

2025年

Intellectual Asset-Based Management Report

様々な人の日常に、新しい価値観を。



LIAL WORKS INC.

CONTENTS

1.	MESSEGE	2
2.	PHILOSOPHY	3
3.	BRAND VALUE	5
4.	CIE COLLECTION	6
5.	HISTORY	7
6.	OPERATIONS	9
7.	VALUE CREATION STORY	10
8.	HUMAN CAPITAL（人的資産）	11
9.	STRUCTURAL CAPITAL（組織資産）	13
10.	CULTURAL CAPITAL（風土資産）	14
11.	RELATIONAL CAPITAL（関係資産）	15
12.	BUSINESS ENVIRONMENT	17
13.	FUTURE VISION	20
14.	ACTION PLAN	21
15.	FUTURE VALUE CREATION STORY	22
16.	COMPANY PROFILE	23
17.	AFTERWORD	24

■様々な人の日常に、新しい価値観を。

LIAL WORKSは、2017年の設立以来、バッグブランド「CIE（シー）」を通じて、どんな時代にもあう利便性・機能性と唯一性の高いデザイン性を兼ね備えた製品をお届けしております。

CIEには、「様々な人の日常に、新しい価値観を。」という想いが込められています。様々な人の生活スタイルや考え方の違いを前提に、当たり前の日常を少しでも広げてみる。そんな静かな変化をもたらす存在でありたいと考えています。

見た目の美しさはもちろん、使い勝手や耐久性、そして想いに至るまでのCIEのモノづくりのストーリーを感じられること。そうした背景のあるプロダクトこそが、日常の中で長く愛されるものだと思っています。

これまで支えてくださったお客様、取引先の皆様に、心より感謝申し上げます。私たちは、これからも「意味のあるものづくり」を通じて、様々な人の日常に新しい価値観を届けてまいります。

■知的資産経営報告書の作成にあたって

「CIE」を支えているのは、ぶれないモノづくりの姿勢、素材や仕様に向き合うデザイナーのこだわり、そして想いを共有する協力先・仕入先の存在です。

そこに加えて、製品の背景や価値を伝える営業の力、すべての会話が届くオープンな職場環境、ストーリーごとのものづくりを伝える文化。これらが重なり合うことで、LIAL WORKSならではのブランドが形づくられています。

こうした「見えにくいけれど、確かに存在する価値」＝知的資産を整理し、言葉にすることで、私たちの強みを社内外と共有したい。それが本報告書の目的です。CIEに込めた想いや、私たちの姿勢を感じていただければ幸いです。



株式会社 LIAL WORKS

CEO/Designer 中井 基裕 CEO/Designer 藤岡 高志 CEO/Distributor 安平 圭佑

■ 経営理念

LIBERTY

ADAPT

LIFE

REAL

自由な発想と、柔軟な姿勢で
つながりを大切にしながら、新たな価値を届ける。

LIAL WORKSは、前職で培った経験を土台に、新たな形を模索する中で生まれた会社です。人生において何が本当に大切かを問い続けた結果、私たちがたどり着いたのは、「結果にとらわれすぎず、日々自分自身が納得できる環境と意識を持てること」の大切さでした。当たり前のことが見えにくくなっている今だからこそ、直感に従い、シンプルで自分たちらしい想いを大切にしながら、ものづくりや事業を展開していきたいと考えています。

だからこそ、私たちのモノづくりには、自らの意思で考え行動する“LIBERTY”、変化を恐れず進化する“ADAPT”、人とのつながりを尊ぶ“LIFE”、そして理想を現実にする“REAL”という4つの価値観が息づいています。この4つの言葉を軸に、LIAL WORKSは、日常に新しい価値観を届けるブランドとして、これからも成長を続けていきます。

■ 行動方針

L I B E R T Y – 勝ち取る自由

CIEのモノづくりの姿勢を礎に、自らの意思で考え、行動する。

A D A P T – 時代の変化に合わせる

市場に流されるのではなく、時代の流れを読み取り、柔軟に挑戦を続ける。

L I F E – 人生を組み合わせる

支えてくれた人たちへの感謝を胸に、これまでとこれからのつながりを大切にする。

R E A L – 現実を追求する

理想の会社像を共有し、お互いに信頼し合いながら、本質的な成果を目指す。





CIE NEW CONCEPT

「軽さで、日常に新しい価値を。」

CIE<シー>のプロダクトは、「バッグ=道具（ツール）」という考え方が根底にあります。

素材やパーツ、デザインすべてに日常で起こりうる様々な天候に対応できる機能を備え、なかでも“軽さ”を追求することで、日常の中で役立つ、高い実用性を実現します。

そのうえで、ファッションにも自然に馴染む、シンプルな佇まいを大切にし、ファッションの名脇役としての存在感を追求しています。

これらの、軽さ・機能性・実用性のバランスから生まれるのは、変化し続ける都市生活の中で、新しいライフスタイルを生み出すきっかけとなるツールたち。私たちは、そんなプロダクトをめざしています。

CIE LOGO DETAIL

CIE = Cause In Effect 「原因と結果」

CIEのブランドロゴは、“Cause In Effect（原因と結果）”の頭文字から名付けられました。

「なぜそのCIEを選んだのか？」

「なぜ、CIEが自分にとって必要だったのか？」

日常の“結果”の背景にある“原因”を探り、

逆に“原因”から新たな“結果”を導き出す。

CIEは、このプロセスを永遠に繰り返し、新たな解を導き出し続けます。

CIE COLLECTION

私たちのモノづくりは、「日常」を出発点としています。

それは、使う人のリアルな暮らしに寄り添い、
“何に使うか”という視点から発想される、機能と造形の共演です。

世の中にまだない“唯一”を形にすること。

それが、私たちの挑戦であり喜びです。

目立ちすぎず、でも確かに全体の印象を支える、
“トータルコーディネートの名わき役”としての存在感。

その背後には、デザイナーの直感と、
素材や風景、人々との出会いから得たインスピレーションがあります。
それらに使い手のニーズを丁寧に重ね合わせていくことで、
ストーリーのあるモノづくりが生まれます。



GRID3 SERIES



FLOW SERIES



VARIOUS



CIE / TENDER



CIE / WEATHER



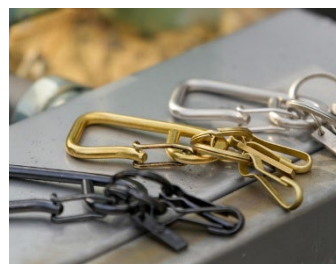
NEWS PAPERBAG



LEAP SERIES



PRIOR



BRASS KEY FOB



CIE EXTRA/ FOLK

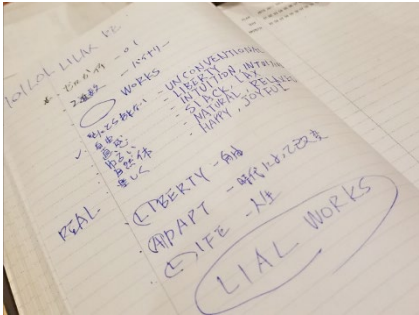


CIE [CAUSE IN EFFECT]
Online Store

<https://cieofficial.jp/>

HISTORY (Simple Ver.)

	年代	出来事の詳細や背景	知的資産	売上高	社員数
アーカイブ期	2013年 (平成25年)	藤岡のものづくりへの想いが醸成される 藤岡高志は、靴業界での経験を通じ、小規模でも良いものを届けたいという想いを強めていった。			
		藤岡と中井の出会い 前職では、マンションの一室を拠点に、数名でデザイン・営業・製造すべての業務を担っていた。そのような中で、同じものづくりへの想いを持つデザイナーである中井基裕と出会う。	お互いに響きあう2人のデザイナー		
	2015年 (平成27年)	長時間労働が常態化 前職では、規模の拡大等により、長時間労働が常態化し、ものづくりに集中できる環境が失われた時期を経験した。	3人の体験から生まれた理想の会社像		
忍耐期	2017年 (平成29年)	方針転換により独立を決意 経営方針の転換をきっかけに、中井とともに独立を決意。独立に至るまでの約4年間は、ものづくりの姿勢に加え、作り手・ブランドの誇りを叩き込まれ、鍛えられた時期だった。	前職での体験から生まれた理想のモノづくり	800万円	3人
		LIAL WORKS設立 12月、藤岡と中井の2人で株式会社LIAL WORKSを設立。「自分たちが本当に良いと思うものを世の中に出したい」という想いのもと、ブランドCIEを立ち上げた。	CIEの“BRAND VALUE”モノづくりの姿勢		
	2018年 (平成30年)	1期目3人の挑戦、手応えなきスタート マンションの一室を拠点に、3人で営業・デザイン・製造のすべてを担って事業をスタート。 5月の展示会では厳しい結果に終わったが、同じ靴業界で営業として活躍していた安平圭佑が合流。安平の人脈を頼りに9月第2週まで電話営業を続け、販路を広げていった。	唯一無二であることを伝え、関係構築に力けた営業		



2017年11月 初めの第一歩
カフェで試行錯誤繰り返し、
およそ30分で決定した会社名



2017年11月 マンションの一室を
拠点に、2人で営業・デザイン・製
造のすべてを担って事業スタート



2018年5月
厳しい結果に終わった
3日間の展示会

HISTORY (Simple Ver.)

	年代	出来事の詳細や背景	知的資産	売上高	社員数
くすくす期	2019年 (平成31年)	2期目 人との関係・信頼・感謝が未来をつなぐ 年明け1月、資金繰りが逼迫し経営危機を迎える。前職からの信頼関係により、鞆工場の協力を得て乗り越えることができた。この経験から「助けてくれた人との関係を大切にすること」という経営方針が生まれた。 「キャリオロジーアワード」への入選で注目が集まり、新たな卸先との接点も生まれたほか、MonoMaxの財布大賞を受賞した新作が評価されるなど、デザインへの確信を得た一方で、単価が安く、売上には直結しない厳しい状況も続いた。	助けてくれた人との関係を大切にする 期待し、賭けてくれた協力先・仕入先	5,000万円	3人
	2020年 (令和2年)	3期目 コロナ禍の危機が見出したブランドの新たな価値 コロナショックにより展示会は中止され、小売りでの鞆需要が激減。1か月間の出社停止も実施されたが、ネット販売を行う卸先の売上が伸びたことで、全体の業績は前年を上回った。 ビジネス向けの高単価商品がヒットし、ブランドの価格帯の指標が形成された。鞆大賞の受賞により雑誌の表紙も飾り、ブランドの認知が一気に高まった。	デザインに対する自信	5,000万円	3人
	2021年 (令和3年)	4期目 売りたいくても売れない、苦い学びの一年 コロナの影響は続いていたが、展示会が徐々に再開し、市場も回復基調となっていた。しかし、在庫を控えめにしていたことが裏目に出て、受注があっても供給できない欠品状態が続いた。営業担当の安平は「売りたいくても売れない」状況に直面し、社内の雰囲気も一時的に重くなった。在庫管理と需要予測の重要性を痛感する年となった。		7,500万円	3人
イケイケ期	2022年 (令和4年)	5期目 支える力が加わり、動き出した安定供給体制 リスクをとって計画発注に踏み切ったが、工場がキャパオーバーとなり供給が追いつかない状況に陥った。国内鞆メーカーの協力も得ながら生産体制を共有し、安定供給に努めた。 この年に武田が入社。Excelベースでの管理や営業アシスタントとしての出荷指示を担当し、業務がまわるようになっていった。商品を一から作って売るまでの流れを把握し、3人の役割をマルチにフォローする存在となった。	国産鞆メーカー	1.5億円	4人
	2023年 (令和5年)	6期目 会話が届く職場に芽生えた組織としての一体感 現オフィスへ移転。すべての会話が聞こえるオープンな職場環境となり、3人だけの職場から組織的な体制へと変化していった。少人数ながら、チーム全体が状況を把握し合いながら動ける土壌ができればじめ、組織としての一体感が強まる年となった。	すべての会話が聞こえるオープンな職場環境	2億円	4人
	2024年 (令和6年)	7期目 組織の基盤が形になり、次のステップへ 広報、営業2名、事務が新たに加わり、8人態勢となった。得意先への対応力が向上し、フォローできる店舗数は200店にまで拡大した。営業体制の強化に加えて、教育にも重点を置き、毎朝営業ミーティングを実施するなど、組織としての基盤がさらに整えられていった。	モノづくりのストーリーを伝える文化	3億円	8人



Mono Max 2019年3月号
3万円以下 二つ折り財布部門
最優秀賞受賞



2020年度オーストラリアのWEBマガジン [CRRYOLOGY] のBEST EVERYDAY BAG AWARDSにノミネート



2019年・2024年・2025年 アパレル
合同展示会JUMBLE TOKYOに出展

デザイン

1



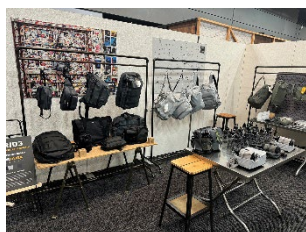
市場に迎合せず、普遍性を追求するデザイン

デザインは市場の流行や売れ筋には左右されず、デザイナー自身の感性と信念によって決められます。市場調査はあえて行わず、迎合しない姿勢を貫きます。

目指すのは、一過性ではなく、長く愛され続ける普遍的なカタチ。時代に流されない強さを持ち、後世に残るものを生み出すことにこだわっています。好みや直感を信じて形にしていく過程そのものが、私たちのブランドらしさをつくっています。

展示会

2



展示会でブランドの本質を届ける

展示会は年に4回（3・5・9・11月）開催され、靴に精通したバイヤー達にブランドの世界観を体感してもらう場です。個別ブランドの見せ方や全体のバランスに徹底的にこだわり、言葉では伝えきれない価値を肌で感じてもらいます。

来場につなげるために、営業は電話でアポイントを取り、圧倒的な件数をこなすことで経験値を積み重ねています。単に売るのではなく、バイヤーとブランドの本質を共有し、長く続く関係を築くことを目的としています。

生産

3



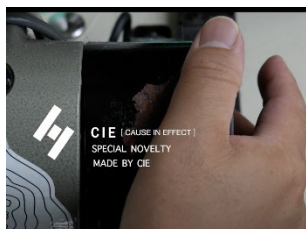
難易度の高いデザインに応える靴工場

当社が手がける、難易度の高い独自デザインに対して、日本製靴メーカーが高い技術力で応えてくれます。前々職からの信頼関係があり、率直に意見を言い合える関係性が、仕上りの美しさと品質の高さにつながっています。

展示会でのバイヤーの反応をもとに生産量を調整し、メーカーにも効率よく対応してもらえるよう配慮。互いに想いと技術を尊重し合いながら、価値あるものづくりを続けています。

広告/マーケティング

4



SNSやメディアでCIEの世界観を発信

アタッシュドプレスを通じて雑誌関係者に商品を知ってもらい、自然な流れで誌面に掲載されることを目指しています。SNSやホームページでは、インスタグラムやYouTubeを使って動画で世界観を発信。各SNSが連動することで、立ち上がりの勢いを生み出し、長く支持されるための土台にもなっています。頻繁なやり取りを通じて信頼関係を築き、ブランドを伝える輪を少しずつ広げています。

出荷

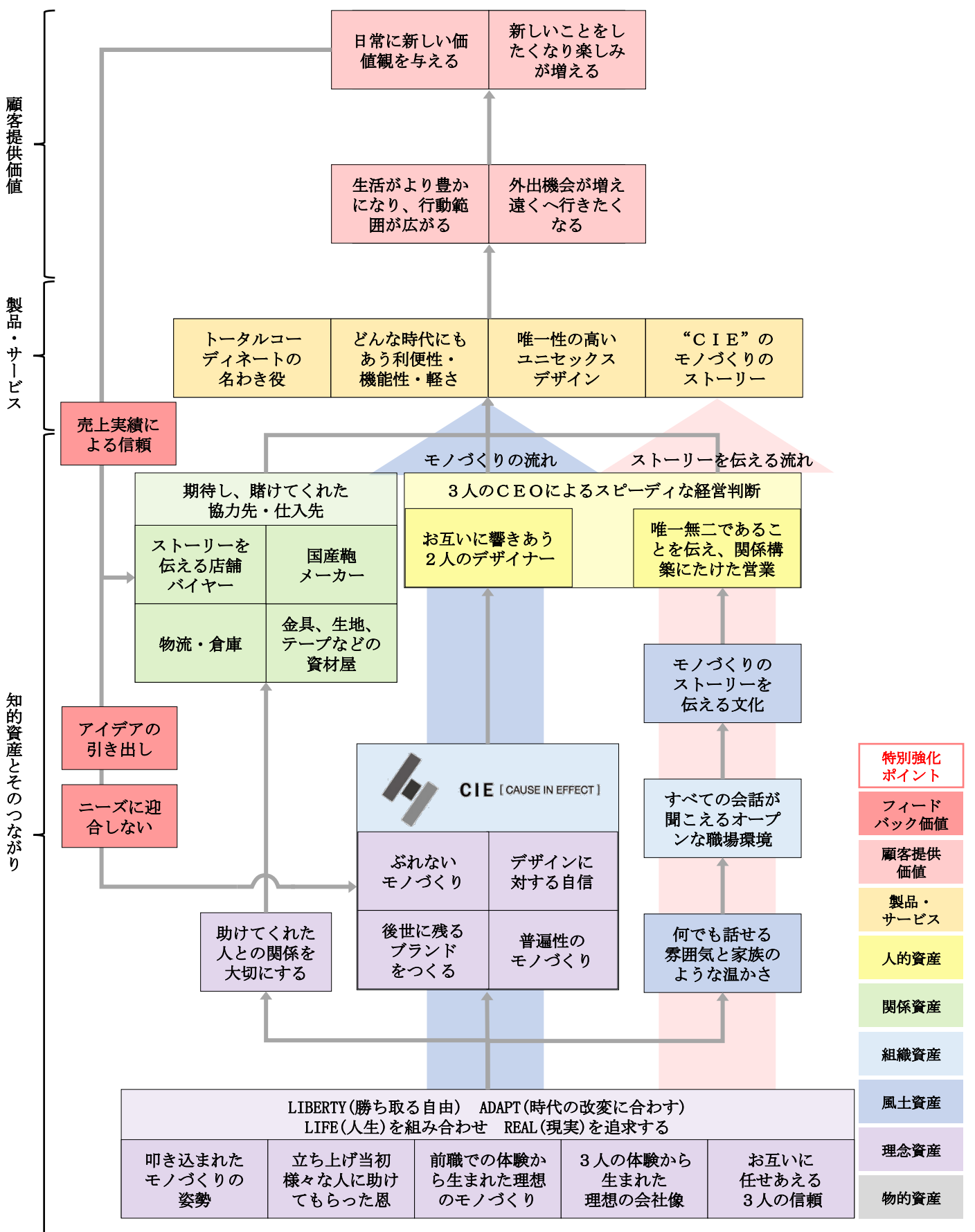
5



一歩先の提案を添える出荷対応

出荷の際には、必ず事前に出荷日をバイヤーに伝え、安心して受け取っていただけるようにしています。リピート出荷では、販売管理システムで過去の注文数を確認し、「少し増やしましょうか?」「こちらと一緒にいかがですか?」といった追加提案を行います。

VALUE CREATION STORY



お互いに響きあう 2 人のデザイナー

「CIE」のモノづくりを支えるのは、感性や哲学の異なる 2 人のデザイナーです。お互いの価値観を尊重しながらも、ときにぶつかり合いながら磨き合う関係にあります。互いの意見や着想が響き合うことで、独自性の高いプロダクトが生まれ、どちらか一方ではたどり着けない「REAL（現実）」なかたちが実現されています。

・CEO / Designer 藤岡 高志



幼少期から絵を描いたり段ボールで作品を作るなど、ものづくりへの関心が強く、学級委員として人をまとめることも得意でした。小学校時代は「一番でいるのが当たり前」と思うほど順風満帆でしたが、中学時代に大きな挫折を経験し、いわゆる“天狗の鼻が折れる”出来事を通じて謙虚さを学びました。この経験はのちのチーム経営や判断姿勢にも大きな影響を与えています。「何に使うか」を起点に考える実用性重視のデザインと、造形美や空間の使い方へのこだわりをあわせ持ち、実行型の社長としてブランドの成長をけん引しています。

・CEO / Designer 中井 基裕



幼少期から美術に親しみ、小学校5年生で多くの古着屋や衣料店が集まる大阪アメリカ村に通うほどファッションへの関心が高く、美術の成績は常に満点でした。先祖が養蚕業を営んでいたことから、服飾との深い縁を感じており、UNBYでの経験を通じて、作り手としての誇りと技術を磨き上げました。2017年、藤岡氏とともにLIAL WORKSを設立。ブランドの唯一性に強くこだわり、感性にニーズを掛け合わせたストーリーあるプロダクトを生み出しています。素材の魅力を最大限に引き出す緻密なデザインと、現実の使用場面を見据えたリアルな感覚をあわせ持つクリエイターとして、LIAL WORKSの世界観を支えています。

HUMAN CAPITAL（人的資産）

唯一無二であることを伝え、関係構築にたけた営業

商品自体の魅力だけでなく、「なぜこうした形になったのか」「どんな信念があるのか」といったストーリーを共有することで、バイヤーや仕入先、協力先との間に深い共感を生み出します。また、相手の反応を見極めながら、対話を重ねることで、単発の取引ではなく長期的な関係構築へとつなげています。

・CEO / Distributor 安平 圭佑



両親や親戚に経営者が多い家庭環境で育つ。高校から約10年間はアメリカンフットボールに打ち込み、副将としてチームプレーや精神力を培いました。大学時代には京都で人力車のアルバイトを経験し、営業成績で1位を獲得しています。卒業後はアパレル企業に入社し、実力を伸ばし、営業に対する自信を深めていきました。

MSPCでの藤岡との縁をきっかけに、LIAL WORKSに参画。現場主義の営業スタイルで新規開拓と信頼構築の両立を図り、社内外の橋渡し役としてブランドの広がりを支えています。その実直で熱量ある行動力は、LIAL WORKSの推進力となっています。

・CIEを理解し、協力しながら広げるスタッフ



LIAL WORKSには新しいメンバーが多く在籍しており、それぞれがSNSでの発信や動画作成などを通じて、CIEの世界観を端的に伝える工夫を重ねています。

職場には何でも話せる雰囲気と家族のような温かさがあり、その空気感に惹かれて入社したメンバーが、自ら考え、より良くするための行動を積極的に起こしています。

展示会の準備や社内外との調整など、さまざまな形でチームとしてデザイナーを支え、創作に集中できる環境づくりにも力を発揮しています。

STRUCTURAL CAPITAL（組織資産）

CIEのモノづくりの姿勢と、それを伝える仕組み

CIEというブランドが一貫した価値を発信し続けているのは、それを支える組織のしくみです。LIAL WORKSには、ブランドの思想を理解し、共通の価値観をもって行動できる環境が、日々のモノづくりや営業活動の背景に存在しています。すべての会話が届くオープンな空間、ストーリーを力が、ブランドを伝える文化として根づかせる組織資産となっています。

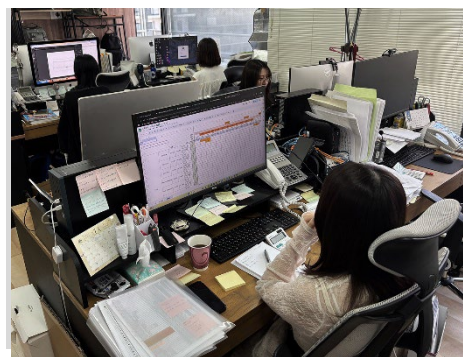
・CIEの“BRAND VALUE” ～モノづくりの姿勢～



CIEのモノづくりは、「ぶれないこと」を軸に据えています。流行に流されず、自分たちが信じる美しさと価値をかたちにする姿勢は、デザインに対する確かな自信に支えられています。目指すのは一時的な流行ではなく、後世に残るような普遍性をもったプロダクトです。

ブランド名の由来である“Cause in Effect”には、CIEの商品が生まれる「結果」に至るまでの「原因＝背景」を深く掘り下げ、そこからまた新たな「結果＝価値」を生み出すという探究の循環が込められています。この原因と結果の反復を通じて、私たちは日々モノづくりをアップデートし続けています。

・すべての会話が聞こえるオープンな職場環境



LIAL WORKSのオフィスでは、すべての会話が自然と耳に入るほど、壁や仕切りのないオープンな環境が整っています。この構造によって、情報が速やかに共有されるだけでなく、誰がどんな想いでどんな仕事をしているのかが日常的に伝わっています。

互いの言葉を聞き合うことが、理解や信頼を深め、ブランドの方向性を共有する基盤にもなっています。この開かれた空間は、LIAL WORKSの一体感を育む土壌であり、モノづくりに込める価値観を全員が共有できる強さにつながっています。

想いや方針が通い合う、温かな企業風土

3人のCEOの会話が自然と耳に届くオープンな環境や、「何でも言い合える関係をつくりたい」という創業時の想いが、職場全体に安心感と一体感を育んでいます。この温かく自由な雰囲気の中で、メンバーそれぞれがブランドの本質を理解し、モノづくりのストーリーを自分の言葉で語れる伝える文化が根づいています。

・モノづくりのストーリーを伝える文化



LIAL WORKSでは、商品そのもののだけでなく、「なぜこの形になったのか」「どんな想いが込められているのか」といった背景やストーリーを丁寧に言葉にして伝えることを大切にしています。こうした姿勢は、社内における日々の会話や発信、展示会での対応、SNSや動画づくりなど、あらゆる場面に自然と根づいています。

誰もがブランドの本質を理解し、それぞれの立場から伝える役割を担うことで、CIEの世界観はより確かなかたちで社外にも広がっていきます。この伝える文化が、CIEのブランドバリューを支えています。

・何でも話せる雰囲気と家族のような温かさ



LIAL WORKSの職場には、何でも話し合える空気があります。3人のCEOが日々交わしている会話が自然と耳に入り、会社の方針や考え方が無理なく共有されていきます。この文化の背景には、3人のCEOが前職で経験した息苦しい働き方への反省があり、「こんな会社になりたい」という強い理想から生まれた空気づくりがあります。

役割にとらわれず、誰もが安心して意見を交わせる関係性が、ブランドの価値観を全員で共有し、主体的に動ける土壌を育んでいます。その空気感は、新しく入ってきたスタッフたちにも自然と伝わり、「ここでなら自分らしく働ける」と感じて入社するケースも増えています。

期待し、賭けてくれた協力先・仕入先

LIAL WORKSのものづくりは、多くの協力先や仕入先の支えによって成り立っています。ストーリーを理解し、伝えてくれる店舗バイヤー。高い技術力で高難度のデザインに応えてくれる国産鞆メーカー。迅速に対応してくれる物流・倉庫。こだわりの材料を提供してくれる資材屋。いずれも私たちの想いに共感し、覚悟を持って関わってくれている大切なパートナーです。

・ストーリーを伝える店舗バイヤー



CIEの魅力は、商品はもちろん、その背景にある「ストーリー」にあります。営業が伝えたストーリーは、店舗バイヤーを通じて最終顧客へと受け継がれます。ときにはバイヤー自身が深く理解し、営業以上に的確にその想いを言葉にしてくれることもあります。

彼らはCIEの世界観やこだわりのファンでもあり、ときにその理解から新たな視点や解釈が生まれ、新しいストーリーが育つこともあります。バイヤーとともにブランドを育てていくこの関係性は、CIEにとって大切な資産のひとつです。

・国産鞆メーカー



CIEの製品は、二人のデザイナーが手がけるシンプルながらも高難度のデザインによって成り立っており、それを実現するには高度な縫製技術と柔軟な対応力が欠かせません。現在協力している国産鞆メーカーは、長年にわたる経験と確かな実績を持つ、この水準に応えられる国内でも限られた存在です。

創業直後、資金繰りに苦しみ経営が不安定だった時期にも、前職からの関係性を通じて「一緒にやろう」と手を差し伸べてくれました。その支えがあったからこそ今のLIAL WORKSがあります。現在では、継続的な売上実績を重ねることで、その恩に応え続けています。

・物流・倉庫



計画発注した製品をあらかじめ倉庫に在庫してもらい、受注が入った際には販売店へ直接出荷してもらう体制を整えています。この仕組みにより、発送業務を安心して任せることができ、本部では顧客対応やブランド価値の発信といった業務に専念することができています。

物流・倉庫の現場は、CIEの品質や信頼を最後まで届けるための重要なパートナーです。

・金具、生地、テープなどの資材屋



CIEのプロダクトは、細部にまでこだわり抜くことで「唯一無二」をかたちにしています。その実現を支えているのが、金具・生地・テープなどの資材屋との信頼関係です。

タフで機能性の高いコーデュラナイロンをはじめ、世界観に合った素材と一緒に選定・提案してくれるだけでなく、オリジナルのテープを一から作ってくれたり、私たちの提案に応じてオリジナル金具の開発に投資してくれたり、挑戦的なモノづくりにも真正面から向き合ってくれています。

こうした協力によって生まれたパーツの積み重ねが、CIEの唯一性の土台をつくっています。

	現在の状況と変化予測	自社にとっての影響と対応策
顧客の変化 / Changes in Customer Behavior	【現状】 ■エンドユーザー 物価の高騰により低価格を求める傾向が強まっている。他ブランドの価格上昇により、自社製品の価格が相対的に安く感じられ、選ばれやすくなっている。持ち物は小型化が進み、実用性を重視する傾向が主流になってきている。 ■店舗バイヤー（小売店舗） インバウンド需要を意識しつつ、エンドユーザーの要望に応える商品を求めている。自社製品は耐久性や修理の少なさ、納期・欠品管理の正確さから高く評価されており、不良も少なく、信頼できる取引先として位置づけられている。 【変化予測】 ■エンドユーザー 今後さらに物価が上昇し、価格に対する感度は一層高くなる。持ち物の小型化が続き、ノートPCやその周辺品を持ち運ぶための実用性と機能性を兼ね備えた商品が求められるようになる。ネットショッピングの活用もさらに拡大していく。 ■店舗バイヤー（小売店舗） 単なる販売から、店舗は体験・確認の場としてのショールーム的役割が強まる傾向にある。仕入れの基準は、売上の期待できるより高単価な商品や、ストーリー性や付加価値のある商品を取り扱いたいというニーズが増していく。	【対策】 ■エンドユーザー 価格上昇への対応としては、上限価格に配慮しつつ、中価格帯で、製品の小型化と時代に合った機能性・耐久性のバランスが取れた製品を提案していく。販売面ではバーチャルショップによる接客力も強化しつつ、将来的にはAI接客にも対応する。 ■店舗バイヤー（小売店舗） ショールーム化する店舗に対応し、製品そのものの魅力に加え、提案力・背景ストーリーも含めた価値を届けていく。ECとの連携を深め、フランチャイズ型のWebショップ展開も推進しながら、実店舗ならではの体験価値も訴求する。
市場の変化 / Market Changes	【現状】 インバウンド需要をとらえた訪日外国人への販売から一歩進み、海外の顧客をターゲットにした販路開拓を推進している。自社コンセプトに共感する顧客層を見据え、伊藤忠との連携やJETROの支援を活用し、戦略的に海外市場へのアプローチを進めている。 【変化予測】 今後も海外市場での需要取り込みが進み、自社の独自性や品質を求める海外の顧客層が拡大していくと見込まれる。国・地域ごとの嗜好や商流に応じた展開がより重要になり、ブランディングの強化も求められる。	【対策】 機会としては海外の展示会への出展を通じた認知拡大と取引機会の獲得が見込まれる。一方、脅威としては価格競争や現地事情への適応が求められるため、戦略的パートナーとの連携や輸出体制の整備を進めていく。

	現在の状況と変化予測	自社にとっての影響と対応策
技術の変化 / Technological Changes	【現状】 デジタル化による作業の効率化が進展し、コンピューターミシンやレーザー裁断の導入により、手作業工程が大幅に効率化している。入力どおりに正確な作業が可能となり、型抜きや裁断などの工程においては自動化が進み、生産性が向上している。 【変化予測】 縫製やデザイン領域の人材価値がさらに高まる。今後も縫製には人の手が必要であり、デザインの領域でもAIが完全に代替することは難しい。技術力や感性を持つ人材の希少価値が上がり、記帳（記録管理や仕様書整備）などの業務も含め、技術者の重要性が高まっていく。	【対策】 縫製の人材価値が高まる中で、国産靴メーカーとのパートナーシップは今後さらに重要になる。AIや自動化が難しい領域を支える存在として、独自技術やノウハウの価値を明確化し、こちらからの技術提案や協業モデルの拡張も積極的に行っていく。
自社の変化 / Internal Organizational Changes	【現状】 2021年には3人だった組織が2025年には9人に拡大し、業務の幅も広がっている。中核メンバーである中井が15キロ増加するなど、身体的・精神的な負荷が高まっている。 【変化予測】 2025年の9人が2030年には15人に増え、現在の経営陣3人は実務から徐々に離れていく。業務を引き継ぐ新しい人材が実務を担い、自主的に動くチームへと進化していく段階に入る。	【対策】 中心人物の健康と意欲を支えつつ、若手が試行錯誤できる環境を整えることが不可欠。3人が実務を離れても組織が機能するよう育成を進め、新たな事業展開に挑戦するチーム体制へと移行していく。

	現在の状況と変化予測	自社にとっての影響と対応策
仕入先や協力 先の変化 / Changes in Suppliers and Partners	【現状】 国内工場は人手不足により生産力が低下しており、事業承継の不安も大きい。需要減少の影響で国内生産は縮小傾向にあり、オリジナル資材にこだわる仕入先も減っている中、生産力強化に向けた提案を行っている。 【変化予測】 今後は国内工場のさらなる縮小と、海外OEMによる生産への移行が進む。特に生地や資材の分野ではOEM化が加速し、独自仕様の供給体制維持が難しくなる恐れがある。	【対策】 海外工場での生産も含めた柔軟な体制構築を進めつつ、ジャパンプロダクツとしてのブランド価値は維持する。必要な資材は一から開発する意識を持ち、長期的には資金力と企画開発力の両面で体制を強化していく。
競争相手の変 化 / Changes in Competitors	【現状】 競合はファストファッションが主だが、コンセプトや重視点が異なるため、直接的な競合関係にはなりにくい。耐久性や機能性は低く、利便性や価格で市場に迎合しており、自社とは異なる立ち位置を保っている。 【変化予測】 今後も同じ立ち位置に立つ競合が出てくる可能性は低く、自社のコンセプトで同等のモノづくりを実現できるプレイヤーは少ない。結果として、新たな競争相手の出現リスクは限定的となる。	【対策】 今のコンセプトを軸に、他と被らないモノづくりを貫く。売上や成果を目的とするのではなく、メンバー自身が楽しく、意義を感じることを実行していくことで、結果的に競争力を持つブランドへと深化していく。

■将来ビジョン

風土とモノづくりの姿勢を守り、 世界に通じる新たな価値を創り続ける。

私たちは、自由な発想と仲間を大切にする今の風土、そして細部までこだわるモノづくりの姿勢を守りながら、世界に新たな価値を届けていきます。

Liberty(勝ち取る自由)を原動力に、Adapt(変化への対応)を恐れず、Life(人生に寄り添う存在)として選ばれ、Real(現実根ざした価値)を追求し、世界中の人々の感性と日常を豊かにしていきます。

■3つの戦略

1. ブランドの確立と多ブランド展開

1ブランド＝1会社の体制を築き、独立性と専門性を活かした複数ブランドを展開します。商品だけでなくストーリーや体験も含めて“持っていることが誇りになる”ブランドを確立し、アッパーブランドも含めて5ブランドで売上50億円を目指します。

2. 海外展開とグローバルブランド化

海外直営店・FC展開を段階的に進め、世界的な認知と販売網を確立します。現地出店や展示会を通じて、グローバルで通用する感性とデザインを発信し、商品力だけでなくブランドとしての存在感を海外市場でも確立していきます。

3. 今の社風の継続とチーム力の最大化

社員数が増えても「今のままだいいね」と言われる組織文化を守ります。営業・デザインが連携し、スピード感ある挑戦を支えるチーム力を維持。一体感と柔軟性のある職場づくりで、ブランドの成長を支えます。

ACTION PLAN

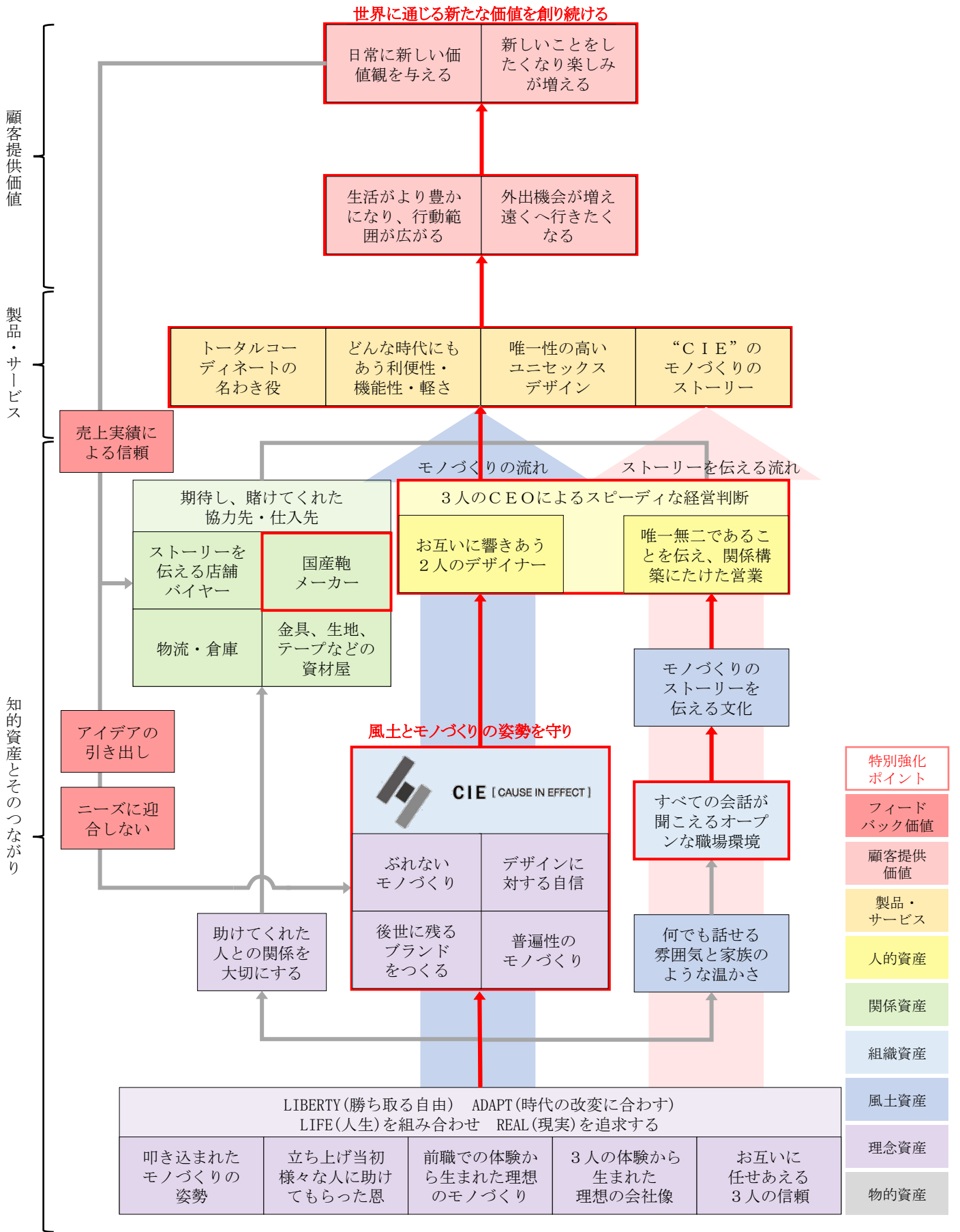
■具体的な行動と定量目標

具体的な行動		KPI	KGI（10年後）
1. ブランドの確立と多ブランド展開			
独立性と専門性を活かした複数ブランド展開		3年後：ブランド開発に取り組み2ブランド展開を開始 5年後：CIEと新ブランドの2ブランド体制確立	現在のマインドを継承しつつ、それぞれに個性を持つ5ブランドを展開
3. 海外展開とグローバルブランド化			
海外直営店・国内FC展開による世界的な認知と販売網を確立		3年後：国内外直営店2店舗	国内外直営店10店舗
現地出店や展示会を通じて、感性とデザインを発信		5年後：国内外直営店5店舗	
4. 今の社風の継続とチーム力の最大化			
社風・組織文化を守り、一体感と柔軟性のある職場づくり		3年後：社風を維持するための仕組みづくりを継続する 5年後：社風を維持するための仕組みを運用する	現在のままの組織文化を継続する
部門を横断した自由な発想とスピード感ある組織づくり		3年後：営業・デザインそれぞれに任せられる人材の育成 5年後営業・企画に各マネージャを置く	5社＝5ブランド体制を確立し、独立採算制を導入構築する

■売上等目標値

	現状 (2025年)	3年後 (2028年)	5年後 (2030年)	10年後 (2035年)
売上高	3億	10億	15億	50億
社員数（役員含む）	8人	15人	30人	50人
国内外直営店	0店舗	2店舗	5店舗	10店舗
海外卸先店舗	3店舗	15店舗	30店舗	50店舗

FUTURE VALUE CREATION STORY



COMPANY PROFILE

社名	株式会社 LIAL WORKS
代表者	藤岡 高志 中井 基裕 安平 圭佑
創業	2017年 12月 7日
資本金	100万円
事業所	大阪市中央区南船場 2-6-3 東邦第2ビル901 TEL 06-6262-2350
事業内容	鞆の卸、製造、販売（鞆、小物、アクセサリーの企画・設計・OEM製造によるファブレスメーカー）
主要仕入先	YKK株式会社、株式会社木和田正昭商店、岡野商事株式会社
主要取引先	株式会社ユナイテッドアローズ、株式会社ロフト、株式会社東京デリカ、株式会社パル
取引金融機関	りそな銀行 大阪西区支店、大阪信用金庫 日本橋支店
Webサイト	LIAL WORKS Official Web : https://www.lialworks.co.jp/ CIE ONLINE STORE : https://www.cieofficial.jp
社員数（役員含む）	10人
営業時間	営業時間：平日 10時～19時00分 休業：土・日・祝日・年末年始等

1. 知的資産経営とは

知的資産とは無形の資産であり、企業における競争力の源泉である、人材、技術、ノウハウ、組織力、知的財産（特許、商標など）、ブランド、顧客とのネットワーク、仕入先や協力会社とのネットワーク、組織風土、経営理念などの財務諸表には記載されていない経営資源の総称です。

知的資産経営報告書とは、自社の知的資産、および知的資産が価値を生み出す過程（ストーリー）を、取引先や仕入先、協力先、金融機関などの外部関係者、従業員や株主などの内部関係者といったステークホルダー（利害関係者）に対しわかりやすく伝え、企業の価値創造にいたる認識の共有を図るために作成する書類です。

経済産業省から2005年（平成17）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。

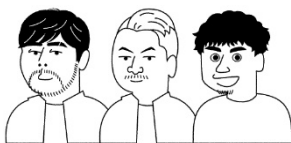
2. 注意事項

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事もあり、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事を、ご了承願います。

本報告書の記載内容・構成・表現等の無断転載、改変、模倣を固く禁じます。万一、発見された場合は法的措置を含めた対応を行う場合があります。

3. 作成者

株式会社 LIAL WORKS



CEO/Designer 中井 基裕 CEO/Designer 藤岡 高志 CEO/Distributor 安平 圭佑

4. 作成支援

帝国データバンク大阪支社

中小企業診断士 原一矢



本報告書は、知的資産経営の基本的な考え方や一般的な枠組みを踏まえつつ、独自の視点や工夫を加えて作成しています。参考になれる場合でも、それぞれの現場や企業の実情に即した独自のアプローチを構築いただくことをお願いいたします。

5. 問合せ先

〒542-0081

大阪市中央区南船場 2-6-3 東邦第2ビル901

TEL 06-6262-2350

LIAL WORKS Official Web : <https://www.lialworks.co.jp/>

CIE ONLINE STORE : <https://www.cieofficial.jp>

6. 発行

2025年9月

LIAL WORKS INC.