

キャッチフレーズ 創意工夫

I. 経営理念(企業ビジョン)

- ・PLAN DO FITでお客様の思いを『カタチ』にし続けます。
- ・PLAN DO FITで時代のニーズを追究し続けます。・PLAN DO FITで『ありがとう』と言われる会社をつくり、人をつくり続けます。

II-1. 企業概要

【代表取締役会長】 勝俣 充徳  
 【代表取締役社長】 勝俣 智史  
 【住所】 本社 〒410-1325 静岡県駿東郡小山町一色  
 97-3 従業員数 177名  
 【事業内容】 アルミニウム箔の加工及び製品の販売、食品一次包材の製造、野菜の販売、飲食店運営

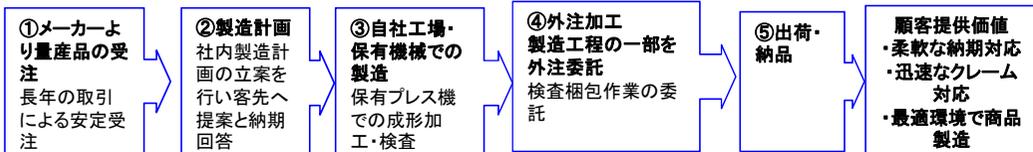
II-2. 沿革

- ・昭和38年 創業者 勝俣太郎が陶器工業製作所として創業。
- ・平成6年 代表取締役に勝俣充徳が就任する。
- ・異工業株式会社、株式会社フィット、株式会社エムテックの3社を合併し、株式会社フィットコーポレーションに社名変更する。
- ・平成24年 取締役社長に勝俣智史が就任する。

II-3. 受賞歴・認証・資格等

- ・ISO9001 認証取得

III-1. 内部環境(業務の流れ)



業務の流れ	他社との差別化に繋がっている取組
① 受注	受注、納期対応の担当の配置にこだわっている 人間性と能力と熱意を重視した配置。
② 製造計画	限りなくスピーディな要求への対応をしている。
③ 製造	長年稼働している機械の安定性と生産性にこだわった新しい機械を駆使した製造工程。
④ 製造委託	長年取引している委託加工先、施設での外注加工により安定した製造期間が維持できている。
⑤ 出荷・納品	受注、納期対応と同じく、出荷担当の人員配置にこだわる。製品の最終チェックは怠らない。
顧客提供価値	お客様の要望は極力対応したいと考えている。可能な限り気づき、対応と提案する付加価値がある。万が一のクレームに対して真摯に対応できる。過去の経験を保存し、共有している。7Sの徹底。

III-2 内部環境(強み・弱み)

<p>【自社の強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若手社員が徐々に自立してきている。</li> <li>・ニーズを追究し、トライしている。</li> <li>・『危機意識』と『感謝の意』を持っている。</li> <li>・治具制作が自社で出来る。</li> <li>・汎用性(多用途)のある機械装置がある。</li> <li>・カイゼンに対し全従業員を巻き込んでいる。</li> </ul>	<p>【自社の弱み】(経営課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若手の入社が少ない。</li> <li>・金型の技術力がまだまだである。</li> <li>・社員数が増加している。</li> <li>・管理力が低下している。</li> <li>・一部自動化ができない(手作業)。</li> <li>・建屋が古い(老朽化)。</li> <li>・原価管理分析ができていない。</li> </ul>
<p>【その理由・背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・班長制等の責任のあるポストに若手を抜擢するようにした。</li> <li>・ニーズに対して敏感に、スピーディに対応している。</li> <li>・社員の評価は知識力や技術力より熱意や人間性重視。</li> <li>・機械保全、治具制作の意義の再確認、重要性を理解。</li> <li>・様々な仕事をこなせてきた歴史がある。</li> <li>・カイゼン提案制度の導入、盛んな提案。</li> </ul>	<p>【その理由・背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平均年齢の上昇、若手の入社が乏しい。</li> <li>・技術の継承が滞っている。特殊な技術や時代背景。</li> </ul>

IV. 外部環境(機会と脅威)

機会	取組の優先順位
・顧客淘汰によるシェア拡大。後継者不在、フェードアウト。	2
・円安 海外生産から国内生産移行。	3
・補助金制度による設備投資、人材投資の拡大。	1

脅威	取組の優先順位
・人口減少に伴う国内市場の減少。	3
・海外生産による国内の空洞化。	2
・労働生産人口減による労働力確保の困難。	1

V. 今後のビジョン(方針・戦略)

外部環境と知的資産を踏まえた今後のビジョン	①	内製化による原価構造の刷新、納期短縮、在庫改善、品質強化。⇒差別化
	②	機械投資により手作業から半自動化による品質安定と人件費抑制。⇒省力化
	③	積極的投資と回避的戦略 ⇒新規事業の模索とスクラップ。

今後のビジョンを実現するための取組	①-1外注加工の工程を内製化し、外注加工費削減 現状の売上費10%越えから5%以下への先は限りなく0%へ。-2 オンリーワン機械の開発と投資。 ② 機械導入により工程改革をするための社員教育、会社方針の共有、人事評価制度の刷新により目標連動型の評価制度。 ③-1 付加価値品へトライ 客先で開発された商品の製造から自社の商品開発。(開発・営業・流通のノウハウ取得)-2 既存の事業のスクラップ、不採算事業への改善努力を経たうえでの見切り。
-------------------	---

VI. 価値創造のストーリー

	【過去～現在のストーリー】 (2008年～2015年) 知的資産の活用状況	【現在～将来のストーリー】 (2016年～2020年) 知的資産の活用目標
人的資産	※従業員が退職時に一緒に持ち出す資産(ノウハウ、技能、経験、モチベーション、経営者の能力など) ・飲食事業の複数店展開により急激に従業員数確保 80名⇒180名 ・アイデア提案の母数増 ・100人いればそれだけの知恵	・経営理念の浸透活動 ・積極的資格取得女性の工業資格取得強化 ・多能工化 ・従業員すべてに向けた感謝祭の実施 ・社員表彰による海外研修の実施
構造資産	※従業員が退職時に企業内に残留する資産(システム、ブランド力、もうかる仕組みなど) ・カイゼン提案制度(褒賞付き)・社員のやりがい ・積極的な省力化、資料の電子化と共有	・社員区分の増設 働き方選択肢を増やす女性の活躍、高齢者の活躍のための待遇を用意 人件費増、人件費率減の仕組みと体制 ・半期ごとの目標PDCA、従業員にとってやりがいのある人事考課制度の大幅な改定(2016年) ・日々決算の仕組み導入、販売管理システムの切替
関係資産	※企業の対外的関係に付随した全ての資産(販路、顧客・金融機関などの関係など) ・顧客の信用 創業50年の歴史の中で築いてきた信頼関係 ・資金の調達 幸いにも現状困っていない事	・長年操業してきた中でのお客様、協力企業外注先とのコミュニケーション強化 社員総会へ幅広く招待 ・完全な自己資金による運営(借入金ゼロ)によりお客様への安心、信用の獲得 余裕が持てる金策 ・現代のマーケティング手法への情報収集 現状存在しないが、絶対的なBtoC販路獲得
その他	※上記3分類に属さないもの(資金、設備など) ・ものづくり補助金を利用し導入した機械装置 ・売掛商売と日銭商売 飲食店運営事業開始	・飲食店舗 10店舗へ 現状5店舗 2016年1月現在3店舗出店が確定 2017年に10店舗達成により更なる日銭確保、資金安定

KGI

【現在】 売上15億円 経常利益6.6%	【将来】 売上20億円 経常利益10%
-------------------------	------------------------