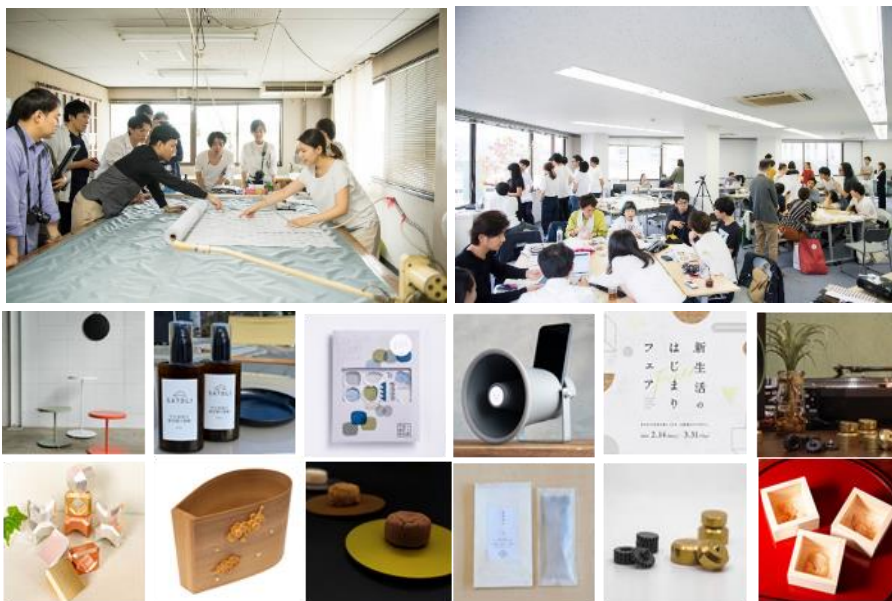




関西おもしろ企業事例集

～ 企業訪問から見える新たな

兆: KIZASHI ~

Vol.17 中小企業の成長を支える自治体等施策 編



「兆：KIZASHI」について

近畿経済産業局では、近畿2府5県における経済産業施策の総合的な窓口機関として年間1000件以上、地域企業の実態把握や施策立案のための企業訪問を行っています。

様々な特色を備えた企業が多数立地する関西では、地域のエンドユーザーの目や耳に届くことが少ない加工産業や部品製造、OEM生産をはじめ、独自技術で意欲的に新しいことにチャレンジしている「おもしろい」企業の活動に出会えるのも、この企業訪問の特徴です。

今回のKIZASHIでは、企業単体の取組ではなく、関西各地で躍動する企業を支える、特徴ある自治体等施策についてとりまとめました。それぞれの施策の概要とともにタイムラインや事業成果を紹介しておりますので、地方自治体、産業支援機関の皆様のご参考となれば幸いです。

令和4年2月17日

近畿経済産業局 総務企画部

中小企業政策調査課
2025NEXT関西企画室

目次

【プロジェクト名】

X-SCHOOL	P 1
大阪商品計画	P 3
CRAFTTHON	P 5
さかいセカンドスタートアップ	P 7
多可播州織ブランドプロジェクト	P 9
デザ経	P 11
YAOYAプロジェクト	P 13



次代を切り拓く事業を創造する、新しいデザイナー、事業家の育成を支援

伝統・文化・風土を紐解き未来へ繋ぐプロジェクト

XSCHOOLは、福井市を舞台に「革新を続ける伝統のものづくり」を行う福井のパートナー企業と各分野で先駆的な活動をする講師陣とともに、新たなデザイナー、事業家を育成しながら、次代の「事業の種」を生み出すことを目的として、2016年秋からスタートしたプログラム。全国から集まる専門性の異なるメンバーが福井に通い、文化や風土を紐解き、社会の動きを洞察しながら、未来に問いを投げかけ、プロジェクトを創出する。広義のデザインの力＝「あらゆる分野・枠組みを超え、多角的な視点から、新たな価値を生み出す力」「関係性を活かしてプロジェクトを実現する力」を共に育む。

関係人口から紡ぐイノベーション

都市圏をはじめ県内外からデザイナーやクリエイターなどが福井に集まり、ワークショップを開催。多くの参加者が初めての来福。パートナー企業でのフィールドワークやまちを探索した後、グループごとに、それぞれの「気づき」をディスカッション。講師陣のアドバイスを受けながら、外部視点でパートナー企業、福井を見つめ、特色、強み、課題などを探る。各々のバックグラウンドや創造性を武器に、次代を切り拓く事業に想いを巡らせる。

トータルで120日間の活動は、多様な職業を持つ参加者が、福井に通いながら、福井での新たな事業創造に挑戦。それぞれのグループが試作品の製作などに取り組む。試行錯誤した結果に対して、講師陣のアドバイスを受けながら、アイデアの再考やブラッシュアップを進める。そして全4回のワークショップの後、東京＆福井での発表会において、練り上げた事業プランやプロダクトをお披露目するという、アウトプットの機会までもフォローする。

様々な人々が繋がることで生まれる「チカラ」

これまでに生まれた、未来に問いを投げかけるプロジェクトの数々、そのプロセスは、多くの人の心を動かし、福井の街に「新たな人の流れと仕事」や「地域を超えた関係性」を創出している。また、都市圏の若者がチャレンジできる街として、移住・定住にも繋がっている。

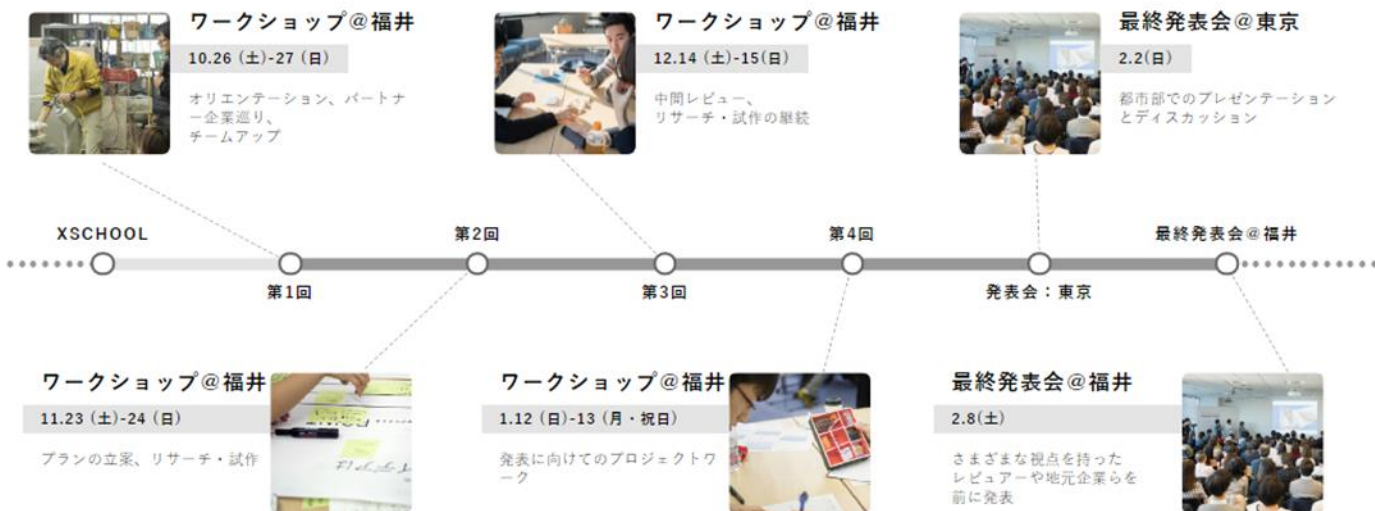
【POINT】

- 福井から地域を超えた関係性を育み、価値観・可能性をひらくプロジェクトを創出する
- 「失敗してもよいから、とにかくフルスイングで！」と声を掛け合える挑戦の場と環境作り
- 新たな人の流れと仕事づくり、その状況を可視化することで、地域を超えた関係性を創出



【主な事業タイムライン】 2019年度事業の例

XSCHOOLのプログラム



※参加企業募集は9月頃から。それ以前については、次代の「事業の種」を生み出すことの重要性を伝える各種セミナー等を開催することで、参画を検討する企業の機運を高めている。

【生まれた商品・事業化 例】



【株式会社米五 × おいしい絵巻編集部】

一般用、業務用味噌の製造・販売を行う、天保2年創業、永平寺御用達の唯一の福井の味噌屋。「XSCHOOL」を通して結成したプロジェクト・チーム「おいしい絵巻編集部」とコラボレーションして「福井 絵巻味噌」を開発。お味噌が登場する福井の民話「化けもの大蛇と四郎太夫」と、福井でつくられたこだわりのお味噌(原料の大豆、米は共に福井県産)。その両方を味わうことで、遠い昔の福井の風土を伝える観光特産が完成した。

【明林繊維株式会社】

サステナブルで個性的な繊維素材を創造する福井県のテキスタイルメーカー。自然の原料から作るアセテート、キュプラ、レーヨンを中心素材として取り扱い有名ブランドへも繊維を供給している一方で、地域や一般消費者への知名度が低いことを課題に感じた同社社長がXSCHOOLで得た人脈を活用し初の自社ブランド「DREAMiN」の開発に繋がった。



【荒井株式会社 × ノカテ】

創業より60年、福井の伝統産業である絹織物に特化した生地企画・販売を行う産元商社。新型コロナウイルス感染症拡大でマスク需要が高まる中、県内の絹織物製造事業者と協力して県産シルクを使った「洗えるシルクマスク」を開発。これを期に消費者に直接販売するD2Cをスタートさせ、購入者に同封するショップカードをXSCHOOLから誕生した「ノカテ」(ローカルメディア冊子作成チーム)とコラボすることで一気に販売が広がった。



大阪商品計画



大阪プロダクト
エコシステム創出事業



中小企業の製造事業者、生産者の持続可能な商品開発・販路開拓を支援！！

自立的な商品開発を根付かせる！

大阪商品計画は、「現状を打破したい！」「新たなスタートをきりたい！」と考える大阪のものづくり中小企業や生産者の作り手の想いを後押しするプロジェクト。

単なる講座や勉強会とは異なり、商品開発や販路開拓などにおいて自社の原点に立ち返り、専門家のアドバイスを受けながら、自力で行う商品開発や改良、販路開拓を支援する事業。成果物は大阪から全国に発信することを目的に、東京でのプロモーションやマッチング、情報発信も実施する。

自社の振り返りからテストマーケティングまで

プロジェクトは、自身でも商品を開発・販売する実績を持つアドバイザー達が事業計画から販売計画までを完全サポート。有限会社セメントプロデュースデザインや有限会社アートニクスといった大阪を代表するディレクターとの面談を通してコンセプトワークを徹底。販売戦略にもアドバイザーが伴走支援する。

1ヶ月に1回～2回程度、アドバイザーによる個別あるいはグループ指導が行われ、計画に沿った販売戦略やクリエイティビティについてのアドバイス、プロカメラマンによる「スマホで撮れる商品・人物」撮影ワークショップなども行い、中間発表ではプレゼンテーション力を強化する。

スタートから6ヶ月で商品を完成させ、東京都内の体験型店舗のスペースで、期間限定のプロモーションの実施やオンライン展示会により商品力を検証。プロモーション実施後の成果振り返りで、さらなる支援や今後のステップアップを見据える。

当プロジェクトは2015年にはじまり、これまでに100社を超える事業者の商品開発・販路開拓の支援が行われ、過去の参加企業が知り合いを勧誘するなど、支援制度としての認知も年々高まっている。

継続により生まれるものづくりマインドの変化

参加者は、ただ良いものを作るのではなく、「お客様に買ってもらえる商品作り」を学ぶことができ、プロジェクトの終了後も、その手法・マインドを活かし続けることで、自らの事業発展を目にできるという、大きな学びと変化の場となっている。

成果物の中には、事業翌年度に「大阪製ブランド製品」（大阪府事業）にチャレンジし認定されるなど、卒業生の自立的成長にも繋がっており、例年募集数以上の参加申込となっている。

【POINT】

- 自らの力で商品を開発し、販路開拓までを行う「自走力」が身につく、充実のカリキュラム
- 開発した商品を東京でプロモーション実施
- 卒業企業の躍動により向上する事業プレゼンス

パートナー：

有限会社セメントプロデュースデザイン 等

URL：

<https://www.osaka-products.jp/about/>



実施年：2015年～

【主な事業タイムライン】 2021年度事業の例



【事業を通した開発商品例】



【株式会社インターナショナルシューズ】

1955年創業の婦人靴メーカー。「もっといい靴を作ろう」をスローガンに、拘り抜いた素材選びに始まり、ミリ単位で拘るパーツの裁断から縫製まで、会社全体で一枚岩となってもものづくりに取り組む。当事業では「自社の想いや哲学を消費者に直接届けたい」という想いでメンズスニーカーの企画開発に取り組んだ。定番品として長く愛用してもらうためレディース仕様で愛用されている千鳥ミシンステッチ製法を活用して、従来のスニーカーのイメージを変える拘りの自社製品の開発に繋がった。

【株式会社武林製作所】

1972年創業の金型メーカー。メーカー等が新製品開発の度に必要になる数々のオーダー金型を寸分の狂いもなく形にしており、特に歯ブラシ用金型では高いシェアを誇る。

当事業では、1/1,000mm単位の超微細加工など金型製造技術を活かし、富士山をモチーフにしたカトラリーレスト「ITADAKI」を開発。このブランド名は、「頂上、価値あるものを大切に扱う、そして“いただきます”という意味の頂き」という想いを込めた。最高峰の技術を追求し続ける同社のプライドと真摯な姿勢を表した商品である。





新たな発想で京都ならではの「工芸」と「テクノロジー」を融合、画期的なビジネスを創出

新たな「価値観」に気づく機会として！

「CRAFTTHON」は、一般社団法人Design Week Kyoto実行委員会が新たな発想で京都ならではの「工芸文化」と「テクノロジー」を融合した画期的なサービスやプロダクトを京都から創出していくことを目的としたプロジェクト。2017年より京都を舞台として毎年開催され、2021年度は京都市、京都市サーチパーク株式会社、京都信用金庫と共に運営している。

多様性で紡ぐチームビルディング

ここでは3～4名でチームを作り、数日間のワークショップにおいて、京都の工芸、モノづくりの歴史や取り組み、技術、ビジネス環境の変化等についてインプットする。そしてテーマを元にビジネスアイデアを創出する。

チームは、同じ京都でも生活しているだけでは決して出会うことがなかった、異なるバックグラウンドを持つ人（エンジニア、クリエイター、金融機関など）で組成され、異なる常識や価値観に出会い、新たな刺激とアイデアの創出に繋げている。

ワークショップ以降は、最終プレゼンテーションに向けてアドバイザー、メンターが課題やアイデアの事業化に向けて伴走支援を実施。

最終プレゼンテーションでは、ブラッシュアップされたビジネスアイデアを、有識者や金融機関、支援者等に向けて発表し、事業の立ち上げを行う。

本プログラムで、新規事業の企画・立ち上げを経験し、これまで自分が経験したことのない役割を果たすことで、自らの意外な一面に出会えるのも大きな成果。特に近年は「サーキュラー・エコノミー」に注目したアイデアが事業化に繋がることを意識し、「作って終わり」ではない、循環型のビジネスモデルが生み出される苗床にもなっている。

「当たり前」を疑い、「挑戦」を取り入れる

これまでの「当たり前」を疑い、地域に根付いた工芸・文化との「融合」のヒントを見つけ、領域の異なるメンバーで「ものづくりのイシュー」を導き出す。そして京都の企業だからこそできるサーキュラー・エコノミーの仕組み、ものづくり分野における価値の創出、新しい事業を生むための一歩に繋がっている。

こうして多角的視座を軸にした事業だからこそ、新型コロナ禍においてもオンラインを活用して従来と変わらず事業を進めることが可能となっている。

【POINT】

- 京都の多種多様な工芸・文化やモノづくりの世界にどっぷり浸かり、知的好奇心を引き出す
- 多様なバックグラウンドを持つ人とのチームワークを体験し、違う価値観に出会う
- 新規事業の企画・立ち上げを経験し、自分の意外な一面を知る



【主な事業タイムライン】 2021年度事業の例



8月24日
～9月21日

参加者募集

新たな製品開発やサービス構築を目指す、京都の多種多様な事業者のメンバー、もしくは社会人経験が3年以上ある方を募集します。

9月26日
10月2～3日
9日～10日

チームビルディング・アイデア創出ワークショップ

9月26日に自己紹介やチームビルディングを実施します。
3～4名でチームを作ります。
10月には参加者に対してテーマや工芸のインプットをし、4日間かけてテーマをベースに1つのビジネスアイデアを作ります。

11月7日

中間プレゼンテーション

ワークショップ以降、2月の最終プレゼンテーションに向けてアドバイザー、メンターが課題やアイデアの事業化に向けて伴走支援します。

2月20日

最終プレゼンテーション

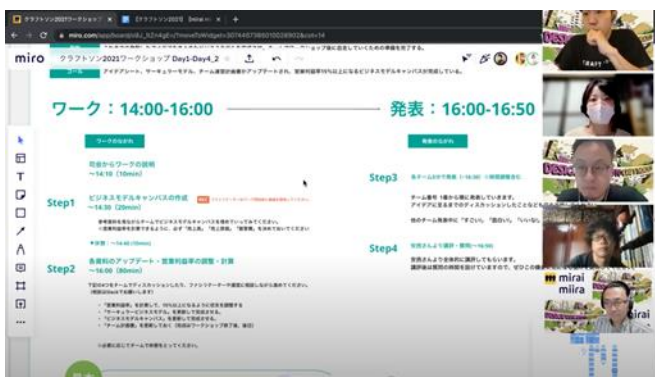
ブラッシュアップしたビジネスアイデアを、有識者や経営者に向けて発表し、事業の立ち上げを行います。

3月

事業の立ち上げへ

いよいよ世間に工芸文化の要素を取り入れた新しいビジネスモデルが発表され、始動していきます。

※2020年度、2021年度はほぼオンラインのみで事業を実施



【生まれた新事業事例】



【株式会社Qrethon】

クラフトソンを通じて確立した新事業「週末工芸」。「ものづくりをしたい人（担い手）」と「ものづくりをしている人（作り手）」をつなげ、特に自分の時間を工芸の未来に役立てたいという人に対して、ただ体験するだけではなく、自分の生活を豊かにしながら工芸分野の課題解決に関わっていくカリキュラムを提供するプラットフォーム事業。「体験以上、弟子入り未満」のユーザー層を増やすことで工芸全体の課題解決と文化の継承、新たなビジネスモデルとして事業化された。

【conkra】

モノを持ち寄るユーザーと工芸家が共に作るプロセスを経て、持っているモノをアップサイクル出来るサービス。アップサイクルしたいユーザーがオンラインサービスに登録し、工芸に知識を広く持つ仲介役が工芸家とつなげ、「リクラフト」することで、持ち込んだユーザーが買い取ってもよし、新たなユーザーに販売してもよしと、工芸の力で別のものに生まれ変わることで、時代を超えて使われ続ける「モノ」を作り出すプラットフォーム事業。





第二創業に取り組む企業が抱える様々な課題を「パートナーシップ（協働）」で解決し成長を促進

「第二創業」を鍵に結びつける協働ネットワーク

「さかいセカンドスタートアップ（SSS）」は、堺市内で第二創業に挑戦する事業者を発掘し、事業者と想定される協働先とのビジネスパートナーシップを醸成することで、ビジネスプランの実現可能性を高め、堺市における第二創業分野の持続的活性化を目指すプログラム。「数年先を見据えた、イノベーションを起こす土壌づくり」「同世代の経営者同士のネットワークづくり」「成功事例の輩出による市内企業の波及効果」を狙い、2018年から開始している。

フレームワークを活用した協働での課題解決手法

2020年までは企業に入り込んで事業計画を作り込む「伴走型事業」で、各社のイノベーションプラン作成に取り組んできたが、2021年からは新たなプラン作成ではなく、企業が思い描く新事業に対するメンタリングで「既にあるものをどう活かすか」の視点から成長支援に取り組んでいる。

近年は「REENAL（RESONA+REGIONAL）方式※」を用い、事業活動における「原点」・「山」・「谷」という3つの転換点と原因を探ることで、自社の「強み」を浮き彫りにする。次に、自社の「あるべき姿（理想）」と「現状」を比較して明らかになった「課題」に対して、これまでの取組との差である「足りないところ（＝やるべきこと）」を明確化。導き出された各企業の「課題」に対して、補完可能な「強み」を持つ企業と協働する事で「真の課

題」解決を目指す。

当初は慣れないワークショップに戸惑うものの、回数を重ね、小さな成功体験を積み重ねることで、徐々に能動的に変化。また参加者を代表者のみとするのではなく、社内で実働する社員と共に参加する仕組みとすることで、卒業後も自発的に成長を続けられるよう、数年先への成長をも意識した事業としている。

※りそな総研が活用している経営課題解決手法

個社成長だけでなく、繋がりでさらなる成長へ

自社の「強み」と「やるべきこと」を再認識し、自らが作り出すだけでなく、他社との協働（＝それぞれの強みで足りないところを補う）をベースとしたビジネスプランの策定など、新事業を考える企業の意識変化に繋がっている。

また事業の卒業生が後の参画企業のメンターとなるなど、同期企業はもちろん、旧来の異業種交流とは異なる、新たな企業間交流の「カタチ」が同事業を通して確立されている。

【POINT】

- 自社の「強み」と「やるべきこと」、「真の課題」に向き合うためのワークショップを開催
- 自社だけで課題に向き合うのではなく、ワークショップ・ピッチ&交流会を通して他社との協働（それぞれの強みで互いの不足を補う）を促す
- 経験豊富な専門人材が行うブラッシュアップ

パートナー：

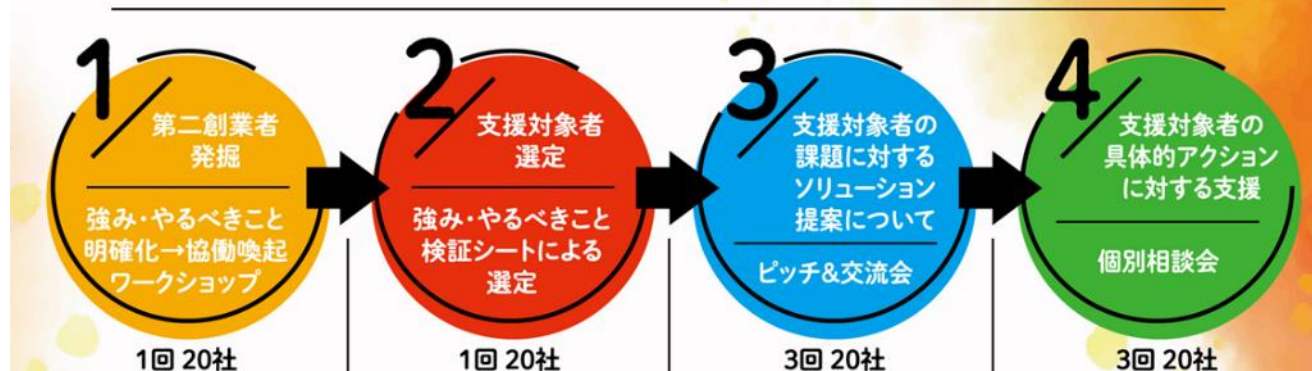
りそな総合研究所株式会社 等

URL：<https://sakai-second-start-up.com/>



さかいセカンドスタートアップ2021

堺市内で第二創業に挑戦する事業者を発掘し、事業者・想定される協働先間の
ビジネスパートナーシップを醸成し、第二創業プランの実現可能性を高め、
堺市の第二創業分野の持続的活性化を目指します。



第二創業に挑戦する堺市内事業者を20社募集。
※応募者多数の場合はセルフインタビューシートに
基づき選定。



ビジネスプランについて、想定される
協働先に対しショートプレゼンを行
い、逆提案を募ることでプランの実
現可能性を高め、第二創業に挑
戦する事業者・協働先とのリレー
ションを構築。

1回目:2021/12/20(月)
2回目:2022/2/7(月)

実現可能性の高まった第二
創業ビジネスプランについてブ
ラッシュアップ。

1回目:2021/11
2回目:2021/12
3回目:2022/ 1

【事業計画策定後に繋がった製品・事業等】



【株式会社サンエイプラテック】

プラスチックの射出成形を中心にものづくりを行う製造業。

「SSS 2 期生」で、「プラスチックのものづくりを通して環境への取
り組みを広げたい」として、生分解性プラスチックによる商品開発に
着手。堺市の環境シンポジウムのノベルティとしても採用されたり、
「生分解性プラスチックが本当に土にかえるのか」といった実証実験
をYouTubeに投稿するなど、様々な積極的な取り組みが認知されたこ
とで、高校生3名の採用に繋がるという成果も生まれている。

【弥栄商事株式会社】

屋内配線用の電線を取り扱う弥栄電線株式会社の販売
子会社。「SSS 3 期生」として常務取締役が参加し、
「旧来の販売事業以外の新しい事業創出」をミッション
として参加していたが、ワークショップを繰り返すうち
に「自信のある販売力(マーケティング分析)」は他社に
ない十分な強みであることが認識され、「新しいものを
作り出すだけが新事業ではない」という意識改革に繋が
り、「ともに戦略を練りどのようなものでも販売する」
という総合的な商社事業を推進していくことに繋がった。





220年続く伝統「播州織」 新たなスタンダードを自分たちで決める

悲観するよりも、共に「切磋琢磨」する仕組み

兵庫県西脇市、多可町を中心とした北播磨地域の地場産業である播州織。寛政4年（1792年）に京都の西陣織の技術を持ち帰り、習得した技術で織機を作ったことを起源とする220年以上続く地場産業。しかし現在は、ピーク時に比べると1割ほどの生産額にまで落ち込んでしまった。そこで「ずっと続く産業にするために」をキーワードに、伝統を紡ぐ新たなスタンダードを自分たちで決めようと、多可町商工会の呼びかけで地域の後継者達が集結。「想いをひとつにし、競争する」をテーマに、互いに刺激し合える関係性を本事業を通して構築した。

「目指すものづくり」を「共通認識」に

約1ヶ月半後に控えた東京の展示会を目指し始めた本事業は、まず参加事業者の意識ベクトル合わせから始めた。共に「地域を盛り上げたい」という想いは同じでも、それを実現する手法やコンセプトは統一されていない。そこで「播州織とは何なのか」を問い続け、「何時間かかっても、良いブランドコンセプトを作り出すためのミーティング」に着手。「播州織の良さ」を思いつくまま書き出し、まとめていくワークショップから、織り方や素材など無限にある播州織の輪郭を浮き彫りにし、これから目指していく「播州織のルール」を決め、「後世に残していきたい4つの要素」を絞り込んだ。

- ・天然素材100%（うち80%は綿）を使用していること
- ・播州地域で、染めから織り、生地仕上げまでを一貫製造
- ・220年の伝統を誇る先染め製法で製造
- ・各セクションのプロが分業で行っている

この4項目を満たした製品を地域ブランドの新たなスタンダードとして定め、参加企業がこれを守りながら独自の工夫を加える。そこで参加者同士が共に切磋琢磨し、競争する刺激を与え合う関係性が構築された。

伝統産業のアイデンティティを客観視する難しさ

220年以上も続く伝統・文化だからこそ地域にとっては「当たり前」であり、逆に言語化して伝承していくことを難しくしてしまっていた。本プロジェクトは、後継者たちが取って地域の歴史に向き合い、今だからこそ「伝え・紡ぎ続けていくべきこと」を洗い出したからこそ、伝統・文化にさらにエッジの効いたストーリーが誕生した。これをきっかけに、海外大手ブランドとの契約に至る事例も生まれるなど、今後の播州織の未来において、大きな礎となる事が期待される。

【POINT】

- 地域の未来に向けた「芯」を本気で考える
- 伝統が紡ぐ当たり前を「取って客観視」する勇気
- 共創と共に必要な「競争」関係



【主な事業タイムライン(2016年の例)】



第1回ワークショップ
7月15日

第3回ワークショップ
8月17日

展示会(東京)
9月7.8.9日

第2回ワークショップ
7月22日

第4回ワークショップ
8月22日



【新たに紡ぐブランドコンセプト】



【4つのスタンダード】

01. 天然素材100% (うち綿80%以上)
 - ・体に優しい天然素材を厳選して使用 ・ホルムアルデヒドなど有害物質は一切不使用
02. 播州地域で、染め・織り・生地仕上を一貫製造
 - ・播州の高い品質基準をクリアした良質な織物を提供
03. 220年の伝統を誇る先染め製法で製造
 - ・色落ちしない、高度な色の再現性による絶対の安心感
04. 各セクションのプロが分業で行っている
 - ・糸の染め、サイジング(糸の糊付け)、織布、仕上げ加工まで職人の分業による高い付加価値を有した織物

【ブランドロゴ「僕らの播州織」】

上下左右4本ずつの線

4つのスタンダード、4つの工程(染め・サイジング・織り・加工)が合わさることで僕らの播州織が生まれます。

水色と赤色

水色は、染色に適した播州産地の水を表現しており、赤色はメイドインジャパン品質を表しています。

丸のシルエット

上下左右の線の内側は、丸のシルエットとなっており、これは日の丸を表しています。





参加企業 / デザイナー募集

現状を打破したい。

OEM 事業承継 BtoB 経営者

デザイン経営 / ディレクション
課題解決 デザイナー

経営・デザイン一体化推進事業

デザインの力で経営を変え、生き残る経営。 ともに考え、ともにデザイン、ともに戦う

不確実性時代に備えた「新たなビジネス」を！

「デザ経」は、神戸市の中小製造業が先の見えな
い時代を生き抜く為に、デザイン視点で事業を見直
し、展開することで、企業価値を最大化させる「デ
ザイン経営*」を実践するプログラム。

経営者がデザイナー、ディレクター陣などとチー
ムを組み、これからの事業展開を見据えたデザイン
経営を行い、神戸から新たなイノベーション、「新
たなビジネス」を生み出すことに重点を置き、実力
あるデザイナーだけでなく、ディレクターやセール
ス、ファイナンスのプロフェッショナルと共に進め
る事業。

アイデンティティの見つめ直し、見据える未来

まずは「デザイン経営」についての基礎知識を学
び、企業価値を最大化するための経営基礎のレク
チャーを実施。その上で自社のアイデンティティや
強みの整理を行った上で、ビジョンの設定と課題の
整理を実施する。設定したビジョン・コンセプトを
発表し、各分野のプロフェッショナル人材の様々な
視点をもとに、フィードバック～ブラッシュアップ
セッションを繰り返し、中期経営計画の策定やカス
タマージャーニーなどの計画を設定。最後には、今
後の自社事業についてのプレゼンテーションを実施
し、新たな事業計画を作り上げていくプロジェクト
である。

これは、消費の基準が「ブランド力」に変わって

きている中にあって、「ブランドが強い経営を実現
する デザインの力で経営を変える」を実現するた
め、本事業では経験豊富なプロデューサーのもと、
ディレクターやマッチングされた参加デザイナーと
チームを結成し、成長ビジョンを描き、経営方針な
どをまとめ上げていく実践型事業といえる。

これまでの当たり前を敢えて「俯瞰する」

新たな商品(サービス)を生み出す際に、「何を作
るか?」(What)や、「どのように売ることか?」
(How)ということだけでなく、「なぜ経営活動を行
うのか?どのような未来を作りたいのか?」(Why)の
部分をしっかりと掘り考え直すことで、自社のコン
セプトや価値観の重要性を気付かせることで、現状
を打破していくことも目的である。

*「デザイン経営」とは、デザインの力をブランドの構築やイ
ノベーションの創出に活用する経営手法。その本質は、人
(ユーザー)を中心に考えることで、根本的な課題を発見し、
これまでの発想にとらわれない、それでいて実現可能な解決策
を、柔軟に反復・改善を繰り返しながら生み出していく。

【POINT】

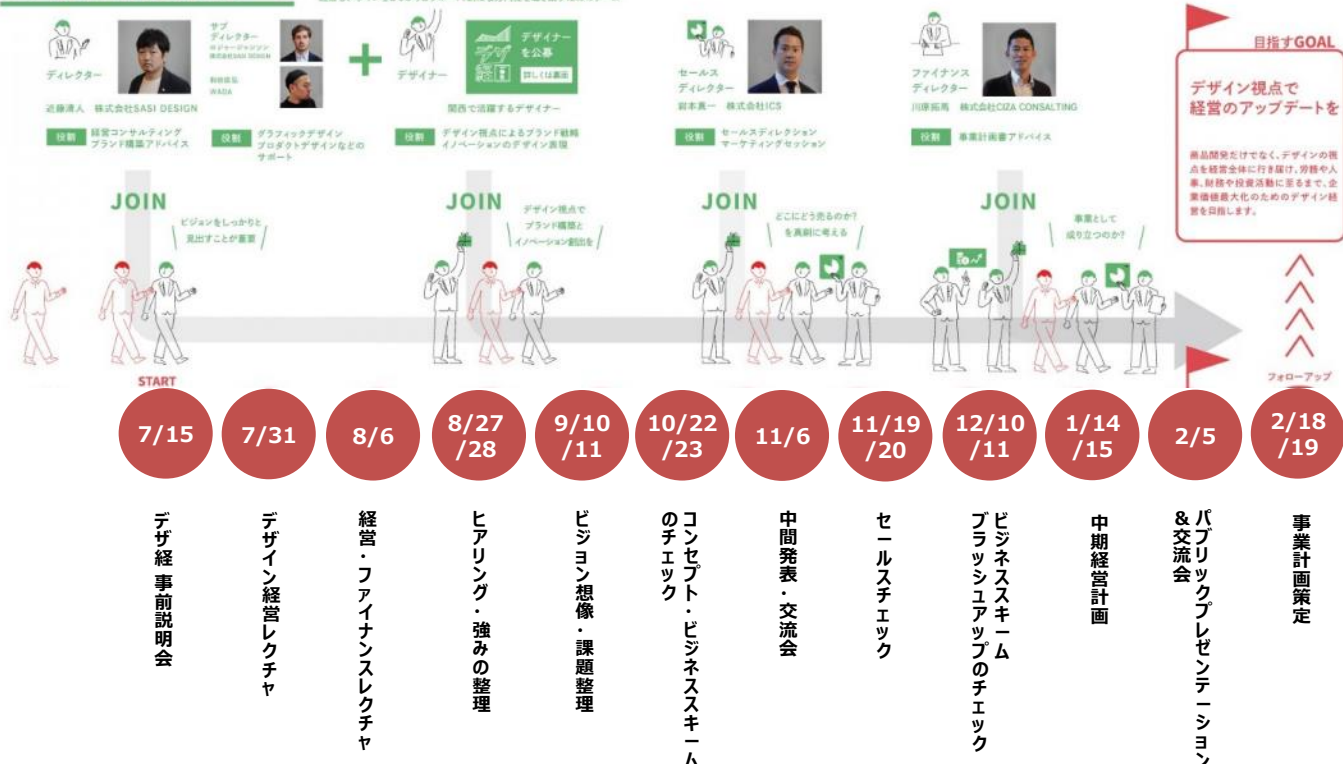
- ビジョンをアップデートし、強みを活かした経営戦略を構築
- 経営の課題をデザインの視点で解決
- 新たなビジョンを目指す経営者をプロフェッショナルのチームで支える



【主な事業タイムライン】 2020年度事業の例

デザイン経営を実現するチーム

経営もデザインもしっかりとサポート。新たな方向性を導き出すためのチーム



【事業計画策定後に繋がった製品等】



【株式会社いづよね】

神戸で安心、安全な無農薬・特別栽培米の玄米を扱う、創業132年の米屋である同社は、卸売業中心の商売で利益率確保に悩んでいた。そこで、当事業を通してブランド戦略を刷新し、「日本中のご家庭をお米で笑顔にしたい！世界一笑顔になれるお米屋さん」をコンセプトに新店舗をオープン。小売り部門の売り上げを2倍増させることに成功した。

【新和工業株式会社】

1949年に船舶用航海計器の修理事業から発足した同社は、電子機器のOEM製造業として無線応用製品の開発から製造まで可能な会社へと成長。そこで、OEMだけでなく、強みである開発力を活かした自社商品の展開を考えるために同事業を活用。デザイナーと共創し医療用酸素ボンベ専用タイマー「かんたんO2タイガー」を生み出した。



【進化を続ける支援手法】

ミライ経営塾 Wonders



神戸市内に拠点のある中小企業の経営者・経営層の方々を対象に「デザイン経営」の視点から事業成長を目指す実践型のプログラム。新たな事業開発や組織体制の見直し、販路拡大に繋がるようなネットワークや課題解決のヒントを得られる機会を提供するため、「プロダクトデザイン」「ブランドデザイン」「組織デザイン」を得意とする国内外で著名な実績を持ったビジネスプロデューサー3名をメンターとして起用。それぞれのノウハウやテクニックを惜しみなく提供いただくカリキュラムが、2021年度から行われている。
<https://www.kobe-np.co.jp/info/wonders/>



「ものを見る」ことから考え、自社を俯瞰し、 社会・市場を見据えたプロダクト開発事業

日本を支えるものづくりで、まちと共に飛躍する！

金属やプラスチック製造業を中心とした八尾市の中小企業は、高い技術力で多くの大手企業のプロダクトを支えてきた。しかし競合の範囲が世界規模に拡大し、価格競争が加熱する中、下請けやOEMを中心とした取り組みだけでは、事業を維持するのが困難な状況となってきたことから、価格競争から脱却し、八尾を「ものづくりのまち」としてリ・ブランディングするためにも、各企業が「製品開発力・営業力・ブランド力」を高めていく必要があるとして、2016年からのSTADI事業の次のステップとして、本プロジェクトが2019年から立ち上がった。

取組の礎となる徹底した地域&事例リサーチ

YAOYAプロジェクトは、地域や企業を取り巻く状況を理解するためのリサーチに始まり、参画企業と共創するクリエイター公募、そして勉強会・フィールドリサーチを進めながらプロダクトチャレンジに着手する。

勉強会は、株式会社ロフトワークを講師としたデザイン経営勉強会をはじめとして、海外市場についてはトランクデザイン株式会社や合同会社シーラカンス食堂を講師に迎え学びを深めるなど、実践だけではなく、先駆的実例のナレッジを参画企業に浸透させた。フィールドリサーチは東大阪・高岡・台湾にて実施。新規プロダクトアイデアにおけるヒント

を異文化の中に探すため、各地で積極的なアクションに取り組んだ。

クリエイターの公募の手段として、共創プラットフォーム「AWARD」※を活用。参画企業それぞれが持つ「特徴・魅力・課題」を洗い出した上で、1年目は日本語・英語・中国語で記事を作成し、国内外を問わず、クリエイターがアイデアを提案できる環境を整え、2年目はオンライン面談を採用することで国内外様々なクリエイターからのアイデアの提案に繋がった。

※ 株式会社ロフトワークが提供するオープンイノベーションプラットフォーム

「やってみる！」ために生まれる「言語化」

参画企業の中には、初めて自社製品開発に取り組む企業も少なくない。プロダクト製作の中で「どのようなインパクトを残したいのか」「商品のブランドやストーリーはどうやって生まれるのか」といった、自社の目指す未来・商品に対する言語化が進み、多くのプロトタイプ・プロダクトができあがることで、フィードバックの重要性に気付くことが出来る。

【POINT】

- これからのものづくりに求められる「デザイン」を1社にでも多く体験してもらう
- はじめてを経験し、失敗を重ねられる場所を作る
- 継続する体制や、マインドを育てる



【主な事業タイムライン(2019~2020)】



2019/7 プロジェクトスタート
2019/8-9 企業・クリエイターが採択される(2019年度)
2019/10 海外市場・デザイン経営勉強会実施
2019/11 台湾でのフィールドリサーチを実施
プロダクトの制作開始
2020/2 台湾で展示会を実施

2019

2019

企業が自社や市の特徴・価値を理解し、それを伝えられる八尾を牽引するリードカンパニーへと成長する機会をつくること

2020

2020/6 プロジェクトスタート
2020/9 企業・クリエイターが採択される(2020年度)
2019/9-10 トークイベント・フィールドワーク実施
2019/10-11 プロダクト開発・メンタリングの実施
2020/11 中間成果発表会実施

2020

クリエイターとの共創プロセスを通して企業の価値や技術が見えるフラッグシップとなるプロダクトを生み出すこと

【生まれたプロトタイプ(製品)等】

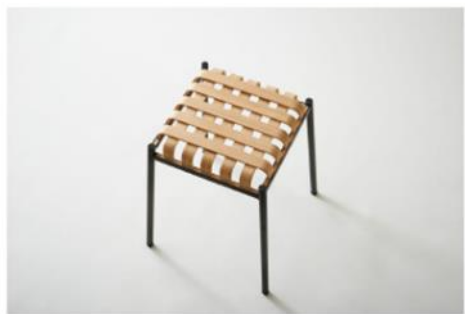
【錦城護謨株式会社】2019

工業用ゴムや土木事業を中心に活躍する同社は、同プロジェクトに参画し、初の自社ブランド製品「KINJO JAPAN E1」を開発。透明で一見ガラスにしか見えないシリコン製グラスは、産業用途で培ってきた高い成形ノウハウと技術力に裏打ちされた金型が活きた、世界でオンリーワンの製品。その後もクラウドファンディングへの目標達成や当該製品から派生した新商品を生み出し続けるなど、本プロジェクトが自社の自立的成長に繋がっている。



【株式会社オーツー】2019

BtoBに特化した椅子とテーブルの製造メーカーである同社は、本プロジェクトを通して「台湾」を舞台にクリエイターと共に新製品を生み出すことにチャレンジ。国内とは異なる商品流通を経験し、社員自らが建築家や売り場のキーパーソンと交渉する経験を踏むことで、社内で大きな意識改革につながった。今後、BtoCを見据えたものづくりに向けて、その手法を学び共有する良い機会となっている。



【谷元フスマ工飾株式会社】2020

「間仕切りによる空間価値の向上」を経営理念とし、襖や障子、木製建具やアルミ建具、パーテーションなど様々な間仕切りの製造・施工を行う同社は、日本の伝統文化として発達してきた和紙を張る技術を活かし、「暮らしを豊かに和を演出したい」という想いから同事業を通じて持ち運べる床の間「トコノマハニカム」を生み出した。事業完了後にはクラウドファンディングにも挑戦し、目標金額比200%以上を達成した。



【株式会社友安製作所】2020

インテリアやエクステリア、DIY用品など、暮らしに関わるアイテムを製造・販売する同社は、同プロジェクトに参画し、「末長く使い続けることができ、使う人が愛着を持てるような、確かな品質とデザイン性、作り手の思いが備わったものづくり」を体現すべく、「遊べる家具」をコンセプトとした「シロフォンチェア」を開発。クラウドファンディングにも成功し、さらなる販路拡大に繋げていく。



今回、本事例集で取り上げた各地の取組は、よくある補助金や税制度面での支援方法とは異なり、外部の知見を活かしながら地域企業に「学びの場」を提供し、地域企業の自立的成長を伴走支援する方法が採られています。

また、これらの事例においては、各地の「地域課題」に対する「危機感」に対し、日頃からアンテナを高く張っている自治体等職員のアイデアと創造力が、新たな支援手法の創出に繋がったものと考えられます。

この根底には、「地域課題」を解決するのは「域内産業の活性化」であり、その「域内産業の活性化」を推進するためには「自立的に躍動する企業」が増えること。つまり、「地域課題解決」と「企業の自立的成長」には、一定の相関関係にあると考えられるのです。

自立的成長を目指す企業の困りごと（研究・商品開発、事業承継、外部知見を求める多様な交流 等）に対し、地域の複数企業を対象とした面的に支える仕組み（支援策）を検討、工夫したことで、地域全体の活性化に寄与したものと考えられます。

こうした各地の取組で生まれる成果は、それを追い求めることももちろん大切ですが、取組において生まれ、積み重ねられる成功(と失敗)の可視化が、他の自治体や支援機関等にとって、非常に貴重な事例となることでしょう。

今回の事例集が、様々な地域における「新たな地域・企業支援手法」を検討する上で参考になれば幸いです。

関西おもしろ企業事例集

～企業訪問から見える新たな

兆：KIZASHI～



<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/jirei/jireitop.html>



【バックナンバー】

Vol.1	当局若手職員が注目した企業編	(R1年5月)
Vol.2	オープンファクトリー編	(R1年6月)
Vol.3	社員も会社も輝く企業編	(R1年7月)
Vol.4	20代の起業家編	(R1年9月)
Vol.5	2019上半期特別編	(R1年10月)
Vol.6	新たな価値を生み出すコネクター編	(R1年12月)
Vol.7	尖る中小企業のブランディング編	(R2年2月)
Vol.8	食品ロス削減に貢献する企業編	(R2年3月)
Vol.9	商工会議所（地域の取組）編	(R2年5月)
Vol.10	社会変化に対応する働き方編	(R2年7月)
Vol.11	新たな日常に向き合うビジネス編	(R2年10月)
Vol.12	オープンファクトリーver.2編	(R3年2月)
Vol.13	プラスチック問題を解決する10の企業編	(R3年7月)
Vol.14	手仕事が欠かせないものづくり編	(R3年9月)
Vol.15	小売・流通・サービスのデジタル活用編	(R3年11月)
Vol.16	今、スポーツが熱い～スポーツシーンを支える関西の 中小企業編	(R4年1月)

お問い合わせ先

■ 今回の事例集について

近畿経済産業局 中小企業政策調査課

T E L : 06-6966-6057

MAIL : kin-chushokigyoseisaku@meti.go.jp