

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	6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
- ・スタッフの夢を叶える会社

経営方針

- ・「植木の里親」と「もらえる植物園」により、「六方好し」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
- ・スタッフの夢の力を借りて、新たな事業を創造する
- ・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



<p>【内部資源】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若い人材、求人力 ・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 <p>【知財】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「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 <p>【外部調達資源】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・協力会社（造園） ・企業支援者 <p>知財</p>	<p>【資源をどのように用いて価値を生み出してきたか】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 「植木の里親」 ② 造園工事 ③ 樹木剪定・伐採 ④ 地域密着イベント <p>【誰と組んで】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様なマスコミ ・造園協力会社 <p>【提供先へのアクセス法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ、SNS <p>【知財の果たしてきた役割】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認知・評価の獲得・向上 ・多くの問い合わせ ・紹介による受注 	<p>【提供してきた価値】 【提供先（誰に）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>【何を】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>【提供先から得てきたもの】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>【内部資源】</p> <p>これまでの資源に加え、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き取った大小様々な植物 ・若い造園スタッフ ・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 ・様々な価値観を持った人材が持つ夢の力 <p>【知財】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・植物・石・多年草の知識 ・「植木の里親」「もらえる植物園」「サステナブルガーデン」のブランド ・スタッフの持つ夢 <p>【外部調達資源（誰から）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・植物生産者 ・造園・外構・他業種会社 ・工務店・設計士・建築士 <p>【知財】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新しいアイデア ・メディアによる知名度 	<p>【資源をどのように用いて価値を生み出すか】</p> <p>「植木の里親」事業に加えて、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・想いのつまった植物たちが並んだ「もらえる植物園」 ・樹齢の長い植物を植えるプレミアムガーデン工事 ・庭師育成スクール事業 ・住んでいる方がちょうど良く植物と関われる、「サステナブルガーデン」 ・スタッフと生み出す夢事業（少事業多発） <p>【どんな相手と組んで】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・住宅メーカー・工務店 ・教育、福祉、介護施設など <p>【知財の果たす役割】</p> <p>「植木の里親」「もらえる植物園」「サステナブルガーデン」のマスコミによるブランド価値向上</p>	<p>【提供する価値】 【提供先（どんな相手（に））】</p> <p>これまでの提供先に加えて、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・植物と触れ合う新たなニーズ ・樹齢（時間）という新たなニーズ ・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る人 ・CSR推進企業 ・植物と関わる仕事に興味がある人 ・DIYで植物と関わる人 <p>【何を】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・植物とちょうど良く関われる庭 ・樹齢が長く実績のある植物 ・無料提供できる植物在庫 ・造園技術と知識（スクール） ・植物と心理学知識（セラピー） ・新しい様々な価値（夢事業） ・植物の魅力と楽しみ方 ・植物と共に過ごす持続可能な社会 <p>【提供先から得るもの】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客要望による新しいアイデア ・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 ・様々な媒体による口コミ
---	--	---	---	---	--

これまでの外部環境

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

【市場状況】

造園工事業者の業者数減少、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
- ・協力会社、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

「これから」の姿への移行のための戦略

<p>これまでの</p>	<p>これからの外部環境</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>＋要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・植木処分の増加、手間をかけない庭 ・環境への関心増大、体験消費の増加 </td> <td> <p>－要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設技術者不足 ・庭を持たない、植栽のない庭 </td> </tr> </table> <p>市場予測</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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ECCの台頭 	<p>＋要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・植木処分の増加、手間をかけない庭 ・環境への関心増大、体験消費の増加 	<p>－要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設技術者不足 ・庭を持たない、植栽のない庭 	<p>必要な資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品開発パートナー（社内外） ・新たな事業提案の人材育成 ・新たな庭造りの施工実績 ・即刻性のある発信力 ・リユース事業専属スタッフ ・様々な価値観から得るアイデア <p>【知財】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな庭の経営データ ・新事業でのブランド力 	<p>解決策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住宅メーカー、工務店、法人、教育福祉施設などへの提案 ・大学、研究機関、住宅メーカー、各企業との共同研究（開発） ・社内スタッフとの共同開発 ・新しい価値とニーズを生み出す商品開発 ・SDGs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 ・もらえる植物園の整備と在庫コントロール（展示場づくり） ・プレスリリース活動によりメディア発信力を活用する ・新規事業ターゲットにあった発信方法の研究 ・サステナブルガーデンの施工事例を増やし宣伝する ・ユーチューブ動画配信による認知度の向上 	<p>これから</p>
	<p>＋要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・植木処分の増加、手間をかけない庭 ・環境への関心増大、体験消費の増加 	<p>－要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設技術者不足 ・庭を持たない、植栽のない庭 				
<p>移行のための課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな庭造りのコンセプトの提言（植物在庫使用） ・サステナブルガーデン、植物リユース事業の構築と価値・効果の検証 ・スタッフとの個別面談、アイデア出し、コーチングなど 						