

# インテリアとクズハタ装飾を 知って頂くために！ (知的資産経営報告書)



2017年10月版

豊かな住空間の創造をお手伝いする



1. ご挨拶	1
2. 経営哲学	2
3. 事業概要	3
4. 市場環境	5
5. これまでの事業展開	6
6. 自社の強み・優位性(知的資産)	8
(1)高い技能レベル及び優れた営業力(人的資産)	
(2)企画・開発・施工まで一貫施工可能(構造資産)	
(3)寝具乾燥殺菌車の保有と同車を使用しての作業ノウハウの保有 (物的資産・構造資産)	
(4)高い顧客信頼度と高まりつつある認知度(関係資産)	
(5)多様な人的ネットワーク(関係資産)	
7. これからの事業展開	10
(1)クロスSWOT分析	
(2)将来の経営方針・経営戦略	
(3)KPI(重要業績評価指標)	
8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ	13
(1)価値創造ストーリー	
(2)知的資産活用マップ	
9. 会社概要	15
10. あとがき	16

〈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技術・ノウハウ・人脈等の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、目に見える形でわかりやすく伝えるために作成した報告書です。  
(詳細は、10.あとがきに記載しています。)

〈表紙写真の説明〉

壁紙のロールと、メインで使う道具(地ペラ)を取り込み、空間を壁紙で彩ることと楽しむことを表現しました。

# 1. ご挨拶

本報告書発刊に当たり、ご挨拶申し上げます。

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

平成28年10月3日に先代の葛畑正よりバトンを受け、株式会社クズハタ装飾の代表取締役役に就任しました葛畑真一です。

当社は「お客様から信頼される仕事を第一」に心掛けてこれまで仕事に取り組んで参りました。先代よりバトンを引き受けるにあたり新たに、

「BESPOKE INTERIOR」

を掲げました。

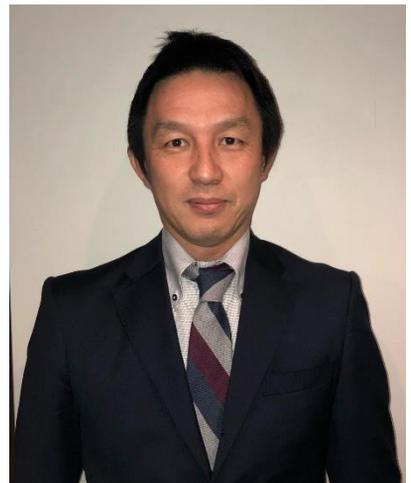
これは、「テーラーが顧客の想いを聞きながら＝be spoke」服を仕立てて行く様にお客様と対話しながらインテリアを創造して行くという意味です。

これまでの白が主流の壁紙から、現在はインターネット等の発達により世界中の様々な壁紙が手に入る時代となり、建材としての壁紙から装飾品としての壁紙へと選べる商品が多様化して参りました。また、同時にDIY文化も盛り上がってきていますが、プロの私達がおお客様の想いをしっかりと聞きながら、確かな技術で仕上げる事で、よりインテリアに愛着をもって頂ける事を確信しております。

当社はここ数年、施工部門の別会社化・施工の外注比率アップ・事業承継と大きな変革が続きました。まだ変革は途上ですが、今一度経営を見直し、経営管理体制の再構築・若手技能者の育成等に取り組み今後の飛躍の基盤作りに努めたいと思います。

また、今後の経営を考えるにあたって、私どもの保有する「知的資産」、獲得・補強すべき「知的資産」を整理し、それらを連携させた将来の経営戦略等も記載しています。これらにつきまして皆様からのご指摘・助言を頂けたら幸いです。

これを機に更なるご鞭撻やお付き合いを賜りますようお願い申し上げます。



平成29年10月

代表取締役 葛畑 真一

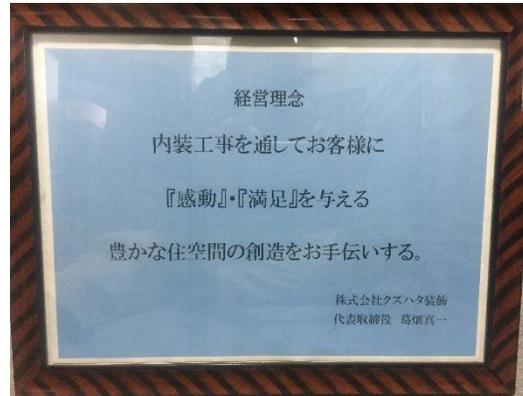
## 2. 経営哲学

### (1) 経営理念

内装工事を通して、お客様に「感動」・「満足」を与える  
豊かな住空間の創造をお手伝いする

経営理念実践のため

- ①お客様のニーズに合った「感動」・「満足」を提供するよう努めます。
- ②そのためにも、自社自身の健全経営を目指します。
- ③従業員満足を与える環境づくりに努めます。



### (2) 行動規範

お客様のニーズに合った  
品質・コスト・納期を目指す

社員一人一人が、お客様とのコミュニケーションを大切に、親切、丁寧をモットーに行動規範の実践を目指します。



室内装飾品の企画・設計・施工で豊かな住空間の創造をお手伝いします。

# 3. 事業概要

## (1) 会社の沿革

期	年	出来事	知的資産との関係
創業期	1984年	現会長、葛畑正が現地でクズハタ装飾を創業	<ul style="list-style-type: none"> <li>「顧客第一・品質重視」をモットーにクロス貼からスタートし、その後職種を広げながら施工に専念し、それらの知識・ノウハウを蓄積</li> </ul>
	～1986年	葛畑正がクロス職人として一人でクロス貼り作業に従事	
	～1987年	大手ハウスメーカーの請負工事に進出	
	1988年	従業員を一人採用し業務拡大の第一歩を踏み出す。	
	1990年	従業員が増え3人体制になる。	
	1991年	襖、畳、建具、椅子張り替え工事に進出	
成長期	1995年	現社長、葛畑真一がインテリアメーカー(株)セルコン勤務後 従業員として入社 葛畑正が2級建築施工管理技士取得 電動糊付け機を導入	<ul style="list-style-type: none"> <li>現社長葛畑真一が入社後 前職の知識・経験を活かし企画・設計部門の充実に注力。また、社長は前職でインテリア性に優れた内装全般のノウハウも身に着けた</li> <li>技能レベルアップの裏付けとすべく、内装施工関連の各種資格取得を進める。2004年以降の取得資格としては。 会長：内装仕上げ基幹技能者・内装士 社長：一級表装技能士 一級内装仕上げ施工技能士</li> <li>現社長を主体に、同業組合・中小企業家同友会等の活動にも積極的に取り組み、人的ネットワークも拡がる。</li> <li>寝具の出張乾燥・殺菌事業(※)に進出し同事業のノウハウも蓄積されつつある。</li> </ul>
	1996年	滋賀県室内装飾事業協同組合に入会 さらに専属の職人も加わり、店舗、マンション等の大型物件も受注可能になる。	
	2008年	法人化 (株)クズハタ装飾と社名変更する 建築業の許可取得	
	2012年	寝具の出張乾燥・殺菌事業(※)に進出 施工部門を別会社に移管	
	2014年	会長葛畑正が滋賀県室内装飾事業協同組合の理事長就任(2016年4月任期満了につき退任)	
	2016年	4月 滋賀県室内装飾事業協同組合の下部組織として設立された室内装飾技能士会の会長に葛畑真一が就任 10月3日 葛畑真一専務が新社長に就任(前社長は会長に就任)	
	2017年	4月 社長葛畑真一が滋賀県室内装飾事業協同組合理事に就任 7月 社長葛畑真一が(一社)クロス事業協会代表理事に就任 9月 パート事務員採用	
《今後の予定》			
将来	2017～	若い施工技術者の育成 見積り・経理担当者の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社施工力の拡充に努める。</li> <li>経営管理担当者の業務環境整備</li> </ul>

### (※)寝具の出張乾燥・殺菌事業とは？

寝具(ふとん等)の乾燥・殺菌設備を備えた車両を導入し、同車両で顧客のもとに行き、現地で寝具の乾燥・殺菌サービスを提供する。



<2012年に新たに導入した寝具乾燥・殺菌車>



<2008年に取得した建設業許可票>

寝具乾燥・殺菌車の外装に壁紙の可能性を知って頂くために木目調の輸入壁紙を使用しました。

### 3. 事業概要

#### (2) 事業内容

(※売上比率は、H29年9月期の実績です)

事業名 (製品・サービス名)	特徴	主要顧客(現状) とターゲット顧客 (将来)	売上 比率
①クロス・床工事業 ・天井・壁：クロス貼、デコラ ティブフィルム貼 ・床：クッションフロアー、カー ペット、塩ビタイル貼	・資格取得者の指導の下、高品質・短納 期施工 ・施工難易度の高い素材(和紙や輸入 壁紙等)の施工に注力	・地元工務店、一般顧客、 大手ハウスメーカー、 リフォーム専門店、企業 ・将来は直接受注顧客 を増やしたい	79%



<①自社施工のアクセントクロス貼りの完工写真>



<①自社施工のクロス貼りの完工写真>  
(木目模様のクロスと白色系クロス)

②窓・カーテン事業 ・オーダーカーテン・ブラインド等の製作・施工 ・ガラスフィルム施工	・インテリア性に優れた、カーテン・ブラインドを企画・提案・施工	・地元工務店、一般顧客、 大手ハウスメーカー、 リフォーム専門店、企業 ・将来は直接受注顧客 を増やしたい	10%
③襖・畳事業 ・襖の新調・表替え ・畳の新調・表替え	・襖の張替えは自社施工(畳は外注) ・クロス工事とともにトータル受注可能	・地元工務店、一般顧客、 リフォーム専門店、企業 ・将来は直接受注顧客 を増やしたい	1.5%



<②自社施工のブラインド工事完工写真> <③襖は自社施工、畳は外注の完工写真> <④(イ) 自社施工の椅子の張替えの完工写真>

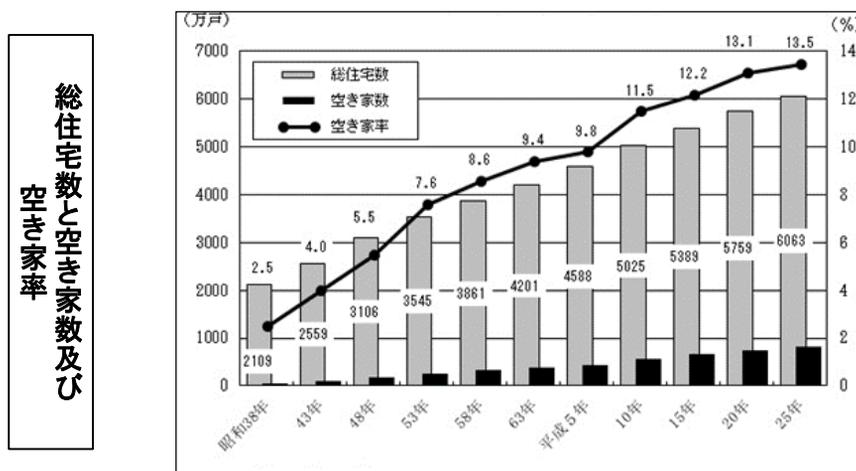
④その他事業 (イ)オーダー家具製作、椅子 の張替え、塗装、美装 (ロ)寝具の出張乾燥・殺菌事 業	(イ)お客様のニーズに合わせ、クロス 工事とともにコーディネートできます。  (ロ)寝具等を大量に使用する施設等に 適しています。	(イ)一般顧客、リフォー ム専門店、企業  (ロ)老人福祉施設・企業 施設等	9.5% (イ)+(ロ) の合計値
---	---	--	-------------------------

## 4. 市場環境

### (1) 総住宅数の推移

総務省の「住宅・土地統計調査」によると、日本の総住宅数は6063万戸(平成25年10月1日現在)となっています。そのうち空き家は819万戸あり、総住宅数に占める空き家の割合は13.5%と過去最高の割合に達しています。これは平成20年の前回調査に比べて、総住宅数は304万戸の増加、空き家63万戸の増加、空き家の割合は0.4%の増加となっています。

日本は今後しばらくは人口減少が続くと見込まれており、一人世帯が増加するとしても、大幅な総世帯数の増加はないとみられています。ということは、現在の空き家率が大幅に減少することは見込まれず、住宅数の過剰状態はしばらくは続くと考えられます。



出典:「平成25年住宅・土地統計調査(速報集計)」総務省 平成26年7月

### (2) 増改築・リフォームの状況

総務省の同調査では、持ち家の増改築の有無についても調べています。その結果は次表のようになっています。

#### 持ち家の増改築の状況

	平成15年調査	平成20年調査	平成25年調査
過去5年間に増改築を行った家	340万戸	799万戸	926万戸
持ち家に対する比率	11.9%	26.3%	28.7%

### (3) 増改築・リフォームの今後の見通し

あくまでも推測ですが、上掲のグラフから読み取れますように総住宅数は過剰状態であり、今後は新築よりも増改築・リフォーム需要が増加すると推定されます。また、上掲の表にも表れていますように、平成10年～平成15年間と平成15年～平成20年間及び平成20年～平成25年間の増改築の実績にもそのことは顕著に表れています。

このことは、将来リフォームに伴う内装工事の需要増加が見込まれ、当社にとっても商機と推測されます。(※上記の(1)と(2)は日経住宅サーチのHPからの要点の引用で、(3)は筆者の推測です。)

### (4) 守山・草津・栗東市の人口推移

右の表は平成27年の国勢調査による滋賀県の人口増加数の上位5市の数値です。当社の重点商圏である守山・草津・栗東各市は増加数でも1, 3, 4位を占め、増加率では滋賀県の上位3位までを独占しています。

このことより、重点商圏において人口面からは内装工事需要は十分見込まれると推測されます。

#### 【守山・草津・栗東市の人口推移】平成22年比

順位	市名	増加数(人)	増加率(%)
1	草津市	6,453	4.93
2	大津市	3,338	0.99
3	守山市	3,277	4.28
4	栗東市	3,109	4.88
5	彦根市	1,663	1.48

## 5. これまでの事業展開

### (1) 過去の経営方針

#### 【創業期】

##### 親切・丁寧な施工をする

携わる現場を親切・丁寧に施工をする事で顧客に満足してもらい、そのお客様からの紹介を得られる様に心掛けました。このことの積み重ねにより、徐々に顧客の信頼を得るとともに、顧客の増加に結びついてきました。

#### 【成長期】

##### お客様満足の追求 技術力の向上

親切・丁寧な施工に加えて、更に施工マナーの向上や施工後の清掃の徹底等に努めお客様に安心して仕事を任せて頂けるよう心掛けました。品質面からのお客様満足のために技術力の向上にも取り組みました。具体的には表装技能士資格をはじめとする各種資格の取得に努めました。

この高い技術力に裏付けられた良質な施工により、顧客満足と信頼を目指しました。

### (2) 事業実績

最近資格取得者指導の下、信頼できる高い技能を持った協力業者が施工しています。下記の写真は最近の施工実績です。

#### ①クロス・床工事(以下に掲載の写真はほぼ和室リフォーム工事の写真です)



<施工前>



<施工中>



<完成>



<施工前>



<完成>

## 5. これまでの事業展開

### ②窓・カーテン工事



<吹抜け部のカーテン:新設物件>



<スタイルカーテン>

### ③襖・畳リニューアル工事



<施工前>



<完成>

### ④その他工事



<施工前>

(手摺ダイノックシート貼り工事)



<施工後>

(手摺ダイノックシート貼り工事)



<オーダー家具>

## 6. 自社の強み・優位性（知的資産）

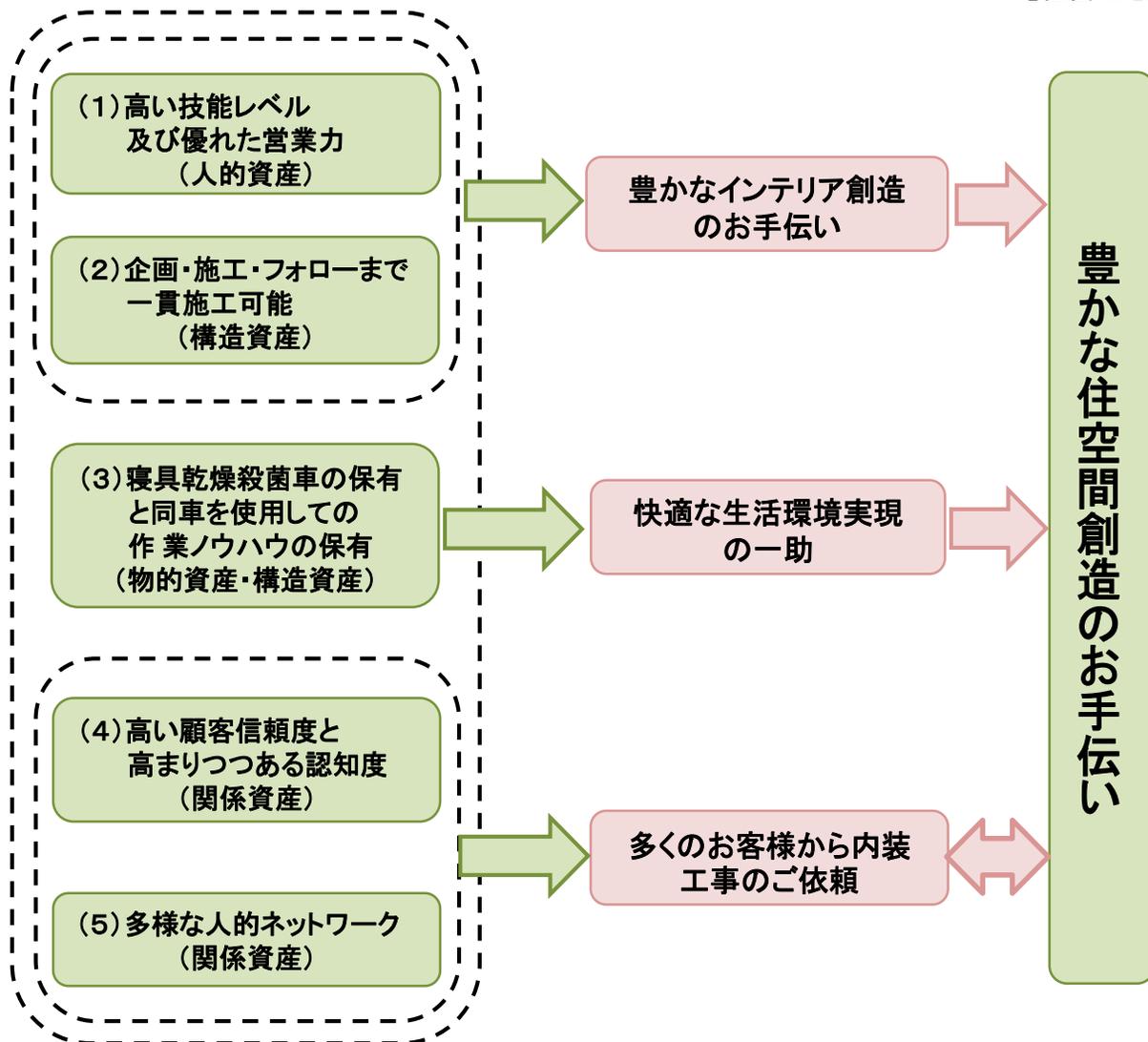
内装業一筋の30年余の業歴や、内装資材メーカーでの勤務経験等より蓄積された当社の主な知的資産は次の5項目です。

これらを活用・連携させて経営理念の「豊かな住空間の創造のお手伝い」に努めて来ました。これからも、これらの知的資産を更に強化・発展させ、より豊かな住空間の創造に努めます。これらの知的資産については次ページで詳述します。

人的資産・構造資産・関係資産の説明については当ページ下部に記載しています。

### 【当社の主な知的資産】

### 【経営理念】



知的資産の3分類

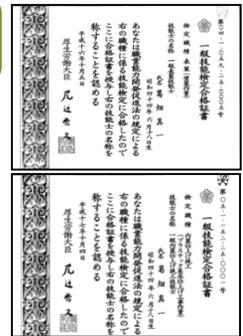
人的資産	従業員が退職時に一緒に持ち出す資産
例)	イノベーション能力、想像力、ノウハウ、経験、柔軟性、学習能力、モチベーション等
構造資産	従業員の退職時に企業内に残留する資産
例)	組織の柔軟性、データベース、文化、システム、手続き、文書サービス等
関係資産	企業の対外的関係に付随したすべての資産
例)	イメージ、顧客ロイヤリティ、顧客満足度、供給業者との関係、金融機関への交渉力等



## 6. 自社の強み・優位性（知的資産）

### (1) 高い技能レベル及び優れた営業力（人的資産）

- ・クロス貼りの技能レベルを客観的に表すものとして、表装技能士の資格があります。当社では技能レベルの向上を目指し、同資格をはじめ各種関係資格の取得を進め、社長を筆頭に資格を所有しています。（右は資格証書の一部。）
- ・成長期に入った1995年頃より、良質な仕事の施工を経営目標に掲げ、同資格取得を推進してきました。クロス貼りは当社の主要業務であり、その業務に活用しています。
- ・当社の営業担当者は、内装全般の知識・施工経験ともに豊富でかつ接客の評判も良く、優れた営業力を具備していると思います。



### (2) 企画・施工・フォローまで一貫施工可能（構造資産）

- ・企画・フォローは当社で行い、施工は資格取得者指導の下、信頼できる高い技能を持った協力業者が行います。仕様・施工・フォロー全体の責任につきましては、当然当社が責任を持ちます。
- ・特にフォローについては、顧客から相談された他社施工分の顧客の不満に対しても、真摯に耳を傾け助言したり時には改善工事にも応じたりしています。これらのことも顧客の高い信頼度に繋がっていると思われまます。

### (3) 寝具乾燥殺菌車の保有（物的資産）と同車を使用しての作業ノウハウの保有（構造資産）

・公共の宿泊施設や企業の宿泊施設の当事者から短時間での“寝具（特にふとん）の乾燥殺菌”の要望を多々聞いて来ました。その要望に応えるべく、当社では“寝具乾燥殺菌車”を導入しました。当車は現地に出向き一日で大量の寝具類の乾燥殺菌が可能であり老人施設等から重宝がって頂いています。

導入後4年余を経過し、同作業車を使用しての作業ノウハウの蓄積もできてきました。内装工事受注拡大への波及効果も考えられますが、それよりも**快適な生活環境実現の一助**になればと考えています。

将来は老人施設等での需要拡大を見込んでいます。



<寝具乾燥殺菌車での乾燥殺菌の状況>

### (4) 高い顧客信頼度と高まりつつある認知度（関係資産）

- ・今までの経営方針（丁寧で良質な仕事の施工）の実践により、顧客の信頼度が高いと確信しています。また、その良質な仕事より、一般顧客からのリピート受注や紹介事案も増加しつつあります。
- ・具体的には、2017年9月期の新規に受注しました顧客約30件中70%が既存のお客様からの紹介によるものです。
- ・良質な仕事と相まって地元ネットワークの広がり等もあり、地元での認知度も高まりつつあります。

### (5) 多様な人的ネットワーク（関係資産）



- ・社長が積極的に同業組合や対外活動に参加していることもあり、多方面に人的ネットワークが構築されています。
  - 例：・一般社団法人クロス事業協会（同業界若手有志の集まり）関係者
    - ・滋賀県室内装飾技能士会関係者
    - ・滋賀県中小企業家同友会関係者
    - ・商工会議所関係者等
- （左の写真は葛畑社長（一番手前）が同業組合の若手職人に表装技術について指導している場面）

# 7. これからの事業展開

## (1) クロスSWOT分析

① クロスSWOT分析より導き出される戦略Ⅰ～Ⅳ

【(株)クズハタ装飾 クロスSWOT分析】

<div style="text-align: center;">内部環境</div> <div style="text-align: center;">外部環境</div>		《強み》	《弱み》
		<b>【人的資産】</b> ① 社長・会長とも施工ノウハウ・経験・高い技術力を持っている。そのため、質の高い仕事ができる。(マナー・技術ともに高い) ② 新社長は年も若く、かつ大手内装資材メーカーでの勤務経験があり、図面の見方・見積り法・施工法等を習得している。かつ営業力も優れている。 ③ その勤務経験で、カーテン関連の仕事にも多く従事し、カーテン関係のノウハウを保有している。 <b>【構造資産】</b> ④ トータル一貫施工ができる。(営業・企画・施工・アフター) ⑤ 寝具乾燥殺菌車の保有(物的資産)及び同車を使用しているの現地施工ノウハウの保有 ⑥ IT(フェイスブック等)を活用した情報発信力がある。 <b>【関係資産】</b> ⑦ 新社長は、同業若手経営者の集まり(クロス会)や中小企業家同友会等でも活発に活動し、人的ネットワークが広がりがつある。 ⑧ 質の高い仕事・確実かつ真摯なアフターの実績より顧客の信頼度が高い。 ⑨ 上記⑥～⑧等より地元での認知度高まりつつある。 ⑩ 優良外注協力会社ネットワークが確立できている。	<b>【人的資産】</b> ① 施工重視で経営管理面等が手薄である。(それらの人材不足) <b>【構造資産】</b> ② 最近その比率が下がってきたとはいえ、下請け比率が約80%と高い。(下請けは、低利益率・限定された納期等経営圧迫要因。) ③ 小口受注が多い。 ④ 社内教育体制が整備されていない。 ⑤ 手が回らず(事務担当者不在が主要因)、見積り遅れや打ち合わせ不参加等が時々あり、それが失注につながっている。 <b>【関係資産】</b>
≡ 機会 ≡ ≡ 脅威 ≡	<b>【マクロ環境】</b> ① 高齢化兼核家族化傾向である。 ② IT化の進展(脅威でもある) <b>【ミクロ環境】</b> ① 商圏の守山市・栗東市等は人口増加市である。 ② リフォーム・リノベーションが増加傾向 ③ 高齢化に伴い、バリアフリー等の改装工事が増加傾向 ④ 震災後省エネ意識が高まってきている。(二重窓、遮熱フィルム等に対するニーズの高まり) ⑤ 廃業する同業者多い	強みを活かし、機会をものにする戦略(方法).....戦略Ⅰ	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
	<b>【マクロ環境】</b> ① IT化の進展(機会でもある) <b>【ミクロ環境】</b> ② 大手安売り店の進出(単価下落) ③ 他業種からの進出(家電量販店等) ④ 仕事に波がある。 ⑤ 職人不足(特に若手)	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	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を総合してクロスSWOT分析より導き出される将来戦略を次のようにする

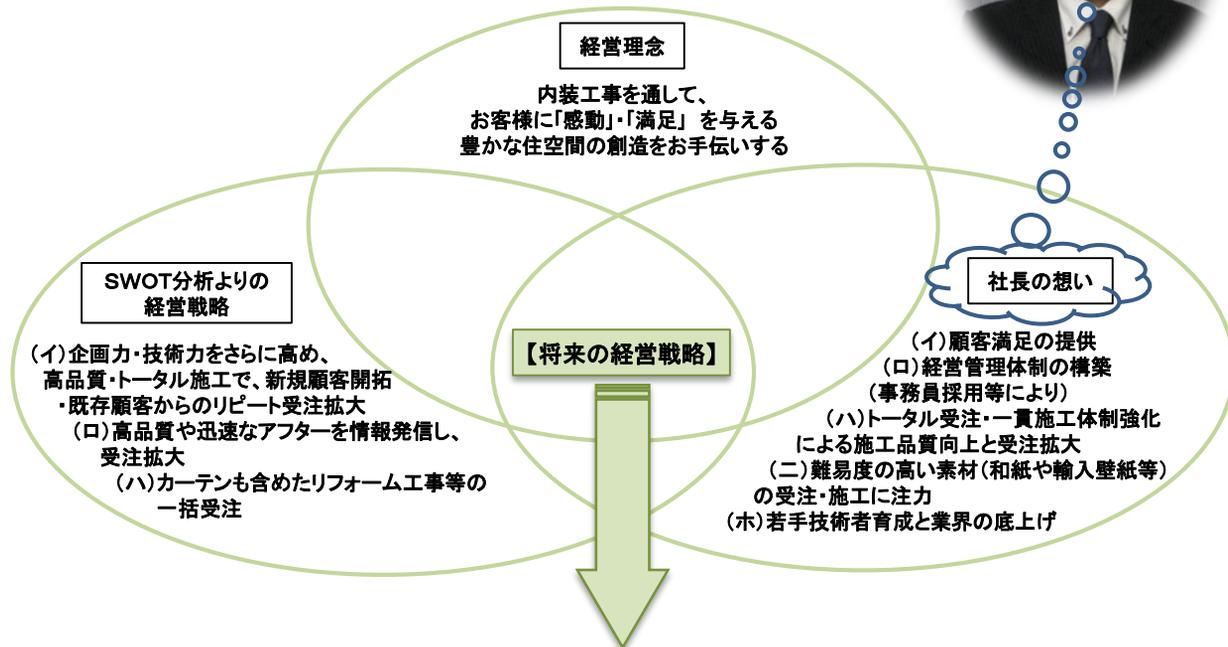
- (イ) 企画力・技術力をさらに高め、高品質・トータル施工で、新規顧客開拓・既存顧客からのリピート受注拡大
- (ロ) 高品質や迅速なアフターを情報発信し、受注拡大
- (ハ) カーテンも含めたリフォーム工事等の一括受注

# 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。



- (イ) 経営基盤の強化(経営管理体制の構築・若手技能者の育成等により)  
(ロ) トータル受注・一貫施工により売り上げの増大・施工品質の向上  
(ハ) 難易度の高い素材の使用技術・ノウハウを高め高付加価値化・差別化を図る  
(ニ) これらの戦略実現により売上拡大

### ② 将来の経営戦略を実現するための 重要成功要因

- ◆ トータル受注・一貫施工体制の強化
- ◆ 技術力の向上  
(特に難易度の高い素材の施工技術)
- ◆ 経営管理力の向上
- ◆ 新規顧客の開拓
- ◆ 既存顧客からのリピート受注拡大

### 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

- ◆ カーテン関係の営業力・技術力強化
- ◆ 既存外注協力会社ネットワークの  
更なる関係強化
- ◆ 若手技術者の育成 1名
- ◆ 難易度の高い素材使用技術習得
- ◆ 見積もり・経理担当者の育成 1名  
(経営管理担当者の業務環境整備)
- ◆ (既存強みの信頼度・認知度を活かす)
- ◆ 顧客管理システムの活用

“重要成功要因”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で、重点管理項目と言えます。

## 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

#### 【 第三次3カ年計画 】

KPI	現状 (平成28年9月期時点)	達成状況 (平成29年9月期実績)	将来 (平成31年9月期時点)
売上高	1(現状値を1する)	1.28	1.3
事業(売上)比率	クロス・フローア : 71% 特殊商材クロス : 10%(※) 窓・カーテン : 8% 襖・畳 : 1% その他 : 10%	クロス・フローア : 63% 特殊商材クロス : 16% 窓・カーテン : 10% 襖・畳 : 1.5% その他 : 9.5%	クロス・フローア : 61% 特殊商材クロス : 18% 窓・カーテン : 10% 襖・畳 : 1% その他 : 10%
社員の育成	技術者・経理担当者 各0名	技術者採用 : 未完 経理担当者採用: 1名	技術者・経理担当者 各1名

#### 【 H29年9月期時点の達成状況の点検 】

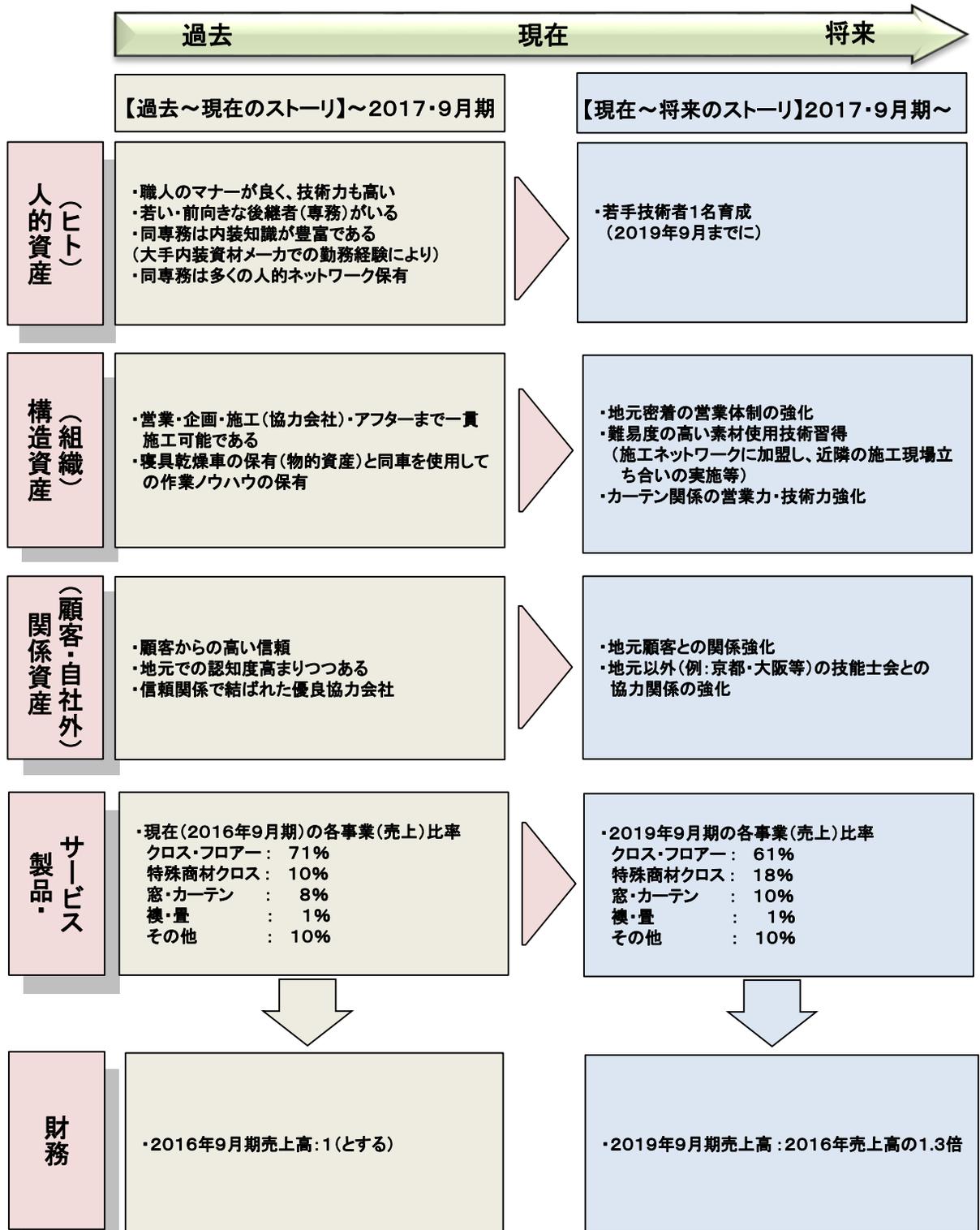
- ①売上高 : 営業担当者が営業に専念できたため(経理業務から解放)、営業に注力し新築戸建て受注が増加し売り上げ増につながった。
- ②事業(売上)比率: 新築戸建て受注時、特殊商材を推奨した結果特殊商材比率アップした。(利益率アップにつながった)
- ③社員の育成 : 経理担当者採用により社内業務の効率化が図れた。できた時間を若手技術者の育成にあてたい。



【当社がトータル受注増加のため育成しようと尽力している「窓・カーテン」の施工図】

# 8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ

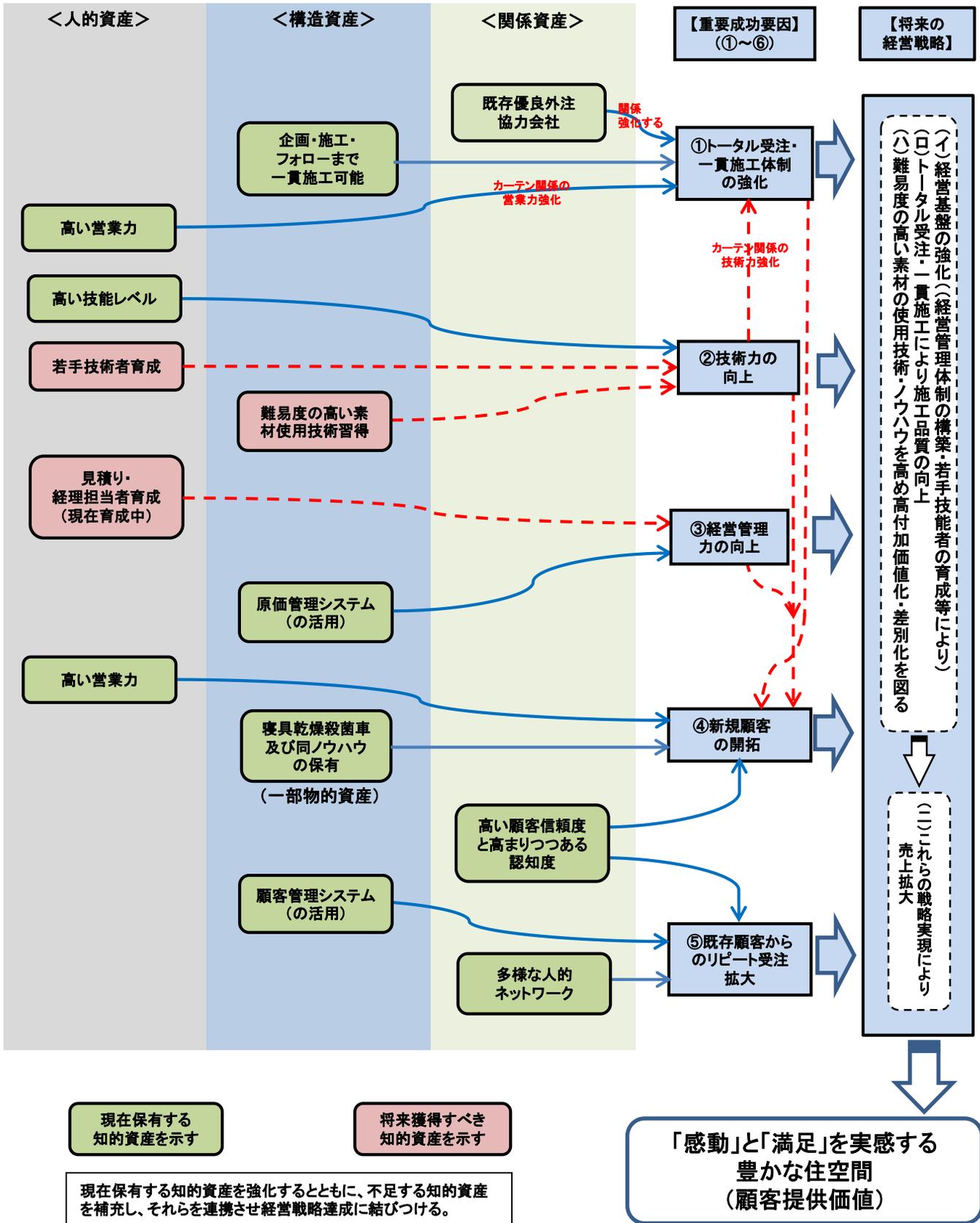
## (1) 価値創造ストーリー



左側が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としての財務状況を示しています。右側は将来獲得・補強したい知的資産で、それらを活用・連携(既存知的資産と)させて提供したい製品・サービスとその成果として達成したい財務状況を示しています。

# 8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ

## (2) 知的資産活用マップ



## 9. 会社概要

会社名	株式会社クズハタ装飾
創立	1984年 4月
会社所在地	〒524-0012 滋賀県守山市播磨田町1661-19 TEL:077-582-4376 FAX:077-582-5356 メールアドレス:kuzuhatasousyoku@iris.eonet.ne.jp
代表取締役	葛畑 真一
資本金	3百万円
従業員	4名
事業内容	カーテン・カーペット・クロス・床工事 障子・ふすま貼換・別注家具・リフォーム工事 寝具乾燥殺菌事業
ホームページ	<a href="http://www.kuzuhatasousyoku.com">http://www.kuzuhatasousyoku.com</a>



<作業用兼営業用車両>



<当社が現在取り組み始め、将来も注力しようと思っています特殊商材の施工例です。>

- ① : 輸入壁紙を襖に施工した写真
- ② : 白いドイツ製壁紙のコバウと掲示板用コルクシート施工写真
- ③ : トラックに貼った輸入壁紙

# 10. 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。経済産業省から平成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、当社の判断にて掲載しています。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

株式会社クズハタ装飾  
代表取締役 葛畑 真一

## (4) 作成支援者

● 中小企業支援地域プラットフォーム: 近畿中小企業専門家相談センター  
(代表機関: (株)エフアンドエム)

● 中小企業診断士: 菊田 俱光、

登録: 中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業登録派遣専門家

## (5) お問い合わせ先

株式会社クズハタ装飾  
〒524-0012  
滋賀県守山市播磨田町1661-19  
TEL: 077-582-4376  
FAX: 077-582-5356  
メールアドレス: kuzuhatasousyoku@iris.eonet.ne.jp

## (6) 発行

2017年10月



<アクセス図>