

会社概要

| | | | |
|------|------------------------------------|------|-----|
| 社名 | 株式会社 イノウエ | | |
| 創立 | (西暦) 1928年5月 | | |
| 所在地 | 〒252-0155 神奈川県相模原市緑区鳥屋750番地 | | |
| 資本金 | 4,680万円 | 従業員数 | 52名 |
| 事業内容 | ゴムひも・手芸用組みひも製造販売、産業資材、衣料、装粧品、装飾、包装 | | |

主力製品

ヘアゴムを主軸としたおしゃれ関連用品の製造・販売

ヘアゴム (ヘップリング) は業界でもトップクラスの多彩な色や種類のバリエーションを取り揃えている。
またつなぎ目が目立たず、痛くない。



ヘアゴム以外にも天然成分シトネラオイルを配合した「**虫よけブレス**」や静電気を除去する特殊な糸を使った「**静電気除去リング**」など、市場のニーズや流行に合わせた**機能性のあるファッション雑貨**を中心としたオリジナル企画・開発をおこなっている。



作成前の課題認識

約8割の市場を取った今、今後人口の減少に伴い市場が縮小してくることが目に見えてわかる。また現在、単価の安いものばかりを扱っているため今後は自社企画商品などを自社名で販売していくことが重要である。そして、新たな市場を開拓することが急務である。

作成の成果・今後の活用

今回の成果としては、経営者と社員の課題が同じだということがわかりました。
考えている市場は、社員は近い未来、経営者の私はもっと先の未来を考え進めていこうとしていることがよくわかりました。また、自社のブランド力を大事にしていく気持ちが一緒であったので、今後は経営デザインシートに記載した通りに進めて行く予定です。

経営デザインシート(事業が1つの企業用)

株式会社イノウエ

自社の目的・特徴・事業概要

【自社の目的・特徴】3つの満足(お客様の満足、従業員の満足、会社の満足)を達成する

【事業概要】ゴム紐の製造販売、ヘアゴムや化粧品を小売店で販売できるまで商品の加工・卸。手芸用組紐、産業資材、衣料・雑貨に用いられる組紐、ゴム紐の製造販売

経営方針

「イノウエ」という名をブランド化するために自社の名前で多くの商品をリリースします。

そのためには自社のインフラだけでなく、皆様へ便利に心に残る物作りを取り組みます。

先ほど自社のインフラには拘らずと言いましたが、もちろん弊社での物作りは続け、安全・安心のクオリティも維持していきます。しかし、それだけでは、弊社社会理念にある「お客様の満足」は達成出来ない時代となった私は考えています。弊社にこれからの必要なのは、お客様に満足して頂ける商品の企画力であり、企画した商品を作り上げる力だと思います。コラボレーション商品を含めた多くの商品作りを行い、多くの人の心に残る商品を作り上げ世界中の人々に愛され続ける商品作りを行っています。



【内部資源】

- 知財
 - イノウエ商標
 - 内職者でも作業可能な作業マニュアル
 - おしゃれ関連用品の仕入れネットワーク
 - 数百名の内職者の管理体制
 - おしゃれ関連用品の品質管理体制
 - 従業員がやる気を出すしくみ
 - 売れる商品の目利き力

外部調達資源(誰から)

- 用いた素材の提供
- 数百名の内職者による生産
- 知財
- 津久井の組紐の地域ブランド

提供してきた価値

【提供先(どんな相手)に】
コンビニ、雑貨店など小売

【何を】
売り場の一角を占めるヘアゴムを含む高品質の商品ラインナップ提供により管理の簡素化

【提供先(どんな相手)に】
中学生～50代の女性

【何を】
どこでも、手軽で安価に、高品質のおしゃれを楽しむ

提供先から得るもの
・ヘアリングおよびその関連用品の販売実績データ

提供先から得るもの
・ヘアリングおよびその関連用品の販売実績データ

内部資源

- ECサイト経験者を含むECサイト運営チーム
- ジャガード機のオペレーター
- ジャガード機、組紐機械
- 商品企画チーム
- 300名いる内職者からの商品提案
- 商品加工する内職者

知財

- ECサイト運営マニュアル
- 商品企画マニュアル
- ブランド
- 商品開発の仕組み

外部調達資源(誰から)

- デザイナーとのコラボレーション
- 部品(金属部品、樹脂パーツ、パッケージ)の供給元
- ロコミから広がった販売代理店

知財

出来上がった商品案

提供価値

【提供先(どんな相手)に】
おしゃれを楽しむ方に感謝の気持ちと驚きを届けたいと思っている世界中の女性

【何を】
箱を開けたときの驚きを永遠にメモリーするおしゃれギフト
○感謝の気持ちを表すことができる
○他人とは違う商品を持てるステータスを贈ることができる
○贈答品としてサプライズ感を提供することができる
○ギフトとして色褪せない高い品質を担保
○世界対応のECサイトから簡単に入手できる
○選べる楽しさ

提供先から得るもの
○ロコミなどで商品に対する改善点など含めた意見
○SNSなどでのイノウエ商品の拡散
○定期購入、リピータの増加
○売上の上昇

提供価値

【提供先(どんな相手)に】
おしゃれを楽しむ方に感謝の気持ちと驚きを届けたいと思っている世界中の女性

【何を】
箱を開けたときの驚きを永遠にメモリーするおしゃれギフト
○感謝の気持ちを表すことができる
○他人とは違う商品を持てるステータスを贈ることができる
○贈答品としてサプライズ感を提供することができる
○ギフトとして色褪せない高い品質を担保
○世界対応のECサイトから簡単に入手できる
○選べる楽しさ

提供先から得るもの
○ロコミなどで商品に対する改善点など含めた意見
○SNSなどでのイノウエ商品の拡散
○定期購入、リピータの増加
○売上の上昇

提供価値

【提供先(どんな相手)に】
おしゃれを楽しむ方に感謝の気持ちと驚きを届けたいと思っている世界中の女性

【何を】
箱を開けたときの驚きを永遠にメモリーするおしゃれギフト
○感謝の気持ちを表すことができる
○他人とは違う商品を持てるステータスを贈ることができる
○贈答品としてサプライズ感を提供することができる
○ギフトとして色褪せない高い品質を担保
○世界対応のECサイトから簡単に入手できる
○選べる楽しさ

提供先から得るもの
○ロコミなどで商品に対する改善点など含めた意見
○SNSなどでのイノウエ商品の拡散
○定期購入、リピータの増加
○売上の上昇

これまでの外部環境

| | | |
|---------------------------------------|--|--------------------------------------|
| +要素 生活の中で「結ぶ」作業が減少 -要素 ターゲット顧客の人口減 | +要素 日本物が高額から買える SNSを介して日本から海外に安くCMを発信できるよ | -要素 コロナウイルス感染でデジタルマーケティングが小売店の売上が減る。 |
|---------------------------------------|--|--------------------------------------|

市場状況 安い海外製品の流入

事業課題(弱み)

- ヘアゴム販売の依存度が高い。
- リアル店舗での販売以外なく、依存度が高い。
- 商品企画力が弱く、特徴のある自社生産商品が少ない。
- ECサイトを立ち上げていない。経験がない。
- ジャガード機が商品の販売に至っていない活かせてない

提供価値

【提供先(どんな相手)に】
おしゃれを楽しむ方に感謝の気持ちと驚きを届けたいと思っている世界中の女性

【何を】
箱を開けたときの驚きを永遠にメモリーするおしゃれギフト
○感謝の気持ちを表すことができる
○他人とは違う商品を持てるステータスを贈ることができる
○贈答品としてサプライズ感を提供することができる
○ギフトとして色褪せない高い品質を担保
○世界対応のECサイトから簡単に入手できる
○選べる楽しさ

提供先から得るもの
○ロコミなどで商品に対する改善点など含めた意見
○SNSなどでのイノウエ商品の拡散
○定期購入、リピータの増加
○売上の上昇

提供価値

【提供先(どんな相手)に】
おしゃれを楽しむ方に感謝の気持ちと驚きを届けたいと思っている世界中の女性

【何を】
箱を開けたときの驚きを永遠にメモリーするおしゃれギフト
○感謝の気持ちを表すことができる
○他人とは違う商品を持てるステータスを贈ることができる
○贈答品としてサプライズ感を提供することができる
○ギフトとして色褪せない高い品質を担保
○世界対応のECサイトから簡単に入手できる
○選べる楽しさ

提供先から得るもの
○ロコミなどで商品に対する改善点など含めた意見
○SNSなどでのイノウエ商品の拡散
○定期購入、リピータの増加
○売上の上昇

提供価値

【提供先(どんな相手)に】
おしゃれを楽しむ方に感謝の気持ちと驚きを届けたいと思っている世界中の女性

【何を】
箱を開けたときの驚きを永遠にメモリーするおしゃれギフト
○感謝の気持ちを表すことができる
○他人とは違う商品を持てるステータスを贈ることができる
○贈答品としてサプライズ感を提供することができる
○ギフトとして色褪せない高い品質を担保
○世界対応のECサイトから簡単に入手できる
○選べる楽しさ

提供先から得るもの
○ロコミなどで商品に対する改善点など含めた意見
○SNSなどでのイノウエ商品の拡散
○定期購入、リピータの増加
○売上の上昇

「これから」の姿への移行のための戦略

これまで

これからの外部環境

| | |
|---|--------------------------------------|
| +要素 日本物の価格が海外から買える SNSを介して日本から海外に安くCMを発信できるよ | -要素 コロナウイルス感染でデジタルマーケティングが小売店の売上が減る。 |
|---|--------------------------------------|

市場予測 ○テレビの視聴時間がへり、インターネットの時間が増えた
○インフルエンザの流行が抑えられ、百貨店の売上が回復する
○個人がECサイトを使って海外から商品を輸入できるようになった。

移行のための課題

- ECサイトの制作・運営経験がない
- ECサイトを立ち上げるための商品企画の経験がない
- ジャガード機の機種を替えた商品作りが出来ていない
- 商品開発の体制が整っていない

必要な資源

- ブランド
- ECサイト運営体制(海外を含む)
- 倉庫などのスペース
- ジャガード機のオペレーター
- デザイナー
- 商品企画体制(商品提案制度を含む)

解決策

- 販売可能性のある国で商標登録する
- 海外も対象としたECサイトの構築先の選定
- ECサイト運営経験者採用
- ECサイトの構築・運営
- ECサイト用商品の在庫スペースの確保
- ジャガード機のオペレーターの複数人の育成
- デザイナーなどのコラボレーション先の選定・契約
- 商品企画チームの編成

これから

将来構想のキャッチフレーズ
トレンドを発信する企業へ。

株式会社イノウエ

2025年には
こうしたい！

資源

- ・組紐、ヘアゴムに関する技術力
- ・商品を安定供給できる原材料の調達力・・・お客様のニーズに答えられる仕入れのネットワーク(海外含む)
- ・多様化している販売ネットワーク(小売り、アパレル、スポーツブランド等)
- ・内職による対応力
- ・人・・・働きやすい環境
- ・商品提案力(営業力)
- ・高い品質で提供できる製造能力(耐久性・精度)
- ・顧客の要望に応じた対応力

ビジネスモデル

- ・OEMを中心とした製造業
- ・量販店で自社製品を販売
- ・特徴のある商品(静電気除去リングなど)で得意先と繋がり、横展開をしていく。
- ・特注の対応力で信頼を得る。

提供価値 (誰に・何を)

- ・小売業を通じて消費者に安定とロングライフなヘアゴムを提供。
- ・利益率が高い商品を取り扱うことができる(BtoB)
- ・商品の安心感(BtoB)

資源

- ・オイルの調達力(ダメージヘア用&ゴムとの相性)
- ・新商品企画力
- ・新規顧客開拓力
- ・ブランド力
- ・開発パートナー

ビジネスモデル

- ・髪の毛の悩みを解決する商品とのセット販売(BtoB)
- ・(ダメージヘア用オイルとヘアゴムのセット販売)
- ・(オイルが添加されたヘアゴムの製造・販売)

提供価値 (どんな相手に・何を)

- ・髪に悩みを持っている女性(量販店・サロン経由)
- 髪を留めながらケアできる

課題

- ・商品企画力が無く、新商品のリリースが少なく遅い。

外部環境

- ・ヘアケアシャンプーの増加
- ・コロナの影響で外出が減りお店で商品を買う機会が減った。
- ・中国製の台頭
- ・材料・人件費の高騰
- ・Instagram、Facebook等のSNSの広告効果が増大

2025年に向けていまからどうするか

【開発】

- ・ダメージヘア用&ゴムとの相性のよりオイルの提供先の探索・製品開発(ヘアケア効果、耐久性、不快感のない肌触り)
- ・接着強度、考えられる悪い要素を検証
- ・サステナブルを前提に商品開発

【製造】

- ・生産設備の効率化と増強 ⇒台湾製の高速機械を活用

【販売】

- ・ブランドイメージ(親しみやすい)に合う販売先の検証
- ・ECサイトでの発信・・・小売では取り扱えない商品で、情報を発信する。⇒EC限定、店舗限定品を差別化する