

知的資産経営 報告書 2008



Dress UP! Your Individuality

株式会社 ハセ・プロ

みなさまへ

P3

- 新たな個性を創造し続けるため、ハセプロは“開発第一主義”を実践します

経営方針

P4

- 点ではなく面で実践する“開発第一主義”、ハセプロは組織開発に力を注ぎます

重要内容

P5-6

- 携帯電話関連そして自動車関連グッズ、個性を演出する製品の創造
- 独自の開発技術が世に生み出した、ハセプロを支える主力製品

過去から現在

P7-11

- 技術力・開発力・独自性・信頼性“4つ”の強みがハセプロの競争力
- ニーズへのこだわり、技術力の高さが“真”の開発力を実現
- 数多くの知的財産権に裏付けられる、技術力・開発力の独自性
- 技術力・開発力・独自性の強みが、信頼される企業“ハセプロ”を創造
- 5年前に比べ1.6倍超の増収を実現、財務実績ハイライト(03'8-07'8)

現在から未来

P12-13

- 新製品開発を目指す携帯電話関連、新市場開拓を目指す自動車関連
- 月商1億円を創造する確固たる組織力の構築を目指して

企業概要

P14

- “一歩×一歩”のプロセスを大切に、ハセプロは未来に挑戦し続けます

みなさまから

P15

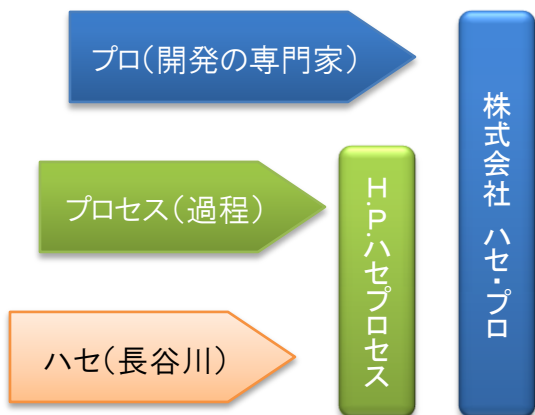
- 本知的資産経営報告書を通じ、ハセプロの“これから”にご期待ください

変わらぬ“開発”へのこだわり

シルクスクリーン印刷※を請け負う企業として創業した当社。今から20年以上も昔となる創業当初、シルクスクリーン印刷は、機械による全自動化がなされていない分野であり、いわゆる職人技術が必要とされる分野であるとともに、技術の創意工夫が行いやすい分野でもありました。そのため、創業当初より、いまだ世に存在しない新たな技術、他社との差別化につながる新たなノウハウを模索し、今日まで蓄積してまいりました。

創業当初、当社はH.P.ハセプロセスの屋号のもと、個人事業としてスタートしました。“ハセ”は、現代表取締役を務める私 長谷川の頭文字をあらわし、“プロセス”には、確かな過程・段階を踏みしめ、企業成長を果たしたいという思いが込められていました。その後、企業成長・業容拡大を背景に、当社は個人事業から法人化への転機をむかえ現在の企業組織であるハセ・プロが誕生しました。ハセ・プロという商号には、過去歩ん

できた“プロセス”のもと、“プロ”、すなわち開発第一主義を実践するプロフェッショナルでありたいという思いが込められています。シルクスクリーン印刷の下請企業としてスタートした当社は、いまや、大ヒット製品である“マジカルアートスケルトン”をはじめとする携帯電話関連グッズ、そして“マジカルカーボン”をはじめとする自動車関連グッズなど、自社開発・オリジナル製品の開発メーカーとして躍進を続け、数多くの取引先、そしてエンドユーザーのみなさまに支えられ、企業規模の着実な拡大を結んでいます。これからもハセ・プロは、ますます広がりを見せる携帯電話関連グッズ、自動車関連グッズの開発という事業領域において、ユーザーのみなさまの新たな個性を演出する新製品の開発、そして当社ならではの個性ある新製品の開発に挑戦し続けてまいります。開発第一主義を実践する専門家集団、ハセ・プロのこれからの、どうぞご期待ください。



株式会社 ハセ・プロ 代表取締役社長 **長谷川 智秀**

* 「シルクスクリーン(印刷)」とは、版画・印刷技法の一種である。多品種少量印刷に適した特殊な印刷技法であり、紙・布から鉄板に至るまでインクの乗るものであれば、ほぼ何にでも印刷でき、版自体に柔軟性を持たせることにより、曲面への印刷も可能であるという特殊印刷の技法である。

製品・顧客、そして組織を創る

創業当初より今日に至るまで、当社の経営方針は、開発第一主義であることに変わりはありません。開発第一主義のもと、新しくそして喜ばれる製品を創り、当社に強く関心を寄せる顧客(ファン)を創り、さらなる開発力の高みを実現し続ける“組織”を創ることが目標であり、創業から変わることなく一貫した当社の企業としての方向性でもあります。これまでの事業展開では、“製品を創る”こと、そして“顧客を創る”ことに注力してまいりました。現在、当社が保有する技術力や開発力の多くは、創業者である現代表取締役役に依拠しています。これからの事業展開では、現代表取締役個人に帰する技術や開発ノウハウを、当社を支える社内スタッフへと伝承することに注力し、すなわち組織開発に力を注ぐことで、点ではなく面による

開発第一主義の実践を目指してまいります。現在では、スタッフ個々のスキルアップを狙い、企画開発・製造・営業にわたる横断的なキャリアパスを設けるとともに、正社員の役員登用制度および社員持株会の導入による経営意識の醸成を図ることで、自生心のある組織の育成を目指しています。

(平成20年4月末現在、役員7名・正社員22名・アルバイト8名の合計37名、社員持株会の株式保有率 約30.5%)

また、企業の礎となる人間対人間の関係を重んじ、資材調達先や、加工工程を支援する外注先はじめ、当社事業を外部から支える企業に対しても、当社と併存する協力企業と位置づけて、社内・社外ともに成長し続ける組織創りに力を注いでまいります。

開発第一主義



ボーダーレスな製品創造を実現

当社では、シルクスクリーン印刷のノウハウを基礎に開発した独自技術をもとに、携帯電話関連グッズ、自動車関連グッズの企画開発から製造販売までを行っています。

携帯電話関連グッズでは、インク・プラスチック樹脂・粘着フィルム、蒸着フィルム、そして包装資材を国内で仕入れ、これらにシルク印刷・製版加工、ラミネート加工、プロッター加工、断裁加工などを自社工場で施し製品化して、国内・海外の市場へと販売しています。国内における販売形態は、OEM、卸売、そしてネット通販やイベント販売、パイロットショップにおける小売であり、海外においてはOEM、卸売を行っています。また、これらの販売チャネル、すなわち当社が製造した携帯電話関連グッズの販売

流通網に、併乗可能なキャラクターストラップや充電器などの製品についても他社から仕入れて販売しており、携帯電話関連グッズという分野において、流通効率の高い、かつ裾野の広い商材供給を行っています。

自動車関連グッズでは、携帯電話関連グッズと同様に、インクやプラスチック樹脂などを国内で仕入れるほか、韓国60%程度、国内40%程度の比率でカーボン繊維を仕入れ、これらを自社工場で製品化して、国内・海外の市場へとOEM・卸売・小売供給を行っています。また、当社が企画・デザインを行い、協力企業が外注加工するエアロパーツなども販売商材として取り扱っており、“マジカルカーボン”など当社が製造する自動車関連グッズの販促に寄与しています。



みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

企業概要

みなさまから

携帯電話関連の主力製品

独自に開発した、環境にやさしいオレフィン系素材を使用。ドライヤーなどによる熱処理なしで三次曲線や段差などにも密着して貼り付けることができる携帯電話ドレスアップ用シート。スケルトン(透明)タイプで、携帯電話のボタン部分を切り抜く必要がないことから手軽に貼ることができ、しかも剥がした後に糊が残りません。近年では、この製品がもつ携帯電話本体の防滴、防塵、防傷などの保護機能が注目されています。



アートブロックシリーズ

自動車関連の主力製品

特殊繊維素材“カーボン”を独自の特許技術製法により世界で初めて“伸びるシート”として、緩やかな曲面や段差にも貼り付けることを可能にしたカーボンドレスアップシート。この製品は被貼体のドレスアップを目的とするだけでなく、本物のカーボン繊維を使用していることから被貼体の保護力に優れており、WRCラリーやスーパーGT選手権でも採用され、機能性も含め高い評価を得ています。現在、好みの被貼体にあわせて自由に切り貼りできるフリータイプや、自動車のピラーやエンブレムなど、さまざまな部位に貼り付けることができる車種別専用カットタイプ



マジカルアートシートスケルトン
(特許製品)

携帯電話の覗き見防止機能をもつ保護パッド。ユーザー視点に立ち、実際に使用した際の使いやすさを追求した製品開発を重ねた結果、これまでにない高い透過率や薄さを実現し、市場から高く評価されています。現在、カラーバリエーションやキャラクターバージョン、ミラー機能付バージョンなど豊富なラインナップをそろえています。

を取りそろえ、豊富なカラーバリエーションでお客様の個性をよりいっそう彩っています。



マジカルカーボン
(特許製品)

みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

企業概要

みなさまから

“脱”下請の精神で培った力

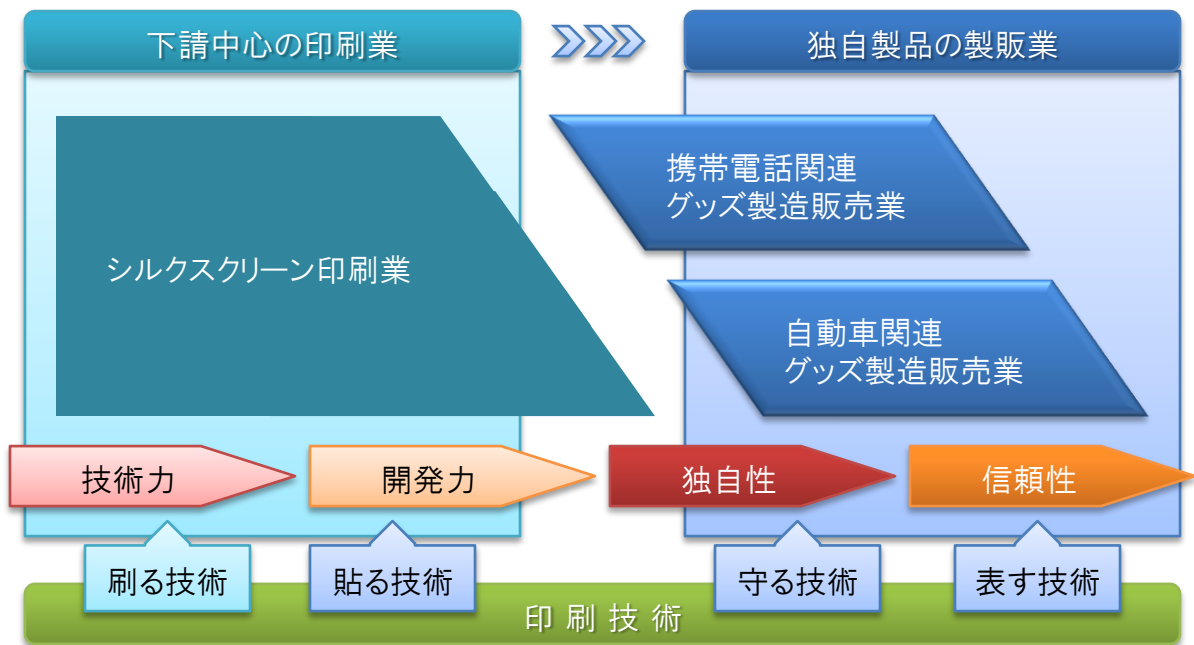
当社は、現代表取締役が昭和62年に、印刷業・印刷加工業を営む目的で個人創業したH.Pハセプロセスからスタートしました。創業当初は、歯ブラシやボールペン、バスの方向幕などのシルクスクリーン印刷の下請けを行い、写真レベルの印刷を実現する当社の印刷技術に対し、多くのお客様から高い評価をいただけてまいりました。当時、某大手電機メーカーからのオーダーであった“レコードプレーヤーのマットへの指定色彩”の印刷に対応できたのは当社のみであり、創業以来、高度な印刷技術及びノウハウを蓄積し続けてまいりました。

しかし、労働集約型産業が海外に流出するという時代の流れとともに、印刷技術（品質）よりも低い価格（コスト）を求める風潮に呑み込まれ、受注が安定しない“下請企業”であり続けることの限界を感じました。

創業の原点である印刷技術、すなわち“刷る技術”は、これまで当社が蓄積してきた技術力・ノウハウを背景に“貼る技術”へと進化を遂げてまいりました。“貼る技術”は、被貼体を“守る（他者の視線から守る機能を含む）”という機能性を有するとともに、個性を“表す”というデザイン性を有しています。

そこで、当社では、印刷技術の機能性（守る技術）・デザイン性（表す技術）を発揮できる携帯電話関連・自動車関連グッズという領域において、当社オリジナル製品の開発に挑み、特許製品を含む、多くの独自性の高い製品の開発を果たしてまいりました。

このような当社の開発力、そして独自性が高く信頼・評価され、現在では、大手企業をはじめとする多くの企業との企画・製造・販売契約を締結するに至っております。



みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

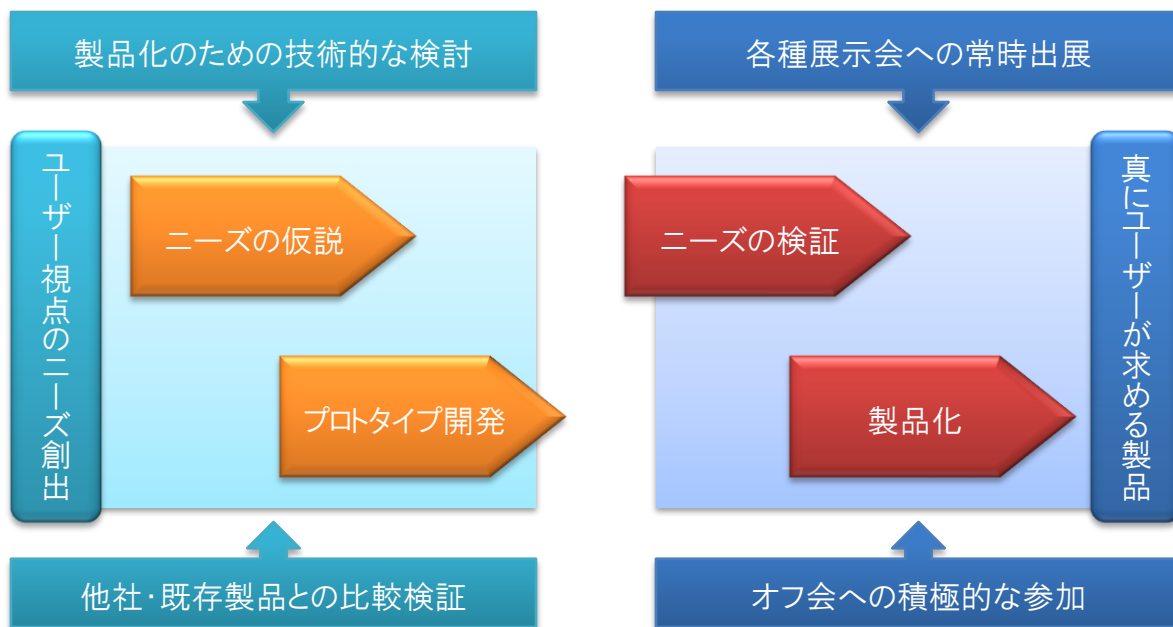
企業概要

みなさまから

自らのニーズが開発の原点

当社開発力は、ユーザーの視点に立ったニーズの創出と、そのニーズを具現化する高度な技術力によって形作られています。当社の製品開発の原点は、自らが求める製品、すなわち自らが携帯電話、自動車のユーザーとして感じるニーズにあります。当社では、まず、自らのニーズをマーケットのニーズと仮定し、そのニーズをより忠実に製品化するための技術的な検討、他社製品・既存製品との比較検証を重ね、新製品のプロトタイプを完成させます。他社製品や既存製品の情報は、当社スタッフが日夜足で稼ぐタイムリーな動向をもとにしており、他社既存製品に後発するような製品の開発を極力回避することで、いまだ世に存在しない新製品の開発に注力してまいりました。次に、ユーザーニーズの仮説を検証するため、各種展示会への出展、自動車ユーザー

の集まり(オフ会)への積極的な参加を行い、新製品に対するユーザーの生の声を受け入れることで、真にユーザーが求める製品開発の実現を目指してまいりました。現在の主力・ヒット製品である“マジカルアースケルトン”や“マジカルカーボン”をはじめとする新製品も、このようなプロセスを経て製品化したラインナップであることが、この開発手法の実効性を裏打ちしています。当社では平成11年12月の第1回大阪モーターショーへの出展を皮切りに、東京オートサロン、大阪オートメッセ、東京スペシャルインポートカーショー、東京インターナショナルギフトショー、プレミアム・インセンティブショーなどの展示会に常時出展しており、次々と新製品を出展することで、ユーザーニーズの収集のみならず、開発力の高い企業としての市場認知を高めてまいりました。



みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

企業概要

みなさまから

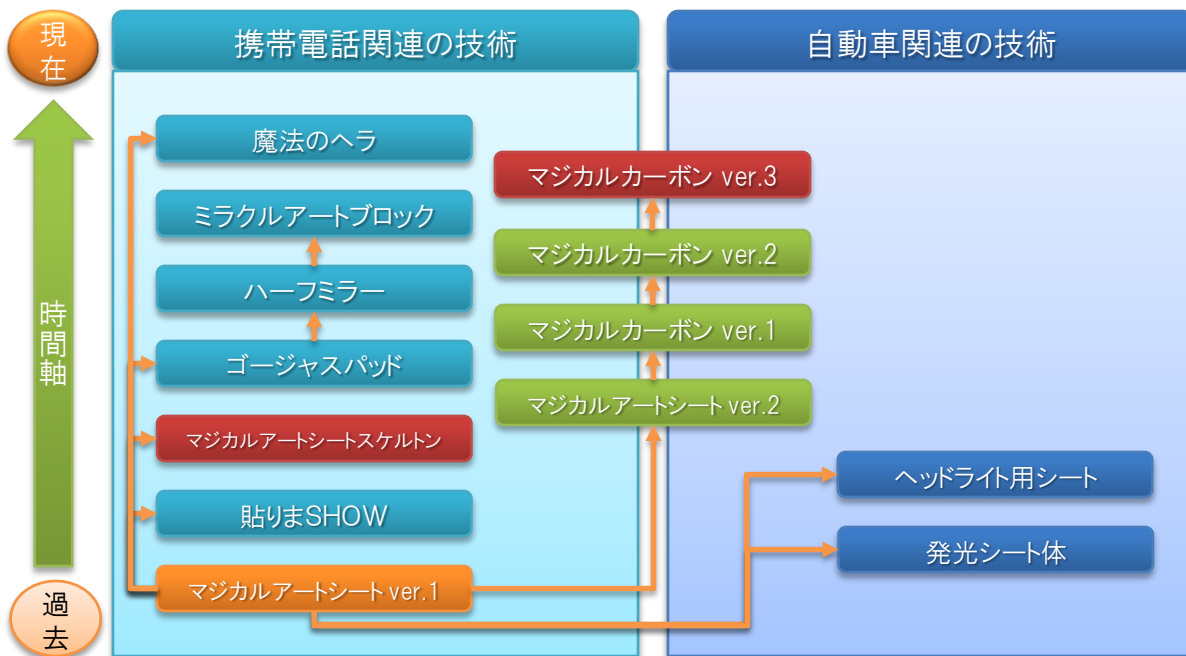
差別化の原動力となる独自性

当社の技術力、開発力によって生み出された製品の独自性は、取得済特許、そして申請中の特許によって裏付けられています。当社の開発技術の起点は、携帯電話関連の技術で特許申請を行った“マジカルアートシート”にあり、この技術を基礎に携帯電話関連の技術を深堀し、自動車関連の技術へと派生的に展開してまいりました。また、過去に開発した技術に満足して歩みを止めることなく、技術力、開発力の高みを目指し次代の流れ、すなわち顧客ニーズを先取りした独自性を追求し続けてまいりました。

知的財産権を確保するためには、もちろんそのノウハウを公開する必要があるため、当社独自の技術のなかには、敢えてノウハウを非公開とすべきであると判断するものもあ

ります。携帯電話関連の技術では、携帯電話に貼る塗装シリーズ“マジョーラ系シート”がこれに該当し、自動車関連の技術では、金型や抜型を使用しない特殊な自社加工がこれに該当します。これらの技術はすべて当社独自の技術であり、敢えて企業秘密として取り扱う当社の強みであるといえます。

なお、当社が創造した技術をもとに生み出した製品のなかには、携帯電話機器本体の大幅なモデルチェンジや、自動車関連法規の改正など、外部環境の変化という要因から、現在では取り扱いを中止したものも存在します。しかし、これまで世に生み出した新製品のすべてについて、製造・販売の初期段階で、その技術開発に投じたコストを上回る収入の獲得に成功しています。



上図は、申請特許の関連性を分りやすく示したものであり、名称及び時間軸に示す開発時期は、実際の申請内容と必ずしも一致しない。

みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

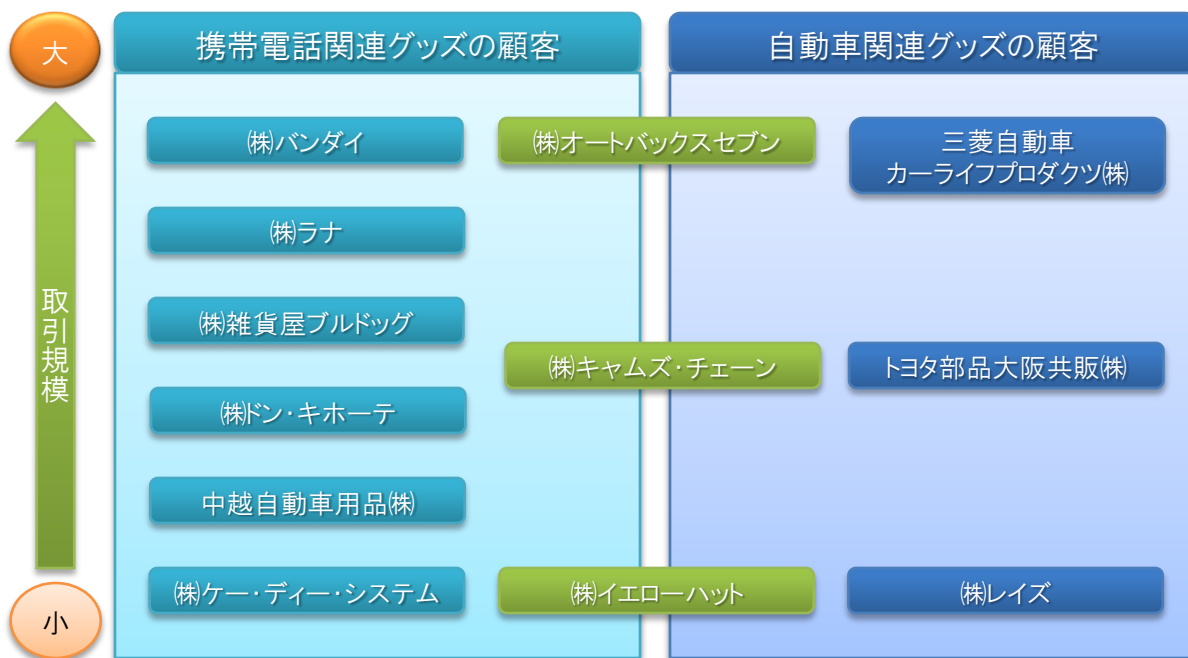
企業概要

みなさまから

大手をはじめ、広がる繋がり

携帯電話関連グッズの製造販売事業では平成13年8月に京セラと携帯電話“C414K”のドレスアップキャンペーン契約を締結、平成14年6月にはバンダイと“キャラハルアート”の共同企画製品の製造契約を締結するなど、当社の強みである技術力・開発力・独自性のもと、そのネットワークを拡大してまいりました。また、平成19年の春には“アートブロック3.0”、“ミラーブロック3.0”、“ハーフミラー3.0”と連続して新製品を発表薄さ0.33ミリ、透過性90%以上という高品質の実現により他社を圧倒し、ディズニーキャラクターの著作権を扱うラナから指定業者へと選定されております。加えて、バンダイでも他社仕様から、当社へと取引先の切り替えが随時進んでおり、量販店を含む携

帯電話関連のグッズ売り場における、当社製品のシェアは70%近く(当社調べ)にまで達しており、安定した成長を持続しています。一方、自動車関連グッズの製造販売事業では、特許製品である“マジカルカーボン”について、オートバックスセブンやイエローハットをはじめとするカー用品専門店での取り扱い規模が拡大しているほか、自動車メーカーの純正品としての導入も検討されているなど、大手自動車メーカーからの引き合いが増加しつつあります。なお、平成11年10月に米国Flex Products Inc社との間でマジョーラ顔料に関するライセンス契約を締結、シルクスクリーン印刷における日本国内での使用独占権を確保し、技術力・独自性の強化も図っています。



上図は、平成18年9月から平成19年8月までの1年間における、主な顧客(敬称略)・製品別の売上高実績(取引規模)を示している。

みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

企業概要

みなさまから

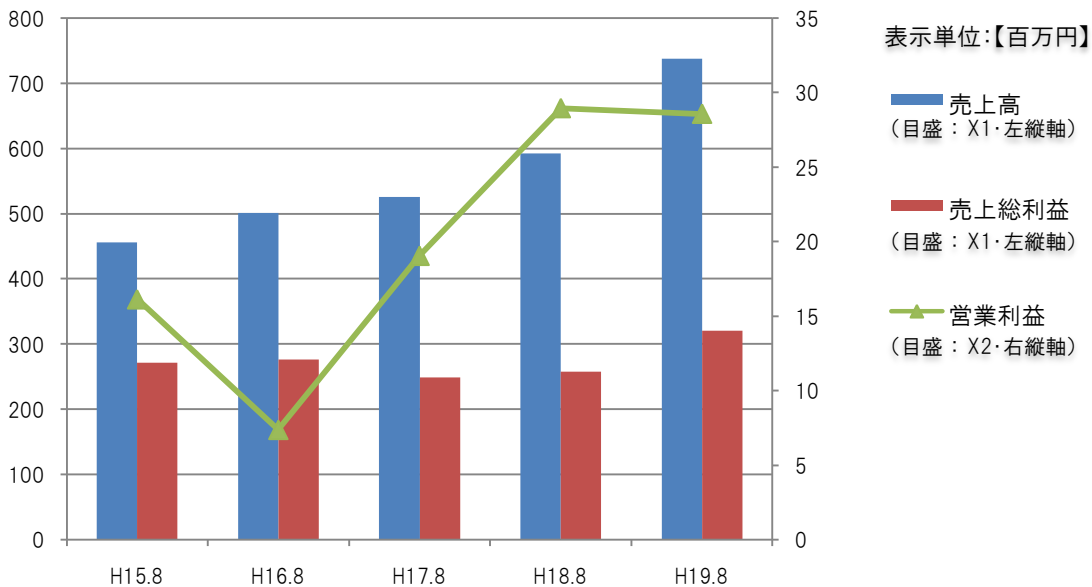
財務基盤は取引規模の成長

平成19年8月期では、年商が738百万円にのぼり、28百万円の営業利益を計上しました。5年前である平成15年8月期の年商は456百万円であり、この5年間において取引規模は1.6倍超の成長を実現しました。

平成19年8月期の売上高構成は、携帯電話関連グッズの製販業が61.6%、自動車関連グッズの製販業が38.4%となりました。同期における売上高総利益率(粗利率)は高水準で推移し続けており、携帯電話関連グッズの原材料費高騰の影響から若干の伸長鈍化は見られるものの、当社製品の付加価値の高さを裏付けるように、平成15年8月期から5期連続して業界平均値※を10%超も上回る高い値を維持しています。加えて、取引規模(年商)の成長は、売上総利益の絶対値(比率ではなく金額そのもの)の持続的な成長にも寄与しています。

当社では常時、新製品の開発に取り組んでいるため、研究開発コストが先行して生じてきました。また、年商の成長という取引規模の拡大に応じ、機会損失を回避するため、平成18年4月に新設した自社工場(カーボン専用工場)をはじめ生産体制強化のための投資コストや、原材料や製品などの在庫保有にともなう資金負担が必要となりました。これらの投資コストをまかなうべく実行した借入金の残高が、一時は年商程度にまでおよぶこともありました。しかし、近年では、これらの投資コストが成果として結実し、年商の成長とともに、取引規模に対する借入金残高は適正值に推移しつつあります。

なお、平成19年8月期の流動比率は約671%(理想値200%以上)、当座比率は約481%(理想値100%以上)であり、短期支払能力は良好な値を維持しています。



* 中小企業庁編「中小企業の財務指標」から、製造業全般の売上高総利益率(H17年度)を引用している。

みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

企業概要

みなさまから

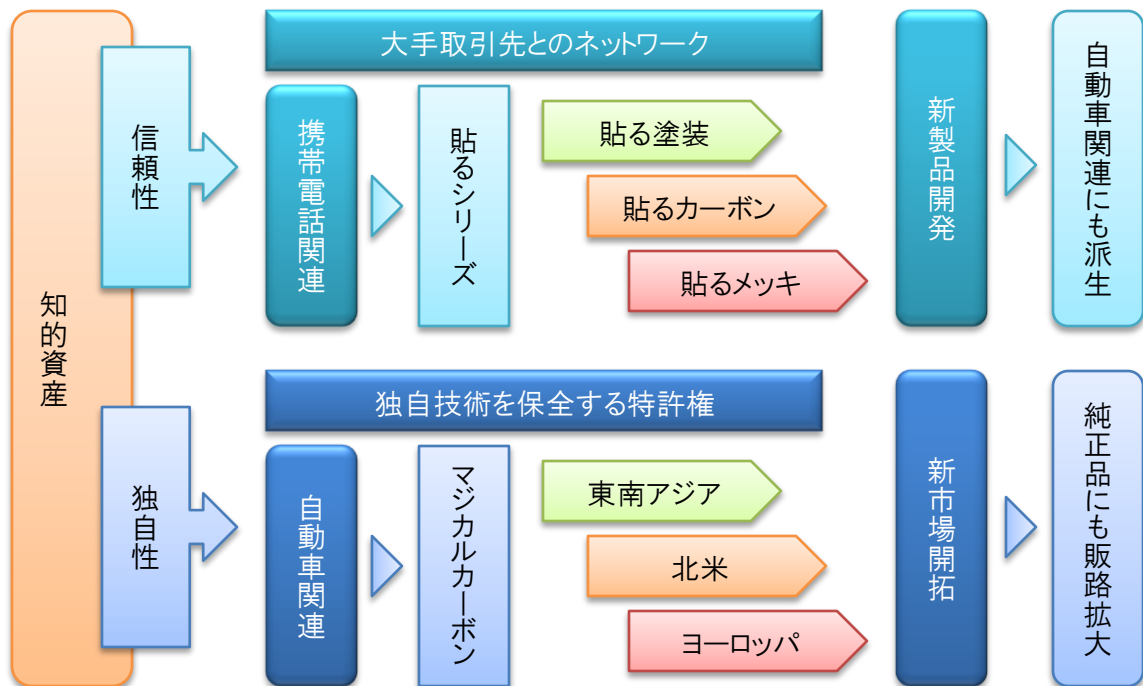
知的資産を最大限に活用

当社では、2011年までの3年間において、これまでの事業展開で培った強み、すなわち知的資産を活かし、携帯電話関連のグッズでは新製品開発、自動車関連のグッズでは新市場開拓に経営資源を集中します。

携帯電話関連のグッズでは、これまで“貼るシリーズ”として第一弾“貼る塗装”、第二弾“貼るカーボン”を開発し、新製品として市場に投下してきました。これからの3年間では、“貼るシリーズ”の第三弾として“貼るメッキ(メタルシート)”という新製品の市場投下にチャレンジします。この新製品は、特許申請の対象とはならないものの、キャラクターを扱うバンダイ・ラナといった既存の大手取引先との共同販売を行うため、販売チャネルという参入障壁のもと、優位にビジネスを展開することができます。また、“貼るメッキ”はすでに、5年の耐候テストをクリアして

いるため、将来的には自動車関連のグッズへの派生製品となることも見込まれます。

一方、自動車関連のグッズでは、これからの3年間で東南アジア、北米、そしてヨーロッパと続く“マジカルカーボン”の海外進出を目指します。“マジカルカーボン”はすでに日本、韓国で特許取得済み、北米では平成20年夏頃の特許取得予定、ヨーロッパでは現在特許申請中であり、海外における独自技術の保全環境は整いつつあります。また、自動車関連の部品を扱う某大手企業と、双方の特許製品について販売ライセンスを結び、日本国内と東南アジアにおける販路共同拡大を目指します。加えて、現在は量販店などを主たる販路とする“マジカルカーボン”を、自動車メーカーが純正品として導入する動きもあるため、この製品のさらなる販売数量の伸長も見込まれます。



みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

企業概要

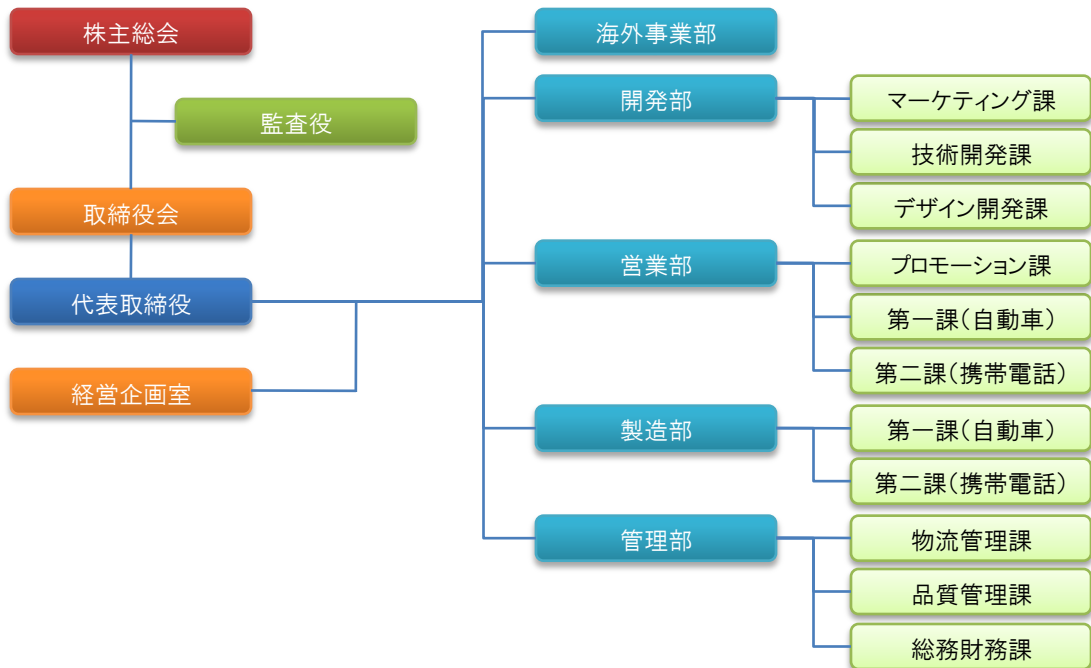
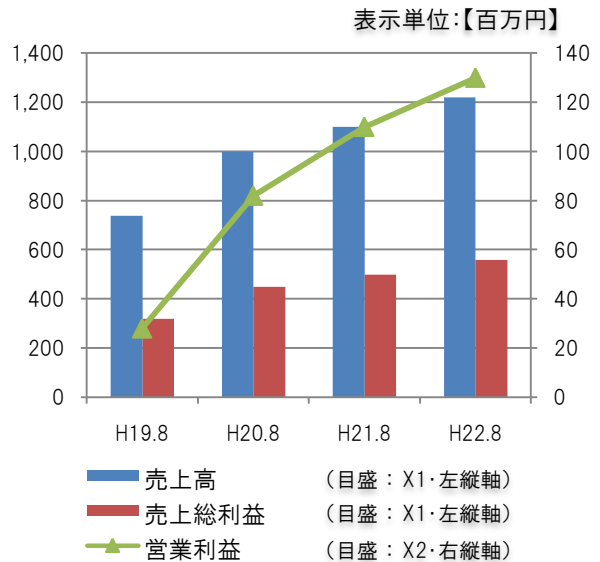
みなさまから

目標達成に必要な組織体制

当社では、平成22年8月期までに月商1億円突破を目指し、さらなる取引規模の拡大そして組織の成長を目指してまいります。

今後、自動車関連グッズの製造販売業、なかでも“マジカルカーボン”の受注が大幅に伸長することが見込まれるため、平成22年8月期の売上構成は、携帯電話関連グッズの製販業40%、自動車関連グッズの製販業60%程度を計画しています。“マジカルカーボン”は、当社取扱製品のなかでも粗利率が高いため、同製品における増収は、当社全体の増益に大きく寄与します。今後予定している大幅な取引規模の拡大にこたえるため、資材調達先、製造外注先との連携強化に努めるとともに、厳格な秘密保持契約を締結することで、当社ノウハウの漏洩防止にも努めてまいります。また、社内組織体制の充実を目指して、経験豊富な

中途採用人材を中心とする経営企画室を設け、開発・営業・製造・管理にわたる一貫した工程の管理と情報の共有化を図るとともに、社員教育にも注力することで、目標達成に必要な組織力の開発を目指します。



みなさまへ

経営方針

事業内容

過去から現在

現在から未来

企業概要

みなさまから

● アウトライン（08'04現在） ●

- | | | | |
|------------------|----------------------|-----------|---|
| ■商号 | 株式会社 ハセ・プロ | ■資本金 | 4,910万円 |
| ■所在地 | | ■株主数 | 2名(社員持株会を含む) |
| □本社 | | ■役員 | |
| | 大阪市生野区巽東2-20-12 | □代表取締役社長 | 長谷川 智 秀 |
| □第1工場(カーボン専用工場) | | □取締役 | 長谷川 加津栄 |
| | 大阪市生野区巽東2-20-11 | □取締役社長室室長 | 金 沢 明 男 |
| □第2工場 | | □取締役営業部部長 | 木 村 秀 樹 |
| | 大阪市平野区加美北1-14-21 | □取締役営業部部長 | 荒 井 修 |
| □東京営業所 | | □取締役製造部部長 | 高 見 慎 一 |
| | 東京都新宿区西新宿8-14-17-203 | □監査役 | 康 貞 順 |
| ■業 種 | | ■従業員数 | 37名 |
| □自動車用品の企画製造販売 | | ■URL | http://www.hasepro.com/ |
| □携帯電話関連用品の企画製造販売 | | | |
| □商業印刷物の企画製造販売 | | | |

● 創業から現在までの主な歩み ●

- 昭和62年04月 大阪市生野区にて、H・Pハセプロセスを創業
- 平成02年08月 大阪市平野区に自社ビルを建設、本社移転
- 平成10年08月 「電磁波ブロックイヤーパード(第2813336号)」の特許取得
- 平成11年10月 米国 Flex Products Inc. 社とマジョーラ顔料に関するライセンス契約を締結
- 平成12年09月 大阪市平野区にて、有限会社ハセ・プロ(資本金300万円)を設立
- 平成13年07月 業容拡大にともない、同区(大阪市平野区)に本社ビルを移転
- 平成13年08月 京セラと、携帯電話「C414K」のドレスアップキャンペーン契約を締結
- 平成14年01月 「マジカルアートシート・スケルトン(第3266888号)」特許取得
- 平成14年01月 700万円の増資を実行し、株式会社へと組織変更
- 平成14年05月 大阪府中小企業経営革新支援事業費補助金の交付決定
- 平成14年06月 東京都新宿区に東京営業所を開設
- 平成14年06月 バンダイとの共同企画製品として「キャラハルアート」の製造契約を締結
- 平成14年12月 企業規模拡大にともない、大阪市生野区に本社ビルを移転
- 平成16年02月 500万円の増資を実行(資本金1,500万円)
- 平成16年12月 3,010万円の増資を実行(資本金4,510万円)
- 平成18年03月 「マジカルカーボン(第3785185号)」特許取得
- 平成18年04月 大阪市生野区に、本社に隣接する自社工場(カーボン専用工場)を新設
- 平成19年04月 「マジカルアートシート(第3940163号)」特許取得
- 平成19年12月 「マジカルカーボン(韓国)」特許取得
- 平成20年04月 400万円の増資を実行(資本金4,910万円)

知的資産経営報告書の意義

知的資産とは、従来の財務諸表に記載される資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、知的財産(特許・ブランドなど)、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表現されにくい、経営資源の総称です。知的資産経営報告書とは、目には見えにくい経営資源、すなわち知的資産を、債権者、株主、顧客、従業員といった企業のス

テークホルダー(利害関係者)に対して分りやすく伝えることで、将来にわたる企業の価値向上に向けた取り組み(価値創造戦略)の共有化を目的に作成する資料です。

平成17年10月には、経済産業省から「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、原則として、当社の知的資産経営報告書は、これに準拠して作成しています。

本書ご利用の際の注意事項

当社の知的資産経営報告書に記載した将来の経営戦略及び事業計画並びに附帯する事業見込みなどのすべては、本書作成日現在において入手可能な情報をもとに、当社独自の判断で記載しています。そのため、将来にわたる経営環境(内部環境及び外部環境)の変化によっては、本書

記載の内容を変更すべき必要が生じることもあり、本書記載の内容が将来実施または実現する内容と異なる可能性もあります。よって、当社が将来にわたり、本書記載の内容を保証するものではないことを、あらかじめご了承ください。

本書に関するお問い合わせ先

株式会社 ハセ・プロ 社長室室長 金沢 明男(かなざわ あきお)
〒544-0014 大阪市生野区巽東2-20-12
TEL 06-6751-2779 FAX 06-6751-2832
E-mail a.kanazawa@hasepro.com

