



企業名	株式会社 関東贈答	作成年月日	2021.5.28
-----	-----------	-------	-----------

将来構想のキャッチフレーズ

**暦生活。・・・日々の生活に必要な暦文化を次世代へのこす。**

これまで  
どうだった？

資源	ビジネスモデル	提供価値（誰に・何を）
<ul style="list-style-type: none"> <li>各カレンダーメーカーより製品の仕入れ</li> <li>当社にしかできない、名入加工技術</li> <li>通常の印刷屋には出来ない、印刷技術</li> <li>暦販売店との強固な関係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>代理店との関係を生かした卸売</li> <li>90%以上のリピート率</li> <li>カレンダー印刷機の弊社独自の改良</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社印刷による、短納期、少量生産</li> <li>印刷機独自改良により綺麗な印刷提供</li> </ul>

課題

- 若い世代の暦離れ
- カレンダー製品仕入れの値上げ(ここ5年毎年)
- 価格破壊(安定していない単価)

2年後には  
こうしたい！

資源	ビジネスモデル	提供価値（どんな相手に・何を）
<ul style="list-style-type: none"> <li>メーカー品ではなく、自社オリジナルの暦を製品化し、ブランド力を商品に付ける</li> <li>若い世代に暦に対して、興味を持ってもらえる情報発信</li> <li>暦販売店とのメーカーからの共同仕入れ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品ブランド力で、海外への輸出</li> <li>SNSやYouTubeを使い暦の面白さを若い世代に伝える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本文化や日本製が好きな外国人に製品を提供</li> <li>暦に興味を持ってもらった若い世代との暦フェスの開催</li> <li>暦販売店との共同仕入れによる、お客様への安定した単価と製品の提供</li> </ul>

外部環境

- 外国人観光客や日本文化を学びに来る留学生の増加
- 海外での天地明察などの映画の影響もあり、海外でも月の満ち欠けや星座の移り変わりが人気上昇中

2023年に向けていまからどうするか

- 外国人のニーズを調べ、オリジナル製品を作成し、製品ブランド力を高める。
- 興味を引きそうな暦情報発信の作成
- 暦の知識本の発行