

## 「知的資産経営報告」を行った企業へのインタビュー

企業名		株式会社春うらかな書房	株式会社バリュープランニング
開示対象と目的	メインサブ	投資家、採用予定者 金融機関、社員、採用予定者、取引先	従業員、採用予定者 デベロッパー（テナント入居先）、協力企業
	開示目的	①投資家への事業に対する理解の向上 ②金融機関への事業に対する理解向上 ③採用予定者への会社説明	①従業員（特に幹部）教育 ②採用者への会社説明
今後の活用方法		●投資家への開示資料 ●金融機関への決算説明の補足資料 ●採用予定者への会社説明資料	●採用予定者への会社説明資料 ●従業員教育ツール ●新規店舗出店時の会社説明資料
代表者による感想		代表取締役社長：道下 昌亮氏	代表取締役社長：井元 憲生氏
		<p>作成作業を通じて自社の強みや弱みを再認識いたしました。また、報告書に記載する全ての文言に読み手を意識して作成することの重要性を認識いたしました。</p> <p>弊社は事業内容が一言では説明しづらい事業を営んでおりますので、「知的資産経営報告書」の提示がステークホルダーの弊社に対する理解力向上に繋がると考えます。使い方は金融機関や投資家に対する報告が一般的ですが、弊社の場合は人材採用活動にも利用することを予定しております。特に今年度は事業内容に興味をもってくれる学生を採用したいと考えております。そのためのツールとしてはとても有意義であると思います。</p> <p>毎年、有価証券報告書を作成していますが非財務情報としての位置づけや上記の目的で毎期作成したいと考えています。</p>	<p>数字に表れない資産（知的資産）を見える化することによって会社（私自身）の考え方（頭の中）を整理整頓できました。</p> <p>これにより、社外へのプレゼンをしやすくなりましたが、一番は会社（私自身）の考え方や今後の方向性、目標、方針などが明確になり、改めて認識することも多々ありました。</p> <p>これからは、この知的資産経営報告書の内容をより多くのステークホルダーに知って頂き、理解して頂けるよう、大切に使いたいと考えています。そのために、まず最初に社員全員がこの内容を理解すべく、早速勉強会を開催する予定です。</p>
モデル企業の特徴 報告書の特徴		<p>外部には理解しづらい、独特のビジネスモデルをステークホルダーに理解してもらうために作成した企業のモデル。</p> <p>「新刊・中古にとらわれず独自の物流や営業で新興市場（複合カフェ・コミックレンタル）を開拓し、ここに書籍を始めとする商材・サービスを供給するモデル」という、従来はなかったビジネスモデルを理解してもらうために、既存の中古本販売や新刊卸売との差別要因を知的資産の観点から、自社独自の「5つの強み」として分類、記載した。また、市場認識を深める為に、標的市場の動向などについても記載するようにした。</p> <p>尚、グリーンシート登録企業として、投資家を意識し、財務情報との関連性も意識して作成した。</p>	<p>急成長を遂げた企業が、ステークホルダーに将来のビジョンを示し、共有化することを目的としたモデル。</p> <p>マニュアルに掲載するという性格上、「顧客の視点」、「業務プロセスの視点」などでのKPIは検討はしたものの、検証の部分で掲載を取りやめ、文章での記載を試みた。また、急成長した事業実績自体が指標として裏づけになるといった判断もあった。尚、別途社内向け報告書の作成も検討している。採用予定者やテナントなど将来ステークホルダーになり得る対象への開示を意識し、商品案内を通して知的資産を開示するといったビジュアル面での魅せる化にも注力し、作成した。</p>

企業名		株式会社キャスト	昭和電機株式会社
開示対象と目的	メインサブ	取引先、金融機関 協力会社、従業員、同業者	協力会社、取引先 従業員、採用予定者
	開示目的	①新規取引先の獲得 ②既存取引先との関係強化 ③金融機関の事業に対する理解の向上	①協力会社との関係強化 ②取引先からの受注拡大
今後の活用方法		●取引先（新規ユーザー）への会社案内 ●幹部教育ツール ●金融機関への決算説明の補足説明資料	●協力会社との勉強会資料 ●取引先への会社案内 ●従業員教育ツール
代表者による感想	代表取締役社長： 酒井 英行氏		代表取締役社長： 柏木 武久氏
	<p>素形材産業に身を置く当社では、バブル崩壊後の厳しい状況下を経て、漸く増収増益基調を維持できるようになってきました。ただ、次の景気低迷期に備え、景気に大きく左右されない体質強化が最大の課題と考え、経営のマンネリ化を防ぐ為にも何か施策を講じるべきと常々思っていました。そんな折、知的資産経営報告書を知り、今後の当社にとり必要なことではないかと思ひ挑戦致しました。</p> <p>報告書の作成後は、社内に対しては、今後のビジョンに向かって経営を進め、計画の数字を確保していくことが重要だと思ひます。私たちは強さをより強く、弱さは強さに変える努力をしていき、毎年報告書はフォローアップしていくことが重要だと思ひます。</p> <p>社外に対しては、ユーザーに配布してより理解して頂き、国内において環境、雇用等で長い目で見て頂ける鑄造業であることを理解して頂く、新規ユーザーに対してはこのような鑄造業があることを知って頂くためのPR活動を行います。</p>		<p>かつて金融機関の方々との面談の中で、何故“ものづくり”を構成しているヒト及びヒトが発揮する「力」と、その集合体としての企業が有する「技術力」が全く評価の対象にならなかったことを常々不思議に思っていたが、この度の報告書作成の機会を得て、「いよいよ動き出したな！」という思いから、最大限の情報開示を基本姿勢として、報告書作成に取り組んできた。</p> <p>利用法は次の2点を考えている。</p> <p>①社員への開示と新しい視座、視点から、自社の全体像を詳しく知ることとその全体像から次代を創る資源として活用することなど。</p> <p>②ステークホルダーを真に知ること及びその良さを利用・活用すること。</p>
モデル企業の特徴 報告書の特徴		<p>先端産業以外で、かつ小規模の企業でも知的資産経営報告書が作成できることを示したモデル。</p> <p>長年、日本の製造業を支えてきた鑄物業界で、ひたむきに事業を展開してきた企業。ただ、過酷な労働環境とユーザーの海外移転などにより業界として転換期を迎えており、自社の強みを活かした事業展開が求められてきた。そういった背景を元に、報告書作成を機に、経営幹部層全員が参加して、自社の強みを見つめ直し、報告書をまとめ上げた。</p> <p>特に、製造業として、取引先や金融機関により自社に対する理解を深めてもらうことを目的として作成した。</p>	<p>「非上場の優良企業」を標榜し、企業が優良であるためには、上場企業以上に関係者に対する理解が必要であることを実践した企業のモデル。</p> <p>特に従来より取り組んできた経営活動の中から、多くの知的資産を生み出してきた2つの仕組み（生産性向上の為の「Be eダッシュ活動」、顧客満足向上のための「i s工房」）にフォーカスし、その仕組みによって生まれてきた知的資産を記載するという形で作成した報告書。</p> <p>また、出来上がった報告書だけでなく、従業員教育の一環として作成プロセスを重視して作成した。</p>