



中小機構
ハンズオン支援

解決しながら人を育て、組織を変える
～地域を牽引する企業の成長をサポート～

ハンズオン支援

事例集

2025年度

INDEX - 掲載事例一覧 -

No	地域本部	企業名	業種	タイトル
1	北海道	株式会社残間金属工業	金属製品 製造業	企業成長の実現に向けた企業風土・組織運営体制の改革を目指して
2	東北	株式会社津田商店	食料品 製造業	オーナー経営からチーム経営への変革を通して円滑な事業承継を実現
3	関東	株式会社industria	金属製品 製造業	新分野市場へのテストマーケティングで仮説・検証を実施、事業拡大へ
4	関東	株式会社やまひろ	食料品 製造業	工場の生産性改善とプロジェクト改善活動の自立化
5	関東	正田醤油株式会社	食料品 製造業	会計システム刷新に向けた要件整理と選定・導入計画立案
6	中部	加賀産業株式会社	輸送用機械器具 製造業	グループサプライチェーンと製品の両軸で「ZERO-CARBON」社会の実現を目指す
7	北陸	株式会社イワシタ	生産用機械器具 製造業	人時生産性向上に向け、設計部門を巻き込んだ全社業務改革
8	近畿	株式会社最上インクス	金属製品 製造業	受託加工メーカーからの挑戦、自社製品での新規事業展開
9	近畿	株式会社山本金属製作所	金属製品 製造業	商品企画・開発管理(DR)体制の整備と量産体制の確立
10	中国	株式会社田中製作所	電気機械器具製造業	「見える化」からはじめる新しい業務の仕組み構築と新組織運営体制の整備
11	四国	山陽物産株式会社	その他 卸売業	BtoBからBtoCへの挑戦～生成AIを活用したDXの取組み～



企業成長の実現に向けた企業風土・組織運営体制の改革を目指して

企業情報

企業名	株式会社残間金属工業
所在地	北海道釧路郡釧路町
資本金	20百万円
売上高	2,574百万円(2025年3月期)
従業員	50名
業種	金属製品製造業

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1957年創業、1979年設立の金属製品製造業。釧路・根室管内を中心に建築鉄骨・板金・土木・酪農施設施工など幅広く展開。国土交通大臣認定の鉄骨製作工場認定制度においてHグレードを有し、鋼構造物の設計、製作、施工まで一貫した総合技術力が特長。「はばたく中小企業・小規模事業者300社」(2016)、「地域未来牽引企業」(2020)認定
- 組織力の強化と企業規模の拡大を推進し、地域経済を牽引する企業への成長を志向。持続的な成長に向け、社内における情報共有不足や属人的な仕事の進め方などをプロジェクト活動を通じメンバー自らが改善していくことで、社員一人一人が自立的に企業活動を実践するための企業風土・組織改革に踏み出した事例

相談のきっかけ

- 地域経済を牽引する企業への成長を目指し経営基盤の強化を模索する中で、北海道経済産業局が中小機構北海道本部を紹介

支援の背景

- 社長は社員が自立的に改善活動を推進できる体制の未整備が課題の一つと認識
- 上記課題解決のために不可欠な組織風土改革の実現には、部門横断的プロジェクト活動が有効と考え、中小機構のハンズオン支援事業が最適と判断
- 風土づくりの前工程として、属人的となっている業務の実態把握と課題の設定・改善を切り口として支援テーマを設定
- 経営戦略・ものづくり・IT等、製造業における経営全般の見識を持ち、傾聴力とファシリテーション力に優れるアドバイザーを選定し支援を開始

今後の企業成長を実現するための業務の流れや組織のありたい姿の明確化 2024年8月～(10ヶ月・20日)

【支援内容】

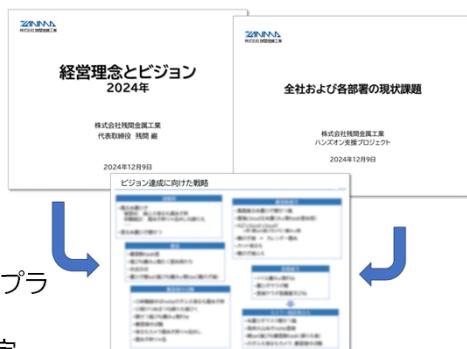
- 社長の思いを対話により可視化し経営理念とビジョンを策定
- 人材育成及び組織運営の方針の明確化
- 現在の業務プロセスの可視化とありたい姿の明確化
- ありたい姿実現のための課題整理及びロードマップの策定

【成果】

- 「経営理念とビジョン2024年」を策定し共有
- 経営理念、ビジョンを基にした、5年後、10年後の目標、アクションプラン、人材育成方針を整理
- 10項目のありたい姿を明確化し、実現に向けたロードマップを策定
- 業務のありたい姿に向けてメンバー自ら業務改善を実行



■活動の中心を務めるプロジェクトチームの皆様



■プロジェクト成果物

支援成果

- プロジェクト活動を通じてメンバー自らが中心となって積極的・自立的に改善活動を推進し、機運を醸成
- 「経営理念とビジョン」を基盤に「100億宣言」策定
- 今回の支援を通して100億円企業を達成するうえでの重要な課題分野として明らかになった「工程管理」と「品質管理」の仕組みとルールづくりにプロジェクトメンバーを拡大し着手

トップダウンからボトムアップへ！ 真に自立的で持続可能な組織を構築中

弊社は、長年トップダウンによる意思決定の早さが強みでした。市場拡大を目指していく中で、これからはより多くの社員が、自ら正しい判断ができるようになることが強みとなり、会社の発展につながるものと考えています。メンバーが試行錯誤しながら、少しずつ前に進む姿を見て、会社のより良い未来を期待せずにいられません。



代表取締役
残間 岩氏



オーナー経営からチーム経営への変革を通して円滑な事業承継を実現

企業情報

企業名	株式会社津田商店
所在地	岩手県釜石市
資本金	99百万円
売上高	3,370百万円(2024年3月期)
従業員	187名
業種	食料品製造業

相談のきっかけ

学校給食向け冷凍食品事業の生産性向上を検討する中で、岩手県庁職員からハンズオン支援事業の紹介と県独自補助制度の説明を受けたことがきっかけで中小機構東北本部へ相談

支援の背景

- 原材料の高騰により付加価値率が低下。学校給食向けのため価格改定は難しく、生産性向上による収益性改善が急務
- 長期経営方針、数値計画は策定しているものの行動計画は未策定
- 2024年度での社長交代を宣言しているが、事業承継の進め方も課題
- 管理会計、事業計画、PDCAサイクルなどの経営管理ノウハウ(計画経営)導入、現場改善、チームビルディングに深い知見を持つアドバイザーを選定し支援を開始

冷凍食品加工ラインの生産性向上
2022年11月～(8ヶ月・16日)

【支援内容】

- 情報・モノの流れ図による現状把握。KJ法、ボトルネック分析による課題抽出・優先順位付け
- 多品種対応生産管理、ボトルネック対策、作業改善の3分科会を設け、改善策・スケジュールを設定
- 収益性判断のものさしとなる人時生産性を活用した仕組みづくり
- 日別在庫把握の仕組みづくり

【成果】

- 日別在庫把握により生産計画精度が向上。頻繁な計画変更が減少し、切り替え回数を低減
- 改善計画書策定による、成すべきことの明確化と評価方法の確立



■KJ法による課題検討・整理

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1933年創業で、イワシ・サバ・サンマ等青魚を主原材料とした「缶詰」「調理冷凍食品」「レトルト食品」の製造・販売業。特に冷凍食品は学校給食向けが主力となっており、「美味しさ」とともに「高い安全性」を実現、多くの都道府県で採用。また、学校給食を通して培ったノウハウを活かし、「自分の子どもや孫に毎日安心して食べさせられるものを」との信念のもとBtoC商品「子どももうよおさかなさん」シリーズを展開
- 前社長(現会長)は事業承継を宣言していたが社長交代時期を決めかねており、本支援を決定の機会ととらえていた。まずは喫緊の課題である生産性の向上を支援。その後、後継者候補が中心となり、管理の仕組み構築、運用改善、中期計画策定を通してチーム経営を確立し、スムーズな事業承継も実現した事例

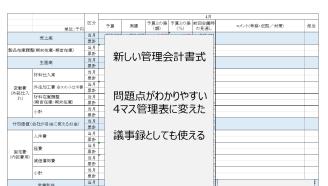
事業承継へ向けたオーナー経営からチーム経営への変革
2023年7月～(12ヶ月・24日)

【支援内容】

- 冷凍食品加工ラインの改善策具体化・実行推進
- 管理帳票見直し、経営管理・生産管理の月次PDCA導入を通じた会議内容充実化
- 単年度事業計画・部門別行動計画策定手順の明確化とボトムアップによる次年度計画策定

【成果】

- 経営管理の仕組み(計画経営)構築
- チームビルディングによるオーナー経営からチーム経営への変革
- 後継者決定と社長引継ぎ実現
- 現場主体の改善策立案・活動による効果創出とモチベーション向上



■経営管理帳票(例)

経営環境の変化に対応する中期経営計画の見直し
2024年12月～(4ヶ月・8日)

【支援内容】

- 外部環境・内部環境分析による経営環境認識
- 同社のミッション、ビジョン検討
- ビジョン実現への戦略・重点施策検討
- 中期経営計画の策定

【成果】

- 経営理念、使命、行動指針が完成
- 自立した計画立案を実現する策定プロセス標準化
- 漁獲魚種の変化等外部環境の変化も考慮した既存市場シェア拡大・新規市場開拓への取組明確化

新たな体制で目指すべきものを定めることができました

不安感の中で始まった事業承継への活動でした。伴走型支援という通り、道筋を誤らないように支援いただき、作業と決定はあくまでも自分たちが行いました。おかげさまで自然に目指すチーム経営に進めていくことができ、新たな体制で理念に基づくミッション、ビジョンを策定することができました。

代表取締役社長
小笠原 正勝 氏



新分野市場へのテストマーケティングで仮説・検証を実施、事業拡大へ

企業情報

企業名	株式会社industria
所在地	埼玉県入間市
資本金	21百万円
売上高	1,496百万円(2025年2月期)
従業員	75名
業種	金属製品製造業

相談のきっかけ

- 新製品開発により新たな市場への参入を計画している際に、埼玉県信用金庫が中小機構関東本部を紹介

支援の背景

- 既存製品よりも優れたら過精度向上製品を開発
- 既存製品市場の自動車分野から新たな市場に向けたマーケティングノウハウの獲得が課題
- テストマーケティングによる新市場開拓を目指すため、まずは新製品の特長を踏まえた市場を想定し提案資料を作成するマーケティング企画立案を支援

テストマーケティングに向けた プレゼン資料作成支援 24年3月～(5ヶ月・4日)

【支援内容】

- 新分野市場での顧客価値を想定し「FILSTAR」事業の想定市場での位置づけを整理
- 新分野市場での使用シーンや同製品の強みを整理
- プレゼン資料の作成

【成果】

- マーケティング企画書策定
- 顧客メリットを「コスト削減」だけとせず、顧客視点でのプレゼンテーション資料を策定
- 動画を挿入しデモ機を活用したプレゼン資料を作成することで、これまでの製品紹介から、利用シーンを意識した新規顧客向けプレゼン資料へと変革

■ 対象製品の「FILSTAR 1μ」

■ 作成したプレゼン資料

■ デモンストレーション

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1991年に創業。従来の産業用フィルターを使わず、独自の水流コントロールにより、水の流れだけで高精度な過処理能力を持つ製品を開発し、品質向上と環境マネジメントをエレメントレスで実現。特に自動車の塗装工程を中心に顧客の信頼を得て事業を拡大し、現在も新たな製品開発を継続中
- 既存製品よりも高精度な製品を開発。埼玉県信用金庫より中小機構関東本部を紹介。新市場開拓に向けマーケティング企画立案、プレゼンテーション資料作成からテストマーケティングの実施と仮説検証、及びターゲット市場における課題の解決まで一気通貫で支援。新たな市場への参入に関するノウハウを取得し、新市場での事業確立に一定の道筋をつけられた事例

「FILSTAR」のテストマーケティング支援 24年10月～(5ヶ月・14回)

【支援内容】

- フィルターの使用工程、種類、交換頻度など市場の状況把握
- ターゲット顧客や業界へのアプローチ方法の再確認
- 半導体、食品、化学関連の大手メーカーやターゲットの関連商社など12社へ14回の訪問を実施
- 製品評価、受容性ヒアリングを実施、課題を明確化

【成果】

- 機能は高評価、価格面は問題ないことを把握
- 半導体、食品、化学等の可能性のある新規参入市場を確認
- 新分野市場における業界構造が分かり、対応可能な工程を把握
- 課題として、更なる分離能力の向上など必要な技術が明確化

市場ニーズに合わせた課題対応 25年7月～(5ヶ月・5日)

【支援内容】

- フィードバック結果を基に「新規参入市場」の業界特性を踏まえた「プレゼン資料」、「営業プロセスの構築」、「事業計画」を策定。またターゲット市場のアプローチ方法に合わせブラッシュアップ

【成果】

- 具体的なターゲット分野の特性を踏まえ、製品採用までのステップを見える化
- テストマーケティング支援で得た顧客の細分化された工程に絞ったプレゼン資料が完成

支援成果

- 新市場参入に向けたマーケティング企画書やプレゼン資料の作成ノウハウを蓄積
- テストマーケティングを通じたターゲット市場における業界構造、使用状況、必要な機能などを把握
- 新分野における顧客の採用プロセスの検証と顧客への深い理解を基にしたプレゼン資料の完成
- 一連のテストマーケティング活動の中で、仮説検証を通じて販路拡大に必要なノウハウを取得し、自走できる体制を整備

手探しから具体的なニーズの把握と自信の構築へ

本支援により、新市場へ展開する場合の顧客視点の考え方やビジネス展開実現の手順を学ぶことができました。当社メンバーの資料作成やプレゼンテーション能力も更に向上し、新たな事業としての道筋が見えてきました。新分野へ参入する際の考え方やノウハウの提供について感謝しています。

代表取締役社長
高橋 一彰氏



工場の生産性改善とプロジェクト改善活動の自立化

企業情報

企業名	株式会社やまひろ
所在地	広島県広島市
資本金	50百万円
売上高	20,800百万円(2025年3月期)
従業員	448名
業種	食料品製造業

相談のきっかけ

- 顧問税理士の薦めで、中小機構中国本部に相談があり、支援対象が郡馬工場であることから、関東本部にて支援

支援の背景

- 「郡馬工場」において人材不足によりアイスクリーム製造のロス率が悪化し企業業績にまで影響
- 自社努力だけでは現場改善が進まず、中小機構に相談
- 群馬工場での生産性改善をモデルケースとして、「本社工場」「関東工場」で自主的に改善できる体制を構築することを目指す
- 製造現場改善の知識・経験が豊富なアドバイザーを選定し支援を開始



■群馬工場 ■アイスクリーム製造工程

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1948年広島で清涼飲料水の製造販売で創業。1959年アイスクリームの製造販売開始。大手アイスクリームメーカーのOEMと自社製品販売(冷凍麺・アイスクリーム)で事業を拡大。「本社工場(広島県)」から、販売地域に近い「関東工場(静岡県)」「群馬工場」に製造の主力を移行。安心・安全な製品を提供するため、国際規格FSSC22000の認証を取得し、安定したビジネスを展開
- 人材不足で生産性が悪化した1工場の改善の取組みをきっかけに、全社で、製造・職場・雇用の改善に自主的に取り組み、収益改善・給与ベースアップに繋げて成長している事例

郡馬工場アイスクリーム製造ラインの生産性改善

2023年11月～(8ヶ月・14日)

【支援内容】

- QC手法を用いた真因分析と改善活動
- ロス重量と可動率の可視化
- 5M(人、機械、材料、方法、測定)変化点管理
- 三現主義(現場、現物、現実)+原理、原則に基づいた原因究明と対策の立案・実施
- 目標可動率の設定と改善活動
- 機械・設備の保守保全の現状分析と改善活動
- 現場の困りごと収集と対策の立案・実施



■特性要因図での分析

【成果】

- ロス率悪化要因(「工程トラブル」「予防保全」)を特定、対策の明確化
- 改善目標設定と改善計画書策定
- 各種基準書への落し込み
- 生産性改善及びプロジェクト運営手法の習得

※予防保全…設備の故障を未然に防ぐために、定期的な点検や部品交換などの計画的なメンテナンスを行う活動

郡馬工場アイスクリーム製造ラインの「製造工程トラブル対策」と「予防保全」 2024年9月～(7ヶ月・13日)

【支援内容】

- 製造工程トラブルの現状を数値化、動画で分析し見える化して問題を特定
- 問題を優先順位づけして改善を実施
- 予防保全の導入、各基準書への反映と教育体制の整備

【成果】

- ロス率・可動率の改善
- なぜなぜ解析を用いた改善意識向上
- 現場改善スキルの向上
- 保全技術の承継と予防保全の取組み定着



■包装機可動率

支援成果

- ロス率、可動率の目標を設定し概ね達成
- 保守保全の仕組み化と、継続運用する組織体制を構築
- 今回の支援で習得した課題解決手法と、プロジェクト運営のノウハウを活かし、自社で取組みを全社展開。商品によって大幅な赤字があったが、すべての商品で黒字化
- 改善活動で出た利益をベースアップ、作業環境改善、休日の増加など社員に還元

三現主義の継続で、安定した生産体制の確立に取り組む

「ロス率の改善」「安定稼働」を柱に取組みを進め、予想以上の結果が得られたことはもとより、中堅・若手社員の意識改革が図られ、このことが何より大きな成果であったと深く実感しております。「継続は力なり」今回の成果を一過性のものとして終わらせることなく、三現主義を活動の要に据え、「安定した生産体制の確立」に粘り強く取り組んでまいります。

代表取締役社長
山廣 篤司 氏



会計システム刷新に向けた要件整理と選定・導入計画立案

企業情報

企業名	正田醤油株式会社
所在地	群馬県館林市
資本金	100百万円
売上高	28,487百万円(2024年11月期)
従業員	464名
業種	食料品製造業

相談のきっかけ

- 会計システムの保守終了期限が近づき、システム刷新について検討を実施する中で、中小機構HPでハンズオン支援事業を知る

支援の背景

- 2015年導入の会計システムがサポート終了を迎えるため、優先順位を定めた刷新が必要
- 長年固定化した業務プロセスの見直し、電子帳簿保存法・インボイスへの対応、BIシステム連携による経営分析資料のタイムリー化などの課題も認識
- 最適なパッケージシステムを選定するため、対象業務と要求事項の整理が必要
- 基幹システムを含む全社的な整合を図り、全社を俯瞰し全体最適の視点で推進するには、外部専門家のリードが不可欠と判断し、中小機構のハンズオン支援を依頼

企業概要とハンズオン支援の概要

- 創業150年の歴史を持つ、しょうゆを主体とする調味料を国内外に供給する老舗食品企業。「発酵・調味・包装」という三つの技術領域を軸に、安定成長を維持し、出荷数量ベースで業界3位を誇る。第59回グッドカンパニー大賞 優秀企業賞受賞
- 原材料を始めとする物価高騰に対応するため、意思決定スピードの更なる向上が経営課題。また、基幹システムに連携する会計システムの保守終了が迫り、刷新が不可避な状況のため、当初より2期構成として支援を計画。第1期では現状の課題設定と高度化(解決策)の方向性を明確化し、第2期でRFP～選定～導入計画へ落し込み。最終的に、企業内データを統合・分析するBIシステム連携を前提とする会計システムの選定と、移行・教育・運用までを包含した導入計画を策定し、システム本稼働へ向けた実行準備を整備した事例

経理・会計業務の効率化と経営管理の高度化のための目標設定

2024年8月～(5ヶ月・8日)

【支援内容】

- 業務プロセスの棚卸により、現場で実際に発生している手戻り・二重入力・紙運用・承認遅延を具体事象で洗い出し実施
- 中期経営計画を踏まえたシステム化目標の検討
- 目標を踏まえ、BIツールを活用した月次実績把握の要件や分析軸の整理と、データ設計の基本方針を明確化

【成果】

- 全社的なシステム化の方向性が明確化
- 経営分析資料の迅速な提供、会計情報の正確性確保、請求・支払・経理・会計業務の効率化及び生産性向上など、重点領域を具体的なシステム化目標として設定
- RFPに直結するシステムの要求事項を整理
- システム導入効果(削減可能な時間、ペーパー数)を試算して数値目標を設定



次期会計システムのシステム要件整理・選定・導入計画検討

2025年3月～(10ヶ月・15日)

【支援内容】

- RFP(ベンダー向け提案依頼書)を策定し、機能／連携／非機能の各要件を具体化
- ベンダーへの提案依頼、提案に対する評価(提案書受領からデモ～質疑)を実施し、機能適合・サポート体制・導入・運用コスト等の指標に基づく評価比較を実施
- 契約、移行、テスト、教育、運用まで含む導入計画を書面化
- システム導入プロジェクトの初動時の伴走支援

【成果】

- ベンダーの適正・理解度、要件適合性、保守性などの観点を踏まえ、一次選考(6社)、二次選考(3社)を経て、最適なパッケージを選定
- 本格稼働へ向けたシステム導入計画の策定

他社に先駆け導入したオフコンが業務改革の足枷に！ ハンズオン支援でDXを目指す

当社は2015年にオフコンからERPへ移行しましたが、紙前提の業務が残り事務負担が課題となっていました。これを解消すべく、次期会計システム導入に併せて中小機構のハンズオン支援を活用し、RFP作成から導入計画まで社内で推進する体制を確立することができました。この経験を糧に、さらなるDXの推進と企業価値向上に努めてまいります。



代表取締役社長
正田 隆氏



グループサプライチェーンと製品の両軸で「ZERO-CARBON」社会の実現を目指す

企業情報

企業名	加賀産業株式会社
所在地	愛知県名古屋市
資本金	10百万円
売上高	7,288百万円(2025年7月期)
従業員	112名
業種	輸送用機械器具製造業

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1973年に創業し、日本で初めてABS樹脂製ヘルメットを商品化。名古屋市を中心に加賀産業グループとして岐阜、長野、石川に活動拠点を展開。樹脂の加工ノウハウを活かして航空宇宙機器、建産機部品に参入。航空宇宙機器、建産機部品事業はファブレス形態で、プランニング・品質保証・納品までのトータルサポートで売上を拡大する「地域未来牽引企業」
- 航空業界の部品サプライヤーとしての生き残りをかけて、加賀産業グループでの脱炭素に取り組むためSBTを取得した。2030年42%削減の目標達成に向けた戦略と具体的な実行計画を中小機構の支援を受け取り組み、加賀産業グループとして一体となってカーボンニュートラル(CN)活動を推進した事例

相談のきっかけ

- 中小機構中部本部主催のCNセミナーに参加したことがきっかけで中部本部に支援を依頼

支援の背景

- 航空業界の部品サプライヤーとして脱炭素に着手、2023年5月に加賀産業グループ(加賀産業+加賀ワークス)で中小企業向けSBT認定を取得
- 2021年のGHG排出量を算出。Scope1,2は2030年までに42%削減と目標を設定
- 中小機構のCN相談窓口と事業再構築相談・助言を活用し戦略を検討。戦略実現の具体化について、ハンズオン支援で推進
- 経営戦略、GHG排出量算定、削減策の実行他CNの多領域をカバーできるアドバイザーを選定し支援を開始

カーボンニュートラルSBT目標達成のロードマップ策定と推進体制の構築 2024年8月～(10ヶ月・15日)

【支援内容】

- 社内意識の醸成と体制構築
- 自社GHG排出量の把握
- SBT目標達成に向けたロードマップの策定及び具体的な削減策(「ヤメル・トメル・サゲル・ナオス・ヒロウ・カエル」視点の省エネ)の検討
- CNの継続的活動に向けた計画とりまとめ

【成果】

- CN基本情報習得と社内の実行体制の構築
- 従業員のCN意識醸成
- GHG排出量算定(各拠点月次)の内製化
- 削減策の具体化及び継続的な活動基盤の構築により、2030年の目標GHG排出量△42%に対し、△76%達成見込の妥当性のある実行計画を策定



■プロジェクト活動の様子

～全グループ定量測定まとめ～

会社名	会社番号	2024年度実績(%)												2025年度目標(%)
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	
加賀産業	12345678901234567890	100.0	98.0	95.0	92.0	90.0	88.0	86.0	84.0	82.0	80.0	78.0	76.0	80.0
加賀ワークス	12345678901234567890	100.0	98.0	95.0	92.0	90.0	88.0	86.0	84.0	82.0	80.0	78.0	76.0	80.0
その他会社	12345678901234567890	100.0	98.0	95.0	92.0	90.0	88.0	86.0	84.0	82.0	80.0	78.0	76.0	80.0
合計	12345678901234567890	100.0	98.0	95.0	92.0	90.0	88.0	86.0	84.0	82.0	80.0	78.0	76.0	80.0

■加賀産業グループ各拠点のGHG排出量まとめ表



卵の殻20%とリサイクルナイロン50%

支援成果

- 加賀産業グループの全7拠点で2030年の削減目標達成に向けた具体的なCN活動を全社で推進する体制構築
- 各拠点が意欲的に活動を展開し地域ならではのアイデアの発想や、他拠点の活動を参考にするなどグループ一丸となった取組みとなり、社内の風通しと、目標に向かって全員で邁進する組織力が向上
- 各拠点のリーダーが具体的なCN活動への理解を深め、部下を巻き込み自立的に推進できるようになるなど大きく成長

現場が主役になったグループ全体の変化

グループ各拠点が、地域や事業の特性を踏まえ、自らCN活動を考え、動き始めています。経営層主導で細かく指示を出すのではなく、現場が主役となって進んでいる点は、非常に健全だと感じています。ハンズオン支援で得た考え方方が共通の土台としてあるからこそ、拠点ごとの自主性が活きています。グループ全体が同じ方向を向きながら、現場が自走する。この状態をつくれたことは、支援の有効性を最も象徴する成果の一つです。

代表取締役
溝口 治氏



人時生産性向上に向け設計部門を巻き込んだ全社業務改革

企業情報

企業名	株式会社イワシタ
所在地	福井県福井市
資本金	65百万円
売上高	863百万円(2025年3月期)
従業員	51名
業種	生産用機械器具製造業

相談のきっかけ

- 中小機構の事業継続力強化支援事業を活用。そのフォローアップ訪問での経営課題ヒアリング後、生産工程スマート化診断を活用
- 診断により改善点が明確となりハンズオン支援に至る

支援の背景

- 同社は顧客要望に応じた専用機を製造し高い評価を得ているが、個別仕様対応であることを理由にリードタイムが長く、生産管理が経営課題
- 設計部門は、同社技術の要であると同時に生産工程上のボトルネックとなっていた
- 自社で改善活動を行っていたが、より成果をあげるために外部の支援を入れることが有効と考え、中小機構の支援を受けることを決断
- 人時生産性の切り口で製造業の改革実績があるアドバイザーを選定し支援を開始

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1949年、織物関連機器の部品加工業として創業。現在は、アルミ長尺材加工機や特殊工作機械・専用機の顧客の要望に応じたカスタマイズや、オーダーメイドのNC加工機を主に製造。航空機、建築、鉄道、自動車、環境エネルギーなど幅広い分野に商社を経由して納品
- 更なる成長のため、1期では人時生産性を指標に、まずはモデル機種からリードタイム短縮等、生産基盤の強化を進め、直販にもチャレンジ。2期では1期の成果を踏まえ、全社を対象とした改善活動を展開。特に同社の強みであるが従来の改善活動では着手できていなかった設計部門の業務改革も含めて全社業務最適化を実行した事例

モデル機種のリードタイム短縮による 人時生産性向上

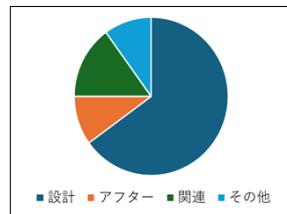
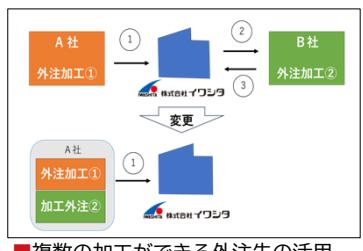
2024年2月～(7ヶ月・14日)

【支援内容】

- 生産計画立案方法見直し
- リードタイムの短縮に向けた外注管理及び顧客からの支給品管理強化
- 付加価値向上に向けた直販の検討

【成果】

- モデル機種のリードタイムを6.5ヶ月→3.5ヶ月に短縮し、人時生産性が大きく向上
- 複数工程に対応できる外注先に発注することにより、製造コスト・時間を削減
- 以前よりチャレンジしたかった直販にも着手し、新規顧客を開拓



設計担当者が設計以外の業務に多くの時間をとられていることが分析により判明

設計部門も含めた全社業務最適化を実行する 仕組みづくり

2024年9月～(11ヶ月・20日)

【支援内容】

- 全行程の作業分析によるボトルネック工程の明確化と前後工程での作業調整
- 全体最適となる生産計画の手順策定
- 「生産工程表(月単位)」の作成・周知。各部門で「週間作業」に展開し、実績管理を実施
- 計画遵守をするための作業指示の浸透
- 設計業務の業務分析による改善の検討・実行
- 全社改善活動の習慣・定着化

【成果】

- 設計部門のアフター対応時間の削減(電話＆メール対応からHPで確認できる形式に移行)
- 作業予定表の導入による設計の工数見積もり精度向上。設計レビュープロセスの導入による設計品質の向上
- 進捗管理、品質管理会議を毎月1回定期化

社員の意識改革と組織力が大きく向上

ハンズオンに携わった社員一人一人が真剣に問題に取り組み改善に対する考え方や意識が大きく変化しました。各部門で協力することにより、「高効率」と「高品質」の成果が得られることを肌で実感し、組織力向上につながりました。今後も、更なる改善活動を進めていきます。

代表取締役社長
岩下 大介 氏



受託加工メーカーからの挑戦、自社製品での新規事業展開

企業情報

企業名	株式会社最上インクス
所在地	京都府京都市
資本金	46百万円
売上高	2,221百万円(2025年3月期)
従業員	89名
業種	金属製品製造業

相談のきっかけ

自社製品「パイプ・配管外側巻き付けフォールディングフィン『OPFF』」が「関西ものづくり新選2023」に選定され、近畿経済産業局からハンズオン支援事業を紹介

支援の背景

売上の多くを自動車向け車載コネクタの試作事業に依存し、市場・顧客の偏りが経営課題
近年の脱炭素や省エネという時代の要請に対して、熱課題解決用途として自社独自の伝熱フィンを開発し新規事業として取り組む
従前は全て受託加工事業であり、自社で新たなマーケティング企画やプレゼン提案書を作成した経験がなく中小機構に支援を要請
初回は「設備品」を対象に、マーケティング企画書とプレゼン資料の作成、仮説検証のテストマーケティングを支援

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1950年に金属玩具のプレス加工の下請けとして創業。薄板金属の精密プレス加工に事業を拡げ、現在は自動車向けのコネクタ部品の試作が主力事業。薄板金属を自由に加工できる技術力、製品化までのトータルコーディネート力、現場に応じたカスタマイズ力、熱流体解析や実証実験などをベースとした熱設計力が強み
- 自社製品の伝熱フィンの新規事業展開について、パイプ・配管外側用の「設備品」と生産数増大が見込める「量産品用部品」での用途も視野に入れ展開。製品コンセプトに関するマーケティング企画の立案からテストマーケティングでの仮説検証の実践、その後、更に参入難易度の高い新市場への展開にチャレンジするべく再度の仮説立案、テストマーケティングまで一気通貫で支援。新規事業の立上げ・成長を伴走支援した事例

「パイプ・配管外側用巻き付け伝熱フィン」のテストマーケティング

- ①2023年5月～(2ヶ月・4日)
②2023年9月～(6ヶ月・12回)

【支援内容】

- 「パイプ・配管外側巻き付けフォールディングフィン『OPFF』」のマーケティング企画の策定・ブラッシュアップを通じて本製品の提供価値及び顧客メリット(熱課題解決)の仮説化と工場設備等市場の想定、プレゼン資料作成
- 省エネや設備休止の短期化などの提供価値の仮説を検証するため、テストマーケティングを実施
想定業界である化学、食品、設備、エンジニアリング等10社12回の面談で顧客の声をヒアリング

【成果】

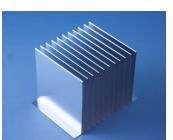
- 顧客視点でのプレゼン資料が完成
- 自社ではアクセスできない顧客との接点
- 想定市場に対する提供価値の仮説検証と改善点の確認(フィン先の鋭利部のカバー等)
- テストマーケティングによる仮説以外の新たな用途展開(受託製品向)と市場の発掘(廃熱利用のニーズ等)



■作成したプレゼン資料の一部



■取付工事例



■薄板伝熱フィン例

「FA装置向け薄板伝熱フィン」のテストマーケティング

- ①2024年5月～(3ヶ月・4日)
②2024年11月～(8ヶ月・15回)

【支援内容】

- 新たなニーズ仮説として、FA機器等の部品用途という、量産品のマーケティング企画を検討し、モーター・センサー・バッテリー等の小型化や高温化のニーズを設定
カスタマイズ力を活かした熱課題解決や軽量化等を提供価値として仮説設定
前回テストマーケティングでの顧客のコメントを反映してプレゼン資料をブラッシュアップ
- 想定市場であるFA機器の装置・部品・システムのメーカー等15社15回の面談を実施

【成果】

- FA機器市場での発熱対策の現状把握と想定市場の絞り込み
- フィードバックを基に製品改良を進めラインナップを拡充

支援成果

- 自社では想定していなかった業界の企業への訪問も含め、テストマーケティングにより業界の慣習やアプローチ方法の知見を獲得
- テストマーケティングを通じて仮説検証に基づくターゲット業界の絞り込みと、一連のマーケティング活動のノウハウを獲得
- 磨き上げたプレゼン資料をホームページ・DMなどの各種営業資料に活用し、継続的に更新中
- 新市場での2024年度売上は2022年度比で2.6倍を達成し、自社製品の事業展開が進展

ハンズオン支援で広がる新たな成長の可能性

ハンズオン支援を通じて、当社は新市場への挑戦に必要な知識とノウハウを獲得し、自社製品による事業展開が大きく前進しました。マーケティング企画や仮説検証を重ねる中で、社員は顧客視点での提案力や市場分析力を身につけ、人材育成の面でも大きな成果を得ています。この経験を活かし、当社はさらなる市場拡大と価値創造に挑戦し続けます。

代表取締役社長
鈴木 滋朗氏



商品企画・開発管理(DR)体制の整備と量産体制の確立

企業情報

企業名	株式会社山本金属製作所
所在地	大阪府大阪市
資本金	80百万円
売上高	3,599百万円(2024年5月期)
従業員	127名
業種	金属製品製造業

相談のきっかけ

- 中小機構近畿本部の事業再構築相談・助言事業を活用したソリューション事業の海外販路開拓支援をきっかけに、商品の開発から量産体制の構築に関して近畿本部へ相談

支援の背景

- 同社は、ソリューション事業の拡大を図り、関連するデータ計測機器の開発、試作に着手
- DR(Design Review、商品企画から量産までのプロセス管理办法)を実施しようとしていたが、DRの理解が不足しており、効率的な管理ができる体制構築が課題
- 長期にわたり開発部門に所属し、DRの実務経験もあるアドバイザーを選定し支援を開始

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1965年創業の金属精密切削加工に強みを持つ製造業。大手機械メーカーなどを顧客として持ち、最新のNC機器に独自の工夫・加工により精度の高い部品を供給。ユニークな金属加工事業と、加工データ計測・解析サービスを行うソリューション事業を展開。海外事業として2022年4月にハノイのタンロン第3工業団地に進出。日系企業向けに金属加工事業を開始
- ソリューション事業関連商品の商品企画、開発から量産に至る管理体制整備を支援。2期では本製品の量産体制確立の支援を行い、量産工程を確立。商品企画から量産工程まで一気通貫で支援した事例

商品企画、開発から量産までの管理の仕組み(DR)構築と体制の整備 2023年10月～(7ヶ月・12日)

【支援内容】

- 現状の商品開発フローの見える化
- DRの理解とあるべきDR体制検討
- 自社ブランド計測器(COOL-i)でのDRプロセス実施・検証

【成果】

- DRの目的と各部門の役割を明示したDRプロセス一覧表の策定
- 新商品開発フローの策定
- DR体制の仕組み化



■自社ブランド計測器(COOL-i)

自社ブランド計測器商品の量産体制確立 2025年1月～(5ヶ月・10日)

【支援内容】

- 量産化のための自社ブランド計測器(COOL-i)試作品の解析
- 量産構成部品検討、量産工程検討
- 量産設備、治工具の検討

【成果】

- コスト、納期、生産性を考慮した量産構成部品の決定
- 量産工程フローの構築、原価計算を行い価格決定
- 量産設備、治工具が決定、量産化の体制構築

支援成果

- 従来の金属切削加工から、高附加值のサービス事業への展開を図る同社の事業拡大に向けた、自社ブランド計測器商品の企画・開発から量産までの管理体制(DR体制)を構築
- 自社製品の量産構成部品と量産工程が決定、量産体制を構築
- 金属加工会社から、機器製造もできるメーカーへの発展・展開の第1歩を実現

“機械加工にイノベーションを起こす”というパーソナリティ実現に向けて、新たな組織能力獲得と伴走支援

自社のものづくり・機械加工を次世代に向けて進化させる過程で開発してきたセンシングデバイス、ロボットシステム、あらゆる機器をつなげて制御するソフトウェアを外販し、企業成長に向けた新たなステージに弊社も入りました。自社製品を拡販していくまでの生産プロセスそのものを伴走支援いただき、感謝しています。



代表取締役社長
山本 憲吾氏

「見える化」からはじめる新しい業務の仕組み構築と新組織運営体制の整備

中小機構
ハンズオン支援

企業情報

企業名	株式会社田中製作所
所在地	鳥取県鳥取市
資本金	45百万円
売上高	2,013百万円(2025年8月期)
従業員	100名
業種	電気機械器具製造業

相談のきっかけ

- Go-Techの事業化フォローアップのため、中国経済産業局及び鳥取県産業振興機構と中小機構中国本部が合同訪問をした際に支援要請

支援の背景

- 社長は、将来の事業承継を見据え、新たな体制構築や次世代の人材育成が重要課題と認識
- 当初は中長期的なビジョンの見直しと組織風土づくりの支援要請
- 事前調査にて、経営層が見えていない業務や、曖昧な責任体制、報告・連絡の滞りなどが判明
- 新たな体制構築を目指すため、足元の課題である業務の見える化・仕組み化、次期経営メンバー育成の支援を開始
- デジタル活用、業務改善支援、モチベーションマネジメントなどの知見と豊富なプロジェクト管理経験のあるアドバイザーを選定

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1965年に鳥取市で溶接とボール盤による穴あけ加工の事業を創業。その後、カーステレオやプリント基盤の組み立て、プレス加工、金型の自社製作へと進出。地元家電メーカーへの依存体質から、独自技術の開発により携帯電話部品を中心とする精密プレス加工にシフト。その後、研究開発への挑戦を重ね、固有のプレス加工技術を確立。現在はハイブリッド・EV車向け自動車部品、小型プリンタ用刃物、コネクタ部品、各種精密金属製品の製造及び金型設計・製造が主力事業
- 将来の事業承継を見据え、業務ルールや意識・行動改革を通じた新体制構築を志向。現場課題であった各業務のブラックボックスを見える化した新しい業務の仕組み構築を支援し、次期経営メンバーの育成も実現した事例

現状の見える化から始める、ブラックボックス化しない新しい業務の仕組みの構築

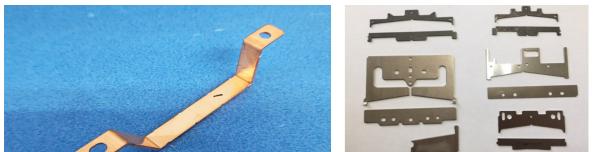
2024年7月～(11ヶ月・20日)

【支援内容】

- 現状業務の見える化
(現状業務の分析、DMM(ダイアモンドマンダラマトリックス)作成、現状業務フローの作成)
- デジタル技術を活用した新たな業務の仕組みづくり
(工程グループごとに新たな仕組み、改善の具体化を議論)

【成果】

- 現状業務の見える化で、業務フローの中での自工程の役割を再認識
- 部署間の情報の流れが明らかになり、問題点が明確化。改善のための新たな作業方法やルールを策定
- 約20台の高速プレスの稼働状況の自動取得・見える化をノーコードアプリで実現。手待ち発生がリアルタイムに把握可能
- 出荷計画書のデジタル化で、リアルタイムでの情報把握を実現
- 日報のデジタル化で、従前の紙の日報情報をシステムに入力する作業が削減(▲62時間/月)



■同社主要製品

支援成果

- 業務の見える化により、管理者の現場把握が精緻化。的確な指示が出せる体制になり、残業時間が大幅に減少
- デジタル化により、管理者が行っていたアナログ情報をシステムに入力する作業が削減され、マネジメントへの注力が可能
- プロジェクト活動を通じた人材の成長とチャレンジ精神の醸成
- 本支援を通じて、トップダウン型の組織からメンバーが刺激し合うボトムアップ型の組織に変わりつつあり、社長は高く評価



部門間の協力が進み、自ら考え行動する社員が増加

現場の声をしっかりフォローし、継続的にチェックして頂きながら、社員の自発的な行動を促す支援をいただく中で、本事業以外の社内プロジェクトにも多くの波及効果が及びました。社員が最大限持てる力を発揮し、価値創造できる環境の構築を引き続きご支援頂きながら進めていきたいと考えます。

代表取締役社長
田中 道男 氏



BtoBからBtoCへの挑戦～生成AIを活用したDX化の取組み～

企業情報

企業名	山陽物産株式会社
所在地	愛媛県伊予市
資本金	10百万円
売上高	5,081百万円(2025年9月期)
従業員	143名
業種	その他の卸売業

企業概要とハンズオン支援の概要

- 1992年に設立。ホテル客室向け歯ブラシ、カミソリ、ヘアブラシなどのホテルアメニティ商品を企画・製造・販売。国内市場で高いシェアを獲得。環境配慮型商品開発に注力しており、プラスチック不使用の歯ブラシをはじめとするバイオマス素材活用製品の業界先駆け。市場変化に対応して不織布マスク製造、美容フェイスマスクの販売、業務用化粧品の製造及びOEM生産事業も展開
- 同社として初めてのBtoC市場へのECでの新商品展開に、生成AIと各種データを活用したWEBマーケティングの社内体制構築・確立を図り販売体制の構築を行ったDX化支援事例

相談のきっかけ

- 愛媛県中小企業団体中央会からの紹介で過去にハンズオン支援を実施。支援先フォローとして訪問した際、新たな経営課題について中小機構四国本部に支援依頼

支援の背景

- コロナ禍により、ユーザーであるホテル・旅館業界の苦境を受けて売上高が激減
- 環境配慮型商品等により一定の売上を確保しつつ、ホテルアメニティ商品への依存体质からの脱却を志向し新商品のフェイスマスクを販売
- 一般ユーザー向けの商品販売を強化すべく、市場動向を見極めた的確なマーケティング戦略の構築について四国本部に支援依頼
- WEBマーケティングを中心にマーケティング戦略、施策の実行支援実績が豊富なアドバイザーを選定し支援を開始

美容系フェイスマスクのマーケティング戦略の構築

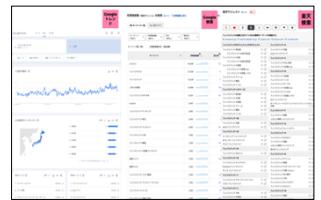
2023年9月～(10ヶ月・20日)

【支援内容】

- 生成AI活用方法のレクチャー
- 生成AIを活用した外部環境分析、STP(セグメンテーション、ターゲット、ポジショニング)戦略策定
- HPアクセスや販売データの収集・分析・検証・改善
- インフルエンサー活用による戦略実行支援
- 松山大学のゼミと連携したリアルマーケティングの実施
- ソーシャルセーリング、アフィリエイター活用、SNSショート動画の活用によるマーケティング施策の実施

【成果】

- マーケティング戦略の策定
- フェイスマスク販売目標達成
- SNS総フォロワー数、商品レビュー数目標の達成
- 実績レポート、企画書、ガイドの作成



■AIを活用した認知度分析



■デジタルマーケティングの本格始動

WEBマーケティング実行体制の再構築 2024年8月～(11ヶ月・20日)

【支援内容】

- WEBサイトリニューアルと戦略的コンテンツ構築
- SNS戦略の強化とコミュニティの形成
- 新規開発商品のプロモーション施策を検討、クラウドファンディングを企画・実行
- WEBマーケティングの本格展開、活動の評価と改善の仕組みづくり

【成果】

- クラウドファンディングの活用ノウハウの習得
- 営業及び開発チームと広報・ECチームの部門横断的な連携体制の確立
- WEBマーケティング、EC販売体制の確立

支援成果

- ECやマーケティングの最新知識・技術の習得と応用力の醸成による人材力向上
- 生成AIの使い方を習得し、作業効率化、アイデア出し、文章作成を実践。他業務でも活用しデジタル活用の企業文化醸成
- WEB&リアルプロモーション、インフルエンサーマーケティング、クラウドファンディング実施による実績確保と販売力の強化
- 今後の成長に向けたDX化の社内体制の確立

伴走支援で実現した新商品挑戦と人材力強化

ハンズオン支援を通じて、生成AIやデータを活用したマーケティングを実践的に学び、新しいフェイスマスク商品のクラウドファンディングに挑戦しました。その結果、目標額を達成し、BtoC市場への手応えを得ることができました。部門横断の連携や人材のデジタル活用力も向上し、今後の成長につながる基盤が整ったと感じています。



代表取締役
武内 英治 氏