グローカル人材育成にむけた科目開発プロジェクト

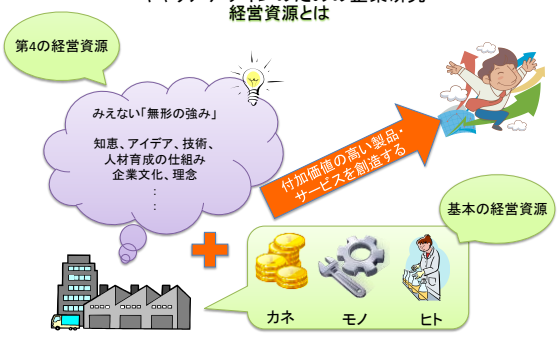
- 地場産業論(3セメスター)
- コミュニケーション・ワークショップ演習(3セメスター)
- キャリアデザインのための企業研究(4セメスター)
- グローバル・シチズンシップ・エデュケーションV:企業の社会的貢献(5セメスター)
- グローカル戦略と人材研究(6セメスター)

キャリアデザインのための企業研究

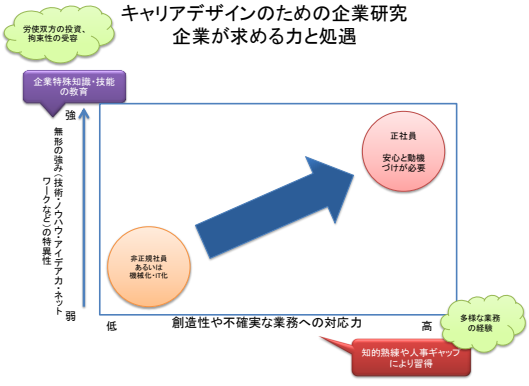
- 目的:付加価値の高い製品やサービスを提供している企業や、社会の変化に対応してきた老舗企業などの調査(企業訪問)を通じて、知識社会における競争力の源泉について考察し、受講者がどのようなキャリアの形成を図る必要があるのかについて気づきを与える
- 授業の進め方
  - ❖ 付加価値の源泉となっている経営資源の分析法や表現法に関する講義を受講する
  - ❖ チーム毎に分析する企業を選定し、経営者等に対するヒアリング調査や業界研究を通じて、当該企業の強みを考察する
  - ❖ 最終日に企業関係者を招き、当該企業の強み活用策を提案するとともに、その活用策を実行するためには、どのようなキャリアデザインが必要となるのかについて発表する
- 授業協力者(2013年度)

  Dari K 株式会社、有限会社 篠ファーム、
  中野製薬 株式会社、株式会社 ロマンライフ、株式会社 和光舎 (順不同)

キャリアデザインのための企業研究
経営資源とは



キャリアデザインのための企業研究
企業が求める力と処遇



キャリアデザインのための企業研究
進め方

中野製薬株式会社

～「夢を売る」企業 ナカノ～

キャリアデザインのための企業研究
４班　王廷濱 林哲也 松尾実可子 松舟知里

目次

1．企業概要
2．事業内容
3．訪問理由
4．事業フローチャート
5．中野の強み
6．中野のマネジメント
7．中野の企業理念・方針
8．強みへのフォーカス
9．美容業界の現状
10．消費者のニーズ
11．発展策
12．キャリアデザイン

1．企業概要

中野製薬株式会社

- 代表取締役社長：中野耕太郎　様
- 本 社 所 在 地　：京都市山科区東野北井ノ上町6番地の20
- 設　　立　：1959年 9月
- 資　本　金　：１億円
- 従　業　員　：263人

NAKANO
BRAND-NEW CREATION

画像：中野製薬HPより掲載

2．事業内容

- シャンプー、リンス、トリートメント、スタイリング剤、パーマ液、ヘアカラー、育毛剤等の頭髪化粧品、医薬部外品の製造、美容業界への専門販売

3．訪問理由

- 班のあるメンバーのバイト先の量品店で、中野のスタイリング剤は月に数十万の売り上げを確保している
- 中野のワックスは非常に認知度が高く、使いやすい商品
- 京都にある中小企業として、日本の美容業界を支えている

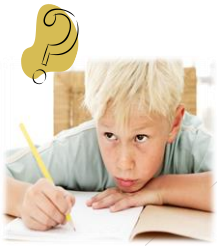
4．事業フローチャート

経営理念・方針	マネジメント	強み	特徴
• 行動指針10カ条 • 徹底的な顧客志向	• サロンとの連携 • 職場環境の整備 • 社員育成	• 品質が良い • 使いやすい • 多種多様なシリーズ	• ファイバータイプワックス開発

5．中野の強み

中小企業ながら、**品質の高い**製品を製造している
美容師からも**使いやすさ**に定評がある
→なぜだろう？

- サロンとの連携が深い
- アイデアがある



6．中野のマネジメント

①サロンとの連携

- 研究開発と美容師の距離が近い
- 「ロイヤルカスタマー戦略」や「店販活性化」をサロンに提案
- NBC（NAKANO Beauty College）で若者の美容師育成にも力を入れている。

画像：中野製薬HPより掲載

6．中野のマネジメント

②職場環境の整備

- 研究開発と販売・営業の距離が近い
- 豊富な会議室
- 最先端の研究機材の導入
- 広い研究スペース
- 社員の健康促進
  （バランスボールの導入、禁煙活動など）

画像：中野製薬HPより掲載

6．中野のマネジメント

③社員育成

- 元美容師が行う研修
- 研究者は入社後すぐに営業活動をする
- 海外研修

画像：中野製薬HPより掲載

7．中野の経営理念・方針

現社長、中野耕太郎様のお話
13歳の時、当時の社長、中野孝一様と死別
28歳で代表取締役社長に就任
↓
周りの役員は年上の方ばかり
新しい考え方が生まれにくい状況であった

画像：中野製薬HPより掲載

7．中野の経営理念・方針

行動指針10カ条

- 顧客に役立ち、喜ばれる仕事をする
- 正直に、一生懸命に生きる
- 人への配慮と感謝の気持ちを持つ
- 過去の判断にとらわれず、プラス思考で考える
- もっと見る、もっと聞く、もっと話す
- 批判や文句は言わず、前向きな意見を言う
- 議論は尽くす、決定には従う
- 失敗を恐れず、まずは実行する
- 決してあきらめず、ねばり強く続ける
- 自分の枠を一歩踏み出した仕事をする

当たり前のことが
当たり前にできるように

８．強みへのフォーカス

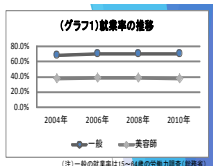
『夢を売る』

▶ 中野の製品を使うことによって、「幸せになってほしい」
→使いやすさ、多種多様なシリーズに繋がっている

▶ お客様だけでなく、美容師、従業員にも「幸せになってほしい」
→NBC、海外研修に繋がっている

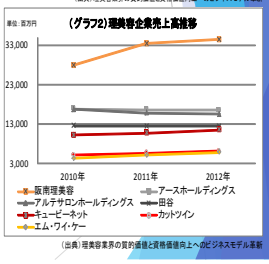
９．美容業界の現状

▶ 美容師の就業率の低さ（グラフ１）
→美容業界全体として、縮小傾向にある



（注）一般の就業率は15～64歳の労働力調査（総務省）
（出典）理美容業界の質的価値と資格価値向上へのビジネスモデル革新

▶ 低価格サロンと高付加価値型サロンの二極化が進んでいる（グラフ２）



（出典）理美容業界の質的価値と資格価値向上へのビジネスモデル革新

１０.消費者のニーズ

将来、パートナーが
薄毛になるのでは？
心配だけど、言えない
…
気軽にプレゼント
できたらいいのに！！

あの子、最近髪の
毛
痛んでるよな～
私のオススメの商
品を
教えてあげた
い！！

１１．発展策①

▶ Xmas、バレンタイン、誕生日用にギフト化
→ギフト化により店販活性化
→美容師の収入アップ
→美容師の減少に歯止めをかける

１１．発展策②

▶ 新たな顧客開拓
→低価格サロンへ展開
→顧客の美容意識の向上へつなげる
→より多くの人に幸せになってもらえる

１２．キャリアデザイン

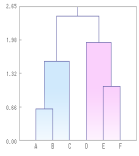
▶ 多種多様な視点から物事を考えられるように
（固定概念にとらわれない）
▶ 外部にも目を向ける
（実際に行き現状を知ることも大切）

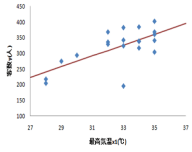
行動指針１０ヵ条のように
当たり前のことを
当たり前に！！

中野の研究者のように
行動力、決断心をもって！！

１２．キャリアデザイン

▶「企業の無形の強み」と「顧客の潜在的ニーズ」を見抜く力





無形のものを
「見える化」する力
＝統計リテラシーの習得

参考文献

- 中森孝文『「無形の強み」の活かし方』経済産業調査会、2009年
- 中野製薬HP（２月６日閲覧）

http://www.nakano-seiyaku.co.jp/#/top

- 千田啓互「理美容業界の質的価値と資格価値向上へのビジネスモデル革新」（2月8日閲覧）

http://www.mba.u-hyogo.ac.jp/SBR/3-1/053.pdf

- 厚生労働省「美容業界の実態と経営改善の方策」（2月8日閲覧）

http://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-10601000-Daijinkanboukouseikagakuka-Kouseikagakuka/0000027509.pdf

ご清聴ありがとうございました！！