

知的資産経営報告書 2012年



楽しく食べる、
楽しく生きる。

Daily Life



1. ごあいさつ
2. 経営理念
3. 事業概要
4. 過去から現在・沿革
5. 知的資産
 - ① お客様目線での企画力
 - ② 設計～生産までの一気通貫体制
 - ③ 安全安心の製品づくり
 - ④ 幅広い人的ネットワーク
6. 将来展望
7. 会社概要
8. 連絡先



1. ごあいさつ

株式会社デイリーライフ信楽は、2009年2月に創業した新しい会社です。今まで培ってきたネットワーク（お客さま、窯元、デザイナー、各分野のスペシャリストなど）を活かし、新しい市場や価値を創造することを目的に創業しました。

約20年前に陶業界に入り、ものづくりと卸売を経験してきました。

「つくる」という技術と知識のうえにはじめて、お客様に納得していただけるものづくりができることを実感してきました。

ただでき上がったものを売るのではなく、お客様のニーズをより満たせるためには、お客様のニーズをかたちにするノウハウが必要となってきます。

どういう成型方法で、どんな土で、どんな釉薬を掛けるのか、コストはどのくらいか。様々な組み合わせの中でのものごとを考えます。

これは、製造の現場を知っていなければできないことだと思います。

そのため、企画から製図、そして協力工場での調整が一貫して行えることが大切です。

そういったノウハウを生かし、「作り手」から「使い手」へ、また「使い手」から「作り手」へ、「思い」の「伝え手」として日々努力しております。

デイリーライフ信楽
代表取締役
田中 将之





2. 経営理念

楽しく食べる、楽しく生きる。

食べものがひとの体をつくれます。

食べるということには様々な目的があります。

空腹を満たすため、栄養をとるため、習慣になっているため。

どのように食べるか。

私たちが考えるのは「楽しく食べる」ということ。

食事を囲み家族が、友人が、食べることによって楽しくつながる光景をイメージしています。

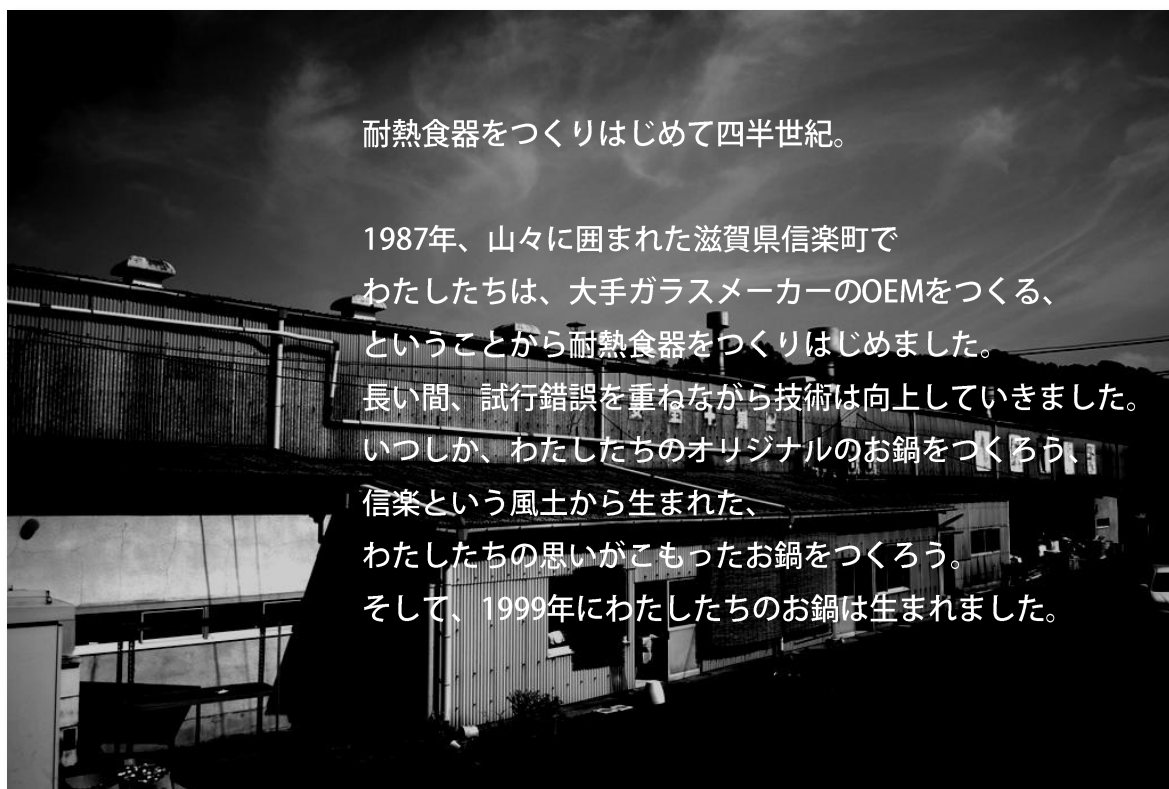
私たちは、食卓に彩りをそえることで、つながりの場を作るお手伝いができればと願っています。

楽しく食べることは、楽しく生きることにつながっています。



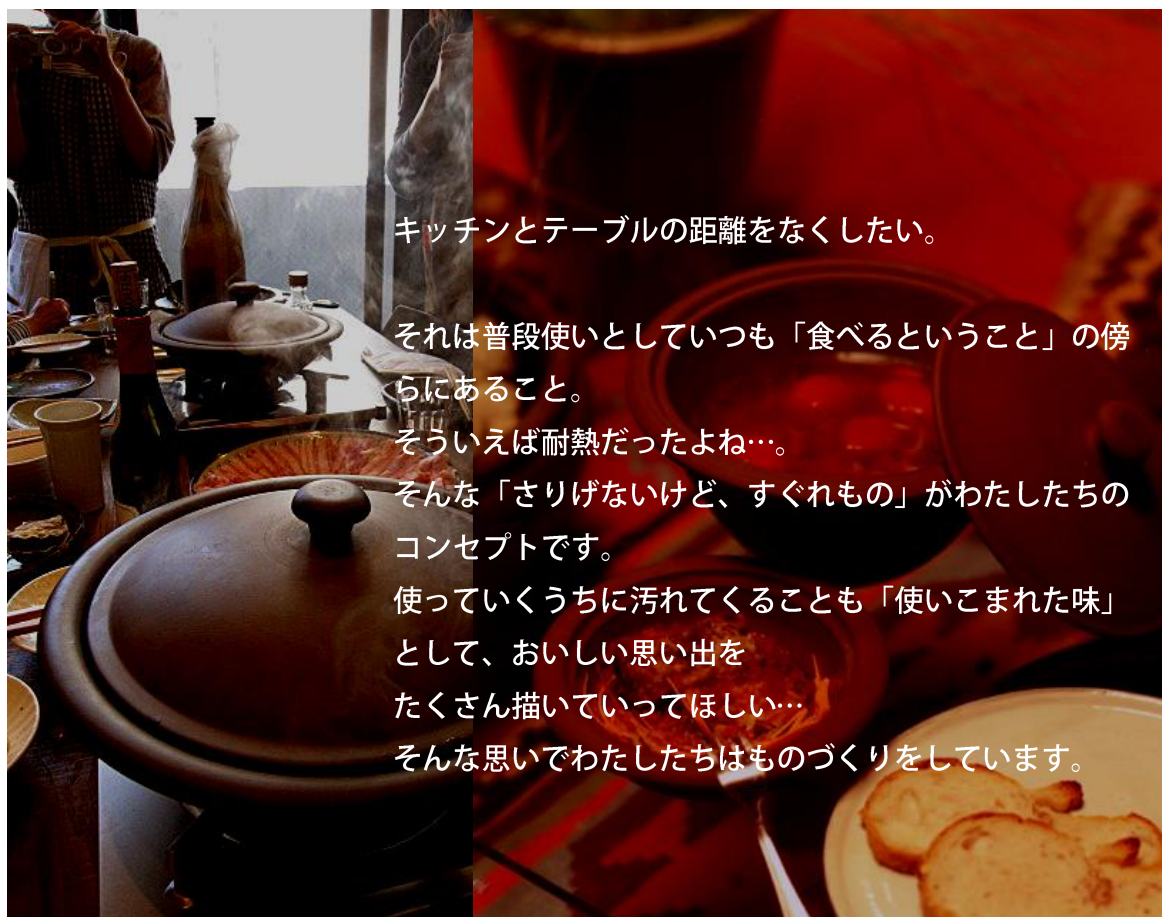


3. 事業概要



耐熱食器をつくりはじめて四半世紀。

1987年、山々に囲まれた滋賀県信楽町で
わたしたちは、大手ガラスメーカーのOEMをつくる、
ということから耐熱食器をつくりはじめました。
長い間、試行錯誤を重ねながら技術は向上していきました。
いつしか、わたしたちのオリジナルのお鍋をつくらう、
信楽という風土から生まれた、
わたしたちの思いがこもったお鍋をつくらう。
そして、1999年にわたしたちのお鍋は生まれました。



キッチンとテーブルの距離をなくしたい。

それは普段使いとしていつも「食べるということ」の傍らにあること。

そういえば耐熱だったよね…。

そんな「さりげないけど、すぐれもの」がわたしたちのコンセプトです。

使っていくうちに汚れてくることも「使いこまれた味」として、おいしい思い出を

たくさん描いていってほしい…

そんな思いでわたしたちはものづくりをしています。



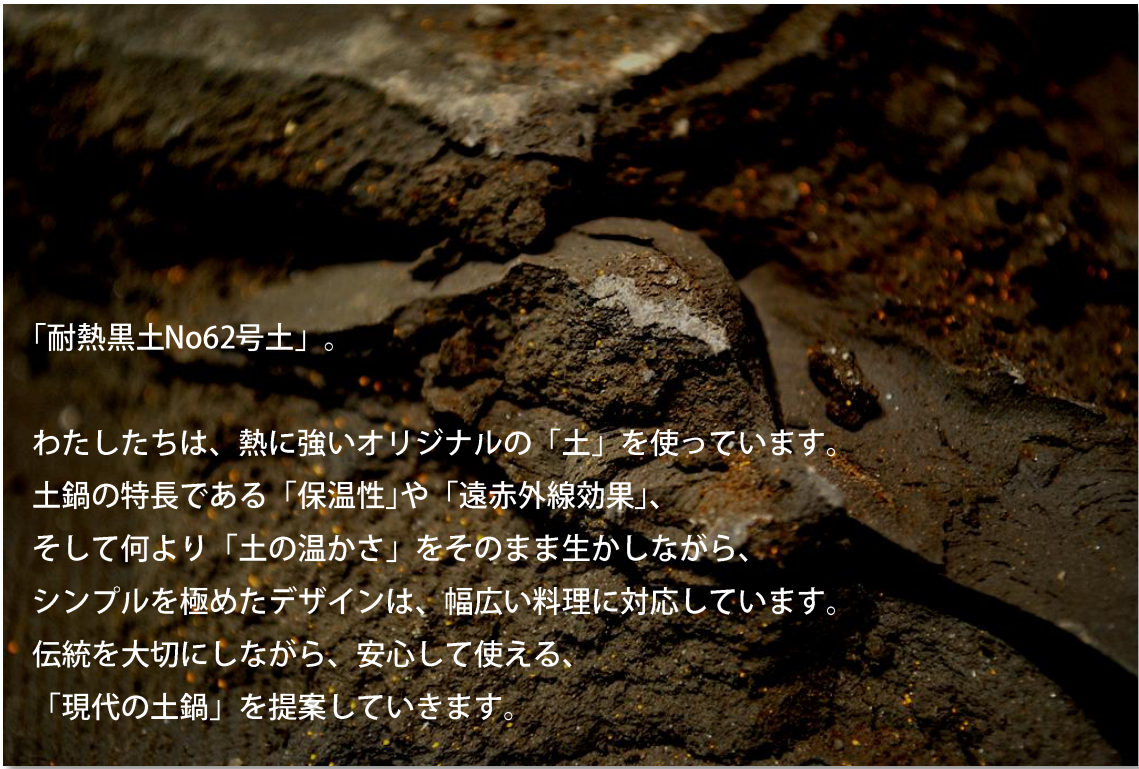
業務用としてのお鍋。

耐熱強度がとても高い、ということから、お鍋を発売した当初から、教務用で使われてきました。強いカロリーのコンロやオーブンでガンガン使われる。そんなヘビーユースにも耐えられるお鍋。料理のプロからも認められた商品なのです。



長く使ってもらいたい。

お客様から「蓋が割れたので、蓋だけ欲しい」という声をよくいただきました。それは、ウェッジウッドなどの洋食器では当たり前のことでした。永年の定番として使っていただく。わたしたちもお鍋の定番になろう、という思いでパーツでの販売をはじめました。使いこまれたお鍋と、真新しい蓋。またこの蓋も使いこまれて、その家の定番となっていくことでしょう。



「耐熱黒土No62号土」。

わたしたちは、熱に強いオリジナルの「土」を使っています。
土鍋の特長である「保温性」や「遠赤外線効果」、
そして何より「土の温かさ」をそのまま生かしながら、
シンプルを極めたデザインは、幅広い料理に対応しています。
伝統を大切にしながら、安心して使える、
「現代の土鍋」を提案していきます。

お鍋をつくるということ。

ひとつひとつ、手をかけてつくる。
かたちをつくる、仕上げをする、釉薬をかける。
それぞれの職人が、できあがる商品に思いを込めてつく
ります。

お鍋をつくる、ということは、
お鍋を囲む家族のしあわせをつくること。
そんなちょっとしたしあわせのお手伝いができれば、
とわたしたちは考えています。





製品紹介

もってうれしいデザイン、使ってうれしい機能にこだわった商品を展開しています。

DESIGN - デザインにこだわる。



道具としてのデザイン美、グッドデザイン賞に輝く

1999年グッドデザイン賞受賞。



2000年グッドデザイン賞受賞。



デザイナーとのコラボレーション

フィンランドのデザイナーとのコラボレーション



デザイン：ナタリー・ラーデンマキ（フィンランド）

国内デザイナーとのコラボレーション



デザイン：新田つぎ（福岡県）

FUNCTION — 素材本来のおいしさを活かす機能にこだわる。

厚みにこだわる

おいしくご飯を炊くための厚さ、10mm。蓄熱と余熱を活かす。



かまど名人



素材を短時間で調理する厚さ、3mm。



chinci



機能的に調理する

素材のおいしさを活かすカタチ。



Tajine



素材が持つ水分で調理する（無水調理）

コトコト煮込むお鍋。



olla





4. 過去から現在・沿革

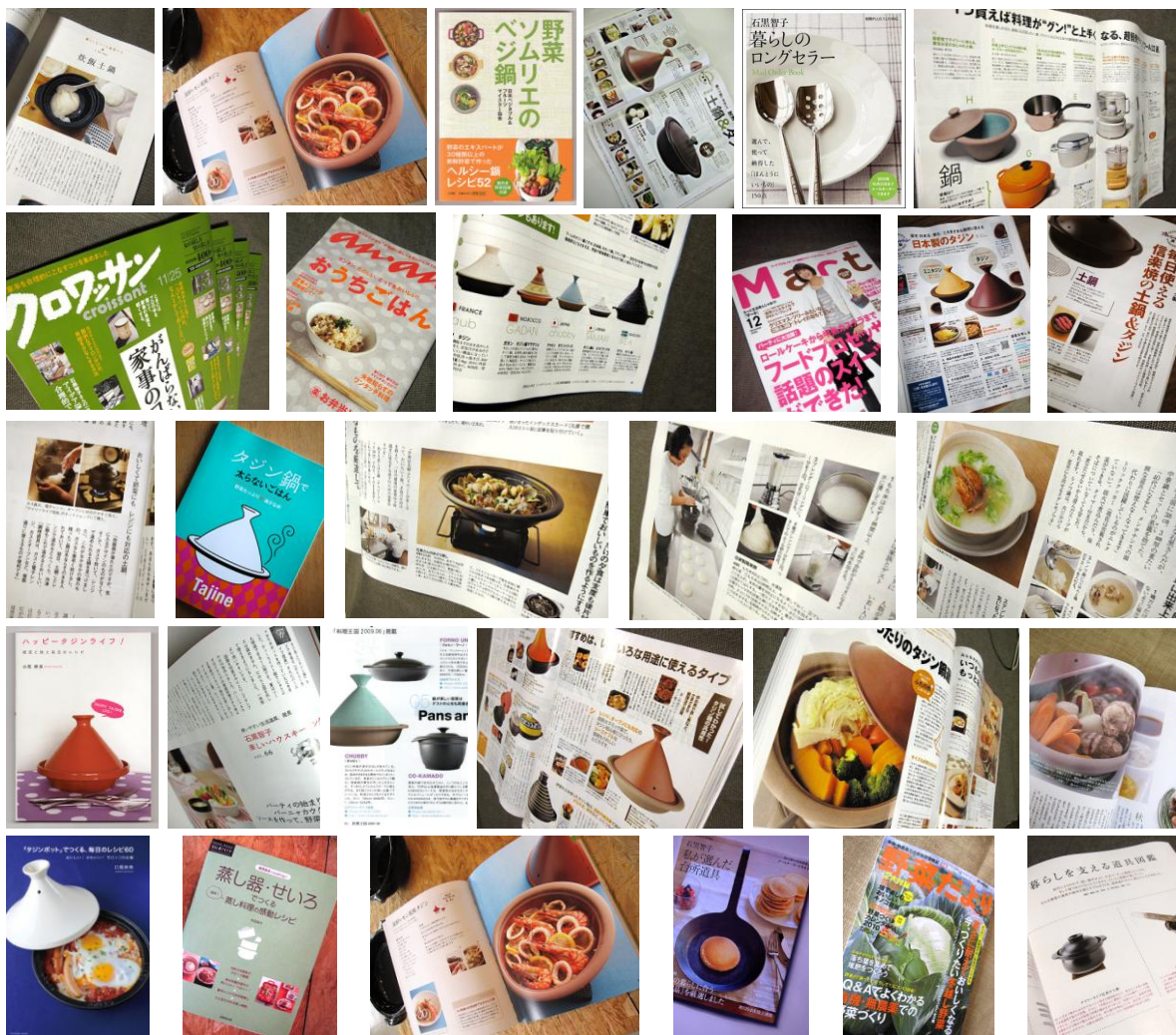
年月日(西暦)	創業から現在までの出来事	蓄積したノウハウ、人脈、信用力など
1999.8	chubbyシリーズ発表 GOOD DESIGN賞を受賞	食卓にそのまま出せる調理器具としてのデザイン性が評価される。
2000.3	HOTEL & RESTAURANT SHOW出展	初めて全国規模の出展。 業務用耐熱陶器として市場を得る。
2000.8	que（クオ）シリーズ発表 GOOD DESIGN賞を受賞	耐熱陶器を極限に薄くし軽量化設計のノウハウを得る。
2001.3	HOTEL & RESTAURANT SHOW出展	2回目の出展。認知度が上がる。
2002.9	かまど名人3合炊き発売	炊飯時の米の対流構造や、吹きこぼれ防止機能、おいしく炊くための肉厚構造など、設計および製造技術を確立する。
2004.9	かまど名人5合炊き発売	3合炊きを発売後、お客様からの要望で5合炊きを設計しラインアップを拡充。
2005.3	DONABEシリーズ発売	土鍋が食卓の中心となるよう、取っ手をなくし、どこからでも正面になるようデザインした。新しい素材（粗土）を使ったシリーズでラインアップに広がりができる。
2007.6	TOONEシリーズ発売	社外デザイナーを活用したシリーズの第1号。展示会で好評を博す。
	totシリーズ発売	ひとり用サイズのニーズにこたえたシリーズ。トースターや電子レンジで調理できるデザインとレシピを開発。
2008.6	Pataシリーズ発売	フィンランドデザインを取り入れたシリーズ。この商品が好評で、会社の認知度が一気に上がる。
	chubby タジンシリーズ発売	無水調理できる鍋として、もともとモロッコにあったタジン鍋を耐熱強度を高めて設計してタジンブームのきっかけをつくる。
2008.8	デザイン物産ニッポンにpataが滋賀のデザイン物産として選定される。 日本デザインコミッティー企画展「デザイン物産ニッポン」に出展（銀座松屋）	デザイナーのナガオカケンメイ氏がセレクトした都道府県のデザイン性の高い物産としてpataが選定される。
2008.9.10	美術出版社「デザイン物産ニッポン」にpataが掲載される	同上
2009.2.6	創業	
2009.6	chubby ココットシリーズ発売	お客様からの要望により従来のchubbyシリーズ拡充。プレートよりも容量が大きいので使い方の用途が広がる。
2009.6.1	東京ミッドタウンTHE COVER JAPAN滋賀展に参加	滋賀県のセレクト商品として認知が上がる。
2009.6.3	Interior lifestyle show出展	国内のインテリア関連展示会のトップである同ショーに出展。来場者から好評を博す。
2009.9	独立行政法人中小企業基盤整備機構と経済産業省の「感性価値創造ミュージアム in KOBE」にpataが選定される	Pataのデザイン性、機能性などが評価される。

年月日(西暦)	創業から現在までの出来事	蓄積したノウハウ、人脈、信用力など
2009.11.26	オレンジページ社の「オレンジページ通販」でタジンと土鍋の通販が始まる（現在に至る）	出版社とのネットワークができあがる。
2009.11	ファミリーマートキャンペーン商品にチャビィ土鍋が選ばれる	品質検査基準等をクリアし、品質に対する信用を得る。
2010.1.25	毎日放送「ちちんぷいぷい」にタジン鍋で出演	番組出演後、電話FAXが殺到し、商品と社名の知名度が上がる。
2010.2.3	NHK関西ローカルにタジン鍋で出演	同上
2010.2.19	麒麟ビバレッジ飲料「とろとろ桃のフルーニュ」のキャンペーン商品としてタジンが採用される	高い品質検査基準等をクリアし、品質に対する信用を得る。
2010.6.2	Interior lifestyle show出展	国内のインテリア関連展示会のトップである同ショーに出展。連続の出展で、来場者からの認知が上がる。
2010.6	chubby オジャシリーズ発売	商品のラインアップが増え、幅広いニーズにこたえられるようになる。
	Sampoシリーズ発売	
	Pata スクエアシリーズ発売	
2010.9.2	オレンジページブックスから「野菜たっぷりタジン鍋で毎日ごはん」（レシピ本）発刊	「オレンジページ通販」での販売実績が評価され、弊社タジン鍋だけを使ったレシピ本（MOOK）の第1弾が発売される。
2011.1.23	土鍋を使った料理教室をはじめる	参加者とのネットワークができ、商品との使い方を浸透させる。
2011.5.2	信楽作家市（滋賀県立陶芸の森）に土鍋を使った食ブース「チャビィのお店」出店	一般の方に土鍋の良さを認知してもらう。
2011.5.17	オレンジページブックスから「タジン鍋で太らないごはん」（レシピ本）発刊	第1弾に引き続き第2弾が発売。弊社タジン鍋のブランドが確立される。
2011.6.1	Interior lifestyle show出展	国内のインテリア関連展示会のトップである同ショーに出展。連続の出展で、来場者からの認知がさらに上がる。
2011.7.28	Interior lifestyle at SEIBUに参加	消費者に直接商品を販売することにより、より細かな要望・意見を聞きファンが広がる。
2011.9.8	TEIBAN Japan Classico展「信楽」に出展	一般を対象とした展示会で、商品のコンセプトや商品についてのファンが広がる。
2011.9	韓国への輸出をはじめる	韓国の業務用として機能性および耐熱性が評価される。
2012.5.2	信楽作家市（滋賀県立陶芸の森）に土鍋を使った食ブース「チャビィのお店」出店	前回食べていただいたお客様に土鍋の良さが伝わりリピーターが増大。
2012.6.4	フジテレビ「スーパーニュース」でエッセイストの石黒智子さんが商品を紹介	エッセイストの石黒智子さんが紹介することにより、商品への信頼性が高まる。
2012.7.25	Interior lifestyle at SEIBUに参加	会場にて上記スーパーニュースを視聴していたエッセイストの石黒智子さんのファンとのネットワークができる。
2012.10.6	信楽セラミックアートマーケット（滋賀県立陶芸の森）に土鍋を使った食ブース「チャビィのお店」出店	回を重ねるごとにリピーターの口コミによって鍋の良さが広がり、拡大していく。

取り上げて頂いたメディア

媒体名	名称	掲載商品	年月日
主婦の友社	プラスワンリビング	チャビィプレート	2008.2.20
		チャビィプレート かまど名人など	2008.3.31
		かまど名人	2010.7.7
		バーニャカウダポット	2010.11.5
	気持ちのいい雑貨と暮らし	チャビィタジン	2008.12.20
	石黒智子の暮らしのロングセラー	チャビィプレートほか	2009.10.9
	暮らしのロングセラー	かまど名人ほか	2010.9.30
	毎日のおかずレシピ	かまど名人	2010.10.20
	石黒智子 私が選んだ台所道具	かまど名人ほか	2011.11.18
	ナチュラルな暮らしに欲しい定番品	かまど名人、バーニャカウダポット	2012.2.1
オレンジページ	オレンジページ	タジン、土鍋	2009.11.26～
		タジン	2010.2.17
	野菜たっぷりタジン鍋で毎日ごはん	チャビィタジン	2010.9.2
	タジン鍋で太らないごはん	チャビィタジン	2011.5.17
マガジンハウス社	クロワッサン	チャビィ	2009.2.25
		かまど名人ほか	2009.11.25
		かまど名人	2012.2.1
	an・an	チャビィボウル	2009.10.28
地球丸	天然生活	かまど名人	2010.1.20
		かまど名人	2010.3.1
ベセッセ	ルチェーレ	かまど名人	2008.5.1
エクスナレッジ	レアリテキッチン	チャビィボウル	2008.7.22
日経BP社	日経ウーマン	Pata	2008.12.1
ベネッセ	ルチェーレ	チャビィプレート	2009.1.1
アビーハウス	料理天国	プレート、タジン	2009.6.1
グラフィック社	ハッピータジンライフ（口尾麻美著）	タジン	2009.9
辰巳出版	タジンポットでつくる毎日のレシピ60（口尾麻美著）	タジン	2009.10.15
学習研究社	野菜だより	タジン	2009.10.20
光文社	Mart	タジン	2009.10.28

媒体名	名称	掲載商品	年月日
主婦の友社	プラスワンリビング	チャビィプレート	2008.2.20
成美堂出版	蒸し器・せいろでつくる蒸し料理の感動レシピ	タジンほか	2009.11.19
小学館	野菜ソムリエのベジ鍋	タジンほか	2009.12.10
角川ISS	レタスクラブ	タジン	2010.1.25
実業之日本社	ショルニ	タジン	2010.3
柘出版社	心地いいキッチン	Pata、チャビィプレート	2011.5.10
セブン&アイ出版	Saita	タジン	2010.6.7
ベターホーム協会	月刊ベターホーム	チャビィプレート	2011.12.20
インターナショナルラグジュアリーメディア	キッチンツール	タジン、ボウル、プレート、pata	2012.1.10





5. 知的資産 ①お客様目線での企画力

ものづくりの現場と販売の現場という両面の経験を生かし、お客様目線でのものづくりをしています。

タジン鍋ブームの火付け役。

もともと耐熱強度が高く、空炊きできるのが特徴ですので、無水料理には最適なお鍋でした。無水調理して、野菜がたくさん食べられる鍋があれば、という声から、モロッコにあったタジン鍋を耐熱強度を高めてつくりました。

2009年ころからタジン鍋のブームが広がりましたがブームになる前からいち早く手掛けていました。その頃の弊社の商品を見て、大手陶器小売店のタジン鍋のOEMをつくることになり、全国の百貨店の店頭に並び、一気にタジン鍋に火がつけました。



フィンランドのデザイナーとのコラボレーション。

デザインにこだわってものづくりをしていました。特に北欧デザインは、日本でもファンが多く人気があり、弊社がつくる商品は北欧デザインを思わせるという声を客様から聞いていました。そんな折、2007年春、滋賀県立陶芸の森にフィンランドのプロダクトデザイナー、ナタリー・ラーデンマキさんが招へい作家として信楽に滞在されていました。ある日、ナタリーさんと食事をする機会をいただき、お互いのものづくりの話をしていただきました。そんななか、うちの工場のお鍋をデザインしてもらおう話になり、patalはできあがりしました。もともと食や生活文化が違う立場ですが、工場に案内して土を見ると興味津津。一気にイメージができあがったそうです。

日本も北欧も自然を生活に取り入れるスタイル。日本の“用の美”と相通じる普遍性があります。

Patalはフィンランドの夏の空を写した湖のブルーと、雪に覆われた雪景色をうすいイエローで表現しています。

使い勝手を考慮して、蓋はフラットで、鍋敷にもなります。

蓋の取っ手と、本体の取っ手の大きさを変え、指先に引っかかって蓋が外せる構造になっています。

なかなか、日本の感覚では表現できないデザインとカラーです。



とっての大きさを変えて引っかかりを作っています。



フラットな蓋は鍋敷にもなります。

プロから教えていただいたこと。

もともとのスタートが、業務用として使っていただくことが多かったので、ハードな使い方にも耐えられるように商品の改善を繰り返してきました。そんな中で、蓋が割れたので、蓋だけ欲しい、というご注文がありました。たしかに、使われるシーンを考えると、本体に比べ、蓋の破損が多いことを教えていただき、蓋とお鍋を別々に販売するスタイルをとりました。

個人のお客様からも蓋だけのご注文をいただいています。蓋と本体が、どの組み合わせでもピタッと合わなければならないという難しさはありますが、道具を長く使っていただくことから、必要なことだと思っています。



製品開発ストーリー かまど名人

12年前、二人の男が工場のキッチンで試作品の鍋で何度も何度もご飯を炊いていました。

ひとりとは私、もう一人は、ニプロ株式会社の営業マン、大迫さん。

おいしくご飯が炊ける鍋をつくらうと、はじめた企画。

「もうあと5mm縁を深くしたらふきこぼれへんで。」

「内側をくるっと返したらうまいことお米が対流するで。」

「強火で10分でもおいしく炊けたわ。」

ふきこぼれや、炊き加減、炊飯時間の統計など、

二人で試作を重ねてできあがったのが「かまど名人」でした。

かたちはお世辞にも洒落てるとは言いがたいけど、おいしくご飯は炊けます。

かまど名人の特長

1. 鍋に厚みを持たせることにより、蓄熱効果で途中の火加減なしでご飯が炊けます。
厚みにより、急激に温度が上がらず、徐々に上がっていき、沸騰すると火を止めてから余熱で仕上がります。
「はじめちょろちょろ中ぱっぱ」という炊き方が火加減なしでできる構造になっています。
2. 鍋の内側が対流を起こす形状になっているので、均一にむらなくご飯が炊けます。
3. ご飯を炊くとき、ふきこぼれがしないよう、ふたつの工夫をしています。ひとつは二重蓋、もうひとつは鍋のふちを深くしていること。何度も試験を繰り返してできあがった構造です。



コラムニスト 石黒智子さんの声

デイリーライフ信楽さんへ

近所のスーパーで二合炊きの土鍋を買ってみたら、思っていたよりも簡単で美味しかったけれど白米しか炊けないギリギリの大きさがちょっと不満でした。

炊き込み御飯や赤飯も炊けるように三合炊きの買い替えを考えていたときに出会ったのが、デイリーライフ信楽さんの[かまど名人]。

電子レンジにも入るのだから、赤飯はガスと電子レンジ併用で炊けるし、お餅は電子レンジだけで作れるはずだと直感しました。土鍋でお餅を作ると言うたびっくりされるのですが、5時間含水したもち米をミキサーでトロトロにして「かまど名人」に移し、電子レンジで加熱させるだけで見事に出来上がります。

チャビーは底が平なのでカセットコンロの上に置いても高さが気にならず、持ち手がジャマにならないようにデザインされているので、箸が入れやすく、収納も最小限で済みます。

デイリーライフ信楽さんの商品は独自のデザインで、調理は当然ながら、適切な重さ、形状など、洗いやすさまで研究されているので扱いが楽です。

4年前、イタリア旅行で見たバーニャカウダポットを日本の家庭向きにデザインして作れないかと田中さんに相談いたしました。キャンドル1個の熱量でソースが作れる大きさ、上皿のみ洗える、スタッキングが出来るなど、細かな注文にも応えていただいて完成したバーニャカウダポット。焼きものとしての完成度も高く、田中さんには大変感謝しております。

石黒智子プロフィール
神奈川県在住 コラムニスト
1980年から新聞、雑誌などでコラム、エッセイを執筆
2001年にホームページ[石黒智子のLife Style]を開設
<http://www.amyhi-ho.ne.jp/luy-ishiguro/tomoko/>
ほぼ毎日更新する[1日1文]に台所道具の使い方や日々の暮らしを綴る。
2002年より貝印株式会社[石黒智子のシンプルな台所道具]シリーズの商品開発を手掛ける。
2011年佐藤商事株式会社[石黒智子プロデュース24cm浅型ほうろ鍋]を発売
著書
[石黒智子 私が選んだ台所道具主婦の友社刊]
[小さな暮らし]ソフトバンククリエイティブ刊
[わたしの日用品]アスペクト刊
[わたしの台所のつくり方]暮らしの手帖社刊
[わたしのレシピノート]ソフトバンククリエイティブ刊
[大人のための素敵な良品生活のすすめ]PHP研究所刊 など

石黒智子



オレンジページさんの声

デイリーライフ信楽 様

いつもお世話になっております。

以下、株式会社デイリーライフ信楽様に関して、日ごろのお取引のなかで感じていることをコメントさせていただきます。

●商品のデザイン性が高く、おしゃれです。

●食に関わる商品において気になりがちな安全性にこだわっていらっしゃると思います。品質が高いため、安心して使え、弊社のお客さまに対しても自信をもっておすすめできます。

●常に新たな商品を生み出そうとされる探究心が旺盛に感じられます。また、こちらからのオーダーに対しても、何かしらの方策を講じようとしてくださったり、試作品の制作を厭わず受けてくださったり、とご協力くださいます。

●商品に関する知識が豊富であるのはもちろんのこと、食まわりの業界における動向などにも気を配っておられ、さまざまな情報をご提供くださいます。



株式会社オレンジページ



5. 知的資産 ②設計～生産までの一気通貫体制

作品ではなく、生活のための道具をつくる。

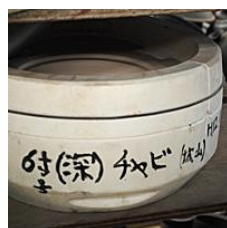
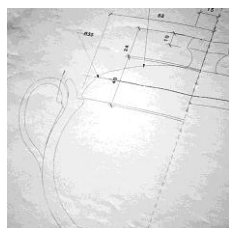
「信楽でやきものの仕事をしています」、と言えば、「ロクロ回して作品作ってるの?」とよくいわれます。

信楽という産地は、手づくりの産地としてのイメージが強いのです。

作品ではなく、生活のための道具をつくる、というのが私たちの考え方。

仕事にかかる前に、イメージをきっちりとCADで製図します。

それをもとに、型屋さんと打合せし、型の抜けやローラーヘッドの合わせ方など、技術的な点をクリアにしていきます。



お客さまの要望をカタチにする即応力。

お客様からいただいた要望を、製図から製品まで一貫して工程管理しています。そのため、短時間でお客様に商品をお届けすることができます。



現場を支えるスタッフ。

やきものの仕事は、日々変わる気候の変化や、素材のロットの変化を敏感にキャッチしなければなりません。

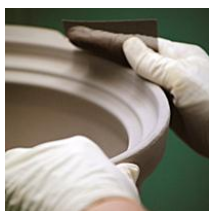
毎日の湿度や温度により、土や釉薬、また窯の焼成方法など、細かくチェックしなければ、より精度の高いものづくりができません。

また、土の硬度や水分量、釉薬の調合など、素材の製造ロットにより異なっているので、それを適正に加減しなければなりません。

現場のスタッフは、こういう細かな条件の組み合わせを長年の経験により調整しています。

やきものをつくるのは、机上のデータはもちろん、こういった要素との組み合わせでできていきます。

現場スタッフのノウハウを設計段階で盛り込むことが、生産性が高く、安定した品質を確保できる秘訣です。





5. 知的資産 ③安全安心の製品づくり

規格基準に基づいた製品づくり

使っていただく人の安心安全な製品のために、規格基準に基づいたものづくりをしています。

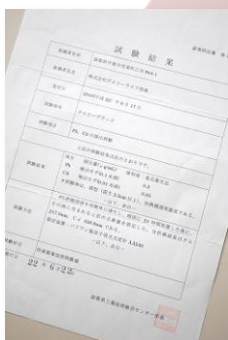
JIS規格や、ISOの規格基準に準拠しています。

熱衝撃試験(JIS規格)や、重金属(鉛、カドミウム)の溶出試験(ISO)についても、商品ごとに試験し証明書をとっています。

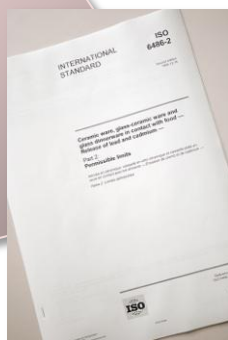
また、原材料のMSDS(安全データシート)も必要に応じて準備します。

この他にも、自社検品規定を設け、安全・安心の商品をつくっています。

食品衛生法



鉛、カドミウムの
溶出試験成績。



ISO 6486-2
Ceramic ware, glass-ceramic
ware and glass dinnerware
in contact with food-Release
of lead and cadmium-
Permissible limits

陶磁器の鉛およびカドミウムの溶出基準。これに基づき、溶出試験を行っています。

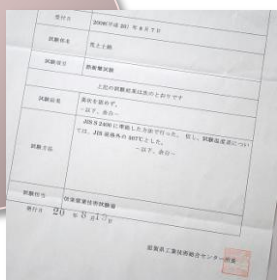
耐熱強度

安心 安全

安全データシート (MSDS)



陶磁器製耐熱食器
JIS S2400



陶磁器製耐熱食器
JIS S2400の規定以上の503℃
(JISは350℃)で試験を実施、
異状を認めずの成績をいただ
いています。

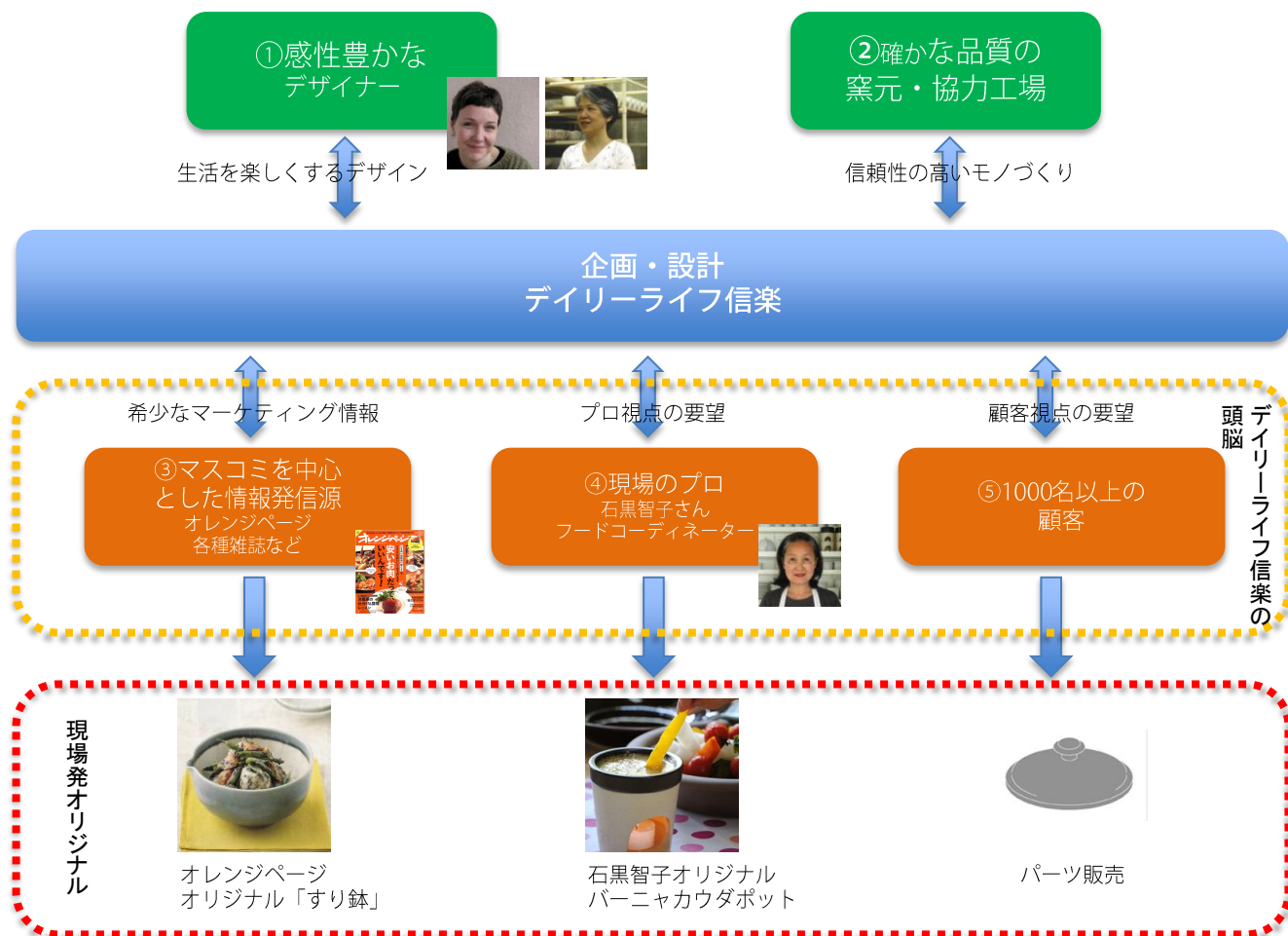


釉薬のMSDS
MSDSを求められる
クライアントに対応。



5. 知的資産 ④幅広い人的ネットワーク

いままで蓄積してきた、幅広い人的ネットワークを活かし、データの収集やニーズを商品開発に反映させています。
また、地元の窯元・協力工場それぞれ強みを生かした生産をしています。



①感性豊かなデザイナー	フィンランドや国内のデザイナーとのコラボレーションによる商品企画
②確かな品質の窯元・協力工場	成型所から窯元まで、高い技術の外部スタッフにより、より品質の高い製品づくりができます
③オレンジページ 各種雑誌	雑誌などの出版社とのネットワークはトレンドや、読者の声などの希少な情報を共有しています。
④石黒智子さんはじめ フードコーディネーター	主婦から圧倒的に支持されている石黒智子さんやフードコーディネーター、お料理教室の先生などプロからの要望を商品開発に活かしています。
⑤1000名以上の顧客	ネット販売や、直接商品を購入された実績のある顧客の声を活かした企画をしています。

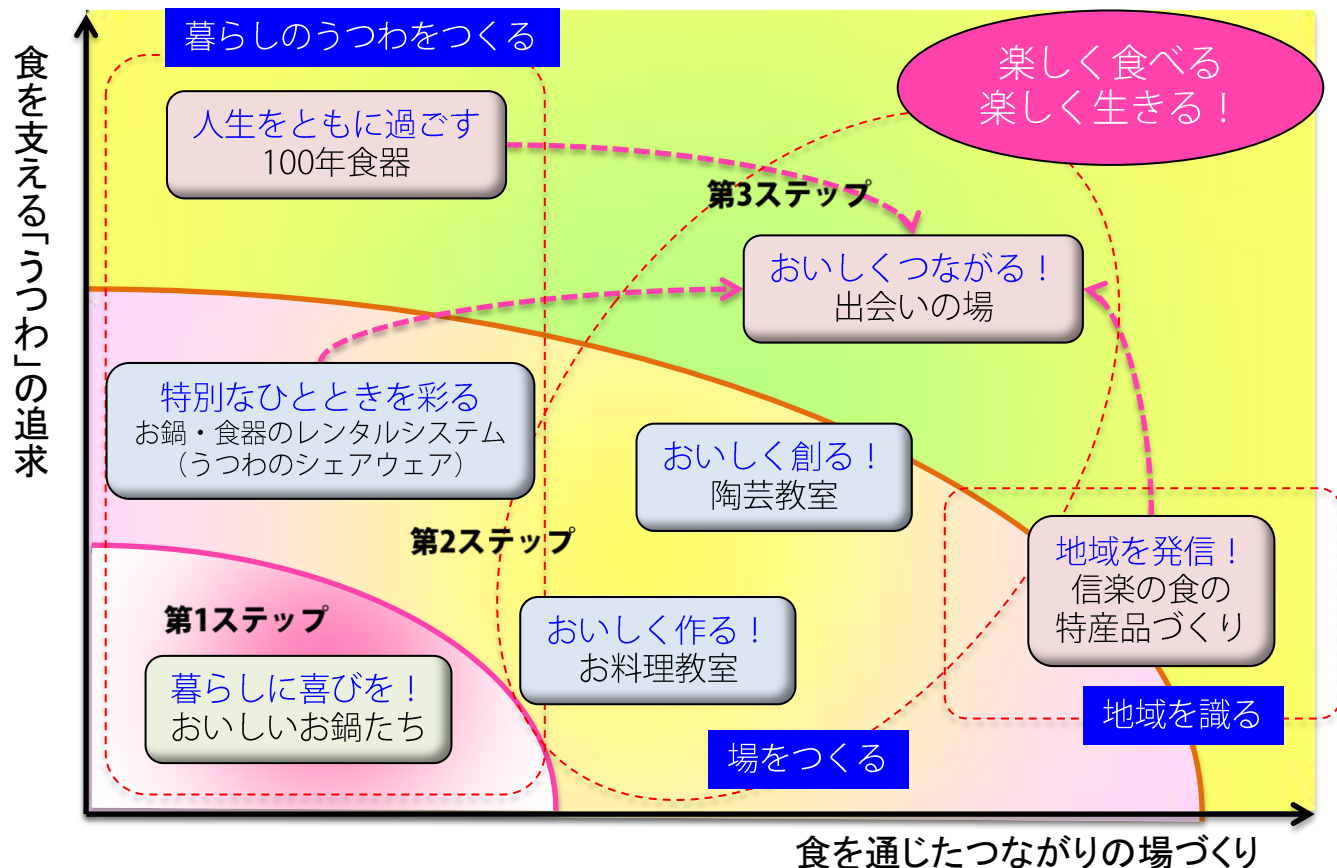


6. 将来展望

私たちの考える将来ビジョン

私たちは、暮らしをつくる「うつわ」づくりを通じて、ふれあいの場を提供し、みなさまの「楽しく食べる、楽しく生きる！」実現のお手伝いをいたします。

【将来ビジョンにむけたコンセプトマップ】



テーマ		内容
第1ステップ：うつわを深める		
①	暮らしに喜びを！	普段づかいできるデザイン性の高いお鍋を提供することで、新しいお料理を再発見する喜びをもたらします。
第2ステップ：うつわと人をつなげる(ファンづくり)		
①	特別なひとときを彩る	ホームパーティーや特別な日に、普段は使わないけど、食卓を彩るうつわが欲しい。そんな時、信楽の窯元では、倉庫に眠っている良いうつわがたくさんあります。これをレンタルするシステムをつくることで、特別なひとときを彩るお手伝いをします。
②	おいしく作る！	正しい道具の使い方を知っていただくことによって、素材の持ち味を生かしたお料理を体験できる場を提供します。（お鍋を使った料理教室）
③	おいしく創る！	うつわと人との距離を近づけるために陶芸教室を開催し、うつわを身近に感じていただきます。
第3ステップ：食を通じたコミュニティづくり（地域発信）		
①	人生をともに過ごす	「楽しく食べる＝楽しく生きる」というコンセプトを実現するため、一生付き合っていけるうつわを提供します。
②	おいしくつながる！	人と人をつなげるコミュニティーの場を提供します。
③	地域を発信！	信楽の地域特性を活かした新たな食の特産品を創り出し、地域の活性化を図ります。



次ステップへの課題

実現にむけた課題	具体的取り組み内容
第1ステップ. うつわを深める	
①ラインアップの拡充	● 新商品の開発（かまど名人のバリエーション拡大など） ● 顧客の声を活かした商品づくり（「レシピ・ブログ」などを利用したモニターによる意見収集）
第2ステップ. うつわと人をつなげる（ファンづくり）	
①-1 お料理教室 ①-2 陶芸教室	● デイリーライフ信楽のファンづくりにむけた「土鍋を使った料理教室」と「自分でつくったうつわで食べる陶芸教室」の拡充と普及のためのインストラクター養成（家元制度）
②お鍋・食器のレンタルシステム （うつわのシェアウェア）	● 参加窯元のピックアップと商品ラインナップの選定 ● 受注・決済から貸出・返却までのシステム構築
③顧客の掘り起こし	● 既存顧客への情報提供（ニュースレターなどの発行）の活性化 ● 商品別コミュニティ（場）…メーリングリスト、SNSの活用
第3ステップ. 食を通じたコミュニティづくり（地域発信）	
①信楽高原野菜の試作	● 有機種子を使った葉物野菜の試作栽培



土鍋を使った料理教室
「北半食堂」



有機種子を使った試作栽培
「しがらき農産」



次ステップに
向かって前進！



7. 会社概要

会社名	デイリーライフ信楽
代表者	田中 將之
従業員	2名
事業内容	陶器製造・販売
本社	〒529-1812 滋賀県甲賀市信楽町神山1417
電話	0748-82-2866
FAX	0748-82-3319
メール	tanaka@shigarakiya.jp
営業時間	午前8時～
WEB	https://www.shigarakiya.jp





8. 連絡先

本報告書に関するお問い合わせ先

株式会社デイリーライフ信楽

担当者：田中 將之

TEL 0748-82-2866 FAX 0748-82-3319

e-mail tanaka@shigarakiya.jp

①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。

「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。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠して作成しております。

②知的資産経営報告書とは

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随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おります。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が生じることもあり、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。

③作成支援・監修専門家

本知的資産経営報告書の作成にあたっては、本書記載内容につき、その客観性を維持・向上させる趣旨から、次に掲げる専門家のご支援・ご監修を賜りました。

滋賀県中小企業団体中央会 中小企業支援ネットワーク強化事業

登録専門家 中小企業診断士 顯谷 敏也

中小企業支援ネットワーク機関：滋賀県中小企業団体中央会 中嶋 和繁



株式会社デイリーライフ信楽
TEL 0748-82-2866
FAX 0748-82-3319
