

東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査  
ヒアリング報告書

令和5年3月

東 大 阪 市  
東大阪商工会議所

## 【A社】

### <会社概要>

A社は、プラスチックフィルムへのエンボス加工を行う企業で、エンボス加工による表面の凸凹により、フィルムへデザインや機能性といった付加価値をつけることを実現している。

更に当社で中心に行っている「〇〇」へのエンボス加工は、プラスチックフィルムの中で特に成形が困難とされている素材である反面、強靱な剛性やガスバリア性といった特徴を持つなどのメリットがあり、多くの企業からの様々な要望や課題に答えている。

### <営業利益の増加>

コロナ禍にあって、前期の売上は前々期から2割程度の減少となったが、今期に入って営業利益が増加。要因としては、大型の受注案件が獲得できたからと考えられるが、受注件数自体は引き続き減少傾向となっている。

### <新たな事業展開への取り組み>

減少する売上を増加に転じるため、既存分野での新製品の開発や販路の開拓が欠かす事できないが、人材不足により、中々成果があがらないのが現状である。

今後は新分野での展開も考えており、他社との連携も視野に入れている。その中から経営のヒントを得られればと考えている。具体的なビジョンはまだないが、現状当社でもつ技術力を最大限活かせればと考えている。

### <事業承継>

現社長は元々他社で7年間勤務。その後会社の跡を継ぐこととなり、会計事務所に財務面の相談を行い、ボルテックス(株)が主催する「100年企業応援」セミナーにも参加し、永続させる企業理念などを学んだ。

先代社長の技術力を第一に考える理念は継続しながら、自社をもう一段階引き上げるため、社内規則の整備をはじめ、5S活動やマーケティングにも取り組んだことで、従業員のモチベーションが上がるとともに、会社の業績も順調に伸びていった。

今後は次の社長候補も決定し、事業承継の準備をしていく予定。その為には幅広い分野の経営相談に対応してもらえる機関があればと考えている。

#### ヒアリングから見えたA社のポイント

- ・技術特性あり
- ・財務面の専門家指導
- ・会社永続への企業理念意識の向上
- ・社内規則の整備
- ・5S活動の実施
- ・マーケティングへの取組
- ・他社から学ぶ姿勢

## 【B社】

### <会社概要>

アルミ専門の高精度精密部品加工を行う企業。特に高精度を求められる部品や切削面が多く難しい部品、工程が多い部品などを高い精度で提供している。

同社で勤務する熟練の職人は、素材や機械の癖を理解し、制御することで、工作機械の機能や精度を最大限に発揮させ、高精度の品質を実現している。

### <営業利益の増加>

同社の売上を前期と前々期と比較すると、60%を超える増収で、今期は売上だけでなく、営業利益も増加。要因はアルミの精密部品加工に特化することで、余剰設備をなくし、無駄な経費も削減。更に加工範囲も制限することで短納期が実現できていること。

### <創業>

同種の企業で勤務していたB社の社長は、2016年に25坪の倉庫にて開業。アルミの将来性が高いことに加え、前職での経験を活かしたアルミ精密加工で、創業当時こそ資金調達に苦労したが、その後は順調に売上を伸ばし、前期の売上は3億に迫る。

### <新規顧客の獲得>

今後、半導体関連が伸びると予想しており、ベースとなるアルミ専門加工は崩さずに新たな展開を目指している。

### <ベンチャー企業との連携>

自社と得意分野の違う他社との連携をすることにより、新たなアイデアを創出することを期待している。

### <海外での販路開拓>

現在既に国内の大手企業を通じ、海外での販売も行っている。

### <万博で新たな風を>

大きなイベントでは、参加することで何らかの効果を生むと考えている。当社のもつアルミの精密部品加工技術の高さを世界にPRし、新たな販路の開拓に繋がることを期待する。

#### ヒアリングから見えたB社のポイント

- ・技術特性あり
- ・特定業務の専門化
- ・専門化による短納期化
- ・余剰設備などの無駄削減
- ・(成長分野の予測)
- ・(他社連携でのアイデア創出)
- ・(世界への発信意欲)

## 【C社】

### <会社概要>

電気器具のフォトエッチング加工・エレクトロフォーミング加工などを行っている。メタルマスクやリードフレーム、エンコーダなど、精密な薄板の抜き加工を安価なパターンを使用し、金型なしで製作している。

### <営業利益の増加>

同社の業績は前期、前々期と右肩上がり。今期も営業利益が増加。

現社長となって以降、趣味のバイクレース仲間の依頼で作成した商品が人気となり、今では自社ブランドを持つほどになっている。

### <新規顧客の獲得>

得意先から求めるものだけを製造しては、いつかは海外製品にとって替わられると危機感を持つ現社長が判断したのは、自社製品を持つことである。

前述のバイク仲間から広がった商品は、今までありそうでなかったアイデア製品。また本製品は、これまで当社で培ってきた精密電気部品のエッチング加工技術があってこそその製品。これこそが自社ブランドの製品として成功した理由の一つである。

また同社は、マフラーに付ける企業エンブレムも製造しているが、そのエンブレムの黒染めを、ただ1社しかできない新潟の企業に依頼しており、他にない高い優位性をもった製品となっている。

それ以外にも積極的に新展開を進める同社だが、社長主導ではなく、親族でもない事業部長がリーダーとなり、開発を進めている。

### <海外展開>

同社の今後の展開としては、日本国内ではなく、海外での販路拡大を模索している。販売を予定しているのは前述の自社ブランド製品である。

今特に注目しているのは、「ベトナム」。バイク社会であるベトナムは、低価格帯の「カブ」が主流となっているが、富裕層に限っては高価格帯のバイクを所有している。この層に向けて販売を予定。

しかし高い関税、販路拡大に必要な人脈、現地法人やエージェント契約など課題は山積みである。現在はベトナム人の研修生を受け入れており、ベトナム進出の際には何らかのサポートをお願いできればと考えている。

### <事業承継>

現社長は某家電メーカーの関連会社で勤務後、事業を承継することを前提に同社に入社。

2009年に社長に就任したが、長年培ってきたエッチング技術は継承しながら、ブランド戦略を進め、現在の成功に繋がった。事業承継を行うために事前に何かを準備したわけではないが、25歳という若い段階から当社の一員として勤務したことが、スムーズに事業承継を行うことができた要因だと思われる。

ヒアリングから見えたC社のポイント

- ・金型製作を省く業務の選択
- ・人脈を生かして自社製品化
- ・優位性ある企業との連携
- ・新展開への積極性
- ・海外販路拡大志向

## 【D社】

### <会社概要>

バフ研磨や超精密部品の鏡面研磨仕上げを行う企業。外面の研磨だけでなく、育成に2年以上はかかるとされる内面の研磨も得意としている。また、業界では珍しい1mm以下の箇所  
の研磨も得意としており、高い技術力を求めて全国より依頼が舞い込んでいる。

### <営業利益の増加>

現在売上の多くを占めるのは、半導体部品の内面研磨作業で、他社では真似できない高品質・高精度の仕上がりを実現している。

コロナの影響はさほどなかったが、半導体メモリの取引は、3,4年周期と言われており、今回対象となる期間がたまたま増収のタイミングであったと思われる。

### <新規顧客の獲得>

現在は主たる事業（鏡面研磨）による顧客しか獲得をしていないが、同社では、近年開発部を設置し、あらゆるものに対応出来る設計・開発力で、自動研磨機を自社開発するなど新たな取り組みにも力をいれている。

全ての取り組みは社長主導で行われ、営業活動も社長自身が足を運んでいる。

### <ベンチャー企業との連携>

同社は研磨の先端技術を開拓し、新たな可能性を示すことで社会に貢献できる会社を目指しており、職人の豊富な知識と経験と共に、新しい視点が何らかの形で発見できればと考えている。その方法の一つがベンチャー企業との連携であると考えている。

### <AI/IoTはこれから>

同社でAI/IoTの導入を考えると、導入によって省人省力化が図れるかどうかのポイントとなる。当社の技術力の高さは、職人一人一人の技術力の高さであり、まだまだAI/IoTにとって替わることができるまでに至っていない。新工場も建設し、従業員も増えてきていることから、今後は導入を検討していく。

#### ヒアリングから見えたD社のポイント

- ・技術特性あり
- ・業界内の希少な技術力
- ・自社設計力及び開発力
- ・業界先端技術を目指す
- ・ベンチャー連携に意欲的な姿勢

## 【E社】

### <会社概要>

E社は、アルミ建材の設計・製作・施工を行う企業で、アルミフロントやアルミサッシをはじめとしたアルミ・ステンレス・スチールなどの加工を行っている。

### <営業利益の増加>

売上自体は横ばいだが、省力化の取り組みを行った結果、経費削減が図られ、利益率が向上したと考えられる。

### <在庫管理システムの構築>

在庫の管理が課題となっていたため、補助金を活用し、在庫管理システムを構築。バーコードを読み取ることで、各部品の残数や保管場所を特定できるようにした。

現在はシステムの精度を更に上げるため、全社員に教育を施すことで、把握できる在庫の種類を増やしている。はじめこそ細かな入力作業で戸惑ったが、職人の頭の中にある在庫の状況を社員で共有することで、ミスが減らすことに成功した。

#### ヒアリングから見えたE社のポイント

- ・省力化の導入
- ・経費削減
- ・在庫管理システム導入
- ・全社員教育
- ・情報共有によるミス削減

## 【F社】

### <会社概要>

F社は、ステンレス製の業務用厨房を製造する企業で、10名足らずの少数精鋭で年間売上は近年2億5千万円を超える。当社の製品は、時代の流れを掴んだデザイン、機能性を備えており、顧客からの信頼は厚い。

### <営業利益の増加>

F社のステンレス製業務用厨房は、コロナ禍でも売上は落ちず、特に同社の製造するステンレスコンパクトキッチンが、独自の鋳金技術を駆使した一点物の製品で、人気の製品となっている。

また、昨今では、材料や燃料などの高騰や物価の上昇、同業他社の減少などの影響が良い方向に働き、今期も増収増益の見込み。

### <ベンチャー企業との連携>

今後の自社の発展に欠かせないことは、現在の技術をうまく継承することと、新しい風を融合させることである。新製品の開発や生産性の向上、省力化などがそれにあたると考えている。これらを生み出すには凝り固まった頭をほぐすことが重要であり、その方法の一つがベンチャー企業などとの連携と考えている。自社にない技術を持った企業と連携することによる化学反応で、新製品のアイデアを創出することが狙いである。また、他社の取り組みを沢山みること、自社の欠点を見つけ、自社の改善に繋げるのも狙いである。

### <デジタル化の推進>

デジタル化といえばIT、AI、IoTなど様々なカテゴリーに分けられると考えるが、自社の取り組みはITを導入した程度で、特に大きな取り組みは実施していない。しかし将来的に考えると、AIは「感情がない」、「愚痴をいわない」、「黙々と同精度の作業を行う」といったメリットが思い浮かび、AIがより高性能でより低価格で普及するようになれば、製造業に導入するメリットは大きいものだと考えられる。

現状を直視すると、まだアナログでの作業が主流であり、アナログでの作業を経験者の声でブラッシュアップしていき、生産性を上げていくことが重要であり、この点に対し、行政が支援を行ってほしいと考えている。

#### ヒアリングから見えたF社のポイント

- ・顧客ニーズへの対応
- ・独自技術で安定的な売上
- ・他社から学ぶ姿勢
- ・柔軟な発想で業務を改善する姿勢



## 【G 社】

### <会社概要>

G 社は、建築金物や DIY 用品を製造販売する企業で、掛け金具メーカーとしての地位を確立している。

### <営業利益の増加>

コロナ禍にあって売上は横ばいながら、今期は受注量、営業利益共に増加。要因として、既存の掛け金具を BtoC 向け商品として販売し、海外での販路が拡大したことが考えられる。

### <新規顧客の獲得>

G 社社長は BtoB 事業が飽和状態にあることから、BtoC 事業に着目。市場調査を行い、必要とされていること、競合が少ないことから BtoC 事業に着手した。販売は Amazon に委託しており、現在まだ売上としては数は少ないが、少しずつ伸びてきており、今後が楽しみである。

### <海外への販路拡大>

前述のとおり、Amazon に販売を委託することで海外へも販売拡大を予定。

### <自社ブランドの確立>

BtoC 事業に着手するにあたり、自社ブランドを構築。社内で戦略を練り、使用例の作成やよりデザイン性を高めるような取り組みを行っている。しかしまだまだ BtoB 向け商品もあり、下請けとしての事業も並行して行っている。

#### ヒアリングから見えたG社のポイント

- ・業界での地位確立
- ・市場調査で少ない競合市場に進出
- ・海外販路拡大
- ・自社ブランド構築
- ・デザイン性向上への取組

## 【H社】

### <会社概要>

東大阪市内の表面処理加工機械メーカーから独立した企業。同業種を営んでいるが、取引先を分けることなく、全く新規の取引先を開拓し、業務に取り組んでいる。

### <営業利益の増加>

同社は、商社や薬品会社の紹介で新規取引先を開拓しており、コロナ禍にありながらも、近年は増収増益となっている。

### <創業に至る経緯>

前述の通り、代表（創業）者は、長年独立元企業に勤務し、役員まで勤めたが、同社の事業承継をきっかけに、地元ということで土地勘があり、知り合いも多い東大阪で独立開業。

前職で培った表面処理加工機製造のノウハウと小規模企業のフットワークの軽さで、顧客の要望に応えることができる受注生産の体制を確立。前職の取引先を引き継がず、新規取引先を開拓したため、創業当初は厳しい状況が続いたが、現在では安定した業績を稼ぐまでに成長した。

### <新規顧客獲得の取り組み>

昨今、表面処理業者は、海外への委託が進み、今までは多くを占めた小規模零細の家族経営の同業者は減少している。H社社長はこのような状況を懸念し、オゾン発生装置の開発を進めることとなった。

### <デジタル化への取り組み>

同社では、オンラインでの打合せの実施や社員教育としてCAD/CAMを学ばせるなどのことは行っている。

#### ヒアリングから見えたH社のポイント

- ・技術ノウハウの蓄積
- ・取引先の紹介で販路拡大
- ・軽いフットワーク
- ・将来を睨んだ開発
- ・社員教育の実施

## 【I社】

### <会社概要>

多軸ヘッドや多軸ユニットなどの省力化機械を製造する企業。同社の製品を使うことで、生産性の向上や生産時間の短縮、省エネ、品質の安定などの様々な省力化を実現することができる。

### <営業利益の増加>

昨今のコロナ禍により、生産性向上や省人省力化に取り組む企業が増加しており、同社の製品も受注が増加した。しかし原材料や燃料の高騰の影響もあり、営業利益は横ばいに留まっている。

### <新規顧客の獲得に向けて>

これまでは自動車業界からの受注が中心であったが、ガソリン車からEVへの移行に伴い、今後更に受注する製品が変わることが予想される。この事から今後全く新しい展開が必要となる。

現在、顧客や商社から情報収集を行っているが、すでに大手検査装置メーカーより受けた検査装置の実績もあり、今後新たな業界からの発注にも積極的に取り組んでいく予定である。

### <第2創業への挑戦>

自動車業界の変革は、単に新規顧客の獲得だけでは乗り切ることのできないものであることから、検査装置に取り付ける部品で、センサー業界や中国・インドを中心とした海外への進出も視野に入れている。

当社はオーダーメイドで省力化機械を製造していることから、どのような形状でも対応でき、検査装置でも同様に対応できる。課題としては、より高い精度を求められる事が考えられるため、補助金や助成金を最大限活用し、設備投資をする事で課題を克服していきたい。

#### ヒアリングから見えたI社のポイント

- ・技術ノウハウの蓄積
- ・高い需要を満たす製品分野
- ・オーダーメイド対応
- ・新分野への進出

## 【J社】

### <会社概要>

J社は、金属切削加工を行う従業員10名規模の企業であるが、NC旋盤30台他多数の設備を駆使し、24時間、無休で機械を稼働させ、各種ネジものを中心に各種シャフト、建築用ニップル、自動車用カラー・プーリー、各種ダボなど様々な形状・大きさ・素材の製品を製造している。

### <営業利益の増加>

前期、前々期と売上は2億を超え、今期は顧客より紹介を受けた仕事の影響で、受注・営業利益ともに増加の見込み。

### <新規顧客の獲得>

現在でも新規顧客は獲得できているが、更なる受注拡大のためには新しい展開が必要であると考える。

既に実績はあるが、今までの棒材の加工技術を活かした難切削材の加工がその取り組みである。この取り組みを自社の強みである生産能力を活かし、短納期を実現し、新分野での新規顧客の獲得を目指す。

### <AI/IoTの取り組み>

当社のIT化の取り組みは、社長が苦手分野であるということもあり、もっぱら社長の息子主導で行われている。

現在の課題は金属切削加工において、切り粉をどう収集するかという事である。仕入れた材料の半分は切り粉で、相当な量である。切り粉はチョコ停の原因の一つでもあり、自動化の敵である。

今後は切り粉収集の自動化を視野に、専門家派遣などの支援も受けながら、チョコ停改善の取り組みを進めていきたい。

### ヒアリングから見えたJ社のポイント

- ・24時間大量設備稼働
- ・顧客からの紹介で受注拡大
- ・技術ノウハウの蓄積
- ・短納期対応