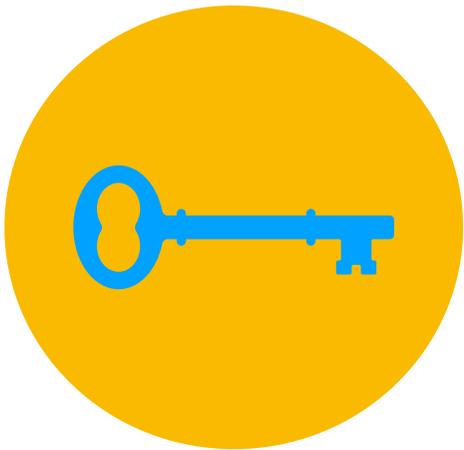


PHOTO ATELIER **KOYO**

有限会社 光陽写真館

知的資産経営報告書



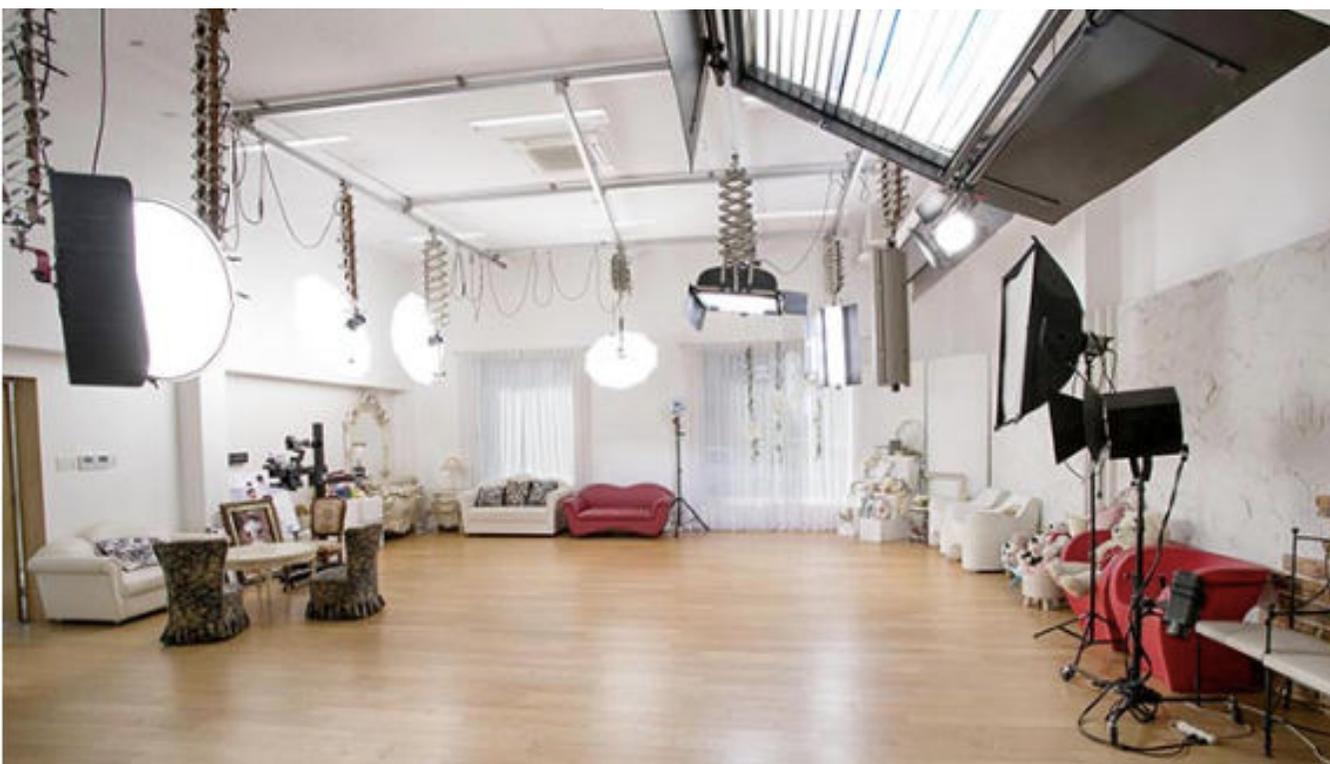
# 目次

---

- ・ 企業概要
- ・ メッセージ
- ・ 沿革
- ・ 知的資産
- ・ 経営環境分析
- ・ 方向性ビジョン
- ・ 現在価値ストーリー
- ・ 将来価値ストーリー
- ・ 商品ラインナップ
- ・ 経営課題
- ・ 経営デザインシート

**Atelier-koyo**  
Photo Studio

光陽写真館



## 企業概要

- ・ 有限会社 光陽写真館
- ・ 代表者 松尾 勝之
- ・ 設立 1949年 4月
- ・ 所在地 849-0919佐賀県佐賀市兵庫北2-19-6
- ・ 資本金 300万円
- ・ 事業内容 写真撮影業務(スタジオ全般、学校、ウェディング、オーディション証明写真、肖像)
  - ・ 写真関連商品(アルバム・製本)
  - ・ 動画撮影(婚礼・イベント各種)
  - ・ スタジオレンタル・色々なジャンルの専門的な写真教室

- ・ 所属団体

全国写真文化協会、佐賀県写真師会、佐賀商工会議所、感勸の会、佐賀県警察官を励ます会



## メッセージ

- ・ 松尾勝之 ((有)光陽写真館代表取締役)

未曾有のコロナ渦も今や、第5種類感染症に指定されたとはいえ

その広まりはとどまることなく、又、ここ数年世界ではウクライナ・ロシアあるいは、イスラエルなど近隣諸国における経済問題・安全保障、さらには世界的レベルの大きな変動が日本のあらゆる政治、経済に影響を及ぼしており、消費者の買い物の優先順位は大きく変わりつつあるように感じます。ここにきて、もはや過去の成功体験をもとに将来のビジョンを語るには容易ではありません。

消費者の動向を見極めつつ、ビジネスの基本であるお客様に喜んで頂けるといふ当たり前のことを原点にメニューの品揃えとお一人、お一人のニーズに満足を頂ける事を念頭に自社のオンリーワンとしての知的資産経営に取り組んで参ります。

- ・松尾匠悟（後継者）

帰郷当時とまた、コロナ後の時代変化に伴った業界の移り変わりは大きな打撃と、先の予測を見計らえない形に変化していき今までの文化を大きく変えました。残るもの残らないもののはっきりしてきた時代背景の面では、国や国外の戦争も大きな影響を与え、物質的な感覚さえも変わってきたように感じます。

何が、必要とされ、何が求められるか。その一生の課題と、変わり、変わらなければならないニーズを模索し、その時代を生き抜く事に手一杯ですが、変わらないものもまた大事に発信できる。そんな写真、業界として満足頂く事を望みます。

写真の力を伝えます！

日本大学芸術学部 写真学科卒

大学卒業後⇒広告代理店勤務⇒テレビ局映像課⇒(有)光陽写真館

## 沿革

1949年4月	現社長 松尾勝之の父、文勝がマツオ写真場を創業 スタジオ・出張撮影、現像プリントの仕事中心
1960年	学校アルバム制作開始
1974年	現社長 松尾勝之 現東京工芸大学を卒業後 帰佐
1975年	西九州互助会(旧マリトピア)のブライダル出張撮影開始
1980年	光陽写真館へ改名 広告撮影(料理、品物、モデル)展開
1981年	ホテル東急インのブライダルの撮影契約(20年契約終了)
1983年	映像関係開始
1985年	(株)メモリード ロイヤルチェスター ブライダル撮影契約
1991年	アイケイケイホールディングス(株) 伊万里迎賓館 ブライダル撮影契約(内製化により20年契 約終了)
1992年	佐賀市県関連 撮影展開
1993年	有)光陽写真館 法人化
2000年	アイ・ケイ・ケイホールディングス(株) ベルアミー鳥栖

## 知的資産

手抜きせず納得いくもの (風土資産)

社長の洞察力・良いところを見つける力  
奥様の細やかな気遣い (人的資産)

多品種撮影 (組織資産)

マナー等に精通 (組織資産)

外注カメラマン (関係資産)

セキュリティ強化 (情報資産)

多品種撮影 (組織資産)

	ブライダル撮影契約(内製化により5年契約終了)	
2007年	別会社 株)ラヴァー・コンツェルンを設立 ブライダル関連の内容を開始	多品種撮影 (組織資産)
2010年	松尾勝之の長男 匠悟 日本大学芸術学部写真学科卒業後 東京の広告代理店に勤務	時代のニーズに合う写真、お客さんの考え が感覚的にわかる特性 (人的資産)
2012年	新規事業開拓の為 匠悟 帰佐	
12月	本店を兵庫北へ移転	人生に付加価値を与える (理念資産)
2021年 10月	株)メモリード ガーデンテラス佐賀 ブライダル撮影契約	SNSプロデューサー (関係資産)
2023年 4月	顧客カルテ 作成	顧客カルテ (情報資産)

# 人的資産

## 1) 社長（松尾勝之）

被写体の良いところを見つけられる、写真的に特化した感覚を持ち、洞察力に優れている。  
一級写真技能士（国家資格）を持ち、主力取引先とは30年以上の付き合い。

## 2) 奥様（松尾恵子）

- ・ 撮影中の細やかな気遣いで顧客満足度を上げることができる。
- ・ 元銀行の経験を活かし、経理から金庫番まで、当社の裏の大黒柱。

## 3) 後継者（松尾匠悟）

- ・ 硬い～柔らかい、時代のニーズに合う写真、お客さんの考えが感覚的にわかる特性を持つ。
- ・ 一級写真技能士、PSMS(フォトセキュリティーマイスターシステム



松尾匠悟（後継者）



松尾恵子



松尾勝之

## 組織・技術資産～

- 1) 学校、ウエディング、スタジオまで多品種の用途に応じたの撮影が出来る技術がある。  
→学校、ウエディング、スタジオ撮影など、それぞれの用途ごとに、精通すべき点があり、すべてを対応できる写真館は佐賀県内でもかなり希少な存在である。多種多様な用途での経験を多種多様なシーンに活かすこともできるため、撮影品質の相乗効果も高い。
  
- 2) 簡素化したステージから格式ある会場、様々なところでも精通できるマナー、立ち位置、振る舞いなどの作法を習熟していることで、品格ある写真を撮ることができる。この知的資産も、上記1)の強みを支える背景の一つである。
  
- 3) 写真家一人一人の違う感性による重厚～軽やかな撮影技法の保持と技能の共有化。  
お客様のニーズに沿った写真を撮影するため、外注先を複数抱える当社の強みを生かし、写真家一人一人の得意を顧客ニーズに合致させることで対応力が上がる。
  
- 4) 様々な内容に応えることのできる画像処理方法  
修正感のない自然な修正により、お客様が驚くような写真を提供できる。

## 情報資源

### 1) 顧客カルテの保有

- ①顧客ごとの過去の撮影内容、ニーズ、希望を記入したデータベースを持つ。
- ②細かな要望や願いに応えるため、入念な打ち合わせ、ヒアリングの時間を設けSHOOTING(撮影)という流れをとる。
- ③SNSの普及に伴う情報ツールを初め、認知からの予約まで「どこで・誰から・どのように知った」を教えてもらい、今後の集客データに活かせる情報を確保する。
- ④データ・セキュリティー管理（情報保管管理）  
複数のデータを保存庫に何箇所もバックアップしており、人的、自然災害にも備えた情報管理を徹底している。県や市からはセキュリティーの充実を求められており、佐賀県内では充実したセキュリティー体制を取っている。またSECOMのセキュリティーなどの基本も徹底している。

## 風土資源

- 1) 手抜きをせず納得いくものを作る
- 2) お客様の満足いくものの提供に努める
- 3) 丁寧な手直し、他社の2倍近い撮影カット数によって納得の一枚を提供する。

## 理念資産

- 1) 経営理念「人生に付加価値を与える写真を提供し、お客様の目的を叶える存在になる」
  - ・時代に伴って変わってくるお客様の多種多様な要望に沿った形で、満足いくものの提供に努める。
  - ・目的（オーディション、プロフィールetc）に沿った形でお客様の良さ、特徴、らしさを引き出す。
  - ・お客様にはより良いものを提供するため、自社と外注使い分け、創造性の高い写真を提供する。

## 関係資産

### 1) 外注カメラマン

- ・若手～ベテランまで九州内30名、お客様に合うスタイルでの選択
- ・面接により自社の基準を満たしたものののみ採用。適材適所に応じて依頼。
- ・一定の基準を持つまで技術、マナー指導を行う。

### 2) 講師

福岡在住、福森義宏氏に多年数かけての合同勉強に参加。

現在、合同勉強会においては有数参加、関東、関西でも開催。

### 3) 取引業者

(株)プロカラーラボ 他15社

### 4) SNS等プロデューサー

HP、店舗案内他QRコード等、その都度提案をして頂いているコンサルタント。

## 経営環境

### 1) ニーズの多様化、個別化、臨機応変さ

・ SNSの普及により、こんなシーン！こんな背景！こんな感じ！と、SNSで見た写真と同じものを要求されるケースが増えてきた。今後は個別対応力が求められる時代になっている。

### 2) 起業、個性の追求

・ フリーランスや組織に囚われない働き方の普及により、起業ニーズは高まりを見せているそれに伴い、プロフィール写真のニーズも今後、ますます増えてくると思われる。写真の力で顧客獲得のキッカケを作る写真館でありたい。

### 3) スマホによる個人撮影

・ スマホの普及により個人撮影が一般化し、スタジオ需要は低下傾向にある。

### 4) 少子化によりお宮参り～婚礼需要の減少

・ 少子化の進展により、お宮参り、七五三、入学式、卒業式、婚礼などの需要が減少。

### 5) ブライダルの減少～フォトウエディングへ移行

・ 少子化に加えコロナ禍がブライダル需要の減少に拍車をかけた。またフォトウエディングへの移行などお金の使い所が変わりつつある。

## 今後の方向性・ビジョン

「人生に付加価値を与える写真を提供する」  
(オーディション写真、プロフィール写真に力を入れる)



### 今後の課題

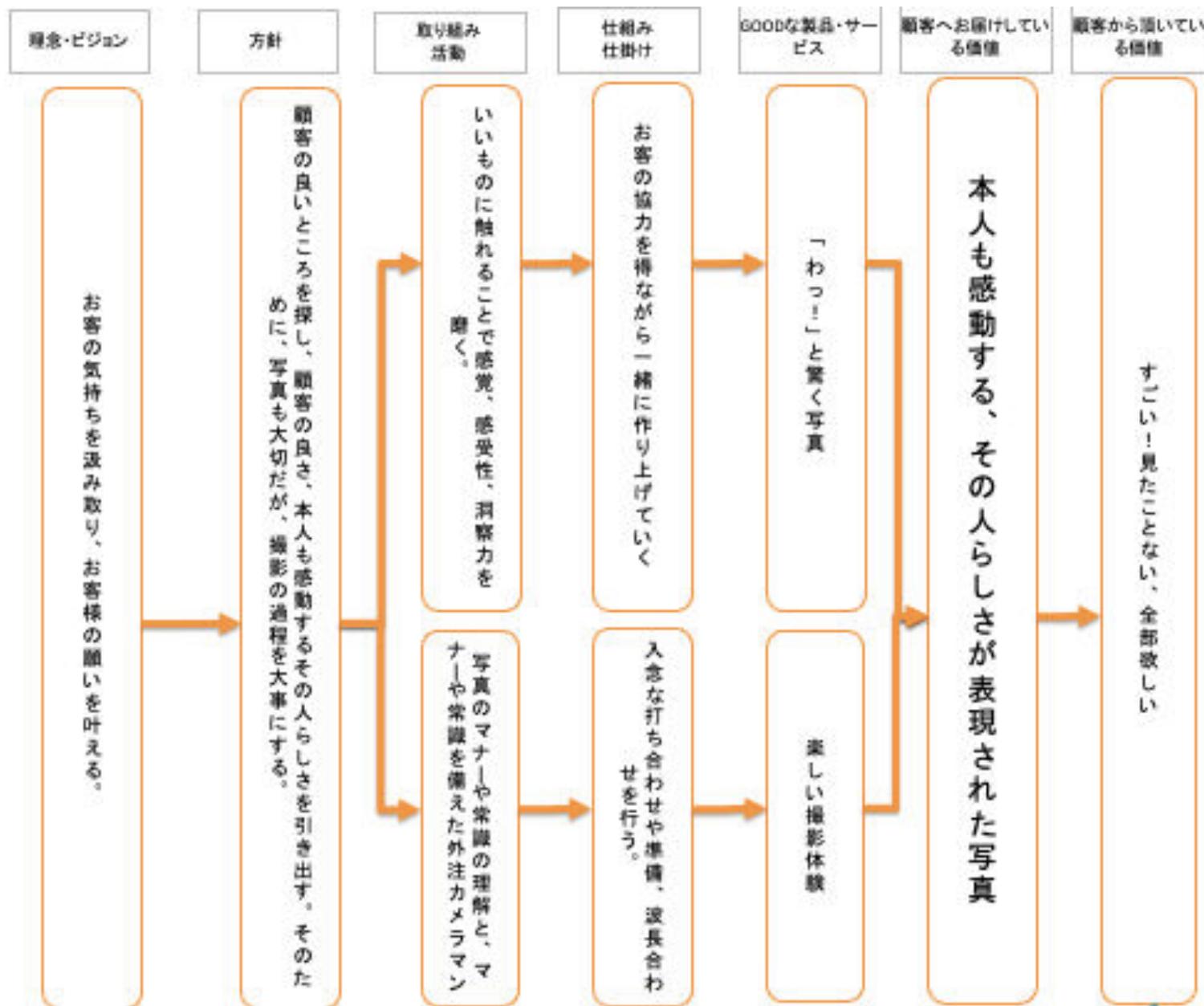
1) その人らしさを引き出すために、予約時から安心感を与え、会話や途中経過の共有を行うことで、信頼関係を築くことが必要。これにより、モデル自体がのびのびとした撮影を行うことが可能となりポージングやライティングのバリエーションの強化にもつながる。

2) SNS、Instagram、YouTubeを活用し、当社の取り組みを広く情報発信し、新たな顧客獲得につなげていく。イメージとしては美容師がyoutubeなどを使い、女性をより美しく、個人が持つ個性を引き出すようなカットに取り組んでいるように、当社でも写真の力で女性の驚きを与えるような取り組みを広く発信していく。

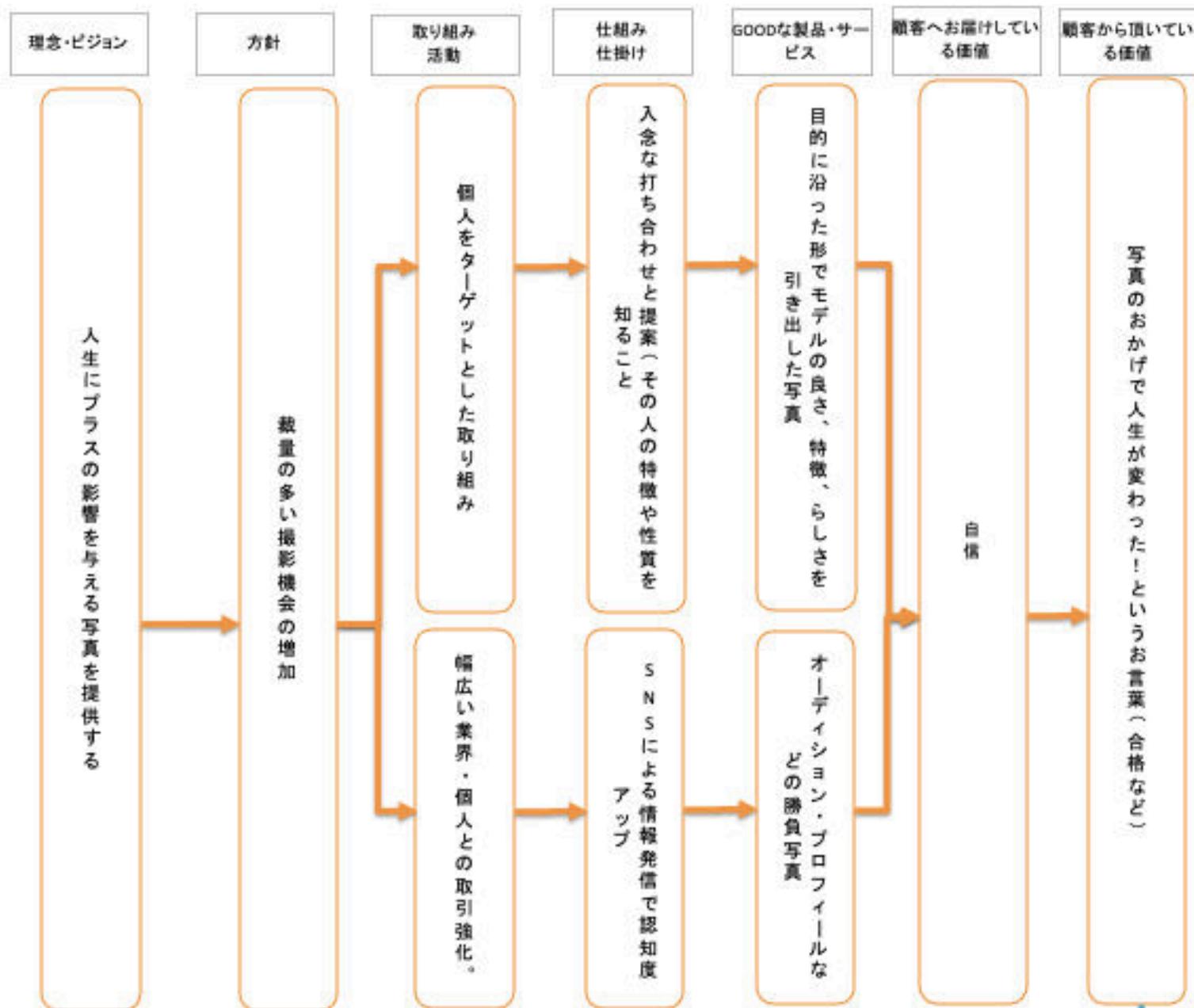
3) 本人が感動する、その人らしさが表現された写真  
こちらに来て良かったという言葉や蒸気した表情が当社のモチベーションにもつながる。



# 現在価値ストーリー



# 将来価値ストーリー

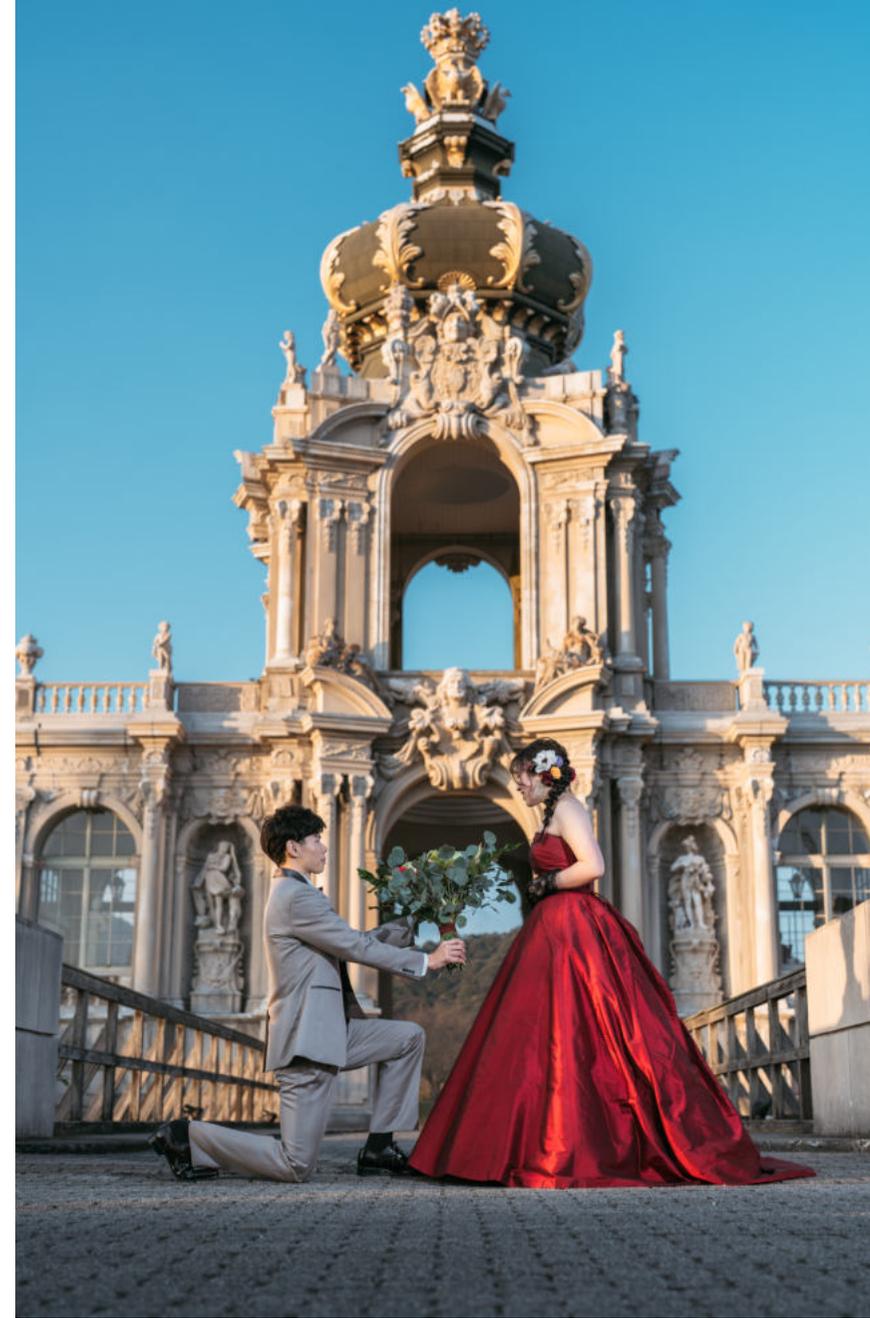


# 商品ラインナップ





プロフィール・肖像写真



有田ポーセリングパークにて出張撮影

卒業記念にみんなで撮ろうぜ



Coming of age ceremony

20



PHOTO

AND

着物振袖レンタル

★随時受付中★

PHOTO ATELIER KOYO  
Presents

前撮りもしたいし！

式当日も借りたい！



# 撮影メニュー 一覧

フォトウェディング（写真結婚式）からポートレート・家族写真・証明写真まで幅広く撮影業務を行っています。写真・映像に関することはなんでもAtelier-koyo・光陽写真館にご相談ください。



カジュアルフォト

[詳しくはこちら >](#)



キッズフォト

[詳しくはこちら >](#)



フォトウェディング

[詳しくはこちら >](#)



成人式

[詳しくはこちら >](#)



家族写真

[詳しくはこちら >](#)



赤ちゃん

[詳しくはこちら >](#)



七五三



シニア記念写真



プロフィール・オーディション



肖像写真



入学・卒業



証明写真

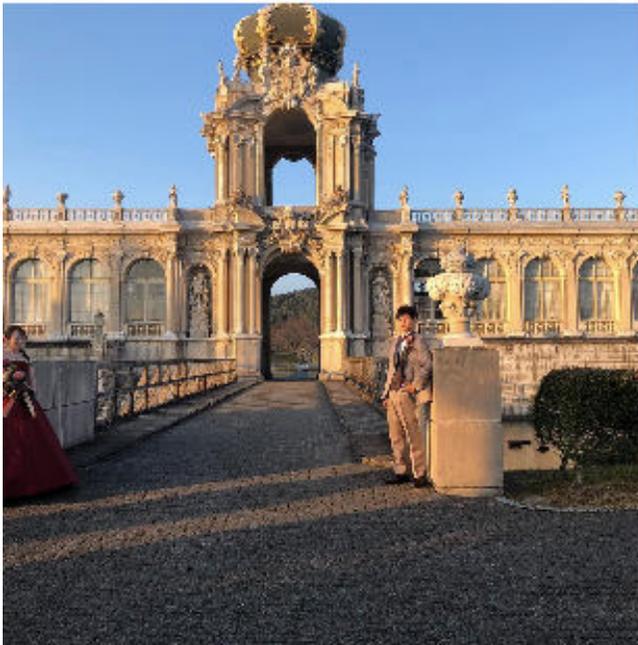
## その他の撮影について

- ・ 広告写真撮影及び印刷物制作
- ・ 選挙ポスター用撮影 ・ 写真付名刺作成
- ・ 出張撮影 ・ 料理撮影 ・ 建築撮影
- ・ 遺影撮影、複写・復元
- ・ プロフィール・ エンディングロールDVD制作
- ・ 各種イベント撮影
- ・ ビデオ撮影
- ・ 卒業アルバム撮影・制作

出張集合写真などの撮影も承っております。見本をご用意いたしておりますので、お気軽にご相談下さい。

## 経営課題

- ・ 個人顧客の新規開拓
- ・ SNSによる情報発信の充実
- ・ 「個性」や「らしさ」を引き出すための、絶対的な安心感と信頼感を醸成できる環境構築。
- ・ 顧客を「その気」にさせる撮影環境の構築。
- ・ 奥様引退後の女性客対応。



### (有) 光陽写真館

佐賀県佐賀市兵庫北2丁目19-6 19番6号

4.3 ★★★★★ 14件のレビュー ①

並べ替え

関連度順

新規順

最高

最低



Reo K

ローカルガイド・26件のレビュー・3枚の写真

★★★★★ 1年前

彼女の紹介で利用しました！  
今回は証明写真でお世話になりました。  
実際に行ってみると、かなりフレンドリーで、写真の撮り方も上手だったので居心地が良かったです。  
店内も非常に清潔感があり、明るい雰囲気でした。  
楽しくてあっという間の撮影でした笑  
スタッフの皆様ありがとうございました。

また機会があれば利用してみたいです！

👍 いいね

クチコミを書く

<p>基本構成、全体の構成を仮ディザインストーリー（シナリオ）に記述する</p>		<p>基本方針</p>	<p>事業概要</p>
<p>人々にプラスの影響をもたせる実装を提供する</p>		<p>お客様との接点をもたせるとともに満足している点、</p>	<p>事業内容</p>
<p>（一） 現状の課題認識 （一）</p> <p>現状や中長期的な課題、改善したいチャンス？</p>	<p>（二） 今後の課題認識（改善点）</p> <p>ニーズの多様化、認知性、信頼性の向上、効率、操作性の向上、スマホでの閲覧、</p>	<p>（三） 今後の課題認識（改善点）</p> <p>ニーズの多様化、認知性、信頼性の向上、効率、操作性の向上、スマホでの閲覧、</p>	<p>（四） 今後の課題認識（改善点）</p> <p>ニーズの多様化、認知性、信頼性の向上、効率、操作性の向上、スマホでの閲覧、</p>
<p>（一） 現状の課題認識 （一）</p> <p>現状や中長期的な課題、改善したいチャンス？</p>		<p>（二） 今後の課題認識（改善点）</p> <p>ニーズの多様化、認知性、信頼性の向上、効率、操作性の向上、スマホでの閲覧、</p>	
<p>（一） 現状の課題認識 （一）</p> <p>現状や中長期的な課題、改善したいチャンス？</p>		<p>（二） 今後の課題認識（改善点）</p> <p>ニーズの多様化、認知性、信頼性の向上、効率、操作性の向上、スマホでの閲覧、</p>	

上記の現状や状況、お届けしたい「顧客体験価値」を踏まえて

<p>現在の現状、テーマ</p> <p>実装の品質はもたらさず、顧客の認知を高めること、こちらにきてよかったと思わせる実装を優先する。</p>		<p>実現すべき期間、あるべき範囲、テーマ、方針（おおよそ範囲は把握している点）</p> <p>特定業界に依存しない幅広い利用の構築、「もしも」の価値を生かすために、人々にプラスの影響をもたせる実装を提供する。</p>	<p>時期 2023年8月</p>
<p>製品一サービス（何を表すか？）</p> <p>「おっ？」と驚かす実装、新しい機能体験</p>	<p>売上高：10,000千円 利益：1,000千円</p>	<p>製品一サービス（何を表すか？）</p> <p>人々にプラスの影響をもたせる実装（オーバーディザイン・プロファイル特化型実装サービス）。</p>	<p>売上高：10,000千円 利益：1,000千円</p>

顧客体験価値や「もしも」価値を高めるために

**持り手**

内容構成（現状の課題認識）

2) 課題：多岐にわたる課題、改善点

3) 課題：顧客体験

4) 課題：認知性向上

5) 課題：操作性向上

6) 課題：信頼性向上

**価値ストーリーに**

① ショッピングにもっと楽しんでもらえる

② 効率性向上

③ 信頼性向上

④ 操作性向上

⑤ 認知性向上

⑥ 信頼性向上

**持り手**

内容構成（現状の課題認識）

2) 課題：多岐にわたる課題、改善点

3) 課題：顧客体験

4) 課題：認知性向上

5) 課題：操作性向上

6) 課題：信頼性向上

現状と将来のギャップを埋めるためのアクションプラン

実施事項	目的・ねらい	進め	進二	担当	いつからいつまで	おとめていい（おこまご）改善点
その人らしさを引き出すための取り組み	目的に合わせた提供の提供	知識提供	調査	顧客との接点と顧客体験の向上	2023-	顧客が楽しめるサービス
その人らしさを引き出すための取り組み	安心と信頼性の向上、認知性向上	知識提供	調査	信頼性の向上	2023-	顧客が安心するサービス
その人らしさを引き出すための取り組み	目的に合わせた提供の提供	知識提供	調査	操作性向上	2023-	顧客が楽しめるサービス
その人らしさを引き出すための取り組み	安心と信頼性の向上、認知性向上	知識提供	調査	信頼性の向上	2023-	顧客が安心するサービス