

”女性力”の活用により、変化に対応できる商品開発型メーカーに向けた更なる変革を推進

国内生産を武器に、「安全安心」と女性目線による価格ではない価値創造に向けた商品開発体制づくりを専門家継続派遣事業によって推進。新しいランチスタイル・新形状のランチボックスの新製品開発に向けた新しいプロセス提案が社内の組織活性化に繋がった。

近畿本部 プロジェクトマネージャー 小川 雅央

当社は、キャラクターライセンスによる商品、自社企画による商品、及び OEM 商品という 3 つの商品群を持ち、国内のプラスチック製弁当箱の製造販売では約 30%のシェアを確保してきたトップメーカー。当社の事業領域とする市場の縮小傾向(少子化による人口減少)、海外輸出入品を中心とした競合商品との価格競争激化の中で、国内生産を武器に「安全安心」を貫徹。女性目線の企画開発による価格ではない価値創造に向けた商品開発体制づくりを専門家継続派遣事業で推進し、新しいランチスタイル・新形状のランチボックスが新製品の上梓に繋がり、社内組織の活性化に繋がった。

企業概要

- ・ 企業名：株式会社オーエスケー
- ・ 業 種：プラスチック日用品製造販売
- ・ 本社所在地：大阪府大阪市東住吉区
今川 8-9-29
- ・ 資本金：45 百万円
- ・ 設 立：昭和 29 年 6 月
- ・ 売上高：3,048 百万円（平成 26 年 6 月期）
- ・ 従業員：107 人（正社員 77 人）



代表取締役 川崎 徳太郎社長

当社は、1951 年の創業以来、プラスチックを素材とした日用品の製品企画、製造・販売に至るまで自社一貫体制で推進されてきた老舗企業である。

“Originality(独創性・創意)”、

“Sensitivity(感性・好感度)”、
“Kindness(優しさ・思いやり)” を社名の由来に、多品種小ロット、短納期、高品質を目指して、メイド・イン・ジャパンを貫き、安全で安心できる製品づくりに邁進してきた。

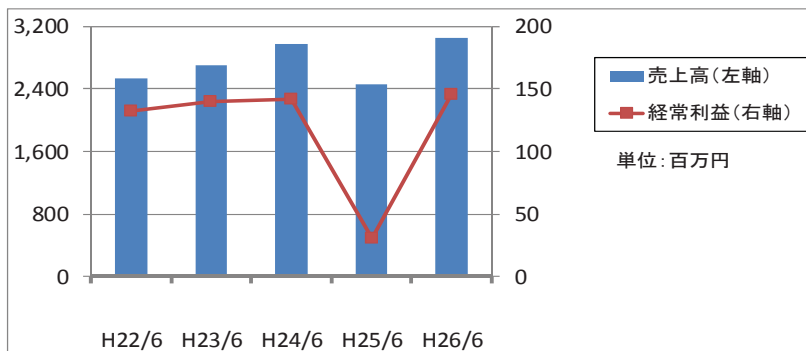
そして、これまでキャラクターライセンスによる商品、自社企画による商品及び OEM 商品という 3 つの商品群を持ち、国内のプラスチック製弁当箱の製造販売では約 30%のシェアを確保してきたトップメーカーである。

年 2 回、6 月と 10 月に大阪本社の自社展示ルームと東京で取引先バイヤーを招いて、内見会を開催。内見会は、テストマーケティングではなく、商品の完成度も高く即販売につながる最終商品を展示している。この業界では、試作品展示ではすぐに競合他社が類似品を展開する傾向があるためである。

中小機構との出会い

平成 23 年 3 月に社団法人西日本プラスチック製品工業協会における中小機構の出張セミ

売上高と経常利益



支援メニュー	H22	H23	H24	H25	H26	支援内容(支援テーマ等)
専門家継続派遣事業①		●→				新商品開発マネジメントの実践
専門家継続派遣事業②			●→			新商品開発マネジメントの実践 (第2期プロジェクト)
専門家継続派遣事業③				●→		企画開発力強化の実践と基盤整備

ナー参加を契機に、当機構の支援制度を知り、相談に訪れたことが当社との出会いである。

プロジェクトマネージャーの視点と支援課題の設定

これまで大手量販店、専門店への販売を広げ、営業力で成長してきたが、当社事業を取り巻く経営環境は、少子化による人口減少、海外輸入品による低価格化など脅威となる面が多い。そのため、国内製造による高品質化だけでなく、現在の事業領域(ランチウェア)の拡大を視野に入れ新たな機能価値の創造と市場への提供という商品開発力強化が重要経営課題であった。これまではキャラクター商品を軸に成長してきたため、今後、キャラクター商品に依存しない商品企画・開発を推進する際には、これまでとは異なる能力が求められ、その能力を有する人材を早期育成することが重要であった。

また、営業部と商品企画室の情報連携は十分活性化されておらず、今後、市場ニーズ対応型の商品企画開発を推進するためには、両者のチームマネジメントの強化が欠かせない状況でもあった。

そこで、ものづくりの過程で、単に機能や性能の強化だけでなく、顧客が潜在的に求め

ている価値を発掘・提供(ことづくり)、価値を発掘・提供できる人財の育成(ひとづくり)という視点から、「価格ではなく、価値創造へ!」をキーワードに、「何を売るのか?」ではなく誰に売るのか?というマーケティング本質に基づいた支援計画を策定し、専門家継続派遣事業の活用を提案した。



小川 雅央
近畿本部 プロジェクトマネージャー

支援内容と支援成果

支援は平成23年5月から始まり、3期にわたる専門家継続派遣事業と継続的な窓口相談を実施。

<専門家継続派遣事業 ①>

(平成23年5月～平成23年12月)

支援テーマ: 新商品開発マネジメントの実践

営業・企画・製造の組織横串によるOSK経営基盤強化会議という位置づけで、本支援活動を発足。組織的な商品開発体制の仕組みが確立されていないことから、アドバイザーによる「売れる商品づくり」に向けたレクチャーを通して、具体的な2テーマについて企画

計画書が策定され、社内コンペを経て、金型製作の段階に至った。また新商品開発プロジェクト計画策定の「たたき台」として、今後の新商品開発マネジメントに活用できる具体的なマニュアルが作成され、社内合意形成までに至った。

<専門家継続派遣事業②>

(平成24年2月～平成24年7月)

支援テーマ：新商品開発マネジメントの実践
(第2期プロジェクト)

新商品企画開発計画書として、2案の提案を経営陣にプレゼンテーション実施した結果、1案はペンディングとなったが、1案は採用となり、今後具体的な商品設計へと進む運びとなった。約1年にわたる活動で、商品企画開発活動を社内展開していく一連のマーケティングの考え方とプロセスについては組織内に定着化を図ることができたものの、いわゆる「商品開発型メーカー」といえるほど戦略的な商品開発マネジメントが展開できていない。今後は、グローバル市場を見据えた商品開発型メーカーを目指したマネジメント力の整備・強化が重要経営課題となり、①夏場商材の開発、②グローバル市場を見据えた商材の開発をテーマとし、これまでの開発活動のレベルを上げた支援要望が出された。

<専門家継続派遣事業③>

(平成25年6月～平成26年1月)

支援テーマ：企画開発力強化の実践と基盤整備

外注デザイン会社依存の受身の商品開発から、顧客起点ニーズによるコンセプト設定し、それに沿った商品デザイン、売り場デザイン、販売手法までを見据えた包括的な商品企画・

開発の必要性・有用性の“気づき”を通じた企画・開発の取組みを支援した。また、商品の優位性などを営業部・生産部・経営陣に伝えて同意を得た上で、取引先バイヤーへのアプローチ、商談成立に不可欠な資料作成することを助言した。『誰に・何を・どのように売するのか』を基にした“コンセプトシート”を提案し、開発過程で、営業部・生産部・経営陣に対し、企画スタッフが立案した新商品を提案する“プレゼンテーション会”を実施。「クリエイティブ・ミーティング」(アイデア発表の機会)を提案し、アイデアをカタチにするための機会を継続的に行う体制ができた。これを契機に、当社の企画開発スタッフである3名の女性(内、1名は新人)に火が付き、外注デザイン会社や他とのコミュニケーション力が飛躍的に向上した。また、売り方のデザイン(ディスプレイ・パッケージ・ネーミング)も含めた企画開発、自社のブランディングによる市場での商品差別化の見える化を提案したことで、今までとはテイストの異なる「新感覚」「新形状」デザインの製品開発商品5件が提案され、6月の内見会では3件の新製品の上梓が決定され、東西の内見会での関心も高く、来場者数が昨年比で100名も多く、大変盛況であったとの報告を受けている。今回の支援活動を通して、経営陣や営業部門など多くのスタッフは、会社が変わる感覚を肌で感じられたようである。

また、今回の活動成果により、企画担当の女性2名の昇格という人事評価も行い、当社における「女性力活用」が今、大きくクローズアップされている。

今後の課題

製造拠点を国内に残すことを重視するため、

市場ニーズに対応した高付加価値の商品開発力を醸成し、自社商品のブランド化を図ろうとする取組みを支援し、商品開発型メーカーへの変革を試みる企業の支援モデルとして支援を進めてきた。今後は、戦略的事業領域の明確化が不可欠である。

本支援で得られた成果を継続的に定着化させると共に、更なる商品企画力強化と企画開発のスピードを意識した取組みによる戦略的商品開発力の強化・実践が今後の戦略課題であり、商品開発型の高付加価値経営への転換を大いに期待したい。



本社外観



ダイヤカット柄ランチボックスの試作デザイン(光造形による試作品)



東京・大阪の内見会の新製品展示



経営者のことば

中小機構との出会いから3期に亘る専門家継続派遣を受け、市場調査や見本市の視察等を経て、商品開発の開発計画策定から商品化までを実体験できた。また、女性企画スタッフを中心に商品コンセプトの策定をまとめ、企画並びに営業部との議論を繰り返しながら、顧客目線のデザイン開発を実践し、現在市場に商品供給を行っている。この度の活動は、女性スタッフの潜在能力の高さを知ることができた貴重な体験であり、これからの人材活用の道筋が見えたと感じている。今後、最終顧客の潜在ニーズの発掘によりニーズ対応型企画開発を押し進め、市場の共感を得られるように努めたいと考えている。