

■ 経営環境の把握と方向性提案シート ■

【当社を取り巻く外部環境】

《機会》

- ・消費者のブランド志向から個性化志向の強まり
- ・機能性、ファッション性で独自性のある製品の需要拡大
- ・眼鏡フレームに欲しいカラーバリエーションが無く、ワリワン、オーダー商品としての需要有
- ・小売店自体の差別化がより進んでいく。その為の提案を待っている
- ・下請け受注で眼鏡樹脂加工メーカーはない
- ・眼鏡樹脂加工メーカーとして技術力、提案力が必要とされている
- ・眼鏡は持続的に売れる商品である
- ・眼鏡人口(老眼含め)49才~74才で70%の眼鏡人口(需要)がある
- ・樹脂加工技術を活かしたアクセサリ、貴金属商品へのビジネスチャンス
- ・IT技術の普及(商取引への活用機会)
- ・単品でのコーディネートは技術的に難しい

《脅威》

- ・眼鏡メーカーの生産工程(一貫生産体制)の強化
- ・メーカーの営業ノウハウと販促力
- ・眼鏡メーカーからの下請100%
- ・受注(加工)単価の低下
- ・低級品、高級品ともに市場低迷
- ・多品種小ロットにより生産能力低下

【当社の現状・内部環境】

《強み》

- ・大手眼鏡メーカーとの取引実績により、販路の活用が可能
- ・商品の質の向上及び人材育成のためミーティング等での意識啓発
- ・加工精度の高い独自の技術力とデザイン力で他社との差別化を図ることができる
- ・OJTにより社員同士のスキルアップを図っている
- ・クレームに対しての迅速対応力
- ・計画的な受注、見込み生産が可能であり適正な在庫管理ができる
- ・値ごろ感のある価格設定が可能である
- ・眼鏡産地の優位性
- ・展示会、見本市等で獲得した固定客

《弱み》

- ・組織力が弱い
- ・企画デザイン力、営業力、IT技術専門家の人材が乏しい
- ・独自の流通販売網がない
- ・下請取引100%
- ・設備面で生産能力が不足
- ・資金余力少ない

経営環境

基本戦略

【経営者の想い】

- ・日本にしか、福井しかない独自技術による物創り企業を目指し、地場産業の発展と地域社会に貢献する
- ・個性のアピール志向が強まる中、その為のモノづくりがチャンス
- ・創られた価値の地域ブランド化

【経営者の経営(変革)目標】

- ・眼鏡の樹脂加工品(オーダーメイド)としての付加価値商品の開発
- ・下請加工から加工メーカーに変革
- ・高品質、短納期の実現
- ・小売店100店舗との契約

【経営課題】

- 《1》強みを活かし、機会を捉え伸ばす
 - ・高度な樹脂加工技術を活かしたオーダー加工商品開発
 - ・オーダー加工サービスを提供できる技術と仕組み構築
 - ・小売店への提案と共生の仕組み(全体最適)
- 《2》機会を活かして弱みを強みに転換
 - ・有望小売店との連携による販路開拓と消費者ニーズへの迅速な対応
 - ・小売店直販により消費者の声を聞き今後の活動に反映
 - ・ネットを活用した小売店との取引、販売の仕組みづくり
 - ・高品質、生産性向上の為の設備導入
- 《3》強みを活かして脅威を克服
 - ・独自技術での高付加価値商品開発など差別化を図る
- 《4》弱みと脅威が重なる危険を回避
 - ・新規人材確保により販路開拓

新たな事業領域

【経営革新のテーマ】

眼鏡の高付加価値商品開発と流通販売経路の開拓

【顧客ターゲット】 他店との差別化を図りたい小売店。眼鏡デザインに個性・オリジナルを求めるユーザー

【提供する価値】

- ・エンドユーザーに「世界に一つ」という満足感(個性化、こだわり)を提供
- ・小売店に他店との差別化サービス商品を提供

【経営戦略のアクションプラン(価値の提供方法)】

- ①小売店との連携による需要の開拓(オーダーメイド、ワリワン商品の開発)
- ②ネットを活用した商取引の仕組み作り
- ③人材の拡充と適正配置(新規採用、資質向上)
- ④独自技術の共有化と継承(組織力の向上)、後継人材の育成
- ⑤高精度機械の導入設置(品質、生産力向上で短納期対応)
- ⑥ISO9000の認証取得などによる高品質供給への取り組みとそのPR
- ⑦独自技術の他商品への応用の研究