

2026年

WEEK 2016にて発表後の
知的資産経営の実践状況報告



有限会社 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2016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

WEEK20 1 6 (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WEEK 20 1 6へ参加し、弊社の活動を見直すことにより、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 MADOSHOP御殿場古沢店

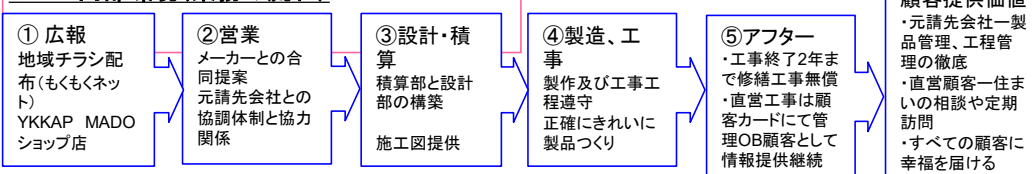
Ⅱ-2. 沿革

・大正7年 祖父 佐十郎が小山町茅沼で商売始める。
・昭和50年に、(有)渋谷木工所を設立する。
・平成元年に、現在の小山店に店舗、工場を集約する。
・平成26年に、本社を現在地に移転する。

Ⅱ-3. 受賞歴・認証・資格等

・建具、ガラス建築工事業取得
・木製建具及びガラス技能士在籍 延べ10人
・先代社長の渋谷 実が平成18年に、旭日双光章の業界表彰

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	MADOSHOP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部)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、新技術への提案・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、コトづ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ています(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、短く行っているため、社内間の意思疎通が充実している。全員参加の終礼。

【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、考働原則(行動規範)に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。

【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】

・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。(MADOSHOP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)

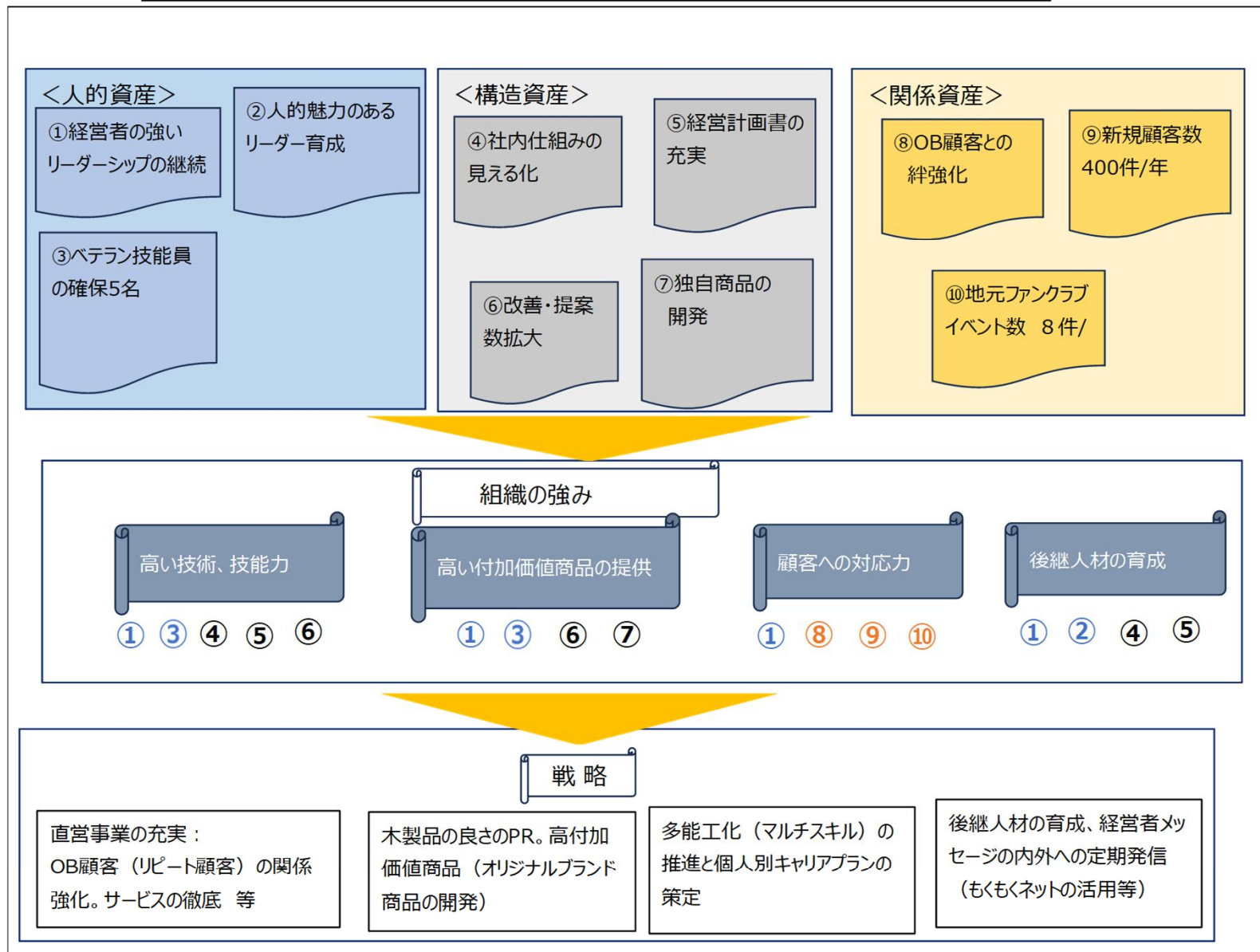
Ⅵ. 価値創造のストーリー

【過去～現在のストーリー】 (2002年～2015年) 知的資産の活用状況		【現在～将来のストーリー】 (2016年～2020年) 知的資産の活用目標	
知的資産・KPI	人的資産 ※従業員が退職時と一緒に持ち出す資産(ノウハウ、技能、経験、モチベーション、経営者の能力など)	・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	・経営者リーダーシップの継続 ・人的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
	構造資産 ※従業員の退職時に企業内に残留する資産(システム、ブランド力、もうかる仕組みなど)	・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	・社内しくみ化見える化推進 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
	関係資産 ※企業の対外的関係に付随した全ての資産(販路、顧客・金融機関などとの関係など)	・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	・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
	その他 ※上記3分類に属さないもの(資金、設備など)	資本の計画性	資本や設備を計画的に運用するしくみ構築

KGI

売り上げ2015年 23500万円

売り上げ2020年 30000万円



WEEK2016時点の目標名は売上高であったが、
24年度実績 2.5億円(目標値3億円)であった。活動を粗利益確保に集中し、
高技術、高付加価値商品の提供等で粗利益35%を達成した。

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

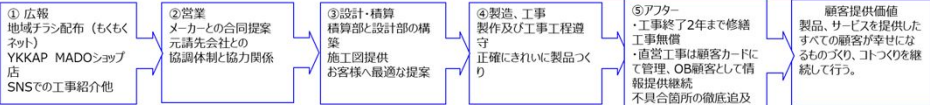
Ⅰ. 経営理念（企業ビジョン）

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 6 3 ー 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 2 1 名（工事部 7 名・営業部 1 1 名、役員3名）
資本金 8 0 0 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）



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ら版を近隣の全戸（900部）に配布。SNSでの工事事例紹介（お客様のからの受託）毎日更新
② 営業	営業をリーダーとして早い段階での納期と品質確保の高い精度の計画を立てる。又営業部署が製品引込選しまで一貫したフォロー体制、OB顧客（実績顧客）との定期的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・精算	設計の力と品質確保をすべての関係者との密接な打合せと現場探検により制度の高い施工図の作成。お客様に見やすく、シンプルで精度の高い見積書の作成及び提案。新製品、新技術への提案・開発力。顧客に選択肢の提案
④ 製造・工事	高い職人技能によるQ C Dの確保正確。きれい、うつしい、感動の方針の共有化。肝となる恵付資格取得作業者（7名）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。データベースを活用した施工管理。顧客の目（営業）での最終品質確認によるブランドの確立。
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。作業改善書を即日作成、提案へと昇華。
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、コトづくりを継続して行う。 （元請先会社：製品管理、工程管理の徹底、・直営顧客：住まいの相談や定期訪問 ・すべての顧客に幸福を届ける）

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ものを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、2 0 1 8 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）の目につくにくい。
- * 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

2025年（現時点）での状況

Ⅱ-2. 沿革

- ・大正7年： 祖父 佐十郎が小山町茅沼で商売始める
- ・昭和31年： 実父 実が事業承継
- ・昭和50年： (有)渋谷木工所を設立する
- ・平成元年： 現在の小山店に店舗、工場を集約する。顧客管理のIT化推進
- ・平成15年： 渋谷一が事業承継（代表取締役就任）
- ・平成26年： 本社を現在地に移転する
- ・平成29年： 補助金活用による技術の差異化促進・

Ⅱ-3. 受賞歴・認証・資格等

- ・木製建具一級/二級、木製家具一級、ガラス工事一級、宅地建物取引主任者
- ・アルミ建具一級/二級、建築士二級、増改築相談員 ・技能士在籍:延べ10人
- ・先代社長の渋谷 実が平成18年に、旭日双光章の業界表彰

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

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 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。
	③ 木を何一つ無駄にしない。 ・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. 価値創造のストーリー

【過去～現在のストーリー】（2 0 1 6 年～2 0 2 5 年） 知的資産の活用状況		【現在～将来のストーリー】（2 0 2 6 年～2 0 3 0 年） 知的資産の活用目標	
知的資産・K P I	人的資産 従業員が退職時に一緒に持ち出す資産（ノウハウ、技能、経験、モチベーション、経営者の能力など）	・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。	・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：1 0 0 %。 ・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 従業員の退職時に企業内に残留する資産（システム、ブランド力、もうかる仕組みなど）	・社内しくみの見える化推進。 ・納期と品質確保する高い精度の計画。 ・顧客データベース（C A D 含む）の強化。 ・経営計画書の作成者：3 名。 ・改善提案数： 1 0 0 件/年。 ・表彰： 3 件/年。（外部表彰） ・独自商品（オリジナル）： 0 件/年。	・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）のアウト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9 0 %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 企業の対外的関係に付随した全ての資産（販路、顧客・金融機関などの関係など）	・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： 4 0 件/年。 ・ファンクラブイベント数： 2 件/年。	・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： →5 0 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。 ・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につながる層対象に検討。
	その他 上記3分類に属さないもの（資金、設備など）	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、設備他 →例：中古品（償却0 相当）の活用。 ・資源をすることで事業を守る： 3 Rによって、廃棄するものをさない仕組み作り。

K G I

- ・ 売り上げ： 2,5億円
- ・ 粗利益： 35%
- ・ 賃金： 5% アップ

- ・ 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

<人的資産>

- ①経営環境の永続的継続
- ②多様な技能、技術の更なる向上
- ③経営者、指導者の本格育成
- ④作業改善書の有効活用と共有化
- ⑤必要な資格への手当システムの明確化
- ⑥女性社員の特性を生かす

<構造資産>

- ⑦社内業務の見える化促進による計画、生産と業務の迅速化
- ⑧現場作業の削減
- ⑨改善書から提案書
- ⑩後仕事（請求等）のアウトソーシング
- ⑪オリジナル商品開発

<関係資産>

- ⑫全国的ネットワーク
- ⑬OB顧客（リピート顧客）から新規顧客獲得
- ⑭各種補助金の提案力
- ⑮元請先の選択

組織の強み

高い技術、技能力

① ② ④ ⑤ ⑦
⑨ ⑪

高い付加価値商品の提供と自社ブランド化

① ② ⑤ ⑥ ⑦
⑨ ⑪ ⑫ ⑬

コスト低減の取り組み

① ② ④ ⑦ ⑧
⑨ ⑩ ⑮

顧客への対応力

① ⑥ ⑦ ⑭

後継人材の育成

① ③ ⑦

戦略

粗利重視経営の実現

自社家具に30年無償修理の保証を付ける

提案力、技術力向上により付加価値の高い業務の拡大

家族の変化によって、用途が変わった家具の作り変え

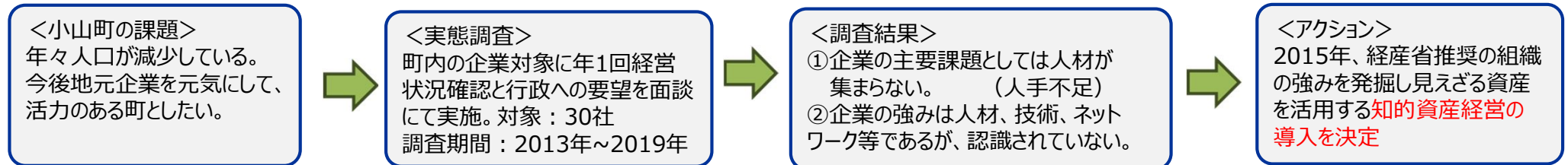
廃材を使い、自社独自の細工技術を活かして製品化

廃棄される家具を回収し、他の用途の家具に作り替え製品化

将来のKGIの目標達成

小山町が知的資産経営推進月間（WEEK 2 0 1 6）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 2 0 XX）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 2 0 1 6 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 2 0 1 6 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 6 5 3 - 2 （小山店）

電話 0 0550-76-4477（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