

ミカタプロジェクト 支援事例集

2025年2月26日

製造産業局自動車課

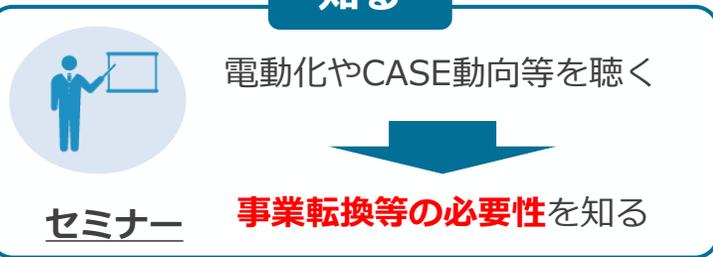
ミカタプロジェクトとは



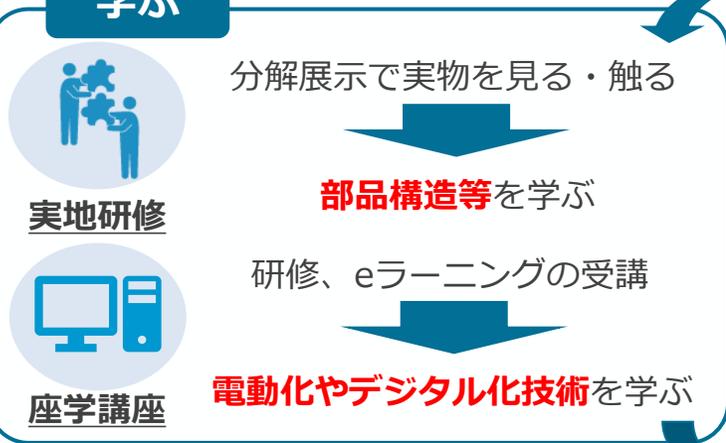
自動車の電動化やデジタル化などCASEの潮流に対応していけるよう中堅・中小の自動車部品サプライヤーによる事業転換等を伴走型で支援するとともに、CASE対応に向けた設備投資等を支援するプロジェクト。

全国各地の支援拠点等による支援

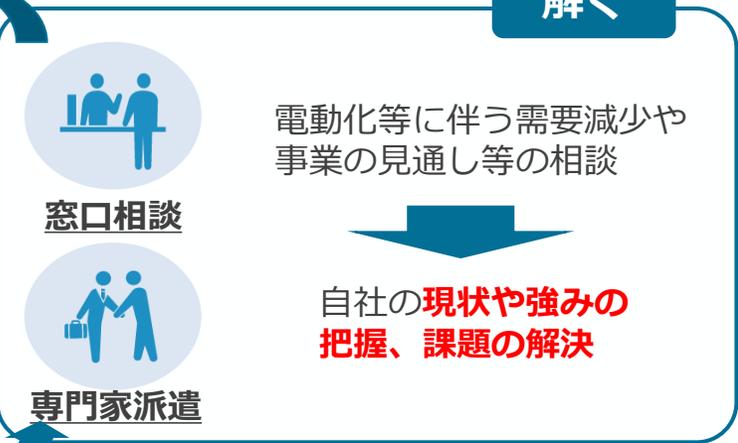
知る



学ぶ



解く



相談・活用



設備導入・研究開発等の各種補助

挑む



取り組む



ミカタプロジェクトの支援拠点



自動車産業集積地域を中心に「地域支援拠点」を設置し、地域密着型で中堅・中小サプライヤーの事業転換等に対する伴走支援を実施。

地域支援拠点が存在しない地域は、全国数か所に設ける「全国支援拠点」において相談対応・専門家派遣を行うなど、全国のサプライヤーに対して伴走支援を提供可能な体制を整備。

- …地域支援拠点カバー地域
- …全国支援拠点カバー地域



地域支援拠点 (14拠点)

- 北海道機械工業会 (北海道)
- いわて産業振興センター (岩手県)
- みやぎ産業振興機構 (宮城県)
- 栃木県産業振興センター (栃木県)
- 群馬県産業支援機構 (群馬県)
- 神奈川産業振興センター (神奈川県)
- 埼玉県産業振興公社 (埼玉県)
- 長野県産業振興機構 (長野県)
- 浜松地域イノベーション推進機構 (静岡県)
- 中部産業連盟 (愛知県、岐阜県、三重県)
- 京都高度技術研究所 (京都府、滋賀県)
- 岡山県産業振興財団 (岡山県)
- ひろしま産業振興機構 (広島県)
- 福岡県中小企業振興センター
(九州地方全体：北九州産業学術推進機構等と連携)

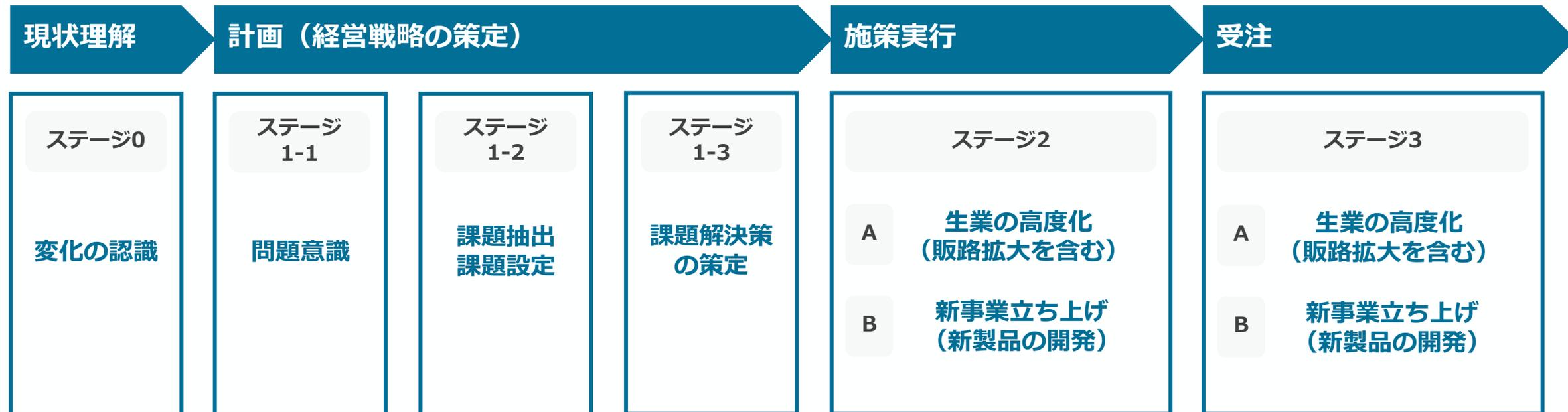
全国支援拠点

- 中小企業基盤整備機構の以下の地域本部
東北本部 (宮城県)、関東本部 (東京都)
北陸本部 (石川県)、近畿本部 (大阪府)
中国本部 (広島県)、四国本部 (香川県)
沖縄事務所 (沖縄県)



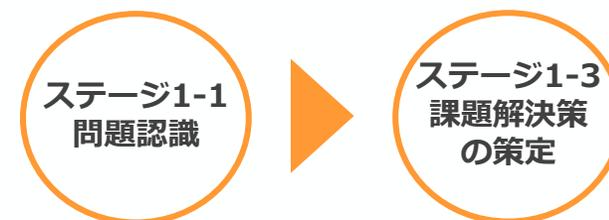
ステージとは・・・

企業による事業転換等の実現に向けた道筋を簡略的にまとめたものです。
本事例集では、掲載企業がどこからどこにステージアップしたのかを示しています。



ステージ1-1「問題意識」から、ステージ1-3「課題解決策の策定」まで進んだ場合は、右記のとおり表現しています。
また、支援を通じて企業が何らかの成長を感じられたような事例は、支援前後のステージが同じケースでも優良事例として掲載しています。

例) ステージ1-1からステージ1-3にステージアップした場合



まずは事業環境の変化や自社の強み・課題の把握から！

- 事例4. 自動車業界の変革期をチャンスに新事業立ち上げを目指す！
- 事例5. “型にはまらない鋳物屋”の新たな試作品製造への挑戦！
- 事例6. 社員とともに販路開拓を推進！組織風土の醸成にも好影響
- 事例7. 部品加工の受注拡大に向けたアルミ接合内製化への取組
- 事例10. “小規模企業”が取り組む自社技術のPR
- 事例11. 多面的な分析を通じたEV市場参入戦略の策定

変化する事業環境への適用を目指した生業の高度化！

- 事例1. “小規模企業”によるCASE関連のソフトウェア開発！
- 事例2. 自社開発未経験の企業が挑む保有技術の高度化による製品開発！
- 事例3. 製造特化型企业から技術提案型企业への成長の第一歩！
- 事例7. 部品加工の受注拡大に向けたアルミ接合内製化への取組
- 事例9. 新たなスキルの習熟により自社製品の開発が可能に！

自社技術を活かした新製品開発への挑戦！

- 事例2. 自社開発未経験の企業が挑む保有技術の高度化による製品開発！
- 事例4. 自動車業界の変革期をチャンスに新事業立ち上げを目指す！
- 事例5. “型にはまらない鋳物屋”の新たな試作品製造への挑戦！
- 事例8. EV化対応に向けた樹脂メーカーとの共同プロジェクト

“小規模企業”によるCASE関連のソフトウェア開発！

ステージ1-3
課題解決策の
策定

ステージ2-A
生業の高度化
(販路拡大を含む)

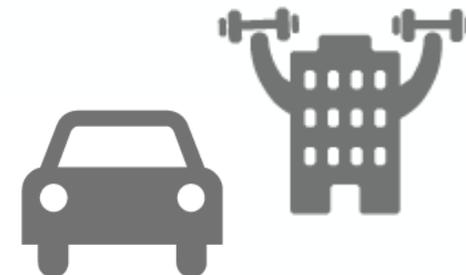
岩手県

ここが成長のポイント！！

自社のネットワークだけではCASE関連の情報収集が十分にできなかった小規模企業が、支援を通じて、**大手サプライヤーからの要求達成に向けて、必要な技術や知識を身につけることに成功！**

また、自社にとって**新規参入事業であるCASE関連ソフトウェアの開発**において、**大手サプライヤーとの取引に向けたチャンス**をゲット！

今後、自社技術の活用可能性を検討し、大手サプライヤーとの**共同システム開発に挑む！**



相談の
きっかけ

CASEの動向に興味はあるものの、小規模企業である自社のリソースや情報収集能力が不足していることを自覚。そうした中、**岩手拠点主催のセミナーの開催案内を受け、ミカタプロジェクトを認知し、販路拡大に向けた情報収集を目的に、岩手拠点の活用を決意。**

支援の内容

岩手拠点が、**県内の大手サプライヤーに対して、CASEに向けて必要となる技術ニーズ等に関するヒアリングを実施し、県内中小企業の参入可能性のある案件を発掘。ニーズ発掘による成果をもとに、大手サプライヤーと中小企業のマッチングを目的に、個別面談方式の「ニーズ発信マッチング会」を複数回実施し支援。**

支援を通じた
取組の内容

ニーズ発信マッチング会を通じて、**大手サプライヤー（A社）との個別面談を複数回実施したことで、A社が求めている具体的な技術ニーズ等に関する情報収集に成功。得た情報をもとに、技術面、情報面での支援を受けながら、ニーズに応えられる企業であることのアピールをしたことで、A社との関係構築のきっかけをつかむ。**

今後の展望

A社からのニーズ情報をもとに、**CASE関連ソフトウェア開発の高度化に向けた技術の研鑽を継続。今後、自社の技術を活用し、A社との共同システム開発に挑む予定。**

支援企業からの声

自社単独の販路開拓では、ただの会社紹介で終わってしまいますが、拠点が大手サプライヤーのニーズ発掘と仲介をしてくれたことが、その後のビジネスのきっかけとして有用だったと思います。ありがとうございました。

事例 2

株式会社湯原製作所（自動車エンジン部品の製造販売）

【資本金：50百万円 従業員数：98名（いずれも2024年4月時点）】

自社開発未経験の企業が挑む保有技術の高度化による製品開発！

ステージ1-3
課題解決策の
策定

ステージ2-A,B
生業の高度化
新事業立ち上げ

栃木県
さくら市

ここが成長のポイント！！

専門家からの助言等を通じて、**自社の従業員も巻き込みながら**、課題となっていた**顧客ニーズの収集・分析方法や製品開発に必要な知識**を習得。**未経験の自社開発に挑戦し**、活動開始から8ヶ月で電子機器の冷却装置の**特許出願を実現！**

また、**自社開発製品の実現に向けた活動を通じて**、**社内のモチベーションが大きく向上！**



相談の きっかけ

EV化による部品点数の減少により主力製品の売上が減少するおそれがある中、新聞や専門誌での情報収集を試みるも限界。そのような中、**栃木拠点に様々な支援メニューがあることを認知**。特に**専門家派遣**では、知りたい内容のみならず、**知るべき内容等についての指導を受けることができることに魅力を感じた。**

支援の内容

派遣された専門家が、**保有技術である金属パイプの曲げ技術を電子機器の冷却装置に活用可能であることを助言**。また、冷却装置への活用に向けた検討の動機付けとして、**自動運転技術の高度化により電子部品の需要が増加することに伴い、電子部品の発生熱の冷却ニーズも増加するといった動向も説明**。

支援を通じた 取組の内容

保有技術の高度化に向けた取組を推進するため、**社内でプロジェクトチームを結成**。支援で得た知識をもとに、**パイプと鋳造を組み合わせた冷却装置の基本設計を行い、パイプの曲げトライ加工を繰り返し実施**。これにより、**電子機器の冷却装置を開発し、活動開始から8ヶ月で特許を出願**。

今後の展望

冷却装置の要求仕様（除熱能力、サイズ）の調査等を実施し、**パイプ曲げの試作を継続的に実施**。自社で**保有していない鋳造技術については、パートナーの開拓を検討**。また、現在の少人数による活動を**全社的に広げ、新事業の立上げを共通目標として取組を推進**。

支援企業からの声

当社の保有技術を活用し、自動車業界の変化に対応するにはどうすればよいか、その入口から専門家に助言いただき、目指すべき方向性が明確になったことは大きな収穫でした。また、その開発に関わる専門知識も豊富で社内だけでは到底たどり着かない領域まで踏み込むことができ、今後も着実に製品化に向け進めていきたいと考えております。

事例 3

株式会社桐生明治（自動車部品加工、製造）

【資本金：10百万円 従業員数：96名（2024年6月時点）】

製造特化型企业から技術提案型企业への成長の第一歩！



群馬県
太田市

ここが成長のポイント！！

顧客からの**図面や仕様書の開示のみで生産してきた中小企業**が、支援を通じて、自社製品の**競合先を明確に認識するとともに、その商流を理解**。習得した知識を活かして、新たに建設した**R&D工場にて研究開発を進め、戦略的なものづくりや営業活動ができる企業へ**一歩前進！

引き続き、研究開発を繰り返しながら、**技術提案型企业への更なる成長を目指す！**



KIRYU MEIJI
PRECISION FACTORY



相談の きっかけ

以前よりPHEVやEVのエアコン部品の製造販売をしていたが、顧客からの**図面や仕様書のみの開示で量産製造する現状に課題**を感じていた中、群馬拠点による周知活動やHPからミカタプロジェクトを認知。自社の加工技術の活用可能性を見いだすため、**ミカタプロジェクト**を利用。

支援の内容

群馬拠点が開催するセミナーにおいて、**EVの歴史や構造、自動車メーカーの今後の展望について、より具体的に説明**。また、自社製品が搭載されているユニットを確認することができるEV部品の分解展示を開催するなど、**競合先の明確化とその商流の理解促進**に向けた支援を実施。

支援を通じた 取組の内容

支援を通じて得た知識をもとに、社内で営業戦略の立案をし、2023年に新たに建設したR&D工場を活用しながら、**顧客への積極的な技術提案を実施**。これにより、**新たに3件の受注を獲得したことで、試作品の開発・製造を繰り返し実施中**。

今後の展望

引き続き、新たに獲得した3件の受注に対応するため、試作品の開発・製造を実施。また、新規受注の獲得のため、**身につけた営業力や技術提案力を活かしながら、活動を継続することで、技術提案型企业への更なる成長を目指す**。

支援企業からの声

BEVに関するこれまでの開発経緯や世界レベルでのBEVの現状詳細だけでなく、具体的にヒートポンプ式空調機の今後の展望等についてもご教示いただき、弊社の営業戦略の立案において貴重なご支援をいただけたと感じております。

事例 4

中小企業（電子部品の製造販売）

自動車業界の変革期をチャンスに新事業立ち上げを目指す！

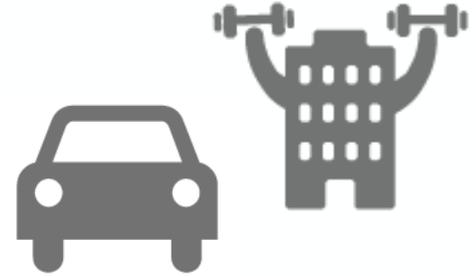
ステージ1-3
課題解決策の
策定

ステージ2-B
新事業立ち上げ
(新製品の開発)

群馬県

ここが成長のポイント！！

自動車業界の変革期をチャンスに変えるという思いを背景に、ミカタプロジェクトの活用を通じて、自社の**強みや弱みの整理、自社製品の棚卸し等を実施**したことで、**自社の強みや技術を活かすことのできる製品の特定**に成功し、**新製品の開発**にも着手！
引き続き、自社技術の強みの分析を継続し、**コア技術の更なる高度化**を推進！



相談の きっかけ

自社製品の**需要がデジタル化によって減少**するため、今後も生き残れる道を模索する必要があったが、従来から**販路拡大や新製品の開発**が大きな課題。そのような中、群馬拠点からミカタプロジェクトの案内があり、**自社の課題を具体化し課題解決を目指す**ことを決断。

支援の内容

今後求められる技術分野への保有技術の活用を目指し、専門家派遣を活用。自社の**強みや弱みの整理**、これまでの**自社製品の棚卸しや技術分析による保有技術の抽出**をした上で、今後求められる技術分野への振り分けを実施。

支援を通じた 取組の内容

専門家と二人三脚で自社の技術分析等をしたことを踏まえ、**自社の強みとなる技術を整理**。自動車の**EV化によって需要の拡大**が見込まれ、**その技術を活かすことのできる製品を特定**し、当該製品の**開発に着手**。

今後の展望

引き続き、自社技術の棚卸しを実施するとともに、新製品の開発をしつつ、**コア技術の更なる高度化**を推進。**コア技術の市場開拓やマーケティング、HPの改良**を行い、**拡販**を目指す。また、ベテランの従業員だけでなく、**定期的なインターシップや研修による若手の従業員の育成**も推進。

支援企業からの声

支援拠点の視点や意見の方向性が多種多様でしたので、これまでに気付かなかった点が明確化され、また、文字に起こすことにより、会社の方向性や課題がより明確化になりました。

事例 5

株式会社コイワイ（試作・量産、アルミニウム・鋳鉄鋳物部品の製造販売）

【資本金：35百万円 従業員数：112名（いずれも2023年7月時点）】

“型にはまらない鋳物屋”の新たな試作品製造への挑戦！

ステージ2-B
新事業立ち上げ
(新製品の開発)

ステージ2-B
新事業立ち上げ
(新製品の開発)

神奈川県
小田原市

ここが成長のポイント！！

自動車のEV化によって、得意分野である試作用エンジン部品等の受注量が激減し、自社のみによる事業環境の変化への対応が困難な中、ミカタプロジェクトを通じて、自社のコア技術である鋳物用砂型3Dプリンタや金属の大型3Dプリンタの強みを理解し、顧客への技術の提案方法を習得！
また、鋳物部品メーカーとしての知名度の更なる向上を実現！

KOIWAI
Additive Manufacturing



相談の きっかけ

自動車のEV化に伴い得意分野である試作用エンジン部品等の受注量が激減していたが、事業環境の変化に対応できず、EV化等による新市場への参入方法やコア技術の活用方法に関する指導を受けることを目的に、神奈川拠点に個別相談を依頼。

支援の内容

神奈川拠点が訪問相談し、既存技術や課題を整理。また、専門家派遣を通じて、ギガキャストにおいて必要不可欠となるアルミ鋳物の強度靱性向上材等に関するアドバイスを実施するとともに、自社や製品の認知度向上のため、自動車メーカーの技術者や購買担当等が参加する技術展示商談会や電動化技術フォーラム等への参加を勧めた。

支援を通じた 取組の内容

特に自社や製品の認知度向上を図るため、技術展示商談会において、専門家からのアドバイスを踏まえたアルミの大型3Dプリンタによるギガキャスト用試作高強度高靱性アルミ鋳物をPR。また、電動化技術フォーラムにおいては、電動化対応に向けた自社の取組事例を発表。

今後の展望

大手商社との研究開発会社の立ち上げ及び運営、産学連携による研究開発など、自社だけでは実現できないことは、外部協力を得ながら、着実に取組を進め、“型にはまらない鋳物屋”としてチャレンジを継続。また、金属3Dプリンタの型レス化によるサービス部品の製造に向けた取組も実施。

支援企業からの声

企業相談や技術展示商談会への参加による、自社の強み技術の確認と提案方法を取得できました。また、鋳物部品メーカーとしての知名度のさらなる向上が図れました。

事例 6

株式会社名友産商（自動車のエンジン等に使われる歯車や台形ネジ・ギア仕上げ等の転造加工）

【資本金：10百万円 従業員数：50名（いずれも2024年9月時点）】

社員とともに販路開拓を推進！組織風土の醸成にも好影響

ステージ1-2
課題抽出
課題設定

ステージ2-B
新事業立ち上げ
(新製品の開発)

愛知県
小牧市

ここが成長のポイント！！

EV化に伴う**エンジン関連部品への影響に危機感**を覚えた事業者が、支援を通じて、企業内の**プロジェクトメンバーとともにマーケティング戦略を策定**。戦略を実践する中で、**社員の「自分で考える力」も大きく成長！**また、こうした取組の地道な継続により、自動車のみならず、農機具や半導体、建設等の**多くの業界からの引き合い**や、**試作品受注から量産受注につながった事例**もあり、**受注拡大に成功！**



相談の きっかけ

主力製品が自動車のエンジン関連部品であり、**EV化の動向が事業継続に大きく影響すること**に危機感を抱く中、販売製品を分散させるべく、**新分野への販路開拓**を決意。そうした中、**中部拠点からミカタプロジェクトの案内**を受けたことがきっかけ。

支援の内容

専門家派遣により、自社の**強みや市場環境、競合環境等を分析**し、自動車部品や他産業の提案先を整理。**専門家は簡単に答えを出さず、参加メンバーの自主的意見を引き出しつつ議論**を進行。また、**職場のリーダーが主体的に展開**できるよう、専門家との間で定期的な打ち合わせを行いながら、進捗状況やリーダーの悩みのフォローを実施。

支援を通じた 取組の内容

自社の転造技術や生産体制の**強みを明確化**し、どのように**提案・営業するかを検討・整理**。新たな事業展開を**マーケティング戦略として取りまとめ**、PR資料を作成。また、これらの取組をもとに、プッシュ型の営業活動や展示会への出展、ホームページの見直しなどを行った結果、新規の試作依頼を獲得。**電気自動車のブレーキ部品等の試作依頼**にもつながった。

今後の展望

更なる新分野への開拓に向け、プロジェクトメンバーを増員し、取組の加速化を予定。プロジェクト活動の実施を通じて、**中堅社員が自社の将来を考える組織風土づくり**にもつなげていく。

支援企業からの声

受注が大きく変動する中で、職場リーダーを参画させての取組は苦勞もありましたが、リーダーの意識も変わり従業員の成長を感じています。個別支援以外にも、ミカタプロジェクトのセミナーや実地研修に数回参加して、情報収集に努めています。

部品加工の受注拡大に向けたアルミ接合内製化への取組

ステージ1-1
問題意識ステージ2-A
生業の高度化
（販路拡大を含む）岐阜県
各務原市

ここが成長のポイント！！

既存の試作車用部品の受注が大幅に減少し、今後の成長分野であるアルミ部品の溶接工程の内製化を検討していた事業者が、支援を通じて、アルミ材料の接合方法について理解を深め、加工分野にトライし、顧客に合った最適な溶接方法の提案力も向上！

既存の自社設備にアルミ接合に転用できるものがあることがわかり、設備投資金額も削減！また、社員とともに事業の方向性を示したロードマップも作成！

相談の
きっかけ

既存の試作車用部品の受注が大幅に減少する一方で、今後は車体の軽量化に伴うアルミ部品が多用されることを想定。従来のアルミ部品の板金加工に加えて、アルミ溶接の内製化を検討していたが、具体的な取り組み方法が分からず、一歩が踏み出せずにいた。そのような中、情報提供に熱心な各務原市の担当者からミカタプロジェクトの紹介を受けるとともに背中を押されたことで支援の利用を決意。

支援の内容

コーディネーターとの議論を通じてアルミ溶接工程の内製化に向けた課題の整理を実施し、その内容をもとに、当社のニーズにマッチした経験豊富な専門家を選定。専門家派遣では、勉強会を通じてアルミ溶接工程に係る技術的な動向を共有し、同工程の技術的な動向や課題に合わせた設備導入計画やアクションプランをロードマップとして整理する支援を実施。

支援を通じた
取組の内容

支援により習得したアルミ接合の基礎知識を活かして、これまで加工経験の乏しかったアルミ接合のトライを開始。アルミ結合加工の加工条件や品質保証・品質管理レベル等について、顧客と更に踏み込んだ意見交換をしながら技術レベルの向上に取り組む。

今後の展望

アルミ製品分野での更なる受注獲得に向けて、展示会などへの出展を計画するとともに、アルミと異種材の接合について知識や技術の手の内化を図る。

支援企業からの声

専門家の方は幅広い知識をお持ちでありながらもそれを押し付けることなく、現地現物で当社の製造現場や強みを踏まえた提案・情報提供がいただけたことで、支援の成果につながったと思います。引き続きミカタプロジェクトでご指導をいただきながらロードマップ実現に向け社員一団となって取り組んでいきたいです。

事例 8

株式会社クレファクト（自動車用マフラーや燃料タンク等の開発設計及び製造）

【資本金：48百万円 従業員数：325名（いずれも2023年7月時点）】

EV化対応に向けた樹脂メーカーとの共同プロジェクト

ステージ1-3
課題解決策の
策定

ステージ2-B
新事業立ち上げ
(新製品の開発)

岡山県
総社市

ここが成長のポイント！！

EV化に伴う主力商品のマフラーと燃料タンクの消失による会社存亡の危機感を抱き、新たな道筋を模索していた事業者が、支援を通じて、自社にはない樹脂成形技術を持った**樹脂メーカーとのマッチングに成功！**共同開発を進めるにあたり、双方の共通目標をしっかりと明確にしたことで、**EVバッテリーに利用される樹脂タイプのバスバーの共同開発・製品化を実現！**



従来品バスバー



共同開発品

相談の きっかけ

主力商品であるマフラー等の自動車部品がEV化で消失することを懸念して新たな取組を模索する中、岡山拠点が実施する訪問ヒアリング活動を受けたことがきっかけ。生産経験のあるEVバッテリー用バスバーの新規需要獲得を狙い、絶縁コーティングの塗膜の均一性やリサイクル性の向上が見込まれる樹脂カバートイプのコンパクト化を実現させたいが、樹脂成形の実績がない状況。

支援の内容

拠点のコーディネーターが、自社技術を活かしてEVバッテリーに使用されるバスバーの製造に参画したいとの意向を汲み取り、樹脂メーカーとのコラボを提案し、コラボ先の探索も実施。マッチング終了後もバスバー関連の情報提供、開発品の試作支援のための助成金情報の提供や相談対応を実施。

支援を通じた 取組の内容

樹脂メーカーとのマッチングにより、共同開発を開始。双方の開発担当が技術内容を中心とした企業紹介や見学交流会を行うことで相互の理解を深め、秘密保持契約を締結。拠点からの情報提供等も踏まえ助成金を獲得しつつ開発を進め、樹脂カバートイプによる絶縁加工をしたバスバーの製品化を実現。

今後の展望

現在の主流品は樹脂と金属の分離に手間がかかりリサイクルが困難だが、新製品は分離が容易でリサイクル性が向上かつコンパクト化と絶縁性能も両立させた。国内外に向けて営業活動を開始。

支援企業からの声

個々の会社では取り組むことが難しい領域であったこともあり、課題解決の手法として、樹脂メーカーとのマッチングは有用でした。試作金型の製作に際して、企業間連携促進支援助成金の案内や相談対応をいただいたうえ、その助成金の採択も受けることができ満足しています。

事例 9

株式会社キーレックス・ワイテック・インターナショナル（自動車部品や治型具の開発設計等）

【資本金：90百万円 従業員数：501名（いずれも2024年4月時点）】

新たなスキルの習熟により自社製品の開発が可能に！

ステージ1-1
問題意識

ステージ1-2
課題抽出
課題設定

広島県
海田町

ここが成長のポイント！！

EV部品の開発に挑戦するにあたり、EV部品に求められる車両NVH※性能を向上するためのアプローチ方法を把握できていなかった事業者が、支援を通じて、開発に向けた課題の特定を可能とする、低周波振動特性を**自律的に計測・分析ができる方法を確立！**

今後、課題の具体化を進め、**将来的なEV部品の開発・製造を目指す！**

※NVH：「Noise（騒音）」、「Vibration（振動）」、「Harshness（荒々しさ）」。



株式会社 キーレックス・ワイテック・
インターナショナル



相談の きっかけ

エンジン車向け部品（シャーシ部品）中心の製造から、将来的にはEV向け部品の製造を想定。EV向け部品製造ではNVH対策が更に重要になると認識していたが、開発に必要な情報が把握できず。そのような中、**広島拠点による「車両の低周波振動特性の実験モード解析計測方法の講習会」**の紹介を受けたことから、**開発課題を特定する手法の習得**を期待し、参加。

支援の内容

上記講習会により、**EVの実車、計測機器及び取得データを提示**しながら解析計測方法をレクチャー。また、解析計測方法の更なる習熟のため、広島拠点が置かれている「**ひろしま産業振興機構**」の「**新技術トライアル・ラボ**」でも、計測及び分析方法をレクチャー。

支援を通じた 取組の内容

上記講習会に参加し、開発課題を特定する手法として車両NVH性能のひとつである**低周波振動特性の計測解析法について概要を理解**。さらに、計測解析法の習熟に取り組み、**自律的に取り組めるまでスキルアップ**。自社製品への適用を試み、計測機器の利用のみで検証を実施。結果、**自社製品の振動特性を把握**することに成功。

今後の展望

身に付けた計測解析法をもとに、自社製品の開発課題についてどのように取り組んでいくかを社内にて検討中。今後、開発課題の具体化が進んだ場合は、**習得した計測解析法を社内展開**するために、必要な計測設備の充実など**開発環境の整備を進めていく**予定。

支援企業からの声

この計測解析法で、課題抽出など、何ができるかなどを事前に理解する講習会が有用でした。さらに自社製品への適用支援を受けられたことも役立ちました。

株式会社ピュアテック（精密加工部品・金型部品「モータコア」精密金型部品加工）

【資本金：3百万円 従業員数：10名（いずれも2024年9月時点）】

“小規模企業”が取り組む自社技術のPR

ステージ1-1
問題意識

ステージ1-2
課題抽出
課題設定

福岡県
直方市

事例10

ここが成長のポイント！！

安定した売上・経営の維持に課題を抱えていた事業者が、支援を通じて、自社技術のPRを行うべく具体的なアプローチ先の候補を明確化させ、**戦略方針の検討をスタート！**
こうした取組を進める中で、**経営幹部全員が新たな刺激**を受け、営業面でも**自発的な議論が進み、組織活性化にも貢献！**



相談の きっかけ

他の支援機関を利用した際、本事業にも協力している専門家から紹介を受け、九州拠点では自動車のEVシフトに向けて様々な情報が入手できるうえ、経営に関する幅広い分野の専門家が登録されており、**技術だけでなく事業戦略やマーケティング等の総合的な支援が受けられることに魅力を感じたこと**がきっかけ。

支援の内容

支援先企業に対して、「VRIOフレームワーク※」や「強み弱み分析」を実施し、事業課題を整理。販路拡大に向け、まずは**ホームページのリニューアルに着手し、既存ホームページの診断を行い、改善に向けた情報整理や新規コンテンツを検討。**

※「Value（価値）」、「Rarity（希少性）」、「Imitability（模倣困難性）」、「Organization（組織）」の視点から自社の強みを分析する手法。

支援を通じた 取組の内容

自社技術のPR先の具体的な候補が明確化されたことで、**社内での戦略方針の検討が具体的に進行。経営幹部が新たな刺激**を受け、営業面でも**自発的な議論の活性化**につながった。訴求力のある自社ホームページとするため、サステナビリティ要素の追加等を追求。

今後の展望

新規取引先の開拓に向けて、**自社の環境やリソースに則したマーケティング戦略の確立**を図り、その具体策として、①自社HP及び会社案内の全面的な刷新、②関連分野の商談会や展示会でのPR方法の改善、③顧客目線での技術プレゼン資料の作成などに取り組んでいく。

支援企業からの声

これまで自社ホームページは単に「あれば良い」という程度の認識でしたが、情報発信の意義、効果的な露出方法、潜在顧客に届く提案のやり方などを分かりやすく、体系的に学ぶことができ、非常に勉強になりました。今回、学んだ実践的な手法をしっかりと活用していきたいです。

多面的な分析を通じたEV市場参入戦略の策定

ステージ1-1
問題意識

ステージ2-A
生業の高度化
（販路拡大を含む）

大阪府
東大阪市

事例11

ここが成長のポイント！！

主力の自動車用のエンジンやトランスミッション部品の売上が減少する中、早急な構造改革が必要であることを痛感した事業者が、支援を通じて、自社の強みや弱みを明確化した上で、**EV市場参入に向けた戦略を策定し、自社の進むべき方向性を確認！**

また、戦略をもとに、**自社の営業体制を踏まえた効率的な販路開拓先へのアプローチ**をスタート！



相談の
きっかけ

主力商品のエンジン・トランスミッション部品の売上が減少。これに対して、航空機部品市場への参入の取組を推進しているが、経営リソースの配分に苦勞。EV部品市場は、長年の自動車部品生産の実績があることから参入を検討していた。こうした中で**全国拠点が開催したEV部品展示解説&相談会に参加したことがきっかけ。**

支援の内容

専門家がローカルベンチマークやSWOT分析を通じて**現状把握やEV固有の課題を整理**。また、eアクスルの小型化・軽量化・低コスト化を切り口としたEV市場への参入可能性の精査や販路開拓先の選定、鍛造・鋳造メーカーとシナジー効果を活かせる**協業プランを提案**。

支援を通じた
取組の内容

自社の事業分析や環境分析を通じてポジショニングを把握し、参入可能性が高いEV関連部品を特定。**EV市場参入に向けた戦略を策定し、販路開拓先へのアプローチ**を開始。

今後の展望

新規顧客候補との関係を継続し、**戦略を実行して新規受注を獲得すべく積極的な活動を展開**。自社の営業リソースの配分をふまえ、顧客ターゲットの絞込みを行い、効率的な営業活動を推進。

支援企業からの声

今回の分析で、自社の強み弱みや立ち位置が明確になり、これらを踏まえた活動ができるようになりました。また、電動車部品の分野において販路開拓するための戦略を策定し、具体的な販路開拓先を複数社選定することができました。