

KOKUYO

长期战略 CCC2030

2021.02

随着社会的变化，国誉所处的业务环境也
发生了变化。

数字化在加速，工作与学习的形式日趋多样。
人们的生活和价值观也有了改变。

国誉，跟上时代的步伐。



国誉改变航向。

更新企业理念，
重新认识自身优势，
启用新战略，
令整个集团再次焕发成长活力。

用更长期的可持续发展视角指导经营决策，
变革成为新业务层出不穷的集团。

国誉 长期战略CCC2030

更新企业理念
重新认识自身优势

向「森林经营模式」转变

成长战略：扩展客户体验价值
集团运营改革：有效利用共有资产

到2030年，销售额从现在的3,006亿日元提升至5,000亿日元

更新企业理念



一直以来，
国誉致力于通过商品造福社会。



翻开笔记本的崭新一页，想着要写些什么，心中雀跃不已的时候，
抑或是灵感涌现于笔尖，让人充满期待的时候。



在文具，家具，办公空间等领域，
我们致力于帮助人们激发更大的创造力。



我们相信，我们的工作，
必定会让社会更美好。

be Unique.

国誉，

激发无限创意，点亮世间个性。

重新认识自身优势

国誉，创业于1905年，从生产账本封皮开始。
之后，不断推出各种商品，创造出价值，
随着时代的脚步发展集团事业。

1905



账本封皮店
开业

1914



文具事业
起步

1960



办公家具事业
起步

1969



日本首例
实景式办公空间
问世

2001



办公用品目录
销售事业起步

2003



走出日本
走向亚洲







历经百余年却从未改变的

是面对客户课题时的「共感」。
新的商品和服务由此不断孕育而生。

为了让商品和服务体现出这份与客户的「共感」，
国誉不断挑战自我。







共感点

喜欢线圈本，
但是手碰到线圈的地方，
不好写字。

碰到也不会痛的树脂线圈。



软线圈本

共感点

沾上胶水，
容易弄脏手。

好撕又好贴，
还不粘手的点状胶水。



点点胶

共感点

工作时久坐不动，
容易运动不足。

椅面能360度摇动，
边工作边运动。



ing

共感点

工作时的麻烦，
希望可以解决。

真实反应了用户的心声，
实现商品化。



Kaunet自有品牌

共感点

千篇一律的办公室
缺乏工作激情。

激发灵感，
令人向往的办公空间。



空间构筑服务

共感点

感受孩子的成长，
制造亲子交流的契机。

大家一起愉快游戏。



国誉的绘本

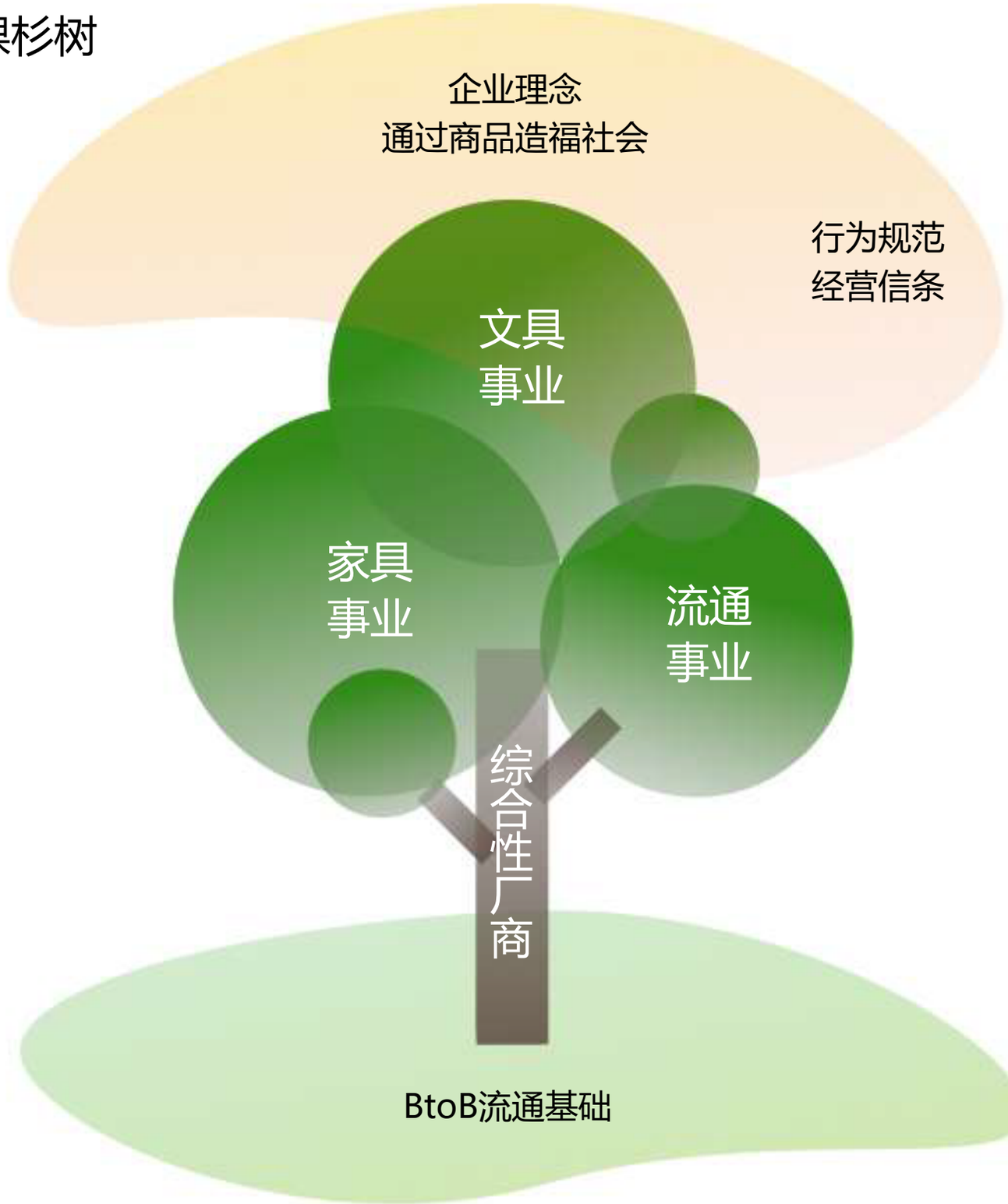
共感共创

联结彼此共鸣，创造全新体验，
正乃国誉之所长。

向「森林经营模式」转变

至今为止的
国誉可以比喻为一棵杉树

发挥规模优势
成长为综合性厂商



向「森林经营模式」转变

成为能够满足各种客户需求的
多种事业的集合体。

● 企业理念

be Unique.

● 国誉的优势

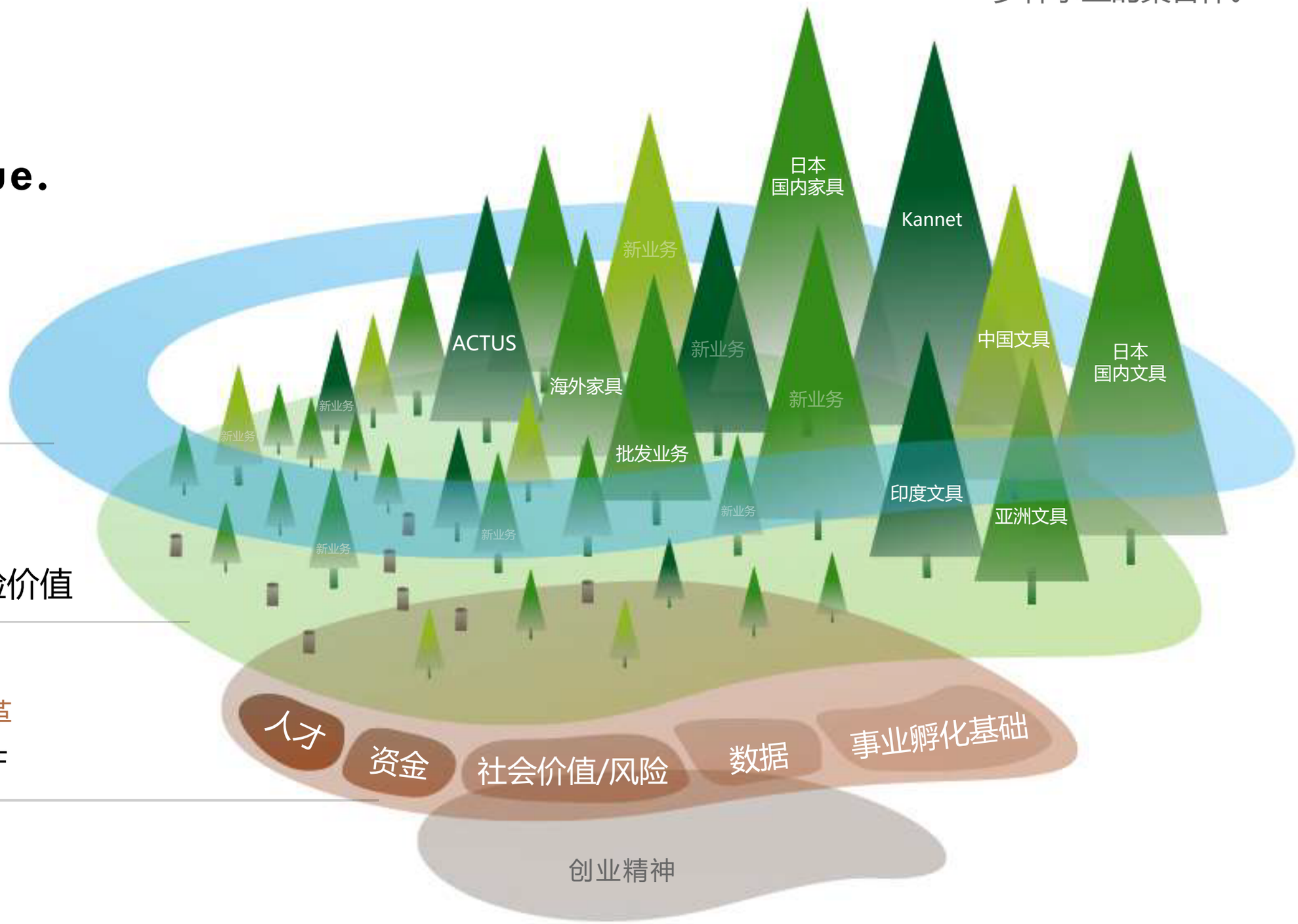
共感共创

● 成长战略

扩展客户体验价值

● 集团经营改革

活用共有资产



成长战略

「扩展客户体验价值」

强化与客户的联结，创造工作学习的全新体验价值，

从而实现事业领域的扩大与成长。

三个战略重点项目

数字×传统 / 客户数据活用 / 特定目标客户群



成长战略：「扩展客户体验价值」



数字×传统

实物的体验价值与数字化相结合，
产生新的工作学习方式。

IoT文具激发亲子间的交流：写作业有动力笔



活用顾客数据

积累客户的行为数据，
用来探寻新的工作和学习方式。

通过传感器收集数据，尝试工作方式的变革：工作方式的验证实验。



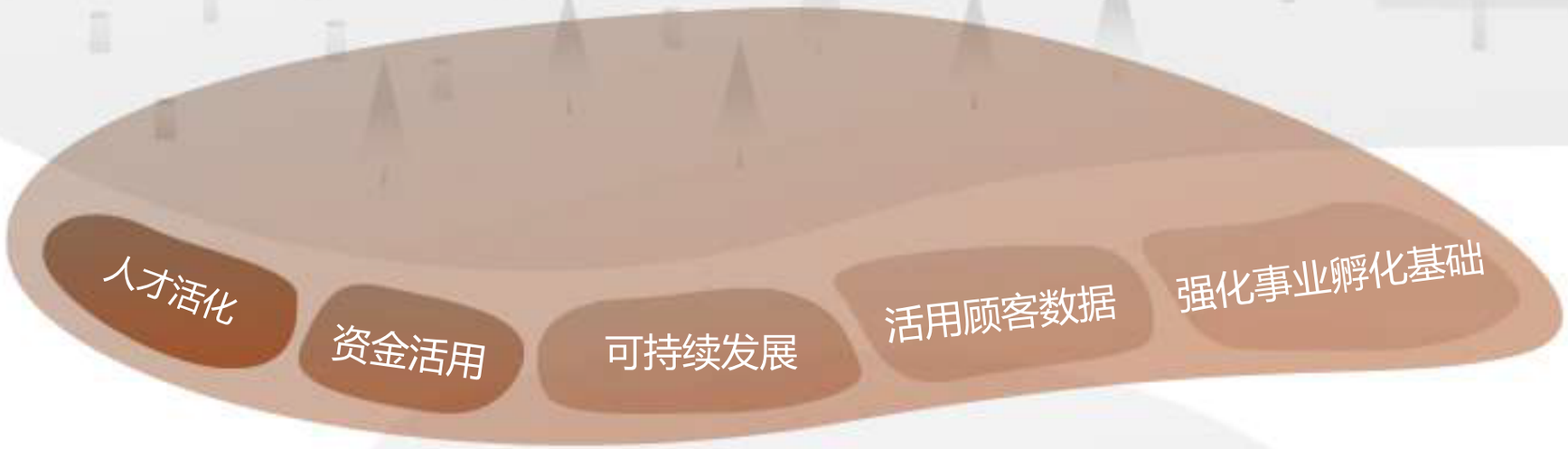
特定目标客户群

锁定目标客户，深度挖掘需求，
催生新的市场。

创造了面向中国女高中生的可爱文具市场：中国女生文具

集团运营改革
「活用共有资产」

「有效利用」共有资产，
集集团整体之力培育新事业。



集团共有资产

强化经营基础

- 确定未来发展计划和长期成长方向
- 强化战略的PDCA，进行资产的最优配置
- 推进ESG观念，实现可持续发展经营
- 基于企业发展需要的风险管理

提升事业创新力

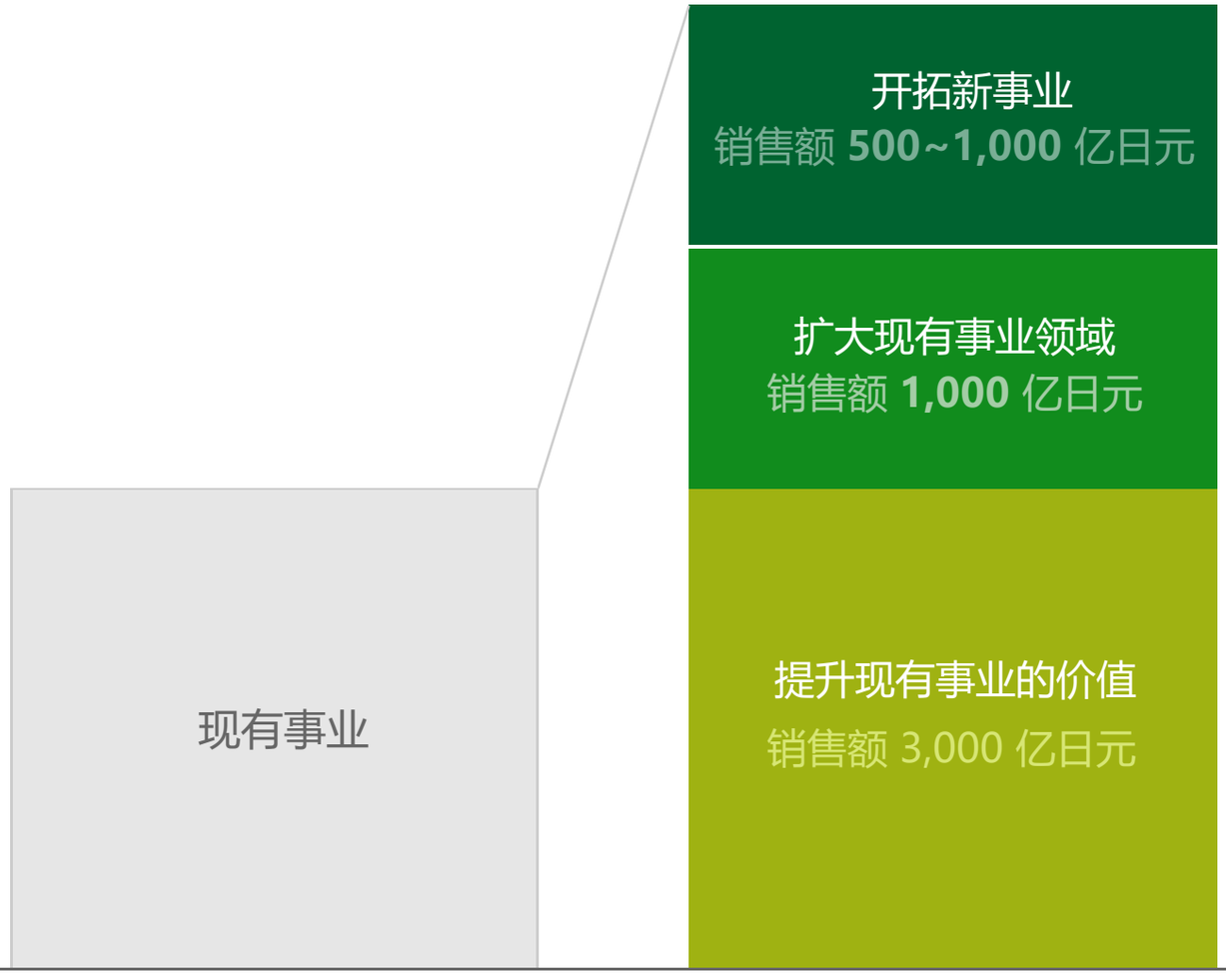
- 企业家型人才的内部培养和外部引进
- 建立1800亿日元的投资体制，提升资本利用效率
- 推进数字化改革
- 活用风险投资与CVC，探索新业务领域

到2030年，销售额从3006亿日元
提高至5000亿日元

实行成长战略，实现「2030年销售额5000亿日元」。
为此，进行「1800亿日元的战略投资」。

2020
销售额 **3,006亿**日元

~2030
销售额 **5,000亿**日元



战略投资　　1,800亿日元※

扩展顾客体验价值	1,200亿日元
数字×传统	700亿日元
顾客数据活用	200亿日元
特定目标客户群	300亿日元
现有事业的价值提升	600亿日元

※ 其中，计划用于并购/风投的资金为500到1000亿日元

继续扩大现有业务的范围
并且进一步推进开拓新事业

开拓新事业 销售额 **500~1,000**亿日元	结合数字化产生工作学习的全新体验价值		
扩大现有事业的领域 销售额 **1,000**亿日元	根据传感测量进行的 关于工作方式的服务业务	活用顾客数据 开拓非办公的EC市场	在世界范围开拓 特定目标客户群
提升现有事业的价值 销售额 **3,000**亿日元	提出适应工作场所 分散化的新提案	顺应EC化潮流 增加客户群	实现B2C事业的 高收益
2030年 销售总额 **5,000**亿日元	**空间价值领域** 销售额 **2,000亿日元以上** 2020年比 +550亿日元	**办公支持领域** 销售额 **1,000亿日元以上** 2020年比 +150亿日元	**国际文具业务领域** 销售额 **1,000亿日元以上** 2020年比 +300亿日元

向「森林经营模式」转变

● 企业理念

be Unique.

● 国誉的优势

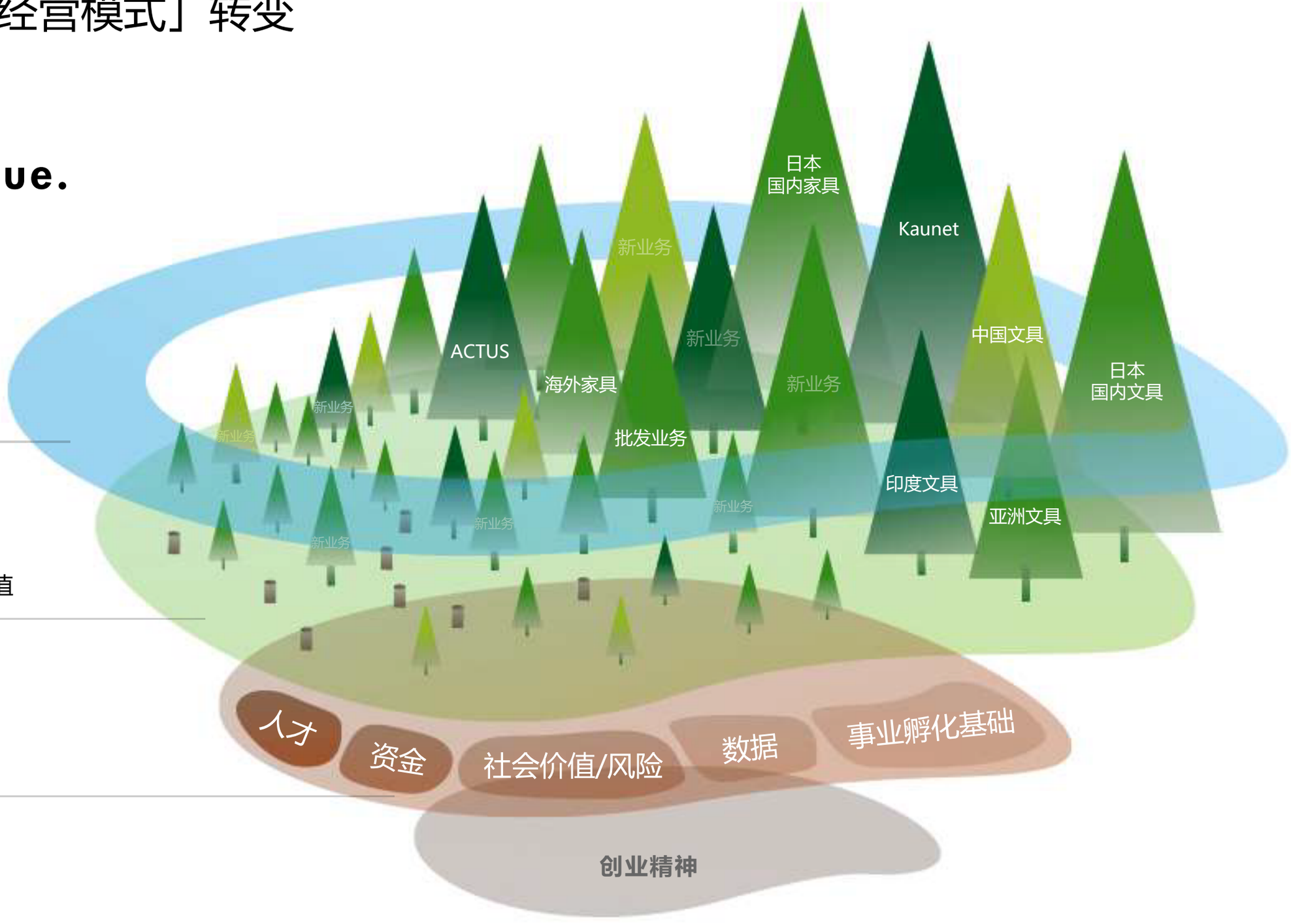
共感共创

● 成长战略

扩展客户体验价值

● 集团运营改革

活用共有资产



到2030年，销售额从现在的3,006亿日元提升至5,000亿日元。

KOKUYO

长期战略 CCC2030