

魅力発信レポート（2015年）

※ 2010年に第1版、2011年に第2版、2012年に第3版を作成しています

株式会社
印南製作所

AUTOMATION SYSTEM ➡

目次

はじめに	3
1. 会社データ	4
(1) 基本情報	4
(2) 沿革	4
(3) 経営理念	5
2. 事業内容と取扱製品の特徴	6
(1) 事業の概要	6
(2) 包装機械の受注生産（既存分野）	6
【コラム】包装と梱包、似て非なるもの	7
(3) 自動化システムフルオーダーサービス（新規分野）	8
【コラム】「断らない印南」が生まれるまで	9
(4) メール使用 梱包機械（新規分野・自社ブランド製品）	10
(5) 宅配使用 梱包機械（新規分野・自社ブランド製品）	11
(6) 自動ポスター巻き機（新規分野・自社ブランド製品）	12
(7) 当社の強み	13
3. 業界の動向	14
(1) 包装機械（既存分野）の動向	14
(2) 梱包機械（新規分野 自社ブランド製品）の動向	15
(3) 強みと事業機会（まとめ）	15
4. ビジネスモデルと自社のこだわり	16
(1) ビジネスモデル	16
(2) 魅力発信 ～新製品の出展とメディアを通じた情報発信～	17
5. 将来に向けた事業展開（事業価値創造ストーリー）	18
(1) 過去ストーリーと業績の推移	18
(2) 実績（第54期：2015年8月期）	19
(3) ビジョン プラス5	20
(4) 目標（第55期：2016年8月期）	21
6. 人的育成方針	22
(1) 経営理念 “I N N A M I の約束” を実行するために	22
(2) 社員の声	23
(3) 新しい仲間たち（新入社員）	23
(4) インターンシップ制度	23

はじめに

ごあいさつ

当社は、1957年に私の父が金属プレス業として起業し、2015年9月に創業第60期を迎えました。

東京都足立区で省力化機械製造業を営んでおります。主力事業は包装機械製造の受注生産ですが、最近、新規分野（包装機械以外）の開拓にも積極的に取り組んでおります。

イノベーションへの挑戦

新規分野を開拓するために、2010年、新たな経営理念「INNAMIの約束」を制定しました。3つの約束のひとつに、「たゆまぬ変革により、新たな価値を創造します」という経営革新（イノベーション）への決意を盛り込みました。

自社オリジナル製品の開発

同年、当社にとって初めての自社オリジナル製品「エコメールバック」を開発し、産業交流展に出展いたしました。

その後、「メール便パッケージソリューション」、「宅配便ダンボールパッドシュリンク包装機」、「宅配便パッケージソリューション」など、梱包機械分野で自社オリジナルの新製品を開発し、年2回以上、通販ソリューション展や東京バック（東京国際放送店）などへ出展させていただきました。

2015年には、ものづくり・商業・サービス革新補助金の交付を受け、設計機能を拡充し、「自動ポスター巻き機」の開発を進めております。



皆様方と共に、歩み愛される会社へ

展示会などを通じまして、新製品や技術力などに魅力を感じていただきましたお客様より、新規分野の引き合いもいただけるようになりました。お悩みやお困りの問題を調査・把握し、お客様にとって最適なご提案をさせていただきます所存です。

半世紀培った徹底したモノ創りへのこだわりと、未来を創造する柔軟なアイデアで、皆様方と共に、歩み愛される会社になりたいと考えております。新生『INNAMI』に、より一層のご愛顧とご支援を賜りますよう、何卒宜しくお願い申し上げます。

2015年10月

代表取締役 印南 英一

1. 会社データ

(1) 基本情報

会 社 名	株式会社印南製作所
設 立	1962年3月27日
代 表 者	印南 英一
所 在 地	〒120-0047 東京都足立区宮城1-12-22
電 話 番 号	03-3912-2976 (代)
ホ ー ム ペ ー ジ	http://www.innami-factory.co.jp/
事 業 内 容	包装機械及び省力化機械の開発・製造・販売
資 本 金	1,000万円 (2015年8月期)
従 業 員 数	65名 (2015年8月期)
売 上 高	1,300百万円 (2015年8月期)
主 要 取 引 先	包装機製造販売業、通信販売小売業、代理店・商社各社
関係協力会社	加工業者 45社、材料業者 10社、外処理業者 10社 購入業者 20社、その他 50社
取 引 先 銀 行	巢鴨信用金庫、三井住友銀行、城北信用金庫、三菱東京UFJ銀行、東京都民銀行、新銀行東京、日本政策金融公庫
主 な 設 備	複合加工機、縦型マシニングセンター、横型マシニングセンター、NC旋盤、タレットパンチプレス、バンダー、3D CAD/CAM、INNAMIクリエーションシステム、他多数

(2) 沿革

1957年 3月	印南英夫が印南製作所（個人事業主）を創業する。
1962年 3月	足立区宮城に有限会社を設立する。
1976年 9月	資本金1,000万円に増資する。株式会社に組織変更する。
1996年 8月	売上高が創業以来最高の14億4千万円を計上する。
1999年 9月	印南英夫が会長に、印南英一が代表取締役役に就任する。
2010年 9月	法人設立50期を迎える。
2010年10月	初の自社オリジナル製品エコメールパックを開発し、産業交流展2010に出展する。
2011年 5月	エコメールパックが「第23回中小企業優秀新技術・新製品賞」の優良賞を受賞する。
2012年 5月	メール使用パッケージソリューションを物流 ITソリューションフェアに出展する。
2014年10月	宅配使用ダンボールパッドシュリンク包装機、宅配使用パッケージソリューションを東京パック2014に出展する。
2015年 7月	自動ポスター巻き機で、ものづくり・商業・サービス革新補助金申請の採択を受ける。
2015年10月	自動ポスター巻き機を第3回 通販ソリューション展 秋に出展する（予定）。

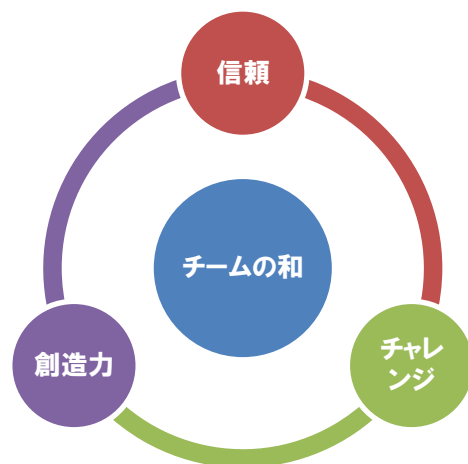
1. 会社データ

(3) 経営理念

2011年、印南製作所は設立50周年を迎えました。次の50年に向け、私たちがさらに発展していくためには、総合力を高め、各部署の技術やサービスの信頼性を向上させるための取り組みがますます重要になります。このような中で印南製作所は、全社員の一体感を高めるために、創業以来、共有してきた価値観を「経営理念」として制定しました。それが、ここで紹介する「INNAMIの約束」です。

「 INNAMIの約束 」

- 信頼される技術、製品、サービスを提供します。
「信頼」をつくりだす、チームでいよう。
- 社員一人一人を活かし、チームの和を尊びます。
「違い」を認め合うことで、創造力が生まれる。
- たゆまぬ変革により、新たな価値を創造します。
チャレンジする心から、進化は始まる。



経済のグローバル化や企業を取り巻く環境変化が厳しさを増す中で、私たちは全社員で「経営理念」を共有・実践し、チーム力を強化し、たゆまぬ変革により、お客様・社会にとっての新しい価値を創造します。

印南製作所が社会と共に持続的な成長を遂げていくために。

スタッフ・ミーティング

お客様への最適なご提案のためには、社員による課題の共有化が重要になります。

4つの部門間を超えた『スタッフ・ミーティング』を行い、常に共通課題を持てるようにしています。

スタッフの知識・能力を結集し、最大限に発揮して、優れた製品の開発体制を築きあげています。



2. 事業内容と取扱製品の特徴

(1) 事業の概要

当社の事業内容は、既存分野（包装機械）と新規分野（包装機械以外）に分けることができます。

既存分野の包装機械製造を通じて蓄積した技術や一貫生産体制を活用し、新規分野で様々な省力化機械製造を、設計段階からあるいは生産段階から受注しています。

新規分野では、自社ブランドの新製品も開発し、特に、物流関連の梱包機械の製品ラインが充実してきました。これらの自社製品を活用した物流サービス（発送代行）も行っています。

カテゴリー		売上高	事業内容	
既存分野	包装機械	1,165百万円	大手包装機械の受注	生産
新規分野	包装機械以外	135百万円	自動化システムの受注	開発・生産
			自社ブランド製品 (EMP/MSPS, CPS/HDPS, PWM)	開発・生産
			新規サービス (発送代行サービス等)	開発 サービスの提供

(EMP：エコメールパック、MSPS：メール便パッケージソリューション、CPS：宅配使用ダンボールパッドシュリンク包装機、HDPS：宅配使用パッケージソリューション、PWM：自動ポスター巻き機)

(2) 包装機械の受注生産（既存分野）

包装機械の受注生産

- 当社は、1962年の設立以来、大手包装機械製造業から食品・医薬品メーカー向けの包装機械の生産を受注し、設計、開発、部品加工、組立までの一貫生産を行ってきました。

高品質・短納期・ローコストオペレーション

- 高品質・短納期・ローコストオペレーションを実現し、手のひらサイズの小型機器から総全長15mを超える大型ライン装置まで、難度の高いお客様の要請にも柔軟に対応しています。

2. 事業内容と取扱製品の特徴

【コラム】 包装と梱包、似て非なるもの

包装とは

包装は商品そのもののパッケージで、フィルムやカートン・成形容器などで形成されています。商品価値を高めるため、外観や安全・衛生、計画生産など様々なアイデアが網羅されています。読んで字のごとく「包んで装う」包装は、日本の文化に根付いた世界トップレベルの技術です。

お届け物は風呂敷でくるみ、お酒は和紙で巻き上げます。贈答品はデパートの包装紙で、弁当箱はナブキンで包みます。きめ細やかな気配りは、日本ならではの文化です。

外国映画で目にするプレゼントは、リボンをひも解くとすぐに商品を取り出せ、弁当のサンドイッチやバーガーはペーパーでくるんでいるだけです。

過剰包装と言えばそれまでですが、そういった日本人のこだわりに技術が必要となり、包装機械が様々な商品開発にも貢献しているのです。



商品をそのものを「包んで装う」

今ではカット野菜があたりまえのように売られていますが、ガス充填装置の技術により日持ちする包装が可能になったからです。他にも、加熱対応のレトルト食品や再開閉可能なジッパー包装など、包装技術の進化は商品開発にも影響を与えています。

梱包とは

包装とは違って、梱包は荷造りのためのパッケージです。ダンボールやコート紙、フィルムなどで形成され、物流に乘せる手段としての荷物造りです。

包装を取り扱う食品、医薬品、日用品などは製造工場で大量にパッケージしますが、梱包は、倉庫や店舗、事務所などで少量をパッケージします。個人的内容物のため画一化が図れなく、そのランダムさゆえに人海戦術に頼り、機械化が進んでいないのが実態です。

2. 事業内容と取扱製品の特徴

(3) 自動化システムフルオーダーサービス (新規分野)

自動化システムの受注生産

- 包装機械の受注生産を通じて蓄積した技術やノウハウを活用し、様々な業界・業種のお客様より、省力化につながる機器・装置・設備の企画、設計、開発、部品加工、組立までの一貫生産を行っています。



蓄積した技術。ノウハウの活用

断らない印南

- 「断らない印南」「諦めない印南」がスローガンです。お客様のご要望を実現するため、例え技術的なリスクが予想される場合でも、それを乗り越えるためにチャレンジします。

導入事例マシン

- お客様のご希望、ご環境に合わせた機械、システムをご提供いたします。



ポスター自動巻き機



コンテナ移載装置



焼き菓子移載装置

2. 事業内容と取扱製品の特徴

【コラム】「断らない印南」が生まれるまで

当社は、金属プレス加工で起業し、機械加工・板金加工・組立調整・機械設計・制御設計・電気工事・メンテナンスに至るまで、事業内容を少しずつ拡張してきました。しかし、1990年代から2000年代にかけて、様々な壁に阻まれ続けてまいりました。「バブル崩壊」「価格破壊・デフレ」「リーマンショック」などです。

その都度、壁を乗り越えながらも、当社の体力は低下し、低体温症は悪化してきました。当社の事業は、包装機械の受注生産だけに依存しておりましたが、事業の継続すら見通せない窮地に追い込まれていきました。

そんな中、2007年春、大手通販サイトより開発の相談が持ち込まれました。「メール便の新しいパッケージ・マシンを開発してくれないか」という要請でした。

先行きの見えない業績低迷の時期でビッグチャンスではありましたが、資金繰りや技術リスクで正直即答はできませんでした。

しかし、打ち合わせに出向いてみて、カルチャーショックを受けました。 Poloシャツにパーカー、ジーンズ姿の支社長と面談いたしました。同じくジーンズ姿のスタッフの中で「物流を変えよう」と握手を求められたのです。



代表取締役 印南英一

この時、外資系の成果主義や改善提案の積極推進に間近に触れ、継続・存続を第一義に重んじていた保守的な経営理念が、一発で砕け散ったのです。勢いも相まって握手をしてしまい、そして、「断らない印南」が生まれたのです。

9か月間の試行錯誤を重ね、メール便パッケージ・マシンを導入しました。翌年2号機も導入し、現在、約60,000通のメール便が、毎日、当社のマシンでパッケージされ、大手通販サイトより発送されています。

2. 事業内容と取扱製品の特徴

(4) メール使用 梱包機械 (新規分野・自社ブランド製品)

エコメールパック と メール便パッケージ・ソリューション

- エコメールパックは、2010年に、当社が初めて開発した自社オリジナル製品です。
- ネット通販（EC）等においてメール便をご利用される販売業者様や物流業者様へ、物流コスト削減のための解決策（ソリューション）をご提供し、送料無料サービスの実現などをご支援しています。

【エコメールパックの特徴】

- 書籍・DVDなどハードケースの内容物の封入・封緘を得意とするパッケージングマシンです。
- 毎時450パック（1パック＝8秒）の梱包能力で発送業務を高速サポートし、発送経費削減を実現します。
- 当社オリジナルのメール便専用の段ボール封筒の張力で内容物をタイトに保護し、緩衝材を使用しません。



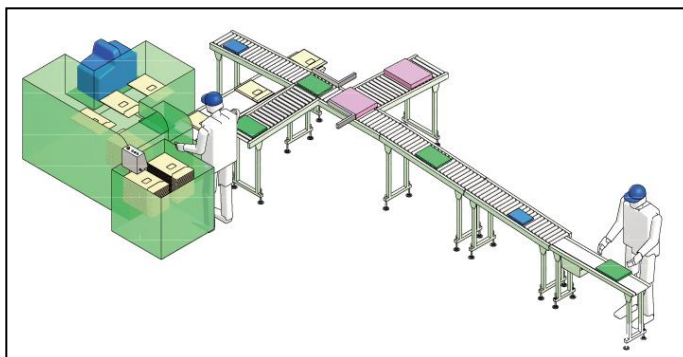
第23回「中小企業収集新技術・新製品賞」 優良賞受賞

主催 公益財団法人 りそな中小企業振興財団・
日刊工業新聞社、後援 経済産業省中小企業庁



【メール便パッケージソリューションの特徴】

- 誤梱包・誤配送をゼロにする「メール便梱包総合出荷システム」です。
- 「エコメールパック」を核に、受注登録・在庫登録・ピッキング・サイズ分類・照合・パッキング・シーリング・ラベリング・ソーティングの全工程をライン化しサーバーで一括管理します。



2. 事業内容と取扱製品の特徴

(5) 宅配便用 梱包機械 (新規分野・自社ブランド製品)

宅配便用 ダンボールパッドシュリンク包装機と宅配便パッケージソリューション

- ネット通販（EC）等において宅配便をご利用される販売業者様や物流業者様へ、物流コスト削減のための解決策（ソリューション）をご提供し、送料無料サービスの実現などをご支援しています。

【宅配便用 ダンボールパッドシュリンク包装機の特徴】

- 宅配便の梱包において、糊付も緩衝材も不要な商品固定を実現したシュリンク包装機です。
- 商品とパッドにフィルムを巻きシュリンクします。連続投入により毎時 500 個の生産能力があります。



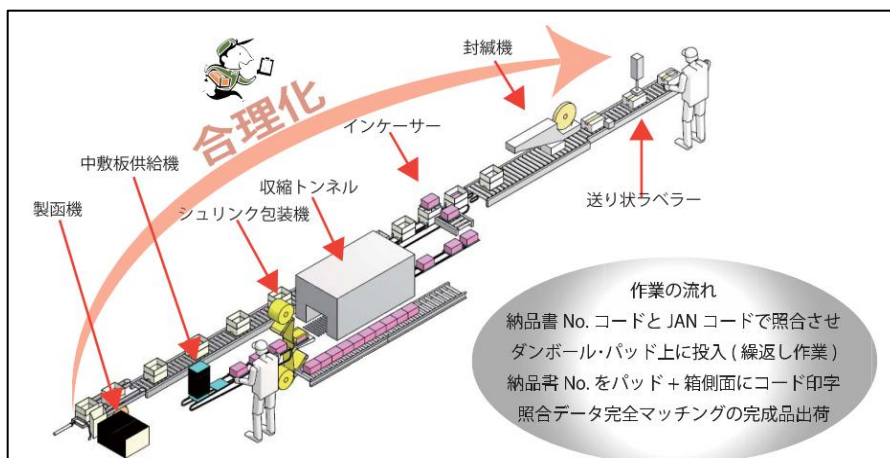
商品がフィルムでシュリンクされたダンボールパッド



中敷板フラップを手折りし宅配箱に手投入することにより、封緘作業だけで箱内にフィッティングします。

【宅配便便パッケージソリューションの特徴】

- 商品のダンボール梱包から発送までの一連業務を一括管理し、誤梱包・誤配送をゼロにする新型パッケージソリューションです。省人高速化によるコスト削減 + 安定出荷の確立を実現できます。



2. 事業内容と取扱製品の特徴

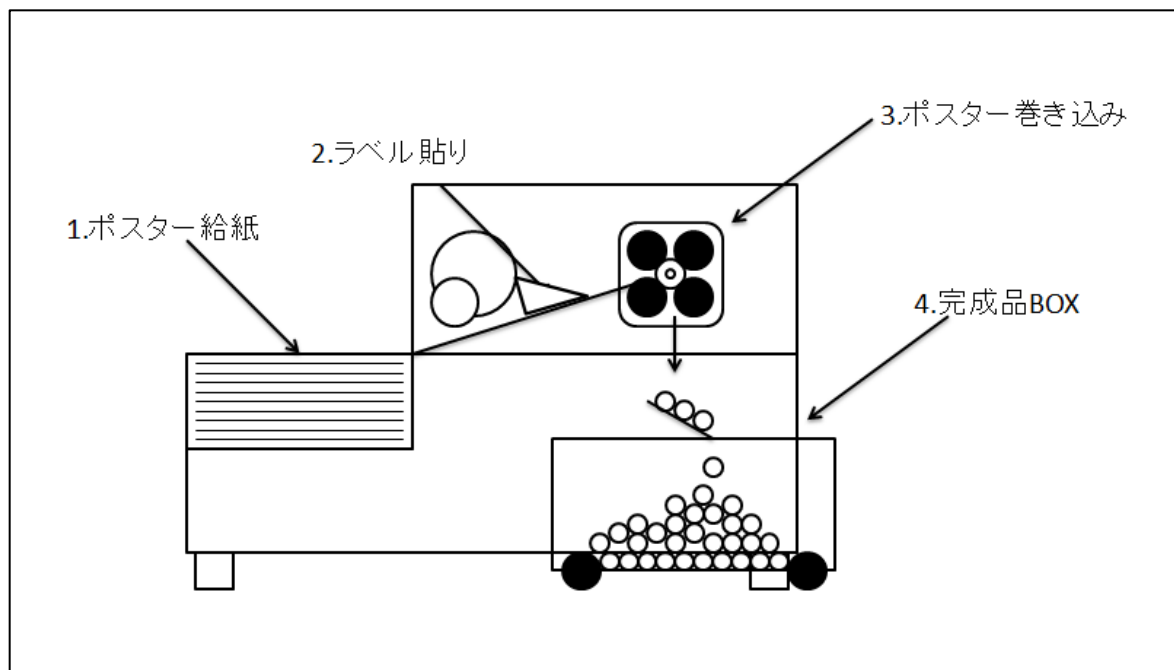
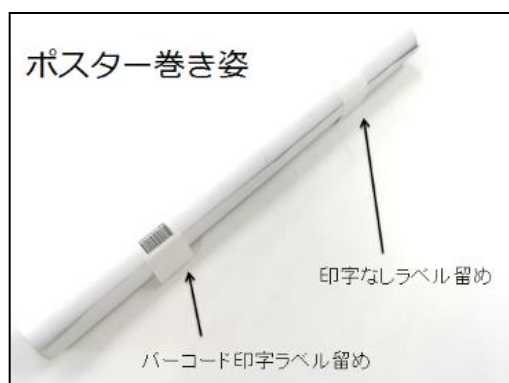
(6) 自動ポスター巻き機 (新規分野・自社ブランド製品)

自動ポスター巻き機 (第二世代機)

- 手間の掛かるポスター巻き作業を自動化し、作業時間削減に貢献します。
- 世界初の自動ポスター巻き機は、第二世代へと進化しました。

【第二世代機の特長】

- 装置価格・ランニングコストを低減しました。
- ポスターをバーコードによって管理できます。
- 給紙方式を変更し、より安定した稼動が可能になりました。
- 毎時600枚の処理能力があります。



2. 事業内容と取扱製品の特徴

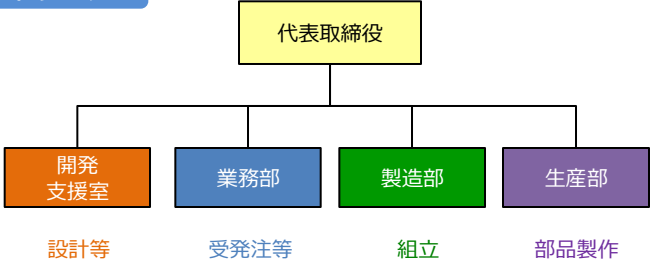
(7) 当社の強み

製品企画力・設計力

- 設計技術者の増員、3D-CADの設備投資などにより、設計力の強化を図っています。
- お客様の潜在的なニーズを洞察する力（インサイト）を育み、製品設計に落とし込みます。
- 設計技術者と製造担当者が連携することにより、組立容易性、部品の加工容易性や共通化などを追求し、生産リードタイムの短縮・コストダウンなどを実現しています。

社内一貫生産体制： 垣根のない部門間ネットワーク

- 本社ビル内で、開発支援室（設計等）、業務部（受発注等）、生産部（部品製作）、製造部（組立）すべてが、業務を行っています。
- この社内一貫生産体制により、お客様の潜在的なニーズを製品として具現化し、高品質、短納期、ローコストオペレーションを実現します。



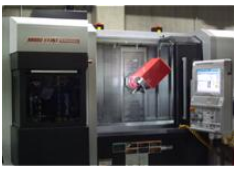
INNAMI クリエイション・システム

- 独自に開発した社内ネットワーク“INNAMI クリエイション・システム”を活用して工場内をネットワーク化し、リアルタイムで受発注、在庫、進捗、図面情報等の完全共有化を図っています。
- タブレット端末を使用して、即座に、必要な対応や資材を確認でき、シームレスで効率的な環境を作り出しています。



人財・設備への積極的な投資

- 2010年に従業員数は46名でしたが、2015年には65名まで。
- 毎年、設計・生産設備の更新・増強を行っています。

複合加工機 NTX2000(森精機)	タレットパンチプレス AE255NT(AMADA)	縦型マシニングセンター 530C(MAZAK)	バンダー HD8025NT(AMADA)	3D CAD CATIA V5(ダッソー・システムズ)
2012年導入	2013年導入	2014年導入	2015年導入	2015年導入
				

3. 業界の動向

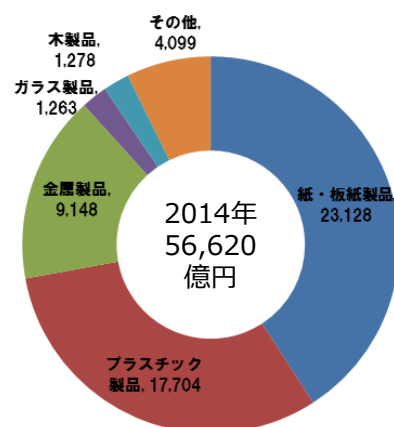
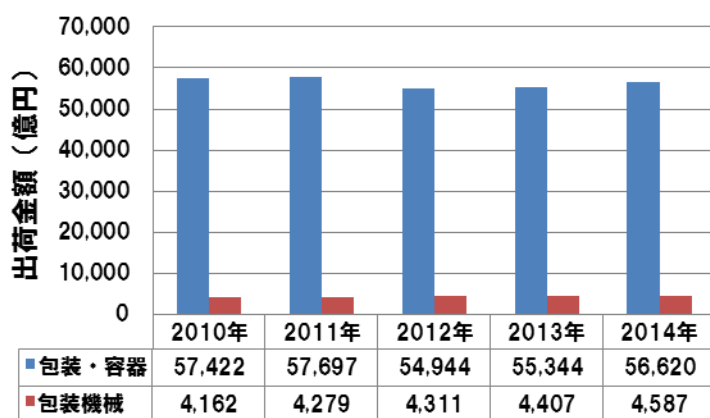
(1) 包装機械（既存分野）の動向

【包装機械出荷金額の緩やかな増加】

包装・容器関連産業は、大きく包装・容器産業と包装機械産業に分けることができます。包装機械の出荷金額は、2010年から2014年の4年間に、4,162億円から4,587億円へ、約10.2%増加しました。

一方、包装・容器産業の出荷金額は、2010年から2014年にかけて、5兆5,000億円から5兆5,800億円の間で横ばいとなっています。

包装産業出荷金額（出典：社団法人 日本包装技術協会）



【顧客ニーズとその対応】

① ローコスト、短納期要請の強まり

高品質は当然として、ローコストや短納期対応などの要請が強まってきています。社内および協力工場など社外ネットワークにおける品質の向上、短納期サイクル、ローコストオペレーションの実現が経営課題となります。

② 環境問題への対応

容器包装リサイクル法の制定など、包装・容器の軽量化、減容積化、簡素化、分別可能などの要求が高まり、3R（リデュース・リユース・リサイクル）に基づく製品の開発が、業界全体の課題となっています。生分解性があり環境負荷の少ない紙への材質変更や、金属や割れやすいガラス製品から軽く丈夫なプラスチックへの材質変更が進んでいます。省包装化、再資源化できる資材やエコバックの定着、内容物を保護する機能の向上、再使用品市場の拡大などが進んでいます。

【競合企業】

食品包装機械では、中堅・中小機械メーカーが主流で、大手機械メーカーはほとんど進出していません。流行り廃れの波が激しい商品を包装するために、一品一様の包装機器を、短納期で製作する必要があります。このため、中堅・中小機械メーカー主体の市場です。

長引く景気の低迷を受けて、梱包業界など他業界からの参入が続き、低価格要請が厳しくなりました。ただし、他業界と比較して食品や医薬品業界では、お客様の要求水準が高いことが特徴です。このため、新規参入企業の中には品質面・技術面に対応できず、撤退する企業も散見されます。

3. 業界の動向

(2) 梱包機械（新規分野 自社ブランド製品）の動向

新規事業では、ネット通販（EC； e-commerce）でメール便や宅配便をご利用される販売業者様や物流業者様向けに、業務効率化やコスト削減のための解決策（ソリューション）として、「エコメールパック」や「宅配使用ダンボールパッドシュリンク包装機」などをご提供しています。

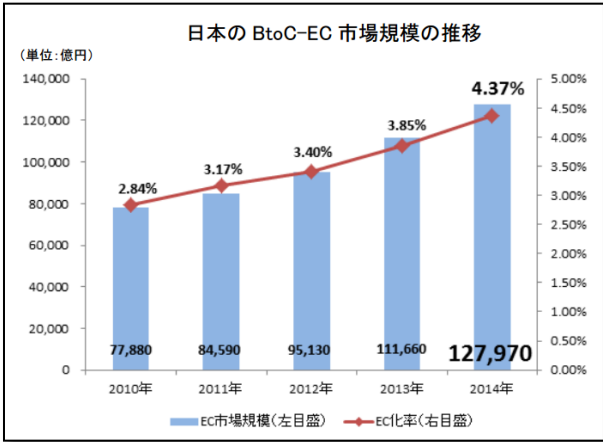
【ネット通販（EC）市場の拡大】

ネット通販市場が急速に拡大しています

BtoC-EC市場規模は、2010年から2014年までの4年間に、7兆7,880億円から12兆7,970億円へ、約64.3%増加しました。

また、EC化率も、2010年から2014年までの4年間に、2.84%から4.87%へと拡大しました。

（経済産業省「平成26年度我が国情報経済社会における基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」）

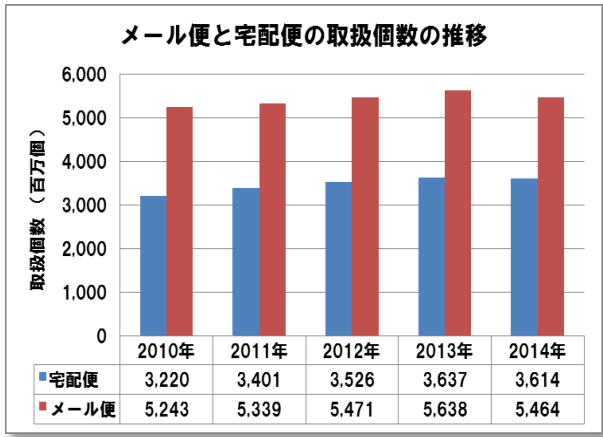


【メール便・宅配便取扱個数の推移】

メール便取扱個数、宅配便取扱個数は、2013年、それぞれ56億個、36億個を超え、最高値を記録しました。

2014年は、若干減少しましたが、高い水準を保っています。

（国土交通省「平成26年度宅配便等取扱個数の調査」）



このように、ネット通販市場（EC； e-commerce）が拡大するとともに、メール便取扱個数、宅配便取扱個数が高い水準を保っています。

(3) 強みと事業機会（まとめ）

強み

既存事業

- 社内一貫生産体制
- 高品質・短納期・ローコストオペレーション

新規事業

- 断らない印南
- 設計技術力
- 製品開発力と新製品ラインナップ

機会

既存事業

- 包装機械出荷額の緩やかな増加
- ローコスト、短納期要請の強まり

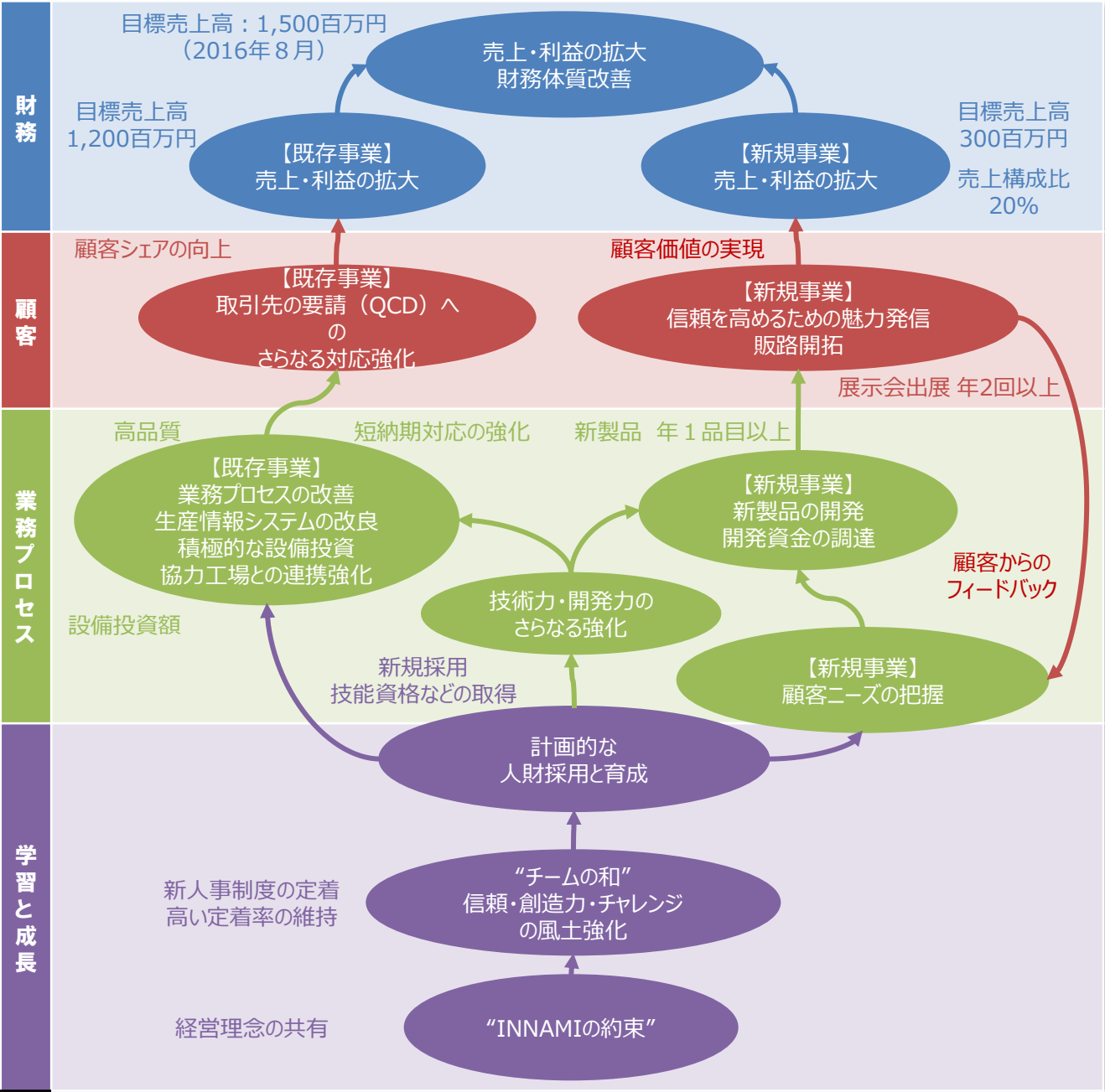
新規事業

- ネット通販（EC）市場の拡大
- 高水準のメール便・宅配便取扱個数
- 省力化機械の潜在的なニーズ

4. ビジネスモデルと自社のこだわり

(1) ビジネスモデル

- 経営理念に則り、たゆまぬ変革により、新たな価値を創造します。
- 既存事業（包装機械）では、品質・コスト・納期にこだわり、お客様の厳しい要請に応え続けます。
- 新規分野（包装機以外）では、新製品を開発し展示会に出展します。技術力など当社の魅力を感じていただき、製品をお使いいただき、ご信頼いただき、価値を認めていただけるよう尽力いたします。



4. ビジネスモデルと自社のこだわり

(2) 魅力発信 ～新製品の出展とメディアを通じた情報発信～

お客様やお取引先様に当社の魅力をご理解、ご信頼いただくために、積極的に情報発信を行っています。

【展示会への新製品の出展】

時期	展示会の名称	場所	新製品
2010年11月	産業交流展2010	東京ビックサイト	E M P
2011年 5月	ダイレクトマーケティングEXPO	東京ビックサイト	E M P
2012年 5月	物流 I T ソリューションフェア	東京ビックサイト	E M P / M S P S
2012年10月	東京国際包装展（東京パック）	東京ビックサイト	E M P / M S P S
2013年 5月	物流 I T ソリューションフェア	東京ビックサイト	E M P / M S P S
2014年 5月	物流 I T ソリューションフェア	東京ビックサイト	E M P / M S P S
2014年10月	東京国際包装展（東京パック）	東京ビックサイト	E M P / M S P S, C P S / H D P S
2015年 5月	物流 I T ソリューションフェア	東京ビックサイト	E M P / M S P S, C P S / H D P S
2015年10月	東京国際包装展（東京パック）	東京ビックサイト	P W M, C P S / H D P S

（E M P ; エコメールパック、M S P S ; メール便パッケージソリューション、C P S : 宅配使用ダンボールパッドシュリンク包装機、H D P S : 宅配使用パッケージソリューション、P W M : 自動ポスター巻き機）

【メディアを通じた情報発信】

年度・時季	メディア	情報発信の内容
2010年10月27日	日刊工業新聞	メール便自動梱包 通販・DM業者向け コスト大幅減
2011年 6月 1日	日刊工業新聞	中小企業優秀新技術・新製品賞 受賞5社トップ座談会
2013年 1月17日	テレビ朝日「東京サイト」	ものづくりに挑む若い力
2013年 6月	東京都信用金庫協会	第26回 優良企業表彰制度 表彰企業の概要
2013年 6月	「印刷界」6月号	発送業務の高速化とコスト削減を実現
2013年	東京都 「輝く技術光る企業」	他社にまねできないオリジナルな機械にこだわる株式会社 印南製作所
2014年05月 6日	流通ネットワークング	メール便の新提案 ～環境に優しいエコメールパック～
2014年 5月13日	日刊工業新聞	メール便梱包を代行 印南製作所 通販サイト向け
2014年12月22日	日刊工業新聞 Newscast 動画ニュース	ダンボール封筒に商品を自動で梱包するメール便自動梱包機 株式会社印南製作所
2015年 7月 8日	流通ネットワークング	通販業界へ挑む省力化機械メーカーの新提案

5. 将来に向けた事業展開（事業価値創造ストーリー）

（1） 過去ストーリーと業績の推移

● 事業の拡大

1957年の創業後、1991年のバブル景気の崩壊まで、日本経済の拡大とともに、当社の業績もほぼ順調に拡大しました。得られた収益により積極的に設備投資を実施し、製作・生産技術を蓄積しました。

● バブル崩壊

1991年のバブル崩壊直後、景気後退の影響は比較的に軽微でした。景気後退の影響を受けにくい食品業界をエンドユーザーとする包装機械の製造を手掛けていたためです。当社の業績はバブル崩壊後も拡大を続け、1996年8月期に売上高がピークに達しました。

● 低価格・短納期要請への対応

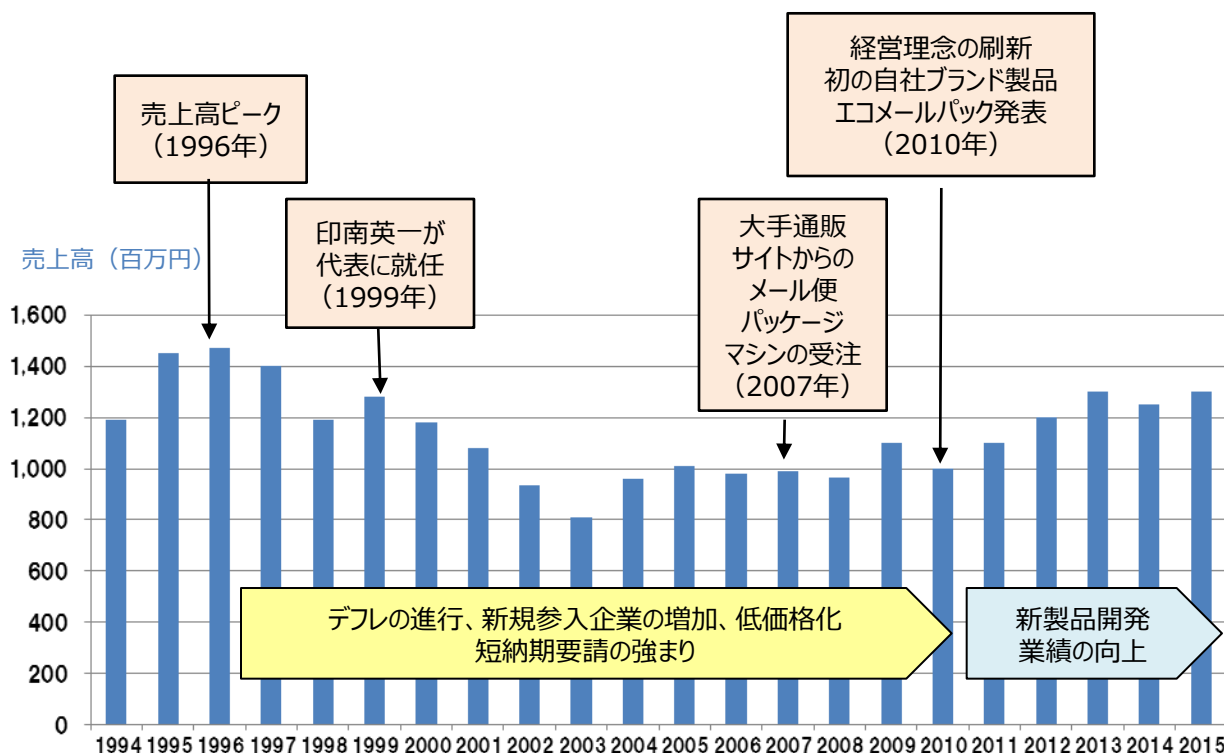
2000年前後、デフレが進行し、消費者から加工食品への低価格要請が強まりました。また、他業界からの市場参入もあり、包装機械業界でも低価格要請が厳しくなりました。その結果、当社の業績は急速に悪化いたしました。

● 自社ブランド製品の発売

2007年、大手通販サイトからメール便パッケージマシンを受注しました。

これが転機となり、2010年、経営理念を刷新し、「I N N A M I の約束」を制定、イノベーションの挑戦を決意いたしました。同年、初めての自社ブランド製品（エコメールパック）を開発しました。2014年には宅配使用ダンボールパッドシュリンク包装機、2015年には自動ポスター巻き機などの新製品を開発しました。

その結果、新規分野（包装機械以外）の受注を確保できるようになり、業績が向上しました。



5. 将来に向けた事業展開（事業価値創造ストーリー）

（2）実績（第54期：2015年8月期）

財 務

- 売上高： 売上高が前年度比4%増加し、1,300百万円となりました。
- 経常利益： 経常利益は1,300万円、売上高経常利益率は1.0%となりました。

顧 客

- 既存分野： 取引先の要請（品質・コスト・納期）に応え、売上高を維持しました。
- 新規分野： 展示会を通じて新製品・技術力をアピールし、受注増に努めました。その結果、新規分野の売上高構成比が10%に達しました。

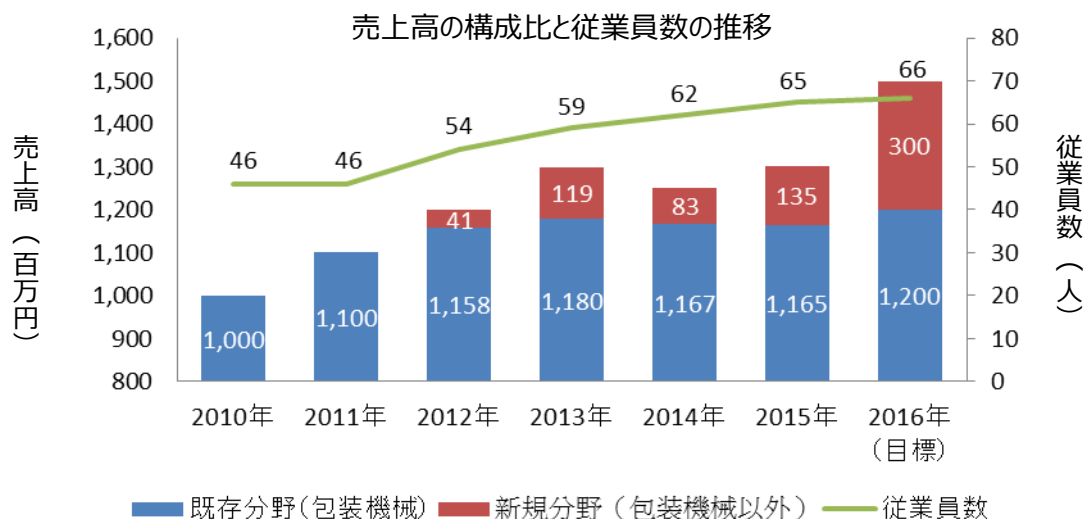
業務 プロセス

- 新製品： 新規分野では、市場調査や顧客ニーズの把握に努め、自動ポスター巻き機を開発しました。開発費用の調達のため、ものづくり・商業・サービス革新補助金を申請し、採択されました。
- 設計強化： 設計スタッフを増員し、お客様からの要請に応え設計力を強化しました。
- 設備投資： 新型工作機械、3D CADなどを導入し、設計・生産性の向上に努めました。
- 労働安全： 労働安全委員会を定期的に開催し、職場の労働安全を強化しました。
- 従業員数： 継続的に新卒を採用し、従業員数は65名となりました。
- 人材育成： 各部でグループ・リーダーなどを任命し、若手の技能育成に努めました。
- 人事制度： 人事制度を刷新し、目標管理制度などを導入しました。

学習と成長

イノベーションへの挑戦 ～新規分野の受注拡大～

- 2010年、経営理念を刷新し、「たゆまぬ変革により、新たな価値を創造します」というイノベーションの決意を盛り込みました。そして、自社ブランド製品「エコメールバック」を開発しました。その後も新製品の開発を続けました。その結果、2012年以降、新規分野（包装機械以外）の受注が増加いたしました。
- 今後も、「断らない印南」をスローガンとし、イノベーションに挑戦し、お客様のご要望を実現いたします。



5. 将来に向けた事業展開（事業価値創造ストーリー）

（3） ビジョン プラス 5

2011年8月11日、法人設立50周年式典にて「ビジョン プラス 5」を発表いたしました。

当期（2016年8月期）は、ビジョン プラス 5 の最終年度に当たります。

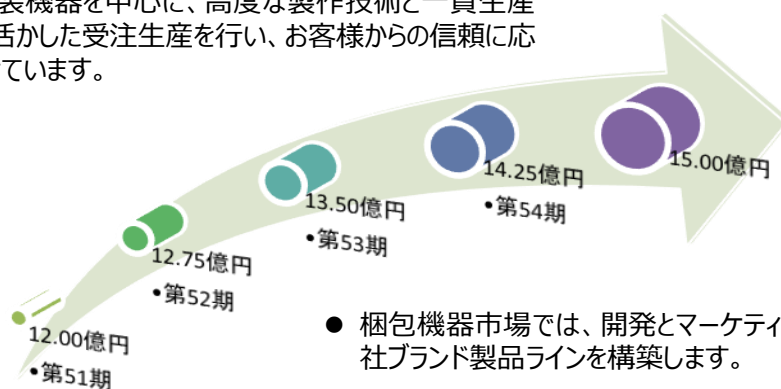
お客様からの信頼に応え続けるとともに、自社ブランド製品を展開いたします。



ビジョン プラス 5

（2011年8月11日発表）

- 食品包装機器を中心に、高度な製作技術と一貫生産体制を活かした受注生産を行い、お客様からの信頼に応えつづけています。



- 梱包機器市場では、開発とマーケティングにより、自社ブランド製品ラインを構築します。

（2） 一世紀事業所を目指して ～新たな「ビジョン プラス 5」の策定～

当社は「一世紀事業所」を目指します。

当期末までに、新たな「ビジョン プラス 5」を策定し、第60期（2021年8月期）までのビジョンを明確にいたします。

経営理念「INNAMIの約束」に則り、たゆまぬ変革により、新たな価値を創造するために、一世紀事業所に向けた経営革新の道程を明らかにしていきます。

5. 将来に向けた事業展開（事業価値創造ストーリー）

（4） 目標 （第55期：2016年8月期）

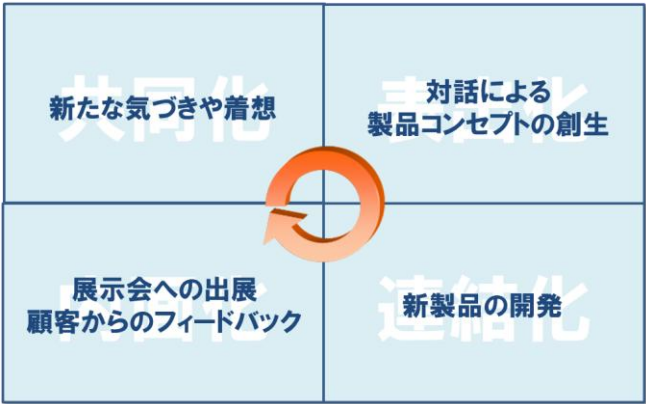
財 務	● 売上高： 売上高1,500百万円を実現します。 ● 経常利益： 経常利益1,500万円、売上高経常利益率1.0%を実現します。 ● 資本金： 資本金を1,000万円から3,000万円に増資いたします。
顧 客	● 既存分野： 取引先の要請（品質・コスト・納期）に応え続けます。 ● 新規分野： 展示会に2回出展し、自動ポスター巻き機などの新製品・技術力をご紹介いたします。
業務 プロセス	● 新製品： 新規分野では、市場調査や顧客ニーズの把握に努め、新製品を1品目以上開発します。他企業と連携し、新たなソリューションを開発いたします。 ● 設計強化： 強化した設計力を活用し、設計段階からの受注に力を入れます。 ● 生産管理： 生産管理を強化し、生産性を向上します。 ● 設備投資： 工場の増築により生産すケースを増強し、生産量の増加に対応します。
学習と成長	● 従業員数： 継続的に採用し、従業員数を69名まで増員します。 ● 人材育成： 個人の技能のみならず、リーダー層の育成を図ります。 ● 人事制度： 導入した目標管理制度などの新人事制度を定着します。

イノベーションへの挑戦 ～知識創造のスパイラルアップ～

経営理念は、たゆまぬ変革により新たな価値を創造することです。

お客様をよく観察し、お客様とよく対話し、新製品の着想を得ます。社内外の関係者との対話を通じて、着想をコンセプトへと進化させます。技術力を活かしてコンセプトを製品として具現化します。展示会に出展し、お客様からフィードバックをいただきます。そして、それを新たな着想へつなげます。

このような知識創造のスパイラルアップにより、新しい価値を生み出していきます。



6. 人的育成方針

(1) 経営理念“INNAMIの約束”を実行するために

「信頼」をつくりだす、チームでいよう

私たちは、ものをつくり、それを使っていただくお客様の信頼を得ることで、社会に貢献することをめざす企業です。経営理念の最初に「信頼される」という言葉を使っているのは、社会の信頼を損ねることはしないという決意と、その場しのぎではなく、信頼を維持、継続する意思を示しています。ものをつくる力や文化も含めた印南製作所の存在そのものが信頼されてはじめて、技術・製品やサービスに対する信頼の獲得につながります。

「違い」を認め合うことで、想像力が生まれる

印南製作所がひとつの組織として力を発揮していくためには、さまざまな個性の人が集まっていることが重要です。組織の創造力は、一人ひとりがお互いの違いを認め、刺激し合い、力を高め合うことから生まれるのですから。このような企業文化を、印南製作所は従来から持っていると思います。これからも私たちは、一人ひとりが互いに 尊重しあいながらも チームの和を意識し、同じゴールに向かって一丸となった動きができる企業を目指していきます。

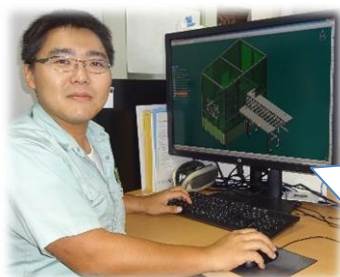
チャレンジする心から、進化は始まる

いま私たちは、企業をとりまく環境の変化に対し、迅速に、かつ的確に対応することが求められています。印南製作所は、これまでに幾度も「変革」に挑み、そして、いくつもの試練を乗り越えてきた、という自信があります。その自信をさらに深め、チームの基盤を強固にしていくために、ビジネス環境の変化を常に意識したチャレンジ精神が必要なのです。それは、新たな価値の創造により、社会への貢献と、自分自身の存在感を確認するという 強い決意にほかなりません。



6. 人的育成方針

(2) 社員の声



開発支援室 鈴木宏章 (入社1年目)

- 仕事内容
3D CADを使い、自動梱包装置などお客さまのニーズに合わせた世の中
にない新しい機械の設計をしています。
- 今後の目標を教えてください
お客様と打合せをする機会があるので、営業から機械の構想、製造まで取り
組めるマルチなエンジニアになりたいです。

製造部 工藤光樹 (入社4年目)

- 仕事内容
毎回異なる装置をその都度、図面とにらめっこをしながら、ベテラン先輩の技術
を学びながら組み立てています。
- やりがいを感じる瞬間は？
時間をかけて組み上げた装置を無事にお客様に出荷できたときに達成感
を感じます。



生産部 金藏佑樹 (入社5年目)

- 仕事内容
旋盤加工部門のリーダーとして部品加工だけでなく、材料手配から後
輩の指導、難加工品へのチャレンジもしています。
- 就職活動中の方へ一言
専門的な知識は入社してからでも十分学べます。先輩・後輩との
コミュニケーションを大切にすると仕事も充実してきますよ。

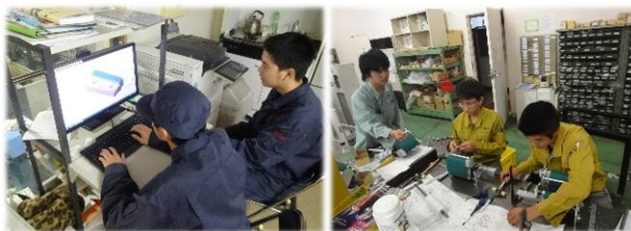
(3) 新しい仲間たち (新入社員)

毎年あたらしい社員が入社しています。
展示会研修等を経て各部署で活躍しています



(4) インターンシップ制度

毎年、足立区内などの高校生をインターンとして 受け入れ、
次代を担う若い世代に、ものづくりの 素晴らしさを経験して
もらいます。



【お問合わせ】

採用担当 藤村 賢司

連絡先 03-3912-2976 (代)

info@innami-factory.co.jp

レポート作成支援者： 中小企業診断士 竹村一太

Our factory keeps creating the labor saving machine since 1962.



株式会社 印南製作所
〒120-0047 東京都足立区宮城1-12-22
03-3912-2976（代）
<http://www.innami-factory.co.jp/>