

# 会社概要

社名	株式会社やましたグリーン		
創立	2004年4月2日		
所在地	〒192-0154		
資本金	50万円	従業員数	3名
事業内容	植物のリユース事業・造園工事・植栽管理・外構工事		

## 主力製品・サービス

### 【植木の里親】

遺品や引越しなどで、やむを得ず育てることができなくなった植物を引き取り、新たな育て親を探す事業。現在の主力事業。



### 【もらえる植物園】

植木の里親事業で集まった植物に値段をつけずに引き渡す事業。運搬費や植栽費は発生。園内では育て方レクチャーや各種講座も開催。



### 【みらいの庭】

自分のできる範囲で維持していけるお庭のリフォーム事業。剪定の時期などをラインでお知らせし、ガーデニングライフをサポート。



## 作成前の課題認識

2018年頃から植木の里親事業がメディアに取り上げられ認知度が高まっていたが、そのブランド資源を活かせておらず、メディア露出度の高さに比べて、売上向上につながっていなかった。さらに新たな里親探しの方法も、効果的な方法がわからず、事業で引取った植木が敷地内に増える一方で、今後の事業継続も危ぶまれるような状況であった。場当たりの進み方で会社運営を進めており、大事な資源の無駄遣いをしていた。

## 作成の成果・今後の活用

シートを作成したことで頭の中で漠然と考えていたことが「見える化」でき、それにより客観的な視点から自社を見ることができた。それにより新たな戦略をいくつも考えることができた。また、自社の目的も、改めてシートに記入することで明確になり、ゴールから逆算した考えかたができるようになった。今後は社長だけではなく、スタッフともシートを共有し、変化の速い時代に臨機応変に対応しながら会社の目的を果たしていきたい。

# 経営デザインシート 株式会社やましたグリーン

## 自社の目的・特徴・事業概要

- ・「植木の里親」事業を広め、植物の命を大切に繋いでいくという、新しい文化をつくる
- ・植物と人が今より仲良くなる社会をつくり、豊かな自然環境をつなぐ
- ・庭師と言う仕事を、子供たちが憧れる職業No.1にする

## 経営方針

- ・「植木の里親」と「もらえる植物園」により、「三方よし」の植物リユース環境を提供する
- ・「サステナブルガーデン」事業を広め、身近な自然環境と豊かな生活を持続させていく
- ・「心理カウンセラー」と「植物の癒しの力」をつなぎ、新しい時代に癒しの空間を提供する
- ・豊かな地球環境を守り、持続可能な社会の実現に貢献する「環境創造会社」を目指す

### 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】**

- ・高い外構・造園技術
- ・植物と植木へのこだわり
- ・独創的なアイデア発想力
- ・心理カウンセラーの存在
- ・経営者の挑戦意欲・行動力
- ・山梨営業所、検原古民家

**【知財】**

- ・「植木の里親」ブランド
- ・マスコミ露出コンテンツ
- ・社長、専務のネットワーク

**【外部調達資源】**

- ・協賛会社（造園）
- ・企業支援者

**知財**

**【資源をどのように用いて価値を生み出してきたか】**

- ① 「植木の里親」
  - ・ 植木を生かしたまま引き取る
  - ・ 掘り出し、運搬、植栽
- ② 造園工事
- ③ 樹木剪定・伐採
- ④ 地域密着イベント

**【誰と組んで】**

- ・ 多様なマスコミ
- ・ タイル屋などの協賛会社

**【提供先へのアクセス法】**

- ・ ホームページ、SNS

**【知財の果たしてきた役割】**

- ・ 認知・評価の獲得・向上
- ・ 多くの問い合わせ
- ・ 紹介による受注

**【提供してきた価値】**  
**【提供先（誰に）】**

- ・ 実家の売却に伴う大切な植木の引き取りを願う家族
- ・ 遺品として残された植木を処分できないと思う遺族

**【何を】**

- ・ 植木を救えた喜びと笑顔
- ・ 植物の命を生かして手放す安心感
- ・ 植物、家族に対する想い
- ・ 植物と土に触れる癒し

**【提供先から得てきたもの】**

- ・ 口コミ、話題性
- ・ 引き取った植物
- ・ 評判と口コミによる新規顧客

**【内部資源】**

これまでの資源に加え、

- ・ 引き取った大小様々な植物
- ・ 造園スタッフ
- ・ 庭づくりを演出する石職人
- ・ 多年草ガーデナー
- ・ 森林セラピスト
- ・ 園芸セラピスト
- ・ 心理カウンセラー

**【知財】**

- ・ 植物・石・多年草の知識
- ・ 「植木の里親」「もらえる植物園」「Rich in Aura Garden」「サステナブルガーデン」「ヒーリングガーデン」のブランド

**【外部調達資源（誰から）】**

- ・ 植物生産者
- ・ 造園・外構・他業種会社
- ・ 工務店・設計士・建築士

**【知財】**

- ・ 新しいガーデンデザイン
- ・ メディアによる知名度

**【資源をどのように用いて価値を生み出すか】**

「植木の里親」事業に加えて、

- ・ 想いのつまった植物たちが並んだ「もらえる植物園」
- ・ 「三方よし」の植物リユース
- ・ 石職人の技術を活かし、草の生えづらい庭など、ローメンテナンスで手間のかからない「サステナブルガーデン」
- ・ 多年草による、一年中花が咲いている「Rich in Aura Garden」
- ・ 心理カウンセラーによる癒しの「ヒーリングガーデン」

**【どんな相手と組んで】**

- ・ 植物生産者
- ・ 葬儀会社（終活案内）
- ・ 植栽地のある法人
- ・ 八王子市、東京都などの行政
- ・ 大学・研究機関
- ・ 住宅メーカ・工務店
- ・ 教育、福祉、介護施設など

**【知財の果たす役割】**

- ・ 「植木の里親」「もらえる植物園」「サステナブルガーデン」「ヒーリングガーデン」のマスコミによるブランド価値向上

**【提供する価値】**  
**【提供先（どんな相手に）】**

これまでの提供先に加えて、

- ・ 次世代へ庭の負担を望まない人
- ・ 庭の維持に手間をかけたくない人
- ・ 子供に最適な環境を用意したい人
- ・ 自宅に癒しの空間を求め人
- ・ 社会に癒しの空間を提供する法人
- ・ 市民に癒しの場を提供する行政
- ・ 地球環境や植物に関心がある人

**【何を】**

- ・ 石張りや草の生える面積が少ない脚立を使わず剪定できる植木などの持続可能なローメンテナンスな庭
- ・ 葉擦れの音（f11）や自然素材による色の心理効果などを利用した心が癒される「ヒーリングガーデン」
- ・ 生かされた植物の命
- ・ 植物と人の想い
- ・ 豊かで貴重な緑
- ・ 環境への貢献
- ・ 無理なく身近に植物のある暮らし
- ・ 健康で持続可能な社会

**【提供先から得るもの】**

- ・ 顧客要望による新しい庭施工例
- ・ 話題性で新たなメディア露出
- ・ SNS連携による持続課題の収集
- ・ 植物と人の想いへの共感

**これまでの外部環境**

<p><b>＋要素</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ オリパラによる建設市場拡大</li> <li>・ 庭じまいによるニーズの拡大</li> </ul>	<p><b>－要素</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人口減少</li> <li>・ シルバー人材派遣の増加</li> </ul>
--	---

**【市場状況】**

造園工事業の業者数減少、完成工事高の横ばい、個人邸の件数減少、空家の増加。安価な剪定・伐採業者との競合

**事業課題（弱み）**

- ・ 預った植木の引き取り先が少ない
- ・ 労働集約型から脱却できない
- ・ 協賛会社、異業種連携が少ない
- ・ 人材育成に時間がかかる
- ・ 季節・天候に依存する
- ・ BtoB、BtoGビジネスが少ない

**【知財の果たす役割】**

- ・ 「植木の里親」「もらえる植物園」「サステナブルガーデン」「ヒーリングガーデン」のマスコミによるブランド価値向上

**【提供先から得るもの】**

- ・ 顧客要望による新しい庭施工例
- ・ 話題性で新たなメディア露出
- ・ SNS連携による持続課題の収集
- ・ 植物と人の想いへの共感

## 「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**

<p><b>＋要素</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 植木処分増加、手間をかけない庭</li> <li>・ 環境への関心増大、体験消費の増加</li> </ul>	<p><b>－要素</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 建設技術者不足</li> <li>・ 庭を持たない、植栽のない庭</li> </ul>
---	--

**市場予測**

- ・ 建設投資抑制、住宅着工戸数半減、個人邸の予算縮小
- ・ 剪定・伐採FC、植木ECの台頭

**移行のための課題**

- ・ 新たな庭造りのコンセプトの提言
- ・ サステナブルガーデン、ヒーリングデンのコンセプト構築と価値・効果の検証

**必要な資源**

- ・ 商品開発パートナー
- ・ 新たな庭造りの人材育成
- ・ 新たな庭造りの施工実績
- ・ ガーデンショールーム

**【知財】**

- ・ 新たな庭の経年データ
- ・ 新事業でのブランドカ

**解決策**

- ・ 住宅メーカ、工務店、法人、教育福祉施設などへの提案
- ・ 大学、研究機関、住宅メーカとの共同研究
- ・ 国・東京都・八王子市などとの共同開発
- ・ ローメンテナンス、ローコストで維持できる庭の商品開発
- ・ 環境省のグッドライフアワード受賞による社会的認知の獲得
- ・ 「サステナブルデザイン」「環境社会イノベーション」申請
- ・ 山梨、檜原村などに、新たな庭づくりのショールーム設置
- ・ プレスリリース活動によりメディア発信力を活用する
- ・ 新規事業、各ガーデン専用のホームページを開発する
- ・ サステナブル、ヒーリングガーデンの施工事例を増やし宣伝する

これから