

経営デザインシート(全社用)

【宝養生資材株式会社】

自社の目的・特徴

目的 建築物は所有者のもので、建てるもの(建設会社など)のものではない。作業している人は他人所有物であるゆえに雑にだったり気を留めなくなったりしがちである。一方そこにはかなり気を留めると作業性が悪くなる。所有者にも作業者にもwinwinとなるように顧客を啓蒙し、材料を供給していきたい。(養生資材の啓蒙)
 特徴 養生材料専門店。建築中の建物の素材を守る材料を販売。自社便無料、指定先納品、顧客の望む時間帯での配達(すべてではない)など、価格よりサービスを重視する企業

経営方針

建築の養生材料と健康の養生材料を中心に常に新素材・新技術を追求めながら、地域・業界へ貢献していく。時代や環境に秩序をもって共存し、信頼ある経営を目指し、常にチャレンジ精神を保つこと。

【成功体験を社員と共にするため、競争力の高いオリジナル製品の売上を伸ばす】
 ・既成品の卸売りでは、価格で他社に負ける場面が多い。真似されず、売りがやすく、利益も出やすい自社のオリジナル商品により、社員と成功体験を共有する



主要な資源

- ・既存顧客に関する情報
- ・養生の専門知識
- ・配送サービス
- ・資材製造会社

事業ポートフォリオ

建築養生資材事業 売上割合

- ・既製品 9割
- ・オリジナル商品1割

強み
顧客情報を把握することで、きめ細やかなニーズに対応
 ・資材と扱いのノウハウを適切に提供
 ・現場の状況にあわせて指定場所、指定時間に、使いたい量、使いたいものを配達

提供してきた価値

大手中小のゼネコン、工務店、職人、清掃業者、養生材料を販売する業者に対し、手戻りのない作業の遂行・作業への集中を提供
 →地域の建築業界の作業環境の向上

提供先から得てきたもの

・新たな顧客の紹介、販売網
 顧客からの信頼 (「単なる資材業者」ではなく、顧客の作業負担を軽減する「黒子」としての立ち位置)

全社課題(弱み)

収益性の高いオリジナル商品の売上げが占める比率が低い

これまでの外部環境

- +要素
・オリンピックを控え、建設ラッシュ

- 要素
・海外製品等安価な資材の流通
・ホームセンター・金物屋の市場参入

主要な資源

これまで
 +
 ・新商品へのニーズ情報
 ・忙しい顧客から情報を集めるためのノウハウ
 ・新素材開発のための収益基盤

知財
 新商品を模倣されないための知財権

事業ポートフォリオ

建築養生資材事業 売上割合

- ・既製品 5割 (地域の既存顧客とのネットワーク維持)
- ・真似されないオリジナル商品 5割 (全国に対し、現場ニーズに即した、利便性が高い資材を開発・提供)

強み
新素材へのチャレンジ精神・顧客からの情報網
 現在では一般にも広く使われている軟粘着テープのルーツは、当社である。養生業界のバイオニアとしての誇りとチャレンジ精神、「そんな宝養生を育てた」という自負のある顧客網をもとに、建築現場の課題感を常に把握し、新たな新素材を開発していく

提供する価値

地域の建築現場だけでなく、
日本全国・全世界の建築現場の作業環境の向上
 「こんな製品があれば・・・」と課題を感じている顧客に対し、ニーズにあった資材・サービスを提供

提供先から得るもの

顧客からの信頼⇒情報
 宝養生に頼めば、(とくとして開発含め)最適な資材提供してくれるかもしれない、という期待から、仕事と情報を得、収益基盤を盤石なものとする

収益基盤を整えることで
 (10年後) 現在保有する「環境にやさしい素材(チタンバタイト)」をつかった石鹸等の商品を世により広め、**地球環境の向上にも貢献したい**

「これから」の姿への移行のための戦略

これからの外部環境

- +要素
環境配慮指向の高まり (リサイクルや、新素材ニーズ高まり)
 搬入のオプション化の潮流

- 要素
情報伝達の早い世の中 (よい商品を作っても模範されやすい)

移行のための課題

- 顧客ニーズの拾い上げにおける課題
 ・以前は聞けていた世の中の中にない養生材へのニーズを、現在はこちらから聞かないと言われないこと(顧客が困っていることはありそう)
 ・顧客のもとへ、多くの業者が分刻みで納品に来るので、時間かけて話にくい
- 新商品への投資リスクの課題
 ・新しい商品は必ずしも採算が取れるとは限らないという懸念

必要な資源

- ・新商品へのニーズ情報
- ・忙しい顧客から情報を集めるためのノウハウ
- ・新素材開発のための収益基盤

知財
 新商品を模倣されないための知財権

解決策

- 顧客の困りごと、ニーズを聞き出すノウハウ・タイミングの創出
 - アンケートを活用
 - ・アイデアを持っている人かどうかを見極める(ヒアリング対象の見極め)
 - ・「アンケートの内容に関する質問したい」という名目で訪問きっかけをつくるため
- 新商品への投資可能な収益基盤の増強
 - 資材の搬入作業をオプションサービス化する
 - 当社しか扱っていない収益性の高い製品を、全国浸透させる
 - ・YouTubeなどで宣伝、SNSの積極的利用など、発信力を高める
 - ・業界ネットワークにアプローチし、各地域で強いバイヤーとのコネクションをつくる
- 新商品を模倣されない知財権の早期取得
 - アプリテック開発時に得た特許取得ノウハウと、本特許をきっかけに築いた先進的開発を行う事業者や研究者とのネットワークを活用し、自社に足りない技術を早期に新商品の特許化
 - 新たな技術を探るため、川崎市の技術マッチングのほか、類似機会を継続活用

これまで

これから