

本物の課題解決ソリューション

株式会社允・セサミ『技職人魂』が証明する、究極のオリジナルOEM開発

THE BLUEPRINT OF PERFECTION

**我々が提供するの
は、単なる「洗剤」
ではない。ビジネス
を前進させる「確
信的なパートナー
シップ」である。
である。**

現場の極限状態から生み出された『技職人魂』。

その圧倒的な技術力と、リアルな課題解決力をベースにした「究極のオリジナルOEM開発」。

本資料では、貴社のブランド力を最大化し、市場に存在しない「本質的な価値」をゼロベースから創出する設計図を公開する。

CHAPTER 1: 入居率を高める清掃会社

1999年：清掃業で独立（元ミュージシャン志望の異色の経歴）

2002年：圧倒的な受注増により、わずか3年で法人化

**「部屋を綺麗にする」という提案の放棄。
不動産オーナーの真の課題は
「空室を埋めること」である。**

創業時から、インセサミの視点は常に「ビジネスのインサイト」にあった。「入居率を上げるクリーニング業者」と名乗ることで、単なる清掃作業から、不動産価値の向上という「本質的な課題解決」へとアプローチを転換した。すべてのプロダクトの原点がここにある。

従来型清掃業者

視点：作業の完了

提案：「部屋を綺麗にします」

価値：労働力の提供（コモディティ化）

PARADIGM SHIFT

インセサミの視点

視点：ビジネスの解決

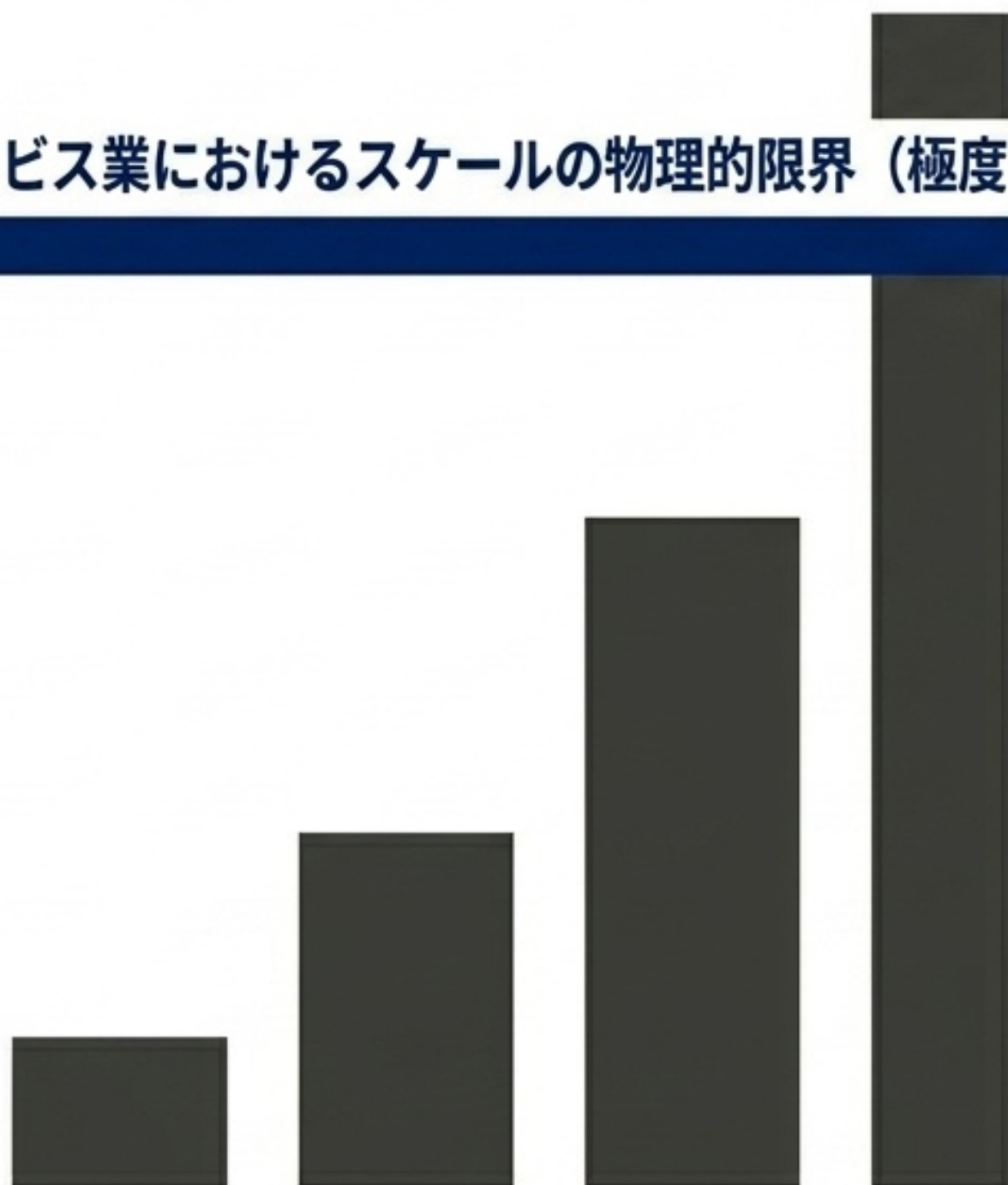
提案：「入居率を上げるクリーニング」

価値：利益の創出（不動産価値の最大化）

この「現場のリアルな課題を解決する」というDNAが、後の洗剤開発の絶対的な基盤となる。

CHAPTER 2: 事故から生まれたチャンス

サービス業におけるスケールの物理的限界（極度の過労）



「このままでは、 いつか死人が出る」

受注急増による過労の連鎖。

その限界は、高速道路上での「エンジン爆発」という衝撃的な事故によって露呈した。

ピストンが突き抜け、道路を削りながら走る制御不能な車両。

九死に一生を得たこの瞬間が、インセサミに抜本的な戦略転換を迫ることになる。

限界突破のイノベーション：「小さな職人」の誕生

課題：全国の汚れに困っている人を助けたいが、自分たちの体は一つしかない。



戦略のハード化（プロダクトへの転換）

プロの洗剤＝『小さな職人』

現場で培われたプロ仕様の洗剤を分身として生み出し、全国の家へ派遣する。
労働集約型のサービス業から、知識集約型のプロダクト・メーカーへの劇的なシフト。

CHAPTER 3: 小さな職人の市場投入

2004年、自社開発の洗剤開発をスタート。

市場に放たれた『技職人魂』シリーズ。

しかし、発売当初は「価格の高さ」が障壁となり、店舗での取り扱いは困難を極めた。

**市場には「高価格・高機能」の家庭用洗剤
という概念自体が存在していなかった。**

**突破口は、単なるスペックの提示ではなく、
「価値の再定義」にあった。**

価値転換による市場の開拓

表面的な価格

「値段が高い」

単なる液体の量と価格の比較。
従来型洗剤の土俵。

本質的な価値（USP）

「究極の時短クリーニング」

汚れを落とす【時間】に換算すれば、
圧倒的に安いという事実。

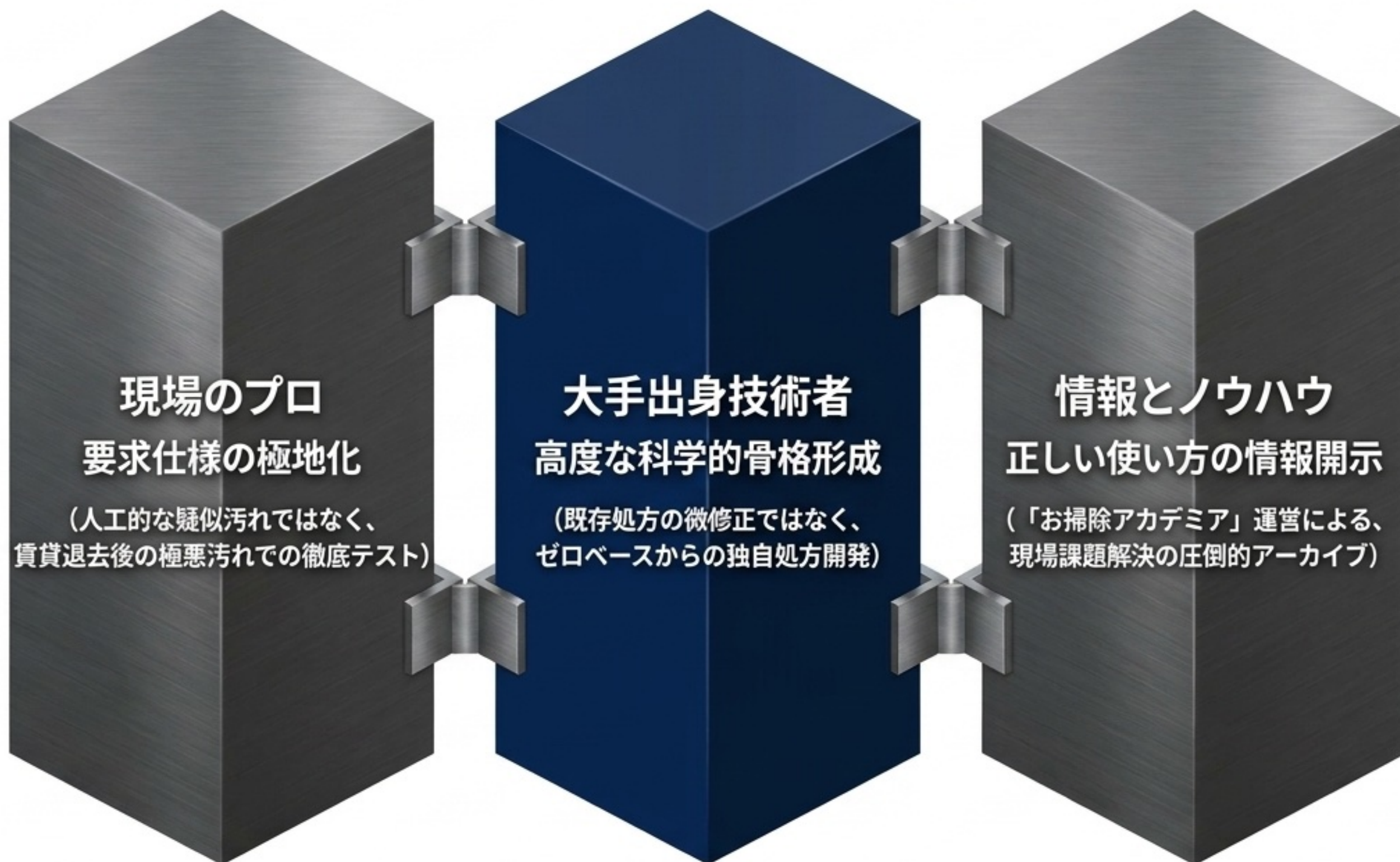
この鋭い訴求が消費者に強烈に刺さる。『がっちりマンデー』『ガイアの夜明け』等の有名番組で特集され、電話回線がパンクするほどの大ヒットを記録。市場に存在しなかった「高価格・高機能」市場を完全に切り開いた。

「洗剤は、掃除の調味料である」

[強力なハード（科学的処方）] × [経験の浅いスタッフ] = [プロフェッショナルな仕上がり（ソフト）]

従来品は安価で量が多い反面、汚れ落ちが悪く「作業者の腕」に依存していた。
インセサミの哲学は逆である。どんなに優れた職人でも、調味料（洗剤）が弱ければ結果は出ない。完璧な洗剤があれば、属人性を排除し、誰でも圧倒的な結果を出せる。

3つの絶対的差別化要因 (The Core Engine)



01. 現場のプロによる「極悪汚れ」での開発

一般的な洗剤メーカーの限界：

汚れを十分に保有していないため、机上の空論である「疑似汚れ」や、社内スタッフによるテストで商品化を決定せざるを得ない。

インセサミの絶対的優位性：

賃貸物件退室後の事故物件など、現場のリアルで強烈な汚れをスピーディーに落とすため、完全に汚れが落ちるまで成分や配合率を変え続ける。

「本物の極悪汚れ」をテスト環境に持つメーカーは他に存在しない。

02. 大手出身技術者による「ゼロからの処方」

一般的な技術者の限界：

現場の過酷な要望を全て取り入れることは不可能。
大半は「昔からある既存処方」をベースに、表面的な改良を加えるにとどまる。

インセサミの絶対的優位性：

大手企業で培った知見を持つトップクラスの技術者が在籍。膨大な汚れのサンプリングとアイデアを掛け合わせ、既存流用ではない「ゼロからの骨格形成」を実現。通常では不可能な高度な処方開発を可能にしている。

03. 情報を潤沢に提供する「インフラ構築」

03

どれほど優れた洗剤でも、適材適所での使用（情報）がなければ「落ちない」という結果に終わる。インセサミは、実演販売やYouTubeでの「コツ」の徹底開示に加え、業界の有識者を集めた『お掃除アカデミア』を設立。

理念：「掃除で100点ではなく、社会的な地位確立で100点を目指す」
単なる技術提供ではなく、稼げない職人を出さないためのインフラ作り。
この圧倒的な現場ノウハウの蓄積が、製品のソフトウェア（使い方・売り方）を強固にサポートする。

既存の中身をそのまま流用し、ラベルだけを張り替えるOEM。

現場を知らないメーカーが、机上の空論で作るOEM。

従来型OEMの概念との完全なる決別。

インセサミが提供するのは、単なる外注製造ではない。

貴社の「こんな商品が欲しい」という要望に対し、現場の極限状態から洗練された技術を用いて、全くのゼロベースから最適解を組み上げる真のパートナーシップである。

比較マトリクス：なぜインセサミが「究極」なのか

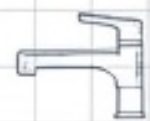
評価軸	従来型のラベル張り替えOEM	究極のオリジナルOEM（インセサミ）
要求仕様の 出所	机上の空論・ 疑似汚れによる想定	実際の現場のプロが 極限の汚れから仕様を決定
処方技術と アプローチ	既存処方の流用・ 微細な表面改良	大手出身技術者による ゼロベースからの骨格形成
ノウハウと 販売支援	製造のみ (売り場の知識は不足)	「お掃除アカデミア」由来の 圧倒的情報提供と勉強会

あらゆる領域を網羅する、圧倒的な処方開発力

お風呂エリア

対象：湯垢、カビ、サビ、ウロコ汚れ

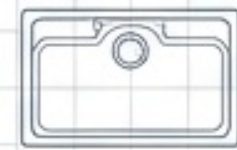
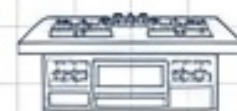
入り組んだ複合的な汚れに対する
専用処方の構築。



キッチンエリア

対象：頑固な油、固まったカルシウム

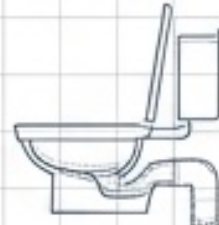
油と水垢という相反する汚れを
確実に分解する技術。



トイレエリア

対象：こびりついた尿石、水垢

一朝一夕では落とせない
蓄積汚れの分解と防汚技術。



室内エリア

対象：壁、床、家具、ガラス

全体の60%を占める拭き掃除の
「作業効率(時短)」を極限まで高める処方。



最強の掛け合わせによる、新市場の創出

〔 貴社の強力なブランド力 〕



〔 現場から洗練された本物のプロダクト 〕



〔 競合が追従できない圧倒的な市場優位性 〕

我々の設計図（Blueprint）は完成している。
あとは、貴社という強力なエンジンを搭載するだけだ。
妥協のない本物のプロダクトで、共に新たな市場を創出しよう。

株式会社 允・セサミ（インセサミ）