

菊屋浦上商事株式会社 会社概要

社名	菊屋浦上商事株式会社		
創立	(西暦) 1972年1月11日		
所在地	〒252-0231 神奈川県相模原市中央区相模原6-26-7		
資本金	4,000万円	従業員数	10名 (パート含め)
事業内容	文具事務用品・事務機器・OA関連機器・オフィス家具、レイアウトサービス		

主力製品

- ・店頭販売 (文具・オフィス用品等)
- ・納品業務 (文具・オフィス用品・OA用品)
- ・レイアウトサービス (オフィス家具・組立)
- ・通販業務 (ASKULなどの通販等)



左利き用グッズコーナー

作成前の課題認識

- ・外部環境として、通販激化や価格競争により売上低迷
- ・他社との差別化に苦勞し、取引先の減少に陥る
- ・経営計画もままならず、次の方向性が定まらない状況
- ・新規分野における参入手法も分からず手探りな経営

作成の成果・今後の活用

様々な環境変化における自社の方向性に多くの迷いを
持ちながら、改善の手法を見つける思いでデザインシートを作成し
ていく中で、自社における業務改善のポイントと見直しが明確化さ
れ、経営における改善手法が学べた。
特にSDGsへの取り組みにおいてはデザインシートの中で考えを
まとめていく中、自社だからこそ提案できる事例や新規に繋がる取
組みに活用できる企画を計画する事で受注に繋がる方向性を
持った案件に成長させる事が出来た。

経営デザインシート 菊屋浦上商事株式会社

自社の目的・特徴・事業概要

自社の目的: よりよいオフィス業務を提案する事で顧客の効率UPに貢献し、地域企業の活性化を応援する
 特徴: 日本で唯一の左利き用グッズの専門店、文具の販売から修理までの一気通貫サービス
 事業概要: 事務用品の仕入れと納入 (主に神奈川県/相模原市)、物品の調達業務 (商社機能)、店頭販売 (オフィス用品と左利き用グッズ)、オフィス家具 (デザイン、レイアウト)、カタログ通販 (ASKUL・eQIX他)、神奈川県/相模原市における入札案件の受注

経営方針

・「来て楽しい、いろんなことを知ることができるプレイヤー的な店づくり」
 ・モノだけでなく心を大事にする、文具・事務用品を愛してやまないスタッフを育成する
 ・「モノ+コト」による体験型ワークショップによってSDGs関連商品の販売を促進する。
 ・相模原市を代表するSDGs推進企業となる。<SDGsコンセプトの構築・企画の提案>
 ・オフィスや教育における快適環境の提案&不便さの解消 [左利きグッズ・インクルーシブ教育関連用品・他]



【内部資源】

- 文具・事務用品を愛し利用者の心を大切にしている組織文化
- 地域と深く関わっている経営層
- 商品特性などを熟知した人材
- 搬入と設置業務を一括受注できる営業力
- 商品仕入れ網 (大手文具店など)
- 左利き用グッズの店頭品揃え

【知財】

- 物流ノウハウ (通販、官公庁)
- 提案力 (商品特性、陳列、IT)
- マスコミ露出ノウハウ

【外部調達資源】

- メーカー、問屋、他

【知財】

- 通販&物流の活用ノウハウ

【資源をどのように用いて価値を生み出してきたか】

- 信頼と実績による独自仕入れルート
- 物流コスト削減による顧客満足向上
- 地域貢献と提案力による受注の確保
- マスコミ露出による左利き用専門グッズの販売とついで買いの促進などによる利益の確保

【誰と組んで】

- 取引先ユーザー

【提供先へのアクセス法】

- 店頭販売、ホームページ、メディア

【知財の果たしてきた役割】

- 日本で唯一の左利き用グッズの専門店としての評判 (ブランド化)

【提供してきた価値】

【提供先】

- 官公庁・一般企業のオフィス (主に神奈川県、相模原市)
- 店頭顧客、個人ユーザー
- 左利きの人 (世界各国)

【何を】

- 適正価格と高品質な文具事務用品 (再生紙、ITツールなどを含む)
- 効率的なオフィス環境、新製品
- 業務効率改善、コスト削減提案
- 左利き文具や道具の使い易さ・楽しさ

【提供先から得てきたもの】

- 評判と口コミによる新たな顧客
- 企業の課題解決ニーズ
- 黒子としての新業務のヒント

【内部資源】

「これまで」の資源に加え、

- リアル店舗によるSDGs活動の発信力
- SDGs関連知識の豊富な人材
- 市やSDGs推進企業との連携網
- 新製品開発などメーカーと連携できる人材
- SDGsプログラム開拓人材
- かながわSDGsパートナー制度登録など企業としての社会的信用力

【知財】

- 体験学習の運営能力と評判
- メーカーや官公庁との交渉力
- 物流を活用するノウハウ
- 顧客の要望する商品の提案力

【外部調達資源】

- 神奈川県、相模原市
- SDGs活動推進企業

【知財】

- 取引先からの仕入れ情報
- SDGs推進の課題解決ツール

【資源をどのように用いて価値を生み出すか】

「これまで」の業務に加え、

- SDGs推進のための課題解決プログラム、体験学習の提供により、SDGsセミナーの開催及びSDGs関連グッズの販売を拡大することで売上と利益を確保する
- 調達&納入時の顧客の製品選定コストの削減と搬入時の雑務の請負により利益を確保する
- SDGs関連商品取り扱いとの相乗効果で、現在の物販業務の拡大を図る

【どんな相手と組んで】

- 相模原市、商工会議所、観光協会
- メーカー及び各種製造開発企業
- SDGs取組企業

【提供先へのアクセス法】

- H P 発信 (事例ポータルサイト)
- 官公庁への提案営業
- かながわSDGsパートナー制度の登録企業による実績、評価
- 店頭、メディア、口コミ

【知財の果たす役割】

- SDGs推進企業としてのブランド化及び評判 (口コミ含む)

【提供する価値】

【提供先】

- 神奈川県、相模原市など官公庁
- SDGsやCSR活動に取り組む中小企業・公益団体・組合など
- SDGs活動に興味や参加意欲のある個人 (青年会議所のような組織)
- 一般企業
- 個人ユーザー、店頭顧客

【何を】

- SDGs関連ワークショップ商品 (SDGs/パッチ製作キット・学習プログラム) のツール提供
- SDGs学習の実習体験講座
- SDGsの課題解決プログラム
- 再生紙など事務用品全般
- 情報通信システム関連用品
- SDGsへの取組みを推進する環境
- 新たな事業機会 <パートナーシップ>

【提供先から得るもの】

- 新規顧客からの売上
- SDGs推進企業としての評判
- 商品/役務の課題と改善ヒント
- 商品化のアイデア
- 企業マッチングに繋がる情報
- SDGsへの取組みを推進する環境
- 新たな事業機会 <パートナーシップ>

これまでの外部環境

+要素 数年は個人需要のヒット商品が創出 中小企業の生産向上支援策の助成	-要素 通販企業の増加 (Amazonなど) 文具具取り扱店増加 (コンビニ等)
--	--

【市場状況】

- 文具事務用品市場は、成熟市場であり、人口減少を背景とする構造的な需要減少
- 文具具取り扱店企業の増加による競争の激化から同業者間の価格競争が拡大

事業課題 (弱み)

- amazon等が台頭し価格競争を強いられる
- 自社オリジナル製品がない
- 取引メリットを提示できない
- リピート客が少ない (左利き用グッズ)

「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 個人需要に対応した高機能・付加価値商品化 小ロット・多品種化、生産体制の工夫	-要素 人口減少で文具事務用品の需要減少 Amazon等の通販台頭で競争力激化
--	---

【市場予測】

- 文具・事務用品の製品調達は今後さらにネットへ大幅移行
- 国際的な環境問題でSDGs関連などの新商品の開発と販売が拡大

移行のための課題

- ネット販売との価格競争に陥らない自社オリジナル製品の企画、販売力
- 利益を積み出す新たな製品やサービス (SDGs関連商品など) を開拓する
- SDGs関連な新商品の企画、開発、販路の体制をつくる
- 顧客への必要ない提案やサービスの提案
- 店頭の活性化 (教材プログラムの開発、教室としての機能)

必要な資源

- SDGsの知識が豊富な人材
- SDGs推進企業とのネットワーク
- SDGsを理解できる企画力の高い人材
- メーカーと共同開発できる人材
- 契約の知識を持ち交渉ができる人材
- 盤石な顧客ネットワーク

知財

- SDGsプログラム作成スキル
- SDGs推進ノウハウ
- 顧客への課題解決の提案スキル

解決策

<SDGs事業の開拓>

- SDGs関連商品取り扱いとの相乗効果で、現在の物販業務の拡大を図る
- 地域のSDGs推進関連企業との協力体制を強化する
- かながわSDGsパートナー制度の登録企業となる
- SDGsの積極的な企業との販売チャネルを構築する
- 国・県の政策に呼応した産官学SDGsプロジェクトなどで事業の足掛かりをつくる

<人材の採用と育成>

- SDGsを理解、企画でき、ネットワークを構築して推進できる人材
- 納入業務の効率化とシステム移行の受注につなげる人材
- 社内システムの再構築の受注につなげる人材
- 顧客ニーズの抽出力や適切な解決策を提案できる人材
- ふるさと納税など官公庁システム活用によるコスト削減ができる人材

これから