

Corporate Profile

～日成興産をより知って頂くために～




2025

知的資産経営報告書

2025年3月～2026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。
みなさまが目にしていない健康食品も、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	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

わが社にはサプリメントのODM、受託製造企業として、創業以来変わらない経営哲学があります。「健康で豊かな社会の進歩発展に貢献する」、これは創業以来変化することなく社員一人一人によって支えられてきた本質であり、「その目標実現を通じて全従業員はもとより、その家族を含めた幸福を追求する」ことはわが社の経営理念です。社会の進歩発展にともなう変化に柔軟に対応し、勇敢に新しいものにチャレンジする姿勢は私たちの自慢で、「顧客の要望を上回る製品づくり」は我々の使命です。

わが社が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ます。

おかげさまで、昨年度は売り上げを大きく伸ばすことができました。また有力商品の開発実績も含め各種商品の新規開発も順調に進み、新規顧客も増加して各種新商品に対する期待も大きくなってきています。

私たちはかねてより社員全員がR&Dとの認識のもとで活動していますが、今まで大学や研究機関と連携して実施していた動物実験についても社内に倫理委員会を設け独自に対応できるよう充実させた上で実施し、その成果を活用して、さらに一層製品に命を吹き込むものづくりに生かそうと思っています。

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進歩発展」は全ての人々の願いそのもので、命、暮らし、心をつなぐSDGsの目標達成はもとより、今後更に一層、企業活動を通じ、わが社が自慢の社員一同、力を合わせて社会課題解決に貢献してゆきたいと願っています。

これからもやるべきことは尽きませんが、皆様のご支持を頂戴し、ともに歩むパートナーとなれますよう努力を重ねてゆく所存です。今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

不易流行



2025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



日頃よりご支援頂いております皆様に、改めて感謝申し上げます。

昨年は激動の業界環境であり、変革の必要性を考えさせられる年でしたが、弊社では自社商品やODM製品化等の新たな取組みを進めて参りました。

2025年度はその成果の年とし、新たな展示会への出展で認知度を高め、活躍の場を広げていきたいと考えております。

日頃からお取引させて頂いている方々にも、更に進化した日成興産を感じて頂けるよう社員一同、より一層邁進して参ります。今般の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これからも尽力して参ります。

今後とも皆様のご支援ご協力賜りますよう、宜しくお願い申し上げます。

2025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

社員全員が研究開発に関わり、正しい製品作りを行います。

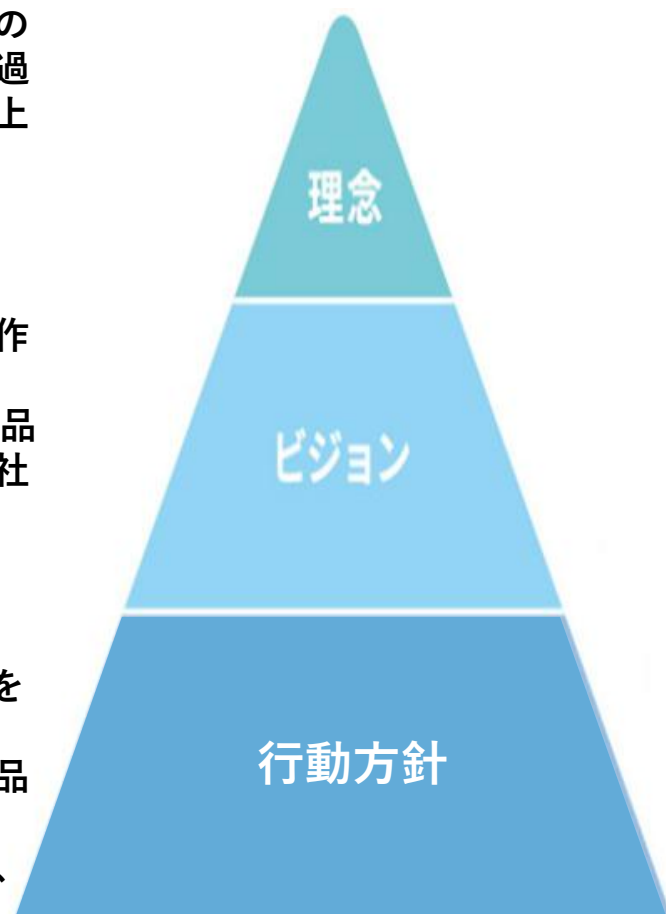
自社製品や提案型製品（ODM製品）の新製品開発を通じて、製品数と売上を向上させ、社会の健康で豊かな生活を実現します。

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	<ul style="list-style-type: none"> ●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	<ul style="list-style-type: none"> ●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  <p>本社ビル建築時</p>
	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	<ul style="list-style-type: none"> ●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  <p>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</p>
	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	<ul style="list-style-type: none"> ●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  <p>BCP・・・ 災害などの緊急事態における企業の事業継続計画</p> <p>2025 健康経営優良法人 KENKO Investment for Health 中小規模法人部門</p> <p>健康経営優良法人・・・ 従業員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</p>
	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	
	2022年3月	健康経営優良法人に認定(23年も継続)	
第二の創業期	2022年10月	食品開発展に初出展	 <p>食品開発展2024</p>  <p>片山晋男監修 NMN (自社製品)</p>
	2023年8月	自社初の機能性表示食品の届出受理	
	2023年8月	ハラル認証の取得	
	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)	
	2024年9月	研究開発の為に動物実験計画の始動	
	2024年10月	寺子屋(衛生管理強化セミナー)の開催	
	2024年11月	機能性素材開発の為に医学博士と秘密保持契約の締結	
	2024年11月	海外進出を視野に沖縄大交易会に初参加	





3.事業概要

(2) 事業内容

(製造比率は2025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	<ul style="list-style-type: none"> ● 大小各種、三角等の異形錠にも対応可能   <p>打錠機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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・味のマスクング・吸収速度調整など可能 	43.5%
②顆粒・混合末製造 事業開始時期： 1982年頃	<ul style="list-style-type: none"> ● 定型・不定形の選択が可能   <p>流動層造粒機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 目的・用途に合わせて様々な顆粒・混合末を製造可能 ○ 味のマスク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 	46.2%
③ソフトカプセル製造 事業開始時期： 2000年頃	<ul style="list-style-type: none"> ● 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)   <p>ソフトカプセル充填機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	3.7%
④ハードカプセル製造 事業開始時期： 2000年頃	<ul style="list-style-type: none"> ● 様々なサイズ・材質に対応可能   <p>ハードカプセル充填機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ○ 原料臭や味のマスクング対応可能 ○ 腸溶・徐放化等機能の付加製剤も可能 	6.6%
⑤その他 <ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● スティック分包・アルミ袋やボトル等の充填・包装が可能   <p>スティック分包機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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のまま製剤加工した製剤	<ul style="list-style-type: none"> ● 錠剤・顆粒・ハードカプセル等に対応可能   <p>シャーレ中のコロニー 工場内部</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	 <p>R & D 部</p>  <p>製造部 試作</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● トrendを追求した研究・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	 <p>品質管理室</p>  <p>企画営業部</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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)	<ul style="list-style-type: none"> ●健康食品の普及 ●OEMで優れた健康食品の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ○「痩身用食品」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
	 <p>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)</p>		
成長期 (1991年～2002年)	<ul style="list-style-type: none"> ●創業期戦略・方針は継続 ●製造品種の拡大及び品質向上 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ○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
	 <p>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)</p> 		
進化期 (2003年～2013年)	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●技術開発も継続 ●本社南館を増設（包装工場） ●ｺﾝﾀﾞﾐ・除菌管理を徹底した生菌製剤生産が可能な中工場竣工 	<ul style="list-style-type: none"> ○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
	 <p>(写真:自動包装機)</p>		
発展期 (2014年～2021年)	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ○営業所統合で情報共有・討議がより円滑になり、効率上がる □ウィズコロナの戦略・対応
第二の創業期 (2022年～)	<ul style="list-style-type: none"> ●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） 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●全社R&D化 ●OEMからODMへシフト促進 ●営業部を企画営業部へと強化 ●労使委員会の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ○食品開発展覧会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 ○自社製品販売開始 ○研究開発力の向上 ○会社と従業員とのエンゲージメント向上

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

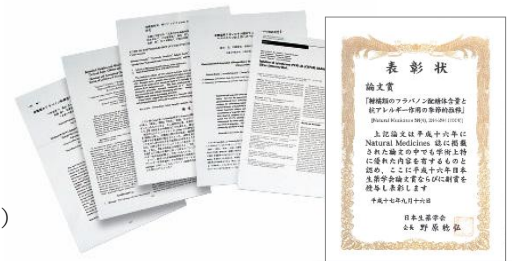
- 研究・開発や生産技術・品質管理等のレベルアップを目指し、専門知識を習得した有資格者が在籍
- 製薬技術・食品加工・原料開発・マーケティングなど精通している専門家が多い
- 主な資格として社長保有の薬学博士をはじめ、以下資格者が在籍
薬剤師、国際中医師、衛生検査技師、栄養士、管理栄養士、フードスペシャリスト、食品衛生責任者、食品衛生管理者、食品微生物検査技師(1級) バイオ技術者第1種、登録販売者等々（写真：食品微生物検査技師認定証）、腸活アドバイザー、サプリメントアドバイザー



（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

（写真：研究機関で動物実験の様子）

- 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（ハラール認証・インフォームドチョイス）
（写真：ハラール認定証）



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）



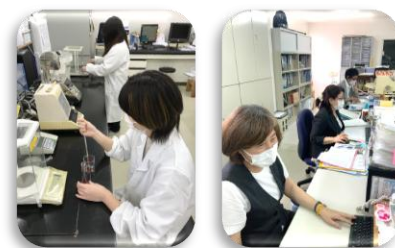
④ 製造プロセスの連携強化による素早い製品づくり

- 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43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

- 全社R&D化のチーム体制により、大学、各企業との協力・友好関係の強化に繋がっている
- 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

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

2024年の健康食品市場は、前年比4.72%減の1兆2,529億円と推計され、これまで好調だった市場も「紅麹問題」により失速しました。主な要因として、まずネット販売の低迷が挙げられます。特に、ボリュームゾーンである50代が4.8%減少し、60代に至っては16.2%の大幅な減少となりました。これは、健康食品に対する「安心・安全・正直」への期待が当該問題により失墜した結果と考えられ、今後その信頼回復が急務です。さらに、機能性表示食品制度の見直しや新たな基準の設置により、2025年は大きな転換期になると考えられます。

もう一つの要因として、エネルギーや原材料の高騰による価格値上げの影響もあります。食品全体では2024年度に17%の値上げが行われ、家計に大きな影響を与えました。健康食品は7%の値上げに留まっていますが、家計への防衛意識が高まり、買い控えや価格を抑えたサプリメントの購入にシフトする動きが見られます。事実、苦戦するネット販売に対して、価格競争の厳しいドラッグストアでは3%増加し、食品スーパー等では1.1%増加と好調に推移しています。

全ての市場が苦戦していたコロナ期においても、健康食品市場は国内外ともに好調でした。昨年は国内健康食品市場が過去最高の1兆3,000億円となっており、今後は「信頼の回復」「家計に優しい製品提案」「好調である世界市場のトレンド導入」が必要と考えられます。

当社の取組

2024年度は、2022年度に掲げた「提案型企业へのシフト」という第二の創業から3年目を迎え、その間に行った様々な改善や取り組みがようやく成果を結んだ年度となりました。製品に関しては、初の機能性表示食品の認証を取得し、大手ドラッグストアでの採用と展開が実現しました。また、新たな取り組みとして、認知症をテーマに新原料「ママキ」の有効性を大阪公立大学の富山先生と共に記念講演および企業プレゼンテーションで紹介し、大きな注目を集めました。

さらに、今後の拡大が予想されるハラル市場への提案をifiaで発表し、積極的な海外企業とのマッチング（大交易会）を行い、新規商談につなげることができました。このように新しい原料や素材に対して「全社R&D」を基盤とした取り組みが成果を上げ、2025年度以降も積極的な提案を進めていく所存です。



(図1：健康産業新聞 第1803号 (第II部) 2025年1月3日 特集記事「2024年総括と2025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

<div style="text-align: center;">内部環境</div> <div style="text-align: center;">外部環境</div>		《 強み：S 》	《 弱み：W 》
		<p>【人的資産】</p> <p>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が多い</p> <p>② 自発的に研究開発に参加するモチベーションの高い社員が多い</p> <p>【構造資産】</p> <p>③ 全社員R&D担当という認識が浸透しており、また多数の保有する特許、研究論文等がある（そのような意識・資料の活用で開発にあたるため、競争力のある製品開発が実現できる）</p> <p>④ 国際基準の品質管理力（GMP規範を超える品質管理）がある</p> <p>⑤ 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も保有している</p> <p>⑥ 製造プロセスの見える化が構築されている（その為短納期・低価格・良質な競争力のある製品作り実現）</p> <p>⑦ 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が構築されている</p> <p>⑧ ハラル認証を取得してイスラム教徒向けの製品の提供が可能である</p> <p>⑨ 多くのデータが蓄積されている</p> <p>⑩ 社内のIT技術が高まりつつある</p> <p>⑪ 研究開発活動の一環として、社内で動物実験を開始</p> <p>【関係資産】</p> <p>⑫ 大手ドラッグストアとの連携強化</p> <p>⑬ 創業42年、多くのステークホルダーが存在している</p> <p>⑭ 大学や他企業との信頼、協力関係が構築されている</p> <p>【その他】</p> <p>⑮ 生菌製剤対応の中工場</p> <p>⑯ 製造設備、品質管理設備が充実（新規設備増設）</p>	<p>【人的資産】</p> <p>① 定年や退職等による専門家の減少、採用に関して課題</p> <p>【構造資産】</p> <p>② 人材の活用、教育訓練の方法に課題有り</p> <p>③ 従来のOEM企業体制からODM企業体制への移行が不十分</p> <p>④ 急な受注増の際の対応が出来ない</p> <p>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</p> <p>【その他】・・・有形資産等</p> <p>⑥ 問題発生時の初動対応の遅れ</p> <p>⑦ 工場設備の老朽化</p> <p>⑧ 生産ラインの自動化、省力化の対応遅れ</p> <p>⑨ 4工場での分散製造による非効率</p>
<p>《 機会：O 》</p> <p>【マクロ環境】</p> <p>イ：国内消費、インバウンド消費の高まり</p> <p>ロ：海外向け需要の高まり</p> <p>ハ：健康意識（セルフメディケーション）の高まり</p> <p>ニ：行政による健康維持の為に治療から予防への提言</p> <p>ホ：少子高齢化</p> <p>ヘ：SDGsに配慮した製品が求められている</p> <p>ト：DXの推進</p> <p>【ミクロ環境】</p> <p>チ：機能性表示食品に対するニーズが高まっている</p> <p>リ：ドクターやプロスポーツ選手による製品提案</p> <p>ヌ：新たな素材や新しい機能性素材による可能性</p>	<p>強みを活かし機会をもににする戦略(方法).....戦略Ⅰ</p> <p>(1) 全社員が自発的に研究開発に係わり、企業価値を最大化する (S：②,④×イロハリ)</p> <p>(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×チヌ)</p> <p>(3) 機能性表示食品やSDGsに配慮した競争力のある製品の実現を留守する (S：①,③,④×ヘ)</p> <p>(4) DXの推進による業務改革を行い、コストを抑えた良質な製品の提供を実現する (S：⑥×ト)</p>	<p>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</p> <p>(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)</p> <p>(2) インバウンドや海外向けの商品拡大 (W：③,④×イロ)</p> <p>(3) 新たな情報媒体を活用した製品販売の拡大 (W：③×イチリ)</p> <p>(4) 受託製造から提案型企業としての取組み (W：②,③×ヘチリヌ)</p>	
<p>《 脅威：T 》</p> <p>【マクロ環境】</p> <p>イ：原料資材の高騰</p> <p>ロ：世界情勢不安</p> <p>ハ：業界の不祥事による悪影響</p> <p>ニ：人口減少（労働人口の減少）</p> <p>ホ：カントリーリスクの増加</p> <p>【ミクロ環境】</p> <p>ヘ：人材確保の難しさ</p> <p>ト：機能性表示食品へのシフト促進</p> <p>チ：新規参入、同業他社との競争加速</p> <p>リ：顧客の要求レベルの高度化</p>	<p>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</p> <p>(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)</p> <p>(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)</p> <p>(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)</p>	<p>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</p>	

② 戦略Ⅰ～Ⅳより導き出される将来戦略

- (イ) 機能性表示食品やSDGsに配慮した競争力のある製品の実現をする
- (ロ) 全社員が自発的に研究開発に係わり、企業価値を最大化する
- (ハ) DXの推進による業務改革を行い、コストを抑えた良質な製品の提供を実現する

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

社員全員が研究開発に関わり、正しい製品作りを行います。自社製品や提案型製品（ODM製品）の新製品開発を通じて、製品数と売上を向上させ、社会の健康で豊かな生活を実現します。

SWOT分析からの経営戦略

- (イ)機能性表示食品やSDGsに配慮した競争力のある製品の実現をする
- (ロ)全社員が自発的に研究開発に係わり、企業価値を最大化する
- (ハ)DXの推進による業務改革を行い、コストを抑えた良質な製品の提供を実現する

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)機能性表示食品やSDGsに配慮した競争力のある製品の実現をする
- (ロ)全社員が自発的に研究開発に係わり、企業価値を最大化する
- (ハ)DXの推進による業務改革を行い、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（CSF※下記参照）

- 持続可能な提案型企業体質への取組 → (A)~(F)
- 企業価値を上げる新たな研究開発 → (C)(D)(E)
- 社員全員のレベルアップ（全社R&D） → (C)(D)(F)
- DX導入に合わせた取組と運営 → (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

※“CSF（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

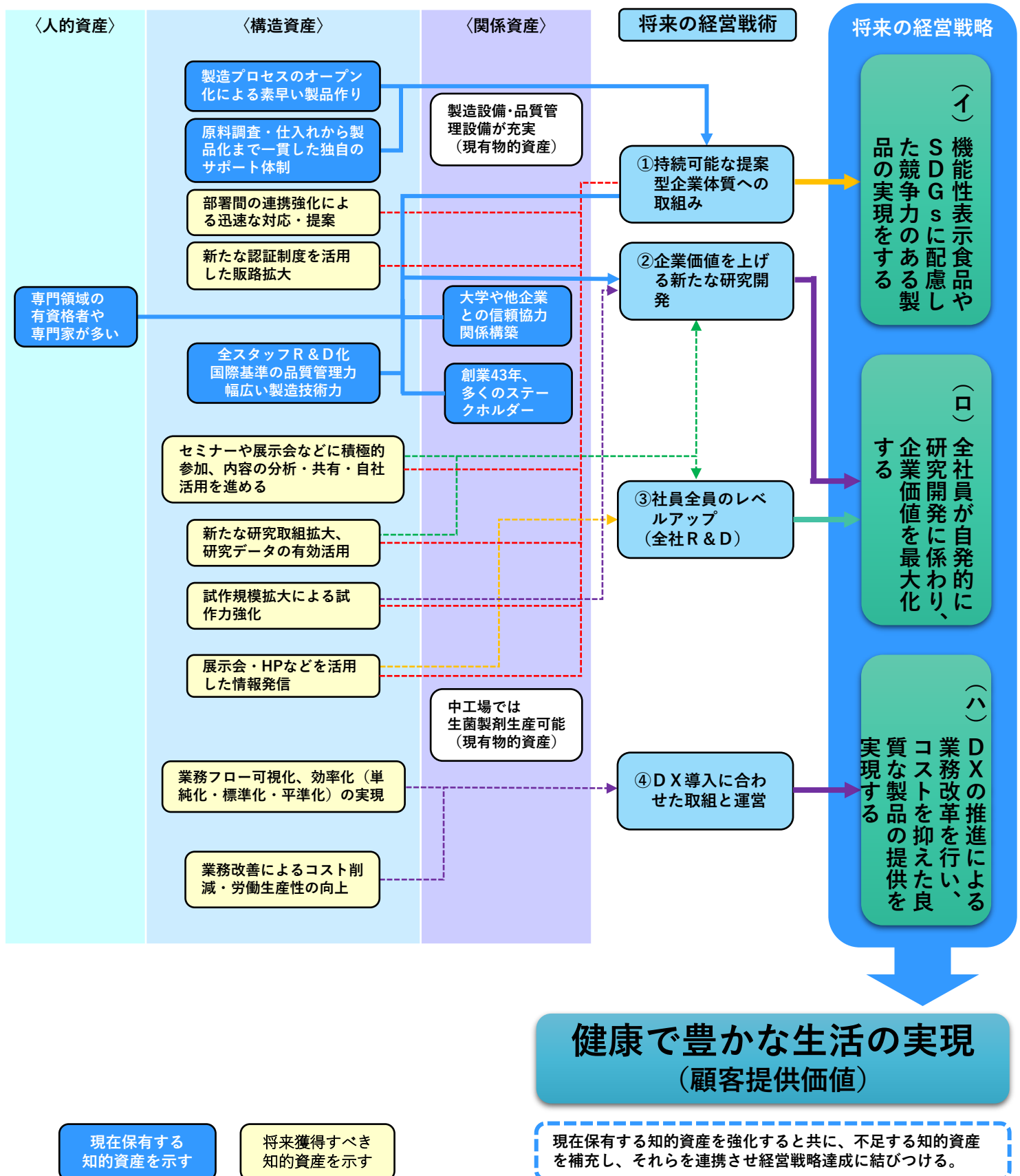
K P I	2022年実績	2023年実績	2024年実績	2025年目標
売上高 (22年度を100として)	100	116 110(目標値)	145 132(目標値)	150
開発・技術力 (1年間の新製品試作数)	361件 315件(目標値)	456件 330件(目標値)	350件 350件(目標値)	400件
新規製品数 (22年度を100として)	100	120 110(目標値)	180(目標値)	220
機能性表示食品累計届出及び、 届出サポート数	1	3 5(目標値)	7 15(目標値)	30
SDGsへの対応(自社原料化) (23年度を100として)	—	100	130 150(目標値)	200

【2025年2月期実績の点検と今後の対策】

- 売上高…………… 売上高は市場がダウントレンドの中、これまで重点的に取り組んでおりました提案型の活動（ODM）が成果につながり売上伸長となりました。特に3年連続で出展しております「食品開発展」での取組が新規取引先様との取引拡大につながっております。有力な天然素材や弊社特許を活用した製品提案等が強みとなりました。今後は、新たな展示会において、流通製品の提案等を行い売上拡大につなげます。
- 開発・技術力…… 今期は認知症予防対応の天然素材「ママキ」やアンチエイジング対応のNMN錠剤を中心に新たな製品開発を行いました。又、これまで蓄積された製造技術、試作の積極的活用を図るため、リーダー及び担当スタッフを増員し実現を高めました。
- 新規顧客数…………… 24年度は18社の新規取引となり昨年を上回る事となりました。食品開発展がメインとなりますが、HPからの問い合わせも増加し様々な形で、新規拡大となりました。今期健康食品業界は「紅麹ショック」により低迷となる中、新しい顧客や素材等が伸びた年でもありました。
- 機能性表示食品…
累計製品数…………… 今期は新たに8製品中（4製品が機能製品食品）を発売する事が出来ました。大手ドラッグ様に採用され現在全国で発売される形となりました。又、今期は機能性表示食品承認のハードルが上がりました。来期はその仕組みを変え、10製品の承認及び販売を計画しております。
- SDGsへの対応…… 昨年に続き3つの取組み強化を行います。
 - 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

過去

現在

将来

【過去～現在のストーリー】 (1982年～2024年) 知的資産の活用状況	
人的資産 (ヒト)	<ul style="list-style-type: none"> ● 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い
構造資産 (組織・仕組み)	<ul style="list-style-type: none"> ● R & D部の設置 ● 全社 R & D化の推進 ● 国際基準の品質管理力 ● 幅広い製造力(製造可能品種多数、豊富な製造・試作知識) ● 製造プロセスの見える化による素早い製品づくり ● 原料調査・仕入れ～製品化まで一貫した独自のサポート体制 ● 企画営業部の新設
関係資産 (顧客・自社)	<ul style="list-style-type: none"> ● 長年の企業活動による多くのステークホルダー ● 大学や他企業との協力・友好関係構築
その他資産	<ul style="list-style-type: none"> ● 製造設備・品質管理設備充実 ● 中工場では生菌製剤生産可能

【現在～将来のストーリー】 (2025年～) 知的資産の活用目標	
人的資産 (ヒト)	<ul style="list-style-type: none"> ● 人材育成・開発・フォローアップの強化
構造資産 (組織・仕組み)	<ul style="list-style-type: none"> ● 部署間の連携強化による迅速な対応・提案 ● 新たな認証制度を活用した販路拡大 ● 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 ● 新たな研究取組拡大、研究データの有効活用 ● 試作規模拡大による試作力強化 ● 展示会・HPなどを活用した情報発信 ● 業務フロー可視化、効率化(単純化・標準化・平準化)の実現 ● 業務改善によるコスト削減・労働生産性の向上 ● 従業員の声を経営にフィードバック ● インターン・新たなツール(SNS)などによる採用強化 ● 流通チャンネルへの進出 ● 若手社員による業務改善チームの発足(スマイルファクトリー)
関係資産 (顧客・自社)	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客や関係会社との関係強化
その他資産	

〈取り組みの成果〉

顧客の要望に忠実に応えるものづくり

〈取り組みの目標値〉

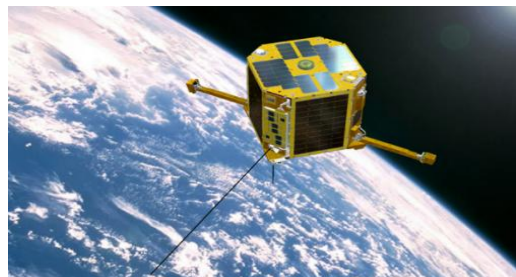
顧客と共に考え、提案するものづくり

- 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。

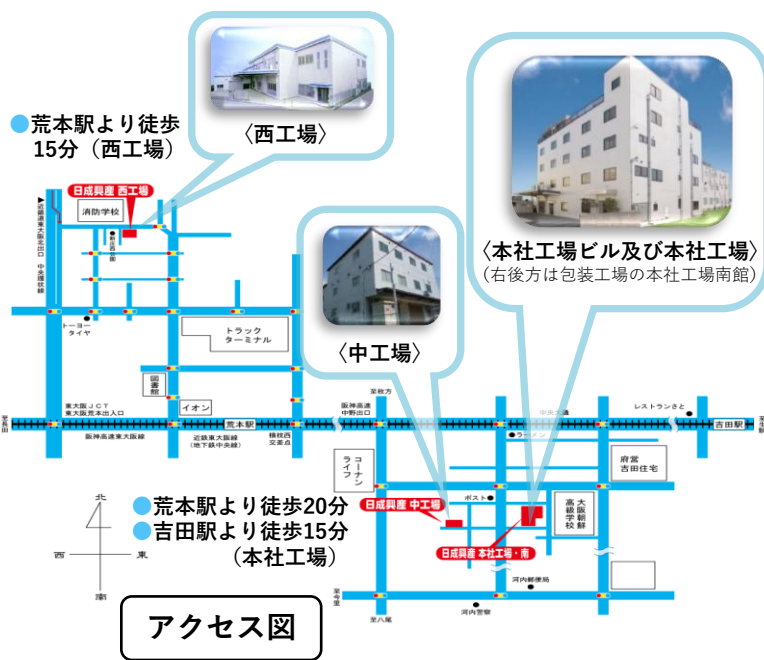
9.会社概要



東大阪市

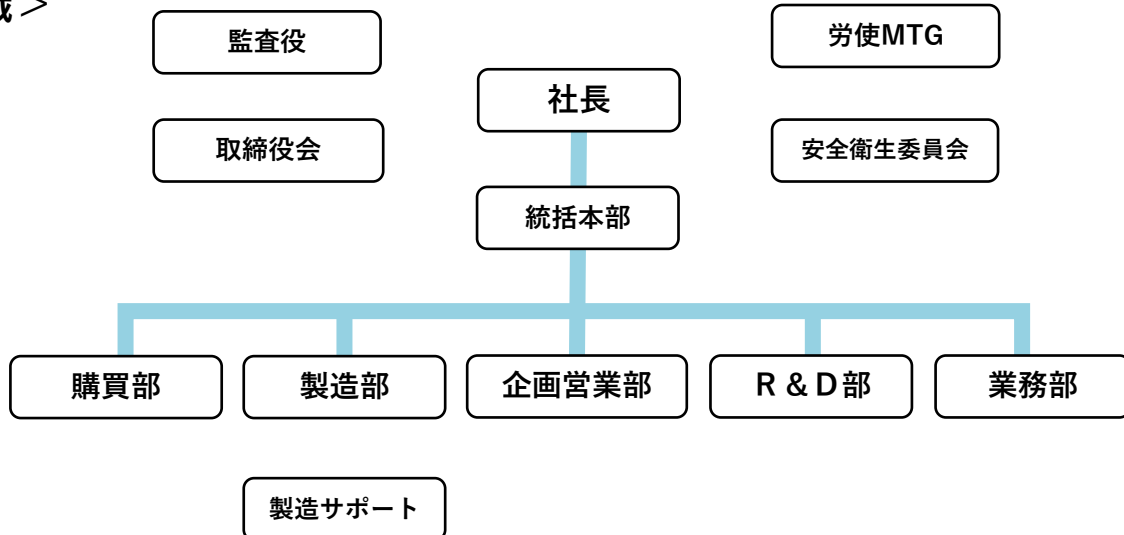


東大阪市は、日本でも有数の工業都市“モノづくりのまち”として知られています。製造業者の事業所は工場密度では、東京都・大阪市をしのぎ全国一となっています。企業の約9割は小規模ではありますが、新製品・新技術の開発に積極的に取り組んでいる企業が数多く見られます。その技術力や開発力の高さには定評があり、国内外から厚い信頼が寄せられています。



■ 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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8-1-7 ● 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	2025年2月末現在 77名（社員61名、パート16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
■ 関連許認可	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/

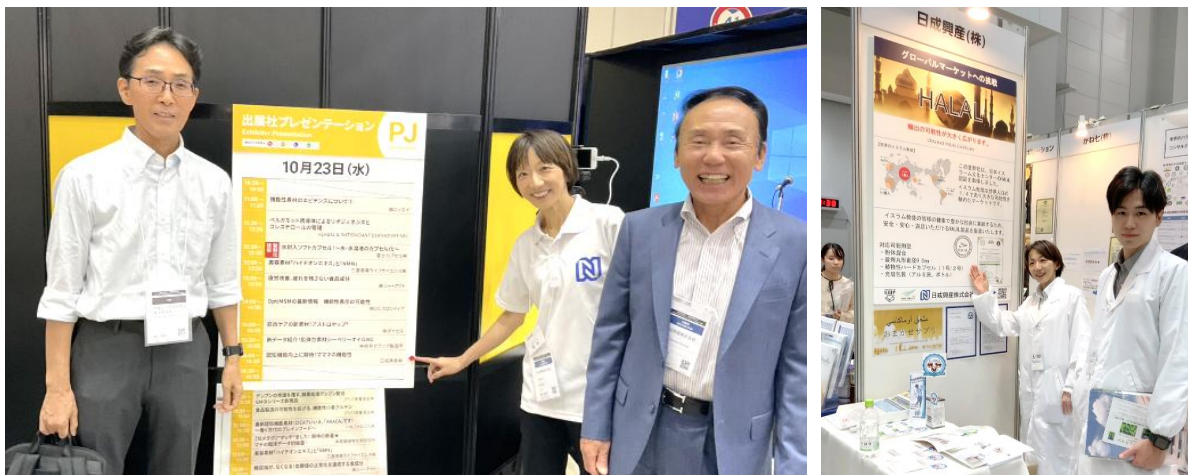
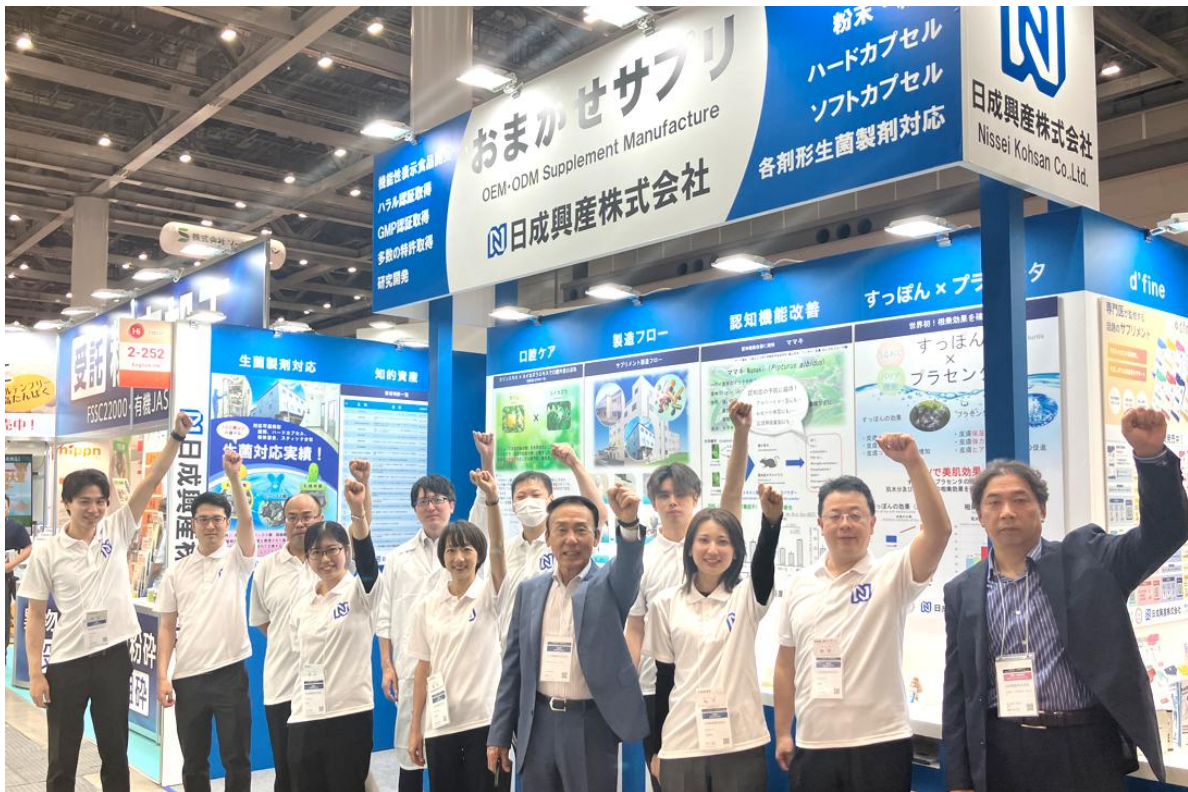
<組織>



食品開発展 (持続可能な提案型企業体質への取組み)

3年連続出展!!

24年10月、東京ビッグサイトにて開催された「食品開発展」に3年連続で出展。今期は新たに大阪公立大学の富山先生と共同で「認知症」をテーマにした新たな素材「ママキ」の紹介を行いました。記念講演では満員の来場者となり、本テーマの製品化に期待の高さを感じました。



今期、各展示会の取組は「機能性表示食品」「認知機能」「有力な自然素材」「海外（ハラル）」「自社製品」

本年度は昨年にも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!! (持続可能な提案型企業体質への取組み) (全社員のレベルアップ (全社R&D))

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。



藤田社長開催の寺小屋 (衛生強化セミナー)



新人による展示会での企業プレゼン発表



24年新入社員、今年2年目もしっかり活躍中!!



初の海外向け展示会出展～沖縄大交易会～



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。

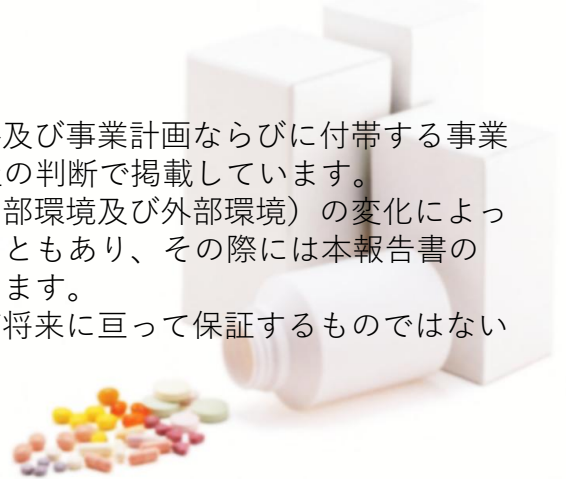
(3) 作成者

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、稲月 亮太、長谷川 文孝、高波 真也、浅井 富美子、福永 裕子、鬼木 裕典、野村 拓哉

（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。

- 中小企業診断士：菊田 俱光
- 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

2025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