

第40回研究会

「経営デザインシート活用事例発表研究会」

2025/02/20 19:00～21:00

経営デザイン分科会

<zoom設定のお願い>

氏名を漢字フルネームでお願いします（ふりがな歓迎）

カメラON・マイクミュートでお願いします

<質問について>

ご質問はチャットをお願いします。

すべての質問にお答えできないことをご了承ください。

1. 分科会の活動について

2. 事例発表

**「福岡県中小企業家同友会 2024年東支部『経営実践塾』の取り組み紹介」
新規事業創造ワークショップ～ワクワクする未来ビジネスを構想する～**

＜登壇者＞

高田 龍弥 氏（特許庁 総務部 普及支援課 主任産業財産権専門官）

松尾 憲親 氏（株式会社大建 代表取締役）

<https://d-ken.jp/>

藤波 絵里子 氏（株式会社鋳絵 代表取締役）

<https://www.tsuchie.jp/>

高城 潤平 氏（株式会社タカシロ商事 代表取締役社長）

<http://takashiroshoji.com/>

3. 次回のご案内

悩みを抱えながらも必死に頑張っている東京の
中小企業の経営者が集まって1957年作られた

中小企業家同友会



中小企業家同友会



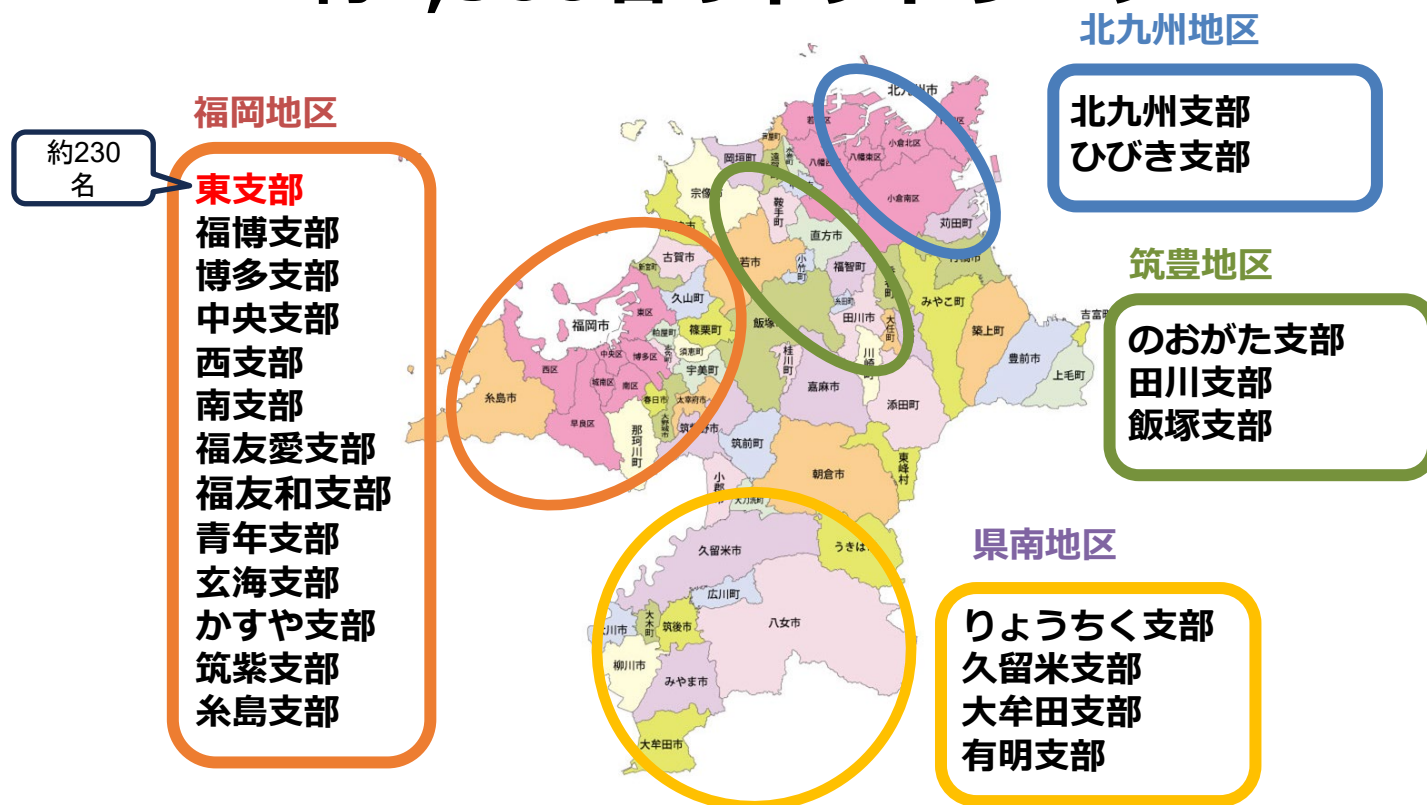
3□□□□
よい会社をつくろう
よい経営者になろう
よい経営環境をつくろう



同友会の全国ネットワーク
どの県のどの支部にも参加OK！



福岡県中小企業家同友会の 約2,300名のネットワーク



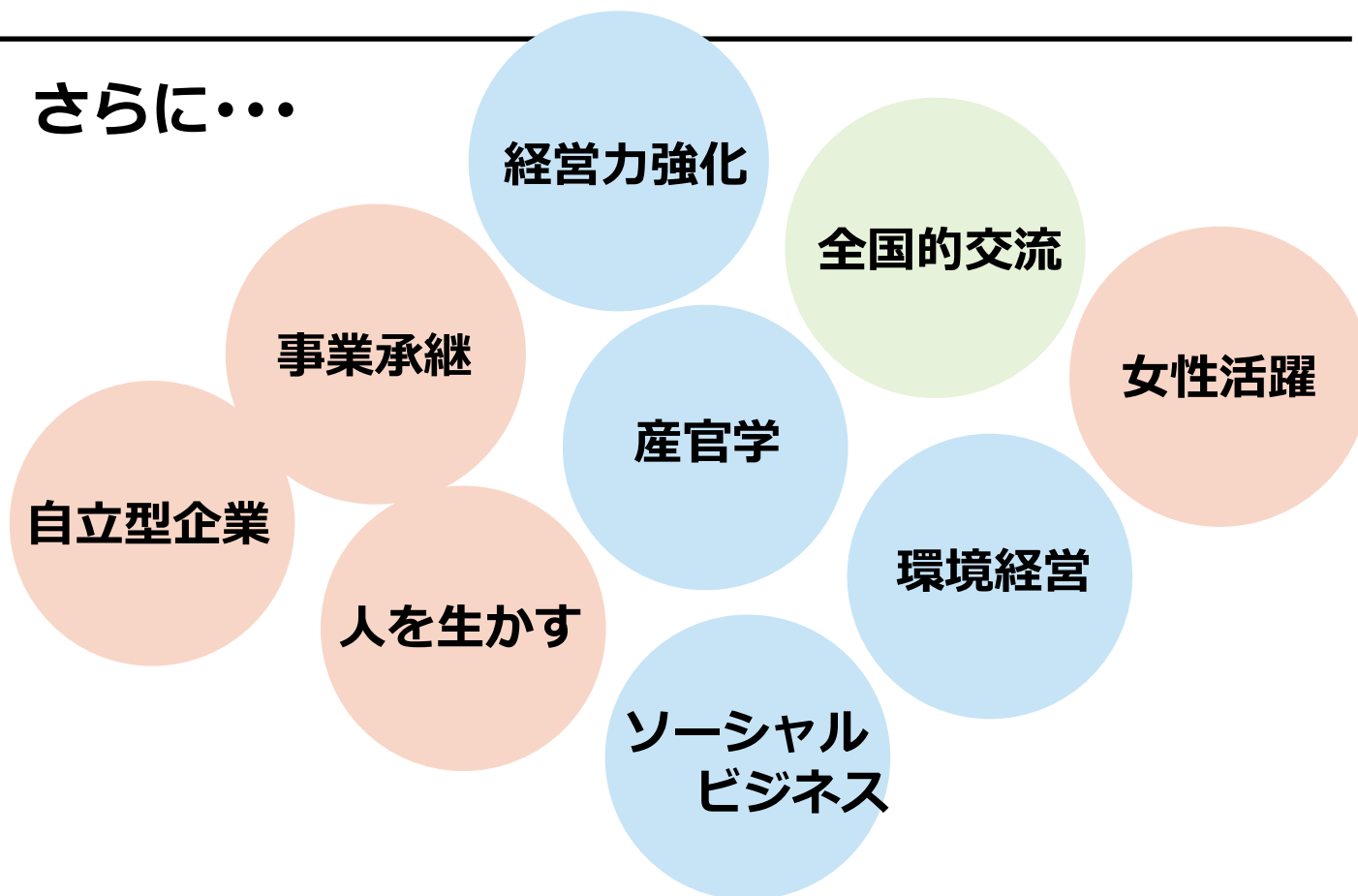
どの地区、どの支部にも参加OK！！

**同友会とは
知恵と経験を出しあい、
本音で謙虚に学びあい、
学んだことを自社に取り入れ、
実践して経営力強化に
役立てるための会**

※(一社)福岡県中小企業家同友会HPより引用

同友会の主な活動

さらに...





(株)大建
松尾憲親

www.d-ken.jp



荻浦ガーデンサバープ

©2019 Daiken Co.,Ltd All Right Reserved.

おぎのうら

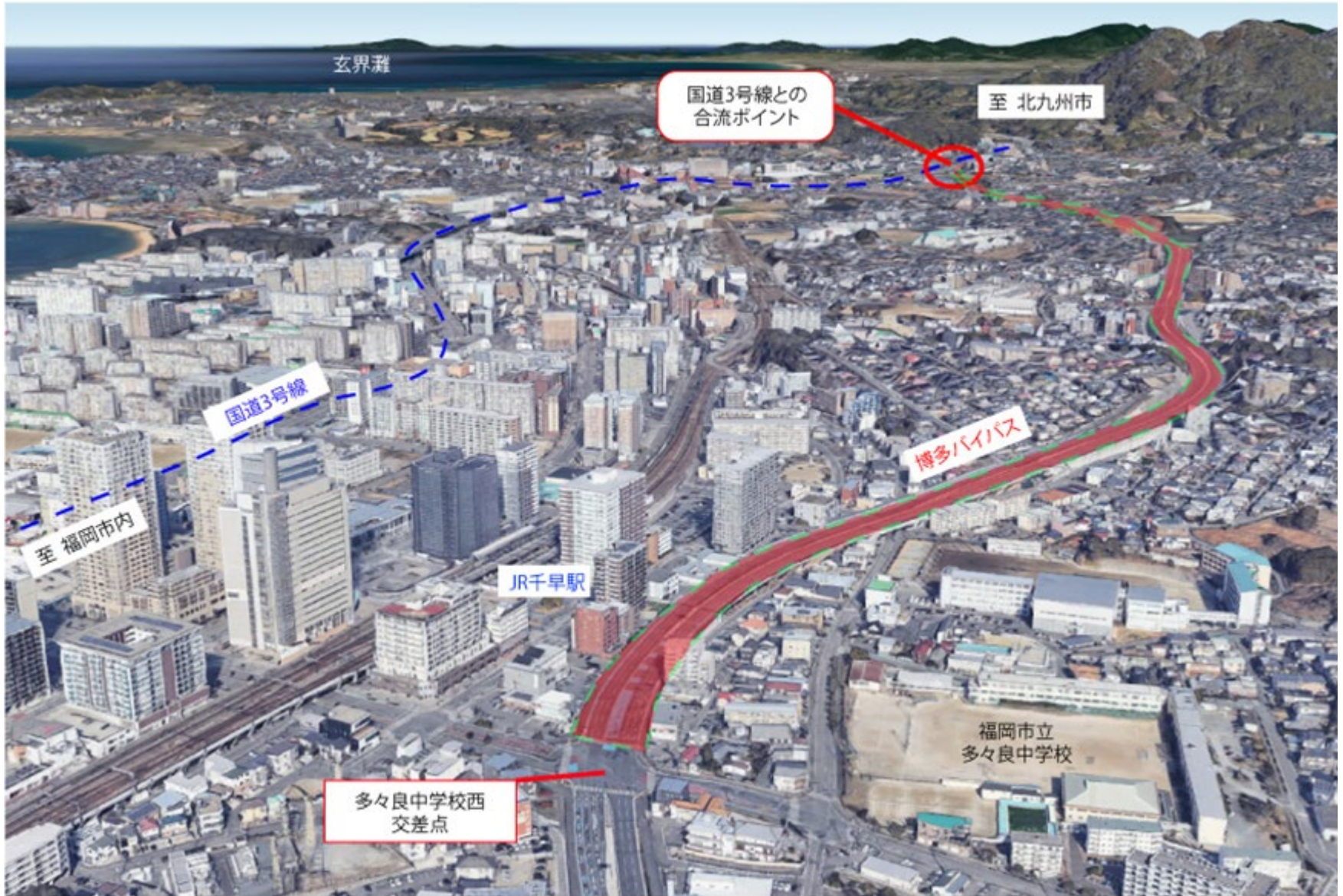
検索

企業概要

社名 Company name	 株式会社 大建
本社所在地 Location	本 社／〒814-0031 福岡市早良区南庄2丁目9番12号 TEL:092-851-3900(代表)FAX:092-851-3947 E-Mail:daiken@d-ken.jp(代表)
資本金 Capital	1000万円
設立 Establishment	1974年3月20日
代表者・役員 Representative & Officers	代表取締役 松尾 憲親
従業員数 Number of employees	技術47名 営業総務7名 アルバイト3名 (全社員数合計60名) 2025年1月31日現在
事業種目 Line of Business	(1)補償コンサルタント業務(2)建設コンサルタント(3)建築設計 ・宅地開発事業、自然エネルギー事業、住宅地経営  国土交通省九州地方整備局 局長表彰など表彰多数
登録業種 Registration type of industry	建設業、宅地建物取引業、一級建築士事務所 補償コンサルタント、建設コンサルタント、測量業
営業所 Branches 子会社 Subsidiary	佐賀支店、熊本支店、鳥栖事務所、鹿児島営業所、延岡営業所、大分営業所 DAIKEN VIETNAM Architects&Associates Co.,Ltd(2023.7設立)

補償コンサルタント業務(例):博多バイパス

(Google Earthより)



©2019 Daiken Co.,Ltd All Right Reserved.

建設コンサルタント業務(例): ブランチ博多パピヨンガーデン

(Google Earthより)

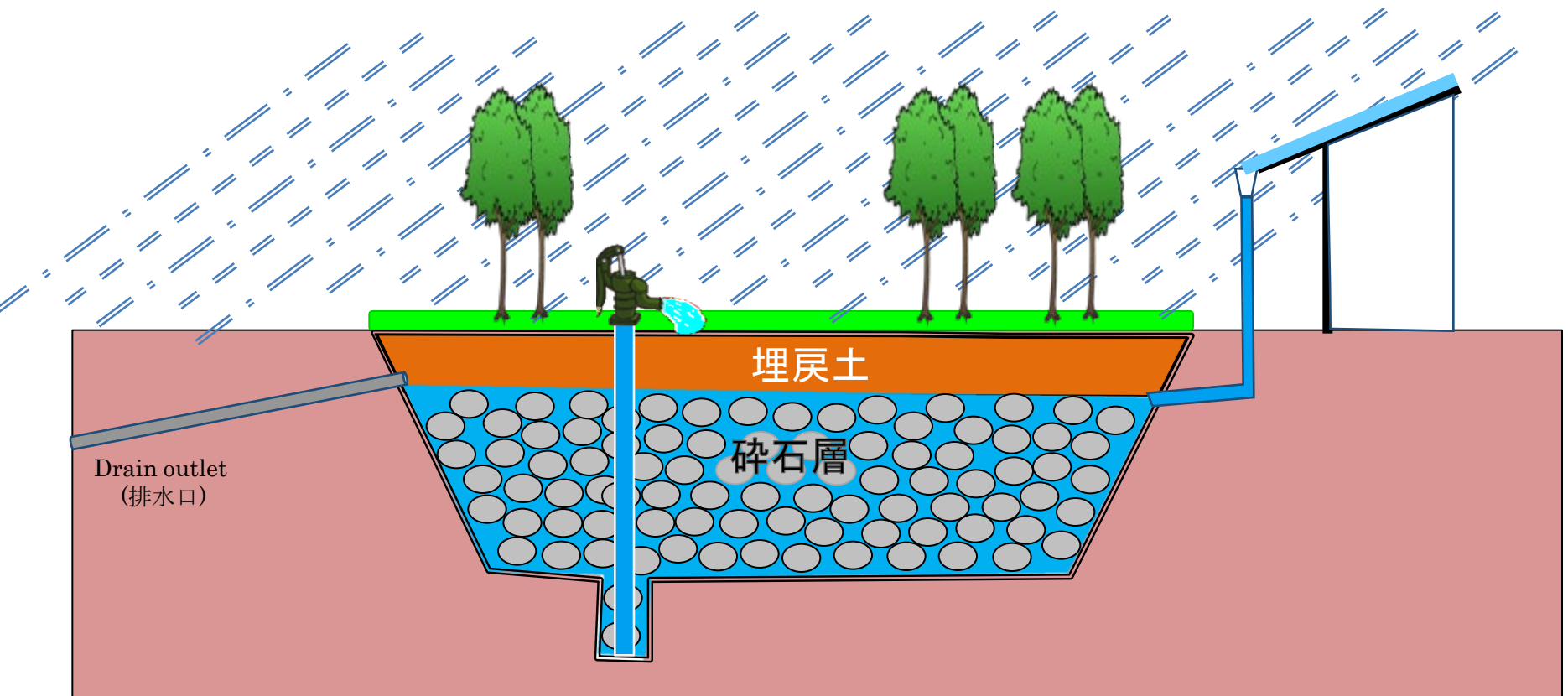


建築設計業務(例): 今津運動公園野球場

(Google Earthより)



短期間の簡単な工事で、大量の雨水をわずかなメンテのみで、飲料水並みの水質で貯水し、使用できます。



「ためとつと」の役割

(1)集中豪雨から人命を守る「減災施設」



(2)身近で、安定的な飲料水が確保できる都市型「小さなダム」



「ためとつと」実績



提供元: Bing

「ためとつと」実績



Laos



Nepal



Japan

Japan: 3

Fukuoka City Botanical Garden, etc.
福岡市植物園1、糸島市1、小郡市1

Nepal: 1

Kathmandu

Myanmar: 10

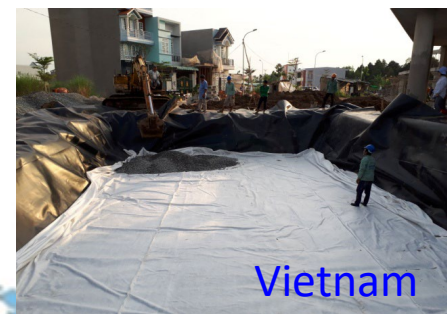
Yangon

Laos: 3

Attapeu Province

Vietnam: 1

Can Tho City



Vietnam

Indonesia: 6

Makassar, Sigi Regency,
Sulawesi, etc

Kenya: 2

Kalobeyei Refugee
Camp, Turkana County



Kenya



Myanmar



Indonesia

提供元: Bing

「ためとつと」1 を通じて、災害時の不安解消や食料自給率up、そして世界平和に貢献したい！

これまで
どうだった？

資源

- ・長年一緒に働いてくれた社員
- ・業務実績(50年)
- ・表彰実績(30年で33賞)
- ・国連等の「ためとつと」実績6か国 23か所

ビジネスモデル

- ・用地補償業務
- ・土木設計業務
- ・測量
- ・建築設計
- ・雨水貯水地下タンク「ためとつと」

提供価値 (誰に・何を)

土地や建物の取引を中心に、住民に、命や財産を守る、安全・安心な生活環境づくりを提供してきた。

課題

- ・経営方針の浸透
- ・チーム力の向上
- ・教育のカリキュラム
- ・社会的課題の解決

2029年には
こうしたい！

資源

(新たに必要資源は)

- ・独自技術の棚卸・保護
- ・地上からの雨水を受入れ、浄化する仕組み
- ・①②ネーミング & ブランド化
- ・業務提携、資本提携
- ・防災・農業の専門家
- ・国連(募金)等との提携

ビジネスモデル

ためとつとを核とした

- ①太陽光×トイレ 2
- ②公園・農業モデル 3
- ③ライセンスビジネス

全国・海外の工事業者とのフランチャイズ化

提供価値

(どんな相手に・何を)

- ・災害後の生き抜く力
- ・農作物の生育力
- ・地域の水源
- ・地域のコミュニケーション
- ・地元で愛されるヒーロー企業になってもらう

外部環境

- ・南海トラフ地震等の高い発生率
- ・戦争・紛争の頻発と拡大の可能性
- ・低い食料自給率38%
- ・水道料金の値上げ
- ・DX・AIの進展

2029年に向けていまからどうするか

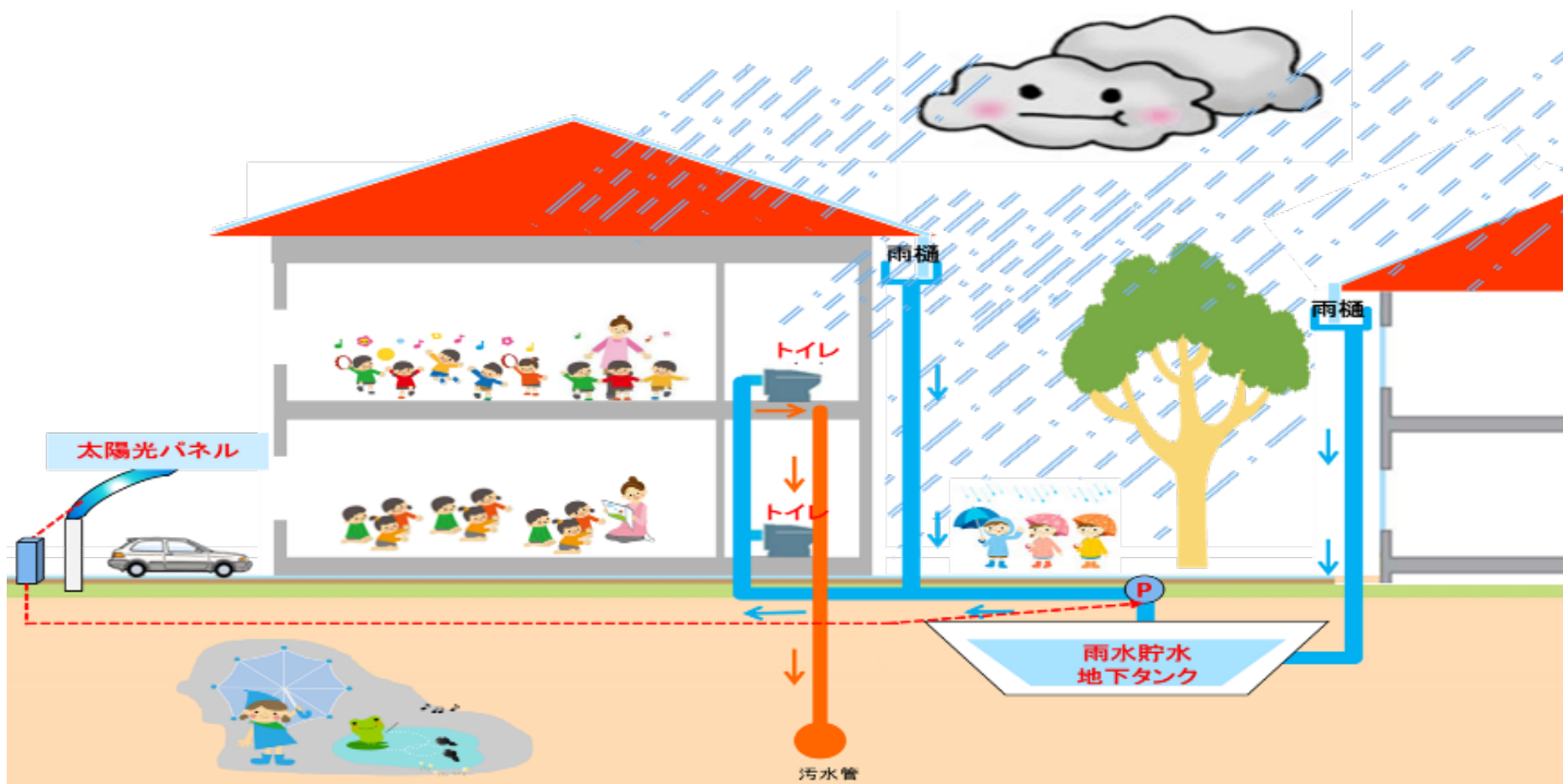
- ・2024～26年 経営理念の再考と社内浸透
- ・2024～26年 ①水循環システムを日系衛生陶器メーカーとの連携
- ・2025年まで ②地上水の浄化の仕組みの確立
- ・2025年まで ③INPIT様のご指導でライセンスビジネスのための独自技術の棚卸と保護
- ・2026年～ ③ネパール・イタリア等でのライセンスビジネス開始
- ・2027年～ ①②災害リスクの多い地域への提案

ブランド化のための
パッケージ内容や
提携先、ネーミング
の検討と決定

①ためとつと×太陽光パネル×節水型トイレ

企業連携

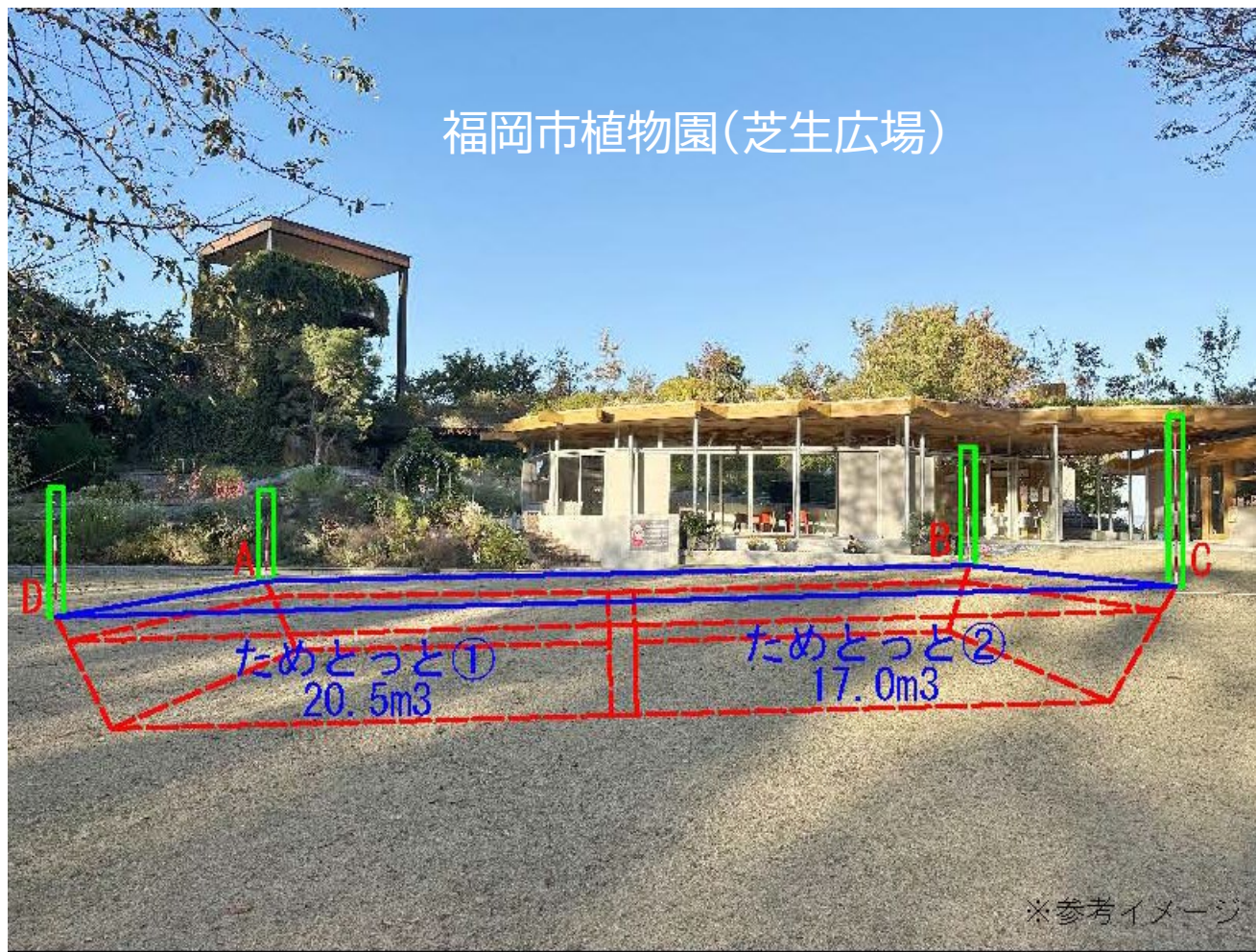
災害レジリエンス(回復力)に貢献する



②「ためとつと」公園・農業型モデル (屋根からの集水だけでなく、地上の雨水も集める)

企業・行政との連携

生きることに、世界平和に貢献する



③ 「ためとつと」 災害普及モデル (自立型水回りユニット)



A close-up, low-angle shot of several hammers and tools arranged in a row, receding into the distance. The tools are made of metal and wood, with some showing signs of use. The background is a light-colored wall with a dark, stylized floral or leaf pattern. The lighting is soft and focused on the tools.

株式会社 鋤絵



1976

クラフト鋳絵 設立

1993

株式会社鋳絵 設立



96

本社ビル・工場建設

2006

福岡営業所 開設

2008

東京営業所 開設

2023

代表取締役社長交代

製作実績

沖縄平和記念公園
モニュメント



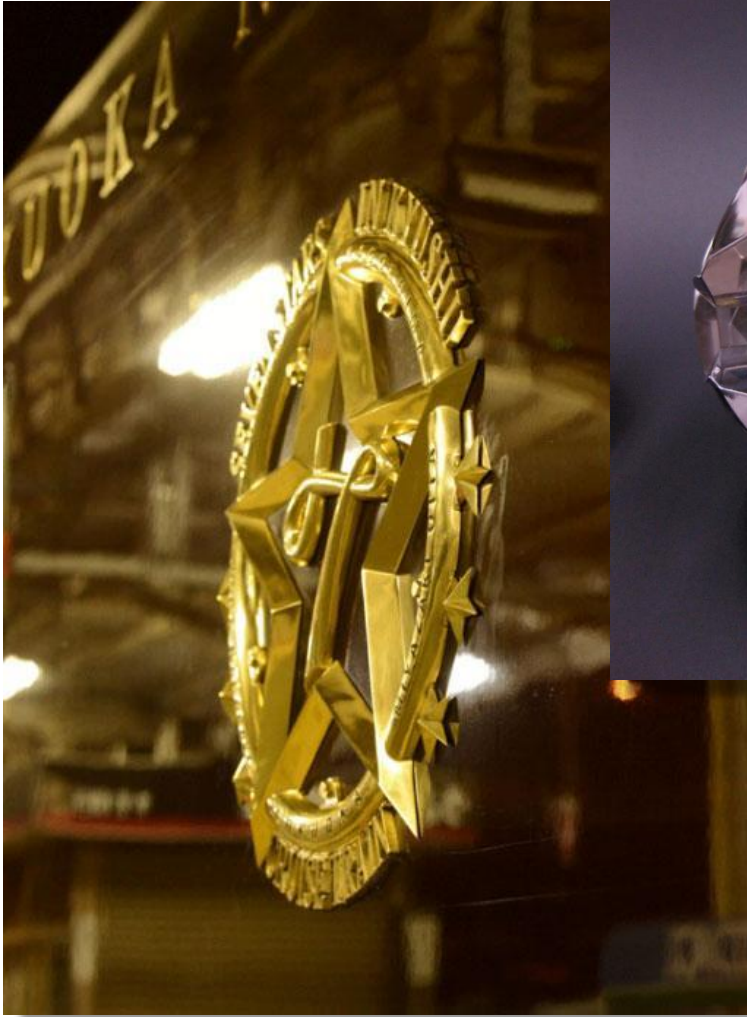
製作実績

民間案件から公共案件まで



製作実績

デザイナーや建築家とのコラボレーション





個人邸のポスト



& DICE & DICE supported by TOKYO DESIGN STUDIO
New Balance



博多駅前ベンチ デザイン
水戸岡鋭治 ドーンデザイン研究所



鉄の木
村上鉄工所 社屋オブジェ

有形物を「創造」する力の驚異と可能性の体験を提供し、
地域と企業が共に発展する社会を創り出す

これまで
どうだった？

資源
歴史（創業50年近い・
稀有なルーツ）
技術（造形の基礎力）
創意工夫力
対応力（個人依頼から
公共案件まで、素材や
規模、大きさを問わな
い。デザイン設計・製
作・施工まで一貫）
著名なクリエイターと
の繋がり
協力会社

ビジネスモデル
商社・設計コンサル
／自治体・官公庁／
企業／個人からの依
頼により、オーダー
メイドの受注生産式
で美的特徴をもった
造形物を作り、納め
る

提供価値
（誰に・何を）
美的特徴を持った造
形物を求めている人
に、期待や願望を超
えた製品を作ること
で感動を提供する。
地域住民の共有財産
であるまちづくり、
景観づくりを担う。

課題

- ・ものが売れなくなってきた
- ・価値を価格に反映できていない
- ・社員教育
- ・技術継承、人手不足

2035 年には
こうしたい！

資源
地元企業をはじめと
した各地域の顧客お
よび協力会社

景観づくりに携わっ
てきた各地域との結
びつき

ビジネスモデル
商社／自治体・官公庁／
企業／個人からの依頼に
より、オーダーメイドの
受注生産式および規格品
として、美的特徴をもっ
た造形物を作り、納める

地元企業・自治体と提携
して造形物を製作し、イ
ベントや入場料のほかデ
ジタルプログラムの開発
で持続的な収益を得る

提供価値
（誰に・何を）
個人・団体や各業種の
企業、教育機関、自
治体等に、北九州全
域のものづくり産業
振興に資する取り組
みを軸にした持続可
能な地域と人が発展
する仕組みを提供

自社外部環境に対する主な課題

- ・安価な国内外製品の流入により製造業は衰退の一途。
- ・人材不足が一層深刻化。若者の製造業・建設業に対する興味の低下。

地域の課題

- ・工業の転出にともなう人口転出。製造業の従業者は減少。かつてのものづくりの街イメージが消滅しつつある。
- ・少子・高齢化が全国を上回る速さで進行。地域活力の低下。

2035年に向けていまからどうするか

2025
～2027

- ◆組織力、技術力、人材育成の強化 社内組織の構造や仕組みを見直し、部署および組織全体の資源の最大化を目指す
- ◆アート系ものづくり企業としての認知度を高める 北九州市の認定制度を3つ取得する
- ◆志を同じくする企業と強固に繋がる 北九州市の産業を面で盛り上げたいパートナー企業の発掘、連携および強化
- ◆プロジェクトを推進する パートナー企業と一緒に自治体を巻き込んだプロジェクトを動かす



本州と九州を繋ぐ
関門海峡

<https://www.city.kitakyushu.lg.jp/moji/w1100380.html>

世界文化遺産の構成資産
官営八幡製鐵所旧本事務所
<https://kitag-whs.jp/>



スターフライヤー

<https://www.starflyer.jp/cheekin/kitakyusyu/>

世界文化遺産の構成資産
東田第一高炉跡

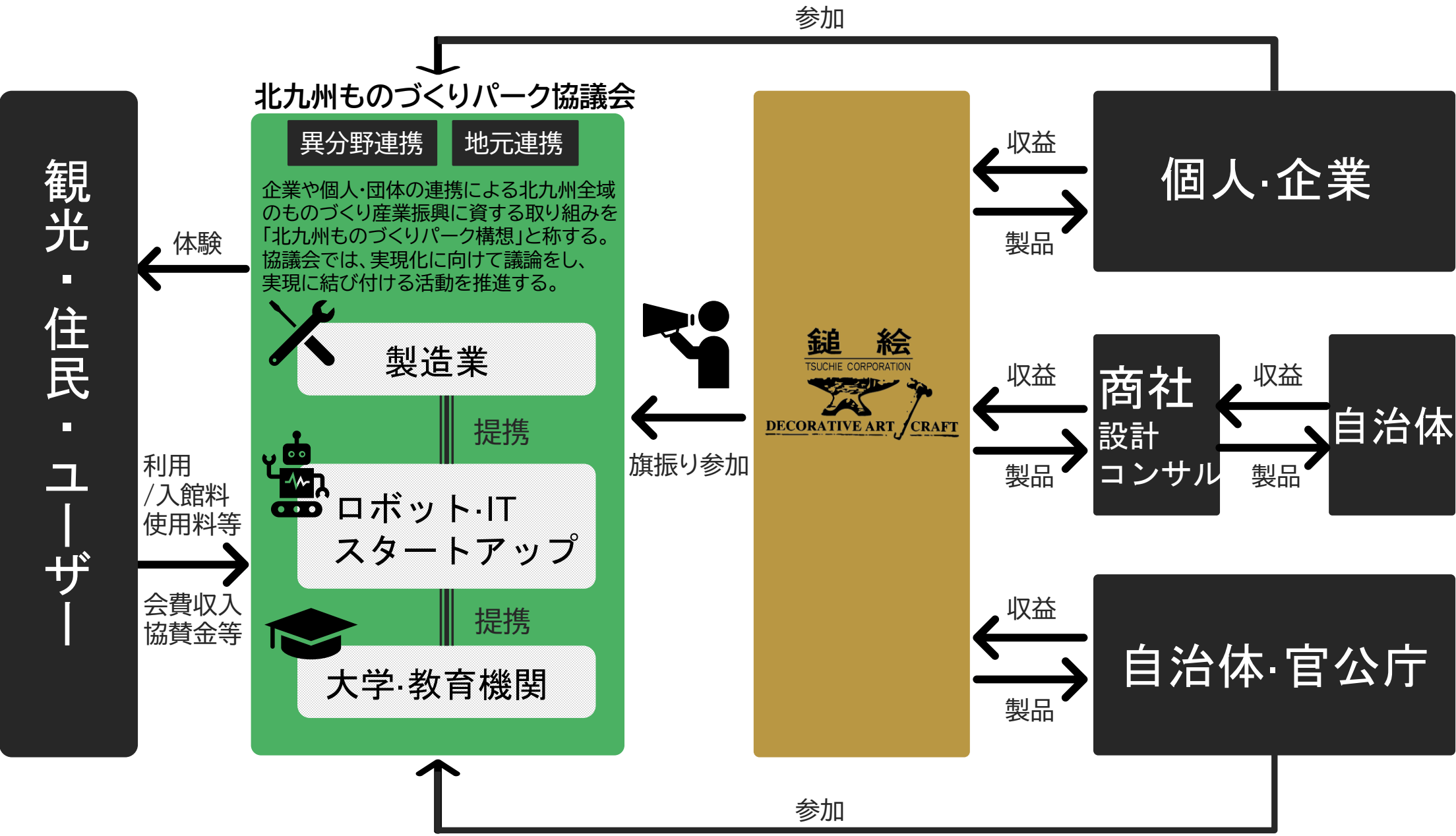
<https://www.city.kitakyushu.lg.jp/contents/02100262.html>



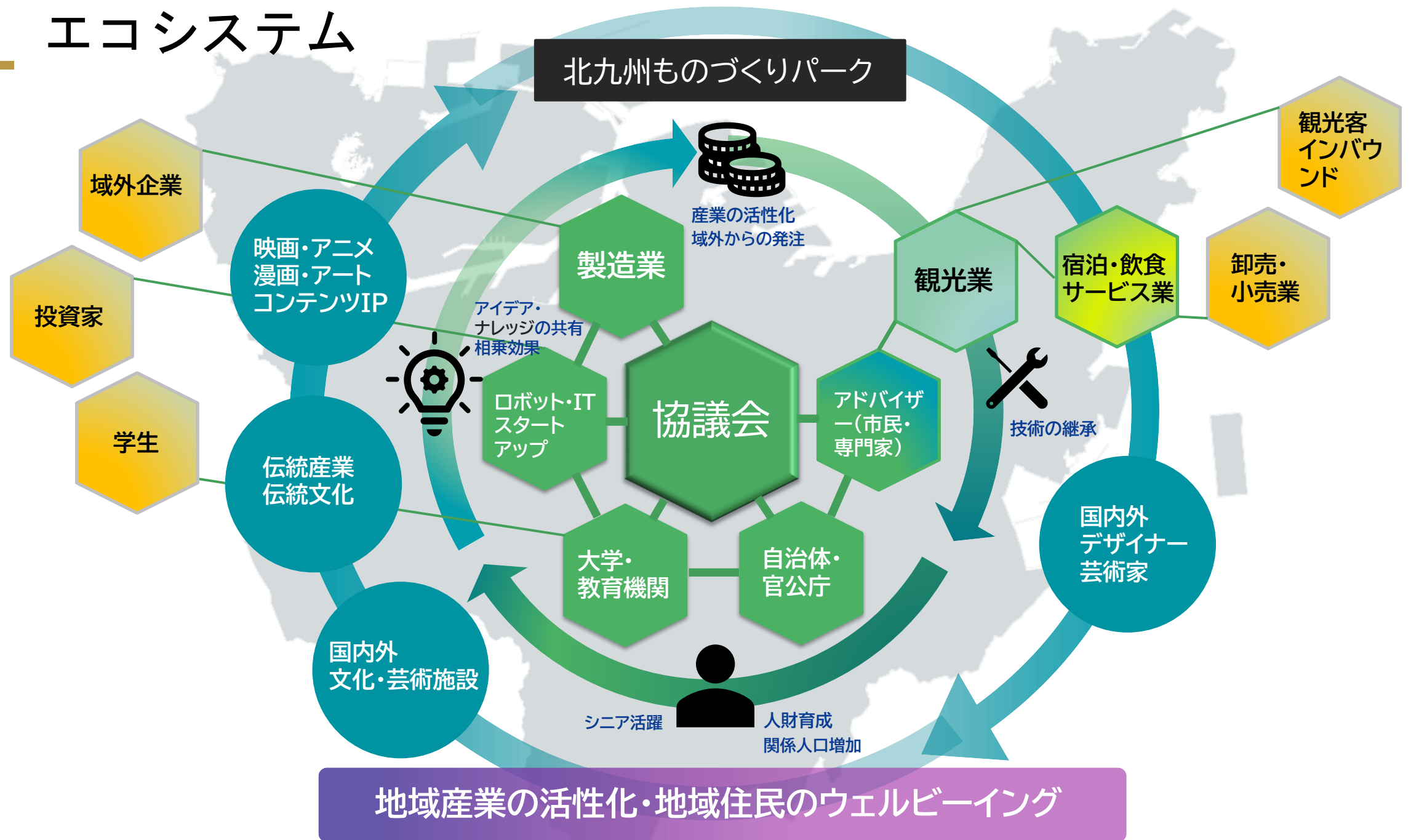
南フランス ナント
レマシーンドリル

<https://www.lesmachines-nantes.fr/>

ビジネスモデル



エコシステム



経営デザイン分科会 事例発表

2025年2月20日（木）



株式会社 **タカシロ商事**

代表取締役社長 高城 潤平

- 自己紹介・会社紹介
- 同友会での学び
- 経営実践塾受講の動機
- 経営実践塾 ・ KDS作成
- KDS作成 ～ ミライ地図プロジェクト



株式会社タカシロ商事
代表取締役社長

高城 潤平

Takashiro Junpei

1989/07/22 35歳

● 2008年4月 (株)ライオン事務器 入社

18歳 上京 2年間営業修行

● 2010年4月 (株)タカシロ商事 入社

20歳 結婚し娘が産まれました
(現在シングルファーザー)

● 2022年2月 同友会入会

2021年12月の東支部望年会にゲスト参加

● 2024年7月 代表取締役社長就任

● 2024年8月～11月 経営実践塾受講



株式会社 **タカシロ商事**

会 社 紹 介



<http://takashiroshoji.com/>

会 社 概 要

創 業 4 6 周 年 設 立 3 8 期 目

社名	株式会社タカシロ商事
代表者	高城 潤平
本社所在地	〒812-0015 福岡県福岡市博多区山王2-11-17
代表番号	092-471-8008
F A X 番号	092-431-8453
資本金	1,000万円
創業	1978年
設立	1987年
登録資格	一般建設業・内装仕上工事業 福岡県知事許可：（般-3）第110238号

 takashiro

ABOUT

タカシロ商事とは



文具のことはお任せください！
文具事務用品の販売で創業以来
数十年もの歴史があります。



お客さまのニーズに合った、
居心地よく働きやすい
理想のオフィスをつくれます！



設計・デザインから施工・工事まで！
理想の空間を
デザインします！



**働きやすい環境づくりを
支援します！**



OA機器やネットワーク環境整備、
セキュリティの強化など、
オフィスのお困りごとを
解決します！

創業・設立時：事務機器の販売・配達、オフィス家具販売

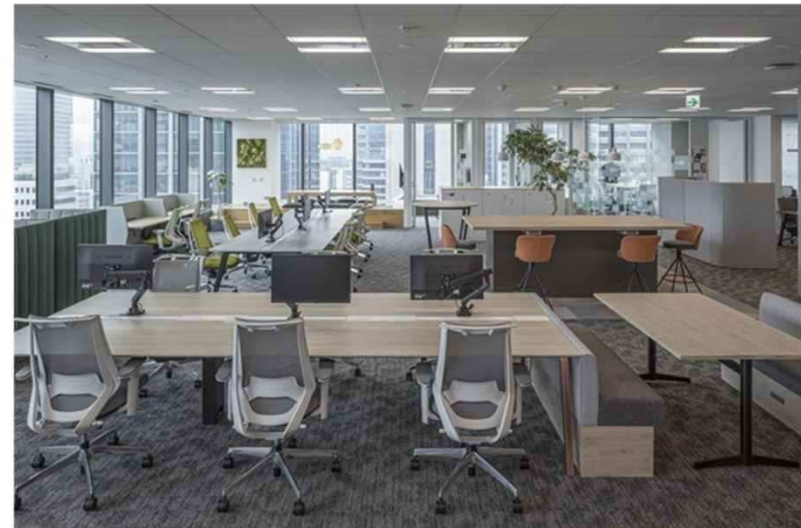


当時のオフィス風景



現在は空間のデザイン・設計、内装工事、インフラ整備、家具・OA機器等販売、セキュリティ

現在のオフィス



SERVICE
事業内容

○自己紹介・会社紹介



ソリューション

- 働き方改革支援 ● 業務効率化支援
- 情報共有・文書管理支援 ● 人材育成・教育
- コスト削減の支援



ICT・OA機器

- 複合機やプリンタなどの出力機器の導入
- PCやサーバーなどのネットワーク機器の整備
- サーバーのネットワーク整備
- プロジェクタ・AV機器の導入



オフィス家具

- オフィス家具の販売 ● 店舗・工場什器の販売
- 間仕切やOAフロアなどオフィス工事
- セキュリティ機器 ● 引越し業務



デザイン・工事

- 空間デザイン ● 店舗設計・デザイン
- レイアウトプランニング ● 内装工事 ● 設備工事
- グラフィックデザイン



ネットワーク

- ネットワーク環境構築 ● クラウドサービス
- LAN・通信機器工事 ● インフラ基盤整備
- ビジネスフォン工事 ● ネットワークセキュリティ



文具・事務用品

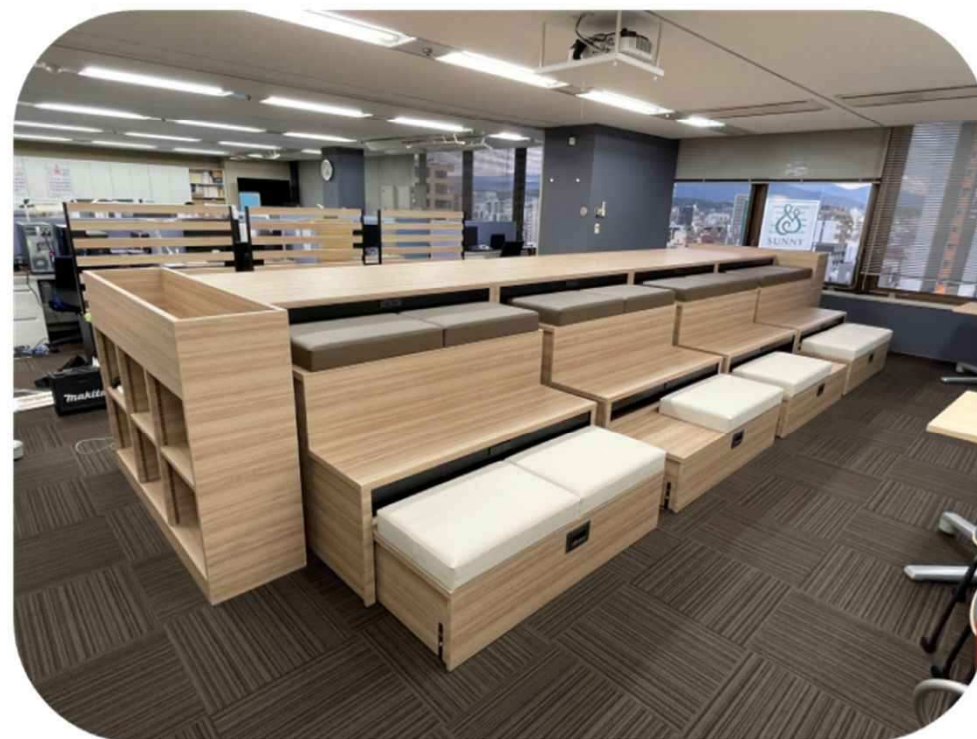
- オフィス事務用品 ● オフィスの消耗品
- 各種印刷物 ● ギフト商材 ● 名入れ商品
- 販促ノベルティ ● OAサプライ品



ペン1本からお気軽にご相談ください！

WORKS
実績ご紹介

○自己紹介・会社紹介



経営理念

「豊かな空間創りを通して人々に潤いを与える」

※ 空間とは、場所・人・物・仕組み・働き方・コミュニケーション・情報・システムなど働く環境すべてを指します。

行動理念



- ・ 相手の立場にたち思いやりをもって考動する
- ・ 社員とその家族の幸せを何よりも大切にする
- ・ お客様と協力会社様と共に事業成長し続ける
- ・ 事業成長と継続を通して地域社会に貢献する



経営理念とは？

会社は何のために世の中に存在しているのか。
そこで働いている人たちは、どのような仕事をして社会の役に立っているのかを自分自身で考え行動し、同僚や会社や世の中に役立つ人間として成長するための指針とすべきものが経営理念なのです。

行動理念とは？

経営理念を実現するために何をしないといけないのか。
働いている人たち全員が同じ意識をもち仕事をするための基本姿勢とすべきものが行動理念なのです。

タカシロ商事のスローガン ～みんなが目指すもの～

他人に、自分に誇れる人間形成と空間創り

タカシロ商事のコンセプト ～みんなが実行すべきもの～

常にお客様と真摯向き合い、お客様のお困り事や 求められる事を理解し、一つ一つ丁寧に対応する。

社会の人々の役立ち、お客様がなりたい姿に近づくお手伝いをする、それが皆さんの仕事です。
お客様の課題を一つ一つ解決することにより、それらは満たされます。誇り高くやり甲斐のある仕事です。

お客様よりもお客様の事を知る。

お客様の良きパートナーでいて下さい。お客様に寄り添い、お客様と課題を共有することが大切です。
顕在的なニーズは勿論のこと、潜在的なニーズも把握できるように考動して下さい。



空間創りのプロ意識を高く持ち、仕事を通して 社会人として大きく成長できる職場とする。

我が社の強みは「営業力」です。一流の社会人・人間でいて下さい。
職場は人間を鍛えて成長させる道場です。仕事の「能力」を磨くことは一番大切なことですが、
人間としての「魅力」を磨くことも忘れないで下さい。



タカシロ商事は「つながる輪」



ロゴのコンセプトは「つながり」です。

3つの輪で構成されており、社内では社員同士のつながり、

ビジネスでは「お客様」「協力会社様」「タカシロ商事」のつながりを意味しています。

それぞれの輪がつながり融合することで、共に成長していくという願いが込めてあります。

色は「赤」「ピンク」「緑」と3色使用しており、「情熱」「愛情」「信頼」を意味しています。

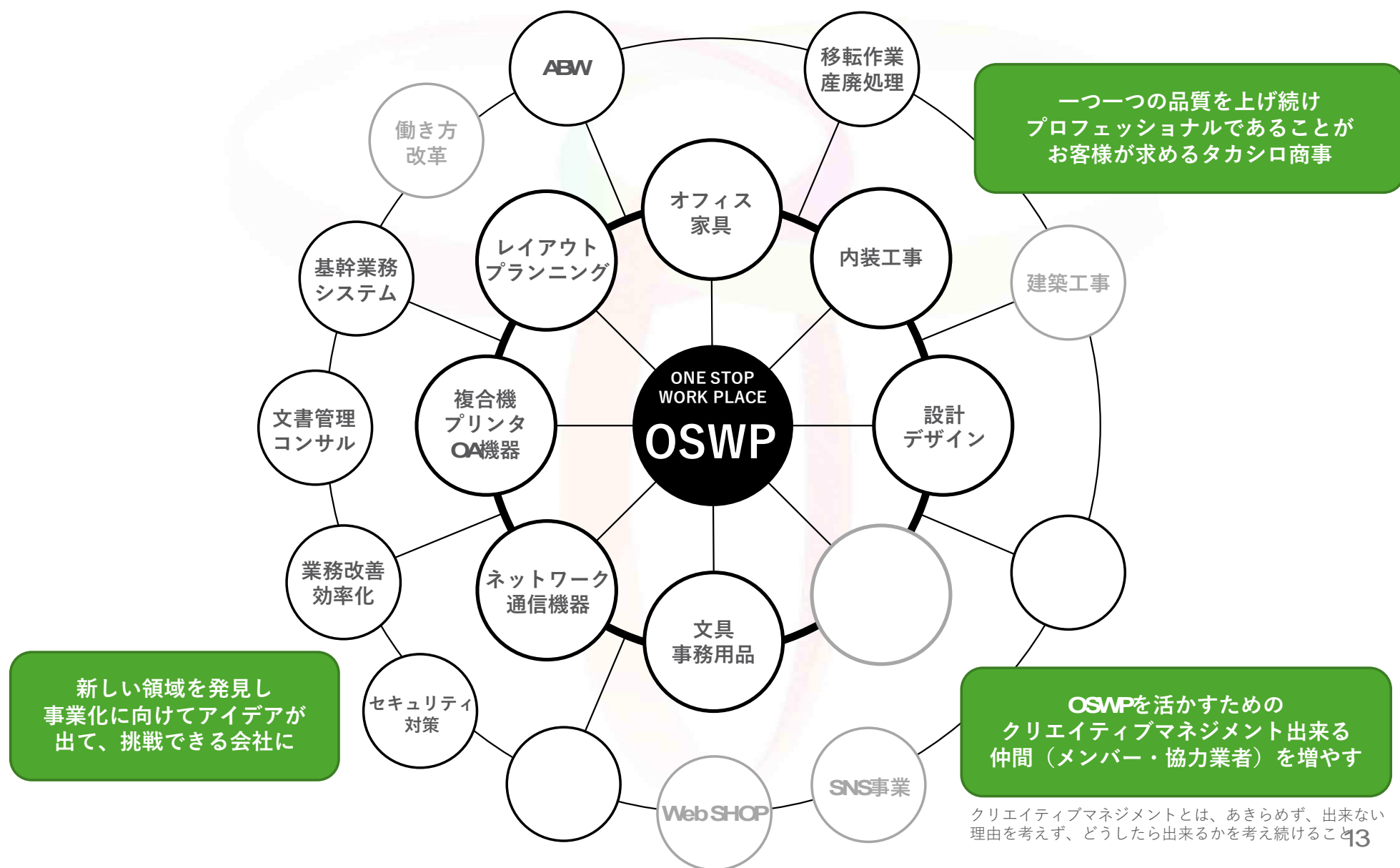
人は一人では成長できません。会社も自社だけでは成長できません。

「つながり」を大切にし、皆さんの仕事や生活に安心と安全をもらたします。

絶対に孤立しない！孤立させない！

<タカシロ商事のビジョン>

ONE STOP WORK PLACEの可能性を追求し、挑戦と成長を通して進化する



- 自己紹介・会社紹介
- 同友会での学び
- 経営実践塾受講の動機
- 経営実践塾 ・ KDS作成
- KDS作成 ～ ミライ地図プロジェクト

□ 支部例会

▷ 他社体験報告から自社課題の発見と、新たな気づき

□ あすなろ塾と指針書作成セミナー

▷ 経営理念の見直しと、指針書作成方法、重要性

□ 共育委員会

▷ 社員共育の大切さ、やり方、仕組みづくり、社風づくり

□ 副ブロック長と共育委員会副委員長

▷ 役を与えていただく事で、組織運営を体験

- 自己紹介・会社紹介
- 同友会での学び
- **経営実践塾受講の動機**
- 経営実践塾 ・ **KDS作成**
- **KDS作成** ～ ミライ地図プロジェクト

同友会活動を行っていくうちに、こんな思いが強くなってきました。

- ・ 会社を組織化して強じんな経営体質をつくりたい。
- ・ 社員がこの会社に入って本当に良かったと思ってほしい。
- ・ みんなが生き生きと働ける職場環境をつくりたい。

一方現実、、、

- ・ 家族経営から脱却出来ていない。
- ・ 文具、事務機器業界は衰退の一途
(大手通販やメーカー直売、首都圏からの進出、街の文具屋の倒産)
- ・ だけどタカシロ商事は既存事業で今のところは何とかなってる。

でも今の仕事はいつか必ず無くなる。

現状維持は衰退と同じなんだ..。

何か新しいことにチャレンジしたいけど、何をどうすれば..。

そこで目に入ってきたのが「経営実践塾」受講の案内でした。

しかもテーマは「新規事業」！



これだ！！

- 自己紹介・会社紹介
- 同友会での学び
- 経営実践塾受講の動機
- 経営実践塾 ・ **KDS作成**
- **KDS作成** ～ ミライ地図プロジェクト

文具で面倒くさいを、ウキウキと楽しいに変えたい

体験を売る！

自分たちのアイデンティティの
場所を作る！体現する場所！

他の人たちのビジネス付加価値を上げる
良い事例にもなれる！

2030 年には
こうしたい！

資源

- ・お客様との関係性の繋ぎ
- ・昔からの付き合いで各文具メーカーとの仕入関係継続
- ・いつものあれで伝わる

ビジネスモデル

- ・ B to B
- ・ 価格勝負 (vs通販)
- ・ 文具店・卸店の利益の削り合い

提供価値

- (誰に・何を)
- ・ 仕事、勉強をするツール
 - ・ 安くて使えるもの
 - ・ 万人受け
 - ・ 同じような物

資源

- ・ 情報発信 (SNS)
- ・ コラボグッズ
- ・ オリジナル品
- ・ コアな文具店
- ・ ブランディング

ビジネスモデル

- ・ B to C
- ・ 良い物を長く使う
- ・ 推し活
- ・ 思い出、誰かを思い出す

提供価値

(どんな相手に・何を)

- ・ ビジネスマン
- ・ ビジネスウーマン
- ・ 主婦、お母さん
- ・ 自分だけの、オンリーワン
- ・ 気分が上がる、楽しい
- ・ 好きな物(人)が手元にある
- ・ 子育てを楽しく
- ・ 子どもと一緒に楽しむ

課題

- ・ 薄利で多売もできてない状態の脱却
- ・ 現物を見せれない、カタログでしか情報発信をできない状態

外部環境

- ・ 低価格で物があふれている世の中。一つの物を大切にしない。
- ・ 代わりの物がいくらでも手に入る。
- ・ ネット通販の進出で物を手に取り触れる機会が少ない。

2030年に向けていまからどうするか

- ・ SNSのブランディング
- ・ オリジナルショップ（実店舗とWebショップ）
- ・ インフルエンサーとの人脈づくり
- ・ 販売網を福岡市内近郊から全国へ（B to BからB to Cへ変化）

近藤先生からのコメント

高城さん

どうしてこの会社や事業が社会にとって必要なかを言語化しましょう。
社会にどう貢献しますか？
そもそも文具とは？

文具で面倒くさいを、ウキウキと楽しいに変えたい

価値が書けています。
個人への価値提供の先に、
会社や地域への価値提供もありそうです

これまで
どうだった？

提供価値を書いてみましょう。
仕入れ元、販売先、エンド
ユーザーそれぞれあると思います

2030 年には
こうしたい！

資源
・お客様との関係性の繋ぎ
・昔からの付き合いで各文具メーカーとの仕入関係継続
・いつものあれで伝わる

ビジネスモデル
・B to B
・価格勝負 (vs通販)
・文具店・卸店の利益の削り合い

提供価値
(誰に・何を)
・仕事、勉強をするツール
・安く使えるもの
・万人受け
・同じような物

課題

・薄利で多売もできてない状態の脱却
・現物を見せれない、カタログでしか情報発信をできない状態

資源
・情報発信 (SNS)
・コラボグッズ
・オリジナル品
・コアな文具店
・ブランディング

ビジネスモデル
・B to C
・良い物を長く使う
・推し活
・思い出、誰かを思い出す

提供価値
(どんな相手に・何を)
・ビジネスマン
・ビジネスウーマン
・主婦、お母さん
・自分だけの、オンリーワン
・気分が上がる、楽しい
・好きな物(人)が手元にある
・子育てを楽しく
・子どもと一緒に楽しむ

外部環境

・低価格で物があふれている世の中。一つの物を大切にしない。
・代わりの物がいくらでも手に入る
・ネット通販の進出

付加価値の高い事業への転換ですね。

・商品を変える (一点もの)
・価値を変える (ギフト)
・サービス化する (サブスク)
・複合モデルにする (文具カフェ)

2030年に向けていまからどうする

・SNSのブランディング
・オリジナルショップ (実店舗とWebショップ)
・インフルエンサーとの人脈づくり
・販売網を福岡市内近郊から全国へ (B to BからB to Cへ変化)

文具を拡張して考えるのもいいかもしれません。(おもちゃ、役立ちグッズ、雑貨、食品) サービス化するのも。

どうやって届けるか (接点作り、注文の取り方、商品の調達、配送方法) がポイント
高付加価値モデルですね。
ハンドメイドとか。カスタムとかリフォームとかもあり？

1番の動機はシングルファーザーで育ててる子が不登校になっちゃた。。。けどこの子の人生を豊かに幸せにしてあげたい！！！！
何が出来るかな？がきっかけです。

文具を通して、生きる活力・人生を豊かに・心をほっこり
(ウキウキ・イキイキ・ワクワク・ぽかぽか)

理念の実践

2034年にはこうしたい！

資源

- ・お客様との関係性の繋ぎ
- ・昔からの付き合いで各文具メーカーとの仕入関係継続
- ・いつものあれで伝わる

ビジネスモデル

- ・B to B
- ・価格勝負(vs通販)
- ・文具店・卸店の利益の削り合い

提供価値 (誰に・何を)

- ・民間企業
- ・仕事で使う文具や事務用品
- ・机い家具
- ・OA機器
- ・内装工事
- ・複合機

課題

- ・薄利で多売もできてない状態の脱却
- ・現物を見せれない、カタログでしか情報発信をできない状態

資源

- ・土地と建物
- ・文具メーカーの仕入れ継続(中古品の提供依頼)
- ・空間デザイン力(設計・デザイン・工事・表現)
- ・会長の人脈(セブトラ模索中の人)
- ・シングル不登校の子育て経験
- ・学校、フリースクール、公民館との連携
- ・パートナーとなるデザイナー(表現力)
- ・SNS(Instagram)での情報発信
- ・話す、学ぶ、リラックスできる、また行きたいと思われる空間

ビジネスモデル

- ・体験を売る(物と場)
- ・良いものを使う
- ・良い話を伝え聞く
- ・良い空間を使う
- ・一流文具のガッツ
- ・中古品の販売
- ・リジナル文具やグッズの作成
- ・絶対に間違えない文具選定
- ・アイデンティティを表現する空間づくり
- ・既存ビジネスの付加価値を上げる事例提供と支援(自社事例を基に)

提供価値

(どんな相手に・何を)

- ・子どもと親
- ・家で飼育されてるお母さん
- ・セブトラを模索してるシニア
- ・自社の表現に困ってる経営者
- ・一流の文具で一流の体験と教育
- ・大切な人へ贈り物
- ・自分へのプレゼント
- ・学ぶ場と伝える場
- ・人と触れ合い心と体も若返り
- ・学びと活力
- ・親子で一緒に体験
- ・子育てを楽しく
- ・自分だけの唯一無二
- ・豊かな空間づくり
- ・学校やフリースクールの課外授業

外部環境

- ・低価格で物があふれている世の中。一つの物を大切にしない。
- ・代わりの物がいくらでも手に入る。
- ・ネット通販の進出で物を手に取り触れる機会が少ない。
- ・地域社会とのつながりが無くなってきてる。

2034年に向けていまからどうするか

- ・自社建物1階にとがった文具店をつくる。(高級文具のみを販売している等)
- ・会長の人脈を使い、シニア世代との繋がり何かが伝えられるかを明確にする。
- ・とがった文具屋の一部をラボ化(ペンに名入れ出来る機械やグッズを作れる機械などなど)
- ・タカシロ商事が出来る提供価値(それぞれ単体)を融合させて表現できる事を明確にする。
- ・文具マスター(文具大好きな人)の人材を育てるか採用する。



- 自己紹介・会社紹介
- 同友会での学び
- 経営実践塾受講の動機
- 経営実践塾 ・ KDS作成
- **KDS作成 ～ ミライ地図プロジェクト**

KDSを作成して「僕」はワクワクしたけど、、、

- 折角つくったKDSを無駄にしたくない
- 理念をもっと社員に浸透させたい
- 新しいことにチャレンジする社風をつくりた
- 社員を巻き込んで新規事業をやりたい
- チーム（組織）でやるきっかけにしたい
- 創業者（父・母）、娘をガッツリ巻き込みたい

ワクワクする10年ビジョンをみんなで作る！

夢は、 語って、 描くもの



会社のことを
社員と話す機会が
もっとほしい！

社員と一緒に
会社のビジョンを
つくりたい！

理念やビジョンを
社員に伝えるのが
難しい！

irodoriだから、できること。

ワークショップ＋
ビジョンマップ

ミライ地図プロジェクト

01

ミライビジョンワーク

4回のワークショップを通し、会社と
社員のビジョンを共有できます。

02

ビジョンマップ制作

プロのデザイナー・イラストレーター
がビジョンマップを制作します。



ビジョンマップ

(ワークショップ1.5ヶ月/ビジョンマップ制作1.5ヶ月)



記憶に残る工務店

思い出に残る過程を大切に、愛のある家づくりを。
何年たってもアーキテックスで家を建てることで
できてよかったと感じてほしい。
そのために時代やお客様のニーズに合わせて成長し続けます。

地域に根差した新しいローカル企業

私たちは福岡に根差した工務店であり、地域の皆さまに支えられています。
地域の交流を広げるマルシェや企業とのコラボで福岡をもっと盛り上げていきます！

素敵な称賛文化のある会社

家族や大切な人、職人さん、
地域の方にアーキテックスで働いていることを
羨ましがられ「いい会社だね」「働きたい！」と
言われるような誇れる会社になります。

楽しみをシェアする気持ち

まるでフェスにいるみたいに楽しく働いて、
会社に行くのが待ちどおしい！とまで
思えるような毎日。
憧れる先輩、頼れる同期、
あだ名で呼び合える関係性。
チームの成長を大切にする
会社であり続けます。

輝ける Work style

よいサービスは、よい働き方から。
未永く会社があり続けるために、
アーキテックスでは様々なライフスタイル・
世代・特性の人たちが、
自分と家族を大切にしながら
いきいきと輝ける働き方を
推奨していきます。

尽きない Goodjob

スタッフの「良い環境で仕事がしたい」
という一言から始まった LIFESTUDIO 建設。
将来的にはジムやサウナ付きオフィスも夢じゃない？

LifeStyle を提案

住宅だけでなくとどまらず、生活に関わる
「衣・食・住」を総合的に豊かにするような場を
提供します。新しい出会いが生まれる場所。
「アーキヴィレッジ」が実現するかも…？

優しさのあるサービス

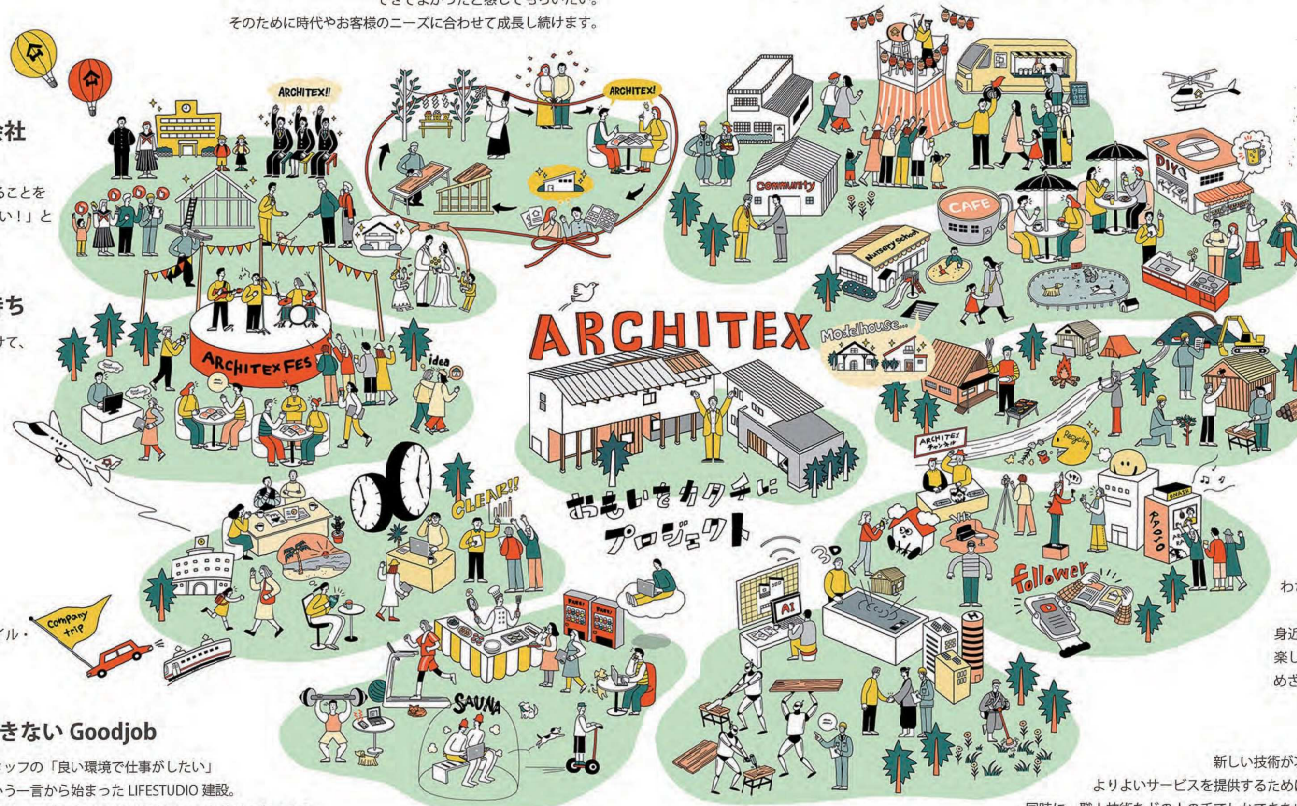
工事の内製化やスタッフの成長により、
今よりも高い施工品質と技術的な建築が
可能な建築総合プロデュース集団に。
家づくりから派生して
セルフリノベーションや
宿泊事業、林業などを展開し、
環境にやさしい取り組みを推進します。

「いいね！」の Social media

わざわざ足を運ばなくても、スマートフォン1つで
アーキテックスのことが全部わかって、
身近な存在に感じてほしい。工務店の枠にはまらず、
楽しんでいただけるコンテンツを発信していきます。
めざせ！福岡1ファンがいる工務店アーキテックス。

最先端レトロ

新しい技術が次々と生まれる世の中の流れに乗り、
よりよいサービスを提供するために最先端を進む企業であり続けます。
同時に、職人技術などの人の手でしかできない技術の伝承を積極的に支援します。



ミライ地図プロジェクトで ミライはこうなる。

部署やポジション関係なく
シャッフルしたチームなので
社員間の会話が増えた

社内会議の議題が
ビジョンマップに沿った
内容になった

会社説明会で
話す側も聞く側も
ワクワクした顔になる

社長と社員が
会社の未来について
話せるようになった

関わりがなかった
他部署の上司の
ユニークな一面が見られた

自分の将来と
会社の未来を
つなげてイメージできるようになった

会社のことも
自由な発想で発言していいんだと
気づいた。

社長が嬉しそう
社員が楽しそう

自分の仕事が
何に役立っているか
分かった気がする

この会社が
好きになった

01 ワークショップパート

言語化することで頭の中のモヤモヤをアウトプット

◀会社だけでなく自分のビジョンを共有することは想像の手助けになります。

10年ビジョン

個人

1. 10年後何歳ですか。

2. どんな仕事をしていますか

3. 社内ではどのような立場ですか。

4. 家庭ではどのような人になりたいですか。

会社

1. こんな会社にしてみたい。

2. こんな仕事をしてみたい

3. こんな社風にしたい。

4. こんな職場環境にしたい。

01 社風

- ・目標意識が高い
- ・皆で成長を助け合う
- ・チームワークがいい
- ・身内や大切な人が働きたいという会社になっている

03 組織・働き方

- ・組織：建築知識が豊富なスペシャリストが組織にいる。
- ・職人の内製化
- 働き方：年間休日120日
- ・同世代より高い年収
- ・求人倍率が高く入りたくても入れない会社

05 社内設備

オフィスの一部にトレーニングマシンがある。
フリーアドレス化が進んでいる。

02 事業展開

- ・年間120棟の組織になっている。
- ・北九州も複合施設、モデル併設型オフィスが出来ている。
- ・リノベ部隊が確立している。

04 福利厚生

有給休暇取得率アップ
介護休暇
リフレッシュ休暇
メンタルヘルス

06 社会的役割

新卒採用の継続
職人さん育成の学校がある。

ビジョンマップ作成 担当分け

メンバー	担当	内容
★は必須項目をリーダー	①私（私）の気持ち	お客様と楽し 関わる全ての 憧れの先輩が あだなや呼び 心から笑い合 上下関係を重 会社が大きく 周りの目を気に 出勤日を持ち 毎日がフェス プロスポーツ 休日が楽しい 毎日出勤する 好きを仕事にする
＜1人＞	②働き方	国際色豊かな会社 若い人、中堅、ベテランとしっかり層がある会社 若手が活躍する会社 女性が長く働ける会社 年齢に関係なく役職を与えられる会社 働いている社員がしっかりと家族時間が取れる会社 個人の成長を適正に評価するシステムがある会社 個人年間目標20棟に当たり前の会社 新卒が途切れない、離職率0の会社 レベルが近い人と一緒に学びながら成長できる環境 様々な休暇制度（家族休暇・BD休暇・傷心休暇・プロボーズ休暇・親孝行休暇） 伴走手当、面白い事の補助 楽しいものに触れる制度 定年制度の廃止 週休2日 有給休暇取得率100% 残業0週間を作る 休み（連休）作りやすい制度 まずは年間休日110日 フレックス（出勤時間の自由化） 年に1度の社員旅行

▲会社の理念を構成する要素ごとに分類します。

◀グループ分けし、再度意見を交換しながら深掘りします。

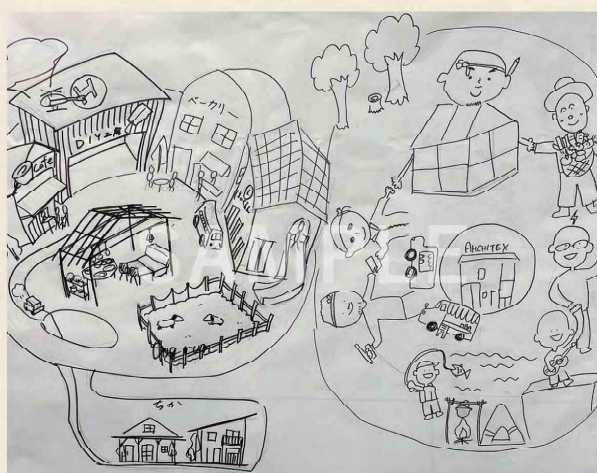
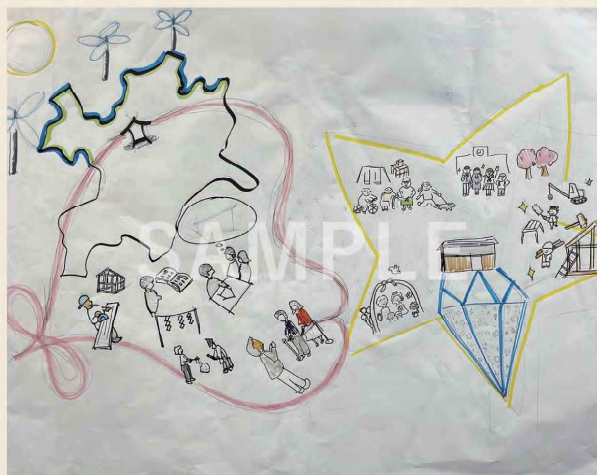
シートを元に言語化

irodoriならでは!!



02 ワークショップパート

具象化することで気持ちを共有(言葉で表現できない感情や熱量)

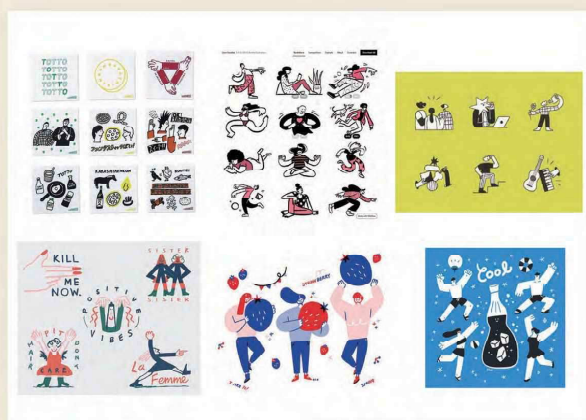


模造紙に皆で絵を描く

03 ビジョンマップ制作パート

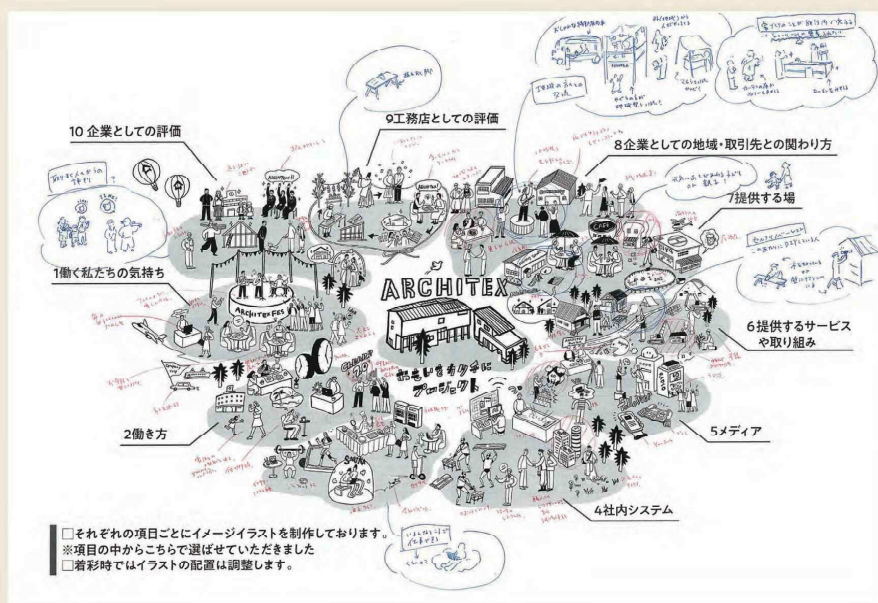
例えば…プロのクリエイターがビジョンマップポスターとして制作

イラストトーン選定



イラストトーンは、
ご希望をお伺いし
マッチするトーンを
プロが選定

ディテール調整



A



最終イメージ調整

04 ビジョンマップ活用イメージ

制作したビジョンマップはノベルティやWEBコンテンツなど、活用方法色々

▼壁面ポスター



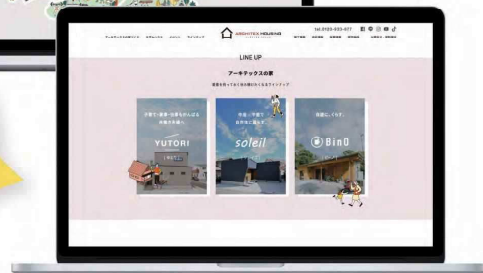
◀紙袋



▲冊子



◀WEB
サイト





■ 次回

日程：2025年4月17日（木）19:00～21：00

実施方法：オンライン（zoomミーティング）

次々回はデザイン経営に関する事例紹介を企画中

申込方法：日本知財学会の経営デザイン分科会ページより

ご参加ありがとうございました

アンケートへのご協力をお願いします

<https://jp.surveymonkey.com/r/FVGFDKC>