

2020年版「中小企業白書」に掲載した投資先企業の事例

東京社の投資先企業

企業名	所在地	事例	ページ
事例1-4-1 株式会社マスタックマシナリー	埼玉県 所沢市	日本ならではの「どら焼機」で、海外展開を実現した企業	189
事例1-4-2 株式会社中山製作所	千葉県 佐倉市	日本ブランドの腕時計のサプライチェーンを支える中核企業	190
事例2-1-6 株式会社イシイ設備工業	群馬県 高崎市	同業他社の買収により中小企業の連合体として、付加価値増大を目指す企業	236
事例2-1-9 株式会社アステム	宮城県 蔵王町	中2日の短納期サービスを安定的に実現する体制を構築し、差別化に成功した企業	257
事例2-1-13 カネパッケージ株式会社	埼玉県 入間市	製品のローカライズや現地サプライヤーの品質管理で海外現地でも高品質を実現する企業	281
事例2-1-14 株式会社クリスプ	東京都 渋谷区	飲食店での積極的なIT活用により、顧客体験の提供を目指す企業	287
事例2-1-16 株式会社東亜電化	岩手県 盛岡市	外部連携の活用による事業化やライセンス供与による収益化を実現する企業	323
事例2-2-7 株式会社マコト精機	福島県 会津若松市	長年の原価管理の蓄積により、特注品でも製品ごとに適正な価格設定を実現する企業	383
事例2-3-5 トップ工業株式会社	新潟県 三条市	サプライチェーンの持続可能性を高めるために、加工賃の支払額引き上げを自ら申し出た企業	476

大阪社の投資先企業

企業名	所在地	事例	ページ
事例2-1-3 有明産業株式会社	京都府 京都市	価格競争か脱するための製品の差別化や、新たな需要の創出に取り組む洋樽専門メーカー	211
事例2-3-3 三和製作株式会社	広島県 福山市	大手企業との取引により獲得した競争力と「ものづくり」へのチャレンジ精神を受け継ぐニッチトップ企業	446

名古屋社の投資先企業

企業名	所在地	事例	ページ
事例2-2-4 アロマスター株式会社	愛知県 名古屋市	オンラインショップから実店舗へ進出し、顧客の声を聞き製品の独自性をアピールすることで、新規顧客を獲得した企業	365