

経営デザインシート（機能性アイウェアからJINS MEMEまで）

事業概要

「外を見る」ためのアイウェア（メガネ）のSPA（企画・生産・流通・販売の一括提供）

経営方針との関係

アイウェアを通じた「Magnify Life：ライフスタイル提案」の実現

事業概要

「自分を見る」ためのソリューションであるアイウェアと多様なサービスの提供

経営方針との関係

アイウェア+体験（サービス）を通じた「Magnify Life：ライフスタイル提案」の実現

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

主要な資源

- SPA（企画・生産・流通・販売の一括提供）による高い収益力
- 販売量・実績による調達コストの低減
- カスタム性の高いメガネ商品における検眼/加工等の店舗オペレーション効率化の仕組みと人員育成
- ファッション感覚でメガネを楽しむためのデザイン力
- PR文脈等の構築能力（特にJINS SCREENなどにおける情報開発能力）

収益の仕組み

- 価格やサービスの常識を覆す「レンズの追加料金¥0」のビジネスモデルを導入
- 30分で渡せるなど「メガネを買う」というわずらわしい体験を、ファッション感覚で楽しめる体験へと変革
- 視力矯正以外の「機能性アイウェア」という新市場の創出

提供してきた価値

- 高効率なアイウェア提供による価値創造
- ちゃんとした視力矯正を安く早く
 - ファッション性
 - ブルーライト対策
 - 花粉症対策
 - ドライアイ対策 等

提供先から得てきたもの

業界2位の2倍以上の顧客基盤とそのリレーション

事業課題（弱み）

モノ売りのみではマクロ環境変化に脆弱

これまでの外部環境

人口減、レーシング（代替）による視力矯正市場におけるメガネシェアの縮小

主要な資源

内部資源

- 基礎特許（知的財産）
- デザイン
- 経営判断・投資
- 新規性の高いブランドカ

調達した資源

- システム
- スマホアプリ
- ソフトウェア
- HW開発機能

開発パートナー

- 東北大学（加齢医学研究所）
- 小型化部品のトップメーカー
- 各種開発会社

収益の仕組み

- 実用に耐えるサービス化のためのパートナーリング
- 提供先へのアクセス
- 強力な事業パートナー企業が載ってくるためのPR活動
- 事業パートナー
- オフィスワーカーの生産性に課題を感じる企業
 - 安全を高めたいドライバーや運送会社
 - フィットネスクラブ 等

提供する価値

事業パートナーに自分を見ることによる価値を提供

- オフィスワーカー：自らの「集中時間」の理解
- ドライバー：各制度の変化を見て、安全運転を実現

提供先から得るもの

集中、眠気、姿勢データとともにユーザーの行動ログを得て、サービスの提供価値を高め続けていくきっかけ

「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

人口減、多様な視力矯正品（代替品）等による市場縮小

移行のための課題

物売り（メガネ）のみに特化した企業体（2年半に一回しか顧客タッチポイントが無い）

必要な資源

顧客タッチポイント

知財 顧客とつながるための生理データ取得・アプリUI,UXに関わる知財

解決策

- 生理データを活用した具体サービスにつなげるUI,UX開発機能とその実装能力の用意
 - 現メガネの購買・利用シーンに違和感なく使えるHW,アプリの開発能力
- 利用者を増やしていくことで、顧客タッチポイントを増やし、価値提供タイミングを増やしていく

これから



経営デザインシート (JINS MEMEからThink Lab)

事業概要

「自分を見る」ためのソリューションであるアイウェアと多様なサービスの提供

経営方針との関係

アイウェア+サービスを通じた「Magnify Life」の実現

事業概要

「集中体験」を提供、より具体的な「働き方改革」の実行（もはや、メガネを使わない）

経営方針との関係

より直接的な形で「Magnify Life：ライフスタイル提案」を実現していく

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

主要な資源

内部資源

- 基礎特許 (知的財産)
- デザイン
- 経営判断・投資
- 新規性の高いブランドカ

調達した資源

- システム
- スマホアプリ
- ソフトウェア
- HW開発機能

開発パートナー

- 東北大学 (加齢医学研究所)
- 小型化部品のトップメーカー
- 各種開発会社

収益の仕組み

実用に耐えるサービス化のためのパートナーリング

提供先へのアクセス

- 強力な事業パートナー企業が載ってくるためのPR活動

事業パートナー

- オフィスワーカーの生産性に課題を感じる企業
- 安全を高めたいドライバーや運送会社
- フィットネスクラブ等

提供してきた価値

事業パートナーに自分を見ることによる価値を提供

提供先から得てきたもの

集中, 眠気, 姿勢データとともにユーザーの行動ログを得て、サービスの提供価値を高め続けていくきっかけ

事業課題 (弱み)

あくまで「メガネを売る」ことが必要

主要な資源

資源 (知財)

- JINS MEMEの基本特許、製品ノウハウ、サービス
- 5,000人のデータを分析して把握した「人が最も集中できる場」に関するデータ

外部調達資源

- 強力な事業パートナー、ユーザー
- 学者 (予防医学・行動科学)
- 建築家

収益の仕組み

自社で

- 自分の知を高める、最高の集中体験を提供する場として「Think Lab」の開設・提供

事業パートナーと

- Think Labの思想を活かし、AGC (旭硝子)・パナソニックなどで「集中」するためのオフィスデザイン

提供する価値

オフィスワーカー

- 最高の集中体験
- 短時間で集中した働き方による労働時間削減等

企業 (提供者)

- 従業員がポテンシャルを発揮できる働き方の提供
- 残業代削減、WLBの改善等

提供先から得るもの

集中に関するTPO紐づきの多くのデータから、さらなる改善提案の元を獲得

「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

「働き方改革」「人生100年時代」に対する社会的要請

移行のための課題

- 働き方の先駆者ブランド
- 不動産業界への知見

必要な資源

- 店舗展開スピードを担保するリソース
- 空間設計のためのデータサイエンスと感性価値のデザイン

知財 集中を作るための分析元のデータ、ノウハウ

解決策

- 自社展開のみならず、他社オフィスに作るなど、ストックを持たずに済むモデルを開発
- 多くの先駆者っぽい企業とのコンソーシアム構築

これから

