

# 知的資産経営報告書2025



馬嶋屋菓子道具店

Majimaya Confectionery Tool & Gear Shop



# 目次

1. 社長挨拶	.....2
2. 経営理念	.....3-4
● 馬嶋屋の経営理念（企業ビジョン）	
● 馬嶋屋のブランドコンセプト	
● 馬嶋屋の行動指針（クレド）	
3. 事業概要	.....5-6
4. これまでの事業展開	.....7
5. 馬嶋屋の強み	.....8-13
● 強みの連鎖図	
● 人・組織上の強み	
● 仕事上の強み	
● 商品・サービスの強み	
6. 今後の事業展開	.....14
7. 会社概要	.....15
8. 本報告書について	.....16



私が馬嶋屋に入社したのはちょうどバブル崩壊後でした。  
そして若干20歳の私に馬嶋屋の未来を託されました。

事業を受け継いだ時は、製菓機械がメインの店舗でしたが、製菓機械の需要が減っていくことを肌を感じ、製菓機械の専門店から製菓機械器具の専門店への転換を決めました。

当初は、菓子道具の使い方はおろか、お菓子そのものについてもわからないことだらけでしたが、お客様からの要望があればそれに応えるために奔走して探し出し、時にはお客様や業者の方から菓子道具の使い方を教わったりして、お菓子について一から真摯に学びました。

また機械の修理や設置も何度も失敗しながら身につけ、お客様からの信頼も回復しました。

その時の経験から、スタッフには失敗を恐れず、むしろ失敗こそが自分を成長させてくれる糧と思って何事にもチャレンジし、楽しみながら上達していくことの大事さを伝えています。それは、私自身が以前、スキー指導者でもあったため、楽しく練習してもらい上達の嬉しさを共に喜ぶことができるのが好きだったということが現在にも繋がってるのかと思います。

その後、菓子道具の品揃えを細分化し、雑誌媒体を使うなど積極的なブランディングをスタートさせ、時代に合わせてカタログ通販・インターネットショッピングも始めるなど販路を広げてまいりました。

方向転換は馬嶋屋としては大きなチャレンジであり、非常に苦労も伴いましたが、現状打破に向けスタッフ一丸となって取り組みました。  
馬嶋屋の信用は個人の資質と言っても過言ではないと思います。  
私も含めスタッフ全員が一生懸命に向き合った結果、お客様に喜んでいただく事は今も昔も変わりません。

常にお客様・スタッフ・下請け業者の事を大切に捉え、偏見なく公平な判断のもと、長くお付き合いさせていただく事を望んでおります。

好きな事を一生懸命やる！  
それは仕事かもしれないし趣味かもしれない大切な時間。  
馬嶋屋はそれを大事にしたいと思っています。

合資会社馬嶋屋菓子道具店  
代表 吉田 友重



## 馬嶋屋の経営理念（企業ビジョン）

製菓道具のプロとしてお菓子作りの喜びを伝えます。  
お客様の笑顔喜びとして新たな活力にしていきます。

当社は戦前より、伝統和菓子である干菓子やねりきりで使用される木型を始め、餅つき機などの製菓機械や洋菓子型等を提供してまいりました。

そこで築き上げてきた信頼を基に、**最高品質の商品と品揃え**及びお菓子道具のプロとしての専門性を活かした**的確な情報やアドバイス**を通して「お菓子作りの喜び」や「道具選びでの安心」を伝えます。

それだけにとどまらず、気持ちのよいお買い物体験、ご使用体験をしていただくために、「**お客様の時間を大事にする**」という想いを基本に据えて**お客様に寄り添った接客**を心がけ、お困り事にも真摯に向き合い、**よりよい解決の提案やアフターフォロー**に最善を尽くします。

そして、その対価としていただくお客様の笑顔や感謝のお声を私たちの新たな活力としていきます。

お客様からも学ぶという謙虚な姿勢を忘れることなく、お菓子を作る喜びをさらに広げていくために日々努力してまいります。

## 馬嶋屋のブランドコンセプト

### 菓子喜型

お菓子が型からすっとこぼれた瞬間  
食したときにこぼれる笑顔

馬嶋屋はお菓子道具の販売を通じ  
お菓子作りの「ひととき」に得られる  
喜びを型どります。

馬嶋屋の歴史は木型に始まります。現在でも受け継ぐモノ作りの精神。それは戦後60年以上に亘り、和菓子「木型」を彫り続けた職人と先人の想いです。その想いを受け継ぎ、単なるお菓子道具の販売に留まらず、型のプロフェッショナルとして、日々新しい事にチャレンジをしています。

お菓子道具と違い、お菓子の型は最終的にお菓子の出来上がりに関わるツールで、素材・サイズ・厚みなどにより変化があります。そのお菓子に合った最適な型を使用する事で、お菓子がきれいに焼き上がり、型からストレスなく取り外せた時、感動や喜びを感じることが出来ます。無機質で、可愛さやオシャレさなどはないですが、お菓子作りにおいて重要なプロセスの一部が菓子喜型です。

## 馬嶋屋の行動指針（クレド）

- 一、わたしたちは製菓道具のプロとして、充実した品揃えと新たな提案を通して、選ぶ楽しさ、作る楽しさ（ワクワク感）を提供します。
- 一、わたしたちは製菓道具のプロとして、専門性を活かしたお菓子作り・道具選びのお手伝いを通してお客様に充実・満足を与えます。
- 一、わたしたちは製菓道具のプロとして、最高の品質、懇切丁寧な接客、的確な情報やアドバイス、アフターフォローを通して、お客様に気持ちの良い買い物体験を提供します。
- 一、わたしたちは製菓道具のプロとして、気持ちよくお買い物してもらうためのストア作りを常に心がけ、作る楽しさを伝えるために日々勉強します。

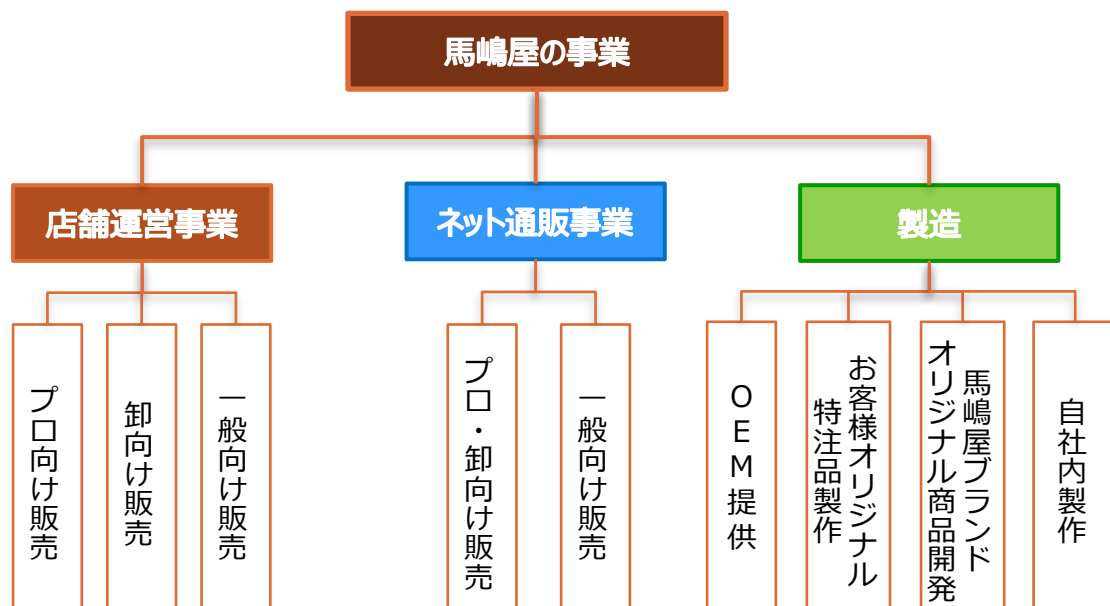
当社では、スタッフひとりひとりが馬嶋屋の行動指針（クレド）に沿って毎日の仕事を遂行していくことで、経営方針やブランドコンセプトの浸透と具現化を図り、お客様に対して常に満足のいくサービスが提供できるように心がけています。



### 当店の原点

和菓子の木型を作っておられた職人さんに敬意を表して店の壁に飾られている型の数々

# 事業概要



## 《店舗運営事業》

### ①プロ向け販売

長くお付き合いいただいている和菓子店、洋菓子店やこれから開業予定のお客様に向け、商品（機械等）および機械設置・レイアウト等のご提案、納品、修理などのアフターフォローなどを行っています。

また、新規顧客開拓のための営業もここが担っています。

### ②卸向け販売

小売店やお菓子教室のお客様への菓子道具の卸売販売を行っています。他業種の量販店以外にも同業のお菓子道具店または製菓材料店にも信頼をいただき、長くお取引いただいております。

### ③一般向け販売

当社では、一般のお客様へも家庭用製菓・製パン・機械器具の販売を行っています。製菓道具のプロとして、プロが使用する最高品質の商品と品揃え、懇切丁寧な接客、的確な情報やアドバイス、またご購入後のアフターフォロー等を通し、お菓子作りの喜びをお伝えしています。

## 《ネット通販事業》

### ①プロ・卸向け販売

当店運営の『馬嶋屋オンラインショップ (majimaya.jp)』では、お菓子教室やパン教室のお客様にご利用いただける会員制のネットショップを運営しております。

また、大量に商品をお買い求めいただく方や、定期購入をされる方にもご利用いただいております。

### ②一般向け販売

製菓道具のプロとして、プロが使用する最高品質の商品と品揃えを、一般のお客様にも手軽に手にしていただけるよう、当店が運営するコンシューマー向け馬嶋屋オンラインショップ（楽天市場店・Amazon・Yahoo!）を運営しております。

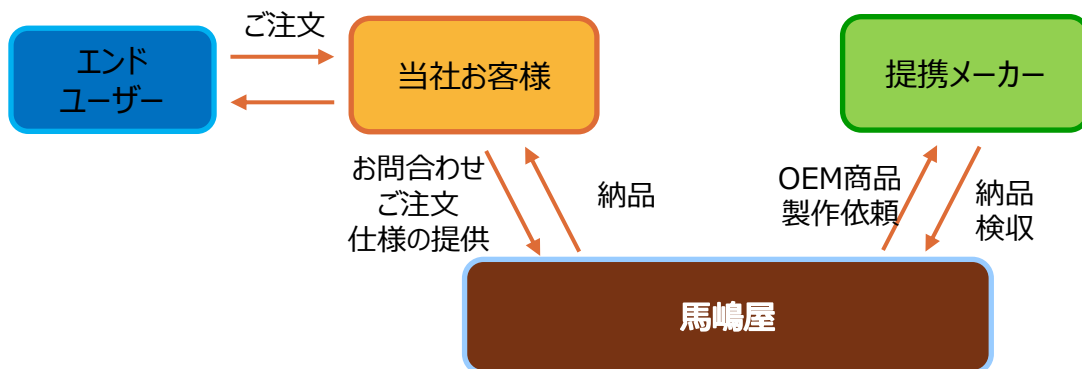


# 事業概要

## 《製造》

### ①OEM提供

メーカーとの直接取引が可能のため、お客様仕様のPB商品の製作も承っています。



### ②お客様オリジナル特注品製作

既製品で対応できない場合でも、菓子・パン型、工場用天板・ステンレス加工から木工製品加工まで、お客様のご要望の商品をお客様ブランドで製作します。木型、抜型、焼き印などにも対応しています。

### ③馬嶋屋ブランドオリジナル商品開発

当社は、各専門分野の職人や工場と提携して、スピーディーかつコストダウンも図れるような商品の開発を目指しています。お客様のニーズにお応えする商品開発と当社発信の新しい提案による商品開発に力を入れております。

### ④自社内製作

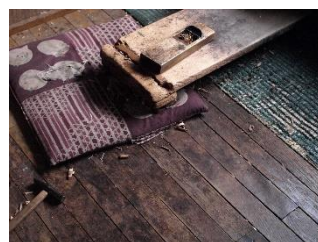
当社には抜型を製作できるスタッフが数名在籍しており、自社内でオリジナルの型をその場で製作することが可能な体制を整えています。



# これまでの事業展開

## I. 戦前…馬嶋屋の誕生

馬嶋喜三郎商店は戦前に神田万世橋で職人を抱え、菓子道具や和菓子の木型などを作っていました。その後、吉田三郎（現代表の祖父）がその馬嶋喜三郎氏から「馬嶋屋」の屋号を引き継ぎ、昭和26年（1951年）に創業、現在の馬嶋屋が誕生しました。当時は、和菓子の木型製作と菓子道具の販売を主とした事業を営んでいました。



▲馬嶋屋の初期作業場

## II. 戦後～バブル期…製菓製パン機械屋の馬嶋屋

戦後、和菓子屋さんが次々オープンするのを好機に、当店は和菓子機械の販売、修理をメインとする事業へ軸足を移していきました。そのため、このころの馬嶋屋は、菓子道具店というよりも、菓子道具の機械屋のイメージのほうが強かったと思われます。

高度経済成長期には洋菓子やパンのニーズもあり、製菓製パン機械の販売・修理の依頼が殺到、経営も右肩上がり、その景気はバブル期まで続くことになります。



▲馬嶋屋の初期店舗

## III. バブル後…新事業への挑戦で不景気を乗り越える

バブル崩壊後、日本に未曾有の不況が到来。景気に長く暗い影を落とすようになると、一転、相次ぐ菓子屋の閉店や設備投資の縮小により、製菓製パン機械が売れなくなっていました。そんな中、代表となった吉田友重（現社長）は、営業と機械修理に奔走しましたが、売上低迷は避けられませんでした。

そこで、現社長は、機械の販売・修理事業から、菓子道具の小物販売に経営の舵を切ることを決断。平成3年には菓子道具のカatalog通販を開始しました。菓子道具業界における通販事業への参入は先駆けだったと自負しています。

また、平成15年頃には既にネット通販に参入するなど、若い社長ならではの柔軟な発想で、その時代のトレンドをつかんだ戦略を次々と実行していきました。

ネット通販事業への参入が当たり、ネット注文が増えたことで、自前で行っていた発送等物流業務を委託することにし、物流倉庫を台東区から千葉県柏へ移転させました（その後、業務拡大に伴い、市原市へ移転）。



▲以前の馬嶋屋の店舗

## IV. 現在…馬嶋屋のさらなる挑戦

これまでの歴史から、馬嶋屋は菓子製造機械から菓子小物まで扱う菓子道具専門店として、その商品の豊富さと知識では誰にも負けない自信を持っており、特にクッキー型、シリコン型では日本一の品揃えを誇ります。しかし、それだけでなく、お客様が使いやすいよう器具の微調整を行ったうえで販売するなどきめ細かい対応を得意とし、またプライベートブランドにも力を入れています。

馬嶋屋は昔から、常に時流にのった事業をすることで、菓子道具業界を牽引してきました。「馬嶋屋に行けばなんでも揃う」を実現するために、“お店にないものは取り寄せる、壊れたものは直す、ないものは造る”、そして、“選ぶ楽しさ・作る楽しさを提供する”。これらをモットーに、馬嶋屋はこれからもお客様のニーズに応え続けます。

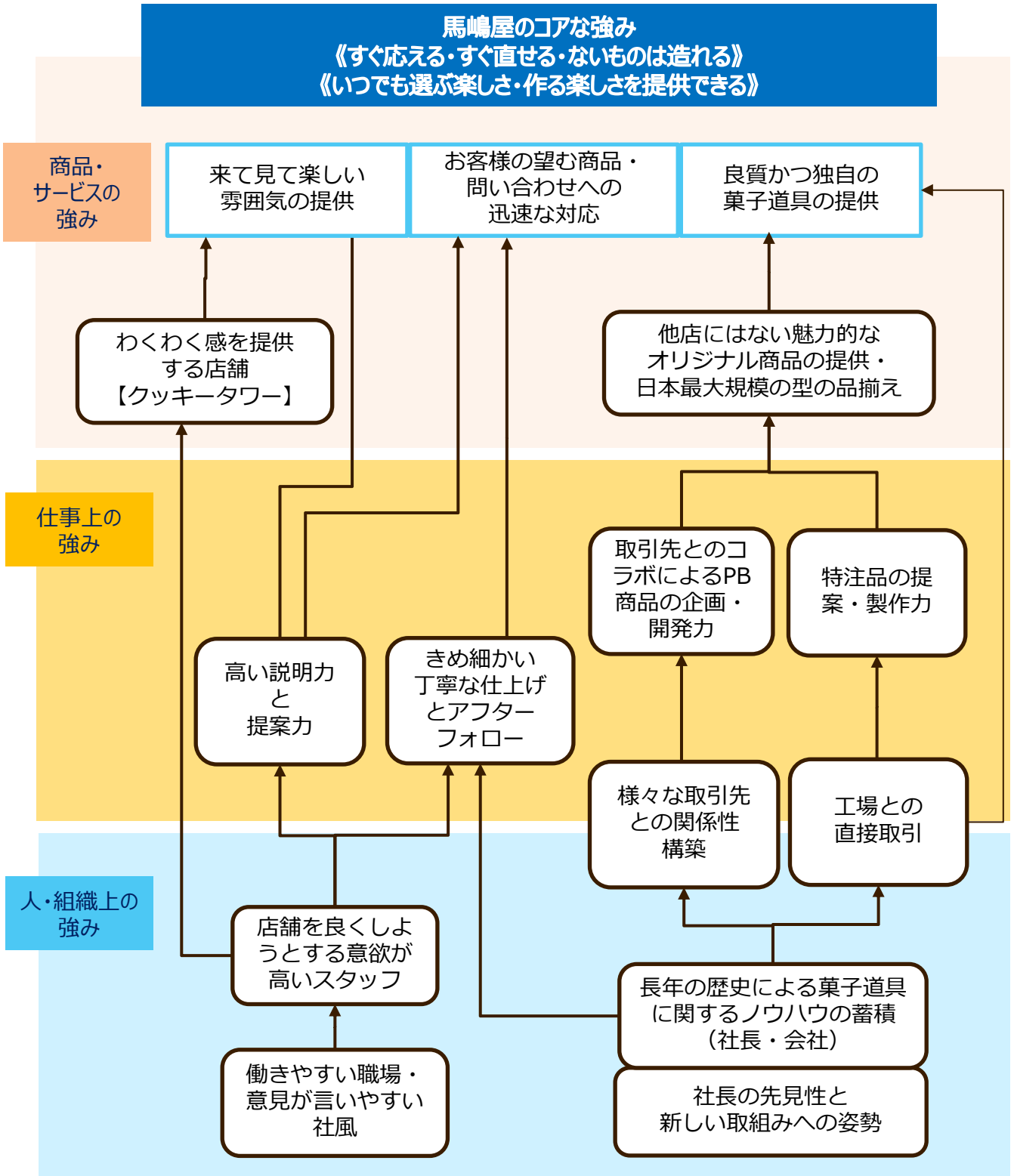


▲馬嶋屋新社屋



# 馬嶋屋の強み-強みの連鎖図

70年以上に亘り、菓子道具店としての歴史を刻む中で、馬嶋屋は取引先との強力な関係、製品の企画・開発力・製造力などを培ってきました。またそれを可能にしてきたスタッフや職人の存在など多くの強みがあります。これらの積み重ねや結合が、『すぐ応える、すぐ直せる、ないものは造れる』、『いつでも選ぶ楽しさ・作る楽しさを提供できる』という馬嶋屋のコアな強みを形成し、お客様にお菓子作りにおける最高の体験価値の創造と提供を可能にします。



# 馬嶋屋の強み-人・組織上の強み

## ■ 長年の歴史による菓子道具に関するノウハウの蓄積

創業から菓子道具専門店として培った実績とデータにより、多岐にわたる製菓機械の修理が可能です。

また、お客様の声を元に、新素材、新機能を追究し、より使いやすい製品に改善するとともに、日本古来の菓子道具を後世に伝えるための努力を継続しております。

## ■ 社長の先見性と新しい取り組みへの姿勢

バブル崩壊後、お菓子業界が衰退していく中で、先駆けて一般のお客様向けにお菓子道具の販売を始めました。

徐々に売上が回復していく中、1990年代後半には現在の通販の原型とも言えるカタログや雑誌通販にもいち早く参入し、現在のネット通販事業につながっております。

そのほか海外への販売も他社に先駆けて行うなど新たな取り組みへの挑戦をし続けることで、現在のお菓子道具専門店としての地位を築きあげております。

## ■ 働きやすい職場・意見が言いやすい社風

当社は小売にしては就業時間が短く、休暇も取りやすい会社です。働きやすい環境を整えることでスタッフの仕事への意欲を高めています。

自由闊達な社風で風通しがよく、各人の意見交換も活発です。当社のミーティングは顧客のロイヤルティを上げる目的で行われており、お店をよくするための建設的な意見を互いに言い合える雰囲気があります。入社年数に関わらず、いつもお客様に接しているスタッフならではの優れたアイデアや意見を尊重して取り入れていく会社の姿勢も、スタッフが安心して意見を出すことを後押ししています。

また、スタッフの能力向上にも力を入れており、講習会・勉強会への参加も積極的に勧めています。学びたい研修があれば申告すれば受講できるので、スタッフは自ら積極的に参加し、スキルアップに努めています。



▲ 研修・勉強会風景



当社スタッフ▶

▼ 歓迎会



# 馬嶋屋の強み-人・組織上の強み

## ■ 店舗を良くしようとする意欲が高いスタッフ

馬嶋屋のスタッフは、どんな商品がお客様のお菓子作り体験をよりよいものにしてくれるかを考えて商品を吟味したり、どんな売り場にしたら来店されたお客様に楽しいお買い物体験をしていただけるかを考えてお店づくりをしたりしています。もちろん、お買い物後のお客様へのフォローにも余念がありません。

たとえば、イベントなどでその場でクッキー型を作ることでお客様を楽しませたいと思えば、プロの方を呼んでクッキー型作りを学び、その場で即興で作ることができるまでに技術を磨き上げていきます。さらにクッキー型以外の商品作りにも挑戦し、お客様の“欲しい”を叶えるために日々、様々な努力を続けています。

また、当社では、月一回、なんでも好きなことをしてよい日「Freeの日」をスタッフに与えています。この「Freeの日」は、各自がお店や会社を離れて、いろいろな体験をしたり、自分の得意なことを習得したりする目的で設定されています。スタッフはこの日に得られた新たな情報や知識・アイデアを社内に持ち帰り、ミーティング等で全員に伝え、お客様が喜ぶ商品・サービスとして実現させていきます。

お菓子作りに興味・関心を高く持っているスタッフによるこうした自発的活動が会社の成長を支えているといえます。

## ■ 木型手彫り職人の存在

馬嶋屋では先々代の時代から木型を彫り続けていた職人がおりました。この道67年の型の抜け感とお客様のご希望の重さに寸分違わないその職人技は、老舗和菓子店のお客様からの絶対的な信頼がありました。

その方は残念ながら亡くなりましたが、高い技を持つ手彫り職人が身近にいたことにより、モノづくりの想いや遺志を引き継いで今に至っています。これからも、スタッフ全員が馬嶋屋の戦前戦後の歴史を語り継ぎ、豊富な商品知識と専門性を持って、お客様に高いサービスの提供を行っていきます。



▲故 木型手彫り職人 大河原 仁氏



## ■ 菓子木型の当社専属職人の存在

木彫りに長けた職人さんに菓子木型の製作ノウハウを伝え、当社専属の菓子木型の抜型職人として活躍していただいています。こうした職人さんを抱えているのは当社だけです。

当社専属の職人さんたちがいてくださるおかげで、今でも馬嶋屋の木型づくりの伝統を守り伝えることができています。



# 馬嶋屋の強み-仕事上の強み

## ■ 高い説明力と提案力

当社スタッフはお菓子づくりに関すること全般に精通しています。お菓子の型だけでなく、お菓子にも、お菓子作りにも興味を持ち、プロからも学んでいます。そのため、単なる商品説明にとどまらず、お客様のお菓子作りのシーンを想像しながらお勧めの商品を提案したり、アドバイスを行ったりすることができます。

お客様からは「いつ来ても、スタッフの誰に話かけてもしっかりと提案してくれる。楽しさを提供してくれる。」と、その説明力や提案力に対して高い評価と信頼をいただいています。

その背景には「製菓道具のプロとしてお菓子作りの喜びを伝える」という当社の理念があり、そのために当社では「接客に対しては非効率でいこう」を合言葉にしています。スタッフはお客様の理想的なお菓子作りに少しでも近づけられるよう、お客様のお話に耳を傾けます。実際に当社商品を使用してうまくお菓子が作れなかったというお客様からのご指摘、ご不満に対しても真摯に向き合い、うまくいく方法を実際に試してみたりしました。そして、その結果をお客様に伝え、うまくいくまで時間をかけてご説明するなど常に寄り添った対応をしたことで、最終的に当社のファンになっていただけたという実例もあります。

## ■ 様々な取引先とのコラボによるPB商品の企画・開発力

お客様の生の声を聴き、流行の型をよりお客様のご要望の商品に近づけ、独自に作り上げることができます。

それだけでなく、菓子・パンメーカーとの型作り、刃物専門店とのコラボによるオリジナル商品開発、大手菓子店とのコラボによる展示会の開催なども行っています。

当社は取引先との信頼関係構築を最優先することで、このようなPB商品の開発を可能にしています。もちろん同業者とも協力して様々な活動を行うことで、菓子道具業界の活性化にも貢献しています。



## ■ きめ細かい丁寧な仕上げと手厚いアフターフォロー

当社ではお客様の目線に立った商品の販売や接客を心がけております。商品の検品やメンテナンスのほか、お客様が持ち帰ってすぐに使用できるよう、購入時に道具の微調整やお手入れのアドバイスをするなど、きめ細かなサービスも行っています。例えば、鍋の柄つけや“へら”の研磨、型の空焼方法の説明や保管方法のアドバイスなどです。

購入後の機械の不具合にも手厚く対応します。例えば、購入機械の修理、パーツ交換、機械の微調整、シリコン・テフロン加工なども承っています。

さらに、定期的に得意先に伺って機械の状態確認を行い、必要に応じてメンテナンス（予防保全含む）にも対応します。



## ■ 工場との直接取引による特注品の提案・制作力

当社では小売店ながら、製作工場や職人と直接取引ができるため、既製品にはない特注品の製作が可能です。

長年培ってきたモノづくりのノウハウを生かし、お客様のお菓子作りの手間やコスト削減のご提案をさせていただいております。例えば連結型の提案による製作時間の短縮や手間の削減、シリコン・テフロン加工を施すことによる効率アップなど、トータルコストの削減を可能にします。



# 馬嶋屋の強み-商品・サービスの強み

## ■ わくわく感を提供する店舗 シンボルの『クッキータワー』

当社の新社屋は令和元年10月にオープンしました。店内はおしゃれな雰囲気、まるで宝探しのように数多くのお菓子道具が展示されており、来店されるお客様に、見る楽しさ、選ぶ楽しさを与えてくれるわくわくするようなつくりになっています。

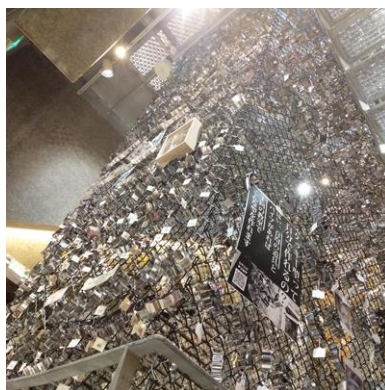
特に建物の真ん中にあるクッキー型が飾られた『クッキータワー』は当社のシンボルとなっており、地下1階から2.5階の天井までそびえる様子は圧巻です。このクッキータワーはかつて橋道具街の新名所として、その知名度も上がってきています。

地下1階にはお菓子作りのラボがあり、イベントやワークショップなどを行う空間として活用できます。



▲新社屋の全外観

▼店内の様子



▲クッキータワー



▲木型が展示されたおしゃれな壁

## ■ 日本最大規模の型の品揃え

お菓子の専門店として専門的な道具や珍しい道具を国内外から集めることができます。特に、海外で流行している最先端のお菓子が作れる型や道具をいち早く仕入れ、他店にはない商品を取り揃えています。今や国内外の型や道具については1500アイテム以上を誇ります。

日々魅力的な新商品が追加されており、今後も、良質かつ独自の菓子道具の提供を通して、お客様の宝探しのお手伝いをします。





# 馬嶋屋の強み-商品・サービスの強み

## ■ オリジナル商品の提供

有名お菓子教室の先生・研究家の監修のもと、馬嶋屋ブランドのオリジナル商品の企画、製造、販売を行っています。クッキーの抜き型、焼き印、シリコンモールド、食パン型、木型などのオリジナル商品をたくさん生み出しています。



▲ 稲田多佳子さんのロールケーキトレイ  
Produced by  
Takako Inada & Majimaya



▲ 馬嶋屋 スタイリッシュ カヌレ型



▲ 馬嶋屋 千代田天板 さくら

## ■ 産業財産権の保有

お菓子業界における知名度の高さとアイデアの質の高さから、馬嶋屋の商品を模倣されるリスクにもさらされています。馬嶋屋のブランドと知名度を守るため、世にない特有用意商品に関しては意匠登録や実用新案、商標登録などを随時申請して、馬嶋屋オリジナル商品として認知していただく努力を続けています。

### 【意匠登録】

菓子成形用型（ねご球） パン焼き型（おうちパン型）



[意匠登録第1559089号]



[意匠登録第1693362号]

### 【実用新案】 蓋付シフォンケーキ焼き型



※本考案は、焼き上げたシフォンケーキが焼き縮みせず、平らに綺麗に仕上がることを可能にする蓋付シフォンケーキ焼き型を提供するものです。

[実用新案登録第3220552号]

### 【登録商標】



馬嶋屋菓子道具店  
Majimaya Confectionery Tool & Gear Shop

[登録番号第6293807号]

ハンコ作ると同じで木型も文字を反転させた形で彫られます。馬嶋屋のロゴはその木型を表現しています。

馬嶋屋菓子道具店 [登録番号第5538610号]



majimaya

[登録番号第5538611号]

菓子喜型スタイリッシュシフォンケーキ型

[登録番号第6207879号]

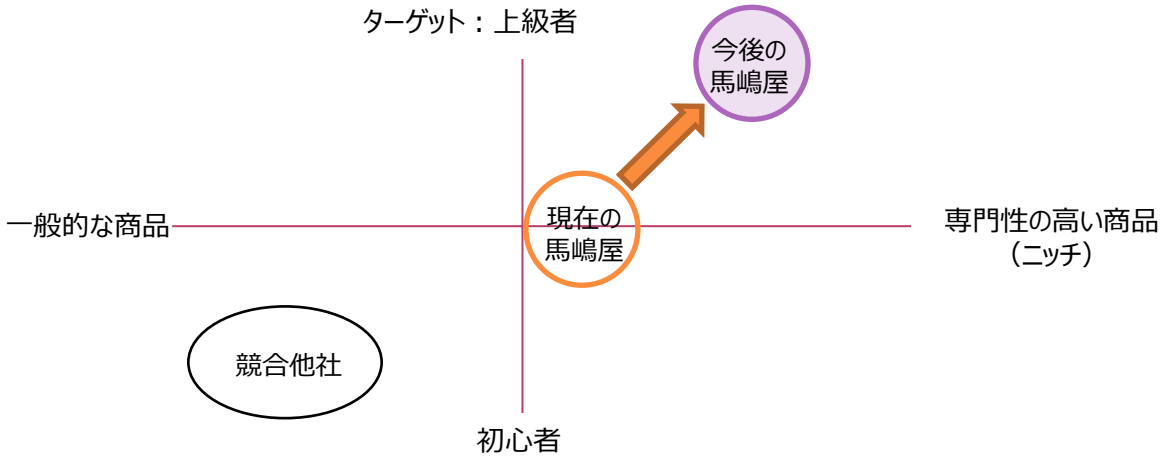
## ■ SDGsの取り組み：『菓子帰型』

当社ではSDGsの取り組みの一環として「菓子帰型」と称し、役目を終えてしまったお菓子型たちをお客様から回収しています。回収した型はそれぞれの素材や特性、形、大きさ、傷や錆などの状態に応じて、再利用のための洗浄や再加工を行ったり、別の用途での利用を検討したりします。大切な型たちに新たな息吹を与えるためにできる限りのことをしていくことも当社の使命と考えています。

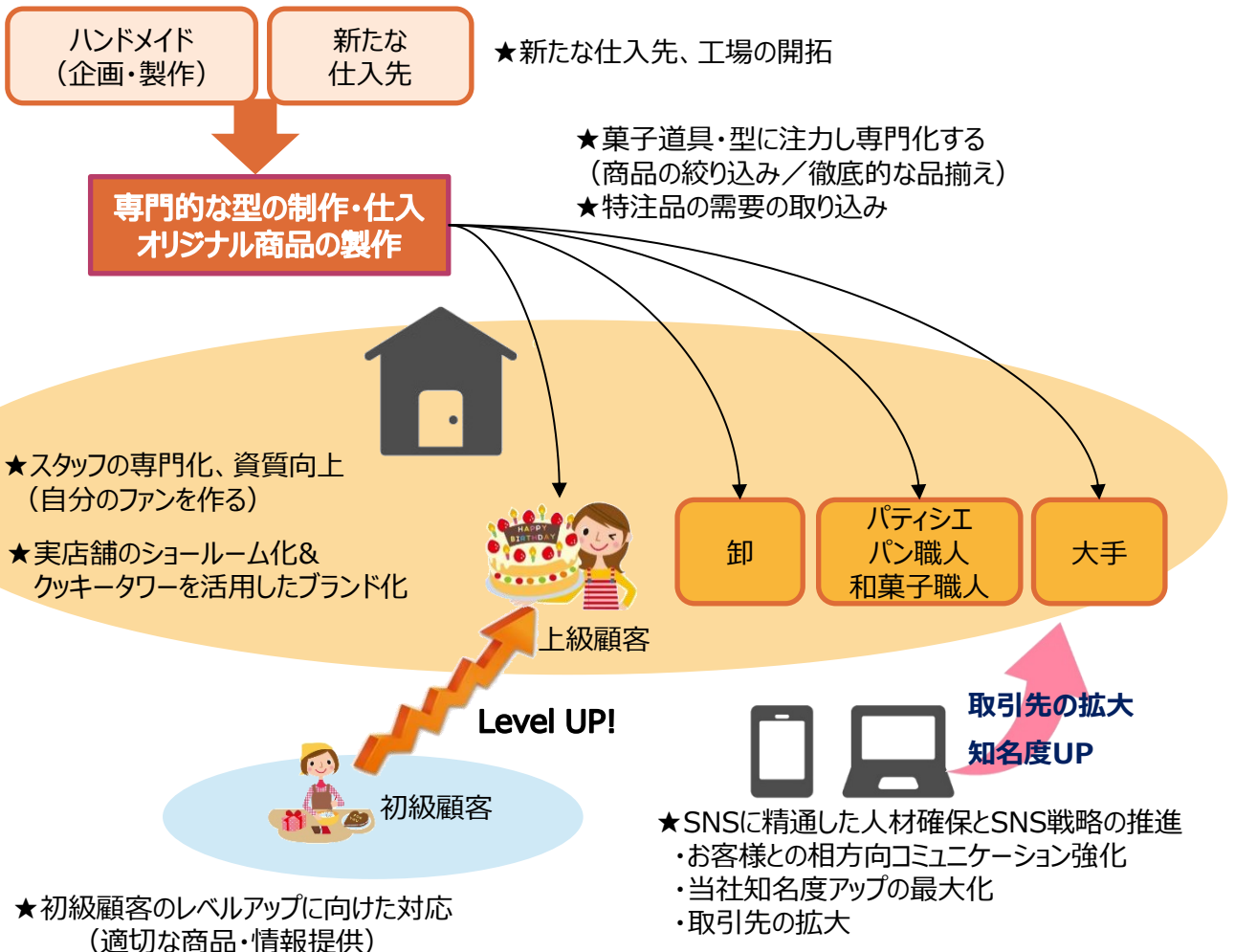
# 今後の事業展開

## 🚗 ブランド戦略

- 基本： 上級者をターゲットに、専門性の高い商品の品揃えとメッセージの発信を行っていく
- サブ： 初心者が憧れる上級者像を見せていくことで、初心者のレベルアップを図っていく。その中で馬嶋屋は上級者と初心者の間を取り持つ翻訳者としての役割を果たす。



## 🚗 今後の方向性イメージ図…キーワードは『専門化』『SNS戦略』 ★がアクション



# 会社概要

## 【会社概要】

- 会社名 合資会社馬嶋屋菓子道具店
- 代表者 吉田友重
- 設立 会社創立 1951年3月15日
- 資本金 50万円
- 従業員数 10名（2024年12月時点）
- 本社 〒111-0035 東京都台東区西浅草2-5-4（店舗兼ショールーム）  
TEL:03-3844-3850 FAX:03-3844-2704
- 物流センター 〒290-0171 千葉県市原市潤井戸2107-15
- URL <https://majimaya.jp/>
- 通販サイト 自社ショップ（馬嶋屋オンライン）<https://majimaya.jp/>  
楽天市場、アマゾン、ヤフーショッピング
- 事業概要 和菓子木型製作、クッキー型などの洋菓子型・パン型の卸販売、小売  
製菓製パン機械の販売と修理

## 【沿革】

- 戦前、神田万世橋にあった馬嶋喜三郎商店から吉田三郎が屋号を引き継いで今に至る。
- 昭和30年 自社で木型制作を開始 木型職人
- 昭和35年 ライオン商会跡地にて2店舗目をオープン
- 平成2年 機械業務から洋菓子の型や道具を本格的に取り扱う
- 平成7年 通販業務開始
- 平成15年 インターネット販売を開始
- 平成20年 店舗改装
- 平成23年 物流倉庫を台東区から千葉県柏へ移動
- 平成27年 物流倉庫を千葉県柏から千葉県市原市へ移動
- 令和元年 新社屋オープン



▲物流倉庫



▲新社屋

# 本報告書について

## 知的資産経営報告書とは

知的資産は、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、財務諸表には表されにくい、経営資源の総称と定義されています。

知的資産経営報告書とは、目に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に対し分かりやすく伝えることで、将来にわたる企業価値向上に向けた取り組み（価値創造戦略）を共有するための資料です。

2005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、本書はこのガイドラインに準拠して作成しています。

本書に記載した将来の経営戦略及び計画なら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、本書の内容を変更すべき必要が生じることもあり、本書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、本書記載の内容すべて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。

## 本報告書に関する問い合わせ

合資会社 馬嶋屋菓子道具店

吉田友重

〒111-0035 東京都台東区西浅草 2 - 5 - 4

TEL : 03-3844-3850（代表） FAX : 03-3844-2704

E-mail : support@majimaya.com



発行：合資会社馬嶋屋菓子道具店  
初版：2025年1月