



株式会社 一新堂

---

知的資産経営報告書

# 目次

---

- 挨拶
- 経営理念
- 事業概要
- 沿革
- 知的資産
- 今後の事業展開及び価値ストーリー
- 評価指標
- まとめ

# あいさつ

---

## ■代表あいさつ

有田町で全国の商品パッケージの製造をしています一新堂です。  
今では昔ながらの手貼り技術やノウハウをマーケットニーズと  
マッチさせながら弊社ならではの知的資産経営に取り組んでいます。



# 経営理念

---

**クリエイターの「できたらいいな」を実現することで  
スタッフにとって誇れる会社にする**

# 会社概要・事業概要

## ■会社概要

【代表者】 本土武夫

【住所】 佐賀県西松浦郡有田町桑古場乙 2369

【電話番号】 0955-42-5131

【事業内容】 紙器製造販売及び企画



## ■事業概要

当社では商品販売のためのパッケージを製造しています。  
アパレル・雑貨・陶器・化粧品など様々な分野の  
貼箱を手がけており、全国に発送しています。  
ハイブランドのエンドユーザーも多く、  
多様なご依頼を実現しながら技術向上にも努めています。



# 事業概要 (貼箱とは)

高級 (特産品) ハイコスト		木箱：進物用 / 工芸品・特産品 ロット：50～300 (最低 1) 日本的な印象・素材特性	✕
高級 (特産品) ハイコスト		貼箱：進物用 / 高級ブランドパッケージ ロット：100～(最低 1) 高強度・印刷表現・オリジナル性	◯
一般 単価・安		紙箱：商品包装用 / 一般パッケージ ロット：1000～ (最低 500) 印刷が容易で装飾的表現	●
一般 単価・安		段ボール：発送用 / 簡素パッケージ ロット：500～ (最低 100) 高強度・高緩衝性がある	▲

## 沿革①

- 昭和 31 年 本土敏夫が 地場陶磁器産業の将来を見込み創業
- 昭和 51 年 工場移転増設し、ギフトケース生産の設備を拡充
- 昭和 57 年 パーティクルボードを使用したギフトパッケージ「DANBOX」を開発
- 昭和 62 年 パッキングセンターを開設し、業務用食器の梱包発送業務を開始
- 平成 1 年 工場を増設し、化粧箱の生産設備を拡充、作業環境を改善
- 平成 3 年 組織を改め「株式会社一新堂」を設立
- 平成 3 年 佐賀国際デザインコンペティション「大賞」受賞
- 平成 4 年 佐賀国際デザインコンペティション「最優秀賞」受賞
- 平成 8 年 障害者雇用優良事業所として表彰
- 平成 18 年 ザ・パック株式会社との取引開始
- 平成 19 年 タックシール機導入
- 平成 27 年 CAD 導入
- 平成 29 年 定時制雇用優良事業所として表彰
- 平成 30 年 デザイナー古賀正裕氏と「ISSHINDO FOLDING BOX」を開発  
オランダ・アムステルダム「MONOJAPAN」出展  
グッドデザイン賞受賞・長崎デザインアワード「大賞」受賞
- 令和 2 年 デザイナー山崎宏氏と「DOCUMENT CASE」を開発
- 令和 2 年 京都デザイン賞 2020 受賞
- 令和 2 年 ギフトショー出展

## 沿革②

---

### ■知的資産を経営に意識し始めた流れ

- ・ 地元、窯業製品の箱を製造していたが、箱屋の供給量の方が需要より多くなってしまい箱屋の存続が難しくなる。
- ・ マーケットを地元から福岡・大阪・東京へと拡大
- ・ 広告代理店などからハイブランドのパッケージを受注し、売上の拡大、技術の向上につながる
- ・ 競合他社が増え単価・納期・品質の競争となる（相見積りが増える）

### ※後継として本土大智が入社

- ・ 広告代理店の業績に左右されることに苦戦し一新堂の価値を見直す取り組みを始める
- ・ 直接取引が増え、広告代理店も安心して頼める一新堂の付加価値を作るためデザインを経営に取り組む

# 一新堂の知的資産

---

## ①人

---



## ②製品・技術

---



## ③組織・風土

---



## ④外部

---



## 知的資産 ①人

### ■後継者

現在、後継が営業をになっており、多種多様な案件を受けている。

元々、建築デザインを学んでいるのでCAD 設計業務、デザイン業務ができ製造現場の経験も経ているので、全ての工程知識を踏まえ営業を行うことができる。

例えば「持ちかえって現場責任者に確認します」が少なく、即決すること、リスクの説明など初期段階から危険予測の説明ができるなど、製造ラインを考えた営業ができる。デザイン経営にも積極的に取り組みデザイナーとの円滑なやりとりも可能。外部デザイナーのデザインマネジメントも行う。



# 知的資産 ①人

## ■スタッフ

- 他者が断る難しい箱にも挑戦する営業姿勢のおかげで、スタッフの技術向上や取り組む姿勢ができつつある。
- デザイナーとの取り組みが増えたことにより、今までにない取り組みにも積極的に作業できる環境になりつつある。
- 品質に対してやコミュニケーションに対してお互いの意識向上のためにスタッフ同士で都度話し合いの場を設けている。
- まだまだ高齢者も多いが若いスタッフも増え技術の継承も取り組んでいる。
- 電話対応の業務スタッフの対外評価が高い。



## 知的資産 ②製品・技術

### ■製品

弊社では国内でも珍しい折りたたみができる貼箱を製造可能。

自社商品としてグッドデザイン賞を受賞している。

特殊な構造に対応できるメーカーも少ない。

三越伊勢・資生堂・ワコール・レクサス・他アパレル関係など実績も多数あり

BOOK-BOX / TYPE: FOLDING  
BOOK 蓋 フォールディング型 NH-001

001  
NH



[対応サイズ]  
A5  
A4  
TISSUE  
BOTTLE

最小ロット 5  
経済ロット 50 ~  
時期分納可

折りたたみ式の BOOK 型貼箱で、パッキングする段階で箱状に組み立てます。角にマグネットを仕込んであるので、組立も一瞬です。保管時はわずか約 10 mm の厚みに畳まれているので、場所をとりません。



## 知的資産 ②製品・技術

### ■技術

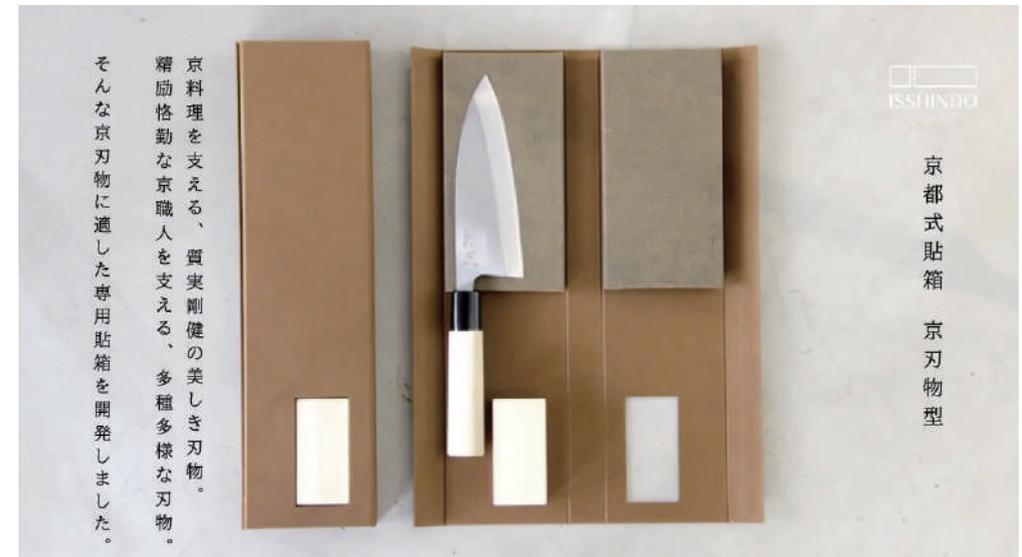
機械にはできない手貼り加工を得意としている。

また通常の箱で使用する糊よりも、接着強度の高い糊ラインを持っているため他者が貼れない硬い紙でも貼ることができる。

手貼りの技術と接着設備により、

今までできなかった構造や紙にチャレンジすることができる。

京都デザイン賞 2020 では技術を組み合わせてオリジナル製品を仕上げ入選した。



## 知的資産 ③組織・風土

---

お客様の要望を理解し一新堂だからできるをチャレンジする姿勢が営業段階であるため現場スタッフも自然と難しいことへのチャレンジをする姿勢ができています。

ものづくりとして「どうやったらできるか」「何のために必要か」を考える姿勢がある。

# 知的資産 ④外部

## ■外部（人）

後継が外部資産として各分野のプロフェッショナルと関係を築いておりデザインマネジメントをしている。

- ・グラフィックデザイナー
- ・プロダクトデザイナー
- ・コピーライター
- ・WEB
- ・デザイナー
- ・カメラマン
- ・知的財産調査士
- ・マーケット調査

## ■外部（ユーザー実績）

ハイブランドのパッケージ実績



MICHAEL KORS



MaxMara



4°C

ARMANI

BRIDGESTONE



SHISEIDO

Wacoal.



# 知的資産 ④外部

外部デザイナーとの取り組みで  
外部評価が付加価値アップに繋がった実績



## 株式会社一新堂 ハイブランドに愛される、手仕事の妙技

近年では、さらにもう一歩踏み出して、取納箱そのものがインテリアとなる「ISSHINDO FOLDING BOX」を開発。マタネットによる組み立て式の取納ボックスは、折り紙を連想させ

箱に付加価値をプラス。インテリアになる。貼り箱。佐賀県にある器業の町、右田で焼き物の梱包用ダンボールを数多く製造してきた「一新堂」。梱包するただの「箱」から、喜ばれる「パッケージ」と価値を見出し、昭和60年に貼り箱製作に着手した。大量注文でもほとんど手作業で、品質を落とさず作り上げる同社の貼り箱。その丁寧な仕事ぶりが国内外のメーカーやハイブランドの目に留まり、様々な商品パッケージとして採用されている。特にクラスやアパレル業界、百貨店などで使用される重厚なパッケージは、新たな付加価値を生み、貼り箱というポジシオンを確立させた。



一新堂代表・本土 大智氏「小ロットでも製作できます。日本だけでなく海外でも広く愛される商品づくりに邁進していきます」

「伝統と芸術の町が育んできた感性と、積み重ねた知識や技術を職人たちが受け継ぎ、大量生産とは一線を画した手仕事ならではの高い品質。同社が手がける貼り箱は海外からも高評価を得ている。機械ではできない難しい構造もやっけるポテンシャルとチャレンジ精神を持つ同社。今後どんな「ものづくり」をみせてくれるか期待が膨らむ。



2018年度グッドデザイン賞を受賞した「ISSHINDO FOLDING BOX」。収納箱として発想の転換をしたことで、中身がなくても売れる商品となり、職人たちの自信と誇りを育んだ。デザインだけでなく実用品としても秀逸。インターネットや芸術美術館などで販売している

# 知的資産 ④外部

## ■デザイナーとの商品開発例①

### DOCUMENT CASE



## 知的資産 ④外部

---

### ■デザイナーとの商品開発例②

ISSHINDO FOLDING BOX





# 今後の事業の展開及び価値ストーリー

---

## ■外部環境の変化

コロナ禍において今までの物の動きが変わり、ユーザーは在庫を抱えるリスクが増えてきた。

さらに小ロットながらも差別化ができる付加価値のある箱が求められるようになってきている。

## ■業界の変化

海外ではハイブランドほど「エコ&ラグジュアリー」をパッケージに求めるようになり国内でもパッケージに求める要件が変化し始めている。貼箱製造業でも事業承継は課題となっている。

# 今後の事業の展開及び価値ストーリー

---

## ■今後のニーズ

小ロット多品種化が加速することは容易に想像できる。

オンラインでの販売も加速し自作のグッズを販売するクリエイターが増えると想像する。

クリエイターほど拘ったパッケージが欲しい一定層がいる。

デザイン要求を満たしながら安価で小ロットで対応できる必要がある。

## ■ターゲット

「こだわり」を形にしたいクリエイターやスタートアップ企業

# 今後の事業の展開及び価値ストーリー

---

## ■将来価値ストーリー

- ①商品の価値が上がった、ブランドとしての価値が上がった、一新堂と組んでよかった
- ②「クリエイターのできたらいいなを実現することでブランドと商品価値を最大化する」
- ③ニーズの追求、オリジナル性とデザイン性を兼ね備え、且つ、小ロットで購入できる箱
- ④上記の既製品化による多品種小ロット販売の仕組み
- ⑤潜在ニーズの追求とそれに応える新技術の追求
- ⑥「クリエイターのできたらいいなを実現する」
- ⑦スタッフにとって誇れる会社になりたい



**クリエイターの「できたらいいな」を実現することで  
スタッフにとって誇れる会社にする**

# 今後の事業の展開及び価値ストーリー

---

## ■解決すべき課題（必要資産と活動事項）

- デザイナー及びクリエイターに対するディレクション業務
- マーケットニーズの収集力・変化を読み取る力
- 既製品や新技術の情報発信（コピーライター）
- 小ロット専用ラインの増設
- 貼箱の発注フォームで見積もり依頼まで簡単に
- 企画室を作り技術開発、ディレクション業務の組織化を図る
- 直接取引の営業窓口を設置（拠点も検討）

# 重要評価指標

---

スタッフにとって誇れる会社にするためにお客様からの直接の声を社内に通すことが必要

レビューをもらい更なる改善・研究に励み、生の声を届けることで  
自分たちの付加価値を理解する

新規顧客と既存顧客の割合を集計していき社内共有をはかる



株式  
会社 一新堂