

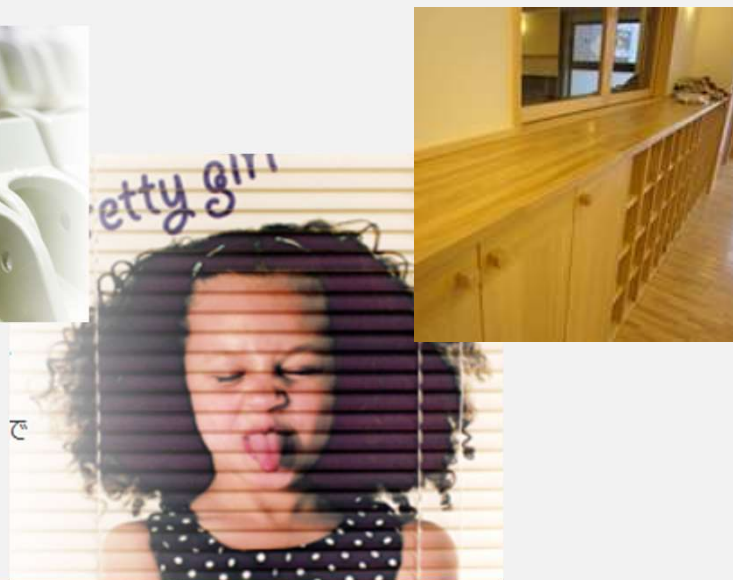
株式会社 トコウ 会社概要

社名	株式会社 トコウ		
創立	2008年1月31日		
所在地	〒358-0035 埼玉県入間市中神1020-1		
資本金	300万円	従業員数	40名
事業内容	各種金属の焼付塗装・粉体塗装、特殊塗装、木工塗装、建築塗装、製作事業		

主力製品

後世に明るい未来を伝える 「進化する塗装屋」

工業製品・各種金属の焼付塗装、粉体塗装はもちろん、プラスチック・樹脂製品・木材、建築資材など様々な素材に塗装を施す技術を保有



作成前の課題認識

経営理念や中期計画は策定していたが、この経営デザインシートを作成するまで、社員全員が共有するような「将来のあるべき姿」や、「実現手段や戦略」を時系列的に明示しているものはなかった。

その点では社員全員が共有する「将来のあるべき姿」像が不明瞭であったかもしれない。

作成の成果・今後の活用

この経営デザインシートを作成するまで、知的財産には何ら関係がないと理解していたが、自社には知的資産としての塗装ノウハウがあること、それが強みであることが分かった。また、社員全員が目指すべきゴール像を共有し、そのための戦略も明示しているので、着実に実施遂行していきたい。さらに、数年後にはこの経営デザインシートをブラッシュアップした改訂版を作成したい。

経営デザインシート(事業が1つの企業用) 株式会社トコウ

自社の目的・特徴・事業概要

【目的】 私たちは感謝の気持ちを基本とし、塗装を通じてお客様の発展に貢献すると共に、社員の幸せ、会社の成長を実現し、後世に明るい未来を伝える「進化する塗装屋」を目指します。
 【特徴】 様々な素材にも塗装でき、塗装に関する困りごとを解決する塗装屋
 【事業概要】 工業製品・各種金属の焼付塗装、粉体塗装、プラスチック・樹脂製品・建築資材など様々な素材への塗装

経営方針

・ 楽しい職場をつくり、社員の幸せ、会社の成長を実現する
 ・ 業務のマニュアル化、お客様への対応力を強化するなど基本を徹底する
 ・ 技術力の向上及び高付加価値を追求し、価格競争には加わらない
 ・ 多品種小ロットに対応する

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

- 塗装スキルを持つベテラン社員
- 行動力のある若い社員
- 独立した営業部門
- 多くの既存顧客

知財

- 幅広い素材に対応できる塗装ノウハウ

外部調達資源(誰から)

- 東京中小企業家同友会
- ネットワーク化した町工場

知財

- 経営情報や経営に関する知識・知恵
- 板金加工、機械加工、組立や現場施工技術

資源をどのように用いて価値を生み出してきたか

- 営業員が顧客のニーズや要望を把握し、塗装技術を提供して価値を提供。

誰と組んで

- ネットワーク化した町工場

提供先へのアクセス法

- 営業員
- HP
- 展示会

知財の果たしてきた役割

社員の塗装ノウハウによる差別化(競争力)

提供してきた価値

提供先(誰に)

- 店舗
- 企業/省庁
- 個人

何を

- 金属塗装
- 建築塗装

提供先から得てきたもの

- 売り上げ
- 顧客からの信用
- 品質管理

内部資源

- 経営課題解決に積極的に協力する若い社員
- 企画力、デザイン力のある社員
- 町工場の連携(ネットワーク)
- 以上の顧客ネットワーク
- 設備: 大型固定炉(大型製品)、全長80mのライン設備、CCM(コンピュータカラーマッチングシステム)の完備(正確な調色)
- 製品の種類ごとに4工場保有(企業内に1工場)
- 社内の風通しの良い雰囲気(社風)
- 元請けとしての管理力、リスク対応力
- 彩の国工場認定や経営革新計画承認による企業としての信用

知財

- 幅広い塗装技術(特殊含む)

外部調達資源(誰から)

- ネットワーク化した町工場
- ウェブコンサルタント
- 経営コンサルタント

知財

- 町工場の技術スキル(材料調達、板金加工、機械加工、塗装、組立、現場施工)
- HPで受注できるノウハウ

資源をどのように用いて価値を生み出すか

- 顧客のニーズを把握し、特殊塗装を含む付加価値の高い塗装サービスの提供。
- 材料調達から塗装、施工までの一貫受注によるワンストップサービス(専門職人をコーディネートして顧客にサービス提供)。
- 元請けとしての売上増と管理費の徴収

どんな相手と組んで

-
-
- ネットワーク化した町工場(制作等)
- ウェブコンサルタント
- 経営コンサルタント

提供先へのアクセス法

- HP
- 営業部門

知財の果たす役割

- スキルを把握した町工場の連携による元請けとしての受注増
- 社員の塗装ノウハウによる差別化(競争力)

提供する価値

提供先(どんな相手に)

-
-
- ディスプレイ業界(博物館、展示会)
- 内装業界(店舗)
- 建築業界
- 個人

何を

- 航空機の内装部品の塗装
- 他社でできない塗装ノウハウ(防災安全対策塗装)
- 工業製品: 各種金属の焼付塗装、粉体塗装、プラスチック、樹脂製品、建築資材など様々な素材への塗装
- 店舗什器、建築・内装の装飾金物
- 小物製作・塗装
- 看板・サイン

提供先から得るもの

- 売り上げ(元請けとして徴収する管理費を含む)
- 品質管理
- 塗装に関する課題

これまでの外部環境

+要素	-要素
同業他社の廃業	全体需要が冷え込み気味
市場状況	
同業他社の廃業が進み、2極化傾向にある。	
市場規模は縮小傾向であったが、リフォームやリノベーションなどもあり、徐々に復活の兆しが見える。	

事業課題(弱み)

- 設備が整っていない
- 仕事量に波がある
- 社員を採用しても長続きせず

「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	-要素
高速道路の発達・廃業の増加	同業の市場の取り合い(価格競争の激化)
市場予測	
オリンピック特需の期待。「長く住める家」の需要増加。	
移行のための課題	
高品質な塗装受注のための設備(大型塗装装置)の取得	
脱下請けのための営業力の強化	
製作から塗装までの一貫受注可能な体制構築	
社員の長期間勤務の意欲を高める社内環境の構築	

必要な資源

- 塗装スキルを持った人材
- 元請け管理できる人材
- 高品質塗装可能な設備
- 新工場の設立

知財

- ITスキル、コミュニケーション力の高い営業ノウハウ

解決策

- 企業理念や企業方針の策定
- 中期経営計画の策定(東京中小企業家同友会などからの指導)
- 自社を知らない第三者がHPにて発注するようなHPの充実
- 社内の管理の効率に寄与するIT化
- ベテラン社員から若手の社員への技術継承、社員教育制度の確立
- 大型塗装装置を活用できる企画力と技術力
- 営業利益を高めるため、材料調達から塗装、施工までの一貫受注
- 様々な素材に塗装できる表現力の獲得
- 即日塗装・試作塗装や高品質塗装サービスなどの付加価値の高いサービスの立ち上げ
- 社員にとって居心地の良い環境・経営情報の共有・待遇の整備

これから