

Tokyo BizBeat

4
2025



輝く企業の現場から

Diana Trading TOKYO

代表

高谷 奈穂子氏

展示会やサイト刷新など幅広い取組が事業を加速

Diana Trading TOKYO

事業内容：コルク製品・素材の輸入から、インテリア雑貨、生活用品などの
商品企画及び卸売、OEM

所在地：東京都中央区銀座1-22-11 銀座大竹ビル2階

代表：高谷 奈穂子氏

<https://dianatrading.tokyo>



コルクの原料は「コルク櫟」の樹皮。木を伐採せずに採取できるし、一般的な木材に比べて3～5倍の二酸化炭素を吸収するので、環境にやさしいサステナブルな天然素材。「コルクは持続可能な資源であり、地球温暖化抑制にも貢献する素材です。そしてSDGsの目標達成に寄与する素材として注目されています。」(高谷氏)

コルク製品との出会いが起業のきっかけ

大手銀行に勤めていた高谷氏は、夫のロンドン赴任により渡英。現地で日本文化の普及や日本語教育の活動をしつつ、ヨーロッパ各国を巡って見聞を広めた。2015年に帰国し、起業準備に取りかかった。

「学生時代から起業に憧れていましたが、当時の国内景気は最悪でしたし、学生起業も難しかったため就職しました。でも、夫の海外赴任でやむなく銀行を辞めたとき、『自分で稼げる力をつけたいなあ』と痛感したのです。また、イギリスでは事業を営む友達が何人もでき、彼女たちが頑張る姿をみて、起業への道を再び意識するようになりました。」

帰国後は、市役所で働きながら創業塾に通うなどして起業に必要なスキルを習得。そして2018年、ビジネスの種を見つけようと訪れたドイツ・フランクフルトの見本市で、ヨガマットやバッグ、財布などのコルク製品に出会いました。モノとしての魅力がありまし、環境にやさしいコルクはこれからの時代にも合うと考え、この分野で事業に挑戦しようと決めたわけです。

(高谷氏)

会社の勉強会でノウハウを学び展示会に挑戦

創業から3年間は、自宅近くのシェアオフィスで事業を営んでいた高谷氏。2021年、オフィスを都内に移転したことを機に、会社の事業を利用し始めた。

「まずは『ワンストップ総合相談窓口』や『専門家派遣事業』を使いました。私が住んでいた県にもこうした仕組みはありましたが、相談日が限られるなどの制約があったので、東京はすごいと感心したのを覚えています。そして、2023年から単独出展を始めた展示会についても、さまざまな支援を受けました」(高谷氏)

出展ノウハウを持たなかった高谷氏は、ブースの作り方などを教える会社の勉強会に参加。それが奏功し、公社主催の展示商談会「東京くらしのフェスティバル2024（くらフェス）」などでは多くの商談を成功させた。

「くらフェスでは、公社のビジネスナビゲーターにパイヤーを紹介していただきました。そのため、高い受注率が期待できる潜



高谷氏は公社主催の勉強会で、ブースのレイアウト法や商品を説明するPOPの作り方など幅広いノウハウを学んで展示会に活かした



ポルトガルらしい絵柄と、コルクの風合いがマッチした雑貨類。インテリアに馴染みやすく、軽くて水に強いなど、実用性の高さも兼ね備えている

在顧客と数多く会えましたし、安心して商談に臨めた点も助かりました」（高谷氏）

ウェブサイト刷新で事業への信頼性を高めた

展示会に出たことで顧客からの問い合わせが増える中、課題となっていたのがウェブサイトの訴求力不足だった。そこで高谷氏は、公社のアドバイザーが継続的にサポートする『デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム』のハンズオン支援を利用した。

「ハンズオン支援のテーマは、ウェブサイトの刷新でした。以前のサイトは自力での更新が難しく、自分で簡単にコンテンツを追加できる仕組みに変えたかったのです。ただ、知識が乏しいままベンダーに依頼すると意図をうまく伝えられず、希望とは異なるサイトになる危険性があるため、プロの助言をいただこうと思い立ちました。最初は、私のような小規模事業者が申請していいのかわ不安でしたが、事業規模の大小は問わないとお答えいただき、安心しました」（高谷氏）

アドバイザーは事業内容を理解した上で、ベンダーにどう伝えるべきか助言。その結果、高谷氏が希望した通りのサイトが完成した。これによって事業の信頼性はさらに高まり、売り上げアップにも寄与した。

将来は海外ワンストップ相談の利用も視野に

社長の一冊

『世界で一番大切なあなたへ』

ワタナベ薫著
扶桑社刊

多くの読者を抱えるブロガーで、メンタルコーチやセミナー講師としても活躍中の著者が、辛い状況に置かれた女性に向けたメッセージをまとめた書籍。

「以前からワタナベさんのファンで、この本もサイン会に参加して購入しました。最も影響を受けたのは、『大きな成長をする時というのは、失敗した時なんだよね。それは経験してやっとわかること。誰かに教えられた何より自分の経験は100倍価値がある』という箇所です。私自身も困難に立ち向かった経験がありますが、そうしたときはワタナベさんが言うように、自分で手を動かし自分の経験としてやってみることで、一回り成長できていると感じています」（高谷氏）



「現在の主力商品は、ポルトガルから輸入したコルク製の雑貨やインテリアグッズです。将来はこれらに加え、ワイン関連のコルク雑貨なども取り扱いたいですね。その時は、公社の『海外ワンストップ相談窓口』を利用したいと考えています。また、展示会の助成制度も使い、さらなる成長を目指しています。

小規模事業者ができることには限界があります。でも、公社の専門家から実践的な支援を受けられれば、事業発展の強力な後押しになると実感しているところです」（高谷氏）

利用事業：デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム

企業の希望や課題に合わせて選択可能な複数のプログラムで、営業やマーケティングにおけるデジタル技術の活用とDXに取り組む企業をサポートしています。

ポータルサイト「デジポート」で中小企業向けデジタルマーケティング情報を発信します。

公社 デジポート



お問い合わせ

販路・海外展開支援課 TEL：03-5822-7234

新規顧客を呼び込む！ 展示会のススめ

営業のリソースが限られる
中小企業にとって、
展示会への出展は、
取引先拡大の大きなチャンスです。
今回は、展示会のイロハをお伝えする
永久保存版です！

効果的な展示ブースの作り方

もっと人が来る！
もっと商談が進む！

展示ブースを作る際、以下のポイントに気を付けるだけで、もっと多くの方に来ていただけるようになります。
ちょっとした意識づけと工夫で、効果は飛躍的に高まります。
次回の展示会の参考にしてみてくださいね。

Tips 02 商品配置の工夫



Tips 01 遠目からのアイキャッチ

Tips 03 商談を促進させる工夫

Tips 01

「遠目からのアイキャッチ」

通路の遠く離れたところへも自社をアピールする工夫

- 壁面にローラーバナーを設置、自社の製品やイメージなどを訴求
- 見逃しがちな側面にポスターなどを貼り、様々な角度から自社をアピール

もっと! 効果的なブース作りのための工夫

- 照明(スポット)の適切な配置
- イメージカラーとアクセントカラーの統一
- ブース内導線の工夫

Tips 02

「商品配置の工夫」

- 利用シーンを想起させる工夫
- 小さい物を手前に置くなど、手に取りやすく戻しやすい商品の配置
- イチオシの注目ポイントを設定する

Tips 03

「商談を促進させる工夫」

- すぐに商品説明ができるようなPOP、チラシの配置
- 試供品の提供等による名刺交換、アンケートの促進

総括

展示会は商談をスタートさせるためのきっかけづくりの場です。一人でも多くのバイヤーと出会うためには、目を引き、印象に残るブースづくりが重要です。

出展前にブースや展示台のサイズ感を確認し、お客様から見やすい、自社からは説明がしやすいブースを作りましょう。

また、商品説明やお客様からの質問に関する応酬話法などのロールプレイングを行うなど「展示シミュレーション」を行いましょう。

記事監修：
株式会社キャスベル 池松美千代氏



事前・事後のフォロー

展示会の効果を最大化するためには、当日のブースディスプレイ以外にも、当日のその前後つまり「集客のための事前準備」と「顧客化のための事後フォロー」も重要なポイントです。

01 見込顧客を呼び込む事前準備

漫然と来場者を待つのではなく、事前に見込み客をリストアップし、DM やメールなどで来場を促すことが重要です。

また、自社サイトは顧客が事前調査をするときに利用されることが多いので、展示会内容に即して訴求するコンテンツをサイトに用意することが大切です。

02 展示会当日を盛り上げる工夫

商品やサービスの情報だけでなく、現在の展示ブースの状況なども発信し来場促進を図りましょう。

03 他社に差をつける会期後のフォローアップ

展示会終了後、ブースでの情報を思い出してもらえるよう、展示会用に準備したコンテンツを活用してフォローアップすることが重要です。また、商談が進んだ見込客には、先方で話が進展するような、有益な情報を追加で配信することも重要です。

事前準備

- 展示会招待メールの発信
- 自社サイト等を使用した情報提供
→ 出展の告知
→ 展示会用コンテンツ(動画・製品カタログ等)の掲載
- 自社サイトへ誘導する配付物の準備(QRコードの活用)

展示会当日

- 自社サイトや SNS で出展風景をリアルタイムで発信

展示会後

- 名刺取得先へ終了後直ちにメールを送信
(動画や製品カタログへのリンクで、想起しやすく)
- 見込顧客が社内稟議や決済伺いに活用できる情報を発信
- 定期的なメール配信で継続的なフォローアップ
- メールの開封率等を分析し改善を図る

見込顧客の集客から、成約獲得、顧客化へ

無料

販路開拓などの デジタル施策をサポート

デジタルツールを活用すれば、営業活動の効果を数値で把握・分析し、更なる改善を図ることができます。

公社では、専門家がデジタルでの販路開拓・営業のやり方を無料でサポートしています。WEB サイト「デジポート」では企業の取組事例を公開中！



デジポート

デジタルを使った販路開拓・営業のやり方を専門家がセミナーやハンズオン支援でサポートします！

公社 デジポート



展示会関連の公社メニュー

相談する

デザイン相談窓口

効果的な展示ブースの作り方の個別相談
生産性向上支援課 03-3251-7917



公社主催の展示会に出展する

新技術創出交流会

個別面談・製品展示を行うマッチングイベント
多摩支社 042-500-3901



大型展示会に出展する

東京ビジネスフロンティア

ギフトショー、CEATEC 等に共同出展！
※詳しくは 10 ページへ

取引振興課

中小企業受注拡大プロジェクト

担当 03-5822-7239



大規模な専門展示会への出展支援

機械要素技術展への共同出展

取引振興課 03-5822-7250



東京ビジネスフロンティア
共同出展ブースの様子

費用の助成を受ける

展示会出展助成プラス

経営基盤の強化のために積極的な販路拡大に取り組む事業者の展示会出展費用を助成

市場開拓助成事業

「都の支援を受けた製品等」または「成長産業分野に属する製品等」の展示会出展費用を助成

シニア・福祉・アクセシビリティ関連製品等の販路開拓助成事業

福祉用具、アクティブシニア向け、ユニバーサルデザイン製品等の展示会出展費用を助成

ゼロエミッション推進に向けた事業転換支援事業(販路拡大助成)

ゼロエミッションに資する製品等の展示会出展費用を助成

助成課 03-3251-7895



労務管理の エトセトラ

大塚 昌子
大塚経営労務管理事務所



Q

当社はサービス業ですが、お客様の過度な謝罪の要求や従業員がお客様からの暴言により精神的な攻撃を受けるなど迷惑行為が増えており対応策が必要であると感じています。どのように進めればよいでしょうか。

A

1. 行政の対応について

令和5年度の職場のハラスメントに関する実態調査報告書（厚生労働省）によると、過去3年間のハラスメントの相談件数については、各ハラスメントにおいて、「件数は減少している」の割合が「件数が増加している」の割合よりも高くなっていますが、顧客等からの著しい迷惑行為では「件数が増加している」（23.2%）が「件数は減少している」（11.4%）より大幅に高いという結果になっています。パワハラ、セクハラ、妊娠・出産・育児休業等ハラスメントについては事業主に防止措置義務が課せられておりその効果が見受けられます。このような現状を背景に、東京都では昨年10月に全国初のカスタマー・ハラスメント（以下「カスハラ」という）の防止条例を公布しています。また、厚生労働省においても、カスハラ対策企業マニュアルが示され、「職場におけるハラスメント」にカスハラ、就活等セクシャルハラスメントを追加していく方向性を示すなどカスハラ対策は強化されつつあります。

2. カスハラの定義

東京都の条例では、カスハラを「①顧客等から就業員に対し②その業務に関して行われる著しい迷惑行為であって③就業環境を害するもの」としています。ガイドラインでは、定義の内容が具体的に示されています。例えば「著しい迷惑行為」とは、暴行、脅迫、傷害、強要、名誉棄損、侮辱、威力業務妨害、不退去等の刑法に規定する違法な行為のほか、ストーカー行為規制法や軽犯罪法などに規定される違法行為が該当します。この場合、その時点で直ちに著しい迷惑行為に該当するだけでなく犯罪として処罰される可能性もあります。また、正当な理由がない過度な要求や暴言その他の不当な行為も含まれます。カスハラに類する行為として、多数の人がいる前で就業員の名誉を傷つける言動や就業員に対して必要以上に長時間にわたって厳しい叱責を繰り返すことなどが挙げられています。そのような行いが生じる前に、日頃から体制を作っておくことが重要です。

3. 会社としての取組みについて

会社に求められるカスハラへの取組みとして以下が東京都の条例で示されています。

1) カスハラ対策の基本方針・基本姿勢の明確化と周知

まず、組織としてカスハラを放置しないことや就業員の人権を尊重しカスハラから守ることなどの基本方針・基本姿勢を会社のトップが明確に示し会社の内外に周知します。

2) カスハラを行ってはならない旨の方針の明確化と周知

自社の就業員に対してもカスハラに該当する言動の禁止やカスハラに該当する行動があった場合の処罰などを就業規則等により定め社内にも周知します。

3) 相談窓口の設置・適切な相談対応の実施

相談窓口は社内又は専門家などの外部に設置します。また、相談があった場合の対応を適切に行えるようカスハラと正当なクレームとの見極めなど顧客等の権利を不当に侵害しない体制を整備します。

4) 相談者のプライバシー保護に必要な措置を講じて就業員に周知

就業員が安心して相談できるようマニュアル作成などを行います。

5) 相談を理由とした不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め周知

相談しやすい環境を整備するため就業規則等に規定します。

6) 現場での初期対応の方法や手順の作成

実際にカスハラが発生した際に想定し顧客への対応等をあらかじめ決めておきます。

7) カスハラが発生した場合の内部手続き・就業員の安全確保・精神面、身体面への配慮・再発防止に向けた取組みの検討

実際に事案が発生した際に備えて、組織としてどう取り組むのか明確にしておきましょう。

8) 就業員への教育・研修等

カスハラを自分事にしていくためにも、教育・研修の取組は必要なことです。

カスハラが起こった際には、その就業員を孤立させないことが大切です。安心して働ける環境を整備していきましょう。

「TOKYOノークスハラ支援ナビ」について
※引用元：TOKYOノークスハラ支援ナビ
<https://www.nocushara.metro.tokyo.lg.jp/about/>

中小企業経営の “これから”

展示会に出展して 積極的にPR

村岡 滋

中小企業診断士
認定経営革新等支援機関
(株) Up's Consulting 代表取締役



お客様と触れ合うことのできる展示会を積極的に活用していきましょう。

1. 展示会とは何か

販路拡大を検討している中で手段として考えられるのは、アポイント営業、セミナーの開催、商談会やビジネス交流会、展示会への出展などです。今回は展示会の活用について考えてみます。

展示会とは企業が自社の既存製品や新製品の紹介を行い、新たなお客様を獲得するための「出会いの場」です。出展企業はブースを構え、来場した新規・既存の顧客へ製品やサービスをアピールすることで接点を持つことができます。

展示会にも種類があります。一般的には業界に特化した展示会が多く、食品、防災関連、教育関連など数多くあります。また近年では共通した技術や素材などをテーマにした展示会も多くなりました。

2. 展示会のメリット

展示会は他の販売促進と違い次の3つの視点で大きなメリットがあります。

- ①「お客様と直接会える」：既存のお客様だけでなく、これまで会えなかった企業の方に会える可能性があります。
- ②「深く理解していただける」：製品やサービスによってはブースに展示し、実際に触っていただくことで来場者の記憶にも残りやすくなります。質問や疑問点にも即時的に対応することで会話の中から予想しなかったニーズなどが把握できる可能性があります。
- ③「市場や競合の動向が分かる」：競合調査は難しいですが、展示ブースを見ればどんな新商品があるのか確認することができます。また展示会場内の展示物などを見ていく中で市場動向や方向性等も感じることができ

3. 展示会における重要なポイント

来場された方は多くの情報を得ようと急いでいる方も多いため、丁寧に迅速な対応を心がけます。

- ①まず、「ブースに寄っていただく」ことが大切です。来場者は課題をもって情報収集に来ています。そのためブースでは会社名や製品名ではなく「自社が解決できる課題」を伝え興味を持っていただくようにします。ま

た誰かがブースで商談していると他の来場者も入りやすくなるので、なるべくお客様が途切れないようにします。

- ②「分かりやすく短時間」で伝えます。来場のお礼、解決したい課題、自社が何を解決することができるのかを簡潔に説明します。製品デモンストレーションが効果的です。

- ③最後に「情報の記録と次回へ繋ぐ」ことが重要です。名刺をいただきお客様の課題、会話の内容や温度感を含めた印象を記録し、次のアクションを明確にしておきます。

4. 展示会フォローが重要

ここからが営業活動のスタートになります。迅速に具体的なフォローをしていきます。特に注意するのは、「時間をおかない」ことです。来場御礼のメールは来場翌日や展示会終了後に送り、展示会の雰囲気や記憶が消えない1週間以内には一度、連絡をとりましょう。記録から会話のキーワードを入れてメールを送ることで親近感がわき、展示会の内容が思い浮かんできます。

そして、実際にアポイントが取れたら貴重な機会を有効に活用すべく当日のメモを見直し、どんな課題があった自社は何が提案できるのか、もっと深くお話を聞くべき点は何か、「具体的な提案」を準備することが重要です。他社との競争を潜り抜け、自社に興味を持ってもらえる提案をしたいものです。すぐに解決できる提案が無くて、お客様の別の課題のヒアリングしたり、自社製品や次の展示会への出展情報を提供するなど、「継続的なコミュニケーション」をしていくことでチャンスをうかがいます。

展示会後のフォローアップは、関係構築への第一歩です。一貫性を持って取り組むことで、信頼を獲得していきましょう。

「今さら聞けない！Web広告の始め方」セミナー開催！

中小公社

「Web広告について興味はあるけど何から始めればいい？」「仕組みが複雑で難しい」「広告代理店を選ぶ時のポイントは？」などWeb広告についてのお悩みがある方必見！

Google広告を中心に事前準備から始める際の手順までを学べる初心者向けのセミナーです。

またWeb広告等のデジタルマーケティングを行い、実際に売上向上に繋がった企業にもご登壇いただきます。

■講師

石井 里幸氏



■登壇企業

株式会社澤村商店

代表取締役社長

澤村 幸夫氏



開催日時 5月21日(水) 14:00～16:00

開催方法 Zoom(ウェビナー)

参加費 無料

募集数 120社(1社につき3名まで)

申込方法 以下の公社Webサイトからお申し込みください。

申込締切 5月14日(水)

お問い合わせ 販路・海外展開支援課 販路開拓支援担当

TEL: 03-5822-7234 Email: online@tokyo-kosha.or.jp

<https://digiport.tokyo/projects/project001/>

公社 デジポート



海外のECモールへ貴社製品を出品しませんか 越境EC出品商品募集！

グローバル・中国・台湾市場の越境ECモールの、

公社特設サイトへ掲載する商品を募集します。

現地語への翻訳・ページ作成・受注から発送、決済まで公社が支援。出品料も無料です。

申込方法 以下の公社Webサイトからお申し込みください。

申込締切 4月30日(水) 17:00



中小公社

お問い合わせ 販路・海外展開支援課 越境EC担当

TEL: 03-5822-7241 Email: ttc-ec@tokyo-kosha.or.jp

https://www.tokyo-kosha.or.jp/TTC/matching/promotion_support/

公社 越境EC



安全・安心な東京の実現に向けた製品開発支援事業

【普及啓発セミナー／助成金説明会】

流通・マーケティングの視点から見た「フェーズフリー」の功績と可能性

中小公社

「フェーズフリー」とは、「日常時(いつも)」はもちろん、「非常時(もしも)」においても、製品やサービスの価値や機能を発揮できるようにする考え方です。本セミナーでは、流通・マーケティングの視点から世の中に必要とされる「フェーズフリー」な商品やサービスを開発するためのヒントについて深掘りしながらポイントを探っていきます。

開催日時 5月16日(金) 13:30～16:00

開催方法 リアルとWeb配信のハイブリッド形式

参加費 無料

募集数 ・会場(AP秋葉原)での視聴50名まで

(先着順、要事前申込)

・オンラインによるライブ配信あり

(要事前申込)

申込方法 以下の公社Webサイトからお申し込みください。

申込締切 5月15日(木) 12:00

■パネリスト

西原 利仁氏

アスクル株式会社

マーチャントライジング本部

商品開発推進 統括部長兼

プロダクトエクステンション統括部長



■講師/パネリスト

佐藤 唯行氏

一般社団法人

フェーズフリー協会

代表理事



■ファシリテーター

奥村 奈津美氏

防災アナウンサー

環境省アンバサダー



お問い合わせ 生産性向上支援課

TEL: 03-3251-7917

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/2505/0002.html>

公社 安全安心 第1回セミナー



都内商店街での開業助成金 4月7日より第1回募集開始!

中小公社

- ①「若手・女性リーダー応援プログラム助成事業」 助成限度額844万円
②「商店街起業・承継支援事業」 助成限度額694万円 ※法人の申請も可能

都内商店街での開業等に必要となる、店舗の工事・設備導入等に要する経費や3年間の店舗賃借料の一部を助成することにより、都内商店街の活性化を図ります。

申請受付期間 4月7日(月)～4月28日(月)17:00必着
対象 交付決定日(8月1日)以降に都内商店街でお店をオープンする方
申請区分 開業・多角化・事業承継 ※①は開業のみ
助成対象経費 店舗新装・改装工事費／設備・備品購入費／宣伝・広告費／店舗賃借料
申請方法 Jグランツによる電子申請(事前にGビズIDプライムアカウントの取得が必要です)

お問い合わせ 助成課 商店街事業担当

TEL: 03-3251-7926 Email: wakatejosei_shotengai@tokyo-kosha.or.jp

<https://wakajo-shotengai.com/>

商店街 開業助成金



第1回デザイン導入支援セミナー

中小公社

自社や商品の本質を視覚化して顧客に伝える「VI (ビジュアルアイデンティティ)」
～「VI」はコミュニケーションのひとつです～

中小企業の「らしさ」をわかりやすく顧客に伝えるコミュニケーション活動において、VI (ビジュアルアイデンティティ) は大きな効果を発揮します。本セミナーでは、コミュニケーション戦略の入口としてのVIの役割と実現までのプロセスについて、事例をもとに解説します。

開催日時 5月16日(金) 14:00～16:00
開催方法 オンライン (Zoomウェビナー)
参加費 無料
募集数 100名 (先着順・要事前申し込み)
申込方法 以下の公社Webサイトからお申し込みください。
申込締切 5月15日(木) 12:00

講師
木住野 彰悟 氏
6D代表



木住野氏が手がけた不二家洋菓子店の新VI

お問い合わせ・お申し込み 生産性向上支援課

TEL: 03-3251-7917 Email: design@tokyo-kosha.or.jp

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/2505/0007.html>

公社 デザインセミナー



お知らせ

〈募集開始〉令和7年度 新製品・新技術開発助成事業

中小公社

～実用化の見込みのある、新製品・新技術の研究開発にかかる経費の一部を助成します～

対象となる研究開発 1. 製品化・実用化のための研究開発 2. 新たなサービス創出のための研究開発
助成対象経費 ①原材料・副資材費 ②機械装置・工具器具費 ③委託・外注費 ④産業財産権出願・導入費
⑤専門家指導費 ⑥直接人件費
助成限度額 2,500万円
助成率 助成対象と認められる経費の1/2以内
※賃金引上げ計画を策定・実施した場合
中小企業者3/4以内 小規模企業者4/5以内
申請受付期間 5月9日(金)～6月5日(木)17:00
申請方法 Jグランツによる電子申請(事前にGビズIDプライムアカウントの取得が必要です)

お問い合わせ 助成課 新製品助成事務局

TEL: 03-3251-7894 Email: shinseihin-josei@tokyo-kosha.or.jp

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/josei/jigyo/shinseihin.html>

公社 新製品



ピックアップセミナー

公社主催のセミナーをお届けします！
詳細・最新情報はWebサイトをご覧ください。

月	日にち	セミナータイトル	時間	会場	費用 (税込)	担当 部署
6月	6月10日(火)	ISO14001:2015 規格要求事項解説講座 ISO14001:2015の規格の解説を通じて、事業活動から生じる環境負荷を低減させ、環境法令順守、 環境リスクの管理を組織として戦略的に展開させることの重要性をご理解いただけます。	10:00～17:00	オンライン	8,000円/人	企業 人財
	6月24日(火)	営業力強化研修 ～業績を伸ばす プレゼン・スキルの習得法～ 受注を勝ち取るための最強プレゼン術!ただのテクニックではない、結果を出すための最適化されたス キルを伝授します。	10:00～17:00	秋葉原庁舎 (千代田区)	8,000円/人	企業 人財

*公社の研修は中小企業向けのため、講師と同業・コンサルタントの方はご遠慮ください

企業人財 企業人財支援課
TEL : 03-3251-7904

公社 イベントカレンダー



展示会の共同出展者募集中!出展料を一部補助!! CEATECは締め切り間近! 産業交流展・スマートファクトリー Japan・ギフト・ショーは募集開始予定!

中小公社

東京ビジネスフロンティアでは、展示会出展を通じ、中小企業の販路拡大をサポートします。

【CEATEC2025】【産業交流展2025】【スマートファクトリー Japan2025】【ギフト・ショー春2026】に共同出展形式での出展者を募集します。

募集概要 募集社数：各展示会20社程度

- 1.CEATEC2025：会期10月14日(火)～17日(金) 出展料122,000円 募集締切4月18日(金)
- 2.産業交流展2025：会期11月26日(水)～28日(金) 予定 出展料無料 募集開始予定4月21日(月)
- 3.スマートファクトリー Japan2025：会期12月3日(水)～5日(金) 出展料未定 募集開始予定4月21日(月)
- 4.ギフト・ショー春2026：会期2026年2月4日(水)～6日(金) 出展料未定 募集開始予定8月上旬頃

申込方法 以下の公社Webサイトから詳細をご確認の上、お申し込みください。

お問い合わせ 取引振興課 東京ビジネスフロンティア担当
TEL : 03-5822-7239 Email : frontier@tokyo-kosha.or.jp
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/frontier/>

東京ビジネスフロンティア



働きながら学びたい方のための「キャリアアップ講習」(5月募集)のご案内

東京都では、主に中小企業で働いている方(都内在住又は在勤)を対象に、スキルアップや資格試験受験対策等のための短期講習を実施しています。ぜひご活用ください!

5月募集講習例 HTMLによるホームページ作成、InDesignによる編集レイアウト(Windows)、3次元CAD(CATIA V5)【初級】、ビル管理技術者受験対策、第一種電気工事士(学科)受験対策など45コース

会場 各 東京都立職業能力開発センター・校

主催 東京都立職業能力開発センター

受講料 1,100円～6,500円(税込)

募集対象 主に中小企業で働いている方(都内在住又は在勤)

申込期間 5月1日(木)～5月10日(土)(必着)

申込方法 以下のWebサイト等で内容をご確認の上、インターネット(電子申請)又は往復はがきで、各講習を実施する東京都立職業能力開発センター・校へお申し込みください。(企業単位でもお申し込み可能です。)

※上記の他、Zoomウェビナーによるオンライン講習も実施しています。講習内容や申込方法は、以下Webサイトをご覧ください。

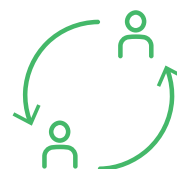
お問い合わせ 東京都 産業労働局 雇用就業部 能力開発課
TEL : 03-5320-4719
https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/zaishokusha-kunren/carr_up/

東京都 キャリアアップ講習



登録企業情報コーナー

公社では登録制による受発注紹介を行っています。
本コーナーでは受注・発注など登録企業からの情報を発信しています。
このコーナーへの掲載や掲載企業へのお問い合わせは、取引振興課へご連絡ください。



受注情報

以下のような加工や開発の対応ができる公社会員企業様がいらっしますので、委託先等にお困りの際にはぜひお問い合わせください。

業種・事業内容 など	所在地 資本金 従業員数	受注内容	得意分野／自己PR
- シール・ラベル・ステッカー・マスキングテープの印刷、製造加工 - 自社ブランドのステショナリー分野でマスキングテープ・フレークシールの企画、製造、販売	品川区 10,000千円 33名	シール・ラベル・ステッカー・デザインマスキングテープなどの様々な粘着製品の制作をしております。SDGsの17ゴールすべての関わるフェアトレードの紙の「バナナペーパー」のシール・ステッカーを積極的に展開しており、一般的なシール・ステッカーやノベルティで多く引合いを頂いており、弊社のノベルティで配布したり自社ブランド製品にも展開しております。創業90年を越えるノウハウを活かし「シール堂」という自社ブランドを展開し「マスキングテープ」や「デコレーションシール」が人気の商品です。Shinzi Katoh Design コラボの「宮沢賢治幻燈館」シリーズやSDGsの取り組みの一環として「バナナペーパー」や「絶滅危惧種柄」の製品が人気の製品です。	制作事例 - バナナペーパーシール - SDGsノベルティ  自社ブランド製品 「マスキングテープ」 「フレークシール」 
各種ヘッダーダイスの設計・製作、超硬金型&工具、各種冷間鍛造部品、電子部品、精密部品、特殊ネジ	荒川区 5,000千円 2名	ヘッダー、フォーマー用金型、圧造部品、切削部品の日本国内販売、中古圧造機の輸出販売を行っています。国内外の協力サプライヤーと連携し、お客様のお困りごとをヒアリングしソリューションを提供することを得意としています。貿易業務の経験が豊富で海外から日本への輸入支援、日本から海外への輸出支援をします。	基本自動化システムによって、材質選定から製造加工まで、ISO9000、ISO9001品質管理システム規格を満たす厳格な管理を徹底しています。 

お問い合わせ 取引振興課 TEL：03-5822-7250 Email：torihiki@tokyo-kosha.or.jp

東京都中小企業の景況

～東京都産業労働局 商工部 中小企業の景況調査～

令和7年2月調査 「1月の景況」

業況：横ばいで推移
見通し：わずかに改善

1月の都内中小企業の業況DI（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、当月▲25（前月▲25）と横ばいで推移した。今後3か月間（2～4月）の業況見通しDI（当月（1月）に比べて「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、当月▲18（前月▲21）とわずかに改善した。

※都内中小企業の景況指標ダッシュボード
<https://www.keikyuu-dashboard.metro.tokyo.lg.jp/>



都内各地域の景況情報（令和7年2月）

都内各地域の景況情報をお伝えします。この情報は、取引振興課と城東支社・城南支社・多摩支社の三支社の企業巡回員が企業を訪問し、お話を伺った内容をまとめたものです。

都心・城北・城西地域（取引振興課より）

材料費等の高騰で価格転嫁に苦労していたが、国の政策の影響もあり、現在では価格交渉はうまく行っている。課題は人の採用。社員の紹介ルートで応募してくるケースが多い。

城南地域（城南支社より）

材料費高騰中でも、展示会出展など積極的に営業展開を図り、新規取引先の開拓に成功している企業が増えている。また、次世代エネルギーとして期待される水素エネルギーの分野で高い技術力を有する中小企業の活躍が期待される。

城東地域（城東支社より）

大阪・関西万博に関連した受注が活況（空調設備、ノベルティ用途等）。その他、同業他社の廃業による代替需要で仕事が回ってきて忙しいと回答する企業も見受けられた。

多摩地域（多摩支社より）

技術の承継においては、様々な機器を扱うため、知識習得に時間がかかり、適切な人材を確保するのが難しい。事業の承継では負債整理が喫緊の課題となっている。

城東支社 TEL.03 (5648) 6606

〒125-0041 東京都葛飾区東金町1-23-2
溢津金町ビル2階



城南支社 TEL.03 (3733) 6284

〒144-0035 東京都大田区南蒲田1-20-20
城南地域中小企業振興センター [2階・3階]



多摩支社 TEL.042 (500) 3901

〒125-0041 東京都昭島市東町3-6-1
産業サポートスクエア・TAMA



「Tokyo BizBeat」誌名の由来

「Biz」はビジネス、「Beat」はリズムや鼓動の意です。これを「BizBeat」と組み合わせ、頭に「Tokyo」をつけることで、活気ある東京の中小企業を表し、さらに公社がこれからもより積極的に中小企業を支援していく意思を表現しました。



商品ジャーナリスト・北村 森

値段が高くて人も振り向くと信じて…



1947年の創業から一貫して“家庭金物”をつくってきた会社です。時代とともに街の金物屋さんは激減し、はるかに安価な樹脂製の商品が市場にあふれていきました。それでも…。

同社は諦めることなく、機能とデザインの双方に優れた金属製の洗濯小物などを果敢に開発します。大手どころの企業が同じような商品で後追いすると、さらに使い勝手を磨いた。

たとえ値段が高くて人も振り向く消費者はいます。セレクト系の通販チャンネルで、同社の商品群はファン獲得に成功します。

社長はいいます。「長くじわじわと売れる商品づくりを、ずっと続けています」。ぱっと開発してぱっと売り切るスタイルの対極なのです。その姿勢が事業の持続につながっている。

上の画像は「タワー型室内物干し(小)」。とても端正な姿をしています。使わないときは上下に薄く折りたためるのが、また大きな持ち味となっている。右下の画像は「大木のらくらくピ

ンチ ステンレスハンガー DL-2」。洗濯物を指で挟むところの形状が大きくて、つまみやすい。毎日の作業からちいさなストレスを取り除いてくれる、そんな印象です。

洗濯用品というと、成熟領域の最たるものでしょう。「それでも進化は果たせませすし、なにより進化を目指すことで、これからもこの会社は生きていけます」。重みのある言葉ですね。

オリジナル開発の洗濯用品
上写真 販売価格2万350円(税込)
右写真 販売価格6,490円(税込)
高機能、かつ美しい商品群
株式会社大木製作所
(東京都練馬区)
<http://www.ohki-tokyo.com/>



植物油インキを使用しています。

