



大阪経済記者クラブ会員各位

「やってみなはれ 中小企業チャレンジ支援プロジェクト」 ～デザイン思考を活用した新事業創出支援事業～ の卒業生3社が果敢に新事業にチャレンジ、展開をスタート！ ～地域経済を支える小規模事業者を大阪商工会議所が伴走支援～

【お問合せ】 大阪商工会議所 中小企業振興部(山田・太田)
TEL:06-6944-6471

大阪商工会議所は、4月以降、中小企業・小規模事業者がコロナ禍等の苦境を乗り越え、未来を切り拓く新たな挑戦を支援する「やってみなはれ 中小企業チャレンジ支援プロジェクト」を実施してきた。

その支援事業の一つとして、本会議所の企業成長支援委員会（委員長＝松本 将・マツ六(株)代表取締役社長）は、「デザイン思考」を活用した新事業創出支援事業（大阪府産業デザインセンター(OIDC)と共催）を実施。その成果として、本事業の参加企業から (株)タマトメ花遊館、(有)フジメディカル出版、(株)しゅうめいの3社が新たに事業を企画立案し、展開を始めた。

3社はいずれも、既存ビジネスの売上減少に直面し、新たな収益の柱として新事業創出や事業再構築を模索していた。本会議所の事業への参画を通じ、「デザイン思考」を活用することで、顧客が抱える真の課題を解決できる新たなサービスを作り出し、顧客に選ばれるサービスを自ら提供できる企業へ転換できた。

【実施概要】

■支援3社の新事業について

- ① (株)タマトメ花遊館（大阪市内の最大級の園芸・生花小売店）
オンラインによる観葉植物の健康診断を通じた引き取り・新植物販売事業を開始。
- ② (有)フジメディカル出版（医学・薬学専門の出版社）
クラウドファンディングを活用し、一般医に対し「希少難病」の診断要点をデジタル・アナログで提供する事業を開始。
- ③ (株)しゅうめい（広告企画制作業）
販促物の見直し支援に加え、キャリアコンサルタントの資格を活かして採用後の定着やキャリアデザインをサポートし、顧客の企業ブランドを高める「人と組織の活性化」事業。

■事業参画の理由と参加後の変化

- ・いずれの企業も顧客や取引先から業務を請け負う、もしくは、受注する「受け身」の事業で価格競争に陥っていた。またコロナ禍等の影響を強く受けるなどして、既存のビジネスの売上が大幅に減少していたことから打開策を模索していた。
- ・本会議所事業への参画を通じて、デザイン思考を取り入れたことにより、顧客や社会が抱えている課題の本質を解決できる新たなサービスを自ら作り出し、提案することで、顧客に選ばれるサービスを提供する企業へと転換できた。

■今後の大阪商工会議所の支援について

- ・3社については引き続き専任担当者を置いて、資金繰りや融資支援、新ビジネスの販路開拓やデジタル化等について専門家を活用するなどして伴走支援を行っていく。

以上

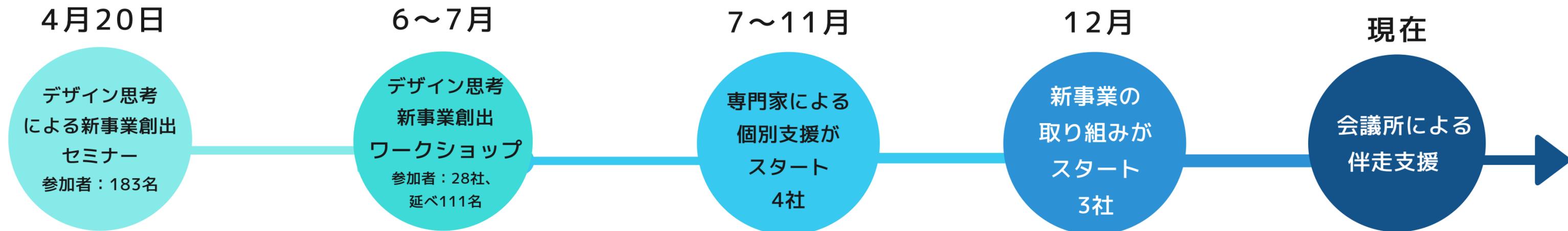
<添付資料>

別紙1：2022年度「デザイン思考」を活用した新事業創出支援事業

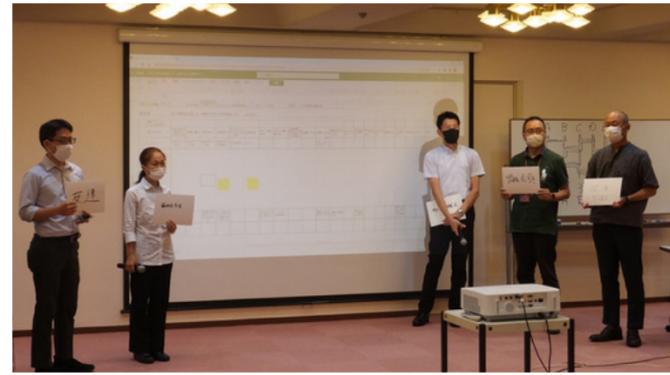
別紙2：3社の取り組み事例

2022年度「デザイン思考」を活用した新事業創出支援事業

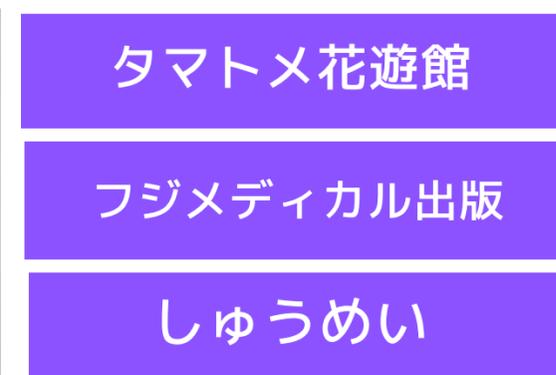
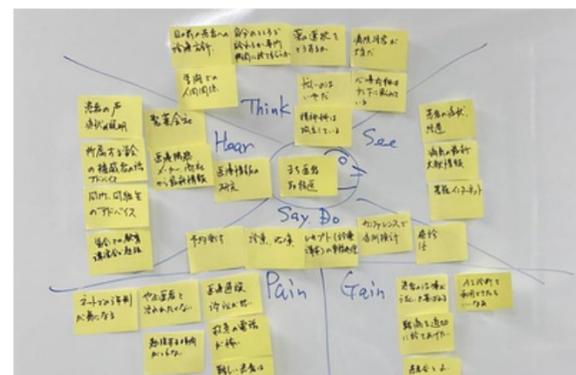
- ・ 中小企業の自己変革力を高め、変化するマーケットや社会課題に適応するサービスの創造を継続的に行える組織へ変化すること、稼ぐ力を向上していくことを目指す。
- ・ **セミナーと4日間のワークショップ（WS）、ハンズオン支援**を組み合わせたプログラム。
- ・ 事業の見直し等を模索する中小企業が参加（中小参加率は、セミナー：82%、WS：83%）
- ・ **専門家によるハンズオン支援から新事業取り組みに至った事業者は3社、1社は支援継続中。**



基調講演：(株)BIOTOPE 代表 佐宗 邦威氏



講師：武庫川女子大学 経営学部教授 宗平 順己氏



自己変革力強化



本事業は、大阪府の小規模事業経営支援事業費補助金を受けて実施

【取り組み事例1】(株)タマトメ花遊館（大阪市東住吉区）※いずれの企業も個別取材が可能

大阪市内最大級の園芸店が、非対面(オンライン)での観葉植物の健康診断サービスを開始！

【企業情報】小売業（園芸・生花）、ガーデン施工、設立1901年、資本金5,000万円、従業員5名

【新事業への取り組みのきっかけ】

- ・ コロナ感染症の影響で、法人のお客様や祝花の売上が減少。
- ・ 開店祝い等で胡蝶蘭等を届けることが多いが、枯れた植物を引き取ってほしいとの要望があった。

【新たな取り組みとその特徴】

- ・ 非対面（オンライン）で植え替えの知識が豊富な社員がお客様の植物の状態を診断し、お手入れのアドバイスを行う。
- ・ オンラインの健康診断は無料であるが、枯れた植物の引き取りサービスの利用や新たな植物の購入に繋げることができる。
- ・ 植物の届け先や園芸が趣味の方等、BtoB、BtoC共に顧客を開拓できる。

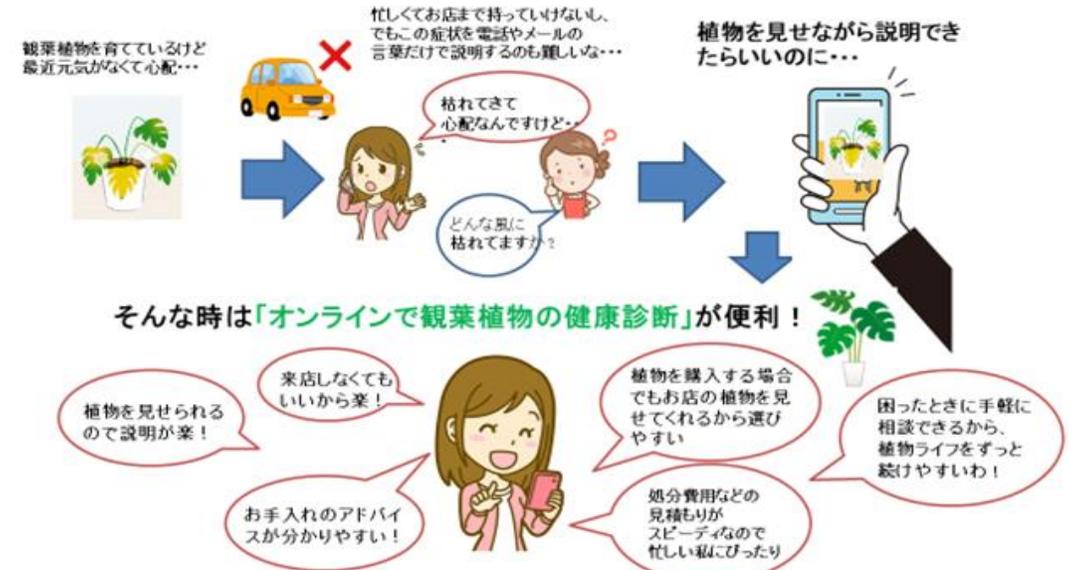
【顧客に届けられる価値】

- ・ 植物を持参して来店せずとも、SNS等を活用し写真を送信することで、観葉植物のプロからの的確なアドバイスを受けることができる。
- ・ 植物の状態を見ながら話せるので、見積りがスピーディにでき、購買までのやり取りがスムーズになる。

【今回の支援を受けての感想】

「デザイン思考」ワークショップでは、講師や受講生からアドバイスやフィードバックをもらったのがとても役立ちました。早い段階で新事業の企画からスタートまで漕ぎつけることができ本当に良かった。

【3年後の目標売上高】 新規事業で年間500万円の売上を見込む。



【取り組み事例2】(有)フジメディカル出版(大阪市北区)

専門医・患者会と連携したクラウドファンディング型出版により、新たな出版サービスを提供する！

【企業情報】医学薬学の専門出版社、設立1998年、資本金300万円、従業員3名

【新事業への取り組みのきっかけ】

主に製薬会社から委託を受けて医薬品の専門書を出版・販売していたが、厚生労働省によるガイドライン策定等によりその出版が困難となり、売上がピーク時から84%減になった。

【新たな取り組みとその特徴】

- ・治療開発や研究が遅れており、出版物も少ない「希少難病」に特化し、専門医や患者会と連携し、一般医や非専門医に対して的確な難病診断の要点を簡易版としてまとめ、アナログとデジタル両方で販売する。
- ・制作資金についてはクラウドファンディングで募集する。

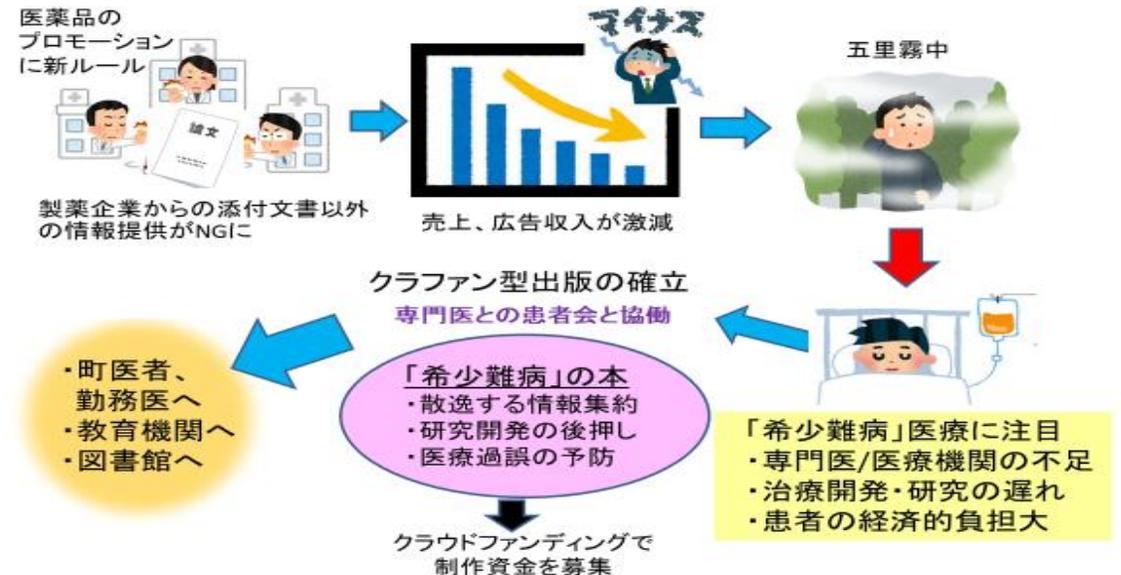
【社会課題の解決】

- ・一般医や非専門医にとって希少難病をわずかな手がかりで見つけ出すのは至難の業である。確定診断までに長い年数を要した患者の事例解説を軸に、「見逃し」や「誤診」をキーワードに、見逃されないための診療フローを提案し、診断精度を高めることで、社会課題でもある難病医療へのアクセス向上を目指す。

【今回の支援を受けての感想】

事業を立て直す手立てとして「デザイン思考」に関心を持った。専門家とともに、ツールを活用しアイデアを出すことにより今後の方向性のヒントを得て、新事業の取り組みを始めることができた。自社の事業特性や強みを見つめ直す良いきっかけにもなり、非常に有意義だった。

【3年後の目標売上高】直近の売上高の3倍、新規事業で年間1,250万円の売上を見込む。



【取り組み事例3】(株)しゅうめい(大阪市中央区)

大手商業施設からの大幅な受注減で事業を見直し、企業と人の「リ・ブランディング事業」を開始!

【企業情報】 広告企画制作業(大手商業施設の販促物)、設立2000年、資本金200万円、従業員1名

【新事業への取り組みのきっかけ】

大手商業施設から販促物の制作を請け負っていたが、コロナ感染症の影響で販促予算が削減され、受注が激減。売上が全盛期と比べ大幅減になった。

【新たな取り組みとその特徴】

- ・ 広告業界での30年の経験やキャリアコンサルタントの資格を活かし、「企業と人のリ・ブランディング」に事業の主軸を変更した。
- ・ 広告業界での経験を活かした「販促計画作成サポート」「チラシのデザイン改善サービス」をはじめ、若手人材の早期離職などの社会問題を受け、個別面談や研修を通して、職場のコミュニケーション状況を把握し、採用後の定着やキャリアデザインをサポートする「人と組織の活性化支援」を開始した。

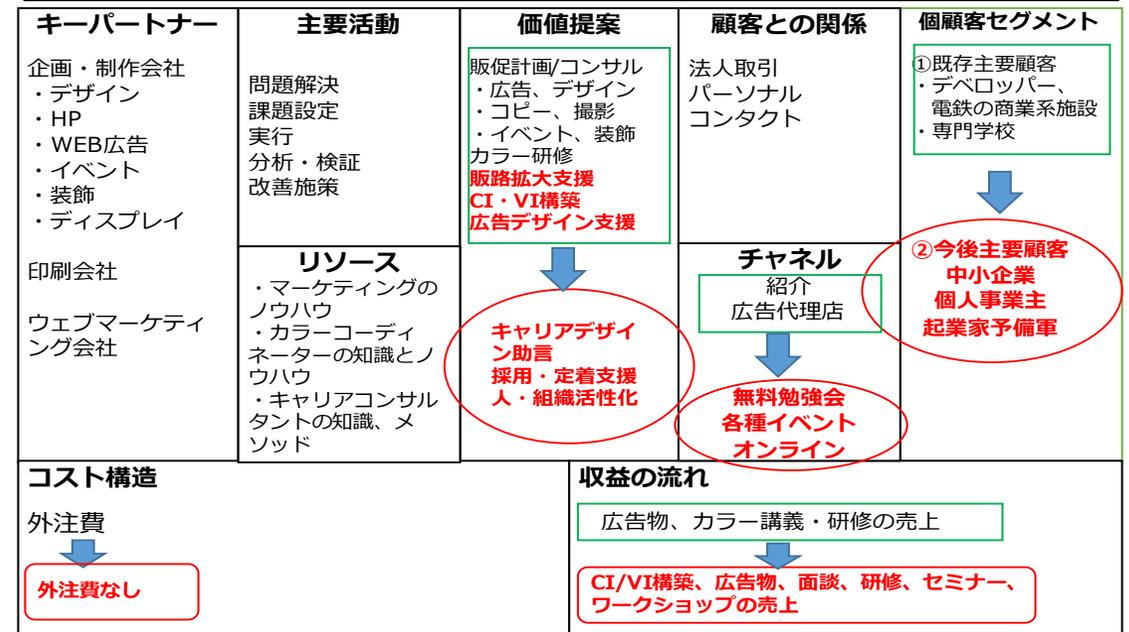
【顧客に届けられる価値】

- ・ 企業のブランドコンセプトの見直しを行い、販促物に落とし込み、社内外へ発信することで、企業や商品のブランド価値を高め、販路拡大を支援することができる。
- ・ 企業のブランド力を高めることで、「この会社で働きたい」と思われる企業となることができる。
- ・ 社員全員との面談を行い、社内のコミュニケーションを円滑化することで、直近の社会課題である社員のエンゲージメントの向上、若手人材の定着化に寄与できる。

【今回の支援を受けての感想】

「デザイン思考」ワークショップでは、大きな気づきがあり、今後に向けての意識改革ができた。また、新たな差別化要素も見えて、とても役立ちました。

<既存事業→新たな取り組みへ徐々にシフト>



【3年後の目標売上高】 直近の売上高の3倍を見込む。新規事業で年間350万円の売上を見込む。