経済産業省
近畿経済産業局

VOL . 20

KIZASHI

［関西おもしろ企業事例集　- 企業訪問から見える新たな兆（きざし）- ］

Jan/2023

KIZASHI

[関西おもしろ企業事例集　- 企業訪問から見える新たな兆（きざし）-]

経済産業省近畿経済産業局は、近畿2府5県（福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）における経済産業施策の総合的な窓口機関として年間1,000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。

関西はものづくりからサービスまで進取の気風をもって、特色や強みを備えた彩り豊かな企業が多数立地しています。その中にはエンドユーザーの目に届くことが少ない加工産業や、部品製造で独自技術をもって果敢に挑戦する「おもしろい」企業がたくさんあります。そんな企業に出会えることも私たちの強みの一つです。

当局では、そんな企業の挑戦を、より良い未来を見据えた変化への「兆し」と捉え、広く世の中にその兆しを届けるために「KIZASHI　[関西おもしろ企業事例集　- 企業訪問から見える新たな兆（きざし）]」として、作成、公表しています。

Information　- Vol.20-

今回の「KIZASHI vol.20」では、記念すべき創刊20号目として「不変と可変　- 揺るぎない価値観、絶え間ない挑戦-」をお届けします。

エネルギー価格や金利の動向を含めたマクロ経済の変化、中長期ではデジタル・グリーンなど、中小企業を取り巻く環境が激変しています。そのような環境変化に対応するため、不断の自己変革に取り組む企業の挑戦を支えることが経済産業省に課せられた使命です。

そこで今回は、事業環境の変化を前向きに捉え、絶え間ない「挑戦」を続ける中小企業11社に対し、当局の次世代を担う若手職員がインタビューを実施し、その「挑戦（可変）」の裏に宿る、揺るがない「価値観（不変）」を大切にしている姿を発見しました。

不確実な未来の中でも、自身の価値観を信じ、不断の挑戦を続ける企業のリアルを、是非手に取ってご覧ください。

2023年1月

近畿経済産業局　中小企業政策調査課

CONTENTS

001 INFORMATION

003 株式会社浪速工作所
技術で新たな価値を生み
世界中を笑顔に

005 株式会社たびぞう
とにかく人を喜ばせたい！
お客様の声から地域の魅力発掘を

007 ハンワホームズ株式会社
”価値のある空間”で暮らしを変える
地域とともにDX -Digital/Deposで変革（X） -

009 株式会社インテリックス
独自のビジネスモデルに
攻めと守りのＤＸを融合

011 柏原計器工業株式会社
暮らしに必要不可欠な
「水」の明日を発明する

013 株式会社千石
技術を受け継ぎ、育て、守っていく。

015 カネエム工業株式会社
独自の技術から生まれる製品は無限大
機能性とデザイン性を両立したパーツ作り

017 株式会社積進
大切なのは「モノづくりが好きかどうか」

019 株式会社アロマジョイン
香りで情報の質を高め、
コミュニケーションを豊かにする

021 株式会社ヤマナカゴーキン
やりがいをもって常にチャレンジ

023 株式会社クリーン精光
確かな加工技術”made in cleanseiko”
が生みだす確かな品質

025 編集後記・バックナンバー

note × 経済産業省 近畿経済産業局

近畿経済産業局が発行する企業事例集「KIZASHI」の公式noteを運営しています。この「KIZASHI」公式noteでは、これまでpdfで発行した「KIZASHI」の記事をnoteに掲載し、企業様の変革の兆しが多くの人の目にとまる情報発信を進めていきます。

KIZASHI公式note（外部リンク）

KIZASHI
01

株式会社浪速工作所

＃ものづくり日本大賞受賞　＃ものづくりにかける情熱　#技術で世界を笑顔に

技術で新たな価値を生み世界中を笑顔に

株式会社浪速工作所　代表取締役社長　谷本　和考

金型製造業から社会課題解決企業へ

株式会社浪速工作所は、プラスチック製品向けの金型を中心に設備、製品などを生産する会社だ。創業から現在までに３０００種以上もの新規製品を開発してきた。

設計から加工まで社内一貫で手がける中で蓄積されたノウハウを活かして、２０１８年から社会課題を解決する製品の開発をスタートした。

世界の水問題を安くコンパクトに解決

「水」という限りある資源の需要は年々高まっている。この限られた資源をどう使うのか、これはグローバルな社会課題である。

「日本のろ過装置は高価で開発途上国などで実際に使うことは非常に難しい」と谷本代表は考えた。

そこで、様々な水の課題に合わせ安全な水を作る事ができ、誰でも使用できる低価格な新型ろ過装置「クリアーノ」を開発した。

クリアーノでろ過した水は飲料水として使えるだけでなく、工業用水の処理・リサイクルなど企業が抱える排水問題に対しても効果を発揮する。また、この製品は一般的なろ過装置と比較して、シン

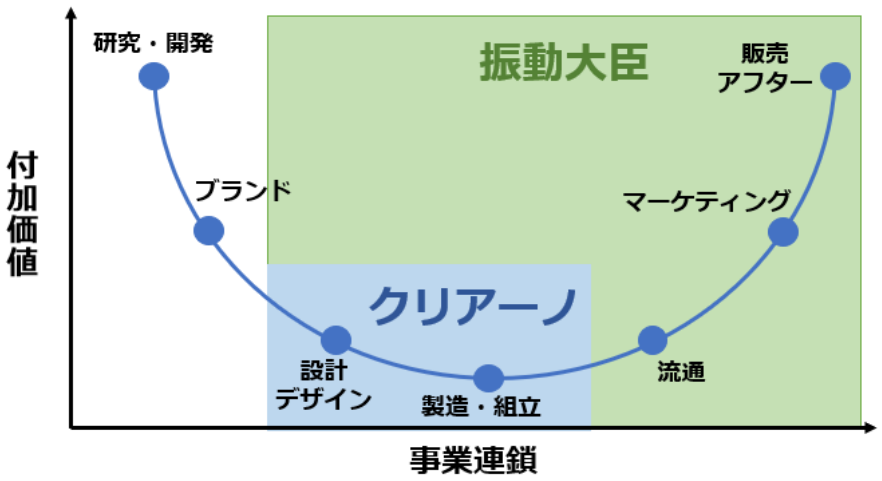
プルな構造をもつため故障の心配が少なく、フィルター交換も2年に1回と管理コストの削減にも成功した。

飲み水に使用できることは言うまでもないが、コンパクトかつ経済的、簡単な構造である利点を活かし、産業用途に応じて様々な場所での使用が期待されている。

新型濾過装置「クリアーノ」

金型屋が展開するサービス業とは

製造業として経営をしている浪速工作所だが、現在新たな製品をAIベンダーと生み出そうとしている。それが「振動大臣」だ。製造業の現場では稼働する機械の刃具がいつ折れるのかの予見が難しく、機械を24時間稼働させることができないという課題があった。そのような課題に「振動大臣」は解決へと導く。このサービスを製造現場に導入すると機械の刃が折れることをセンサーが検知・破断のパターンを分析しAIが学習する。この学習サイクルを繰り返すことで、刃の破断を未然に防止することができ、機械の24時間稼働を可能とする。



株式会社浪速工作所の製品群とスマイルカーブの関係

なぜ、谷本氏はサービス業という新たなジャンルに着目するのか。製品を作っていくだけでなくサービス業にも裾野を広げていくことで、ものづくり業にも新たな価値を見出すことを考えているからだ。

製造業が見出す新たな価値

浪速工作所は上流となる金型製造から始め、「クリアーノ」といった製品の製造及び販売を行った。現在は完全なサービス業となる「振動大臣」の開発を行っている。ものづくり業界は主に設計・デザイン・組立・製造を行っているため上図のスマイルカーブで考えると付加価値が出しづらい場所に位置しがちである。今後ものづくり業界が発展していくためにはスマイルカーブ上で付加価値が高いマーケティングや販売アフターなどを狙っていく必要がある。浪速工作所は「振動大臣」を通じ、製造や組み立てだけでなく、ものづくり業界をターゲットとしたサブスク型のサービス業へと展開しようと試みている。

ものづくりのサービス化を進めることで、浪速工作所は今後のものづくり業界の発展や成長への第一歩を踏み出していくだろう。

株式会社浪速工作所
・設立：1946年12月 ・業種：プラスチック金型・装置・自動ライン・機械の設計・製作・据付・修理
・資本金：1,000万円 ・所在地：大阪府堺市南区高尾3丁3287-2番地
・従業員数：23名 ・URL：https://naniwakousaku.co.jp/

KIZASHI
02

株式会社たびぞう

＃セルフガイドツアー　＃EVモビリティ　#着地型観光

とにかく人を喜ばせたい！
お客様の声から地域の魅力発掘を

株式会社たびぞう　代表取締役　大林　大悟

コロナ禍がきっかけとなった事業転換

一見どこにでもあるような川や田んぼ。そんな地域の原風景に着目し、魅力的な人気スポットに転換させたのが、株式会社たびぞうだ。利用客は5つのコースから行き先を選び、オリジナルのマップを手に、バイクやトゥクトゥクといったEVモビリティを活用しサスティナブルに城崎の地を巡る。同社が提供する「城崎ぷちたび」は、着地型観光（※）でありながら、ガイドは同行しないセルフガイドツアー。2019年に起業した当初は、近隣旅館と共にサイクリングツアーを行っていたが、新型コロナウイルスの影響により利用客は激減。一時期は売り上げがゼロになったこともあった。そんな危機的な状況がきっかけとなり、生まれた城崎ぷちたびは、密を避けながら、自由自在に楽しめる新しい旅のスタイルを提供する。

「お客様を第一に！」自由自在なセルフガイドツアー

出発前のプレガイドでは、あえて細かい説明はせず、利用客が見たいものや、やりたいことを聞き取りニーズに合った楽しみ方を紹介する。希望によっては直前でも

（※）着地型観光：旅行者を受け入れる地域で、地元に精通した人たちがつくる旅行商品。

コースの変更が可能であり、これはセルフガイド形式だからこそできる長所だ。同じコースでも、家族、恋人、友人、と一緒に巡る人によって案内のポイントを変えたり、季節や天気に合わせた見所紹介を行うなど、利用客が自分たちだけの旅を楽しめるような工夫を行っている。

また、旅のお供となるオリジナルマップには、城崎の魅力がたっぷり詰まっている。中でも一番人気のスポットは、小さな島に広がる辺り一面の田園風景だ。一見特別なものはない地域の原風景。その楽しみ方は、ツアーから帰ってきた利用客達が教えてくれたという。交通量がほとんど無く、電柱が一本もない開放的な風景は、撮影スポットとしても、電動バイクで駆け抜けても楽しめると大好評だ。

そんな同社の事業は、全国の着地型滞在プランを提供する事業者を表彰する、第3回「Attractive JAPAN Award」（㈱地域ブランディング研究所）において最優秀賞を受賞した。セルフガイド形式で感染症対策ができる点、地域資源をうまく取り入れたニューノーマルな旅のスタイルとして、先進的な体験プランを確立している点が高く評価された。

眺めるだけでワクワクする
オリジナルマップ

小回りのきくトゥクトゥク

運が良ければ出会えるコウノトリ

プレガイドの様子

地域の特徴に合わせた事業展開

「城崎を訪れた人にもっと城崎の魅力を知って、楽しんで欲しい。」そんな大林代表の思いから、同社は新たな取り組みに挑戦している。城崎温泉街には、七つの外湯があり、観光客は外湯巡りを楽しんだり、周辺のお店に立ち寄ったりとそぞろ歩きを楽しむ。一方で、高齢者の中には、歩行での移動を負担に感じる人もいる。そこで、城崎ぷちたびの営業終了後に同社のスタッフがトゥクトゥクを運転して巡回し、宿から温泉街、温泉街から宿に送り届ける取り組みを考案。トゥクトゥクによって楽に移動ができ、城崎を訪れた人皆が思う存分に散策を楽しめる。

また、2022年11月に新たに伊勢でも事業を開始した。「伊勢ぷちたび」を始めるにあたって、最も大切にしたのは、地域調査を入念に行うことだという。その観光地に行く観光客はなにをしたいのか、どれくらい滞在しているのかなど、実際の声を聞きながら確認し、観光ニーズに合わせた事業を提供出来るように進めたという。

お客様の声に耳を傾け取り入れることで、地域の新しい魅力を発掘する。株式会社たびぞうは、今後も地方観光を盛り上げていくに違いない。

株式会社たびぞう
・設立：2019年
・資本金：600万円
・従業員数：6名
・業種：旅行業
・所在地：兵庫県豊岡市戸牧539番地の8
・URL：https://tavizo.jp/puchitabi

KIZASHI
03

ハンワホームズ株式会社

＃外構・エクステリア　＃価値のある空間　#DX

”価値のある空間”で暮らしを変える
～地域とともにDX－Digital/Depos で変革(X)－～

ハンワホームズ株式会社　代表取締役　鶴　厚志

「価値のある空間」の提供を通じて豊かな暮らしを実現する

外構は、屋外と屋内をつなぐ空間であり、よりよい場所を創出するための重要な役割を担う。ハンワホームズ株式会社は、そんな外構の設計・施工を通じて「価値のある空間」の提供に尽力している。

１９９４年に地域密着型の「街の外構屋さん」としてエクステリア工事業で創業した。現在は「きっとみつかる、理想の暮らし」という企業理念のもと、一般住宅の外構工事、公園や施設・レストランの屋外空間の設計に加え、屋外家具の輸入・販売(DEPOS事業)も手がける。令和４年８月に建替えた大阪本社の新社屋では、庭家具の展示ショールームを併設しており、敷地全体がＥコマースでの商品ＰＲの場となるとともに、商品を触れて体感することができる空間となっている。

同社の強みは外構工事業者でありながら、自らが発注者のみならず、空間を訪れる来場者の目線に立った「企画・提案力」。そして、施工、納品後のアフターフォローまでを行える「総合力」だ。

そして、同社の売上は業界内でも屈指であり、近畿圏では第一位となっている。

(※)ＤＸ：デジタルトランスフォーメーションの略称。企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。（経済産業省『デジタル・ガバナンスコード 2.0』より）

「事業承継」ではなく「企業承継」

現社長の鶴厚志氏は2020年に先代から「企業承継」を行った。事業は時代とともに変化していくが、企業は持続的成長を目指すという観点から、鶴氏は事業承継のことを「企業承継」と呼ぶ。

同社は創業時からの屋外設計・施工企業としてのコアな技術を受け継ぎながら、地域のネットワークを大切にすることで、現在まで持続的な成長を続けてきた。しかし、インターネットやSNSの普及により情報の大衆化がおこっている今の時代では、これまでの強みだけでは顧客の高い満足度は得られない。このような時代においては、「事業力」ではなく「企業力」が重要となる。「顧客が多様な価値観を求める時代」において「企業力」を向上させていくため、同社が力を注ぐのは、「デジタル化の推進」（DX(※)）だ。

代表取締役　鶴　厚志氏

DXで目指すのは省人化ではなく、付加価値額の増加

鶴氏は事業を引き継いだ2020年から、顧客情報、工程・品質管理、社内のコミュニケーション、人材育成といった多岐にわたるもののデジタル化を進め、感覚に頼らず、データに基づいた判断をすることで、付加価値を生み出す土台とした。例えば、顧客情報をデジタル化することで、今までの「顧客ー担当」の属人的な関係構築から、「顧客ー従業員ー企業」のトライアングルで顧客との長期的な関係を構築することができるようになる。また、コミュニケーションのデジタル化により、現場の職員との連携がとりやすくなり、個々の能力を把握し、最も力を発揮できる場所で最大限活躍してもらうことができるようになる。

しかし、デジタル化導入当初は、変化する事への抵抗感や管理されているという不安感から、社内の壁が多くあったという。鶴氏は、社員と綿密にコミュニケーションを取り、ゴールを明確に伝えていくことで社内の壁を乗り越え、現在までのデジタル化に成功した。取組の根底にあるのは、顧客に徹底的に寄り添う気持ちである。

『日本の屋外文化、共創プロジェクト』

同社では、多様化する屋外文化や価値観を若者の視点で捉え直し、屋外文化発展の未来を考える共創プロジェクトとして、大阪芸術大学と産学連携授業を実施。日本の屋外空間を想定した商品提案に加え、3D設計まで行い、優秀作品は商品化も視野に入れるという課題解決型授業だ。

地域と創るDEPOSブランドが育む、新たな「価値ある空間」が楽しみだ。

課題解決型授業に取り組む学生と社員

ハンワホームズ株式会社

・設立：1994年　・業種：建設業、卸・小売業
・資本金：3,000万円　・所在地(本社)：大阪府泉南市幡代3丁目838-1
・従業員数：77名　・URL：https://www.hanwa-ex.com/index.html

KIZASHI 04

株式会社インテリックス

＃オーダーカーテン業界初のSPA　＃スマートオーダーシステム　＃ライブコマースへの挑戦

独自のビジネスモデルに攻めと守りのＤＸを融合

株式会社インテリックス
代表取締役社長　木村　明人

独自のビジネスモデルで高品質と低価格を両立

オーダーカーテン業界としては異例で、商社やブランドメーカーを通さず、国内外の織物・染色工場と直接生産契約し、企画・製造から小売りまでを一貫して自社で行うことで、高品質なオーダーカーテンを低価格で提供する。この特長的なビジネスモデルを武器に、日本各地に次々と直営店であるジャストカーテンをオープンさせているのが、和歌山県にある株式会社インテリックスである。本記事では、さらに同社が昨今取り組むＤＸ（※）に着目した。

「守りのＤＸ」生産管理

同社は２０１２年に、カーテンの縫製工場での生産管理において、二次元バーコードによる管理を導入した。工場で縫製作業を担うパート社員１８５名全員が一人一台リーダーを携帯し、商品に付与された二次元バーコードを読み取ることで、単一商品レベルでの工程管理を可能としている。加えて、生産現場にモニターを設置し、進捗状況のリアルタイムでの可視化・共有により「作業の見える化」を図り、進捗管理の意識向上と生産性の向上に繋げている。

「攻めのＤＸ」スマートオーダーシステム

さらに注目すべきは、同社が２０２１年11月より大手家電量販店と提携してスタートさせた「スマートオーダーシステム」である。これは、店頭に二次元バーコードを設置し、それを読み込むことで、専門知識を備えたカーテンアドバイザーに、店内からでもスマホからでも気軽にリモート相談ができるという、業界初の革新的な試みである。特に、スマホを使った自宅からのリモート相談では、実際に部屋の様子や雰囲気などを映しながら、採寸方法や柄の合わせ方を相談できる。また、注文・購入についても、店舗のみならずスマホからでも好きな時に可能である。

ジャストカーテン　東京日本橋店

(※)ＤＸ：デジタルトランスフォーメーションの略称。企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。（経済産業省『デジタル・ガバナンスコード 2.0』より）

このシステムはインテリックスが抱えていたある問題意識から生まれたものであった。オーダーカーテンは、顧客による衝動買いが起きにくく、吟味したうえで購入されるという性質を有する商品だ。そのため、販売員は顧客一人ひとりの要望に寄り添いながら、商品を提案していくことが求められる。

同社は、直営店での小売販売に加え、卸売も行っている。直営店では、オーダーカーテンにまつわる知識が豊富な同社社員が販売し、常にレベルの高い接客を行うことが可能であった。

一方、卸売では、実際に現場で商品を販売する小売店の販売員は、専門の知識を持ち合わせていないため、顧客へのきめ細やかな対応が難しい。これが売上を拡大していく上での大きな障壁となっていた。

そのような中、このシステムの導入により、卸売においても顧客は同社の優秀なカーテンアドバイザーによる専門的なアドバイスを受けることが可能となり、卸売における売上拡大に加え、新販路開拓への大きな一歩となった。また、このシステムを通じてスマホから注文があると、商品を読み込んだ店舗と本社工場の双方に受注連絡が入るため、納期の短縮につながるという面も持ち合わせている。

相談に応じる本社のカーテンアドバイザー

小売店舗に設置された
リモート相談用モニター

「アイデアは原価０円」若い力を育て、業界の先へ

「アイデアは原価０円」と笑顔をこぼす木村社長。そんな社長の溢れ出すクリエイティビティの秘訣はどこにあるのか。「ラクしたいんです」と木村社長は語る。「いかにムダを省いて効率よく仕事ができるかを常に考え、工夫を凝らし続けること」、この木村社長の想いこそが、インテリックスが業界のパイオニアたる一番の原動力となっている。

また、同社では近年、新卒採用や研修の充実等を通した若手の育成に注力している。後継者となる社長の息子の太郎氏は、大手広告代理店に新卒で勤めた後、２０１８年にインテリックスへ入社。当時、同社は拡大しつつある国内ＥＣ市場への参入を図っていたところ、太郎氏は、広告代理店での経験を存分に活かし、２０１９年６月にジャストカーテンオンラインショップをオープンさせた。現在はライブコマースの展開に向けてシステム担当者が主となり取組を進めている。インスタグラム等のＳＮＳでのライブ配信を通して、会社のイメージアップ・新たな客層へのＰＲを狙うという。若い力を育て、さらなる成長を続けるインテリックスの今後に注目だ。

株式会社インテリックス
・設立：1990年
・資本金：1,000万円
・従業員数：332名
・業種：オーダーカーテンの企画・縫製加工・販売・施工
・所在地：和歌山県和歌山市里174-1
・URL：https://www.interix.co.jp/

KIZASHI
05

柏原計器工業株式会社

＃データ利活用　＃スマートメーター　#チャレンジ精神

暮らしに必要不可欠な「水」の明日を発明する

柏原計器工業株式会社
代表取締役　三浦　直人

水道インフラから社会を変える

日本の社会問題である少子高齢化。この社会問題に、水道インフラの省人化によって解決に挑むのが柏原計器工業株式会社である。

同社は「和の精神に基づき、最新の技術と最大の活力により社会に貢献し、会社の発展と社員の幸福を求める」という経営理念のもと、常に新たなものを産み出す姿勢とチャレンジ精神を武器に、水道メーターの開発・製造・販売・検針・取り替え業務を行ってきた。

検針業務を効率化させる水道メーター

同社は水道メーターのメーカーとして業界唯一、自社一貫生産を行い、品質管理を徹底することで信頼を高める、国内市場の販売数トップシェア企業である。同社の主力製品であるIoTを活用した「ハイブリッド式水道メーター」は、無線によって水道使用量計測データの送受信を可能にし、遠隔・一括での検針を実現するものである。

これまで、各家庭の水道メーターを個別に確認して水道の使用量を計測していたが、同製品によって遠隔・一括で検針できるようになり省人化を実現。クラウドを活用したマンションの水道使用量管理や、家庭での水道使用量の見える化、災害対策への活用等、規模の大小を問わず社会の課題を幅広く解決する。

ハイブリッド式水道メーター

製品の開発背景

少子高齢化の進む日本では、検針業務を省人化しなくてはならないという思いから「ハイブリッド式水道メーター」は生まれた。開発の背景には、三浦社長自身が、幼い頃から検針業務に携わり、そ

の苦労を実感していた経験が活きている。三浦社長は、同じように苦労している人がたくさんいることを知り、日本の過ごしやすい未来社会には検針業務の効率化が求められると確信し、同製品の開発に着手した。

「苦労を一つずつ解決し、昨日より今日、今日より明日を良くしよう。この繰り返しで社会全体の明るい未来が築けるはずだ」という三浦社長の考え方があってこそ実現した製品である。

ハイブリッド式水道メーターの技術

柏原計器工業株式会社の社員の方々

社長の思いと今後のビジョン・戦略

三浦社長のこの考え方は、同社の社員にも深く浸透している。製品の改良一つとっても、製造現場やユーザーの苦労に耳を傾けることが徹底されているのだ。

例えば、従来の製品では、水道メーターが正しく設置できたかを外見から判断することが難しく、設置担当者が苦労しているという話を耳にした開発部は、正しく設置できていると電気が点灯するよう水道メーターを改良した。

また、同社は、苦労を解決するためであれば、どんなに難しいチャレンジでも否定しない。過去に機械の改良がうまくいかなかった社員に対して、三浦社長は「大丈夫。次にどう活かすかを考えればよい」と言った。その社員は、この言葉があったから次もチャレンジできる、そう嬉しそうに話す。

加えて、外部のセミナーや勉強会への出席も自由に認め、社員の学ぶ姿勢を最大限尊重している。

これらの社内風土が、「ハイブリッド式水道メーター」という技術革新を産み出したのである。今後も、様々なアイデアを形にし、社会課題を解決に導いていくだろう。

柏原計器工業株式会社
・設立：1947年
・資本金：5,000万円
・従業員数：113名
・業種：製造業
・所在地：大阪府柏原市本郷5丁目3番28号
・URL：https://kashikei.co.jp/

KIZASHI
06

株式会社千石

＃自社ブランドと特許技術の融合　＃事業移管　#価値を守る知財戦略

技術を受け継ぎ、育て、守っていく。

株式会社千石　代表取締役　千石　唯司

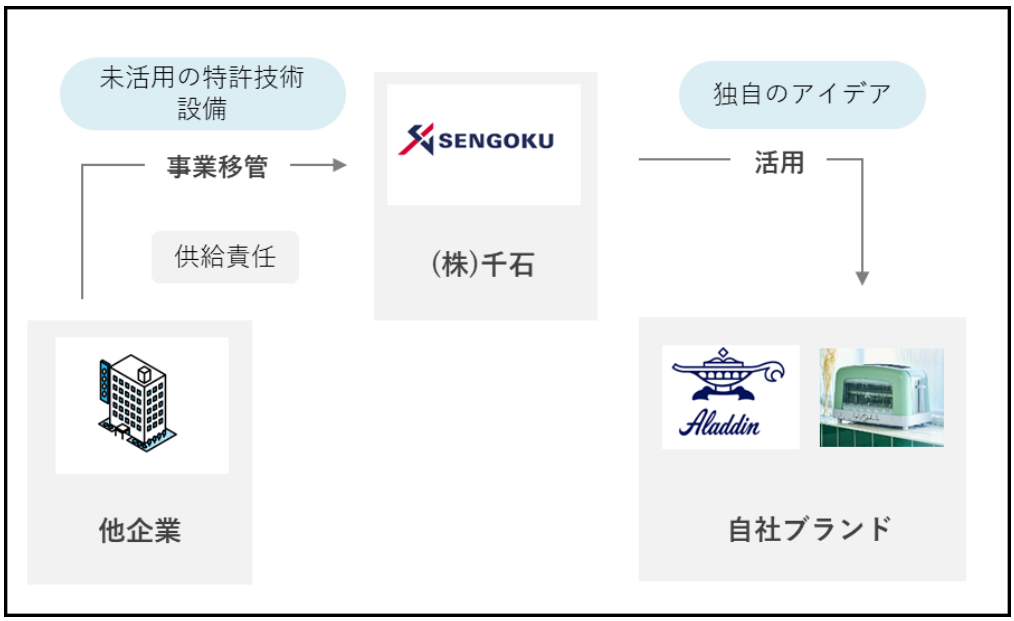
技術やノウハウを事業ごと受け継ぎ、育て上げる

2023年に創業70年を迎える株式会社千石は、部品の下請け製造に始まり、一貫した製造プロセスと高い量産化技術を活かしたOEM事業で高い評価を受けてきた。主に暖房器具などの家電製品を受注しているが、近年では独自の製品でも注目を集めている。

同社の理念は、「自分たちにないものを外部から積極的に取り入れていく」こと。他企業から技術やアイデアを事業ごと受け継ぎ、自社の事業として育てあげることで、優れた技術を無駄にすることなく、製品として世に送り出してきた。自社ブランド「アラジン」は、まさにその象徴といえる。

受け継いだ特許技術と自社ブランドの融合により生まれた「アラジントースター」

2005年に暖房器具ブランド「アラジン」の販売権を買収。そこに特許技術「遠赤グラファイト」を組み合わせ、高性能のヒーターを完成させた。瞬間発熱や柔軟性など高い性能を持つこのヒーター、元は大手家電メーカーが事業選択の過程で手放した技術である。同社が設備ごと受け継ぎ、高性能ヒーターとして売り出した。



優れた技術を磨き上げ、自社ブランドに活用

成長のキー

スピードと変革、そしてリスクヘッジ

社会の変化に柔軟かつ迅速に対応できる点に、オーナー企業の強みが活かされている。

コロナ禍には多くのメーカーで生産ラインが滞る中、同社はいち早く生産を再開。欠品の穴埋めを探す量販店からの需要に応え、販売受注が増加し、流通各社からの信頼を更に高めた。

積極的な他社との連携拡大

米国の大手企業から製造受託した際には、厳しい品質検査やスピード感、マーケット動向への敏感な反応など、日本とは全く異なる企業文化に驚いた。

一方で事業戦略での気づきも得られるなど自社の成長につながるため、他社との交流を積極的に行っている。

人材確保と適度な規模感

同社では人材を貴重認識しており、生え抜き・途中採用の垣根なく、手を挙げる従業員には積極的に仕事を任せる方針を採っている。

また、社員ひとりひとりの顔が見える適度な規模感が、社員の積極性や活発な議論を促し、多様性に富んだアイデアの源泉となっている。

さらに優れた加温機能をより活かすべく社内でアイデアを出し合い、「アラジントースター」を開発。当時は高級トースターという製品は存在しなかったが、「いいものを適正な価格で売る」という社長の決断で販売を開始し、高級トースター市場を切り開いた。

自社ブランドに頼ることなく、地に足のついた発展を目指す

今では同社の売り上げのうち、60％以上を「アラジン」ブランドが占めるが、自社ブランドの売れ行きが好調な今だからこそ、原点に立ち返ることが重要だと、同社の千石専務は語る。部品製造やOEM事業は利益率こそ見劣りするものの、安定した経営の柱となるだけでなく、取引先との信頼関係の構築にもつながるからだ。

知財戦略についても、令和3年度の知財功労賞受賞を機に、これまで以上に深く考えるようになった。外部から講師を招き、若手中心に勉強会を開催するなど、人材育成に取り組んでいる。

特許技術を引き継ぐことは、海外への技術流出を防ぐことにもつながる。今後も多様なアイデアを積極的に取り入れながら、暮らしを便利する製品を生み出し続ける。

株式会社千石
・設立：1953年
・資本金：9,600万円
・従業員数：345名
・業種：製造業（暖房器具・キッチン家電）
・所在地：兵庫県加西市別所町395
・URL： https://www.sengokujp.co.jp/

KIZASHI 07

カネエム工業株式会社

パーツの未来を作る　#機能性とデザイン性の両立　#工場×エンターテインメント

独自の技術から生まれる製品は無限大
機能性とデザイン性を両立したパーツ作り

カネエム工業株式会社　代表取締役社長　島田　真輔

「留める」金属パーツの製造と発展

靴の紐を通すための穴の補強や、アパレル用品のデザインの一部としても使用される「ハトメ」。大阪府八尾市にあるカネエム工業株式会社（以下「カネエム工業」）は、我々の日常生活に溶け込む小さなパーツ作りから出発した。

1947年の創業当初は、3種類のハトメのみを製造していたが、1970年代の若者のジーンズブームを契機に、当時の社長がジーンズリベット（※）の将来性を見込み、従来のリベット作りの技術ではなく、今ある自社の技術を活かして製造できないかと研究開発に着手。数年にわたる試行錯誤の末、従来品と比べて低コストかつ強度にも優れたジーンズリベットの大量生産に成功し、国内のジーンズ縫製工場のみならず、欧州各国を中心に爆発的な人気を博した。

現在では、アパレル業界のみならず自動車業界や建設業界においても、副資材メーカーとして多種多様な製品を提供している。

フルオーダーのパーツ製作を可能にする技術力

従来のリベットは線材から加工

（※）ジーンズリベット：主にジーンズ（デニム）のポケット部分の隅に取り付けられている金属製のパーツ。
ステッチ部分を補強する役割とデザイン性を向上させる役割がある。

するのに対し、カネエム工業では真ちゅうなどの板材から、複数の工程を連続で行う順送プレス加工によって成形する。この製法でのリベットの製造は当時、カネエム工業が世界に先駆けて開発したもので、従来の線材加工のものに比べて少ない工数ですむほか、生地の繋ぎ留めなどの機能面においても優れたモノとなっている。

近年では、デザイン性に対するニーズも多様化しているとのことであるが、カネエム工業は金型の製作から、プレス・組立・表面処理までの一貫体制で生産を行うため、顧客の要望にきめ細やかに応えることができる。島田社長によると、高品質のパーツをいかに安定して大量に作るかを追求することが、顧客との信頼関係を築く秘訣となっているという。

順送プレス機

パーツ業界に新しさとエンターテインメントを

パーツ業界にもトレンドがあり、海外市場や顧客の要望からいち早く流行を取り入れ、商品へ反映させることが求められる。先代から積み重ねてきた技術力と、パーツ作りに対するこだわりを維持し、常に新しさを追い求めることこそ、カネエム工業の強みの1つである。特に、塗装や表面処理加工においては、海外の同業他社の手法を参考に研究を重ね、約150種類の仕上げ色を展開している。鍍金業者には再現できない微妙な色合いや、最新のニーズにも応えられる表面処理を行うことができる。

今後、自社の商品や技術力をさらに広めるために、パーツ業界にエンターテインメントの要素を取り入れたいと経営企画室長の北村氏は語る。技術力以外の部分、すなわち「アイデア」と「営業力」に着目し、異色の組み合わせを工場に取り入れることで、幅広い認知の獲得と販路拡大を目指す。そのための土台として、InstagramやYouTubeといった各SNSでの広報に注力し、オープンファクトリー等のイベントにも積極的に参加をしている。

また、北村氏によるとデザイン性の高い金属パーツを開発できる強みを活かして、音楽やボードゲーム関連等のエンターテインメント市場への参入も検討しているという。副資材という性質を超えて、それだけでブランド化して売ることができないかを考え、日々試行錯誤を繰り返す。2022年で創業75周年を迎えたが、今後はマーケティングにもさらなる磨きをかけ、パーツ業界に革新を起こすべく、新しさとエンターテインメントへの挑戦を続ける。

我々の日常生活に溶け込む小さなパーツの裏側には、パーツの未来を作る人々の想いと、世界に誇る繊細な技術が隠されている。

幅広い製品に利用されるハトメ

カネエム工業株式会社
・設立：1947年
・資本金：4,500万円
・従業員数：43名
・業種：金属製品製造業
・所在地：大阪府八尾市泉町1-93
・URL：http://www.kanem.com/

KIZASHI
08

株式会社積進

#女性活躍　#誠実　#チャレンジ　#一流の技術・技能でモノづくり

大切なのは「モノづくりが好きかどうか」

株式会社積進　代表取締役社長　田中　安隆

モノづくりが好きな人のための会社

株式会社積進（以下「積進」）は、1965年に京都府京丹後市でミシン・車両部品量産工場として創業した。「航空」「宇宙・衛星」「医療」分野に加え、細かい応用力が必要な「試作品」を手掛けるなど、高い技術力が求められる仕事に挑み続ける「地域未来牽引企業（※）」である。

地方部は物流や取引先との距離において優位点が決して多いわけではない。このような中で積進は、技術力を強みに存在価値を高め、「最後には積進に頼るしかない」と言われる地位を築いている。

この背景には、モノづくりが好きな多様な社員の活躍による『しなやかな』体制づくりがあった。そこに至るまでの試行錯誤の道のりを紹介したい。

出発点は地方製造業が直面する「人材」の課題

10年前の積進の現場には、大部分を占める男性技術者が、勘と経験で仕事を進める光景があった。地元の学生は都市部へ進学したまま就職し、地方における技術人材の採用は困難を極めた。結果として、既存の技術者に、工程管理や

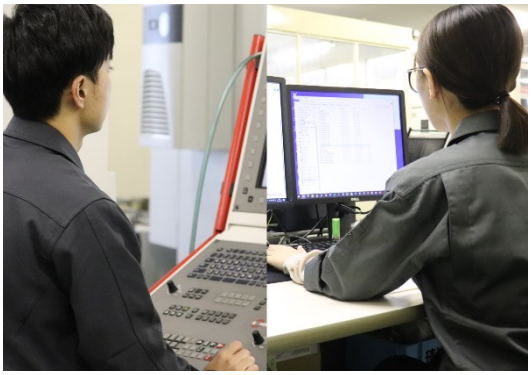
（※）地域未来牽引企業：地域内外の取引実態や雇用・売上高を勘案し、地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるとともに、地域経済のバリューチェーンの中心的な担い手、および担い手候補である企業。同社は2017年に経済産業省より認定。

事務作業がのしかかり、本来の機械操作や加工方法の検討に専念できない状況に陥っていた。

一方、積進の強みである「技術力」を絶対に諦めたくない田中社長。当時、採用活動やインターンの受入れ等を通じ、世の中には、モノづくりに携わりたい文系出身や女性が多いことに気づく。

そこで、技術者が苦手・負担とする現場業務を細分化し、技術者支援のための事務職区分を新たに創設した。モノづくりが好きな文系人材・女性に向けた採用の裾野の拡大と、現場業務の効率化・技術者が技術開発に専念できる環境づくりの一石二鳥を図ろうとしたのだ。

代表取締役社長　田中　安隆氏



現場で活躍する社員の様子

創設当初、現場には馴染みのない女性が入ることになり、戸惑いを感じていたという。しかし技術者に根気強く質問し続ける女性社員の胆力や、じっくり時間をかけて現場をフォローする田中社長の地道な努力が、現場の雰囲気を少しずつ変えていった。その成果として、熟練技術の「客観化」「見える化」が進み、専門技術を学べる教育体制の構築や、やさしいマニュアル作りにも繋がった。さらに、技術者側では、当初目的としていたコア業務に専念することが叶い、より高度な仕事に挑戦できる環境が整っていった。このようにして、現場には見慣れない人材を受け入れる体制が徐々に整い、積進の風景が変わっていたのである。

高い技術力を支える　しなやかさ、成長への姿勢

現在、積進で活躍する女性の割合は全体の約3割。「モノづくりが好き」という共通精神で集まる多様な人材が活躍することにより、強みである技術力を一層高めているのである。この背景には、技術の高みを諦めなかった田中社長の信念と、経営層、技術者、事務社員が、それぞれの立場から挑んだ新たな体制作りへの努力があった。

この挑戦を続けるのは決して簡単なことではないが、積進は今も軸がぶれることなく、性別や専攻を問わず人材採用を続けている。他にも、子供たちにモノづくりの魅力を伝え、将来のUターンに繋げたいとの思いから、継続的に学校への出前授業を行うなど、地域経済を牽引する取組を積極的に行っている。さらに近年では、外国人の人材登用も始まっている。

「今後は海外にも、分野を絞らず技術を売っていきたい」と担当者は話す。

時代に応じて、多様な人材、地域とともに成長を続ける積進。製造業をとりまく様々な環境変化にも、多様な人材によるしなやかな体制と揺るがない武器（技術力）で挑んでいる。今後立ちはだかる様々な壁も、多様な人材から生まれる創意工夫で乗り越え、地域の新たな未来を創造していくだろう。

株式会社積進

・設立：1965年1月　・業種：製造業
・資本金：4,800万円　・所在地：京都府京丹後市峰山町長岡1750番地の1
・従業員数：95名　・URL：https://www.sekishin.co.jp/

KIZASHI
09

株式会社アロマジョイン

＃アロマシューター　＃香りメディア　#ユーザー参加型プラットフォーム

香りで情報の質を高め、コミュニケーションを豊かにする

株式会社アロマジョイン　代表取締役社長　金　東煜

新しい香りテクノロジーの時代へようこそ

「香り」は記憶に直接的にリンクすることから、香りをかぐと、実体験を思い出すこともできる。香りをこうした高次元の情報としてデジタル化し、言葉や画像、音声に加えて、香りのコミュニケーションチャネルを作り出す。この新時代の香りテクノロジーを目指し、香り制御技術のリーディングカンパニーとして、２０１２年に設立したのが、株式会社アロマジョインだ。

創業者で代表の金　東煜（キムドンウク）氏は、コア技術の研究開発に18 年以上の年月を費やしてきた。そして、技術を誰にでも利用できるよう、パソコンやスマホ、VR、更にIoT装置で香りの時空間制御が可能な、嗅覚ディスプレイ「アロマシューター（Aroma Shooter®）」を開発。

アロマシューターには6種類の固形香料が入ったカートリッジが装着されており、これらをブレンドすることで、何種類もの香りを表現することができる。また、専用のソフトウェアを使用することで、映像や音響の変化に合わせて香りを瞬間的に切り替えることも可能だ。

経営理念

香りで情報の質を高める
Enhance the Quality of Information with Aroma

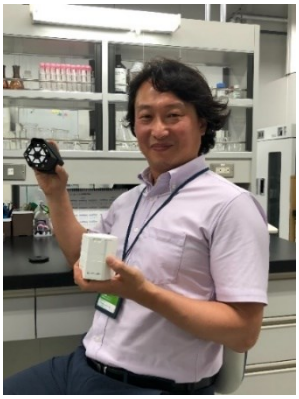
これらの機能を備えたアロマシューターは現在、香りを加えたVRによる「エンターテインメント」、フレグランス製品を提供する店舗等で集客力を向上させる「デジタルサイネージ」、空間に香りを加えることで生産性の向上等の感覚を活性化させる「空間ソリューション」の3つの事業に展開されている。

AromaPlayer®のサービスイメージ

ユーザー目線の製品づくりへ

BtoBの事業だけでなく、「今後は個人ユーザーにも積極的に販売し、香りでつながる世界を体験して欲しい」とドンウク氏は語る。従来よりも遠くまで香りを届けることができる新型のアロマシューターの開発や、クラウドファンディングを実施しているプラットフォームである「Kickstarter」にて、ユーザーが身軽に身に付けられるウェアラブルデバイスをプロモーションすることで資金調達に挑む。

また、ものづくりだけではなく、今後は付加価値を付けたソリューションサービスの提案が重要であるとし、香り制御ソフトウェアやコンテンツの企画・開発および、香り付きコンテンツプラットフォームの構築・運営にも注力している。



代表のドンウク氏

香りでつながる生活を当たり前に

ドンウク氏の出身地である韓国では、1980年にカラーテレビの放送が開始された。当時、ドンウク氏の母が「カラーでテレビが見られる時代だから、いつかテレビから香りも出る時代が来るかも」と言ったことがきっかけとなり、北陸先端科学技術大学院大学で「香りの出るテレビ」の研究を始めた。

後に、博士課程において、分子レベルでの香りの制御に成功。さらに、国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）で、五感情報通信の中の特に嗅覚のデバイスを作る研究者として、5年間の研究を行った。その成果を研究領域から実用化し、社会に貢献させたいとの考えから現在に至る。

同社は「嗅覚ディスプレイがあらゆるところに組み込まれ、かつ一人一台持つ時代と香りでつながる生活が当たり前になる文化と社会を実現する」を経営ビジョンに掲げており、今後も「嗅覚ディスプレイ」の製造販売を積極的に展開し、香りをソーシャルネットワーキングサービスなどにおいても共有できるような仕組みづくりの実現を目指す。

株式会社アロマジョイン

・設立：2012年10月3日
・資本金：8104万円
・従業員数：9名
・業種： IT、情報通信、機械、製造
・所在地：京都府京都市伏見区治部町105番地　ACT京都
・URL：https://aromajoin.com/

KIZASHI 10

株式会社ヤマナカゴーキン

#挑戦　＃東大阪　＃鍛造用金型

やりがいをもって　常にチャレンジ

株式会社ヤマナカゴーキン　代表取締役社長　山中　雅仁

はじまりは金型

1966年に設立された株式会社ヤマナカゴーキンは、ものづくりのまち東大阪を拠点に、国内外に事業展開し続ける金型メーカーである。超硬という加工が難しい合金素材を、独自の技術でいち早く金型に取り入れたところ、大ヒット。その後、自動車部品の製造に使用される金型も手がけるほどに技術を磨き、今では大手自動車メーカーの技術者たちからも厚い信頼を寄せられる会社へと成長を遂げている。

業界の大きな変革をチャンスと捉えた新たな開拓

一方、金型業界は大きな時代の変化に直面している。近年の電気自動車の需要の高まりは、従来型の自動車部品点数の減少につながり、金型業界も影響を免れない。

さらに、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う自動車の生産台数減少は、自動車関連業界に大きな打撃を与えた。自動車メーカーに対する売上が大半を占める当社も例外ではなく受注減少に直面した。

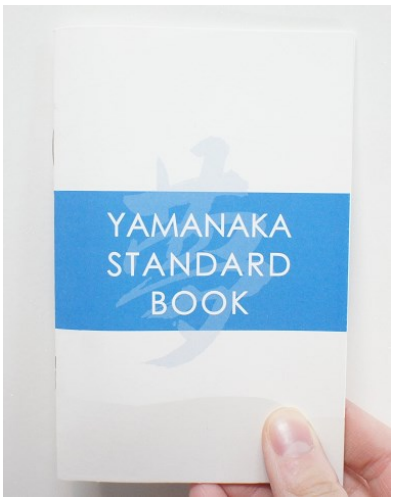
こうした時代の変化に危機感を抱きつつも、ピンチをチャンスと捉え、同社は様々な挑戦に果敢に取り組んでいる。

オポチュニティ（機会）を感じるのが楽しい

代表取締役社長　山中　雅仁氏

「『挑戦』は当社の先代からのポリシーで、チャレンジについては、前向きに捉える風土がある」そう語る山中社長は、業界他社に先んじた取組を自ら先導してきた。

例えば、今では同社を代表する事業の一つに成長しているセンサー事業も、立ち上げ当初は厳しかったものの「長い時間をかけて解決できることだからこそ、そこに強みが生まれる」という信念を貫き挑戦を続けてきた。国内外の業界や学会とも広く交流するなど、新たな可能性を常に探求し、粘り強く実践する山中社長の姿勢は、同社が目指す方向性を体現する。



若手社員が中心となり作成した
会社のビジョン等をまとめたハンドブック

「1つのことだけをやっていると、いずれダメになる。色々なことに挑戦し、オポチュニティ（機会）を感じるのが面白い」と話す山中社長は、社員に対しても新たなことに積極的に挑戦してほしいと呼び掛けている。

このため、社員の行動評価と実績評価を連動させ、日々の細かなチャレンジを拾い上げて評価する仕組みを作るなど、社員が既存のやり方にとらわれない行動を起こしやすい社内環境づくりにも力を入れている。

また最近では、若手社員を中心としたチームをつくり、これまで先輩社員が大事にしてきた社是や社訓、当社のビジョンをまとめた社員向けのハンドブックを作成した。山中社長は「技能習得も大事だが、若手が積極的にこうした取組に関わり、組織のイズムを自ら考えることもまた重要だ」と考えており、社内全体の雰囲気作りにも目を配らせている。

会社のビジョンと自分の仕事を繋げることが大事

新型コロナウイルスは、生産現場のあり方にも大きな課題を突きつけた。現場では、技能者が複数の作業工程を担うことができない場合、1人が休むことで製造ラインがストップしてしまうリスクが生じる。このため同社では、社員が相互に技能を教え合う研修の時間を毎日30分確保するなど、技能者が複数工程をこなすことができる多能工化を目指した取組を進めている。

また、工場内の3S活動（整理・整頓・掃除）徹底のために更に毎日30分を費やし、自らの作業を振り返る機会を設けたり、3Sの社内講師の育成などにも取り組んでいる。

生産現場を統括する山中部長は「結局そこができていなければ、生産を進めても出戻りも多くなり、非効率になるので大事にしている」と話す。そして「工場における各自の仕事について、チャレンジできることはないか、何か改善できないかをいつも意識してもらえるように話をしている」と言うように、山中部長は会社のビジョンを現場に浸透させる橋渡し役も務めている。

組織開発担当部長　山中　義貴氏

挑戦の風土を社内で共有し更なる高みへ

山中社長は同社をより成長させるためにも、今後はよりいっそう「挑戦の風土」を社内で共有していきたいと言う。今までも様々なことにチャレンジをしてきた同社であるが、社員全員がチャレンジを行いやすいように、マネジメント面でも更に取組を強化していくことが必要と考えている。

また山中部長は、生産現場の実態を踏まえ、経営ビジョンを社員全体に根付かせるためには、社員とのコミュニケーションや関与のバランスが大事だと指摘する。

今まさに大きな変革を迫られている業界において、確かな技術を持ち、社内外のコミュニケーションを大切にし、会社が目指す姿を社員と共有し更に前に進もうとしている同社は、今後も新たな価値の創造に挑戦していくに違いない。

株式会社ヤマナカゴーキン
・設立：1966年
・資本金：8,500万円
・従業員数：国内200名、海外250名
・業種：金型製造業、機械、ソフトウェア
・所在地：大阪府東大阪市加納4-4-24
・URL：https://www.yamanaka-eng.co.jp/

KIZASHI
11

株式会社クリーン精光

＃確かな品質　＃made in cleanseiko　#ニーズに応える小ロット生産

確かな加工技術
”made in cleanseiko”が生みだす確かな品質

株式会社クリーン精光　常務取締役　東城　旭

優れた加工技術と品質保証で ソリューションを提案する

株式会社クリーン精光は、京都を中心に精密機器・装置の部品加工サプライヤーとして存在感をもつ企業だ。お客様のニーズに合わせた小ロット生産(※)をベースに精密加工技術と品質をもって、お客様の求めるソリューションの提案を行っている。また確かな加工技術「made in cleanseiko」を武器に、新たな取組として、医療機器の部品加工を行う医療機器事業への一層の参入を視野に入れている。

「この新規事業にあたり、今までの生産方法などの一新も考えている」と同社の東城 旭 常務取締役は語る。

精密加工技術を医療機器産業 向けにアップデートする

東城氏によると同社は、設計段階の開発支援からアルミ、ステンレス素材の精密加工、多様な表面処理などが得意分野だ。また、対応部品サイズも手の指サイズの小物から長さ３０００mmの長尺品まで広範囲をカバーする。同社が挑戦する医療機器部品はより高度な加工の繊細さと寸法精度が要求される。

そこで、同社が今日まで培って

(※)小ロット生産：少量のみ生産すること（ロット=生産品の数量を表す単位）

きた技術を活かす余地があるのではないか、と東城氏は構想を描くとともに、早期の実現に向けて、経済産業省の事業再構築補助金を用いた新設備導入にも着手。医療部品に要求される高精度の加工レベル達成に向け医療機器部品向けに適した5軸マシニングセンターを導入した。

医療器機業界は新規参入が難しいと言われている中、同社は導入した機器を用いて既に数社と打錠機やiPS細胞検査装置の部品の納入実績も積んでいる。新規事業を立ち上げて間もない約1年での実績は、驚くべき成果と言えるだろう。

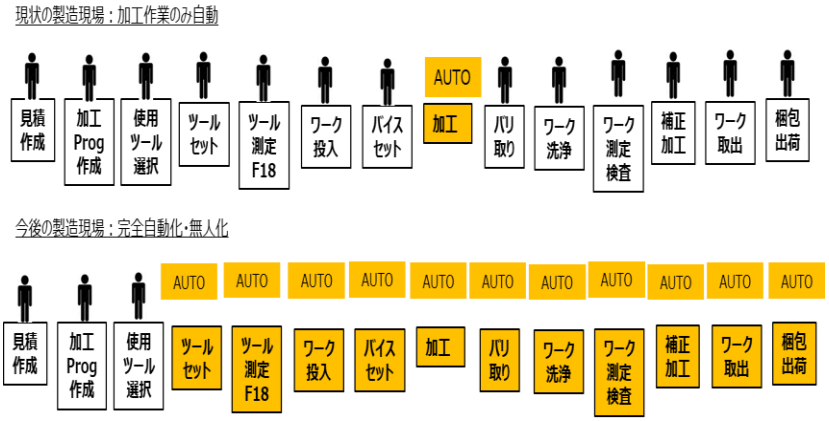
精密機器の部品を生み出す
自動制御加工機
（マシニングセンター）

錠剤を形成する打錠機

IPS細胞に関する機器

デジタル時代におけるものづくりの生産システム

ものづくりは職人のようなその道のプロフェッショナルが担うというイメージが連想される。これは同社も同様だ。部品加工を行う企業として技術者が今まで確かな部品を生み出してきた。一方、昨今のものづくりはその全てにおいてより効率化要求が高まりデジタルを駆使することが必要な時代となった。デジタル化の背景には、製造業の現場で進む人手不足問題の解消という狙いもある。



将来的な生産システムのビジョン

東城氏はデジタルを用いた生産自動化について同社の一歩先の構想を示す。今までの生産（上図参照）では、加工工程にのみ自動化を採用していたが、加工前後工程には人手が必要で非効率であった。

そこで今後は、生産工程の上流部に人手をかけ、その後工程を自動化することで、効率化と人手不足の解消を志向する。この計画は、NEDOの補助事業として採択を受け、産官学連携による完全自動化・無人化技術の開発が進んでいる。一方、課題もある。完全自動化技術に用いるプログラムの構築及び実装した状態で具現化することだ。「2023年夏を目処に完全自動技術の実装を進めたい」と東城氏は目標を掲げている。

また、ものづくりの完全自動切削プログラムは今日広く普及してきたが比較的アルミ素材の加工に特化する傾向に留まる。クライアントからのニーズが高まるステンレス素材にも対応できるプログラムの開発にも注力したいと考える。

1社だけではなしえない課題解決に向け、協力会社と連携した共同開発を目指し、実装化に向けて取り組む同社の挑戦は、必ずや、ものづくりの技術の更なる前進に貢献することとなろう。

株式会社クリーン精光
・設立：2008年　・業種：精密部品加工業
・資本金：1000万円　・所在地：京都府京都市伏見区南寝小屋町7
・従業員数：16名　・URL：https://www.cleanseiko.co.jp/

編集後記

記念すべき20号目を迎えた今回は、「地域」「人」と密接に関わり耳を傾けることで、社会変化・顧客ニーズの機微をくみ取り、自社の強みを磨いていこうとする企業に対して当局の次世代を担う若手職員がインタビューを実施しました。デジタル化やカーボンニュートラルなど社会の変動をチャンスと捉え、自社の変革・成長に繋げようと奮闘される11社それぞれの熱い想いを、若手職員の自然体の言葉を通じて感じて頂けたのではないでしょうか。

当局では引き続き、今回ご紹介したような「未来を見据えた企業の挑戦」に寄り添い、サポートに努めて参ります。

最後になりましたが、本誌の作成・編集にあたり御協力いただいた企業のみなさまに御礼申し上げるとともに、本誌が皆様のステークホルダーに届き、皆様のビジネスの一助となること、そして同じように未来を見据えて挑戦する企業の皆様の励みになれば幸いです。

バックナンバーのご紹介

Vol.1	当局若手職員が注目した企業編	2019.5
Vol.2	オープンファクトリー編	2019.6
Vol.3	社員も会社も輝く企業編	2019.7
Vol.4	20代の起業家編	2019.9
Vol.5	2019上半期特別編	2019.1
Vol.6	新たな価値を生み出すコネクター編	2019.12
Vol.7	尖る中小企業のブランディング編	2020.2
Vol.8	食品ロス削減に貢献する企業編	2020.3
Vol.9	商工会議所（地域の取組）編	2020.5
Vol.10	社会変化に対応する働き方編	2020.7
Vol.11	新たな日常に向き合うビジネス編	2020.1
Vol.12	オープンファクトリーver.2編	2021.2
Vol.13	プラスチック問題を解決する10の企業編	2021.7
Vol.14	手仕事が欠かせないものづくり編	2021.9
Vol.15	コロナに負けない小売・流通・サービスの前向きデジタル活用編	2021.11
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	2022.1
Vol.17	中小企業の成長を支える自治体等施策編	2022.2
Vol.18	8 future technologies in Kansai – シリーズ：2025の先に待つ未来を描く 01 -	2022.10
Vol.19	社会課題解決とともに成長する企業 – シリーズ：2025の先に待つ未来を描く 02 -	2022.12

KIZASHI

[関西おもしろ企業事例集　- 企業訪問から見える新たな兆（きざし）-]

VOL . 20

不変と可変　- 揺るぎない価値観、絶え間ない挑戦-

2023年1月19日　発行

発行者　経済産業省近畿経済産業局 中小企業政策調査課
〒540-8535 大阪府大阪市中央区大手前1-5-44
担当　TEL.06-6966-6057
E-mail：bzl-kin-chushokigyoseisaku@meti.go.jp
https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/jirei/jireitop.html
https://smepprd-kansai-meti-gov.note.jp/

本誌に関するお問い合わせは上記連絡先までご連絡ください。

経済産業省
近畿経済産業局

OSAKA, KANSAI, JAPAN
EXPO
2025