



当社 横浜本社

○本社所在地：神奈川県横浜市神奈川区

○事業概要：ディスプレイグッズ・アーティフィシャルフラワーの生産および輸入・卸販売

○常時使用する従業員：183名
(2025年3月時点)○現在の売上高：52億円
(2025年3月期)

○法人番号：2020001006810

○Web：
<https://www.displaymuseum.co.jp/>

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ

代表取締役会長
今井 謙二

ディスプレイのニュースタンダードを創造する

当社は、ディスプレイデザインの質的向上を図り、五感に響く空間演出で顧客の事業繁栄を支え、地域経済の活性化と雇用の創出に貢献する。DXとSPA化による生産性向上で100億企業へと飛躍し、日本発の繊細な美意識を世界へ広げていく。グローバルニッチトップの地位を確立するこの成長を原資として社員の待遇と働きがいを飛躍的に高め、関わる全ての人々と共に、彩りと潤いに満ちた豊かな社会を創り上げることをここに宣言する。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

DXとSPA化を中核に、全データのリアルタイム一元管理とIoT活用による高収益な事業基盤を構築する。国内市場の成熟を見据え、M&Aを含めた海外展開を加速。システム稼働による体制刷新後は年平均25%以上の成長を実現し、グローバルニッチトップとして2031年に売上高100億円を達成する。

課題

- ・原材料高騰と在庫口数の増大
- ・国内外拠点での人件費高騰と労働集約的オペレーション
- ・アナログな業務管理に起因する生産性向上の遅れ
- ・国内販売が関東地域に偏重、全国規模での認知拡大とシェア
- ・国内市場全体の成長余地が限られている
→地域拡大・新市場開拓・新たな価値の創出が成長課題である

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

1, SPAモデルの確立
企画・製造・輸入・卸・小売の全データをリアルタイムで一元管理するシステム基盤を構築する。過剰在庫や在庫口数を削減する。

2, 物流省力化
システム基盤に物流を組み込み、検品などを自動化・省力化する。

3, 「日本発ディスプレイ文化」の海外展開
国内市場の成熟を見据え、アジア・欧米の主要都市へ展開する。

実施体制

- ・会長直轄による全社横断プロジェクトチーム（営業・商品・物流・システム）の組成と、各部門エース級人材の専任配置
- ・外部システムベンダーとの強固な連携による、SPA基幹システムおよび需要予測AIの構築体制
- ・海外パートナーやFC店舗とのデータ連携を見据えた、グローバルサプライチェーン管理体制の立ち上げ

目指す成長手段・売上高目標の詳細

<目指す成長手段について>

1. 設備投資によるSPA体制の高度化と生産性向上

具体策: 企画・製造・輸入・卸・小売の全データをリアルタイムで一元管理するシステム基盤を構築する。

効果: AIを活用した需要予測で適正発注を実現。過剰在庫と廃棄ロスの削減で、原価率と利益率を改善し、100億円企業に耐えうる高収益なSPA基盤を確立する。

2. 物流省力化と高付加価値業務への人的資源シフト

具体策: ハンディターミナルやPOSレジと基幹システムを連携させて、物流工程をシステム化。検品・棚卸・出荷指示を自動化・省力化する。

効果: 業務省力化で創出された余力を、単なる作業から当社独自の競争力の源泉である「コト売り」・クリエイティブ業務へ再配置し、商品・サービスの競争力を高める。

3. 「日本発ディスプレイ文化」の海外展開（グローバルSPA）

具体策: 「商品×デザイン×教育」のパッケージを、アジア・欧米へ展開する。また、現地流通網を持つ海外企業のM&Aを積極的に行い、販売チャネルを一気に拡大する。

効果: 品質と日本独自の繊細な演出力で高単価市場を開拓。新システムのグローバル展開でリスクを抑え、スケールメリットにより売上100億円を達成する。



<売上高目標について>

第一営業部は当社ショールームやパートナーショップを介した法人営業、第二・第三営業部はホームセンターや100円ショップなどへの卸売が主な事業となる。

海外M&Aやパートナー開拓による売上増は、主に第一営業部が牽引する。

2024年→2032年で、第一営業部（20億円→65億円） 第二営業部（32億円→57億円）の事業成長を見込む。

2031年でM&A売上も含め100億円を突破