

Corporate Profile

～日成興産をより知って頂くために～



2024

知的資産経営報告書

2024年3月～2025年2月

機能性食品・栄養補助食品製造 OEM・ODM企業

 日成興産株式会社

目次

弊社は、製薬・化粧品会社・健康食品メーカー・通販業者などに代わり、
さまざまなサプリメントを製造する会社です。
みなさまが目に見えている健康食品も、私たちの製造製品かも知れません。

1.	ご挨拶・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1
	(1) 代表取締役 挨拶	
	(2) 執行役員統括本部長 挨拶	
2.	経営哲学・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	2
3.	事業概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	3
	(1) 会社の沿革	
	(2) 事業内容	
4.	これまでの事業展開・・・・・・・・・・・・・・・・	5
5.	自社の強み・優位性（知的資産）・・・・・・	6
	(1) 人的資産	
	(2) 構造資産	
	(3) 関係資産	
	(4) その他資産	
6.	市場環境・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	8
7.	これからの事業展開・・・・・・・・・・・・・・・・	9
	(1) クロスSWOT分析	
	(2) 将来の経営戦略	
	(3) KPI（重要業績評価指標）	
8.	知的資産活用マップと価値創造ストーリー・・	12
	(1) 知的資産活用マップ	
	(2) 価値創造ストーリー	
9.	会社概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	14
	食品開発展・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	15
	チャレンジ日成興産!!・・・・・・・・・・・・・・	16
	あとがき・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	17

〈知的資産経営報告書とは?〉

知的資産とは、バランスシートに記載されていない無形資産のことです。その知的資産を活用した企業価値向上に向けた活動を、目に見える形で解り易く伝えるために作成した書類です。

（詳細は「あとがき」に記載。）

1.ご挨拶

(1) 代表取締役 挨拶

創業43年目となる今期は、さらなる社会貢献と、その過程を通じて家族を含めた社員のより一層の幸福を目指してまいります。コロナウイルス禍にひき続き、気候問題はもとより各地での紛争、事件や事故など、世界を取り巻く環境は近年大きく変化し、経済環境も例外ではありません。弊社では創業40年を機に「第二の創業」と位置づけ、目まぐるしく変化する環境対応を目的として「全社R&D」活動を実施してきており、経験や専門分野に関係なくすべての社員が「顧客の要望を上回る製品づくり」を通じての社会貢献を目指しています。

また、弊社が40余年の歴史の中で培ったさまざまな知識や技術をしっかりと活用し、正しいものづくり精神のもと新しい取り組みにも積極的にチャレンジしてまいりたいと考えております。

環境問題や働きがい、あるいは健康について考え行動することは、まさに弊社が創業以来一貫して目指してきた「健康で豊かな社会の実現」そのものであり、持続可能な社会に貢献できる企業としてSDGsに対する取り組みはもとより、今後更に一層、企業活動を通じて社会課題解決に貢献してゆきたいと願っているところです。

これからもやるべき事は尽きませんが、皆様のご支援を賜り、弊社の自慢であります社員一同が力を合わせ、柔軟な対応力と創意工夫で、皆様の期待以上の製品を提供し、皆様と共に歩むパートナーとなれますよう努力を重ねていく所存です。

今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い致します。

不易流行



2024年3月
代表取締役 藤田 忠

(2) 執行役員統括本部長 挨拶

医食同源



創業43年目を迎えるにあたり、お取引先の皆様、協力先の皆様に改めて感謝申し上げます。

昨年は弊社初の機能性表示食品や自社製品の発売など、第二の創業とした取り組みが出来ました。また一昨年に続き食品開発展にも出展する事が出来、多くの企業様と出会う場となりました。あらためてお礼申し上げます。また日頃からお取引させていただいている方々にも、更に進化した日成興産を感じていただけるよう、社員一同邁進してまいります。

日々変化し続ける状況下で、変わらず必要とされ続ける日成興産を目標に尽力してまいります。

今後とも皆様のご支援ご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2024年3月
執行役員統括本部長 藤森 健太郎

2.経営哲学

経営理念

顧客の共感共創のもと、
健康で豊かな社会の進歩発展に
貢献することを目標とし、
その過程を通じて全従業員の
物心両面における向上と
その家族を含めた幸福を追求します。

経営ビジョン

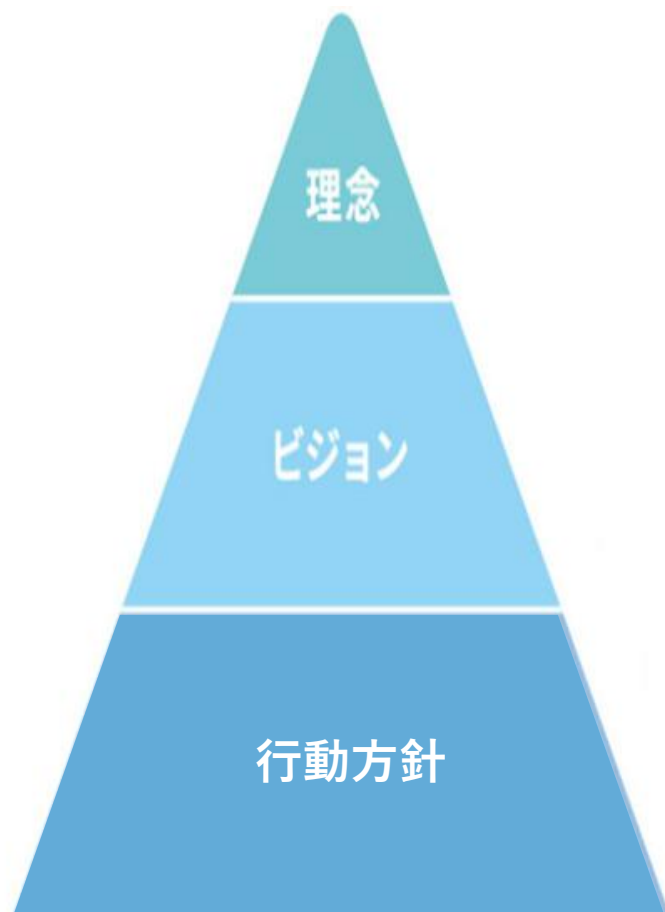
科学的研究と革新的アプローチにより
付加価値を高めた新しい製品開発を通じ、
健康で豊かな生活を実現する。

行動方針

私たちは、信頼されるサプリメントづくりを通じ、
健康で豊かな社会に貢献します。

私たちは、顧客の思いを正しく理解し、
製品に命を吹き込むものづくりを行います。

私たちは、柔軟な対応力と創意工夫により、
顧客の要望を上回る製品づくりに努めます。



ロゴに込められた想い

ロゴマークは∞(無限)を示しています。
私たち一人一人がその使命を理解し、
独創的で地球にやさしい製品をつくる
永遠に存続する唯一の企業になる意味が
込められております。



3.事業概要

(1) 会社の沿革

期 間	年 度	出 来 事	知的資産との関係他
創 業 期	～1982年	創業者(現社長)は創薬研究者として製薬会社勤務	●製薬会社勤務時に欧州における健康食品の普及を目の当たりにして、日本での普及を確信したことも創業動機の一つに結びついた ●医薬行政に関する知識はもとより、健康食品に関する知見・見識は当時(創業当初)から高い評価を得ていた ●本社工場は医薬品GMPに習った錠剤・顆粒製造を主体とする工場。これが評価され、受託製造業の基礎固めができ、顧客の信頼に繋がった。 ●わが国初の痩身特許(痩身用食品)が注目を集め数多くのTV出演や雑誌の取材に加え出版社からの依頼により複数の書物を出版した。 このことは当社の知名度アップやお客様からの信頼度向上の一助になった
	1982年4月	日成興産株式会社創業(大阪市東区)健康食品の企画・開発・製造業として創業、当初は西欧からの製品輸入が中心	
	1984年7月	本社工場開設[本社移転](東大阪市)錠剤・顆粒剤の製造設備を導入し、業務の幅を拡げ顧客対応力向上	
	1986年5月	姉妹会社日本メドック(株)を創業し医薬部外品、化粧品等の製造許可を取得(化粧品はのちの乳化技術の礎となる)	
	1988年	国内初となる「痩身用食品」特許取得	
成 長 期	1996年4月	顧客対応力を強化するため新庄工場開設(東大阪市)→製造可能品種の拡大	●創業時からの特許は今日の製品製造に生かされている ●本社工場拡張移転により製造管理・品質管理体制充実  本社ビル建築時
	1998年6月	特許申請累計10件を超える	
	1999年1月	本社ビル竣工。同ビル内に本社工場も新設[移転](東大阪市)	
	2000年1月	大型設備を導入して新庄工場を移転・拡充し、新たに西工場を開設(東大阪市)	
進 化 期	2003年2月	本社工場に隣接して本社工場南館を開設し、包装工程を集約	●生産体制の集約・拡充が進む ●進化期においても技術開発・学術研究に注力し、特許申請や学会発表・学術論文各々累計20余件の実績 ●中工場は除菌空調管理によるクリーンルーム仕様  日健栄協認定工場 GMP (GMP認証マーク) 日健栄協GMP (公益財団法人 日本健康・栄養食品協会) 健康食品の製造管理・品質管理の基準を満たした工場に与えられる認証
	2008年4月	特許申請累計20件を超える	
	2008年10月	日健栄協GMP取得(本社・西工場)(2015年3月 中工場追加取得)	
	2013年11月	菌製剤に対応した中工場開設	
発 展 期	2016年3月	知的資産経営報告書第1版を発行	●現場の優秀な人材を登用し、社員の声や状況をより密に把握してスムーズで効率の良い仕事環境を実現 ●R & D部を新設、研究・開発・サポート体制がこれまで以上に充実 BCP・・・ 災害などの緊急事態における企業の事業継続計画  健康経営優良法人 2024 Health and productivity 健康経営優良法人・・・ 従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人
	2017年3月	組織的な経営体制の強化を図る目的で執行役員制度を導入	
	2019年3月	南館包装作業場を拡大、包装需要に対応	
	2019年4月	スッポンの美肌作用に関する特許出願	
	2020年11月	BCP(事業継続計画)策定	
	2021年5月	営業所の本社統合	
	2021年6月	R & D部(品質保証課・開発品質管理課)を新設	
第 二 の 創 業 期	2022年3月	健康経営優良法人に認定(23年も継続)	 食品開発展2023  片山晋呉監修 NMN (自社製品)
	2022年10月	食品開発展に初出展	
	2023年8月	自社初の機能性表示食品の届出受理	
	2023年10月	食品開発展の出展	
	2023年12月	特許取得(スッポン成分の皮膚水分量、皮膚油分量の増加/又は維持剤)	
	2023年12月	自社製品(片山プロ監修NMN、他4製品)	

3.事業概要

(2) 事業内容

(製造比率は2024年2月期実績)

事業名 (製品・サービス名)	形状・設備	お客様（顧客）対応	製造 比率
①錠剤製造 事業開始時期： 1982年頃	● 大小各種、三角等の異形錠にも対応可能   打錠機	● 豊富な錠剤型保有、新規調達も迅速対応 ○ 数多くの打錠機を保有、顧客の要望に瞬時に対応 ○ フィルムコートが可能、着色・味のマスキング・吸収速度調整など可能	31.5%
②顆粒・混合末製造 事業開始時期： 1982年頃	● 定型・不定形の選択が可能   流動層造粒機	● 目的・用途に合わせて様々な顆粒・混合末を製造可能 ○ 味のマスキングや嵩比重の調整可能 ○ 顆粒の溶解・分散性の調整対応可能 ○ 窒素置換包装充填対応可能	36.6%
③ソフトカプセル製造 事業開始時期： 2000年頃	● 様々な形状の剤形に対応可能（楕円型・ラグビーボール型等）   ソフトカプセル充填機	● 液状原料のみならず粉末の乳化配合対応可能 ○ 高度な乳化分散技術・設備により、多様な原料に対応 ○ 粒あたりの粉末原料配合率を上げる技術により対応可能	22.8%
④ハードカプセル製造 事業開始時期： 2000年頃	● 様々なサイズ・材質に対応可能   ハードカプセル充填機	● 錠剤・顆粒化困難な原料の製剤化に最適 ○ 各種生菌製剤の高配合製品に対応 ○ 原料臭や味のマスキング対応可能 ○ 腸溶・徐放化等機能の付加製剤も可能	9.1%
⑤その他 ● 充填・包装加工 ● 医薬部外品・化粧品の開発・製造 事業開始時期： 1986年頃	● スティック分包・アルミ袋やボトル等の充填・包装が可能   スティック分包機	● 許認可を必要とする作業にも幅広く対応可能 ○ 食品添加物、医薬品・医薬部外品・化粧品などの業態許可に加え、アンチドーピング認証なども対応	
⑥生菌製剤 事業開始時期： 2014年 ※生菌製剤とは 乳酸菌やビフィズス菌等の様々な菌を生きたまま製剤加工した製剤	● 錠剤・顆粒・ハードカプセル等に対応可能   シャーレ中のコロニー 中工場内部	● 生菌製剤対応工場で高度に管理された製造環境下での製造が可能 ○ 取扱菌種の制限がなく、幅広い生菌原料の製剤化が可能 ○ 業界屈指の知識・技術力で、生菌製剤製造対応	
⑦研究・開発・試作	 R & D 部  製造部 試作	● トrendを追求めた研究・開発、様々な要望を形にする試作 ○ 豊富な原料データを使用し、最適な情報を提案 ○ 難易度の高い案件も蓄積された実績を元に挑戦	
⑧品質管理・サポート体制	 品質管理室  企画営業部	● 徹底した品質管理・充実したサポート体制 ○ GMP規範を超える品質管理 ○ 機能性表示食品や海外向け製品もサポート ○ マーケティングデータを活用した販売支援	

4.これまでの事業展開

期 間	戦略・方針	取組み・投資	○成果と□課題
創業期 (1982年～1990年)	●健康食品の普及 ●OEMで優れた健康食品の提供	●優れた健康食品製造のための技術開発（製品開発及び製造体制確立） ●製造関連諸許認可の取得と自社製造工場(本社工場)の建設	○「瘦身用食品」の特許取得（国内初）……業界・マスコミに取り上げられ認知度向上 ○医薬品GMPに習った製造システム構築及び医薬部外品・化粧品の製造許可取得 □工場が手狭で製造品種・品質に制約があるのが課題
	 研究成果に裏打ちされ、科学的に立証された製品づくりを目標として製品開発やその普及に努め、これらの成果が、その後の発展の原動力になった。 (写真:成立した特許証の一部)		
成長期 (1991年～2002年)	●創業期戦略・方針は継続 ●製造品種の拡大及び品質向上	●技術開発も継続 ●本社工場の移転拡大 ●大型設備導入のため、西工場竣工	○特許申請が累計10件を超える ○本社工場の移転拡大により、製造管理・品質管理体制は充実 □幅広い顧客要望に応える設備の拡張・品質管理の向上が必要
	 研究成果としてたどり着いた「脂肪交代理論」が社会的に注目され、提唱者である代表取締役のマスコミ出演などにより世間の評価を受けることとなり、本件に関する著書の一部は当時のベストセラーとなった (写真左：関連書籍 写真右：TVでサプリメントについて答える社長) 		
進化期 (2003年～2013年)	●創業期戦略・方針は継続 ●更なる製造品種の拡大及び品質の向上により多様な顧客要望に応える	●技術開発も継続 ●本社南館を増設（包装工場） ●コクミ・除菌管理を徹底した生菌製剤生産が可能な中工場竣工	○特許申請が累計20件を超える ○日健栄協GMP取得 ○品種・目的別生産体制により幅広い顧客要望への対応力が向上 □収益力向上（コストダウンや高付加価値品開発等）が課題 □機能性表示食品への対応も課題
	 (写真：自動包装機)		
発展期 (2014年～2021年)	●ムダ削減によるコストダウン ●機能性表示食品への取組強化	●知的資産経営報告書を発行 ●執行役員制度を導入 ●BCP（事業継続計画）策定 ●事務所拡張・品質管理室移転 ●R＆D部を新設	○営業所統合で情報共有・討議がより円滑になり、効率が上がる □ウィズコロナの戦略・対応
第二の創業期 (2022年～)	●創業40周年を機に受託製造業にとらわれない企業活動への進化（ODM・自社原料・自社製品開発、販売）	●初の食品開発展覧会 注目の原料・素材の紹介 当社の強みである製造力提案 海外・新たな認証の提案	○食品開発展などの広報活動強化により、新規顧客数が増加 □自社製品開発と拡大（EC販売） ○機能性表示食品への対応

5. 自社の強み・優位性（知的資産）

創業以来42年をかけて蓄積した当社の主な強みに基づき、知的資産の3つの分類（人的資産・構造資産・関係資産）にその他資産を加えた4項目に分けて概要を記載いたします。（知的資産の3分類については次頁中部参照）

（1）人的資産

○ 専門知識を持った人材が多い

- 研究・開発や生産技術・品質管理等のレベルアップを目指し、専門知識を習得した有資格者が在籍
- 製薬技術・食品加工・原料開発・マーケティングなど精通している専門家が多い
- 主な資格として社長保有の薬学博士をはじめ、以下資格者が在籍
薬剤師、国際中医師、衛生検査技師、栄養士、管理栄養士、フードスペシャリスト、
食品衛生責任者、食品衛生管理者、食品微生物検査技師(1級) バイオ技術者第1種、
登録販売者等々（写真：食品微生物検査技師認定証）



（2）構造資産

① 全スタッフR&D化

- 創業以来研究開発に注力、その成果として次のものがある
 - 1) 20余件の特許申請（うち現時点12件成立）
 - 2) 20余件の研究論文・学会発表（写真：日本生薬学会での論文賞受賞式：研究者総代として、弊社代表が受賞）
- 21年度R&D部を新設から深化、これまで以上に研究・開発へ尽力する
- 全スタッフR&D化とは…全スタッフの知識・経験を結集し新たな価値を生み出し、成果に繋げる事



② 国際基準の品質管理力

- GMP規範を超えた、原料受入れから最終製品出荷に至るまで、緻密な管理手法をもとにしたトレーサビリティ
（写真：GMP適合認定証）
- 新たな認証を活用（ハラル認証・インフォームドチョイス）
（写真：ハラル認定証）



③ 幅広い製造力

- ＜優れた製造技術・製造ノウハウ＞
- 顧客の求めに応じ、難度の高い多種多様な製品を製造してきた実績
- 製剤技術の追及から得た高い知識、独自のノウハウを蓄積
- 業界基準を超える厳しい自社基準による運営・管理
- 過去1万以上の試作を行った実績と経験による商品開発
（右写真：製造作業風景）

④ 製造プロセスの連携強化による素早い製品づくり

- 各部署に製造プロセスが共有されており、素早い的確な判断が可能
- 部署間での会議や打ち合わせなどで情報を周知・案件の最適化を行う



5. 自社の強み・優位性（知的資産）

⑤ 原料調査・仕入れから製品化まで一貫したサポート体制

- 原料や資材の提案・入手～製品化に至るまでトータルサポート
- 機能性表示食品・スポーツニュートリション・海外向け商品などにも対応
- これまでに蓄積した原料特性データを活用し、最適な機能性原料を提案
(左写真: 原料調査 右写真: 購買部)



(3) 関係資産

① 創業42年、多くのステークホルダー

- グローバルネットワークを持っている
- あらゆるチャネルと繋がっている
- メガバンクや地方銀行との長年の信頼関係 写真: 食品開発展事前発表会の様子)



② 大学や他企業との信頼・協力関係構築

- 社長自身が大学人として研究に携わっていた実績をもとに、大学・研究機関との協力・友好関係ができています
- 特許案件に対して、大学と連携し情報の共有や研究を共同で行える関係性を築き上げている

(写真: 研究機関で動物実験の様子)



知的資産 3分類とは

- 人的資産：従業員が退職時に一緒に持ち出す資産
例) イノベーション能力、想像力、ノウハウ、経験、柔軟性、学習能力、モチベーション等
- 構造資産：従業員が退職時に企業内に残量する資産
例) 組織の柔軟性、データベース、文化、システム、手続き、文書サービス等
- 関係資産：企業の対外的関係に付随した全ての資産
例) イメージ、顧客ロイヤリティ、顧客満足度、供給業者との関係、金融機関への交渉力等

(4) その他資産

① 製造設備・品質管理設備が充実

- 顧客ニーズに応えられるような様々な剤形・形態のサプリメントに対応できる多種多様の設備を保有
- 品質管理についてはあらゆる項目・検査に対応する高度な管理技術がある
- 菌数管理について一般的に難しいとされる死菌のカウントも可能

製造設備	品質管理設備
流動層顆粒 定形顆粒 不定形顆粒 錠剤 ハードカプセル ソフトカプセル コーティング スティック包装・各種包装	液体クロマトグラフ 可視・紫外吸光度測定器 崩壊度試験機 硬度・摩損度測定器 微生物迅速検査設備 加速試験設備 水分活性測定器 pH・比重・密度測定器 測色色差計

② 中工場では生菌製剤生産可能

- 生菌製剤の受託が可能な別棟工場を有している
- 除菌空調で管理し、施設内で交差することのないよう工夫されている

(写真: 中工場内部)



6.市場環境

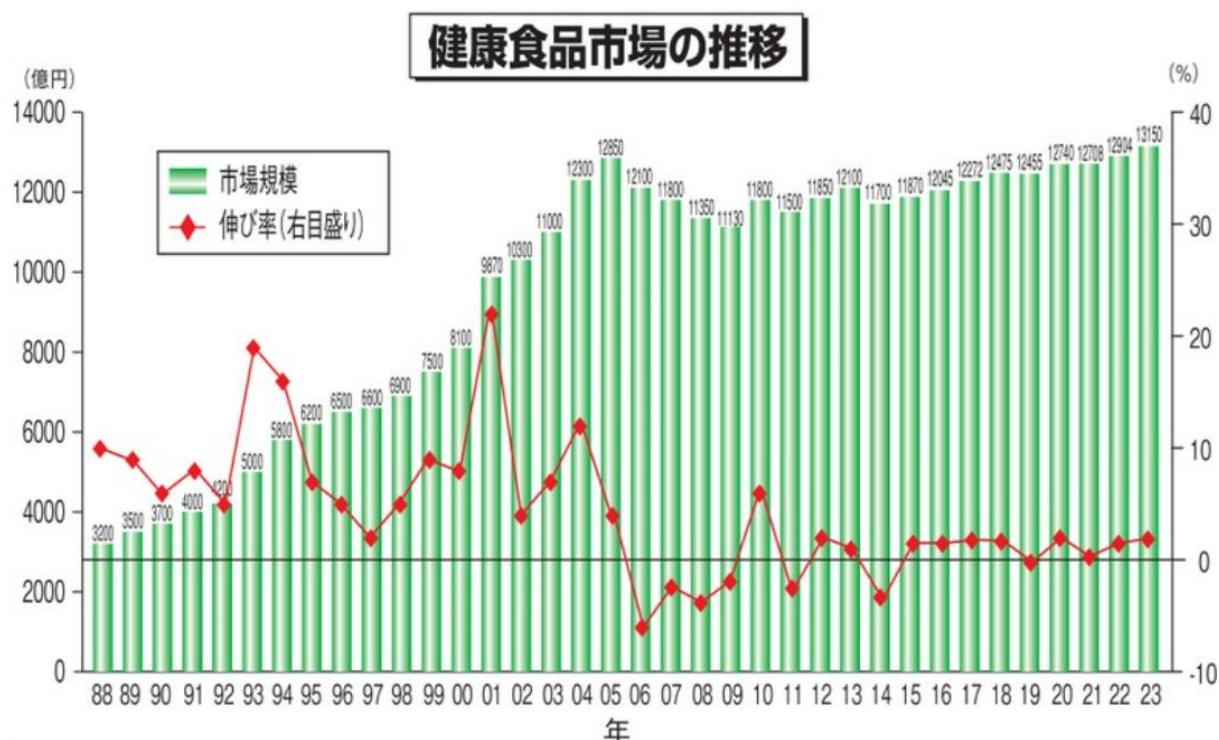
健康食品産業の現状と展望

今後のトレンド

23年の健康食品市場は推計で前年比約2%増の1兆3,150億円となり、昨年に続き過去最高となった。今から20年前急速に拡大してきた健食市場は1兆円を超えたものの、安全性の問題や世界経済の低迷、コロナによる低迷があり、一時期は8千億円台まで落ち込む時期もあった。しかしセルフメディケーションの意識、行動拡大やECチャネルの拡大、アフターコロナによるさらなる健康意識の拡大により、23年は初の1.3兆円市場となった。家計調査では消費支出全体が伸び悩む中、今期の健康食品支出額は前年同期を1%以上回っており今後の期待も大きいと考えるが、23年のサブリ世界市場は約5%増と日本の伸び率よりも高く、新たなトレンドをキャッチし、24年はさらに市場を拡大させることができると考える。その中でこれまで市場を牽引していた機能性表示食品については、ガイドラインの見直し等により、その方向性が大きく変わろうとする年度でもあった。また、世界情勢の不安定さは今後も続く予想され、原材料の高騰、経済全体の低迷は内在しており、市場競争に参加するプレーヤーは、変化に素早く対応出来る事が勝敗を左右すると考える。

当社の取組

23年度は「全スタッフR&D化」をスローガンに4つの取組 ①機能性表示食品の強化 ②スポーツニュートリション ③フェムケア ④ハラルの製品提案を実施いたしました。これらは昨年に続き出展いたしました10月度開催の食品開発展をメインに、企業プレゼンやブースでの内容説明等、多くの来場者と接点を得る事が出来ました。引き続きこのテーマをベースに24年度は ⑤有力な天然素材の活用 ⑥自社製品の拡大を追加し、変化拡大している健康食品市場に対応した企業活動を進めて行きます。その中、2年前創業40年目に掲げたテーマ「第2の創業」は、24年に中期3年目の最終年度となります。全社員のレベルアップを図りながら、弊社のスローガンである「医学・薬学・栄養学の知識を集約した前例にとられない商品開発」を引き続き実現してまいります。一方、ここ数年グローバルで求められる企業姿勢としてSDGsがあります。弊社は23年度に持続可能な社会、企業を目指す取組として、弊社ホームページを運営しております「琉球応援団」様と協力した慈善団体への支援活動を開始いたしました。又、資源の有効な活用を目的とした、滞留原料の確実な品質保証を行った自社原料化。これにより比較的成本を抑えた製品製造を可能としました。来年2025年地元大阪で開催される万博はSDGs万博とも言われ、弊社もますます持続可能な社会実現に貢献する企業活動を継続してまいります。



(図1：健康産業新聞 第1779号 (第II部) 2024年1月3日 特集記事「2023年総括と2024年展望」より引用)

7.これからの事業展開

(1) クロスSWOT分析

① クロスSWOT分析により導き出される戦略Ⅰ～Ⅳ

内部環境 外部環境		《 強み：S 》	《 弱み：W 》
		【人的資産】 ①専門知識を持つ有資格者や製薬技術、食品加工、原料開発、マーケティングの専門家が多数、幅広い視点でものづくりができる 【構造資産】 ②全スタッフR＆D化による集約型製品開発、多数の特許、研究論文等の有効活用による独自の原料・自社製品の開発力がある ③国際基準の品質管理力（GMP規範を超える品質管理） ④幅広い製造力（製造可能品種が多い、創業40年超の中で蓄積したノウハウによる製剤技術の高さ） ⑤製造プロセスの見える化による素早い製品づくり ⑥原料調査、仕入れから製品化まで一貫した独自のサポート体制 ⑦イスラム教徒向けのハラール認証製品の提供 ⑧多くのデータが蓄積されている ⑨社内のIT技術が高まりつつある 【関係資産】 ⑩大手ドラッグストアとの連携強化 ⑪創業42年、多くのステークホルダー ⑫大学や他企業との信頼、協力関係の構築 【その他】 ⑬生菌製剤対応の中工場 ⑭製造設備、品質管理設備が充実（新規設備増設）	【人的資産】 ①定年や退職等による専門家の減少、採用に関して課題 【構造資産】 ②人材の活用、教育訓練の方法に課題有り ③従来のOEM企業体制からODM企業体制への移行が不十分 ④急な受注増の際の対応が出来ない ⑤受注から製造、納品までの運用面における社内組織の連携不足 【その他】・・・有形資産等 ⑥問題発生時の初動対応の遅れ ⑦工場設備の老朽化 ⑧生産ラインの自動化、省力化の対応遅れ ⑨工場での分散製造による非効率
《 機会：O 》	【マクロ環境】 イ：国内消費、インバウンド消費の高まり ロ：海外向け需要の高まり ハ：健康意識（セルフメディケーション）の高まり ニ：行政による健康維持の為に治療から予防への提言 ホ：少子高齢化 ヘ：SDGs意識の高まり ト：機能性表示食品に対するニーズが高まっている 【ミクロ環境】 チ：ドクターやプロスポーツ選手による製品提案 リ：新たな素材や新しい機能性素材による可能性 ヌ：販売経路拡大の促進 ル：基幹システムの刷新（DXの進展）	強みを活かし機会をものにする戦略(方法)……………戦略Ⅰ (1) 40年を超える蓄積されたノウハウに加え、全スタッフR＆D化による積極的な製品づくりを実現する (S：②,④×イロハチヌ) (2) 高い研究開発、製造力、品質管理力により機能性表示食品に注力する (S：②,③,④,⑬,⑭×トリ) (3) 環境に配慮した商品の開発や、社会貢献活動の推進を行うことで、SDGs意識の高まりに対応する (S：①,④×ヘ) (4) DX推進の為に内部の経営資源と外部の経営資源を活用して効率化や新しいビジネスモデルの構築を実現する (S：②,⑧,⑨×ヌル)	弱みを克服し機会を逃さないようにする戦略(方法)……………戦略Ⅲ (1) 人材の育成、開発と新たな組織により、企業成長に繋げる仕組みや制度改革を行う (W：①,②,④,⑤×ホ) (2) インバウンドや海外向けの商品拡大 (W：③,④×イロヌ) (3) 新たな情報媒体を活用した製品販売の拡大 (W：③×イトチヌ) (4) 受託製造から提案型企業としての取組み (W：②,③×ヘトチリ)
《 脅威：T 》	【マクロ環境】 イ：原料資材の高騰 ロ：世界情勢不安 ハ：業界の不祥事による悪影響 ニ：人口減少（労働人口の減少） ホ：カントリーリスクの増加 【ミクロ環境】 ヘ：人材確保の難しさ ト：機能性表示食品へのシフト促進 チ：新規参入、同業他社との競争加速 リ：顧客の要求レベルの高度化	強みを活かし脅威の影響を受けないようにする戦略(方法)……………戦略Ⅱ (1) 製造プロセスの見える化によって全社で生産効率を見直し、コストを抑えた良質な製品の提供。 (S：①,④,⑤×イニヘチ) (2) 労働人口の減少や人材確保の難しさに対する省人化や生産効率拡大の為に作業の標準化、新たな設備の導入。 (S：①,④×ニヘ) (3) マーケティング力、蓄積したノウハウを駆使し、独自の原料・自社製品の開発を行う。 (S：①,②,④,⑪,⑫×トチ)	弱みを克服し脅威の影響を受けないようにする戦略(方法)……………戦略Ⅳ

②戦略Ⅰ～Ⅳより導き出される将来戦略

- (イ)SDGsに配慮した競争力のある独自の原料・自社製品を開発
- (ロ)蓄積された自社データと、研究機関との連携による機能性表示食品等の拡大
- (ハ)DX化による業務改革（生産効率の向上）コストを抑えた良質な製品の提供を実現

7.これからの事業展開

(2) 将来の経営戦略

① 将来の経営戦略

経営理念・経営ビジョン・経営者の想い及び前頁の経営戦略を総合して、将来の経営戦略を次のようにする。

◆◆◆◆◆ 経営理念 ◆◆◆◆◆

顧客の共感共創のもと、健康で豊かな進歩発展に貢献することを目標とし、その過程を通じて全従業員の物心両面における向上とその家族を含めた幸福を追求します。

経営ビジョン

科学的研究と革新的アプローチにより、付加価値を高めた新しい製品開発を通じ、健康で豊かな生活を実現する。

SWOT分析からの経営戦略

- (イ) S D G s に配慮した競争力のある独自の原料・自社製品を開発
- (ロ) 蓄積された自社データと、研究機関との連携による機能性表示食品等の拡大
- (ハ) D X による業務改革（生産効率の向上）コストを抑えた良質な製品の提供を実現

将来の経営戦略

社長の想い

- 社会の持続的発展に合わせ、全社員のレベルアップ、サステナブル経営を実現する
- 成果の出る企業体制、スピードと高い質の連携にこだわった運営
- ものづくりの本質を捉え、顧客の要望を上回る製品づくりの実現

- (イ) S D G s に配慮した競争力のある独自の原料・自社製品を開発する
- (ロ) 全社員が自発的に研究開発に関わり、新しいビジネスモデル（自社製品の販売）により企業価値を最大化し、顧客の要望を上回る製品づくりを行う
- (ハ) D X 化の推進による業務改善を行い、コストを抑えた良質な製品の提供を実現する

② 将来の経営戦略を実現するための重要成功要因（C S F ※下記参照）

- 競争力のある製品づくり → (A)～(F)
- 研究・企画開発、試作の強化・拡大 → (C)(D)(E)
- 積極的な情報発信・収集 → (C)(D)(F)
- 業務改善・インフラ整備 (D X ・ S D G s を想定) → (G)(H)

③ 重要成功要因を達成するために獲得・補強すべき主な知的資産

- (A) 部署間の連携強化による迅速な対応・提案
- (B) 新たな認証制度を活用した販路拡大
- (C) セミナーや展示会などに積極的参加、内容の分析・共有・自社活用を進める
- (D) 新たな研究取組拡大、研究データの有効活用
- (E) 試作規模拡大による試作力強化
- (F) 展示会・HPなどを活用した情報発信
- (G) 業務フロー可視化、効率化（単純化・標準化・平準化）の実現
- (H) 業務改善によるコスト削減・労働生産性の向上

※“C S F（Critical Success Factor）”とは、経営戦略を達成する上で重要な影響を与える要因のこと。

7.これからの事業展開

(3) KPI(重要業績評価指標)：将来の経営目標を達成するためのKPI

●KPI第三次3ヵ年計画

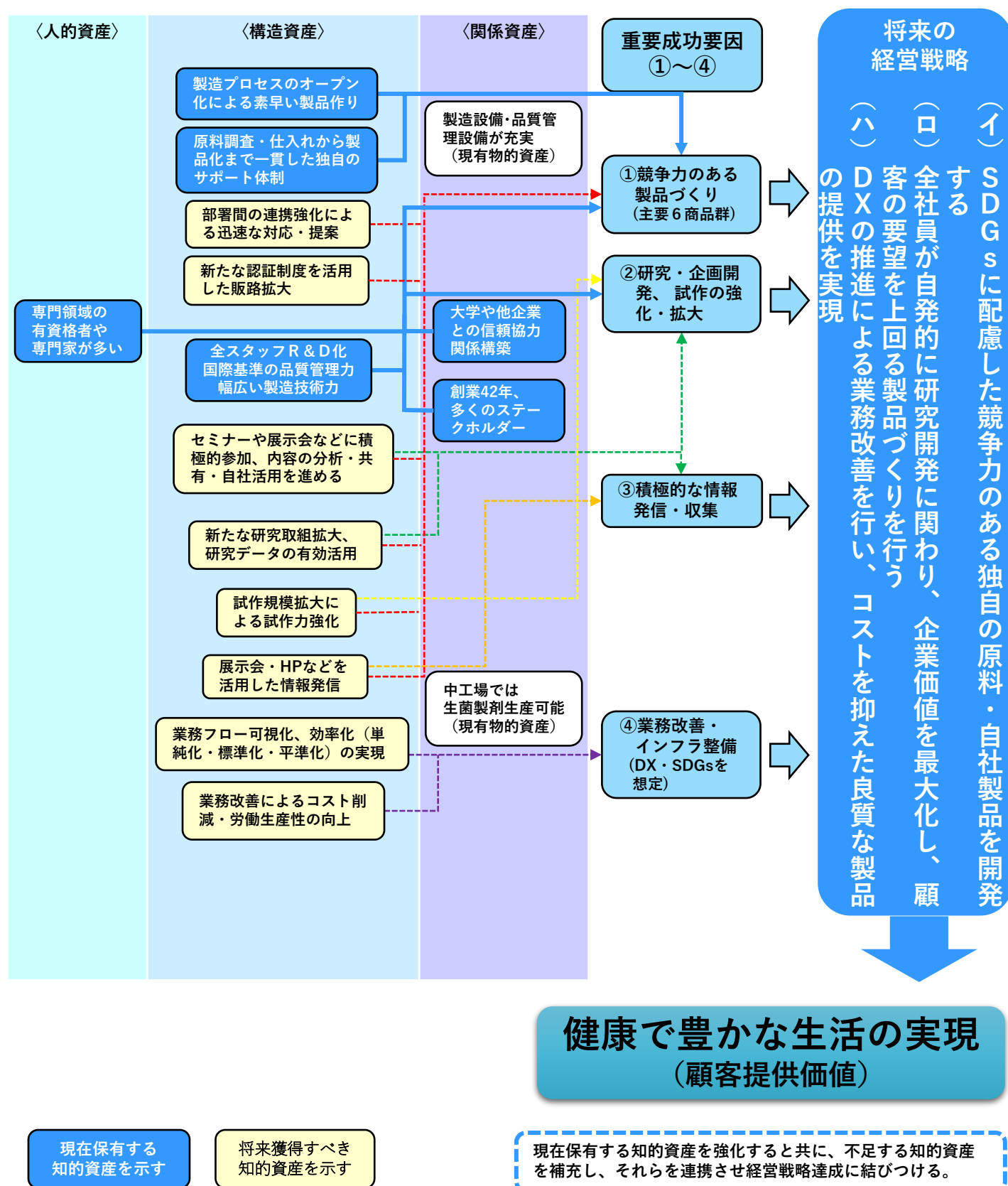
K P I	2022年実績	2023年実績	2024年目標	2025年目標
売上高 (22年度を100として)	100	116 110(目標値)	132	150
開発・技術力 (1年間の新製品試作数)	361件 315件(目標値)	456件 330件(目標値)	470件	500件
新規製品数 (22年度を100として)	100	120 110(目標値)	180	220
機能性表示食品累計届出及び、 届出サポート数	1	3 5(目標値)	15	30
SDGsへの対応(自社原料化) (23年度を100%として)	—	100	150	200

【2024年2月期実績の点検と今後の対策】

- 売上高 …………… 売上高は昨年までのダウントレンドから一転、積極的な提案型企業活動(ODM)が成果となり大きく伸長をした。特に2年連続で出展をした食品開発展では新規取引先様と新たなビジネスにつながる結果となった。海外向けの案件や新たな販売チャネルとのお取引が増えるなど売上に占める構成比が拡大した。又自社製品にも着手を行いEC販売を開始。今後徐々に拡大を進めていきます。
- 開発・技術力 …… 昨年に続き新規取引先の増、新たな素材や原料の増で試作数は大幅に増加した。全社R&Dのスローガンの下、難易度の高い内容も積極的にチャレンジを行い来期以降の製品開発につなげる事が出来ました。
- 新規顧客数 …… 23年度は10月開催の食品開発展を軸として、新規取引の拡大に努め改善が出来ました。また株式会社中栄薬化交易様との共同研究により取得した特許を活用し、新たな取引につなげる事が可能となりました。今後は案件の拡大による業務改革を中心にスムーズな対応を行い、合わせてホームページの充実等を行い拡大をしてまいります。
- 機能性表示食品… 23年度に専任担当をつけ、自社製品、サポート対応が出来る形となった。しかし市場の伸長に比べ弊社の伸び率は低い水準となっており、中期3年で拡大を図って行く。
累計製品数
- SDGsへの対応 …… 3つの取組み強化
 - ① 高性能・良質・安価な健康食品の開発・製造・販売
(SDGs目標3：すべての人に健康と福祉を)
 - ② 資源の有効活用を目的とした滞留原料の自社原料化と環境に配慮した製品づくり
(SDGs目標12：つくる責任 つかう責任)
 - ③ 慈善団体への支援活動
(SDGs目標1：貧困をなくそう)

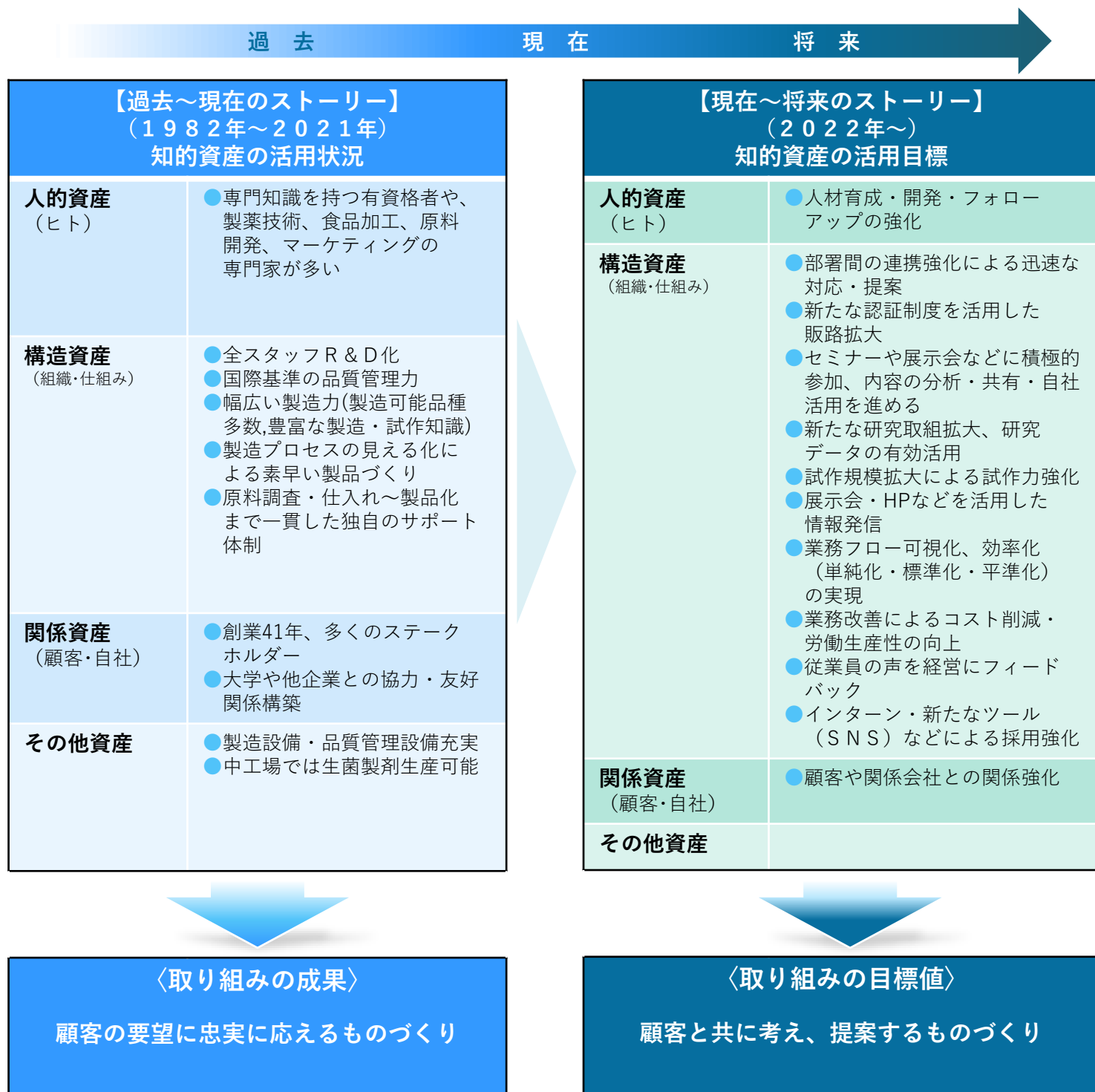
8. 知的資産活用マップと価値創造ストーリー

(1) 知的資産活用マップ（将来の経営戦略を達成するための）



8. 知的資産活用マップと価値創造ストーリー

(2) 価値創造ストーリー

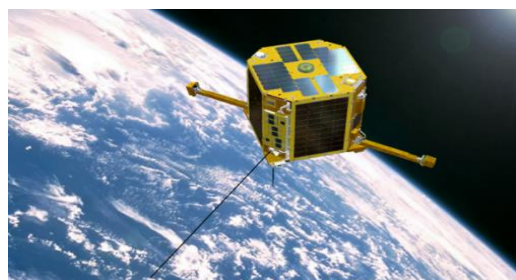


- 左側は、現在保有する知的資産で、それらを活用して提供してきた製品・サービスとその成果を示している。
- 右側は、将来獲得・補強したい知的資産で、それらを活用し、既存知的資産と連携させ提供したい製品・サービスと、その成果として達成したい目標値を示している。

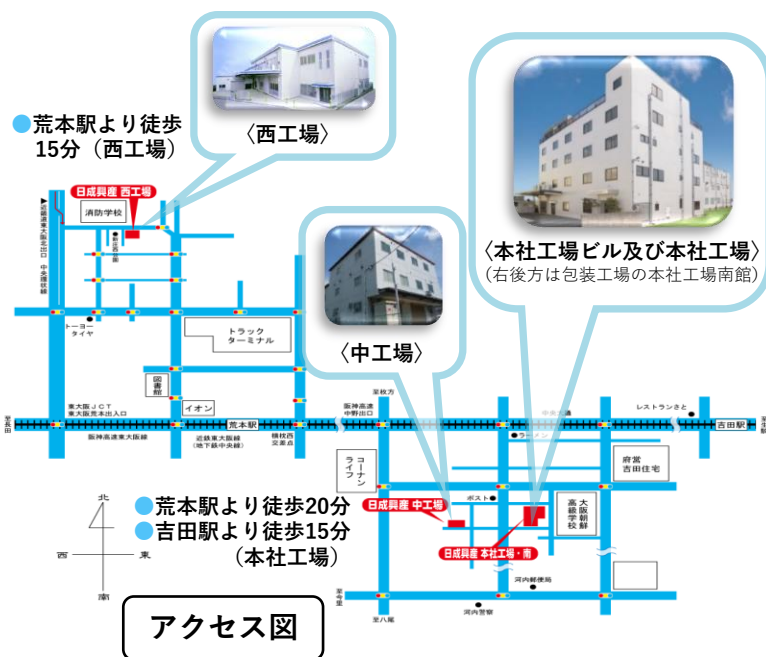
9.会社概要



東大阪市

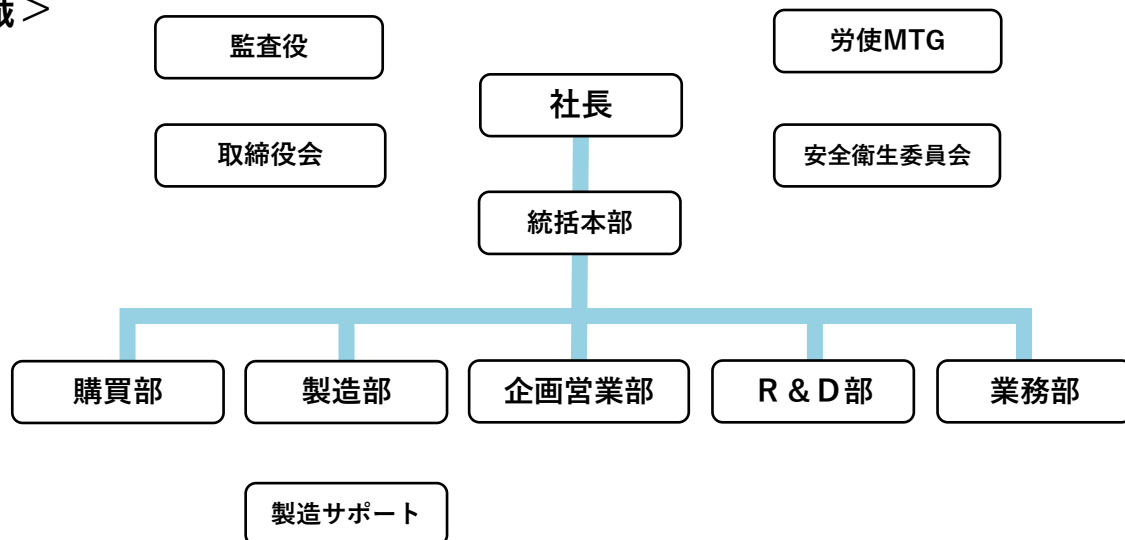


東大阪市は、日本でも有数の工業都市“モノづくりのまち”として知られています。製造業者の事業所は工場密度では、東京都・大阪市をしのぎ全国一となっています。企業の約9割は小規模ではありますが、新製品・新技術の開発に積極的に取り組んでいる企業が数多く見られます。その技術力や開発力の高さには定評があり、国内外から厚い信頼が寄せられています。



■ 会社名	日成興産株式会社
■ 創立	昭和57年（1982年）4月14日
■ 会社所在地	● 本 社 〒578-0984 大阪府東大阪市菱江2-7-4 TEL 072-963-1002 FAX 072-962-1068 e-mail info@nissei-mdc.co.jp ● 本社工場 〒578-0984 大阪府東大阪市菱江2-7-4 ● 西 工 場 〒578-0964 大阪府東大阪市新庄西8-17 ● 中 工 場 〒578-0984 大阪府東大阪市菱江2-11-22
■ 代表取締役	藤田 忠（薬学博士）
■ 資本金	2200万円
■ 従業員	2024年2月末現在 76名（社員57名、パート19名）
■ 事業内容	機能性食品・栄養補助食品製造 OEM、ODM受託専門企業
■ 関連許可	添加物販売業、医薬品販売業、医薬部外品製造業、 医薬部外品製造販売業、化粧品製造業、化粧品製造販売業
■ HP	https://www.nisseikohsan.com/

<組織>



食品開発展

昨年に続き出展!!

23年10月、東京ビッグサイトにて開催された「食品開発展」に昨年に続き出展。しっかりと弊社おすすめの素材や原料を紹介。全部署が参加し多くのお客様にPRをする事が出来ました。24年度はさらに取組を拡大し、機能性表示食品や様々な素材や原料を紹介して行きます。

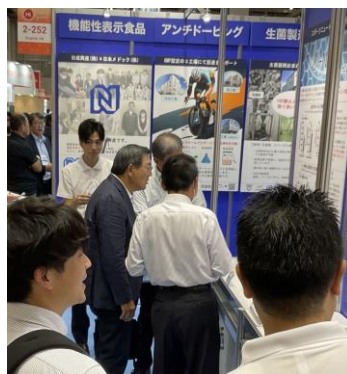


コンセプトは「おまかせサプリ」

創業以来、顧客の要望を上回る製品づくりを心がけており、そのスタンスにふさわしい表現でブース展開を行いました。スタッフ全員がアピールポイントを事前に共有、ロールプレイング等を行う事でしっかりと来場者に伝える事が出来ました。又、課題や伝達すべき事はすぐにその日でフィードバックし、翌日に改善出来る運営が出来ました。日頃の仕事で常に心掛けている改善活動が役に立ったと考えます。

24年度取組は「機能性表示食品」「認知機能」「腸内フローラ」

「海外（ハラル）」「自社製品」本年度は昨年に増してさらに新しい取組を強化してまいります。顧客の変化や海外等の動向にアンテナを張り、市場に素早く商品を提供出来る仕組みに改善いたします。又、日本にはまだたくさんの有力な素材があり、今後国内外にその良さを製品作りで提案を計画しております。



チャレンジ日成興産!!

創業以来、一貫した私達の精神「顧客の要望を上回る製品づくり」これを実現するために最も重要にしている事、それは従業員全員が本質的な連携・製造・研究を考え、失敗を恐れずチャレンジする事。それに伴い各部署がコンセプトを表明し、実現に向けチャレンジしてまいります。



また2年前の創業40周年に合わせて社内報を定期的に新入社員が作成し発表をしております。ホットな情報やあらゆる取組を共有し、育成の場にもなっております。



特許取得！ 潤い成分 × バリア機能

すっぽんプラセンタ

潤い成分のすっぽん

- ・皮膚水分量の増加
- ・皮膚油分量の増加
- ・皮膚コラーゲン量の増加

バリア機能のプラセンタ

- ・皮膚保湿力の増加
- ・皮膚弾力性の促進
- ・皮膚ヒアルロン酸産生の促進

■ すっぽんの効果(動物試験)

項目	Control群	すっぽん
皮膚水分量	~20%	~40%
皮膚コラーゲン量	~10%	~25%

■ プラセンタの効果(動物試験)

項目	Control群	プラセンタ
皮膚弾力性	~20%	~40%
皮膚ヒアルロン酸産生	~10%	~25%

すっぽんとプラセンタで肌水分、肌弾力性の相乗効果を確認

～Wで美肌効果～

すっぽん：亜熱帯地域で完全養殖、トレーサビリティ管理。 プラセンタ：素材を丁寧に精製しエキスを抽出。活性が高く安全なエキス。
「潤いすっぽん肌美人®」 商標登録済 ※ (株)中興化学工業 機能性表示食品素材「バーージンプラセンタ®」 商標登録済 ※ 佐野工業(株)

動物系から植物系まで 独自原料を活用した OE(D)M に自信あり

日成興産株式会社

特許取得や業界紙に掲載した情報も一早く共有する内容となっております。製品づくりに役立てております。記事は23年12月度取得した特許内容。

あとがき

（１）知的資産経営とは

知的資産経営とは、従来バランスシートに記載されてい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、技能、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、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。よって「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー（利害関係者）に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動（価値創造戦略）として目に見える形でわかりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。

経営産業省から平成17年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います。

（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ならびに付帯する事業見込みなどは、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断で掲載しています。

そのため、将来にわたり当社の取り巻く経営環境（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こともあり、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ことを、十分にご了承願います。

（３）作成者

作成責任者：取締役 藤田 長章

作成者（各部署代表者）：奥田 忠明、長谷川 文孝、野村 拓哉、竹本 亘、鬼木 裕典
（経営陣や各部署サポートメンバーも参加）

事務局：野村 拓哉 表紙デザイン：田川 和彦

（４）作成支援

当報告書は次の団体、個人により作成支援されています。

- 中小企業支援地域プラットフォーム：大阪市域専門家プラットフォーム
（㈱関西みらい銀行）
- 中小企業診断士：菊田 倶光
（登録：中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援登録専門家）
- 税理士・中小企業診断士：栗谷 郁子

（５）お問い合わせ先

- TEL：072-963-1002
- FAX：072-962-1068

ご質問などありましたら、お気軽にお問い合わせください。

（６）発行

2024年3月

 **日成興産株式会社**

〒578-0984大阪府東大阪市菱江2丁目7番4号