

## 会社理念

PPPEE (Peaceful, profitable partnership of Enterprise and Enterprise)

市場のグローバル化、変化するスピードは加速する中、世界同時不況・新興国の台頭により企業の取り巻くビジネス環境は大きく変わりました。

自社事業の共通理念として PPPSS 中小企業と中小企業の平和かつ有益なパートナーシップ。あらゆる知的財産(デザイン、素材、部品、安価な高品質部材、他)のオープン化でグローバル市場での普及、販売を視野に展開していきたいと考えます。

## 会社方針・持続可能な事業概念

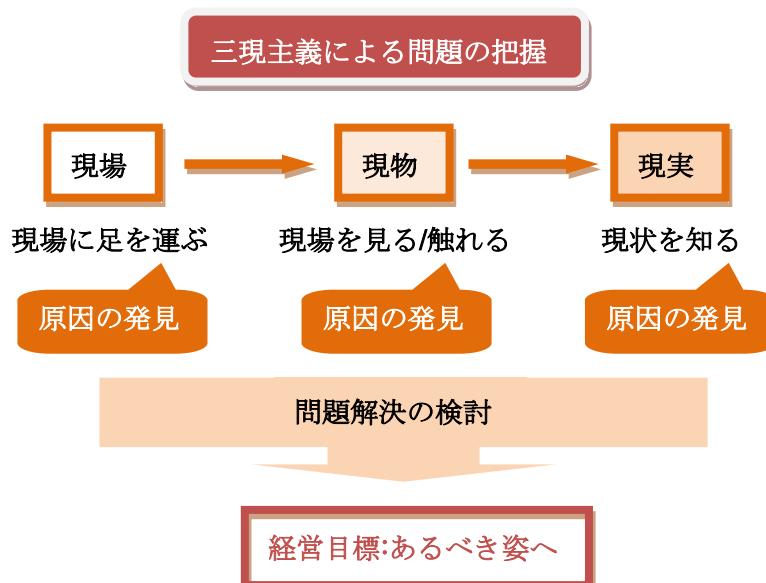
### 三現主義【現場・現物・現実 の三つの現を重視、徹底する】の徹底

…… 私たちは日々、大小さまざまな問題に直面する……

問題を効率よくスムーズに解決するためには……

- ①知識やノウハウ、スキル
- ②人、ツール、コストなどのリソースの確保
- ③問題の見極め (現場に行き、自分の目で現物を確かめ、現実を知ることによって、初めて疑う余地のない真実が明らかになり、原因の所在、本来あるべき姿とのギャップなど、問題の本質を明確に把握できる)

「現場・現物・現実を見ずに机上で問題を見極め、推測で判断を下そうとすると、リスクを伴うのはこのためで、製品のトラブルに関する顧客の問い合わせに対し、安易にマニュアル通りの回答では顧客の意図には沿えない。」

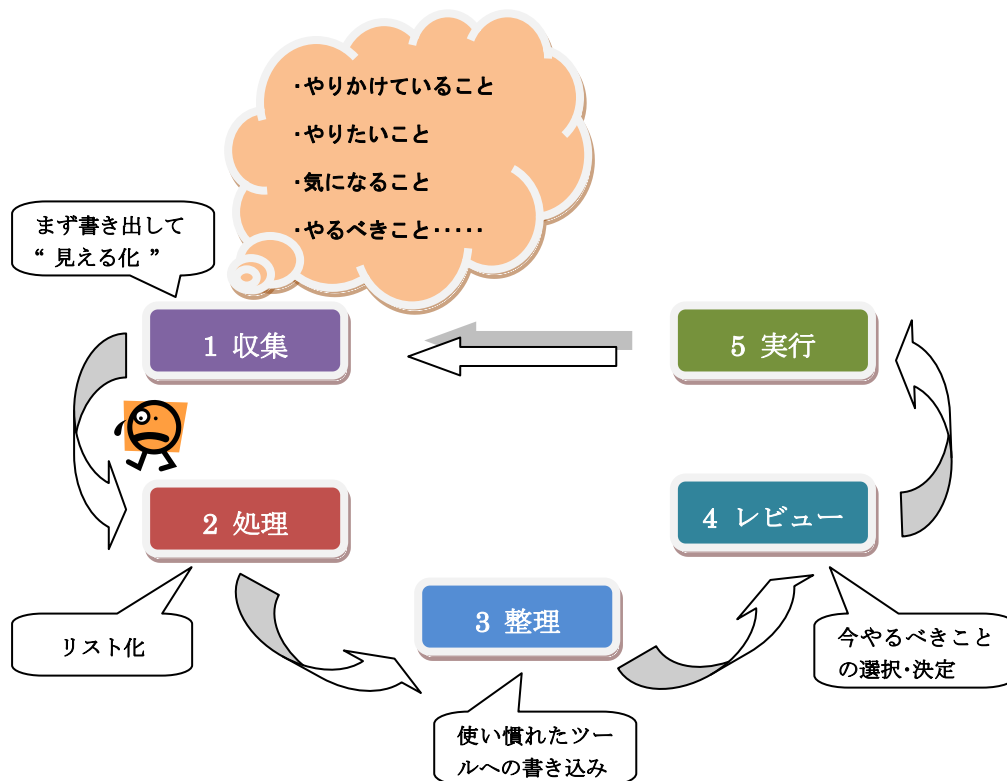


## GTD (Getting Things Done) の実践を習慣化

※頭は考え、創造する場所であり、その役割に集中させるためにも、頭の中にあるものは全て外に出して管理する

※頭の中は空っぽでスッキリ、よけいなことにとらわれず、安心して「やるべきこと」に集中できる

- 1 やるべきこと、やりかけていること、気になっていること、やりたいことなど、思いつくことを全て書き出す
- 2 書き出したものをリストに仕分けをする（「今すぐ処理すべきもの」「次の空き時間に必ず必ず処理すべきもの」「特定の日に処理すべきもの」「いつかやりたいもの」「誰かに任せればよいもの」）
- 3 リストの中を整理する（カレンダーやシステム手帳、電子手帳 他）
- 4 整理できたものをもう一度見直し、今日一日の仕事をイメージする（時系列で分類されたリストを適切なタイミングで確認し、現在どの仕事をどれだけ片付けておくべきか判断する）
- 5 優先順位に従って目の前の仕事を実行する



- ★目の前の仕事に集中することで仕事の生産性と質を高める
- ★正しい優位順位に基づき適切な時間配分で仕事をこなす
- ★思いつきや思い込みを排除する
- ★仕事の漏れやミスをなくし、今日やるべきことを確実に完成させる
- ★仕事のストレスを軽減する

## クリティカルシンキング (Critical Thinking)の実行

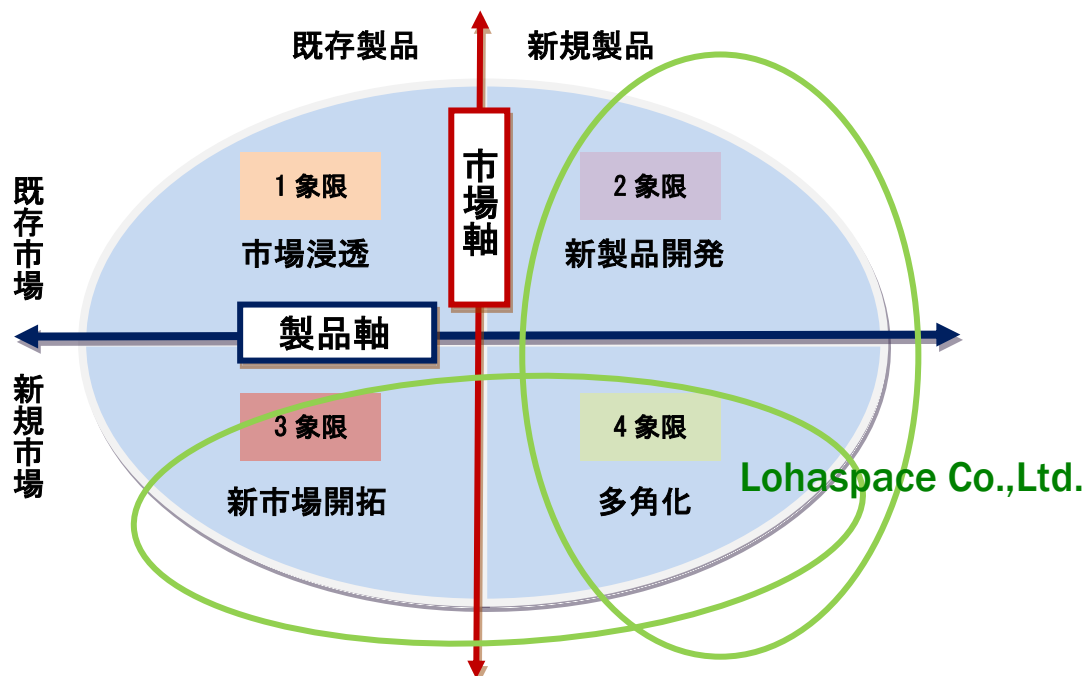
※「自分自身の問題」を論理的かつ構造的に考える。自分の考えや情報を客観的に捉え分析し  
さまざまなデータと照らし合わせて、確実な論理を組み立てる、そしてそこから効果的な結論を  
導き出す

※マニュアルやハウツー本など、なるべく多くの情報が指し示す一番近い事例を結論として選択  
しない

※自分が目指すものにその選択や情報が適しているとは限らない

- ①柔軟・多面的な視点で物事を考える
- ②人のバイアスや仮定を認識する
- ③懐疑主義的な態度を保つ…情報やアドバイスを鵜呑みにせず、整理して疑ってみる
- ④意見と事実を区別する…イメージから来る意見と実際の仕事内容・現状を混同しない
- ⑤過度な単純化はしない…似た事例が複数あるからといって一般化して一つの方法で解決しない
- ⑥論理的な推論過程を踏む…なぜそれがメリットなのかを順序だてて考える
- ⑦根拠を吟味する

## アンゾフのマトリクス (Ansoff's Matrix)による事業概念



### 既存市場-既存製品…市場浸透

既存製品を最大限に活用して、既存市場でのさらなる売上げ拡大を目指す

ライバルに勝ち、シェアを伸ばす

※既存顧客の消費量を高める: ①既存顧客のロイヤルティを上げることで売上を伸ばす

②CRM の導入で顧客への働きかけを強める

③ボリューム・ディスカウントを実施する

④製品の使用頻度や使用量を高めたいような新提案を行う

※ライバルの顧客を獲得する：①品質の向上や値下げ、サポートの充実でライバル企業の製品やサービスに差をつける

### 既存市場-新規製品・・・新製品開発

既存の顧客に新しい製品を提供することで売上の拡大を目指す。

既存の販売チャンネルをそのまま活かせるため、かかる費用やリスクは比較的低めだが顧客ニーズの把握は必須

※製品を改良する：①性能の改善や機能の追加を通じ、顧客の購買意欲を刺激する

②環境への影響をライフサイクル的に考え新製品の開発を行う

※異なる市場の製品を既存の市場に持ち込む：①異市場にかかわらずグローバル的な顧客のニーズに合った製品を投入

Lohaspace Co., Ltd. の LED 事業

1、一般消費者向け製品：既存蛍光灯器具に相当する照度を持ち省エネの導光板使用の照明器具開発

2、商業施設・店舗・量販店向け製品：商業施設向け蛍光灯と、同規格・同等価格の LED 照明器具開発 ★A

### 新規市場-既存製品・・・新市場開発

既存の製品を、需要拡大が見込める新たな市場に持ち込むことで売上の拡大を目指す。

新たな販売チャンネルの構築を伴うこともあり、かかる費用やリスクは高め。新規市場における潜在

需要を見極める必要があるため、市場調査力が必要

※新しい地域へ進出する：①海外や、国内でもそれまで取引のなかった地域へ新たな価値を持ち込み、

ビジネスチャンスを開拓する

※新たな販売チャンネルを構築する：①従来手掛けていた店舗販売に加え、ネット販売を始める

②SNS (ソーシャルネットワークサービス) のビジネス活用

※対象顧客セグメントを広げる：①ビジネスの範囲外にあった新たな顧客層を狙う

Lohaspace Co., Ltd. の中国内陸・農村部開発事業

**BOP ビジネス (Base of the Pyramid)**・・・中国内陸・農村部での日本独特の繊細で機能美・機能的、かつ洗練されたデザイン  
で商業施設の空間を提供いたします

Lohaspace Co., Ltd. のオープン化ネットワークの構築事業

中国・日本の中小企業・・・日中の中小企業のグローバルなビジネス環境の構築 (安く・高品質な部品、部材、製品、素材を紹介し  
グローバルな販売つての無い企業のサプライヤー、バイヤーを開拓します)

### 新規市場-新規製品・・・多角化

現在の市場・製品の関連性が比較的低い新分野への進出により、売上の拡大を目指す。

最もリスクが高い戦略で、事業ポートフォリオ全体を見れば、事業の多様化によるリスクの分散に繋がる

※既存製品との関連製品分野に進出する：既存の技術や開発力を活かせる分野へウイングを伸ばすもの

※既存市場との関連市場に進出する：既にある販売チャンネルをある程度活かせる

※新製品をもって新市場を開拓する：全く新しい製品で全く新しい市場に挑んでいく。新市場で主導的な立場を築ける可能性

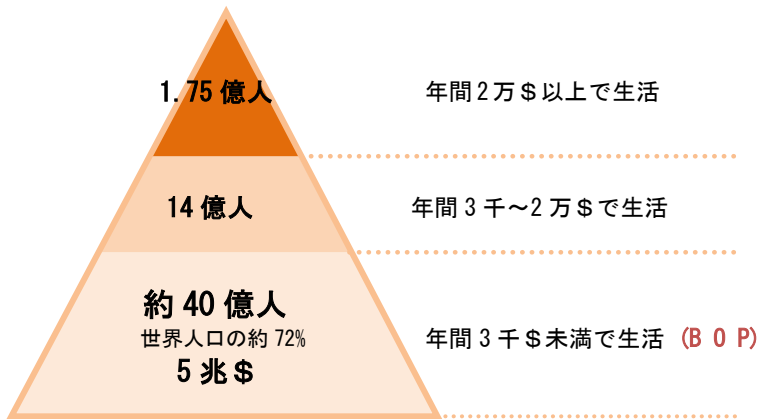
Lohaspace Co., Ltd. の環境・他事業

**BOP ビジネス**・・・環境を考慮した製品を貧困層に安価に提供できる製品の開発 ★B

逆転の発想・・・新エネルギーの提案・開発 ★C

★A ★B ★C お問い合わせください。

(BOP ビジネス)



BOP 層の生活レベルを向上させ、貧困の削減に貢献  
慈善事業ではなく、利益を目的とした事業  
持続可能なビジネス

労働力や生産物などの適正な対価を得られない…数多くの満たされないニーズが眠っている  
インフラが整っている…非効率で高コストな流通、不十分な供給体制により高額な対価の支払い  
BOP 層は国や地域によって人口に占める割合が違う…地域ごとに構成が異なる BOP 層の家計支出は食料品が圧倒的…情報・通信・金融の支出が伸びる傾向にある