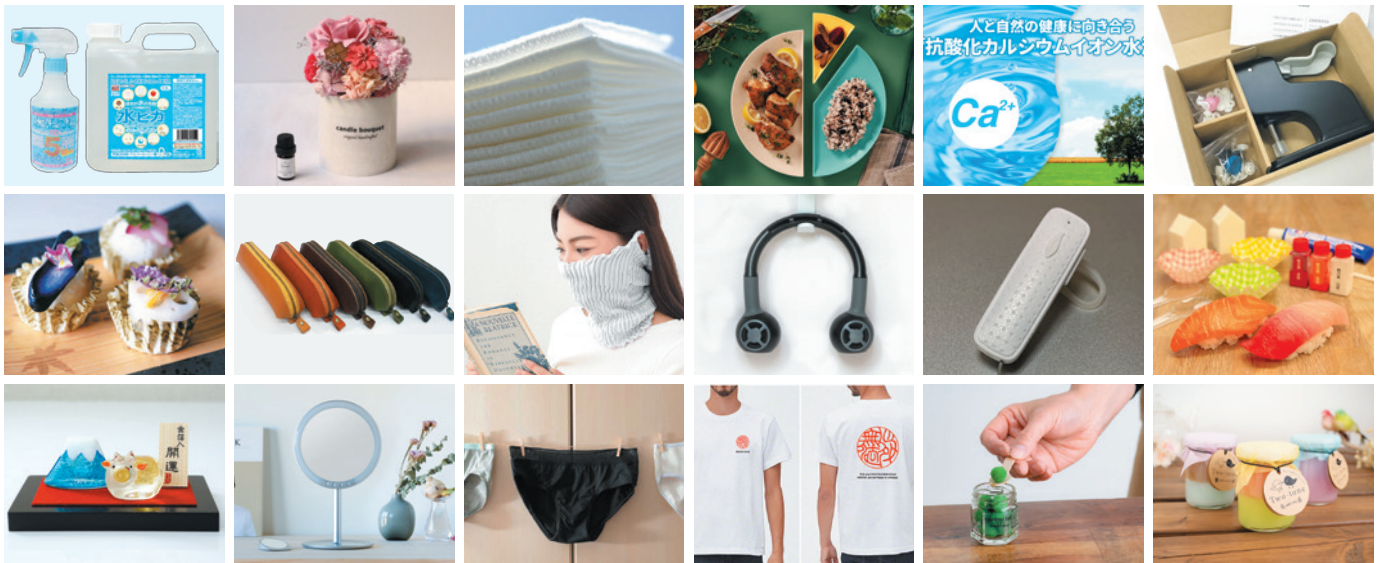


大阪市魅力発信事業 成果レポート

大阪市の魅力発信局



2020



大阪市魅力発信事業について

大阪はオンリーワンの技術やアイデアを持つ中小企業の宝庫。そこには、生活者のニッチなニーズを満たす優れた商品が隠れています。世の中の課題を解決へ導く技術の種が眠っています。大阪市魅力発信事業「O-TEX」には独自の商品、サービス、技術を持つ18社の企業が集結し、2020年大阪で初開催された「ライフスタイル Week【関西】」に合同出展し、販路拡大に向けたテストマーケティングを行いました。商品のブラッシュアップをさらに重ねて、魅力が高まった商品を大阪から広く発信していきます。

With/Afterコロナ・新たな生活様式と大阪市魅力発信事業

2020年、私たちは新型コロナウイルスの感染拡大を経験し、「With/Afterコロナ」の新しい生活様式への転換を余儀なくされました。今回の大阪市魅力発信事業では、「おうち時間の充実」「抗菌・抗ウイルスグッズ」「リモートワーク応援」など、新しい生活様式に活用できる商品を取り扱うことで、多数のバイヤーやメディアからの注目を集めました。

大阪市魅力発信事業のフロー

1 アドバイザーによるヒアリング

販路開拓やブランディングに詳しいアドバイザー複数名によるヒアリングを実施。ライフスタイル Week【関西】で出展する商品の確認や、現状の課題整理を行いました。

2 展示会前の個別面談

担当アドバイザーによる個別面談を行いました。展示会の狙いや商品の見せ方、ターゲットとするバイヤー設定、ターゲットに響く訴求点の表現などについて、具体的な改善策を話し合いました。

3 合同研修

「展示会の効果的な接客方法」「展示会で出会った見込み客を顧客化するためのアフターフォロー計画」を学ぶ合同研修を開催し、本番の展示会を想定した営業ロールプレイングなども実践してきました。

4 ライフスタイル Week【関西】当日

百貨店や全国チェーンの専門店、ネットショップなど幅広いバイヤーがブースへ来訪されました。積極的な商談が繰り広げられ、その場で成約したケースもありました。同時開催の「COSME Week大阪」に会場していたバイヤーも来訪され、思いがけない良い出会いにつながった企業もありました。

5 アドバイザーによるフォロー面談

ライフスタイル Week【関西】後、個別面談を3回実施し、展示会で得たバイヤーの反応や商談の進捗状況を確認しました。営業方法、SNSの活用、商品のブラッシュアップについてのアドバイスなど、参加企業へのフォローアップを行いました。

6 個別商談会

ライフスタイル Week【関西】以降のフォロー面談を踏まえ、バラエティショップや通信販売などのバイヤーと個別商談に臨みました。

7 成果発表会

これまでの本事業の取り組み成果を参加企業が発表し、来場した企業に商品を見ていただく成果発表会とともに、プロのバイヤーを招聘し、商品をPRするためのセミナーを開催しました。

大阪市魅力発信事業を振り返って

有限会社 アール・ステージ



事業内容 化粧品・化粧品のOEM



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

OEMの拡大や実店舗への販路開拓をめざして出展。研修や面談で得た知識のおかげで、OEM事業概要をまとめたリーフレット、および商談シートを作成することができ、当日の商談に役立てました。

▶ 具体的な成果

当日は47社と名刺交換を行い、うち9社は見積依頼に至りました。うち1社の通販事業者様と新規取引に至り、さらに紳士服の製造元から除菌剤のご相談をいただくなど、複数の商談が進行中です。

▶ 今後の展望

展示会では想定以上にOEMに興味を示すお客様が少なかったことをふまえ、より簡単に注文できるOEMや新しい自社商品の開発を進めています。

株式会社 アッパーリイ マーケット



事業内容 癒しの灯火キャンドル自社商品の
新規事業（製造・販売）



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

アドバイザーより展示会初日のディスプレイ方法に対して助言いただき改善した結果、お客様の視線がすぐに変わったのがわかりました。商談でも業界ごとの販売方法などを指導いただき、成約につながりました。

▶ ライフスタイル Weekでの反響

3日間で100枚近い名刺交換ができました。商品に込めたメッセージに共感していただいた多くの方とお話ができ、商品を実際に手に取ってご覧いただけるリアルな展示会の必要性を改めて感じました。

▶ 具体的な成果

商業施設の販促品、百貨店のポップアップやECサイトでの販売、お花のアレンジ本出版用の花器など、幅広いご依頼をいただきました。ポップアップ出展後は、母の日ギフトへの採用につながりました。

株式会社 オオウエ



事業内容 化繊・化学薬品を一切使わない木材
由来の和紙不織布タオル・リネン開発



▶ ライフスタイル Weekでの反響

同時開催の化粧品開発展から流入された方が「和紙タオル」の名前に興味を持ってくださいました。その反響を受け、化粧品関連の商品開発などの提言をいただき、今後の可能性が広がりました。

▶ 具体的な成果

化粧品会社と和紙包装資材、和紙石鹸などの商品開発事業がスタート。その他、大手通販カタログや眼鏡店から「メガネ拭き」への採用、抗菌・抗ウイルス不織布の開発依頼などの商談が進んでいます。

▶ 今後の展望

新たな生活様式に和紙（不織布）がどのように貢献できるのかを考え、エステ・美容に加えてアウトドアやインテリア雑貨等の個別展示会に参加し、商品開発とオンラインでの発信に努めたいと思います。

自在設計 合同会社



事業内容 多用途小型ワイヤレススピーカー
の製造・販売



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

商品を魅力的に見せる展示手法と、配布するフライヤーの構成、デザインについて事前に時間をかけて検討し実践することができました。また、価格戦略も指導いただき、今回の商談にも反映しました。

▶ ライフスタイル Weekでの反響

多くの方に足を止めていただき、商談、説明が途切れることがありませんでした。家電系が多いと予想していましたが、セレクトショップや美容関係など、幅広い業種の方に興味を持っていただきました。

▶ 具体的な成果

展示会で名刺交換した中で、既に5社と取引を始めています。大学構内にあるパソコンショップで扱っていただいている他、大手アパレル会社の社内ファミリーセールに出品することもできました。

ダゼロ 株式会社



事業内容 単局FMラジオ受信機内蔵BT
イヤホンの製造・企画、及び水運事業



▶ ライフスタイル Weekでの反響

約70社と名刺交換を行い、展示商品の「回転電源タップ」への引き合いが増えました。「単局FMラジオ受信機内蔵BTイヤホン」については、商社が興味を示してくださいました。

▶ 具体的な成果

「回転電源タップ」に関しては、教育施設から600台の発注をいただきました。「単局FMラジオ受信機内蔵BTイヤホン」については、複数のラジオの放送局への営業の足がかりができました。

▶ 今後の展望

ライフスタイル Weekの後、大阪で開催された総合展示商談会への出展も行いました。今後も、新型コロナウイルス対策と防災の両立に貢献できる商品として、認知獲得と販路開拓に努めていきます。

株式会社 デザインポケット



事業内容 食品サンプル体験キットの製造販売



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

参加した当初は、展示する商品の具体的なアイデアがない状態でした。面談でご指導いただいた結果、「全国グルメ食品サンプル工作キット」というコンセプトの明確な商品を開発することができました。

▶ 具体的な成果

展示会で100名ほど名刺交換した中で、雑貨のオンラインショップとの取引や、ホームセンターへの導入が決定。また、ある大手企業と抗菌・抗ウイルスの機能を持たせた新商品開発を進めています。

▶ 今後の展望

東京で開催される生活雑貨の大型展示会に合同出展することが決定。観光地の思い出を持ち帰ることができる土産物として、食品サンプルを普及させていきたいです。

株式会社 オーエスケー



事業内容 自由に組み合わせられるお皿
「%PLATE」の企画・製造・販売



▶ ライフスタイル Weekでの反響

3日間で150社と名刺交換を行い、予想以上に多くの方が商品を見に来られ、つながりのなかった流通先の方々とお話げができました。初めて見る方が持つ商品の印象や、必要な情報を知ることができました。

▶ 具体的な成果

ネット販売や婦人服関連など3社と新規取引に至りました。また、「%PLATE」以外の当社カタログ品の販売や、OEMでの商談も進んでおり、出展していない商品の販路開拓にもつながりました。

▶ 今後の展望

コロナ禍で特に大きく伸びているネット販売に力を入れるべく、自社で運営しているECサイトを強化し、新規顧客とリピート客の獲得をめざします。今後も生活に+αを与える商品づくりに努めていきます。

株式会社 オリーブ技研



事業内容 マスク専用洗剤及び、
還元水製品の製造販売



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

既存事業の販路開拓の相談とともに、新商品の開発と商品化についてご指導いただきました。特許申請やネーミング、パッケージ制作など、本格販売への道筋を立てることができました。

▶ ライフスタイル Weekでの反響

弊社の特許技術に関心を持っていただき、約100社と名刺交換ができました。特に園芸用観葉植物向けの葉面散布剤への関心が高く、サンプル評価やECサイトでの販売につなげることができました。

▶ 今後の展望

新たに開発したマスク専用洗剤の商品化を進め、特許も出願予定です。また、シンガポールの展示会でこの新商品に興味を持ってもらえたため、今後は海外展開も視野に入れて販路開拓を進めていきます。

株式会社 カジテック



事業内容 業務用プラスチックスナップ等の
製造・販売



▶ ライフスタイル Weekでの反響

初のBtoB展示会でしたが、事務局の誘導やSNSでの広報宣伝のお陰で124件の名刺交換ができました。従来の販路と異なる業種の方が大半で、今後活動していくうえで貴重な収穫となりました。

▶ 具体的な成果

新たな業種からの見積り依頼が20件ほどあった他、アパレル企業から「集客用のワークショップに活用したい」とのご依頼があり、コミュニケーションツールとしての需要があるという発見がありました。

▶ 今後の展望

自社ECサイトでの販売を通して顧客の情報収集に努める他、さらなる展示会出展でセールスプロモーションを強化します。海外展開も視野に入れ、モノづくりをより楽しんでもらえる商品開発に取組中です。

有限会社 プリーズ



事業内容 ミニチュアガラスで作る季節商品の
企画製造卸



▶ ライフスタイル Weekでの反響

今回、来場された方々からは「コロナ禍でも売れる商品や、協力関係を築ける企業を探したい」という強い想いを感じました。結果的に、一度の展示会としては過去最高の成果を出すことができました。

▶ 具体的な成果

既に商談が成立し、納品まで終了した新規顧客が計8社(通販会社2社、物産関連3社、ノベルティ関連3社)と、順調に販路を拡大しています。他にも数件の商談が進んでおり、期待が広がっています。

▶ 今後の展望

ミニチュアガラスに関しては今後も安定的に事業を継続できそうなので、新たな収益の柱づくりを模索しています。弊社は花材メーカーとしての顔もあるため、その拡大にも挑戦していこうと考えています。

堀内鏡工業 株式会社



事業内容 特許取得のナビュア®ミラー
製造・販売



▶ ライフスタイル Weekでの反響

約90社と商談。化粧品、理美容卸、美容学校、貿易会社、百貨店、キャラクターメーカー、家具店、EC販売、販促業者など新たな業種とつながりができ、商品に対して高い評価もいただきました。

▶ 具体的な成果

化粧品会社のポイント景品に採用された他、インフルエンサーが所属する事務所から、タレントグッズの制作依頼があり、その後生産が決定しました。その他、海外も含めて複数の商談が進行中です。

▶ 今後の展望

今後も積極的に展示会出展を行います。海外のバイヤーからも反応が良かったため、オンライン展示会も活用して海外販売を強化したいです。プロダクトデザイナーを起用した新商品開発も検討中です。

株式会社 マーケット



事業内容 ナブキン®の吸水型
サニタリーショーツの製造・企画・販売



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

一緒に参加された事業者の方から実演販売についてアドバイスいただき、現場での実演を以前より分かりやすく改善できました。面談ではSNS等の活用ノウハウを教わり、今後の戦略に生かしています。

▶ ライフスタイル Weekでの反響

当初は雑貨店をターゲットに据えていましたが、インターネット通販や婦人服卸の事業者からの相談が大半でした。商品の機能やデザインに対するご要望をいただいたことが大きな収穫となりました。

▶ 今後の展望

展示会でご要望いただいた機能を加えた商品開発に取り組んでいます。開発にはクラウドファンディングを活用する他、商品構成の見直しやLINEを使ったマーケティングにも力を入れています。

木村アルミ箔 株式会社



事業内容 ■木糸マスクの販売
■食べられるうつわの企画・製造・販売



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

合同研修で模擬展示会を行い、展示者側と来場者側の両方を経験したことで、弊社が取りこぼしていた点に気づくことができました。製品自体の問題点も指摘していただき、今後の改善点が明確になりました。

▶ ライフスタイル Weekでの反響

初日にテレビの取材を受け、その反響で多くの方に足を止めていただきました。SDGsや脱プラスチックを意識されている方が多く来られ、弊社の製品がそれらに貢献できることを再認識できました。

▶ 具体的な成果

「食べられるうつわ」に大手ペーパー用品店が興味を示してくださり、商談が進んでいます。その他、大手通販事業者や小売店の方からもご要望をいただき、商談および新製品の試作、改良を進めています。

有限会社 サム企画



事業内容 オーガニックレザー雑貨、
小物の企画、製造、卸



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

効果的な営業活動、アピール方法について指導いただき、過去に行っていた展示会出展の反省ができました。出展後の面談でも展示方法全般に関する課題と改善方法を分かりやすく指導いただきました。

▶ 具体的な成果

マスク不足が叫ばれていたためマスクケースを展示しましたが、専門店からの販売依頼、輸入車ディーラーからのノベルティ依頼につながりました。他にも幅広い依頼があり、販路開拓を進めています。

▶ 今後の展望

これまでネット通販への卸が中心でしたが、雑貨や書店のチェーンともつながりができたため実店舗も開拓していきたいです。また、自社でもショールーム、ネットショップを開設しようと考えています。

株式会社 サンハーティネス 香産



事業内容 生活・日用雑貨の企画製造販売



▶ ライフスタイル Weekでの反響

92社、127名の方に来訪していただき、名刺交換を行いました。コロナ禍の影響もあり反響は不安でしたが、今まで取引の少なかった通販・WEB・生協関係のお客様と多くのつながりができました。

▶ 具体的な成果

現在までに成約に至った取引先は11社に上ります。さらに、まだ2件ほど取引に向けて商談を進めている状況で、この成果を着実に生かし、人々の暮らしに便利と快適を広げていきたいと考えています。

▶ 今後の展望

新商品を発表し、お客様のご意見をいただいたことで次のステップへの道筋ができました。社内で議論を重ねた結果、今まではまったく異なるジャンルの展示会に、3月と5月に出席する予定です。

三田村印章店



事業内容 手彫り印章専門店及び
HANKO KIAN 事業



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

これまで印章一筋だったため、新たに販売するTシャツをどのように売ればよいのか分かりませんでした。面談で、WEBサイトでの販売方法や知財のノウハウを得たことが大きな収穫となりました。

▶ ライフスタイル Weekでの反響

百貨店、アパレル、空港への卸を手がける会社、SPA関係など100社以上の方と名刺交換をしました。インバウンド向け商品として期待できることが分かった他、デザインを要望される方もいました。

▶ 今後の展望

Tシャツなどの雑貨を販売できるWEBサービスがあることを知ったため、WEBでの販売や、SNSでの宣伝に注力しようと思います。名前に限らず、印章デザインの可能性を広げていきたいです。

三友 株式会社



事業内容 自作型の除菌消臭剤
「マリモボール」の製造・販売



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

特にご指導いただいたのは商品のPR方法です。日用品は品質だけを訴求しても伝わらないことが多いため、使用シーンを想像させ、幸せな気持ちにするための表現方法やパッケージについて学びました。

▶ 具体的な成果

当日に名刺交換した117社のうち、もっとも多かったネット通販関係は既に2社と成約、4社と商談中です。他にも小売関係で1社と成約、メーカーとOEMの商談も進んでおり、フォローを続けます。

▶ 今後の展望

マリモボールは「説明しないと使い方が分からない」という課題があることが、今回の出展で分かりました。従って、消費者に伝わりやすい訴求方法を模索し、本格的な販売へとつなげていきたいです。

株式会社 ルミカ



事業内容 芳香剤・コンサートライク
釣りの製造販売



▶ 合同研修・個別面談で得たもの

商品の陳列方法や、当日に配布する資料について指摘・アドバイスをいただき非常に勉強になりました。説明者がいなくても商品を理解できるPOPづくりなど、今後実践していきたいと思っています。

▶ ライフスタイル Weekでの反響

3日間で107枚の名刺交換ができました。当初の希望通り、雑貨店やネット販売をされている会社が多かった他、カー用品の間屋さんやOEM希望の方も来られ、幅広いご要望をいただきました。

▶ 今後の展望

芳香剤事業は今後、シリーズ展開を明確に行っていくと企画会議で議論しています。商品のブランディング強化、新商品開発のスピードアップを図り、より良い商品案内・展示ブース作りにも取り組みます。

ライフスタイル Week【関西】について

ライフスタイル Week【関西】は、雑貨・文具・ファッション・美容・インテリア・食器・健康の7つのカテゴリが対象となる展示会です。今年度は2020年9月9日(水)～11日(金)にインテックス大阪にて、関西では初の開催となりました。

(主催/リード エグジビション ジャパン株式会社)



ライフスタイル Week【関西】2020 実績 (公式HPより)

日付	来場者数
9月9日(水)	2,767人
9月10日(木)	2,741人
9月11日(金)	2,615人
合計	8,123人

大阪市魅力発信事業 実績 (参加企業18社の合計数)

商談数	569件
名刺交換数	2,120枚

大阪の魅力ある商品にビジネスチャンスを!

本事業ではライフスタイル Week【関西】への出展をきっかけに、関西圏はもちろん日本全国のバイヤーに大阪が持つ魅力ある商品を知っていただきました。ライフスタイル Week【関西】出展後、参加企業はバイヤーとの商談、催事販売や商品のブラッシュアップ、新商品の開発にも挑戦しています。本事業の取り組みや成果事例をWebサイト・SNSや中小企業を対象とした成果発表会を通じて広く発信することで、「自社が持つ商品の魅力を広く伝えていく」というマインドの共有を図りました。また、本事業参加企業同士の繋がりや令和元年度大阪市魅力発信事業参加企業とのコラボレーションなど、業種を超えた新しいビジネスチャンスも生まれています。

事業者(大阪市魅力発信事務局)について

実施期間 2020年4月10日～2021年3月31日

この事業は、大阪市より委託を受けた公益財団法人大阪産業局/サクラインターナショナル株式会社にて構成される大阪魅力発信コンソーシアム共同体が運営しています。