

静岡県小山町発信
事業価値を高める経営レポート報告

2026年
WEEK 2016にて発表後の
知的資産経営の実践状況報告



磐渋谷木工所



目 次

- 1、小山町主催 経産省後援事業WEEK2016への参加状況P1
- 2、同発表内容
事業価値を高める経営レポート（作成2016年12月）P2
- 3、WEEK2016発表後の知的資産（組織の強み）活用マップP3
- 4、現在の活動状況
事業価値を高める経営レポート（作成2026年1月）P4
- 5、将来に向けた知的資産（組織の強み）活用マップP5
- 6、知的資産経営推進月間（WEEK2016）参加の経緯P6
- 7、あとがきP7

WEEK2016（小山町会場）

2016年12月
於小山町文化会館



小山町行政からの依頼に基づきWEEK2016へ参加し、弊社の活動を見直しすることにより、
知的資産経営実践による経営の有効性を感じました。
今後中期の計画の達成に向け、見えるか化を推進してまいります。

キャッチフレーズ 住まいを通じて、お客さんを幸せにする

WEEK2016にて発表内容

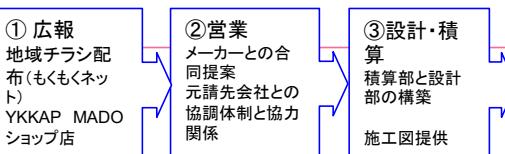
I. 経営理念(企業ビジョン)

ものづくりを通して、社員の幸福と社会貢献を推進する

II-1. 企業概要

代表者	代表取締役 渋谷一
所在地	御殿場市古沢175
事業内容	建具及び家具製造及び工事 ガラス及びサッシ販売及び工事 住宅リフォーム工事
従業員	20名(役員4名、正規11名、パート5名)
資本金	800万円
関連会社	MADOショップ御殿場古沢店

III-1. 内部環境(業務の流れ)



業務の流れ

他社との差別化に繋がっている取組

①広報	MADOショップ店から定期的に暮らしに役立つ情報かわら版を近隣の全戸(900戸)に配布。
②営業	元請会社(顧客)が望む以上のアウトプットを生む、メーカー、顧客への提案、協調、OB顧客(実績顧客)との定期コミュニケーションの実施。お客様カード、工事台帳の徹底活用。
③設計・積算	施工図の必須作成。積算の期限の遵守。お客様にあった見積書作成及び提案。新製品、新技术への提案・開発力。
④製造・工事	正確、きれい、うつくしい、感動の方針の共有化、卓越した技能。顧客の目(営業)での最終品質確認。
⑤アフター	自社製作オリジナルグッズを持参し定期的顧客訪問による、利用者の感想、使い方、経年変化等の情報を把握し製品に反映。
顧客提供価値	製品、サービスを提供したすべての顧客が幸せになるものづくり、コトつくりを継続して行う。

III-2. 内部環境(強み・弱み)

【自社の強み】

- ・経営者の人脈、ネットワーク、リーダーシップ。
- ・地元においてシェアNo1である。
- ・すべての工事が自社で完結できるように内製化ができる(設計、製作、取付、塗装等々)
- ・技能士や設計士等の人材が豊富なので、提案や改良が常に行われている
- ・各会議等を細かく、短く行っているので、社内間の意思疎通が充実している。全員参加の終礼。

【自社の弱み】(経営課題)

- ・会社経営の継続
- ・経験、技術の継承と習得
- ・自社の目標と現状のミスマッチ解消(経営者の思い・アイデアの先行)

【その理由・背景】

- ・経営羅針盤(経営計画書)により経営方針、個別方針、考査原則(行動規範)を従業員全員へ浸透を図っている。
- ・クレームや製作・工事ミスは、作業改善書を利用して改善、提案等で会社内に公表される仕組みになっている。
- ・2007年に承認された経営革新計画で作成した塗装内製化やショールーム新設が、着実に実を結んできた。
- ・経営者セミナーや勉強会や経営者交流会での習得した経営ノウハウを生かせるようになった。

- ・世襲での経営限界
- ・技術者、ベテラン社員の高齢化
- ・全てのものづくりから、選別された良品のものづくりへのターニングポイント

IV. 外部環境(機会と脅威)

機 会	取組の優先順位
地域でシェアNo1の評価がある。木工建具において高付加価値製品の高いニーズがある。	1
生涯現役を希望するニーズの高まりがある。	2

脅 威

脅 威	取組の優先順位
狭いエリアでの営業エリアで、他社との価格競争に巻き込まれている(業界では、まだまだ、価格重視の会社多数あり)	1
多品種少量生産の関係で、大規模な機械化はできないので技術者確保は必須。	2
大きな資本を背景にメーカーが、営業展開して、設計段階から、受注できない環境になっている	3

V. 今後のビジョン(方針・戦略)

外部環境と知的資産を踏まえた今後のビジョン	① 年間に安定した受注実績の物件を徐々に拡大する施策を考える。(現状、1元請先あり一年間1000万円)
	② 会社全体にバランスのとれた雇用を図る共に、資格や技能者取得で人材を育成する
	③ 経営者は、営業活動を主に行う業務を優先する。
今後のビジョンを実現するための取組	①-1 直営工事の充実(OB顧客の関係強化。サービスの徹底等) ①-2 木製品の良さのPR。(MADOショップやショールームの充実) ①-3 高付加価値商品(オリジナルブランド商品の開発) ② 多能工化(マルチスキル)の推進と個人別キャリアプランの策定 ③ 後継人材の育成、経営者メッセージの内外への定期発信(もくもくネットの活用等)

VI. 価値創造のストーリー

【過去～現在のストーリー】
(2002年～2015年)
知的資産の活用状況

知的資産・KPI	個人的資産	・経営者のリーダーシップ ・ベテラン技能社員 現状人員:3名
	構造資産	・ものづくりしくみ社内の伝統 ・経営羅針盤(経営計画書) ・改善提案数 20件/年 ・独自商品 0件/年
	関係資産	・OB顧客 ・元請先の信用力 ・新規顧客数 300件/年 ・ファンクラブイベント数 4件/年
	その他	・資本の計画性

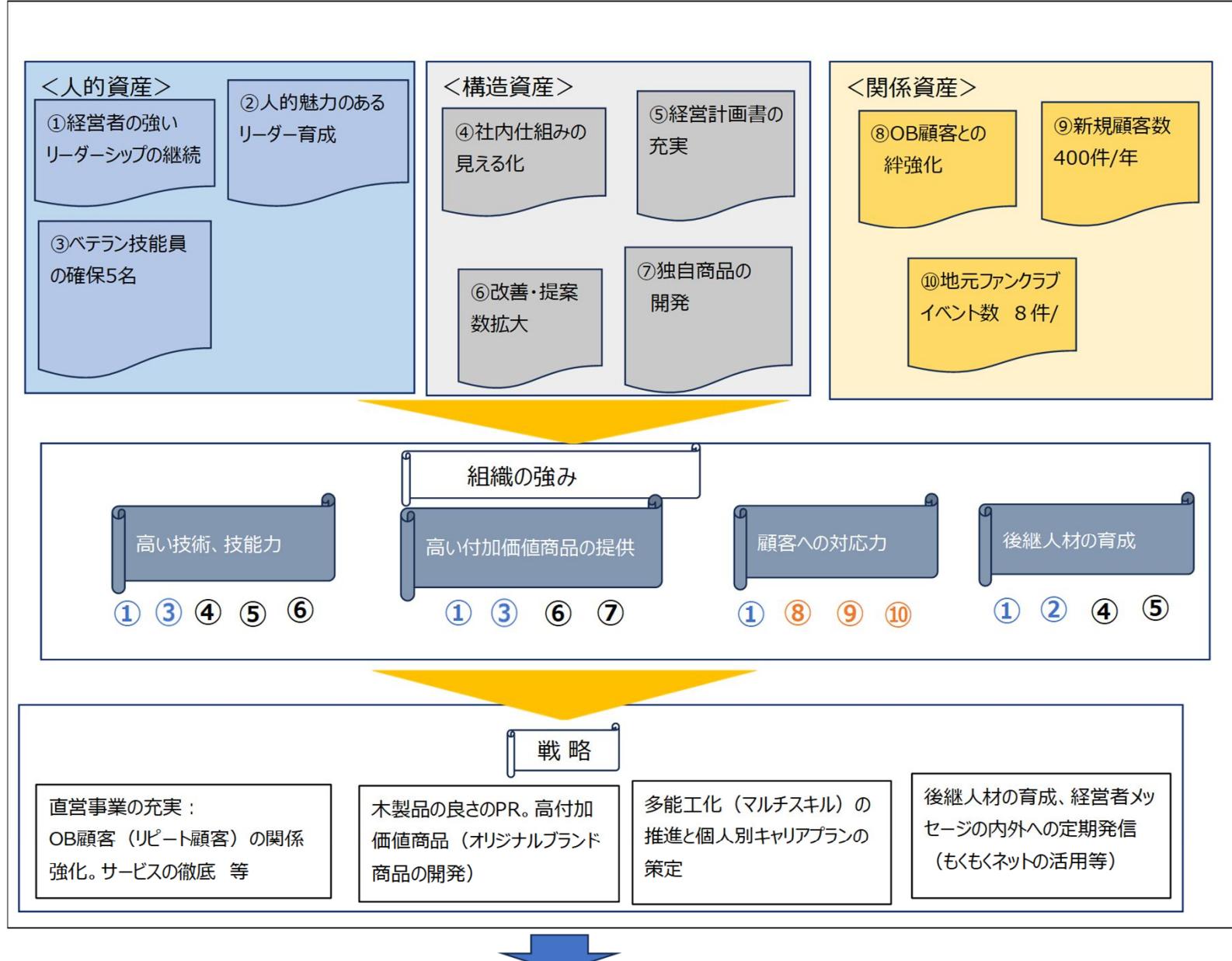
【現在～将来のストーリー】
(2016年～2020年)
知的資産の活用目標

人的資産	・経営者リーダーシップの継続 ・人の魅力のあるリーダー育成 ・ベテラン技能社員 必要人員:5名
	・社内しきみ化見える化推進 伝統を文化にする ・経営羅針盤(経営計画書)の充実 ・改善提案数 100件/年 ・表彰 10件/年 ・独自商品(オリジナル) 10件/年
	・OB顧客との絆強化 ・元請先からの絶対的信頼関係 ・新規顧客数 400件/年 ・ファンクラブイベント数 8件/年
	・資本や設備を計画的に運用するしきみ構築

KGI 売り上げ2015年 23500万円

売り上げ2020年 30000万円

WEEK2016の発表時点～現在に至る 知的資産（組織の強み）活用マップ



キャッチフレーズ 人に優しく快適な住空間の創造のために

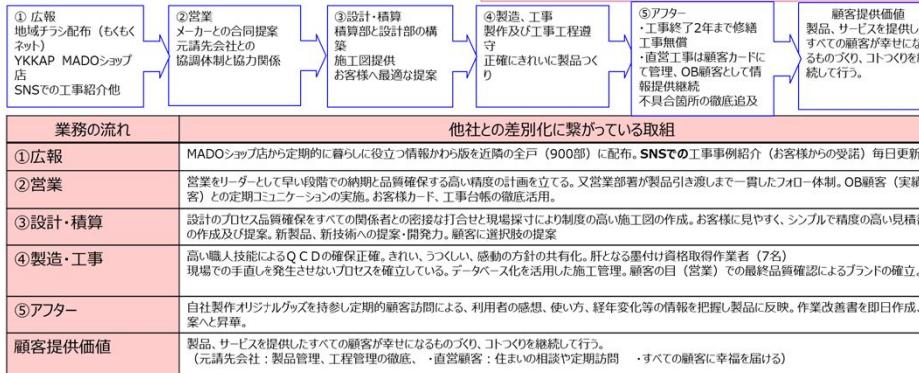
I. 経営理念（企業ビジョン）

住まいを通してお客様をしあわせにする

II-1. 企業概要

代表者	代表取締役 渋谷一
所在地	静岡県駿東郡小山町菅沼653-2
事業内容	木製建具工事・木製家具工事・アルミサッシ工事・ガラス工事・エクステリア工事・リフォーム工事
従業員	21名（工事部 7名、営業部 1名、役員3名）
資本金	800万円
関連会社	MADOショップ御殿場古沢店
ホームページ:	http://www.shibuya-mokko.com

III-1. 内部環境（業務の流れ）



III-2 内部環境（強み・弱み）

【自社の強み】

- * お客様が求めている以上の人作り納期を守っている。
- * 地元においてシェアNo1である。
- * 渋谷ブランド価値を高めている。
 - ・安全、安心な製品とサービス。
 - ・迅速な対応（即日対応）
 - ・お客様の創造を超える。（選択肢の提案）
- * お客様の使い方を考えて設計している。
- * 技術力と実行力を兼ね備えた体制を創り、取引先が安心して任せられている。

【その理由・背景】

- * チャレンジ精神が代々受け継がれている。
- * 組織的経営で事業継続を実行している。
- * ネットワークを広め事業に活かしている。
- * 顧客データベース【C A D含む】を構築して事業に活かしている。
- * 現場での手直しを発生させないプロセスを確立している。
- * 塗装内製化やショールーム新設、2018年のホットプレス導入など、補助金の活用により着実に効果を生んでいる。
- * データベース化を活用した施工管理を実施している。

【自社の弱み】（経営課題）

- * 会社経営の継続。
- * 経験、技術の継承と習得。
- * 自社の目標と現状のミスマッチ解消。（経営者の思い・アイデアの先行）
- * 地元（一般の方）での知名度が今一歩。
- * オリジナル商品-ECサイト向け商品。（在庫材使用）

【その理由・背景】

- * 世襲での経営限界。
 - ・200年持続企業を目指し確固たる継承の確立。
- * 技術者、ベテラン社員の高齢化。
- * 全てのものづくりから、選別された良品のものづくりへのターニングポイント。
- * 業務内容が地元（一般の方）の目につきにくい。
- * 地元材の有効利用及び利用促進。
 - ・候補商品（一品物）はあるが具体化していない。
 - …26年に開発予定

IV. 外部環境（機会と脅威）

機 会	取組の優先順位
地域でシェアNo1の評価がある。木工建具において高付加価値製品の高いニーズがある。	1
生涯現役を希望するニーズの高まりがある。	2
SDG s の実践によるビジネスチャンスが増大している。	3

脅 威	取組の優先順位
狭いエリアでの営業エリアで、他社との価格競争に巻き込まれている。（業界では、まだ価格重視の会社多数あります）	1
多品種少量生産の関係で、大規模な機械化はできないので技術者確保は必須。	2
大きな資本を背景にメーカーが、営業展開して、設計段階から、受注できない環境になっている	3

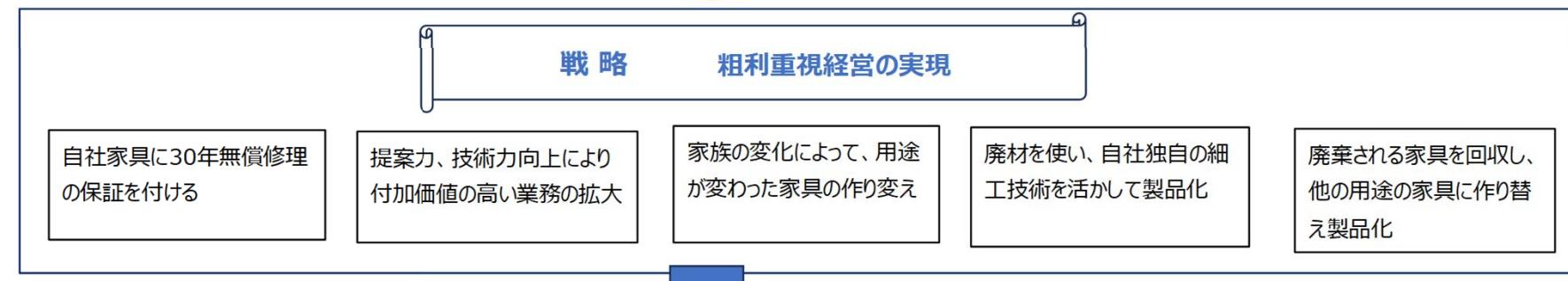
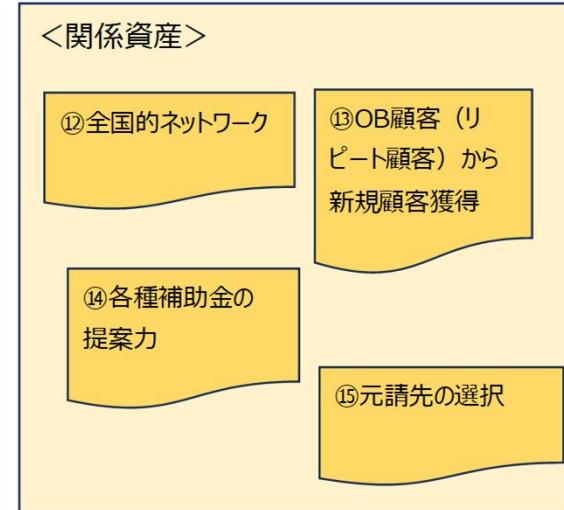
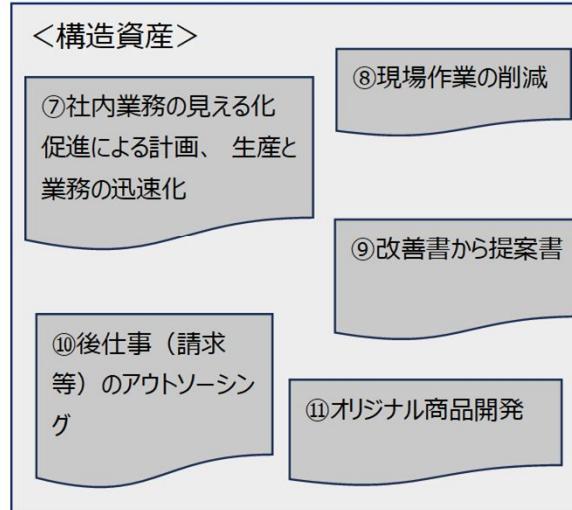
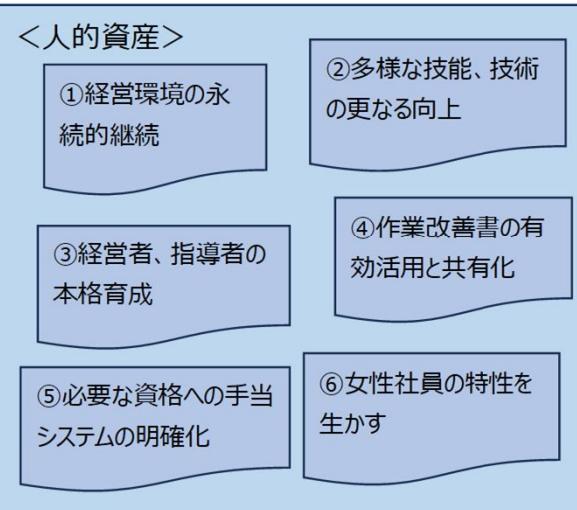
V. 今後のビジョン（方針・戦略）

外部環境と知的資産を踏まえた今後のビジョン	① 付加価値製品の製作に重点を置く。 ・現場への対応力を精査する。
	② 地産地消。 企業連携による地産地消の拡大→ 自社ブランドの地域顧客価値向上。
	木を何一つ無駄にしない。 ③ 3 Rの実現。 ・廃棄物の付加価値化。→ 自社ブランドの地域顧客価値向上。
今後のビジョンを実現するための取組	粗利重視経営の実現。 ①自社家具に30年無償修理の保証を付ける。 ②提案力、技術力向上により付加価値の高い業務の拡大。 ③家族の変化によって、用途が変わった家具の作り変えを行なう。 ④作業で出た廃材を使い、自社独自の細工技術を活かして製品として販売する。 ⑤廃棄される家具を回収し、他の用途の家具に作り替え公共機関等に使用してもらう。 ⑥これらの取組を自社ホームページで保有顧客へ情報発信する。

VI. 値段創造のストーリー

【過去～現在のストーリー】（2016年～2025年） 知的資産の活用状況		【現在～将来的ストーリー】（2026年～2030年） 知的資産の活用目標	
人的資産	・経営者のチャレンジ精神の継承。 ・人的魅力のあるリーダー育成。 ・ベテラン技能社員 人員： 5名。 ・マルチタスクの社員： 全社員。 ・豊富な技能資格者の保有。 ・渋谷ブランドを高める従業員の意識。	人的資産	・市場の変化に即応するチャレンジ精神、の強化、経営判断の迅速化、承継者養成のため、4部門の責任者を育成する。 ・作業改善書の有効活用と共有化： 100%。 ・マルチタスクな技能、技術： 全社員。 ・必要資格への手当システムの明確化。（見える化） ・女性社員の特性を生かす。（現8名）
構造資産	・社内業務の見える化促進： 全従業員。 →計画生産を全従業員へ見える化を実施し、納期短縮/経費削減→ 3.0～3.5%の改善。 ・後仕事（経理等）のアライソーシングによる人材の営業部署等への配置転換。 ・現場作業の削減→内部作業の割合 90%を目指す。 ・改善書から提案書へ： →提案書30件/年。 ・モチベーション向上のため表彰（内部向け）の実行： 2件/年。 ・自社ブランドのオリジナル商品開発： 5件/年。	構造資産	・社内業務の見える化促進： 全従業員。 →計画生産を全従業員へ見える化を実施し、納期短縮/経費削減→ 3.0～3.5%の改善。 ・後仕事（経理等）のアライソーシングによる人材の営業部署等への配置転換。 ・現場作業の削減→内部作業の割合 90%を目指す。 ・改善書から提案書へ： →提案書30件/年。 ・モチベーション向上のため表彰（内部向け）の実行： 2件/年。 ・自社ブランドのオリジナル商品開発： 5件/年。
関係資産	・全国的ネットワークの事業への活用： 10件。 ・OB顧客（リピート客）との絆強化。 ・元請先からの絶対的信頼関係。 ・新規顧客数： 40件/年。 ・ファンクラブイベント数： 2件/年。	関係資産	・全国的ネットワークの活用： 維持。 ・OB顧客（リピート顧客）からの紹介で新規顧客獲得： → 50件/年。 ・元請先の選択： →付加価値の高い顧客の選択。 ・金融関係と良好な関係： →メインバンク1社増強。 ・各種補助金のプロ提案力： →制度のリスト化。（他業種への拡大）による顧客へ提案。 ・ファンクラブイベント数： 2件/年、継続。但しイベント対象者を顧客ごとがなる層対象に検討。
その他	・資本や設備を計画的に運用するしくみ構築。	その他	経営を継続できるしくみ構築。 ・建物、設備へ→例：中古品（償却0相当）の活用。 ・資源を守ることで事業を守る： 3Rによって、廃棄するものを出さない仕組み作り。
K G I	・売り上げ： 2,5億円 ・粗利益： 35% ・賃金： 5% アップ	K G I	・売り上げ： 年500万円アップ ・粗利益： 35%維持（粗利 重視経営） ・賃金： 5%アップ（毎年）、賞与 年間4ヶ月目標

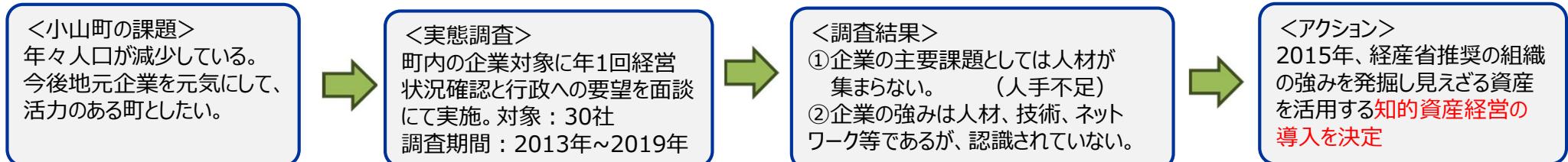
将来に向けた 知的資産（組織の強み）活用マップ



将来のKGIの目標達成

小山町が知的資産経営推進月間（WEEK 2016）へ参加の経緯

小山町の活動の推移



小山町は全国に向け、小山町発信のイベントとして知的資産経営推進月間（WEEK 20XX）へ参加を決定、町内企業を募集してWEEK2016より開催した。

弊社は小山町の主旨に賛同し、WEEK 2016 に事例発表を行いました。

年	月	内容	事例発表会社 (小山町在住)	事業内容
2016	12	WEEK2016 事例発表	(有)渋谷木工所	建具 & 家具製造
			2) B 社	食品用包材製造
2017	12	WEEK2017 事例発表	1) C 社	医療用製品製造
			2) D 社	自動車用部品製造、各種実験
2019	1	WEEK2018 事例発表	1) E社	発電変電所工事 他
2020	1	WEEK2019 事例発表	1) F社	飲料（ボトル製品）製造

WEEK 2016 に参加した弊社は、今回小山町の声掛けを受け、
その後の知的資産経営の実践状況を今回<事業価値を高める経営レポート>にまとめました。

知的資産経営について

知的資産とはバランスシートには直接表れません。

しかし企業にとって他社との競争力を生み出す、人材、技術、ノウハウ、創業より築きあげた企業風土、ネットワーク、顧客・従業員・その他ステークホルダーとの信頼関係といった、目に見えにくいですが重要な経営資源です。

特に中小企業にとっては、この資源こそが「事業を未来に繋げる」重要な資産となります。

当社は小山町主催、経産省後援の知的資産経営推進月間事業の<WEEK 2 0 1 6>に参加し
事業価値を高める経営レポートにて事例発表を実施しました。

今回その後の知的資産経営の実践状況を振り返り、本報告書にまとめました。

小山町はこの取組を地元企業の振興策として継続して取り組んでおり、今後も率先して定期的に振り返りを実施し、
確実に成果（KGI）に繋げて参ります。

知的資産経営報告書のお問い合わせ先

有限会社 渋谷木工所

〒410-1312 静岡県駿東郡小山町菅沼653-2（小山店）

電話 00550-76-4477（代）

作成支援者

静岡県小山町行政アドバイザー

協力：特定非営利活動法人 日本経営士協会 知的資産経営研究会