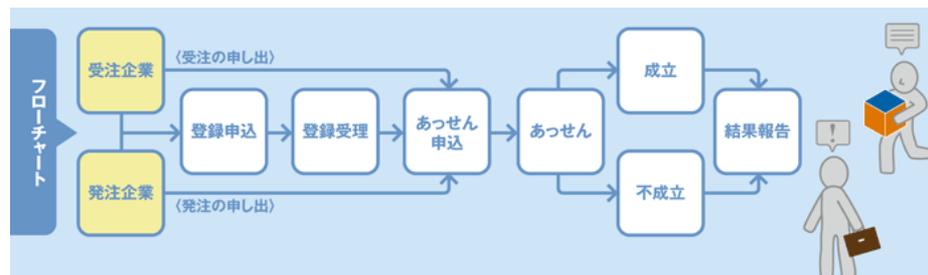
結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○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。
○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。



事例概要

外注先探しの依頼を通じた取引先の拡大を通じ、
単品加工から装置製作へ取扱品目の拡大につながった

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	S株式会社(大阪市)/昭和21年設立
主な事業	ファスナー関連、精密部品加工
資本金/従業員数	1,000万円(平成29年12月現在)/10人(平成29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	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】

○顧客からの多様なニーズに対して、これまで展示会、商工会議所などを活用して加工協力先を独自に開拓してきたが、加工協力先の確保をさらに強化するため。

【きっかけ】

○大規模展示商談会に来場し、出展していた「ものづくりB2Bネットワーク」ブースにおいて、説明を受けた。

【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と、お互いの工場見学や情報交換を行うなど、取引に留まらない、継続的な交流が続いている。

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。

○単品加工だけでなく、装置を設計から受ける案件にも対応できるようになり、新規顧客の獲得と取扱い品目の拡大につながった。

○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。

新しいビジネスパートナーを探している内外のものづくり企業のニーズ

超精密部品の発注 難加工の依頼 研究開発パートナー 試作の依頼

どんな引き合いでも!

大阪のものづくり一括紹介窓口へ



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)大阪産業振興機構)	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実現！

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	ローバル株式会社(交野市)/昭和36年1月設立
主な事業	特殊さび止め塗料の製造・販売
資本金/従業員数	1,500万円(平成30年1月現在)/23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】

- 友人(会社経営者)の勧めで担当課へ問い合わせた。

【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。
- 匠企画展やセミナーでの登壇、MOBIOホームページでの特集ページでの企業PRの機会を提供した。
- 更なるステップアップに向け、近畿経済産業局主催の「関西ものづくり新撰2017」の申請書作成支援を実施した。

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った。
- 申請書作成支援により、「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「関西ものづくり新撰2017」の受賞につながった。

【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。
- 各賞受賞をきっかけに、自社への誇りと更なるチャレンジに向けた自信につながった。





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

(2018年1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



大阪の元気!ものづくり企業



大阪府 知的財産部門

【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

結果・成果・利用者の声



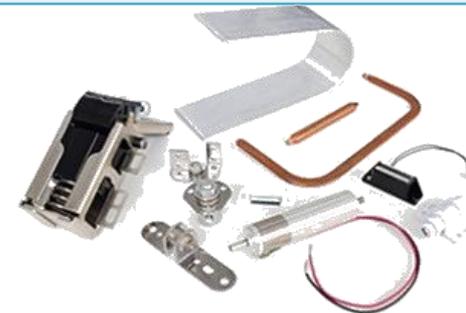
大阪の元気!ものづくり企業

【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。
- MOBIO機関誌や業界紙などの広報媒体に掲載され、露出機会が増加した。

【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、継続的な取引可能な新規顧客を獲得

(2016年11月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社長寿堂恵佳(守口市)/昭和32年6月
主な事業	製菓業
資本金/従業員数	1200万円/45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	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】

○和菓子から洋菓子まで複数のブランドを持っており、各ブランドそれぞれにおける新たな取引先の獲得と商品の知名度を向上させるため、展示会の出展を検討していたが、出展未経験のため、効果的な出展のコツなどの知識が不足していた。

【きっかけ】

○展示会の出展補助金をホームページ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82回東京インターナショナル・ギフトショー秋2016に初出展。
- 装飾経費にお金をかけることができ、効果的なPRができた。
- 開催期間中の商談件数 約60件、その後商談成立数約10件。
- 講習会で学んだノウハウを生かし、継続的な引き合いを獲得。

【利用者の声】

- 講習会を通じて、事後フォローの例など詳しく知ることができ、大変参考になった。
- 出展後1年経った今でも継続的に取引できる会社もあり、とても有意義な展示会になり、今後も積極的に販路拡大を進めていく。



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、新規顧客を獲得

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	高石工業株式会社(茨木市)/昭和23年4月
主な事業	各種精密ゴムパッキング、耐水素用Oリング、ゴムと金具の焼付け品、ゴムパッキンの成形試作、ゴム配合薬品の性能評価試験
資本金/従業員数	1,000万円/80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	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】

- 新たな取引先の開拓のため展示会へは何度か出展したものの、単独の出展だったことと思うような集客ができなかったり、効果的なPR方法のノウハウがなく、望むような成果があがらなかった。

【きっかけ】

- MOBIO開催のセミナーに参加後、個別相談を受けている際に、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6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21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】

- 出入り口付近に大きいブースを設けているため、多くの来場者の方に来て頂き、目標である有望な名刺交換数を達成することができた。
- 当日は、具体的な相談も受け、後日、訪問の約束等を取り付け成約に繋がった。
- 講習会で学んだ内容を今後の展示会出展や営業活動のノウハウとして蓄積。

【利用者の声】

- 他の共同出展企業と協力して積極的に呼び込みを行うなど大勢の企業で出展するスケールメリットも発揮して、大変効果があった。
- 共同出展で自社製品・技術をどうPRするか見直すべき内容もわかり、収穫の多い展示会となった。



事例概要

府の認証・プロモーション支援により、知名度の向上や、販路の拡大、
人との出会いにより仕事の裾野が広がり、本業の受注にも貢献

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	有限会社種村建具木工所(平野区)/昭和31年3月設立
主な事業	製造業(木製建具・木製家具 製造取付)
資本金/従業員数	300万円(平成29年4月現在)/6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】

- バブル期以降、下降の一途をたどる受注難に悩まされていた。
- 伝統の技術を残しながらも、木製建具の認知度を上げるための新製品開発の必要性があった。

【きっかけ】

- 町工場は“待ち工場”になったらダメという言葉に出会い、自ら動くことを決意。
- ステップアップとして、「経営革新計画」の承認を得たのち、「大阪ミュージアムショップ」に登録。続いて「大阪製」ブランドを申請。認証を得る。
- 新ブランドをスタートさせ、2度目の「大阪製」ブランドの認証を得る。

【支援内容】(H25年度・H28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への展示・即売を通じたプロモーション支援等

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

- 府のプロモーション支援によって、知名度の向上や販路拡大に繋がった。
- 公式認証され、府HPで公表されたことにより、信頼度もアップ。
- 新しいデザインを加えながら、本業に引き寄せる製品を誕生させることができた。
- 認証をきっかけに、MOBIOに「こんなことをしたい」とことあるごとに相談。ものづくり補助金や地域創造ファンドを活用し、仕事の裾野が広がった。

【利用者の声】

- 展示会に出すことで、外部との接触が増え、刺激を受けた。商品プロデュースやデザインを手掛ける人と知り合ったのも展示会。心強いパートナーとなった。
- 伝統や歴史だけでなく、もっと広い視野で、何が人を心地よくさせるかを考え、時代にあったものへと進化させてこそ、伝統の継承とつながる。



家具製作も得意な強みが活かされた
〈imadoco〉シリーズの〈okidoco〉。
「飾る」という機能に焦点を絞り、無駄を削ぎ
落したミニマムなデザイン。あくまでシンプルな
佇まいで、置いた場所が「床の間」の役目を
果たす。(H28大阪製認証製品)

事例概要

府の認証・プロモーション支援により、自社オリジナル製品をブランディング
ブランド価値が上がり、知名度の向上や販路拡大にも貢献

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	藤田金属株式会社(八尾市)/平成45年6月設立
主な事業	製造業(家庭用キッチン用品の企画製造販売)
資本金/従業員数	1000万円(平成29年4月現在)/20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	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】

- 以前は日本製であることの価値が今ほど高くなく、営業に行っても値段しか聞かれないし、丁寧に作り上げてそこに価値を見出してもらえなかった。
- アルミのタンブラーのヒットに続き、「カスタマイズできるフライパン」を考案。自社製品のブランディングを行う必要性を感じた。

【きっかけ】

- オリジナル製品づくりに手ごたえを感じ、「大阪ものづくり優良企業賞2014」の受賞に続き、「大阪製」ブランドの認証に挑戦。

【支援内容】(H28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への展示・即売を通じたプロモーション支援等

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

- 展示会等への出品により、短期間で知名度を上げることができた。
- 製品の評価が高まったことにより、一人の顧客が何種類も購入するようになった。
- 府のプロモーション活動により、販路拡大に繋がった。

【利用者の声】

- 新しい試みとして、もう一度「大阪製」に選ばれるような商品開発をしてみたい。今後は、外部のデザインを取り入れて、SNSで発信したくなるようなデザイン性の高いフライパンにチャレンジしたい。
- セミナーでのやりとりに次の製品のヒントが隠されている。顧客の求めに応じて、さらに軽いフライパンや蓄熱性の高い重いものなどバリエーションまで増えていく。顧客の質問は宝のようなもの。



世界にひとつ、自分だけのフライパンを作ることができる「フライパン物語」は、480通りの組み合わせから選ぶことができるオーダーメイド方式のフライパン。
フライパン物語 H28「大阪製」ブランド認証製品

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（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。



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。



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。



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。



事例概要

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

(2016年11月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社小西金型工学(東大阪市)/昭和43年10月設立
主な事業	製造業(プレス金型製造等)
資本金/従業員数	1,000万円(平成28年4月現在)/11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】

○リーマンショックの影響で、受注が減少し業績が悪化。

【きっかけ】

- MOBIO-Cafeは初回から参加。
- 業績悪化を受け府に相談したところ、「匠制度(大阪ものづくり優良企業賞)」を勧められ、H21年度応募・認証。
- MOBIOとの付き合いが深まり、常設展示にも出展。H25年Cafe-Meetingに参加。

【支援内容】(Cafe-Meeting)

- 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などでの他企業との交流、様々な行政(MOBIO、国)支援施策の活用によって、情報発信力の向上、ネットワーク・販路が拡大。「匠」制度による企業認証などによりブランド力が向上。
- 常設展示などを通じ技術・品質の見える化を実現。
- MOBIOセミナーの参加をきっかけにした商標登録も取得。

【利用者の声】

- 交流会には、意識が同レベル、意欲的な人が集まっており、経営のヒント、人脈づくり(ネットワークの形成)などに大変有効。
- 今後も、情報収集の場、人脈づくりの場の提供をお願いしたい。



事例概要

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

(2016年11月作成)

企業名(所在)/設立	近畿工業株式会社(東大阪市)/昭和26年6月設立
主な事業	製造業(金属部品の加工製作等)
資本金/従業員数	1,000万円(平成28年4月現在)/19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	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】

- 90年代以降、事業所数が減少し、域内で横のつながりを形成・維持することが困難に。技術を伝承していくためにも、横のつながりを作る場(空間・機会)を求めている。

【きっかけ】

- 常設展示場には以前から展示。横のつながりを作ることができるCafe、Cafe-Meetingの交流会にも参加。
- H23年には、発表者としてCafe-Meetingに参加し、プレゼンを行った。

【支援内容】(Cafe-Meeting)

- 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】

- 交流会を通じて、多方面で企業連携する動きにも発展し、新規取引先を開拓。
- 展示場の更新・プレゼン機会は社内教育としても有効であり、ブランド力が向上。
- 展示方法も工夫し、自社技術・製品が対外的、社内にも見える化。

【利用者の声】

- 横のつながりを作る場(空間・機会)として、Cafe(セミナー)、Cafe-Meetingの交流会は非常に効果的。
- MOBIOが能動的に企業をつなぐムーブメントに今後期待したい。



事例概要

技術相談および装置使用を通じて薄膜製造技術の指導を受ける
また、大阪技術研との共同研究により新製品開発につながる技術を確認した

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社岡野製作所(大阪市)/昭和28年4月設立
主な事業	真空・圧力・環境分野での測定器の製造
資本金/従業員数	1,000万円(平成30年1月現在)/25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】

○圧力センサの超小型化・堅牢性・耐環境性の実現が課題であった。

【きっかけ】

○薄膜の製造技術についての技術相談を薄膜作製担当の研究員に依頼。

【支援内容】

- 薄膜作製に関する技術相談。
- 薄膜試料製造装置の貸与。
- 圧力の感応部分の薄膜の作製技術を共同研究により新規開発。

結果・成果・利用者の声



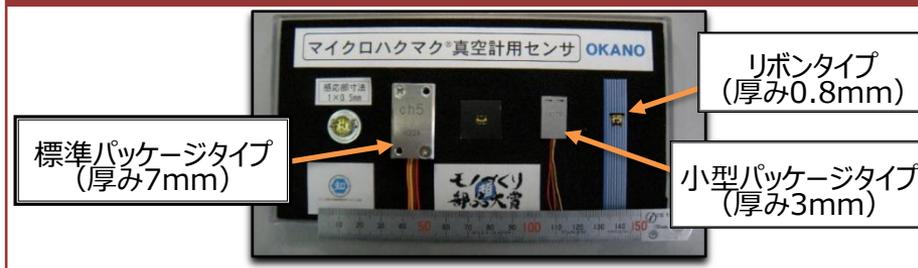
【結果・成果】

- 真空環境内ピンポイントの圧力をダイナミックに測定する圧力センサの開発に成功した。
- マイクロハクマク圧力センサの受賞歴
第26回「中小企業優秀新技術・新製品賞」(平成26年)
中小企業庁長官賞&産学官連携特別賞
第10回超ものづくり部品大賞 電気・電子部門賞(平成25年)

【利用者の声】

- 真空装置を用いた薄膜作製について相談にのってもらえた。
- 社内では保有していない薄膜作製装置を使用することができた。
- 圧力センサ開発における課題を共同研究で解決することができた。

大阪技術研と共同で開発したマイクロハクマク®圧力センサ



問合せ先	(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

大阪技術研でにおい分析装置があることを知り、技術相談を利用
共同研究を行い、車用芳香消臭製品を開発した

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社ダイヤケミカル(豊中市)/昭和42年6月12日設立
主な事業	自動車用化学製品の製造および製品販売
資本金/従業員数	3,600万円(平成29年12月現在)/83人(平成29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】

○悪臭物質に対する消臭性能の評価技術の確立が課題であった。

【きっかけ】

○大阪技術研でにおい分析装置があることを知り、課題解決のため技術相談を利用。

【支援内容】

○大阪技術研の装置を使用して、試料形状に対応した消臭性能評価を実施し、技術指導。
○共同研究を通じて、芳香・消臭性能の評価方法の確立を支援

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○芳香によるマスキング効果に加えて、悪臭の原因物質に対して消臭性能を発揮する製品を開発。
○ゲルタイプ、エアコン吹出口取付けタイプと異なるタイプの製品を開発できた。

【利用者の声】

○社内では保有していない分析装置を使用することができた。
○大阪技術研の担当者から、消臭性能の評価方法を指導してもらえた。
○消臭性能の評価技術を確立することができた。



開発された車用芳香消臭製品

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

(2018年1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	3,000万円(平成30年1月現在)/73人(平成29年9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】

○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3,280社を突破。
- 平成29年度卒の学生登録数は67,000名超。
- 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29年9月現在、73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「にしなかわレー」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!



オファーが届く逆求人型就活サイト



事例概要

創業初期に概算払いで補助金を交付され、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

(2018年1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(民間学童保育、英会話、ロボット教室)
資本金/従業員数	3,725万円(平成30年1月現在)/16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】

- 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】

- 関西初の民間学童保育施設ダングループの運営。
- 1年間でイベント動員1,000名を突破。
- 平成27年4月よりフランチャイズ展開を行い、平成29年11月には、直営と合わせて79教室を運営。
- 受賞時から従業員16名へ増加。

【利用者の声】

- 創業初期に概算払いで頂い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う事で、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。



事例概要

成功起業家のメンタリングを受け中長期計画を大幅に上方修正。V C等からの資金調達を行い従業員数を倍増。東京に移転せず、大阪から世界をめざす

(2018年1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	1億8,300万円(平成30年1月現在)/71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】

- 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】

- 上場をめざす経営者としての「メンタル強化」。
- 長期目標の設定。(7年後に売上高100億円、世界5都市で事業展開)
- 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)
- 「スマレジ」導入店舗数が40,000店舗を突破(平成29年7月)
- 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。上場後は支援側として戻って来たい。



GOOD DESIGN AWARD
2013年度受賞



事例概要

デザイン相談から外部デザイナー活用へ。店舗用陳列台・陳列金物開発製造販売から金属・木材のルーバーシステムデザインによりインテリア空間商材開発し新分野市場参入

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社摂津金属工業所/昭和11年創業 昭和42年1月設立
主な事業	製造業(店舗用陳列台・陳列金物の開発販売・住宅設備品の開発製造販売・パイプ材を主とした金属板金加工)
資本金/従業員数	3,000万円(平成30年1月現在) 67名(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	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】

- 当社の主力は、大手メーカーの協力会社として、店舗用什器を中心に製造、納入しているB to Bビジネスがメインであったが、自社の優れた技術を用いた自社ブランド商品創出に挑戦すべく、商品企画と販売チャネル開拓を模索。

【きっかけ】

- 東大阪市役所からの紹介を受け、大阪府産業デザインセンターのデザイン総合相談事業を知り、新規事業アイテムを課題として相談。

【支援内容】

- 2015年末から支援スタート。2016年のKENTEN(建築材料・住宅設備総合展)出展を目標に、コンセプト構築・商品企画・カタログ媒体製作・サイトの立ち上げ・プロモーション計画を行う。
- 開発日程を踏まえ工数管理及び定期的開発会議を実施し、試作検討を重ねた。
- 商品開発における上流から販路に至るデザイン開発視点の一气通貫体制の重要性からプロデューサー機能に長けたデザイナーを紹介。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 平成28年6月KENTENに出展し200社を超える企業が来場、好評を博し、案件も発生し、販売提携企業開拓・契約に繋がる。
- 平成28年下期以降多くの案件を受け、納品実績につながる。
- 平成29年6月に東京ビッグサイトで開催されたインテリア・ライフスタイル展に出展。販売提携先の企業の協力も得商談案件も増加。

【利用者の声】

- 自社オリジナルブランド商材の創出に向けて外部のプロデューサー機能を持つプロダクトデザイナーを活用する利点を理解でき、開発の進め方を掌握できた。

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)

TEL06-6210-9491



Room in Room

事例概要

ホームページリニューアルで外部デザイナーを活用

(2018年1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29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	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】

○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。なかなか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。

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)

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

(2016年11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28年4月現在)/33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】

○平成14年に、頭の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(株)エンジニアの代表 高崎氏が参加し、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。



事例概要

府内デザイナーと府外企業をつなぐビジネスマッチングブログの成果事例
「温冷配膳車」のデザイン開発

(2018年1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ちし、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)	TEL 06-6210-9491
------	--------------------------------------	------------------



事例概要

BMBでの情報発信や勉強会への参加を通じてBtoBのマッチングが成立、「ヘラ絞り」の魅力伝える専用サイトを構築

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	吉持製作所(大阪市)/昭和42年4月設立
主な事業	製造業(金属のヘラ絞り加工)
資本金/従業員数	2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】

○「ヘラ絞り」という素晴らしい技術が後継者不足により数年後にはなくなってしまおうという危機感をもっており、特に若い世代に知ってもらうことで、この技術を後生に残していきたい。

【きっかけ】

○大阪府産業デザインセンターの情報発信サイト「BMB」に会員登録(H19年)。BMBの勉強会に顔を出すようになり、ホームページを制作するオフィス戸部(大阪市)の戸部さんとも面識を持つようになった。

【支援内容】

○吉持氏自らBMBサイトに掲載されているマッチング情報や会員へのインタビュー記事などを参考に、ヘラ絞り加工にかける想いを的確に伝えてくれる信頼のおけるWeb事業者として最終的にオフィス戸部を選んだ。
○オフィス戸部はフルオーダーで個性を大切にしたいWebサイトの制作を心掛けており、「伝えたいことがきちんと伝わる」「見ている人を引き込んでいく」ようなコンテンツづくりや、ナビゲーション設定が今回の吉持製作所のニーズにマッチした。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

○平成29年 ヘラ絞り加工の魅力伝えるストーリー重視の「アルミ加工 特化サイト」を他社で制作するも、完成に至らなかったが、オフィス戸部に引き継いだ結果、納得のいく形に仕上がりに、更にコンテンツを発展させて情報発信していくことが可能なサイトとなった。

【利用者の声】

○大阪府産業デザインセンターのBMB勉強会や、なにわマーケティング大学の売れるWebマーケティング講座に参加し、企業ブランディングやWebマーケティング戦略を学ぶことができ、適切なWeb事業者サイトに制作を依頼することができた。



アルミ加工 特化サイト



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)	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	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】

- 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。



©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。



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	ユー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	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】

- 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る支援内容であった。

【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、もっと広まると思う。



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	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】

○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、二の足を踏んでいた。

【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ので、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

(2018年1月作成)

企業名（所在）/設立	D I D - G L O B A L 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	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】

○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】

承認から1年余りで、現時点では新規事業の準備・作成段階を終えたところであり、成果がこれからになるが、次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
- 金融機関等支援機関への承認計画資料の事前送付による融資申請作業等の円滑化
- 入居者・入居希望者本人及び家族の安心感・信頼感の向上

【利用者の声】

- 事業を実施する上での課題やスケジュール等をより明確に具体的に計画することができた。
- 既存事業を含め、新規事業に関する補足説明資料の作成を求められたが、そのまま営業ツールとして使えるものとなった。
- 事業をスタートさせることだけを考えていたが、5年計画を立てることより、スタートさせた後の事業展開についても具体的に考えることができ、やるべきことが明確になった。
- 計画を明文化することにより、社内でも、目標の共有がより明確になり、意思統一がしやすくなった。



事例概要

組合員と組合の次代を担う「OT青年部会」創設へ ～青年部創設事業計画策定、後継者育成・事業承継セミナー開催～

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	大阪玩具事業協同組合(大阪市)/昭和28年11月設立
主な事業	共同宣伝事業、共同検査事業、教育情報事業、福利厚生事業
資本金/組合員数	2,297万円(出資金)/72社(平成29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】

○玩具業界を取り巻く環境変化、組合員の減少、役員の高齢化などの状況下で、新しい取組みを進めるための組合体制強化・後継者育成が必要となっている。

【きっかけ】

○大阪府中小企業団体中央会からの事業紹介。平成28年度「組合ビジョン作成支援」を依頼。平成29年度はビジョンを具体化するため引き続き「組合事業計画作成支援」及び「組合事業活性化支援(教育情報)」を依頼。

【支援内容】

- 専門家を派遣し、検討会開催、『中期ビジョン』策定を支援。
 - ・組合員アンケート調査、現状分析、ビジョン実現のための処方箋提案
- 専門家を派遣し、青年部創設事業計画策定を支援。
 - ・進め方、創設の目的、加入資格、活動概要、青年部募集方法、活動費予算、役員構成、青年部発足プレミーティング、青年部会則、青年部の組合定款への記載、青年部の略称等を検討
- 「リビングカンパニー【生命力ある企業】生き続ける企業後継者育成と事業承継のヒント」セミナーの開催支援。

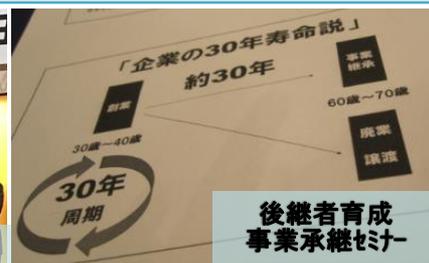
結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 組合ビジョン「組合員の事業が継続している。気楽に集まり情報交換ができています。組合員一人ではできないことを組合がサポート。」を共有化。
- 組合ビジョン策定を経て、青年部創設事業計画(案)を作成。
- 組合員及び組合の次代を担う中小企業経営者を養成する人材育成と若手経営者の連携の場となる「OT青年部会」を創設。
(OT:OSAKA TOY)
- 後継者育成・事業承継セミナーによる意識啓発。

【利用者の声】

- 専門家のアドバイスにより、組合の解決すべき業務が整理できた。
- 課題であった後継者問題について協議ができた。
- 理事会以外で検討すべき場がなかったため、新鮮であった。
- 青年部創設により、「玩具業界の組合」としての価値が高まった。
- 先進的な企業活動や組合活動に挑戦、異業種業界との連携など青年部の活動に期待する。



事例概要

組合事業計画策定 ～機械工具入札会の電子入札機能のクラウド化によるセキュリティ強化、AIを活用した売れ筋情報の解析等により売上増加を目指す～

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	大阪機械卸団地協同組合(東大阪市)/ 昭和43年3月設立
主な事業	共同購買事業、共同施設利用事業、教育情報事業
資本金/組合員数	50,544万円(出資金)/104社(平成29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	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】

○当組合は、「東大阪流通業務地区」において、工作機械・機械工具等の専門商社が集まった組合。共同展示場で毎年4回電子入札システムにより「機械工具入札会」を実施しているが、利用者からは、「入札物品が検索しにくい」、「同種の商品との比較が出来にくい」との声をいただき、組合員企業からは、「利用者のアクセス情報(売れ筋情報)の解析が出来ないのもったいない」との要望があった。

○1回当たりの来場者が2千人を超え、出品点数は約3,000点、落札(入札)額が1億円を超える規模となっており、大規模災害や障害発生時のセキュリティ対策が課題となっていた。

【きっかけ】

○新電子入札システム開発に関する補助制度の申請に向け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
 - ・会議の進め方の指導
 - ・システム開発、クラウドサービス、運用計画に対する技術的アドバイス
 - ・検討資料の作成
 - ・検討会の進行管理
 - ・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】

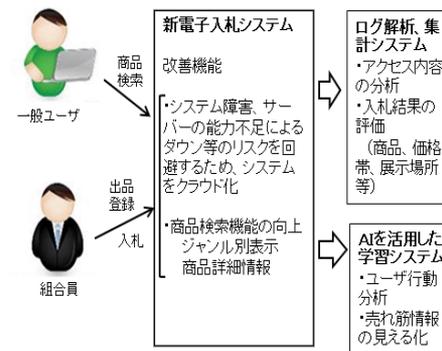
専門家支援を受け、新電子入札システムに関する事業計画を策定。

【利用者の声】

○新システムでは、「ジャンル別表示」、「出品位置情報」により、出品情報が判りやすく表示できるようになった。また、AIを活用したログ・集計システムにより、ユーザーのアクセス・入札情報等を収集・分析・解析、可視化することができ、売上増につながった。また、組合員企業からは戦略的出品が可能になったとの声をいただき感謝。

○システムをクラウド上に置くことにより、セキュリティ対策が格段に向上し、組合運営の安定化に寄与出来た。

組合ホームページ：<http://www.omdc.or.jp/>



事例概要

新商品購入制度採択をきっかけに、自治体の防災用品に採用。自社で培った技術を活かし、被災時のトイレ対策という社会課題の解決に挑む

(2016年11月作成)

企業名(所在)/設立	クリン化成株式会社(大阪市)/昭和35年10月設立
主な事業	製造業(共押し多層フィルムの製造・販売)
資本金/従業員数	3,200万円 / 186人(平成27年11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】

○高度な防臭力が求められる、医療向けの便収容袋を開発する自社技術を活かし、通常の生活においてさまざまな臭いを解決する防臭袋を開発したが、商品の知名度向上に課題があった。

【きっかけ】

- 高い研究・開発力が評価され、平成20年の経済産業省の「KANSAIモノ作り元気企業100社」や、平成22年の「大阪ものづくり優良企業賞」など多くの表彰を受けた。
- 平成26年、医療向けの便収容袋から、驚異的な防臭力を有する高性能素材「BOS」を開発・商品化した。
- 商品開発後、防災用品として府危機管理室へ営業した際に、担当者より「大阪府中小企業新商品購入制度」の紹介を受け、平成27年に認定を受けた。

【支援内容】

- 府のウェブサイト等で庁内外に商品PRを実施。
- 府危機管理室をはじめ、府の機関へサンプル配布を実施。
- 職員生協だよりに掲載し、販売機会を提供。

結果・成果・利用者の声



【結果・成果】

- 府危機管理室で防災用品として採用予定。
- 府統計課で調査協力を行った府民向け防災啓発商品として採用。
- 三鷹市役所など全国の自治体で防災訓練用サンプルや職員備蓄用として採用。
- 民間企業やマンション自治会等で職員や住民の備蓄用として採用。

【利用者の声】

- 府の認定に加え、府の防災用品として採用されることが決まったことにより、商品に対する知名度が高まり、ほかの自治体や民間企業による採用を後押しした。
- 商品の知名度向上により、新規顧客からの問合せが増えたほか、AMAZONなどのネット販売でも高い評価を得て、販売実績が向上した。



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	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〔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、船舶を取引先と定期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ます。

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。

事例概要

設備貸与制度を利用し事業拡大に伴う設備拡充を支援

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	株式会社センショー(西成区)/平成23年4月設立
主な事業	表面処理加工<鍍金(めっき)加工・研磨加工>業
資本金/従業員数	1,000万円(平成30年1月現在)/46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】

- 設立(平成23年4月)間もない中、取引先からの増産要請による設備拡充と品質向上のため設備投資が必要となっていた。

【きっかけ】

- 大阪府鍍金(めっき)工業組合の広報記事にて当制度を知った。

【支援内容】

- 金融機関の借入枠とは別枠となるため、資金調達に余裕ができること、金利面でも低廉であることを説明。
- 平成25年度から平成29年度にかけて7回にわたり計画的に当制度(割賦販売)を活用し、事業拡大に合わせ、鍍金(めっき)装置、排水処理設備などの必要な設備を導入。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 設備導入前平成25年度から設備導入後平成29年度では売上は約1.6倍、営業利益は約2.7倍増加した。

【利用者の声】

- 金融機関で融資を受ける場合、鍍金(めっき)設備は汎用性が低く、また、排水処理設備のような付帯設備はそれ自体が収益を上げる設備ではないため借入が困難であったが、設備貸与制度では、設備の性能や導入効果を理解した上で審査され、貸与が受けられるといったメリットがある。
- 設備貸与制度を利用することで計画的に設備の拡充ができ、顧客信用力の向上と売上の増加に結びつけた。



事例概要

設備貸与制度を活用した製造設備導入で卸売業から製造業への円滑な移行が図れ、コスト削減、売上・利益が増加

(2018年1月作成)

企業名(所在)/設立	有限会社 モック(寝屋川市)/平成11年10月設立
主な事業	金属部品製造業
資本金/従業員数	300万円(平成30年1月現在)/4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】

- 製品仕入先の倒産により、供給責任を果たすべく卸売業から製造業へ移行するにあたり、製造設備を整える必要があった。

【きっかけ】

- 税理士からの紹介で本制度を知った。

【支援内容】

- 初期費用を抑えることができる当制度のメリット等を説明。
- 申請時に事業計画を確認しアドバイスを実施。
- 平成27年度から平成29年度にかけて3回にわたり当制度のリースにて必要な設備を導入。

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 卸売業をしていた平成27年度と製造業に移行した平成29年度を比較すると売上は約1.4倍、経常利益も大幅に増加した。
- 立形マシニングセンタや稀少性の高いガンドリルを導入することにより、国内外の企業に外注していた作業の内製化が図れ、納期短縮と外注費削減が可能となった。
- 顧客要求に迅速に対応することが可能となり、売上増加に結びつけた。

【利用者の声】

- リースによる設備導入により、初期費用を抑えることができ、資金繰りに余裕ができた。
- 資金面での心配も無くなったことで積極的に受注活動ができ、売上増加に結びついた。
- 技術力の高さを評価され、国内のみならず海外メーカーからの引き合いも増えつつある。



事例概要

親子で寛ぐことができるカフェ、学習支援や子育て相談など、子育て支援に関するソーシャル・ビジネスを目的とした施設を設置運営

(2018年1月作成)

委託先企業名(所在) /設立・事業実施場所	委託先：特定非営利活動法人トイボックス（大阪市） /平成15年6月設立 事業実施場所：三泉商店街
委託先の主な事業	子供と若者の自立と成長を支える特定非営利活動法人
資本金/従業員数	-/54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】

- 商店街は、地域コミュニティの場として、周辺住民の「困った」を解決することで発展してきたが、今は、人口減の時代を迎え、商店街のみならず、地域コミュニティそのものが崩壊の危機を迎えているのが現状。また、商店街には、集客につながる新たな商品やサービスなどを生み出すことが必要。

【きっかけ】

- 本事業の実施に関するチラシを見たことがきっかけ。

【支援内容】

- 課題解決プランコンテストを開催し当該プランを優秀プランとして選定。
- 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、広告宣伝費、商店街会費、消耗品費等）を支出。

【プラン取組み内容】

- 商店街内に子育て支援をテーマにした複合施設「LOBBY」の設置・運営
- 「LOBBY」で臨床心理士等専門スタッフの指導による宿題カフェの開催
- 商店街との交流による地域の人材育成
- 家族で商店街を探検するまちあるきイベントの開催

結果・成果・利用者の声

【結果・成果】

- 「LOBBY」開設による空き店舗の解消及び商店街組織への加入。
- 親子での商店街への来街者数が増加。
- 商店主との交流により、子育てで新たな気づきが得られたり、こどもの目線で、商店街の魅力を再発見することができた。
- 商店街の和菓子屋等の商品とドリンクをセットにしたメニューが開発できた。

【利用者の声】

- まちあるきイベントの参加者が、その後買い物に来てくれた。（店主）
- テレビ取材のオファーなど、少しずつ注目を集める施設として評価が高まってきている。また、入場を無料にし、飲食物の持込みやWi-Fi利用を可能にしたことにより、利用ニーズが高まり、現在では、宿題カフェの開催が週1回から毎日に増えるなど、商店街において、子育て世代が集う地域コミュニティの場となっている。

(委託事業者)



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

(2018年1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	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】

○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】

○課題解決プランコンテストを開催し当該プランを優秀プランとして選定。
○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法人等の各種団体が構成された「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。

【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トが手伝う「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)

