



自社の目的・特徴・事業概要

経営方針

(1) 経営理念  
 私たちは商品の企画、立案、生産を通じて多くの人に「喜び」と「楽しさ」を提供できる会社を目指します。  
 私たちは仕事を通じて「常に考える」事を重視し、人として確実に成長できる会社を目指します。  
 私たちはお客様、協力会社様、その業務にかかわる全ての人たち、そして仕事の仲間を通じて「感謝する」事を大事にします。  
 私たちは働きがいのある職場作りと「社員の幸福」を目指します

(2) コンセプト  
 自由な発想で創られるオリジナルアイテム提案、お客様の想いをカタチにするプロ集団の会社です。  
 ノベルティ/プレミアム企画・デザイン・製作及び各種小物雑貨のOEM/ODM製作などをメインに、「よろこび」「たのしさ」を「カタチ」にする事が得意な会社です。また 海外生産においては工場とダイレクトに取引をしており、「安心」「安全」な品質管理体制を確立し、且つ「短納期」「低価格」を実現しております。

今後の経営戦略  
 ・3年後 売上3億1000万円、経常利益1700万円を目標とする。  
 ・事業分野を販売促進用ノベルティからOEM/ODM生産によるPB提供（相手先ブランド）  
 および、自社ブランド（MAOMA まおま）による顧客への直接販売へ事業構造をシフトしていく。  
 ・事業シフトによる利益率の向上（PB、自社ブランドは利益率が高い）および受注の増加、安定化  
 ・資金調達の安定化（キャッシュフローの安定化、増大）

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

<人的資源>  
 ・経験豊かな担当デザイナー  
 デザイン企画力、経験実績  
 ・社長  
 アイデア、ネットワークカ、  
 中国での経験、経験実績深い知識  
 (1985年から)

外部調達資源(誰から)

中国にある協力工場のネットワーク  
 合併会社1社 協力工場30社

知財

資源をどのように用いて価値を生み出してきたか

●要求に対応出来る企画提案力  
 ・取引先から要望を具体的な形にする企画提案力、過去の莫大な経験やノウハウからの企画提案力。  
 ・OEM/ODM対応可能

●受注のワンストップ対応の流れ  
 デザイナーによる受注から企画、生産指示、納品まで1人で担当するワンストップサービスでの対応。(企画責任、品質保証、品質維持の提供)

●短期での試作納品ができる仕組み  
 依頼から試作までが2週間程度で可能

●生産の低コスト、品質の安定  
 中国で生産するため、国内よりは低コストでの生産が可能

提供してきた価値

提供先(誰に)

●ノベルティ提供、PB販売先企業  
 主な得意先60社  
 通信販売業者、百貨店、SPA業者、  
 広告代理店、飲食業、自動車販売店

何を  
 販売促進に効果的な販促グッズ、売れるPB商品をODM、OEM生産で提供する。

提供先から得てきたもの

継続した取引関係、信頼性、安心感の向上  
 や企画の相談、新規取引先の紹介など

内部資源

<人的資源>  
 ・経験豊かな担当デザイナー  
 デザイン企画力、担当した実績成果  
 ・社長  
 アイデア、ネットワークカ、  
 中国での経験、経験実績深い知識  
 (1985年から)

・医療機関や大学との関係  
 研究成果、アイデアの提供、具現化

外部調達資源(誰から)

・中国にある協力工場のネットワーク  
 合併会社1社 協力工場30社  
 ・販売チャネル  
 大手GMS、通信販売先、ネット販売先、介護施設、病院、海外など

知財  
 MAOMA(まおま)、だるまニャン商標登録

資源をどのように用いて価値を生み出すか

●オンリーワンの企画提案・開発力  
 ・ぬいぐるみ+癒し健康からの自社PB開発  
 ・経験、ノウハウからの隙間ニーズに対応出来るPB開発、ニーズからアウトツへ具体的提案力  
 ・取引先から要望を具体的な形にする企画提案力、過去の莫大な経験やノウハウからの企画提案力。  
 OEM、ODM対応のどちらでも可能

●外部専門家とのネットワーク  
 自社ブランドの開発で外部専門家とのコラボ

●受注のワンストップ対応の流れ  
 担当デザイナーが受注から企画、生産指示、納品まで責任を持って対応(企画に対する責任、品質保証、品質維持)

●短期での試作納品ができる仕組み  
 依頼から試作迄 2週間納期可能

●生産の低コスト、品質の安定  
 中国で生産するため、国内よりは低コストでの生産が可能。

●複数の販売チャネル  
 自社ブランド(MAOMA)を顧客に届ける  
 各種チャネル

提供する価値

提供先(どんな相手に)

●シニア市場(介護・シニア生活)・隙間市場  
 自社ブランドとして最終消費者へ直販または、小売業、介護施設など

●ノベルティ提供、PB販売先企業  
 主な得意先60社  
 通信販売業者、百貨店、SPA業者、広告代理店、飲食業、  
 自動車販売店 幅広い業種、業態へ

何を  
 ●自社ブランド(MAOMA)だるまニャン  
 ・表情豊かな生活を取り戻すことが出来る  
 ・認知症などの改善(情緒の安定、豊かな感情)  
 ・子供、家族との交流のきっかけ

●相手先のPB、販促用ノベルティ  
 ・取引先の販売促進の目的が達成できる  
 PB、ノベルティ、サービスの提供  
 ・お客様に笑顔を与えられるノベルティ、サービス提供  
 ・取引先の売上、利益の増大に貢献

提供先から得るもの

MAOMAブランドへのロイヤリティ  
 感謝や顧客の紹介、リピートなど  
 新規アイデア、共同開発などの提案  
 継続した取引の依頼や企画の相談など

(+) これまでの外部環境 (-)

・PB商品の開発、販売が市場として伸びている  
 ・他社PB開発、製造などの受注が伸びている。  
 市場状況  
 消費者ニーズの多様化などにより、PB市場は今後も伸びていく市場である。  
 新しい販促手段(SNS)の進展によりノベルティ市場が縮小している。

・ネットの普及で物としてのノベルティ市場が縮小しており、受注が減少。また納入原価の引き下げ要求が強い。  
 ・円安の影響で中国での生産の優位性減

事業課題(弱み)

・ノベルティが多いので粗利率が低い  
 ・資金調達力が弱く運転資金が不足  
 ぎみ  
 ・ITシステム化の遅れ  
 ・組織的なノウハウの共有化、蓄積  
 が出来る仕組みがない。

「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 (-)

癒し系、健康、豊かな生活をキーワードとした商品、サービス需要は増大する。特に癒し系、健康系などのメンタル機能面が伸びる  
 今後、競合が激化して、ますます市場は細分化される。

市場予測  
 癒し系、介護市場はニーズの多様化、少子高齢化の進展で現在10兆円が2025年には20兆円の予測

移行のための課題  
 癒し系、健康、豊かな生活をキーワードとした商品、サービスの企画開発力の更なる向上。  
 販売チャネルの新規開拓  
 安定した生産拠点の新規開拓(中国以外に開拓する)。

必要な資源

・能力があるデザイナー  
 ・外部機関とのネットワーク構築  
 ・販売チャネル  
 ・複数の生産拠点確保

知財  
 商標、意匠、特許権  
 営業秘密

解決策

(1) 企画開発できるデザイナーの人員と質の確保  
 特に自社PB(MAOMA)の企画開発に必要な知識の習得、人材の採用

(2) 外部機関とのネットワーク構築  
 医療機関、大学、官庁などへのアクションやメディアへのプレスリリース

(3) 販売チャネルの新規開拓と拡大  
 MAOMAブランドの取扱先の開拓(大手GMS、通信販売先、ネット販売先、未開拓市場への参入など)

(4) 複数の生産拠点確保  
 生産拠点を中国だけではなく、東南アジアでも生産出来るように開拓する。  
 品質維持の仕組みづくり(指導など)

これから

