



アンドール株式会社

知的資産経営報告書

2013年版

The Andorl logo, featuring the brand name in a black cursive font with a large red ribbon-like flourish extending from the end of the word.



目次

1. ご挨拶	3
2. アンドールの商品	4
3. アンドールが目指すもの	5
4. アンドールが大切にしているもの	6-11
5. アンドールの沿革	12
6. 当社の知的資産	
(1) 知的資産活用マップ（過去～現在）	13
(2) 組織資産①全体図	14
②個の力を結集する風土（詳細）	15
③個の力を具現化するツール	16-18
(3) 人的資産 組織体系図	19
(4) 関係資産①大連工場との連携	20
②異業種とのネットワーク	21
7. アンドールを取り巻く外部環境	22
8. 今後の事業展開	
今後の取り組み	23
知的資産活用マップ（将来）	24
9. 会社概要	25
10. 知的資産とは	26
11. 本書ご利用上の注意	26
12. お問い合わせ先	26

1. ごあいさつ

中国では「天の半分は女性が支える」と言われていますが、正にその通りではないでしょうか。

女性が生き活きと輝く社会は、間違い無く素晴らしいものだと思います。

女性には、さまざまなシーンが用意されていて、それにつれてボディも進化して行きますが、そんな女性達を「身体に一番近い衣服＝下着」を通して応援して行きたいと存じます。

私達は「美しさと心地よさを」を実現する為、デザイン企画からパターン作製、生産管理、品質管理、納品までを一貫して行っております。

これら全ての工程で「超一流のクオリティ」を目指し日々楽しみながら、しかし真剣にものづくりと向き合っております。

現代は価値感も多岐にわたり、また変化と進化のスピードも益々加速しています。

私達は、それに対応できる柔軟性と、これだけは譲れないというコアな部分とを併せ持つ、頑固で柔らかい企業として、お客さまに貢献してゆきたいと存じます

社名の由来

学校で習った集合体を覚えていらっしゃいますか？

AND=全ての条件を満たす
OR=どちらかの条件を満たす

だから、AND+OR=ALLでは？
続けて読めばアンドールになりませんか？

地球上の全ての人々に価値を提供できる私達でありたいと、この社名になりました。



アンドール株式会社
代表取締役 岸村 裕子

2. アンドールの商品

お客様の想いを形にする企業として、ブラジャー、ブラ付キャミソール、ガードル、ボディースーツ、ショーツ、ランジェリーなど、女性下着全般をOEMメーカーとして提供致しております



私たちは「誰にでも合う下着は誰にも合わない」と考えます。体型の変化に応じた、機能性下着をもっとも得意とし、デザイン立案から試作、その後の消費者モニターのご試着といった工程を経て、商品を生み出しています。また、消費者座談会の開催により、商品開発の為にニーズ把握に努めています。

3. アンドールの目指すもの

「すべてにおいて超一流のクオリティを」

- ①各工程において、プロの仕事、プロのサービスの提供を目指します
- ②風通しの良い組織で、スピードと変化に柔軟に対応します
- ③企業活動を通してお客さまと社員全員が豊かになる事を目指します





4. アンドールが大切にしているもの

OEM先様へ：

「製品開発のパートナー」としての信頼

お客様の想いを具現化します。

まずはお客様のコンセプトを伺い、訴求ポイントを明確にしたデザインマップの作成から始めます。

デザインマップの作成は、要となる作業ですので、しっかりと時間をかけて行っています。

この段階で作成されたキャッチコピーが、お客様のカタログにそのまま採用していただいても良いほどに、消費者様のニーズをくみ上げた最適なお提案に努めています。

デザインが決まれば、そのイメージ・機能を3次元の商品に再現するパターン開発・プロトタイプを作成を行います。

スピードを重視します。

お客様とのお約束を守るのは当たり前のこと。

私たちはもう一步先の、「同業他社の中で一番の納品」を目指しています。

それを支えているのが、ITを活用したデザインから製造までの一気通貫システムであり、10年間納期遅れなしの実績を積むことが出来ました。



4. アンドールが大切にしているもの

消費者様へ：

「美しさと心地よさ」のご提供

ANDOR定番パターンの醸成

私たちは、年齢とともに変化する女性の曲線的なボディを研究し、お客様の声を聞き、自分たちでも体感し、それらを取り入れながら「ANDOR 定番パターン」を作りあげました。

10年以上の積み重ね（失敗も含め）が定番に表現されています。

進化し続ける定番パターン

「定番はいつまでも変わらない？」

いいえ、私たちの定番は進み続ける定番です。

一つ商品を作り試着すれば、新しい改善点が出てきます。それらを一つ一つ検証しながら、定番に反映させていきます。

また、時代とともにシルエットも微妙に変化していきます。

だから、去年よりは今年、今年よりは来年と、常に進化し続けていく定番パターンです。

これらの定番パターンには、愛情をこめて「名前」を付けました。名付け親は 全て社員です。

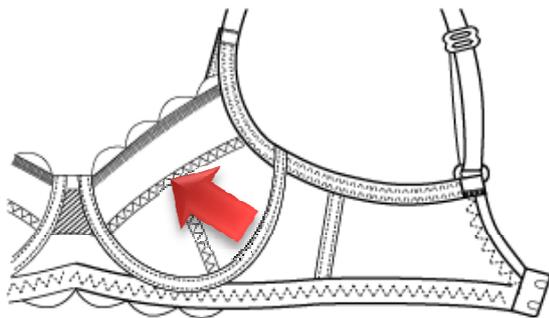
次ページより定番パターンのいくつかをご紹介します。

4. アンドールが大切にしているもの

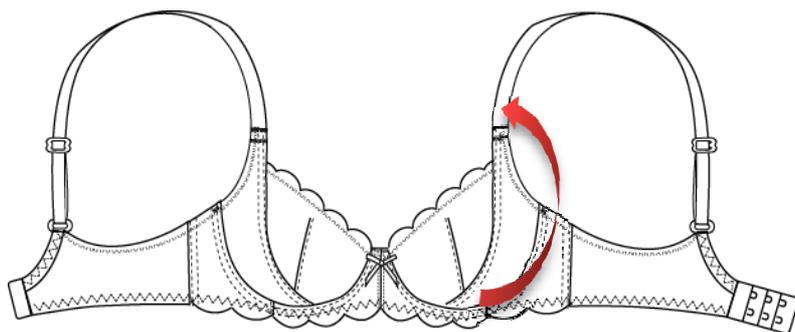
ANDOR定番 スレンダー・フィット®

サイドがスッキリすると、スレンダーに見える！

よく見かけるシルエットですが、アンドールのパターンの技が光る自信作です。



一見普通の3枚接ぎカップですが、まるで手で寄せたように、カップのサイドパターンの角度により、バストを内向きに整えます。でも、カップが尖らない様に、丸い胸を作る工夫もしています



更に、美しさと機能を兼ね備えたサイドパネルで、脇はもっとシャープなシルエットに。

ビジュアル的にもサイドのスレンダー感を演出します。

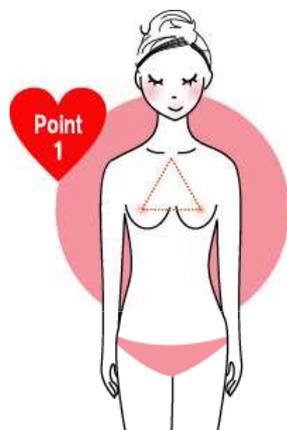
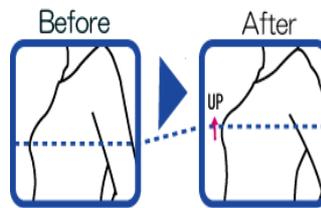
カップの角度とサイドパネルが絶妙に合っこそ、脇のスレンダーなシルエットが生まれます。

サイドパネルを載せているだけではダメなのです。

4. アンドールが大切にしているもの

ANDOR定番 美・トライアングル®

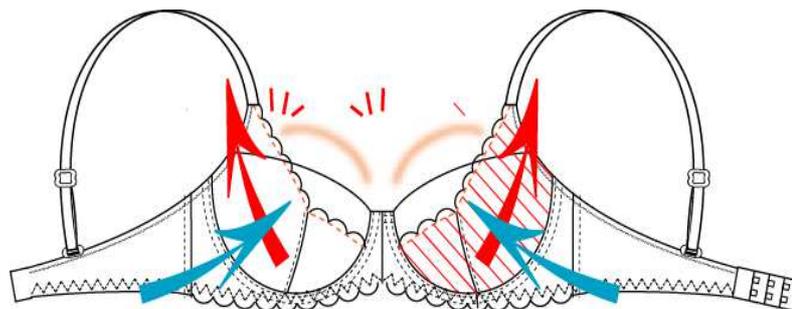
「上げる」と「寄せる」で
若々しいラインを作るブラ



鎖骨の中心から左右のバストトップ
を結んだ3点が正三角形に近いほど、
若々しいバストに見えます。

このブラは「上げる」と「寄せる」の
2つの効果で、高い位置にバストの丸
みをキープします。

下垂したバストでも「美しい三角形＝
美・トライアングル」を作り出し、
若々しいシルエットを作り出します。



●上げる

リフトアップパネルとカップ全面で、持ち上げ効果をアップさせます

●寄せる

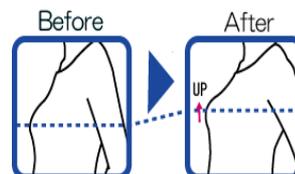
バストのトップ位置を中央へ寄せるカップパターン採用。

バスト位置が上がると、全身のプロポーションバランスが良くなり、アウ
ターの着こなしにもスマートに見えます

4. アンドールが大切にしているもの

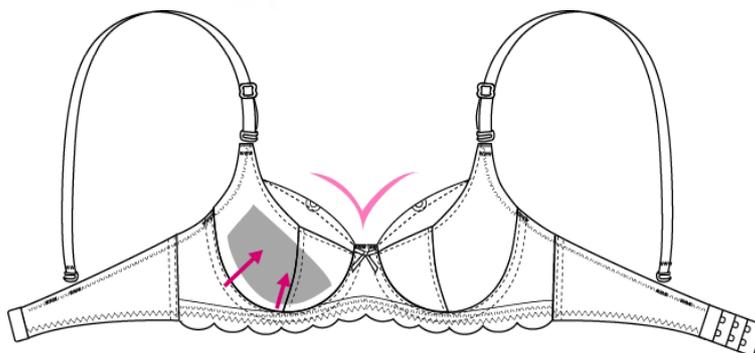
ANDOR定番 プチジェンヌ®

消費者様のお声から生まれたブラ
AAAカップから対応し、バストトップ
を上げボリュームアップします

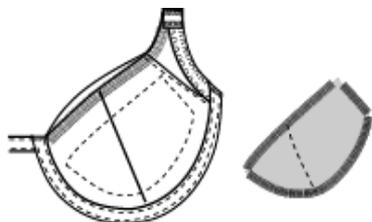


「美・トライアングル」を基本に、プチさん用に改良しました。

トップを高く内向き上向きにバストをメイクします。
脇をすっきりさせながら、バストをグッと持ち上げ、集めたボリュームはデコルテ
に！
※ワイヤー入りのパターンです



カップに厚手パッドを使用しバストをボ
リュームUP。



特殊仕様で上辺は浮きなくサイドはすっきり
させます。
カップ上辺はスッキリ馴染むように設計。

厚手の内蔵パッドで更にボリュームアップ
します。

現在「ノンワイヤー」のボリュームアップ タイプも開発中です。

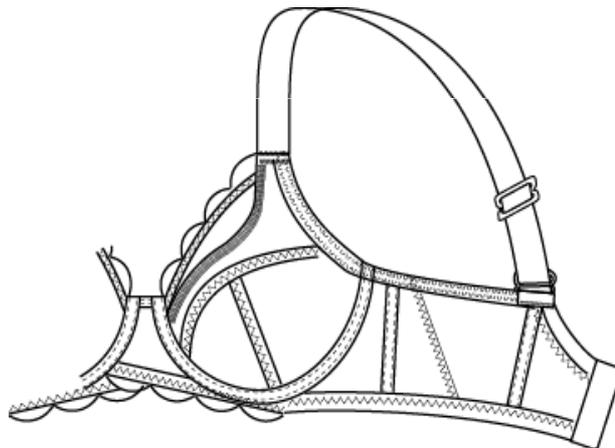
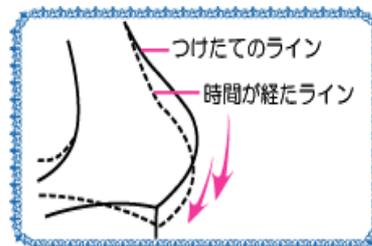
4. アンドールが大切にしているもの

ANDOR定番 グラマドンナ®

「グラマーさん」ならでの、消費者様のお悩みから誕生したブラ

時間がたってもズリ落ちにくいブラです

グラマーさんの試着を何度も重ね、練り上げたカップパターンです



太めでズリ落ちにくいストラップを採用し、胸の重みをしっかり支えます。肩への負担も和らげます。

一見普通のカップに見えますが、カップ内部やバック等、ブラが一体となってバストを包み込み支える機能をプラスしています



5. アンドールの沿革

創生期

- ・2000 有限会社ゲンとして、ワンルームマンションからスタート
- ・2002 通販OEMスタート

発展期

- ・2003 通販において大ヒット商品を手がける
 - ・ パターンにおける実用新案取得
- ・2004 量販店・専門店OEMスタート。ヒット商品を手がける
- ・2005 アンドール株式会社に社名変更

後退期

- ・2006 通販売上げの急激な落ち込みによる経営悪化
 - ・ 社内業務効率化のため、一気通貫システムを開発。
 - ・ IT経営百選奨励賞受賞
 - ・ 主力を機能商品へ転換。パターン開発に力を入れる
- ・2007 関西IT活用企業入選

展開期

- ・2007 高級専門店OEM開始
- ・2008 経済産業省中小企業IT経営力大賞/IT経営実践企業認定
 - ・ 海外展示会出展
 - ・ 売上げ前年対比190%達成
- ・2010 グラマーサイズパターン開発
- ・2011 ANDOR定番パターン開発
- ・2011 上海東華大学で下着スポット講座 1回目実施
- ・2012 上海東華大学で下着スポット講座 2回目実施

6. アンドールの知的資産

(1) 知的資産活用マップ～当社の価値ストーリー（過去～現在）

想
い

人材の成長が企業の成長。
人は自ら育ちたがっている

組織資産 (仕組)

組織資産 (風土)

人的資産

関係資産

顧客提供
価値

利益は皆で分かち合う 達成した充実感を楽しもう

人材採用のノウハウ

透明性の高い管理会計

担当チームに任せる

コスト意識

チームワーク力

OJT

自己啓発

お客様の想いを聴く力

企画力

パターン開発力

大連事務所 品質管理体制

中国の関連工場
(信頼と連携)

異業種との連携

企画～生産まで一期通貫システム

お客様の想いを具現化

不良品が少

納期を守る

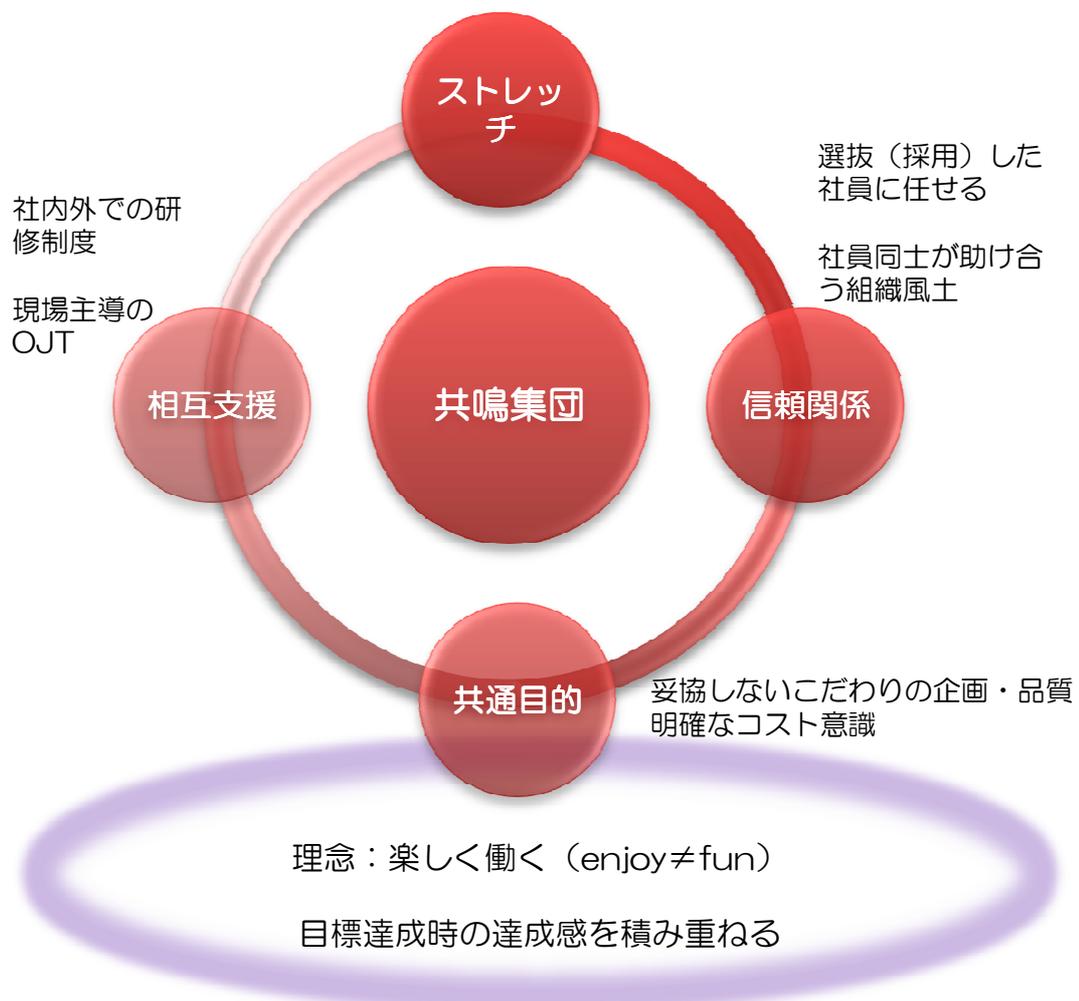
消費者様から喜ばれ
る商品の開発

信頼できる製品開発のパートナー

顧客と共に自己実現を果たす

6. アンドールの知的資産

(2) 組織資産① 個の力を集結する風土（全体図）



アンドールでは、自律心と柔軟性をもった社員たちが、チームワークで仕事をしています。

個人が目標に向かって高く伸びようとする力、それを支える信頼関係に基づいた助け合う風土。お互いに響きあう社員たちが生き活きと働いています



6. アンドールの知的資産

(2) 組織資産② 個の力を集結する風土（詳細）

お客様の想いを具現化するために

仕組み

企画と生産管理が情報を共有する仕組みを含めた一気通貫システム。
それにより、スピードと正確さを実現しています。

仕組みは単なるツールでしかありません。
ツールを使う“人”次第で、その成果は何倍にも。

信頼関係

- ・人材採用
スキルだけでなく 自主性を採用のポイントにしています
- ・OEM先様毎のチーム担当制
良好な意思疎通から お客様との信頼関係が深まります
経緯・ニーズが詳細に理解でき、的確なご提案へとつながります。

共通目的

- ・全ての工程で超一流のクオリティ
お客様からの評価が責任感につながり、自己啓発を促しています。
- ・お客様と社員全員が豊かになること
オープンな経営が、コスト意識を強めます。
良質な商品を適正な価格でご提供できるよう、商品開発に努めております。

相互支援

- ・「全員が豊かになること」への想い
その為には 個々のパワーアップが必須です。
お互いが教えあい、協力しあえる組織風土が弊社のチームワークを支え、自然とOJTを促しています。

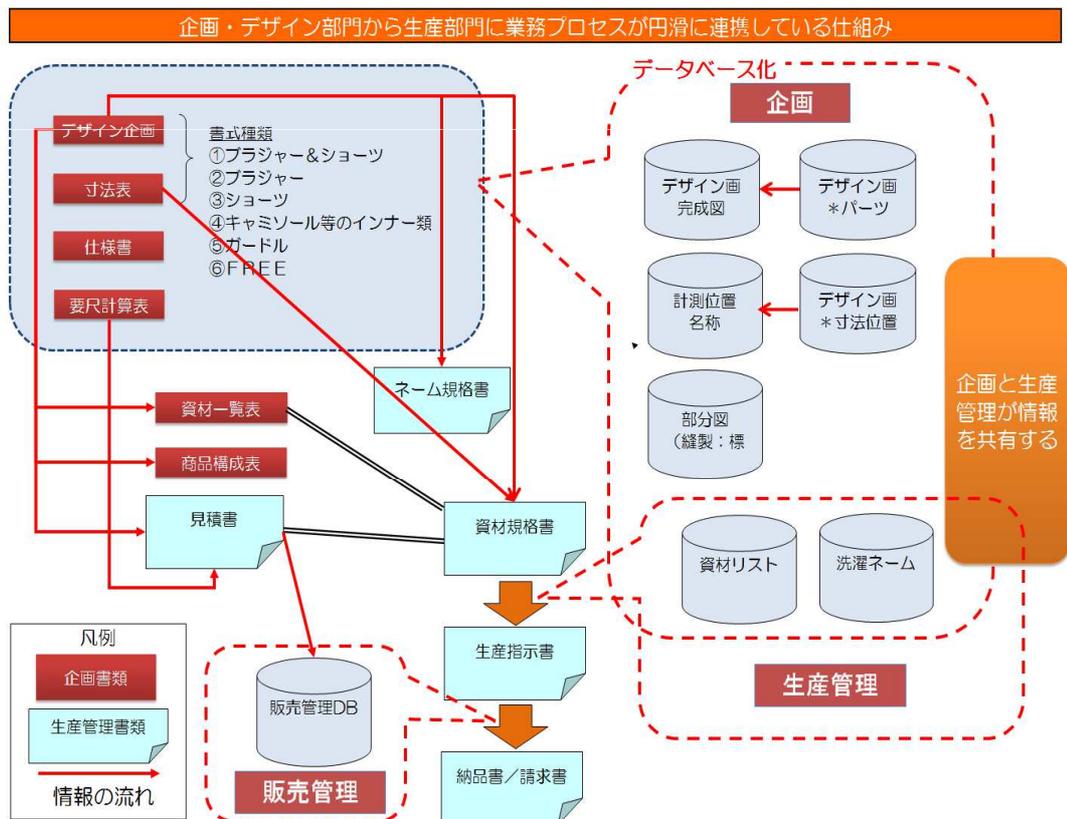
6. アンドールの知的資産

(2) 組織資産③ 個の力を具現化するツール

デザインから製造まで一期通貫システム (1)

各部位をデータベース化し、生産工程の上流であるデザインから生産管理まで、情報の共有化・円滑化を図りました。

更に、生産管理情報までデジタル化でき、海外(中国工場)とのデジタルでのデータの交換も可能になり、生産性が一気に向上しました



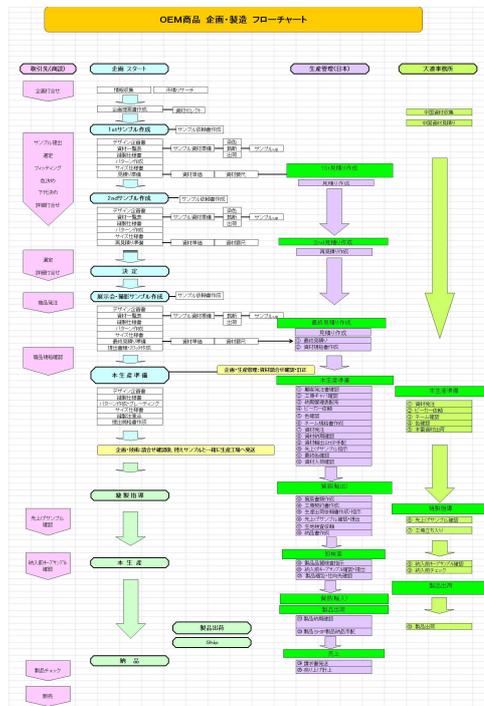


6. アンドールの知的資産

(2) 組織資産③ 個の力を具現化するツール

デザインから製造まで一期通貫システム (2)

企画～生産までの各工程を洗い出し、1本の流れに乗せています
 企画と生産管理は顧客別ユニットとして組織されます
 職種と顧客別、両方の軸で構成される様になりました



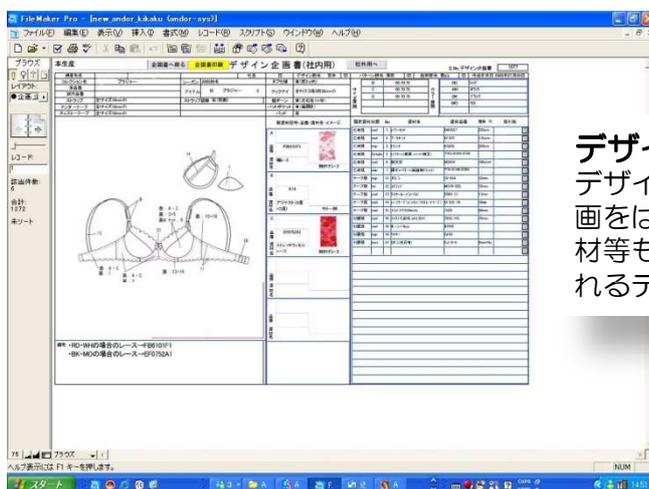


6. アンドールの知的資産

(2) 組織資産③ 個の力を具現化するツール

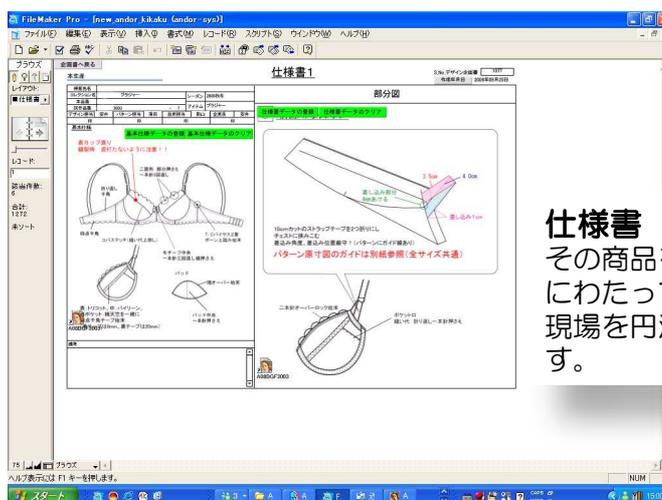
デザインから製造まで一期通貫システム (3)

個々に作成していた書類を一つのシステムに乗せ、誰が見ても分かる書類に。
スピードと正確さがアップしました



デザイン企画書

デザインの元になる帳票で、デザイン画をはじめ、サイズスペックや使用資材等も明記され末端の生産管理まで流れるデータのもとになるもの。

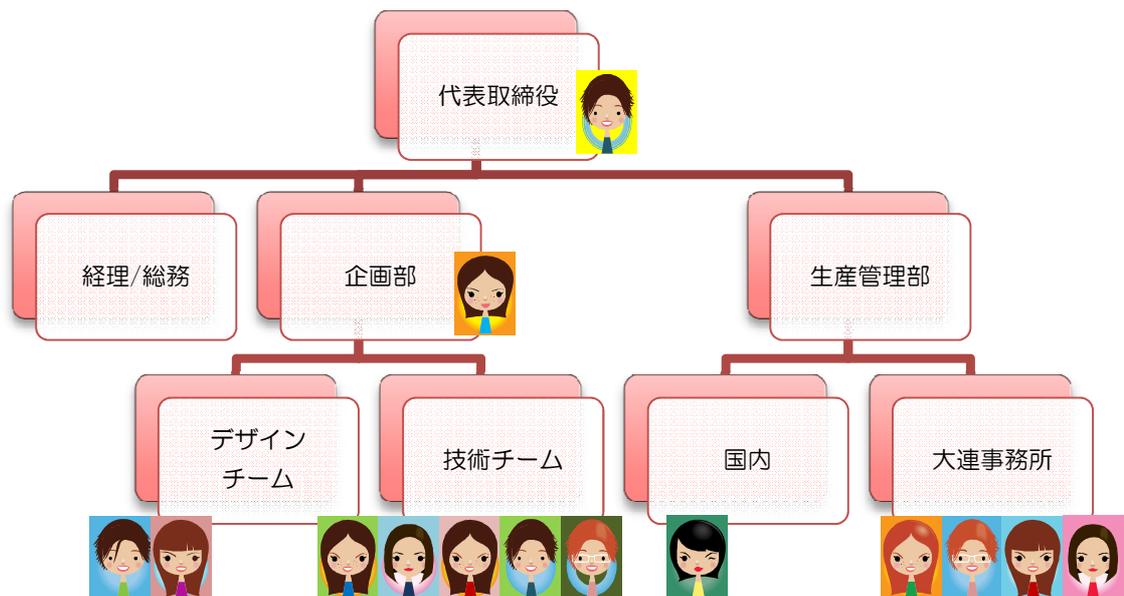


仕様書

その商品を物にするにあたり、細部にわたって縫製注意事項を記載縫製現場を円滑に流す為の重要な書類です。

6. アンドールの知的資産

(3) 人的資産 組織



一人ひとりがプロ

お客様の思いを聞く力
思いを実現化するデザイン力
デザインを実現化するパターン力
パターンを商品化する生産/品質管理力

企画部

デザインチーム

顧客ヒアリング会からニーズを掴み、デザイン性・トレンド・機能を付加し、素材を選定のうえ企画立案する

技術チーム

二次元のデザイン画から、人体の立体を考慮しパターンに落とし込む。且つ、デザインにフィットする、斬新で最適なパターンを生み出す

生産管理部

蓄積されたノウハウと国内外の管理体制で高付加価値の商品とサービスを提供する

6. アンドールの知的資産

(4) 関係資産① 大連事務所/協力工場との連携

大連の協力工場で縫製、弊社大連事務所で高い品質管理を実現しています。

縫製

海外生産では中国大連市の協力工場様で縫製します。弊社大連事務所のスタッフが立入確認します。



品質管理

外観・縫製仕様・寸法など日本の生産管理・技術チームと連携をとり、厳しく管理。弊社中国スタッフは日本品質を熟知しています。



大連事務所 外観

6. アンドールの知的資産

(4) 関係資産② 異業種とのネットワーク

上記のような交流を通じて、異業種の方々とのコラボレーションが図られ、ビジネスチャンスが増えた。



ネットワーク先	役割
消費者モニター	開発パターンの試着をして頂き、ご意見を頂いている
上海東華大学	2011年3月より 服飾専門学科において 下着のスポット講座を年2回実施する
コンサルタント	経営支援・アドバイスを受けている



7. アンドールを取り巻く外部環境

アンドールの機会	アンドールの脅威
<ul style="list-style-type: none">・ スマホの拡大で通販利用者が拡大。 【新たな販売チャネル】 (購入商品は衣料品・服飾関係から化粧品、子供用品まで多岐に。)・ 世界の繊維・ファッション産業市場全体は、大きく拡大することが期待される。・ 海外では、「クールジャパン」の一部として、カジュアル衣料を中心に、日本の衣料・ファッションについての関心が高い。・ アジアでは、日本のファッション雑誌の売上が大きく、109系ファッションやガールズコレクション等も人気がある。	<ul style="list-style-type: none">・ カタログ通信販売の作成部数が減少。 (ネット販売に移行。)・ 繊維・ファッション業界は、サプライチェーンが長く、段階ごとに業界構造がことなり、連携がうまくいっていない。・ 中国との政治的関係が悪化している。 (チャイナリスクの存在)・ 為替変動(円安傾向)による材料費・加工費の高騰懸念。

出典：経済産業省「今後のファッション業界なあり方」、日本通信販売協会「「インターネット通販利用者実態調査」、等



8. 今後の事業展開

今後の取り組み

① 新たな海外拠点の工場との連携

現在、中国大連に協力工場がありますが、今後の発展とリスクの分散のため、新たな海外拠点の協力工場を開拓しています。

② サンプル室を開設計画

アンドールの強みである「機能性商品」は、縫製とパターンが融合したものです。

パターン開発の為に、縫って結果を確かめ再度修正する、事が重要になります。

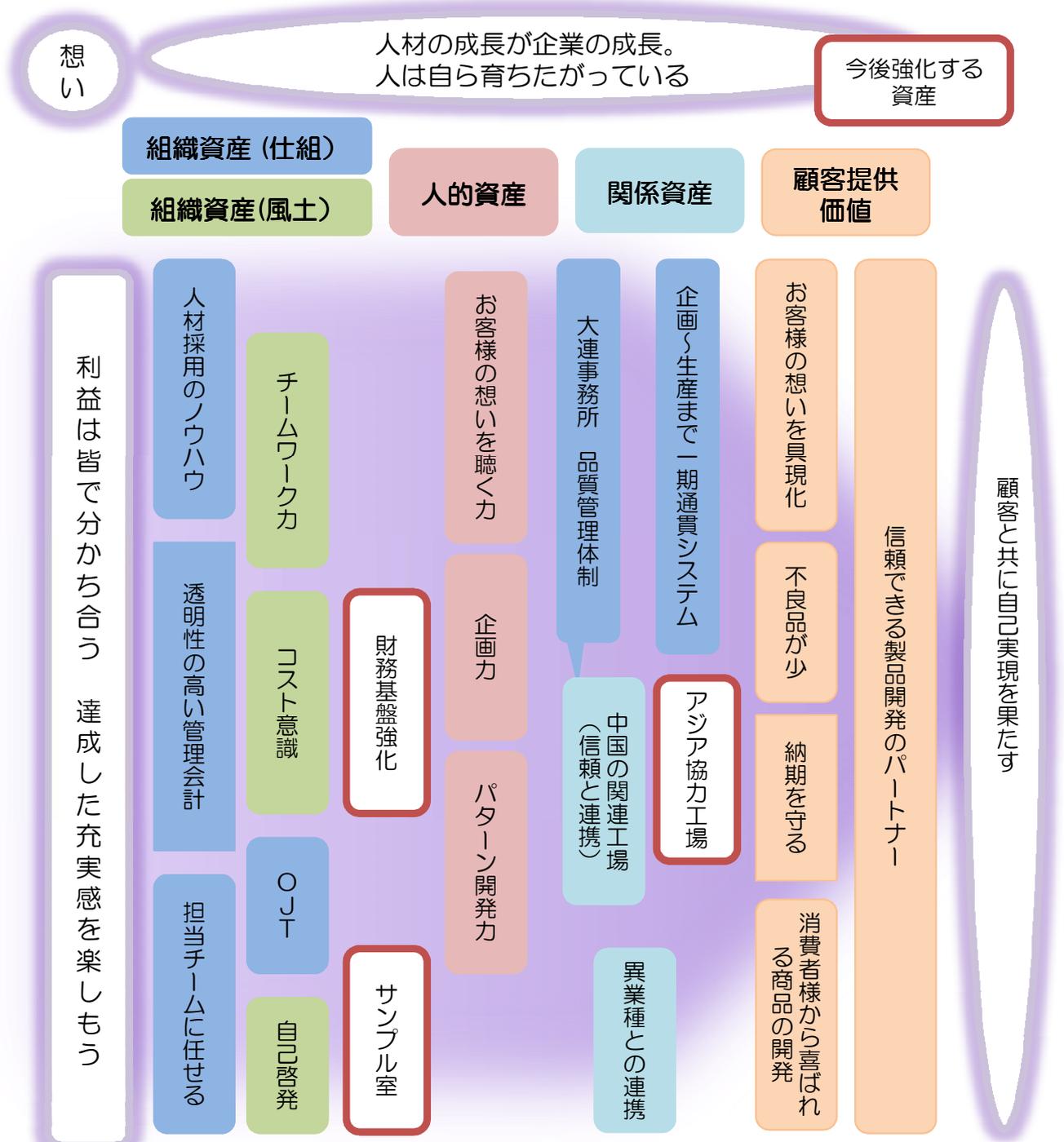
より精度の高いパターンを開発する為、すぐ隣にあるサンプル室を設置計画しております。

③ 財務体質を強化します。

弊社は、「透明性の高い管理会計」をすでに導入しております。新たに「2年後にサンプル室を開設計画」という目標を定めましたので、そのための更なる財務体質の強化を図ります。健全な財務体質のアンドールをめざして、各施策を実施いたします。

8. 今後の事業展開

知的資産活用マップ～当社の価値ストーリー（将来）



9. 会社概要

商号	アンドール株式会社
所在地	兵庫県西宮市六湛寺町12-10 サングリーンビル3階 電話 0798-23-6081 FAX 0798-23-6084
最寄駅	阪神神戸本線 西宮駅下車1分
設立	2000年 7月21日
資本金	1,360万円
役員	代表取締役 岸村 裕子
従業員数	企画 3名 技術 4名 生産管理 1名
設備	旭化成AGMS CAD2台、プロッター1台、 デジタイザー1台
海外事務所	大連事務所（日本語対応可能） 4名
協力工場	中国 大連 市
主な事業	衣料用下着その他の企画・販売
主要製品	ブラジャー・ショーツ・ガードル・ボディースーツ キャミソール・ランジェリー
取引銀行	尼崎信用金庫 三井住友銀行





10. 知的資産とは

「知的資産」とは、従来のバランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産（特許・ブランドなど）、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。よって、「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、すなわち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー（利害関係者）に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動（価値創造戦略）として目に見える形で分かりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。



11. 本書ご利用上の注意

本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画並びに附帯する事業見込みなどは、すべて現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて記載しています。そのため、将来に亘り当社を取り巻く経営環境（内部環境及び外部環境）の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要を生じることもあり、その際には、本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保証するものではないことを、十分にご了承願います。



12. お問い合わせ先

アンドール株式会社
所在地 兵庫県西宮市六湛寺町12-10
電話 0798-23-6081
FAX 0798-23-6084

<作成支援>

中小企業診断士 池淵 ゆかり
中小企業診断士 井原 博幸
中小企業診断士 福島 知子