

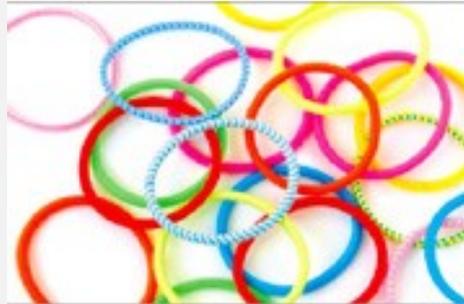
株式会社イノウエ 会社概要

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ロンオイルを配合した「**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

1. 組紐の製造技術、特許で差別化していたヘアゴムを提供していたが、他社のOEMであり、製造、提供先が限られていた。
2. 製造工程上、欠かせない内職作業のマニュアル、管理の共有化が不十分だった。
3. 従業員一人一人に苦勞して稼ぐより、楽しんで稼ぐマインドを今一度、社内に浸透させる必要がある。

作成の成果・今後の活用

1. 自社ブランドを活用した商品展開をし、商品バリエーション、提供先、提供先への価値を再確認できた。
2. 内職マニュアルなどを見直し、初めて作業する方でも容易にかつ、個人情報なども含めて管理強化をしてきた一連の取り組みについて整理できた。
3. 経営理念である3つの満足(お客様、従業員、会社)を要約した「楽しんで稼ごう」のスローガンや、顧客への提供価値など経営デザインシートの内容を従業員で共有する。

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】 ゴムひも・手芸用組紐製造販売、産業資材、衣料、装粧品、装飾、包装

経営方針

- ・品質に妥協しないものづくり
- ・地域と共に歩むものづくり
- ・安全で安心できるものづくり
- ・環境にやさしいものづくり

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

【内部資源】

- 知財
- ・ISO9001認証
 - ・エコテックススタンダード100認証
 - ・組紐の製造技術
 - ・ゴム芯入り組紐リング特許
 - ・ヘアリング商標
 - ・天然ゴムの使用ノウハウ

外部調達資源(誰から)

- ・仕入れ先から天然ゴムを用いた素材の提供

知財
津久井の組紐の地域ブランド

【資源をどのように用いて価値を生み出してきたか

- ・ヘアゴムの製造販売

【誰と組んで】

- ・ヘビアフィル・ジャパン(仕入れ先)

【提供先へのアクセス法】

- ・小売店を介してターゲット顧客へ提供

知財の果たしてきた役割

- ・つなぎ目が目立たないヘアゴムを提供

提供してきた価値

【提供先(誰に)】
コンビニ、雑貨店など小売

【何を】
特許で差別化されたヘアゴム単品提供

【提供先(誰に)】
中学生~50代の女性

【何を】
簡単に髪留めできる

提供先から得てきたもの

- ・ヘアリングの販売実績データ

内部資源

- 知財
- ・ISO9001認証
 - ・エコテックススタンダード100認証
 - ・組紐の製造技術
 - ・ゴム芯入り組紐リング特許
 - ・ヘアリング商標
 - ・天然ゴムの使用ノウハウ
 - ・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)

- ・仕入れ先から天然ゴムを用いた素材の提供
- ・数百名の内職者による生産能力

知財
津久井の組紐の地域ブランド

資源をどのように用いて価値を生み出すか

- ・ヘアゴムの製造販売
- ・自社ブランドを活用して、ヘアゴムを主軸としたおしゃれ関連用品の販売

【どんな相手と組んで】

- ・ヘビアフィル・ジャパン(仕入れ先)
- ・低コストで高品質な製品の製造可能な海外企業
- ・コンビニ、雑貨チェーン

【提供先へのアクセス法】

- ・小売店を介してターゲット顧客へ提供

知財の果たす役割

- ・安価で簡単におしゃれを楽しめるブランドの浸透

提供する価値

【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

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

市場状況 安い海外製品の流入

事業課題(弱み)

・他社OEMで自社ブランドがない。

「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 おしゃれ人口の増加

-要素 ターゲット顧客の人口減

市場予測 中学生~50代の女性人口は減少するものの、おしゃれを楽しむ人口が増加する

移行のための課題

・ヘアゴムだけでなく、その関連商品のラインナップを揃え、ブランド力を向上させる。

必要な資源

- ・ヘアゴムの生産能力
- ・商品群(社名)のブランド
- ・内職者でも作業可能な作業マニュアル
- ・関連製品の仕入れネットワーク
- ・数百名の内職者の管理体制
- ・従業員がやる気を出すしくみ

解決策

- ・自社ブランドを活用した商品展開(機能とデザインで商品プロデュース+品質の鍛え上げ)
- ・内職者での作業可能な作業マニュアルの整備
- ・数百名の内職者の管理体制の構築
- ・おしゃれ関連用品の適切な在庫管理体制の構築
- ・おしゃれ関連用品の仕入れネットワークを構築
- ・おしゃれ関連用品の品質管理体制の構築
- ・社員の賞与に関わる売上、利益を社員に見える化し、モチベーションを向上させる。
- ・クレドの活用「楽」して「稼ぐ」⇒「常に考えよう」

これから