

知的資産経営報告書2012

～日本人の感性を大切にする企業～

KIYOHARA

株式会社 清原

1. 社長から皆様へ	P2
2. 経営哲学	P3
◇経営理念について	P3
◇合言葉について	P3
3. 経営方針	P4
4. 事業内容	P5
◇商品カテゴリーのご案内	P5
◇地域産業資源活用事業計画に認定された商品のご紹介	P10
◇自社ブランド『和奏』のご紹介	P11
◇業務フロー	P13
5. 過去から現在の事業活動	P15
◇沿革	P15
◇知的資産を構築するまで	P16
◇財務実績	P19
6. 当社の知的資産	
知的資産マップ	P20
知的資産①ものづくり支える企業文化	P21
知的資産②個々の取り組みが生み出す市場ニーズを具現化する活動力	P24
知的資産③顧客の要望を超えることで培われてきた信用力	P26
知的資産④商品化を支えるネットワーク力	P28
7. 現在から未来の事業活動	P31
◇当社のビジョン	P31
◇当社の事業方向性	P31
◇3年後に保有すべき知的資産	P31
◇課題	P31
◇解決策	P31
◇財務計画	P32
8. 会社概要	P33
◇メディア掲載情報	P33
◇会社情報	P35
9. 問い合わせ先	P36



当社は創業以来一貫して「Made in Japan」にこだわってまいりました。日本独特な「ふくさ」を中心に「和」の香りのする生活雑貨を生産してまいりました。特に「ふくさ」については、国内トップシェアを目指し、年々その生産技術や能力、さらにデザイン性についてコツコツとそれらのレベルアップに努めてきました。



代表取締役社長 清原 健

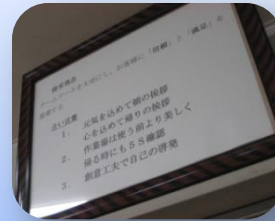
たとえば「ふくさ」は、表と裏を縫い合わせる単純な製法技術でできているように思われがちですが、そこには裏地をできるだけ均等に「控える」という、微妙で高度な薄物独特の縫製技術が要求されるのです。その技術と量産できるシステムの構築に長年試行錯誤を重ね、技術者の育成に努めてまいりました。ここに至ってやっとその成果が出、トップシェアの生産量を維持できると自負しております。

一方、時代の変化は簡単に「伝統」を破壊していきます。そこに「革新」がなければ「良い伝統」は守れません。当社も平成16年に中小企業経営革新計画の承認を得、平成18年には当社専務を中心にして、滋賀県の「市場化ステージ支援事業補助金」を活用し、商品のデザイン開発に取り組みました。また、平成21年には中小企業地域資源活用促進法に基づく「地域産業資源活用事業計画」の認定も受けることができ、「ハニカム構造」のカード入れを中心とした、新しい和雑貨に挑戦してきました。さらに同年6月には、当社ブランドマネージャーを中心として商品企画プロジェクトチームも発足させ、自社ブランド「和奏（わかな）」を立ち上げました。今後は、従来の商品だけにこだわる事なく、広く「包む（つつむ）」というコンセプトから日本人の「心」を包むという大きなテーマに取り組むことにより、視野を広げ、商品の中を広げたいと思います。その事が「和奏」ブランドの浸透に繋がっていくと考えてます。

「継続は力なり」と申します。企業は存続してこそ、その社会的使命が果たせるものだと確信し、次世代にスムーズに継承したいと考えます。「小さくてもキラリと光る会社」そんな会社を目指して、これからも社員一同精進し、「Made in Japan」の良さを発信してまいります。どうぞご支援下さいますよう、お願いいたします。

経営理念

チームワークを大切にし、
お客様に「信頼」と「満足」を提案する



合言葉

1. 元気を込めて朝の挨拶
心をこめて帰りの挨拶



2. 作業場は使う前より美しく
帰るときにも5S確認



3. 創意工夫で自己の啓発



1

社員一人ひとりの創意工夫により、企画力と技術力を高め
高付加価値を追求する。



2

5Sの推進と徹底により、品質向上に努め、無駄のない職場作り
に努力する。



3

「和」の特徴を活かし、生活の中に「いやし」と「やすらぎ」を
提案する。



社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

私たち「株式会社 清原」は、古き良き日本の伝統文化を活かしながら、「新しい日本らしさ」を感じていただける商品を創りたいと考えております。また、日本人の感性を大切にするため、「MADE IN JAPAN」にこだわり、和の伝統と現在のカタチを融合させ、その美意識と今の生活感が織りなす「ライフスタイル」をご提案いたします。具体的な商品カテゴリーは、以下の6つです。

①ふくさ（袱紗）：冠婚葬祭にて金品をお渡しする際、それを大切に包むための小物、②念珠袋：数珠を大切に保管・持ち運ぶための小袋、③のれん（暖簾）、④名物裂：上品で格式高い生地、⑤別注・記念品、⑥カードケース：カード挿入部が便利な「ハニカム構造」になっているカード入れなどです。

①袱紗（ふくさ）

お祝い事やお悔やみの際、金品をそのまま届けるのではなく、「ふくさ」に包むことによって贈る相手への想いを伝えるという文化があります。この「ふくさ」と「漆盆」を1つに組み合わせたものが「台付ふくさ」で、より簡便に使っていただけるように、二つ折りになっているタイプのものが「金封ふくさ」です。当社では、様々の袱紗を用意することで、お客様の要望にお応え致します。

<日本トップクラスの生産高を誇る商品ラインナップ>



台付袱紗
(漆盆のついた風呂敷状の袱紗)



金封袱紗
(金品を挟みこめる袋のついた袱紗)



金封袱紗慶弔セット



金封袱紗
(綴織)



刺繍入り金封袱紗



ソフト金封袱紗



リバーシブル慶弔袱紗



裕せ袱紗



西陣織金封袱紗

②念珠袋

大切な念珠・数珠の携帯、保管にとっても便利な「念珠袋」を、デザイン・機能性・素材にこだわり、新しいテイストでそろえております。＊念珠は商品に含まれませんのでご注意ください。

<商品ラインナップ>



刺繍入念珠袋



念珠入付き金封ふくさ



麻念珠袋



房カバー付念珠袋



表装裂念珠袋



正絹念珠袋

③のれん（暖簾）

和の空間を利用して、季節の移り変わりを楽しむ「のれん」。素材・デザインとも豊富に揃えております。またオーダーメイドも対応可能です。

<商品ラインナップ>



アップリケのれん



アップリケのれん



手描のれん

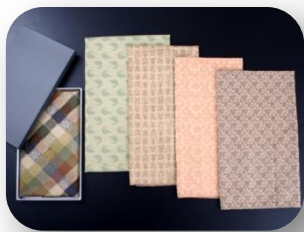


麻のれん

④名物裂（めいぶつぎれ）

茶の湯の世界でもおなじみの高級生地である「名物裂（めいぶつぎれ）」。
その多くは縁起物や力強い文様が用いられています。上品で格式高いシリーズです。

<商品ラインナップ>



名物裂風呂敷



名物裂



名物裂金封袱紗



名物裂台付袱紗



名物裂念珠袋

⑤別注・記念品

弊社ではふくさにお名前や文字、紋を入れることができます。ここ数年ではご卒業記念の贈り物として、ふくさが重宝されています。各種記念品におすすめです。お気軽にご相談下さい。

<商品ラインナップ>



卒業記念品



名入れ



叙勲記念品



記念品



記念品

⑥カードケース

ハニカム構造とは？

蜂の巣の構造のことをいい、ポケット部にこの構造を取り入れることにより、頻繁なカードの出し入れにも耐えられる収納力が可能となりました。

日常における「美しいカード収納」をテーマに、ユニバーサルデザインの概念に基づいて、たくさんのカードを「整理しやすく」・「判別しやすく」・「取り出しやすく」した特徴のあるカードケースです。

<商品ラインナップ>



ジャ薔薇ハニカム20



カード入れハニカム20



カード入れハニカム20刺繍入り



カード入れハニカム10



カード入ジャ薔薇ハニカム10



カード入ハニカム名物裂



経営革新事例

開発テーマ：伝統技術（織り・染め・縫製技術）を活かした日常生活に便利な繊維製品の開発

平成15年滋賀県立大学印南比呂志先生と共同開発で「ユニバーサルデザインカード入れ」を商品化し、滋賀県より経営革新計画の承認を受けました。

⑥カードケース



【和奏 カードケースハニカム10】

伝統柄を現代風にアレンジした新ブランド「和奏」のデザインを採用し、主に20歳代～30歳代後半の「若い女性」をターゲットに。

【西陣織 ハニカム カードケース】

京都・西陣の伝統産業であり、主に帯地に利用される「西陣織」のハニカム構造式カードケース。



【カードケース ハニカム3】

ハニカム構造のポケットが3つのカードケース。京都「美山アクティブバス」の会員証として採用される。パスケースとしても便利。

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

地域資源活用事業計画認定商品

現在、当社が意匠登録したハニカム構造にユニバーサルデザインを施した商品の開発に取り組んでいます。具体的な商品ラインナップとしては、以下の写真にあるようなハニカム構造のカード入れ（試作品）や「和」のデザインを基調とした在宅用カード入れ、アクセサリケース、はがき入れなどです。



（試作品：ハニカム構造の皮革）



（試作品：ハニカム構造の正絹カード入れ）



地域産業資源活用事例

平成21年7月 地域資源である布帛（ふはく）・ニット縫製品を活用した画期的な新商品として、経済産業省から地域産業資源活用事業計画の認定を受けました。

また地域資源を活用して新商品の開発に取り組み、地域ブランドの強化や地域経済の活性化を図るために創設された「しが新事業応援ファンド助成金」に平成24年4月に採択され、ふくさの縫製技術を活かした「『包む』小物入れの開発」に注力しています。

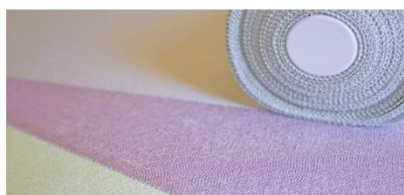
『和奏』コンセプト



心を包み、想いを贈る。 和を奏でるモノづくり。

和奏は「ふくさ」から生まれたブランドです。
ふくさの語源である「ふくさめる」とは、
ふんわりとやわらかく包む、ということ。
日本人のやさしさや思いやりの気遣いに育まれた袱紗（ふくさ）の文化。和奏は『ふくさめる』ことで暮らしをゆたかに
楽しく彩りたいと願っています。

Made in Japan 湖の国から発信するものづくり



琵琶湖を中心として、東西南北それぞれに文化や歴史が生きている湖の国、滋賀。
古き良きもの、ものづくりにおける確かな技術に、新しい感性を織り交ぜて次世代につなげて
いきたい。多くの人がそんな想いでものづくりに取り組んでいます。
中でも、まんまんと水をたたえる日本最大の湖、琵琶湖が生み出す湿潤な自然環境があること
から、絹ちりめん、麻ちぢみ、綿クレープなどの天然素材の強撚糸つかいを特色とする織物産
地として知られている滋賀。
私たちも「袱紗」を通じて、湖の国の風景や文化、素材が感じられるものをお客さまの手に届
けられたら、と考えています。

①カードケース



②デジカメ袱紗



社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

③旅ぶくろ



④ブックカバー



⑤守山 てぬぐい



展示会



2010年6月18日、築180年の町家で楽しむ和雑貨をテーマとして滋賀県近江八幡市の天籟宮で新ブランド和奏の単独展示会を開催。

2012年10月18日～21日に、東京の代官山鳶屋にてNPO法人メイド・イン・ジャパン・プロジェクト主催「NIPPON SAN」に「和奏」として出展し、新商品「筆ふくさ」を初披露しました。

コラボ商品

【カードケースハニカムシリーズ コラボレーション商品の展開】

平成23年7月から、和雑貨ブランド「M-HERO」（株式会社ストリートベンダー・京都市）とのコラボレーション商品として、「西陣織『金襴』カードケースハニカムシリーズ」を発売。

またオリジナルの特注品としての要望も増え、平成22年12月にキルト作家である黒羽氏デザインのハニカムカードケースを約700個受注しました。

平成23年8月には西陣織「瀬川織物（京都市）」との数量限定ハニカムカードケースを販売（400個）。
同じ時期には京都市の観光団体「京都ホイール倶楽部」の企画である「美山アクティブバス」入会者への会員証として、新商品「カードケースハニカム3ポケット」が採用され、8月～9月にかけて2,000個生産・納品しました。

このように、同業界・異業種問わず「カードケースハニカムシリーズ」が展開されており、新たな販路を着実に開拓しています。



コラボ商品



「利休より伝わる大津袋と近江手造り和ろうそく」

滋賀の湖西、近江今津で心を包みこんでくれるような本物の灯りを作られている近江手造り和ろうそく大與様。大與様ではろうそくの燭台を地元の作家さんと一緒に作られているものがあります。そのひとつひとつ丁寧につくられたガラスの燭台を包む大津袋を制作させていただきました。



「子どもを想う心を包む-母子手帖ふくさ」

京都の上桂にある身原病院さま。こちらの産院の記念品として『母子手帳ふくさ』をつくらせていただきました。中には母子手帳2冊が入ります。この写真のように小さいノートや懐紙も入る大きさ。診察券や保険書を入れておくポケットもあります。



「熊野化粧筆を包む」

毎日「しなければならぬ」メイクをもっと大切な時間に思えたら。化粧品だけでなくそれを施すための広島県の地域資源でもある熊野の化粧筆と出逢いました。ほんものの道具を使うよろこびと、つくり手の想いを袱紗に包んでお届けできればと、広島県の筆の産地「熊野」を訪れたり作っている工程を見ながら「筆ふくさ」の商品企画がはじまりました。



「日本酒を包む」

マーケティングにおける絵と字に関わるすべてこと、AtoZをコンサルティングする会社「えとじや」様。ご縁があって間もない2012年10月に3周年を迎えられた折に創立記念品製作のお手伝いをさせていただきました。イタリア製の素敵な瓶に「えとじや」と同じ年数の3年経った日本酒を詰め込んだボトルを和奏の「日本酒包み」で包ませていただきました。

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

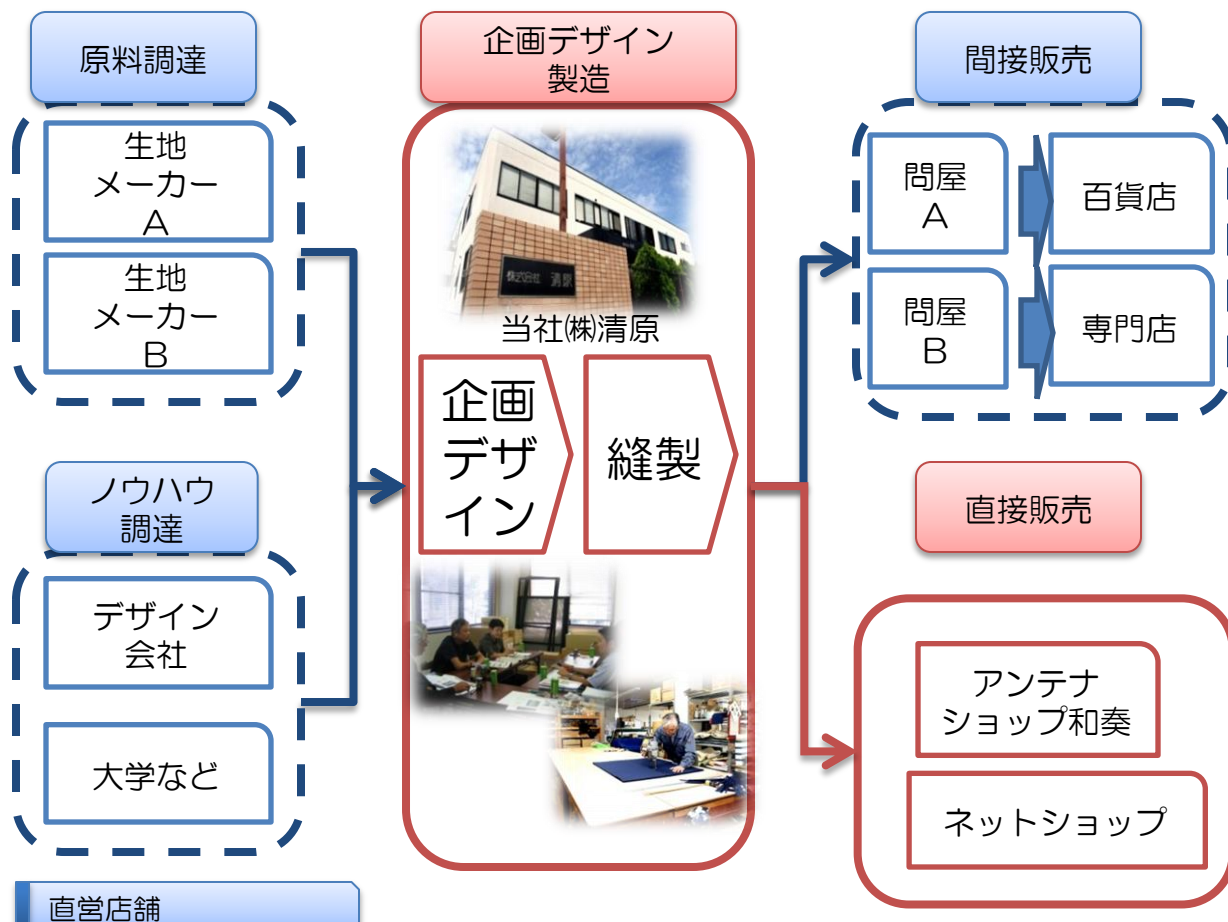
会社概要

問い合わせ先

当社は、複数の生地メーカーから原材料を調達し、自社で企画と縫製を行い商品を製造しています。商品によっては、デザイン面、マーケティング面などで異業種ネットワークの協力を得ることで、商品の市場化を目指すこともあります。販売方法は、大きく2つに分かれ、問屋経由で百貨店、専門店などに販売する経路と、守山市内にある直営店「和奏」で販売を行う経路があります。以下に当社の業務フローを簡単に示します。

当社の業務フロー

当社の業務
当社以外の業務



直営店舗



和奏
コンセプトショップ

滋賀県守山市・旧中山道沿いにある自社ブランド「和奏」コンセプトショップです。「大切なものを『包む』」小物入れを中心に、ふくさの縫製技術を活かした商品を展示販売しています。

【住所】滋賀県守山市守山1-8-7

TEL&FAX 077-582-7580

<http://wa-kana.com/>

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

	出来事
昭和43年4月	創業者・清原三郎、縫製加工業を主に「清原商店」として創業
昭和48年～	加工業からオリジナル商品を中心とした事業内容に変更
昭和54年4月	資本金1,250万円で「株式会社 清原商店」設立
昭和58年10月	滋賀県守山市今宿町288-12に本社新築移転
昭和61年4月	社名を「株式会社 清原」に変更
平成元年7月	清原健、代表取締役社長に就任
平成9年10月	滋賀県守山市古高町477-15に本社新築移転
平成15年8月～ 平成15年12月	デザインフォーラムSHIGAにおいて、滋賀県立大学印南助教授（現教授）と「ジャバラ構造式カード入れ」を開発・商品化
平成16年2月	産学官連携の成果に贈られる「第1回しがぎん野の花賞」（滋賀銀行主催）を受賞（滋賀県立大学・滋賀県工業技術総合センターとの「UDカード入れの開発」）
平成16年9月	日常における「美しいカード収納」をテーマに、「ハニカム（蜂の巣）構造」を取り入れたカードケースを開発し、経営革新支援法認定
平成17年10月	「第1回淡海ユニバーサルデザイン賞」受賞（ハニカム構造式カードケース）
平成18年6月	本社1Fにショールーム「和風館」開設
平成18年9月～ 平成19年2月	「平成18年度滋賀県市場化ステージ支援事業補助金」に採択され、「ジャパ 初代ダン」をテーマにしたふくさ・グッズを開発
平成19年2月	「第4回しがぎん野の花賞」を受賞（京都造形芸術大学との「新しいふくさ」の開発）
平成20年1月	清原大晶、専務取締役に就任
平成21年7月	地域産業資源活用事業計画に認定（地域資源名：布帛・ニット縫製品）。「自社ブランド『和奏』の確立並びにハニカム構造を活用した服飾雑貨商品の開発・販売」に取り組む
平成22年3月	「NIPPON MONO ICHI ～第5回和のあるくらしのカタチ展～」に出展
平成22年6月	自社ブランド『和奏』を確立。「築180年の町家で楽しむ和雑貨」をテーマとして滋賀県近江八幡市の天籟宮で新ブランド和奏の単独展示会を開催。
平成22年8月	表参道Rinにて開催された「滋賀ほんまもん展」に参加
平成22年9月	「技術・技能」、「経営革新」、「産地・伝統」、「デザイン」等、様々な強みを活かし特色ある活動をしている『関西もの作り中小企業100社』に選定される。
平成22年12月	専務取締役・清原大晶、滋賀県中小企業家同友会定例会にて産学連携や「和奏」の商品開発、今後の展望等を講演。
平成23年3月	「和奏」オンラインショップを開設
平成23年4月	東京駅構内商業施設「e-cute」に「和奏」デビュー
平成23年7月	清原みどり、「和奏ブランドマネージャー」に就任
平成23年9月	和奏カードケースハニカム10 西武百貨店池袋店・渋谷店内の「be my gift」にて期間限定販売
平成24年4月	「しが新事業応援ファンド助成金」に採択。（事業テーマ：「布帛・ニット縫製品（ふくさ）の縫製技術を活かした『包む』小物入れの開発」）
平成24年10月	東京の代官山蔦屋にてNPO法人メイド・イン・ジャパン・プロジェクト主催「NIPPON SAN」に「和奏」として出展し、新商品「筆ふくさ」を初披露。
平成24年10月	専務取締役・清原大晶、事業承継フォーラムにて知的資産経営報告書の活用事例を発表
平成24年12月	「和奏」ブランドサイトの開設

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

創業期

【創業の想い】

昭和43年に先代社長清原三郎氏が縫製加工業を主に清原商店として創業しました。昭和48年には、下請けの加工業から独自のオリジナル商品を中心とした和雑貨製品の企画・製造を手掛けるように事業内容を変更しました。また昭和54年には、更なる事業拡大を目指し資本金1,250万円で株式会社清原商店を設立しました。昭和58年には、さらに生産能力を高めるために守山市今宿に本社を新築移転、昭和61年に社名を株式会社清原に変更しました

KIYOHARA

成長期前期

【供給体制の構築により、袱紗の生産量でトップクラスのメーカーに】

その後、より短期間で商品を生産し、出荷・納品できる体制の構築を目指し、技術力の高い仕入先の開拓に注力するとともに、相互の安定的な取引関係を築くことで、短納期が可能な供給体制を築いてきました。さらに、常に消費者の声に対応した製品を作ることを意識し、得意先との情報交換を定期的に行い、それを商品化できる体制を構築してきました。こうした活動が仕入先・得意先の信頼を獲得することになり、袱紗や念珠袋、のれんなどの和雑貨の受注が増加していきました。特に袱紗においては、生産数量・種類で日本トップクラスのシェアを占めるメーカーとなり、業界内での知名度は向上していきました。

平成元年に現社長である清原健氏が就任してからは、品質の更なる向上を目指しました。当時は中国を中心とする海外企業から安価な商品が大量に国内に入り、業界内でも縫製現場を中国やアジア圏に移転する会社が多くなってきましたが、当社は一貫して「日本製」にこだわり、技術の高い縫製技術者を確保すると同時に育成していくことで、高い品質力の維持と安定化に取り組んできました。

平成9年には、本社を守山市古高町に移転しました。これにより、設備の増強による生産能力の強化を実現でき、商品企画と縫製が一か所で行える体制となりお客様の要望に応じた柔軟な生産が行えるようになりました。さらに、市場環境が厳しさを増したこともあり、お客様から従来にも増して安定した品質の商品を提供するように求められるようになりました。当社では、この課題に対応するため、検針機を導入し、徹底した検品体制を構築しました。

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

【外部パートナーとの連携による新製品の開発】

従来の主力商品である「袱紗」や「念珠袋」だけではなく、より日常生活にマッチした商品づくりを目指し、平成15年に「デザインフォーラムSHIGA」のメンバーで構成される「ユニバーサルデザイン研究会」に参加しました。この研究会にて“万人向けで、見やすく・取り出しやすく・使い易いカード入れ”をテーマに「ユニバーサルデザイン（UD）カード入れ」を滋賀県立大学・印南教授を中心に共同で開発、そしてわずか半年で商品化することに成功し、市場での評価を得ることができました。ここでの成功を足掛かりとして改良を重ねた結果、デザイン性に富んだ商品の開発に成功し、品揃えも広がっていきました。この「カード入れ」の経営革新計画が「平成16年度中小企業経営革新支援法」に認定され、滋賀県より「第1回ユニバーサルデザイン賞」の受賞へと繋がりました。

その後も、積極的に産学連携に取り組んでいきました。平成17年には滋賀県立大学・生活デザイン学科と「現代風袱紗」の商品企画に取り組み、ピンクやパープルといった若い女性向けの色使いが特徴的な「ブライダルふくさ」を商品化しました。さらに平成18年には京都造形芸術大学・藤井教授の指導の下、空間演出デザイン研究センターと共同で「漆樹脂加工の新しい素材を使った和モダンな和雑貨」を企画しました。こうした積極的な産学連携の活動に対し、滋賀銀行より産学官連携奨励賞である「しがぎん野の花賞」を平成16年と平成19年に受賞しました。

平成18年には「滋賀県市場化ステージ支援補助金」に採択され、この補助金を活用して新商品開発に取り組みました。その成果物例として、日本の伝統的デザインを現代風にアレンジしたジャパネスクモダンの袱紗や漆樹脂をプリントしたカード入れなど、素材やデザインにも幅を持たせた新しい商品を開発するに至りました。こうした取組みは、マスコミ各社の目にとまることになり、新聞、雑誌等のメディアでも紹介される機会が増え、「日本製」にこだわった「和」の良さを伝えたいという想いが少しずつ認知されるようになりました。



【企画力、縫製技術を活かした自社ブランド商品の開発】

平成18年に本社1Fにショールーム兼販売スペースである「和風館」を開設しました。併せて、ネットショッピングモールでの販売も開始しました。このように、お客様に直接商品を販売できる態勢を準備していくことで、お客様の意見やニーズを取り入れる機会が増えてきました。

また、商品のデザインや企画にも注力し、東京などへの市場調査を積極的に行うことで、ファッションのトレンドを把握し、その情報を取り入れて商品開発に繋げることも多くなってきました。また社長・専務を中心に、異業種交流会に参加することで、企業家ネットワークを拡げつつ、異業種の新しい発想を自社の商品開発に活かすなど、自社ブランドの強化に繋がる活動を行っています。

そして平成21年、「滋賀県ならではの新品を開発展開したい」という想いから、「地域産業資源活用事業計画」の認定を受けました。滋賀県・守山市の地域産業資源である「布帛・ニット縫製品」を活用しながら、自社の強みである産学官のネットワークと企画力・生産力を活かし、「ハニカム構造を活用した服飾雑貨商品の開発・販売」の事業化に取り組んでいます。

平成22年6月には、「春夏秋冬を暮らしに取り入れ楽しめる感性を持つ日本の女性」や「日本古来の精神美を大切に思う女性」をターゲットとした自社ブランド「和奏」を発表。毎日を美しく奏でる和雑貨を提案するため、天籟宮で単独展示会を実施しました。

さらに、平成22年9月には、経済産業省が推進する「技術・技能」、「経営革新」、「産地・伝統」、「デザイン」等、様々な強みを活かし特色ある活動を行っている『もの作り中小企業100社』として、当社が選定されました。

【新ブランド「和奏」の展開】

平成22年に立ち上げた自社ブランド「和奏」。

新品を中心に、首都圏方面での展示会へも出展するようになりました。

平成22年3月「NIPPON MONO ICHI〜第5回のある暮らしのカタチ展」に出展したのを皮切りに、8月には東京・表参道にて「滋賀ほんまもん展」に参加しました。

さらに販路開拓の面においても、平成23年4月に東京駅構内の商業施設「e-cute」にて期間限定販売を行い、7月には東武百貨店池袋店での催事「日本のいいものの発見市」に出店し、特に「カードケースハニカム10」は好評を得ることができました。

そして、9月14日（水）からは西武池袋店・渋谷店内の「be my gift」内に於いて（10月4日（水）まで）、10月5日からは小田急百貨店・新宿店にて（10月14日まで）「和奏カードケースハニカム10」を販売しました。

また、「大切なものを包む」ことをコンセプトに、ふくさの縫製技術を活かした女性向けの小物入れの企画・開発に注力しており、平成24年4月に「しが新事業応援ファンド助成金」に採択され、当事業を通じて試作した「筆ふくさ」を商品化し、同年10月に、東京の代官山蔦屋にてNPO法人メイド・イン・ジャパン・プロジェクト主催「NIPPON SAN」に出展し初披露しました。このように、「和奏」は着実に新たな販路を開拓しつつあり、新たな事業展開へと結びついています。



【仕入先の「広がり」】

平成21年に認定を受けた「地域産業資源事業活用計画」に基づいた商品企画に伴い、新たに取引できた「仕入先」も増えました。従来の取引先とは別の業種の異なる仕入先とも取引できたことにより、商品展開の可能性も高まりました。原材料である「生地」や染めの「技法」はもちろんのこと、新しい素材を用いる商品が増えています。



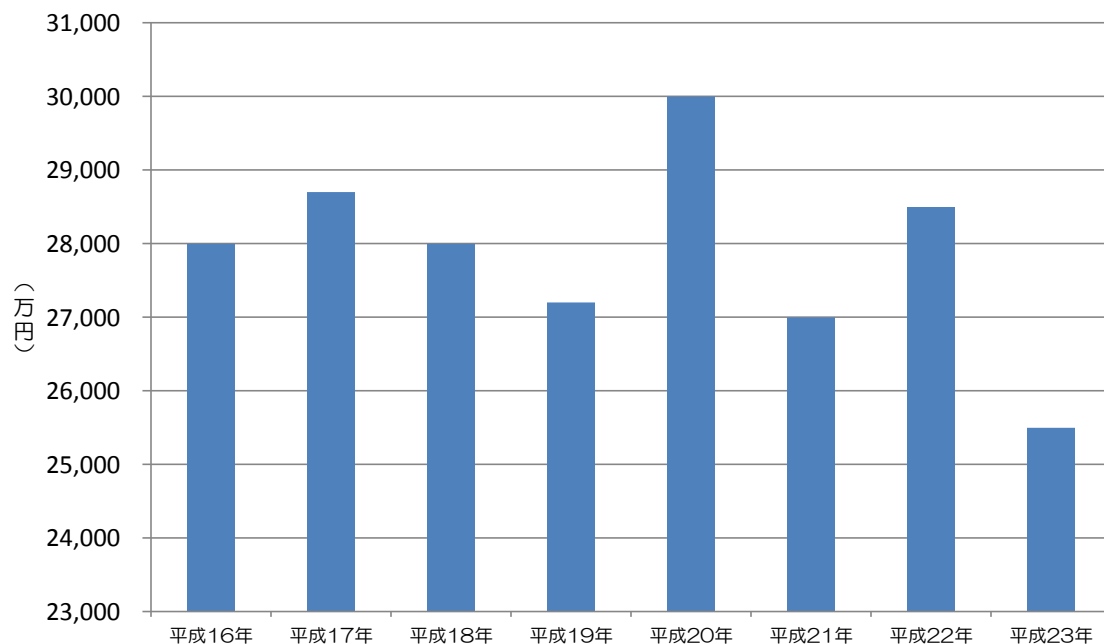
【地域貢献】

現在、守山市の「地域資源」であるメロンやサクラ、中山道守山宿の風景をデザインした守山てぬぐいを販売しています。

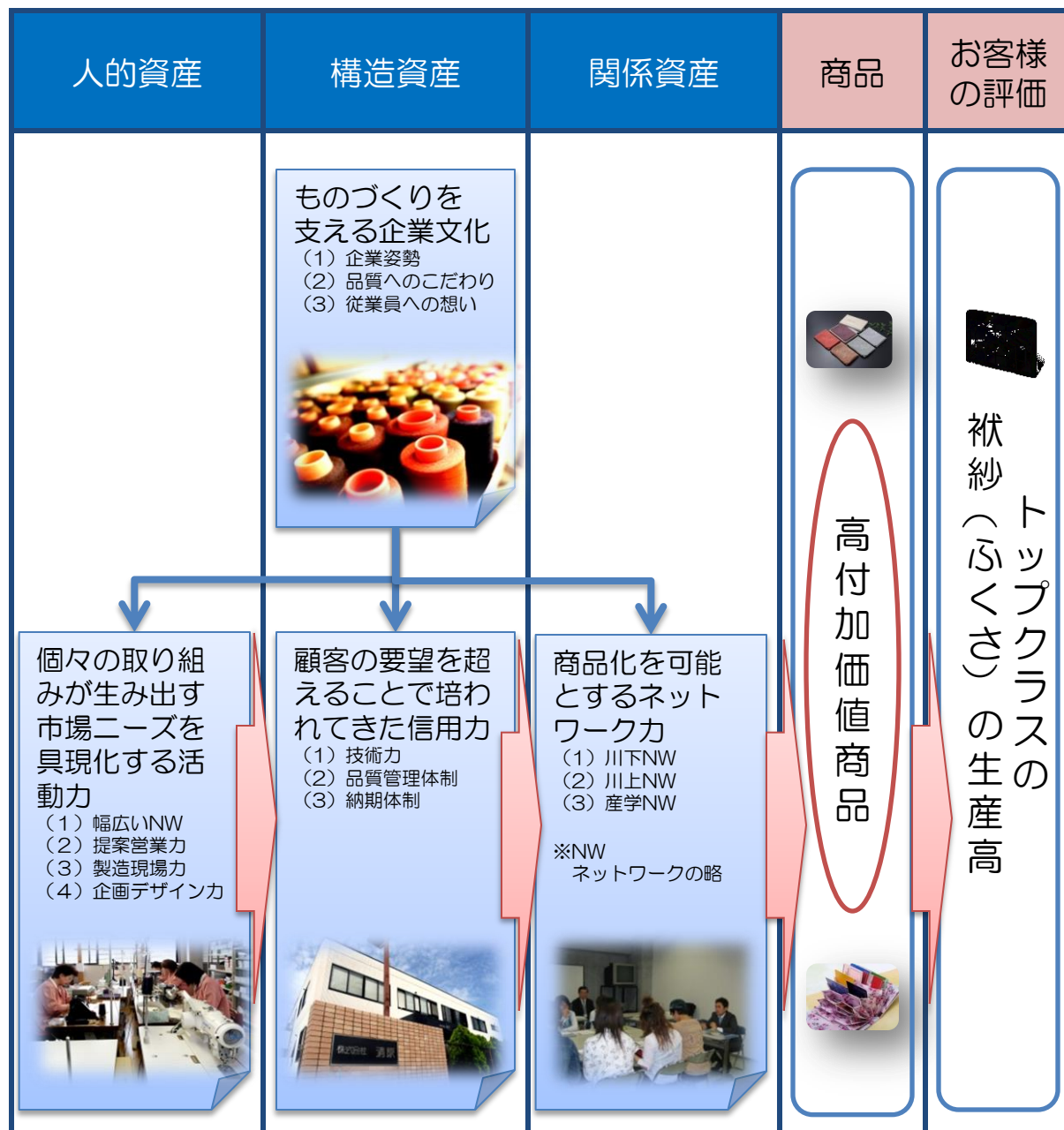
今後、「和奏」ブランドの商品を通じ、滋賀県の良き文化と伝統を認知していただけるようこれからも「和の良さ」を発信していきたいと考えています。

財務実績

売上高の推移



当社が、創業約40年間で蓄積してきた知的資産は4つです。具体的には、①ものづくりを支える企業文化②個々の取り組みが生み出す市場ニーズを具現化する活動力、③顧客の要望を超えることで培われてきた信用力、④商品化を可能とするネットワーク力です。これら4つの知的資産が相乗効果を発揮しながら、付加価値の高い商品を提供することで、市場からの評価を得てきました。以下に当社の知的資産の価値創造の連鎖を示します。次ページ以降では、これら知的資産の一つ一つに焦点を当てて詳しく説明してまいります。

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

(1) 既存の技術や伝統を守りつつ新しいものづくりに挑戦する企業姿勢

当社には、日本の古き良き伝統文化を活かしながら、より日常にマッチした「和」を融合させることにより、皆様に新しい「日本らしさ」を感じていただきたいという想いがあります。したがって、一時的な流行に左右されることはありません。常にお客様視点で考え、日本らしさを感じてもらえるような商品開発に取り組んでいます。

このような活動により、日本の伝統的な袱紗の分野において日本でトップクラスの生産高のメーカーとなりました。

また、新しいものづくりへの挑戦事例として、常に使用できる「美しいカード収納」をテーマに、「ハニカム（蜂の巣）構造」を取り入れたカード入れを開発し、経営革新支援法の認定を受けることができました。

このような当社の企業姿勢は、メディア各社から注目され、数々の取材を受けています。



主なメディアの取材について



平成17年2月23日
びわ湖放送



平成17年3月18日
KBS京都ラジオ



平成17年4月23日
びわ湖放送滋賀経済NOW



平成18年8月30日
びわ湖放送びびっとびわこN



平成19年3月10日
びわ湖放送ときめき滋賀'S



平成19年9月22日
びわ湖放送滋賀経済NOW ～シーズハンター～

(2) 品質へのこだわり

「made in japan」であること、これは高品質にこだわり続けることを意味します。当社では、受注の判断基準でも“品質の高い製品を届けられるか否か”ということを重視します。例えば、長年お付き合いのある得意先からの注文であっても、検品検査が十分に行えないような納期での注文であれば、受けることはありません。品質へのこだわりが第一であるという企業文化が根付いているからです。

この姿勢は教育方針にもあらわれています。縫製の内職希望者には、徹底した研修を行います。研修では、当社の技術系社員がミシンの使い方や縫製方法についての指導を行います。その研修課程を修了し、一定基準の縫製技術を身につけた者のみに仕事を依頼するようにしています。

このように品質にこだわる当社の企業文化は、当社で働く人々の価値観として受け継がれています。その活動例が、5S（整理、整頓、清掃、清潔、躰）活動であり、袱紗のマナー研修です。以下に活動の一部を掲載します。



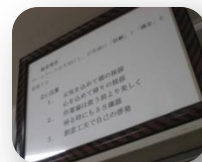
（週1回必ず従業員全員で行う外掃除）
※社内の清掃は毎日実施



（整理整頓が徹底した商品倉庫）



（専門家によるミシン技術向上研修）



（当社の合言葉）

5S活動は、当社の合言葉の一つである「作業場は使う前より美しく、帰るときにも5S徹底」を実践した取り組みです。

袱紗のマナー研修は、生産現場担当者が商品知識を習得することで、品質へのこだわりをより意識してもらうことを目的に取組みました。自分たちが作っている商品が「どのような場面でのどのような作法のもと使用されているのか」を考えることが重要と考えたからです。

このように、これら品質へのこだわりもつ企業文化を持ち、それを根付かせるための取組みを行っていることこそが、お客様から選ばれている理由の根源だと認識しています。

重要評価指標

- ①全従業員による外掃除（回）・一週間に1回行う ※社内清掃は毎日実施
- ②合言葉の実践（％）・作業終了後の5Sを100％徹底する

（３）従業員を大切にする想い

当社では、従業員が働きやすい環境であるように努めています。これは、従業員は家族であり、人こそが企業が最も大切にしなければならない経営資源であると認識しているからです。企業は、「人」でなりたっています。このような考えのもと、「残業ゼロ運動」「柔軟なシフト制の確立」「内職、パート社員から正社員への転換制度」などを充実させることで、従業員が働きやすい環境になるように努めてきました。



これらの取組みの成果として、当社を長年支えてくれる職人を多数抱えることができています。その象徴的な事例として、親子で内職をしていただいている方や親子でパートと内職をしていただいている方がいます。

このように従業員を大切にする企業姿勢は、安定的な品質の商品を供給する上で、重要な資産となっています。



(1) 様々な取組みを継続的に行うことで培われた幅広いネットワーク

当社の代表取締役は、消費者ニーズの多様化や海外製品の進出など経営環境の変化に対して、産学連携による商品開発や異業種交流会への積極的な参加など様々な取り組みを行ってきました。それにより、業界を超えた人脈を形成していることや様々な組織の役員を歴任してきたなど産学官に幅広いネットワーク力を構築しています。



(滋賀県立大学での交流の様子)

重要評価事項

就任した役職

- ・ 守山商工会議所工業部会 部会長 (H15～H19)
- ・ 守山商工会議所副会頭 (H19～)
- ・ 異業種交流会「宝島2000」副会長
- ・ 「株式会社みらいもりやま21」代表取締役 (H20～)

平成15年以降毎年連携による商品開発や事業を実施 (16ページ参照)

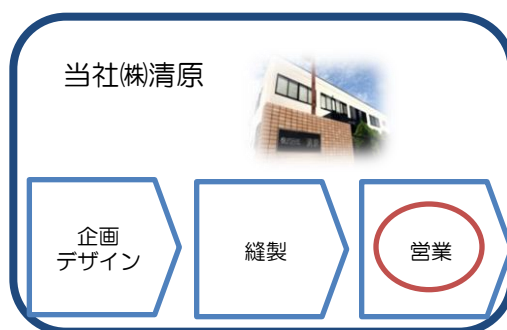
(2) 取引先への積極的な訪問が生み出す営業提案力

当社の専務取締役は、試作品の開発を行うこともあるなど縫製現場を深く知っており、顧客からの質問・問い合わせに迅速で精度の高い納期回答を行っています。また、顧客への訪問頻度も意識的に多くすることで、要望の収集やニーズを掘り起こす提案などを行っています。それらにより、質の高い顧客対応を可能にする営業提案力があります。

常に消費者の声に対応した製品を作ること意識し、得意先との情報交換を定期的に行う活動を通じて、仕入先・得意先の信頼を獲得することができ、営業に関しての好循環が生まれています。



(打ち合わせの様子)



重要評価指標

主要取引先への訪問頻度 (回数)

- ・ 週2回の訪問を実施※納品は毎日

(3) 徹底的に現場にこだわった高品質を可能にする製造現場力

当社は、40年以上の製造作業を行っており、豊富な経験があります。長年の経験に裏づけされた縫製現場の統制ノウハウ、高品質製品の製造を可能にする製造現場力があります。

また、働く人全てを大事にする社風があり、正規社員及び非正規社員の定着率が良いことがあります。それにより、個々人が豊富な知識、製造方法の熟知、高い技術力などを有しており、高付加価値を生み出す源泉となる製造技術力があります。そうした個々の技術力を最大限に発揮できるように現場での裁断指示や縫製技術指導などを徹底的に行っています。

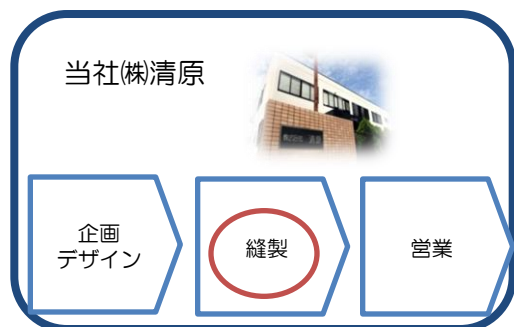
だからこそ、デザイン・機能に優れた高品質の製品を安定的に提供することができます。



(裁断作業の様子)



(縫製作業の様子)



重要評価指標

製造実績（年数）

- ・40年以上

指示及び指導の実施（頻度）

- ・作業が行われる前の朝礼で毎日実施

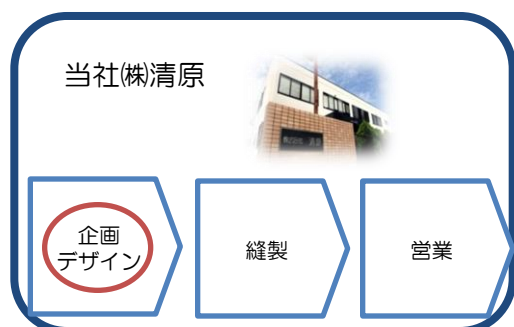
(4) 新しい発想を生み出す企画デザイン力

当社は、社長、専務、商品企画担当者、デザイナーのメンバーで、製品の企画会議を月2回行い、情報共有や意思確認をすることで、企画力強化に取り組んでいます。また、東京で開催される競合や異業種の展示会に足を運ぶことで、市場トレンドを読むための情報収集を行っています。

これらにより、新しい発想が生み出される企画デザイン力につながっています。また、珍しい形状など意匠権の登録にも寄与しています。



(企画会議の様子)



重要評価指標

意匠権登録（件数） 4件

実用新案（件数） 3件

特許（件数） 1件

商標登録（件数） 2件

企画会議

- ・月に2回実施（回）

東京での情報収集（頻度）

- ・展示会など開催時に随時足を運ぶ

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

(1) 要望に応え続けている新しい製品を創り出す技術力

長年培ってきた丁寧な製造ノウハウや異業種との融合など顧客の要望を満たせる新しい製品を創り出す技術力。当社では、縫製技術に誇りを持ち、繊細な縫製を可能にする製造現場の経験実績があります。可能な限り顧客の要望に応え、より良い製品を提供することが、顧客の信頼に変わり、新たな技術ノウハウの蓄積に繋がっています。

＜技術力を示す事例＞

近畿経済産業局がデザインや特徴に優れた近畿企業の製品49点を紹介した「関西デザイン・ポテンシャルマップ」に当社「カード入れハニカム10」が選出されました。

（京滋地域からは任天堂「Wii」やオムロンヘルスケア「デジタル自動血圧計スポットアームHEM-1020」など14件）

**重要評価指標**

オリジナル商品アイテム数（品目）
・280品目（35年前が第1号）

(2) 安定した製品を供給できる品質管理体制

生地購入、裁断、縫製加工（内職）、回収、検品、出荷という一連の流れの一貫生産体制により、安定した製品の供給を可能にしています。この生産・検品体制だからこそ、現場の状況が把握でき、細かな工程管理ができています。

また、品質にこだわり妥協を許さない姿勢で、一斉整頓、5Sを徹底しており、不良品が出ないような仕組みを作り上げています。特に全製品に対して実施している全数検査により、不良品の納品を徹底的に防止しています。発生した不良品に対しても原因を追究し、現場指導など不良品が再発しないように改善に取り組んでいます。

また、業界内でもいち早く針検査機を導入するなど品質向上に対する意識を高く持ちながら、精度の高い検査が実施できる体制を維持しています。

重要評価指標

M社の3年間の月別の返品率

・ほぼ0%

徹底した検品体制

・全数検査の実施



(3) 顧客との約束を必達する納期実現

取引先への高い精度の納期提案などの連絡を密にした交渉や仕入れメーカーとの深い信頼関係を構築していることで、問屋や百貨店からの納期問い合わせに即座に回答を行えるとともに、予定納期を100%順守できる体制を構築できています。

納期設定について、納期期間の根拠提示や必要な期間の説明を徹底することで、無理な納期設定を回避し、納期実現を必達できるようにしています。

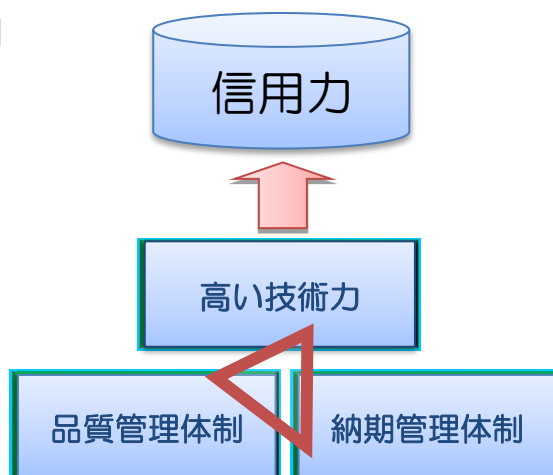
重要評価指標

納期実現率

・100%（取引先との密な折衝実施時）

【各項目が融合することで、信用力を蓄積】

高い技術力と品質管理体制、納期管理体制を有していることにより、継続的に顧客の要望を実現してきました。そうして、信用力を長年に亘って培うことができ、当社との取引による顧客のメリットを提供できています。



お客様への信用力の提供によるメリット

- ①品質の高い魅力のある商品が開発提供できます。
- ②不良品がほとんどなく、高品質の製品が安定的に供給できます。
- ③納期の期限を遵守できます。
- ④現場状況の細かい部分まで把握することで、迅速な顧客対応や提案ができます。

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

(1) 市場ニーズの収集を可能とする川下ネットワーク

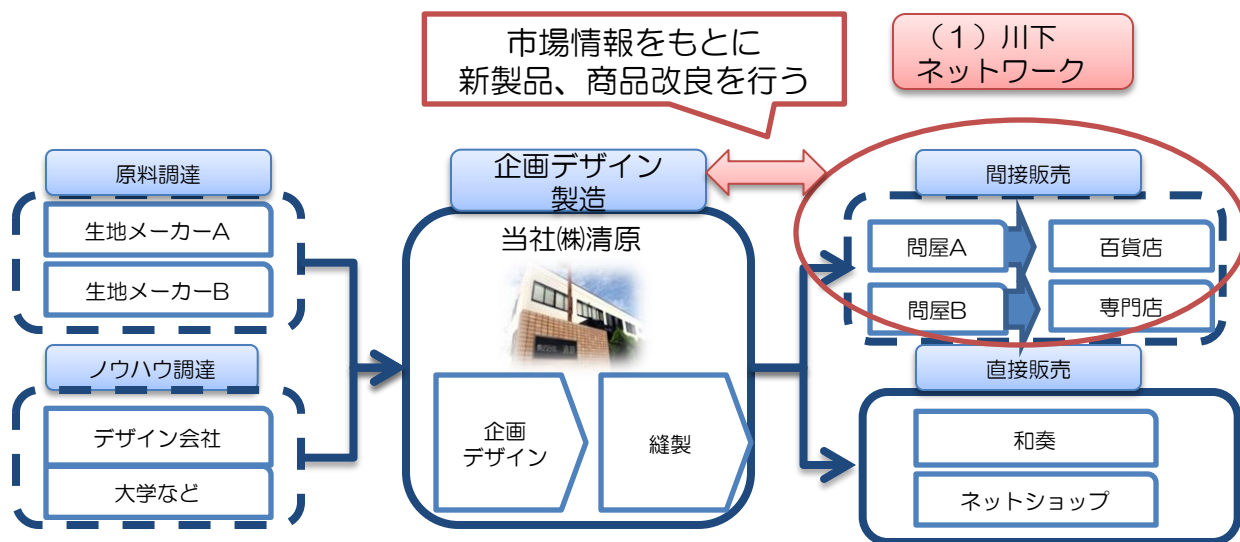
当社は、問屋との取引年数が長く、良好な関係を築けているため、既存商品に対する改良点や新商品に関する要望を収集することが可能です。取引問屋の中には、創業時より取引している企業も4社含まれています。

市場ニーズの収集においては、一週間に1回程度、取引の深い問屋を、訪問することで、「新商品に関するヒント」や「既存商品の改良に繋げる情報」を収集しています。

このように問屋との長期的な取引を前提とする良好な関係は、市場ニーズの声を収集できる貴重な資産となっています。

重要評価指標

- ①取引問屋数 約40社
- ②創業時からの取引問屋数 4社



(2) 即時の納期回答、納期順守を可能とする川上ネットワーク

春夏秋冬を暮らしの中に取り入れた季節感あふれる色合いの商品を製作することが当社の特徴です。これを可能とするのが、生地メーカーとの深い信頼関係です。生地メーカーには、当社専用のオリジナル色の生地を製造してもらうとともに欠品が発生しないように色番号ごとに在庫管理を委託しています。これにより、生地メーカー側の在庫数が少なくなった場合は、追加生産の是非について問い合わせが入るようになっています。

当社としても、仕入れメーカー数を絞り込み1社あたりの生地の注文ロット数をまとめることで、生地メーカーに経済的なメリットが発生するように心掛けています。このような方針のもと現在10社以上の生地メーカーと取引を行っています。

このような当社の経営方針が生地メーカーの支持を受け、今では深い信頼関係を築くに至り、創業時からのお付き合いがある企業が半数を超えています。

これら生地メーカーとの良好な関係を構築することで、問屋からの既存商品の納期間合せに即答することが可能となっています。

この納期予定を正確に把握できる体制により、納期順守率100%を達成できています。

A photograph of a printed table with multiple columns and rows, showing inventory data. It is identified as being sent from a manufacturer.

(仕入れメーカーから
送付される在庫数量表)



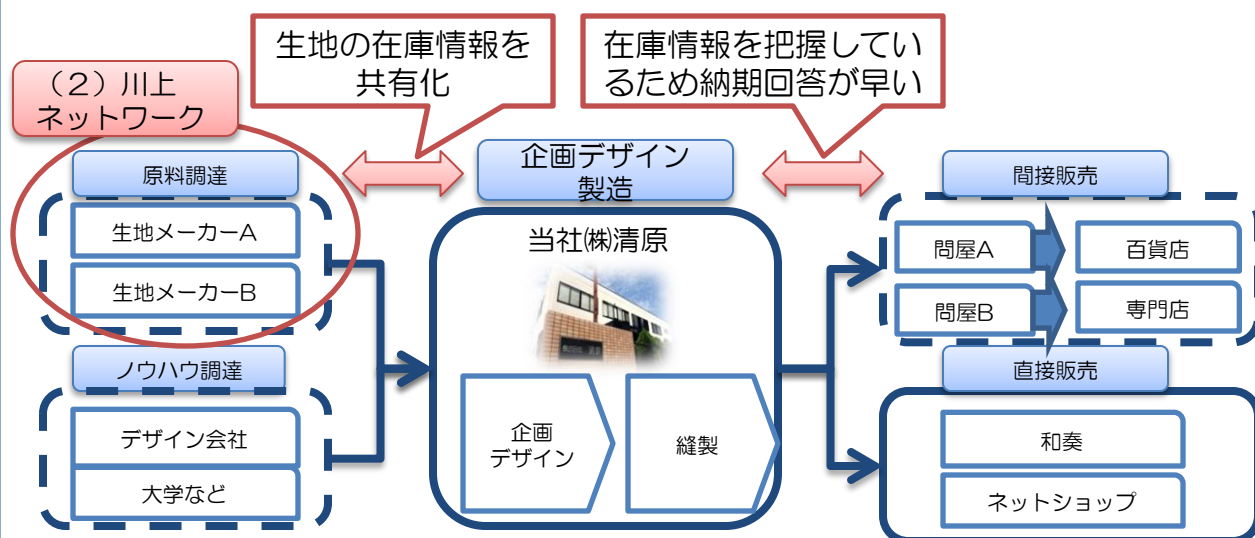
(当社の倉庫)

A photograph of a printed table similar to the one above, but identified as being sent from the company to a wholesaler.

(当社から問屋に
送付する商品在庫表)

重要評価指標

- ①平均納期回答時間 即答
- ②創業時からの取引生地メーカー数 4社

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

（３）画期的な新商品の開発を可能とする産学ネットワーク

新商品の企画に際しては、和の伝統と現在のカタチを融合させ、その美意識と今の生活感を織りなす「ライフスタイル」を提案するように心がけています。これを可能とするのが、デザイン会社や大学とのネットワークです。デザイン会社とは20年来のお付き合いがあり、商品企画段階から参画してもらうことで、様々な斬新なアイデアをいただいています。

また、滋賀県立大学とは、交流が深く、新製品の開発に尽力いただいています。具体的な成果として、平成18年に市場投入したブライダル袱紗は、大学生のアイデアをもとに商品化したものです。



（滋賀県立大学での
新商品プレゼン会の様子）



（デザイン専門学校との連携）

上記以外にも平成15年にユニバーサルデザイン研究会での滋賀県立大学・印南教授とのカード入れ開発や平成18年京都造形芸術大学と「現代版ふくさ」の商品企画を行った事例があり、大学との交流は画期的な新商品の開発に繋がっています。



（滋賀銀行の発行誌にハニカム構造のカード入れが掲載されました）

さらには以下のような取組みも行っています。

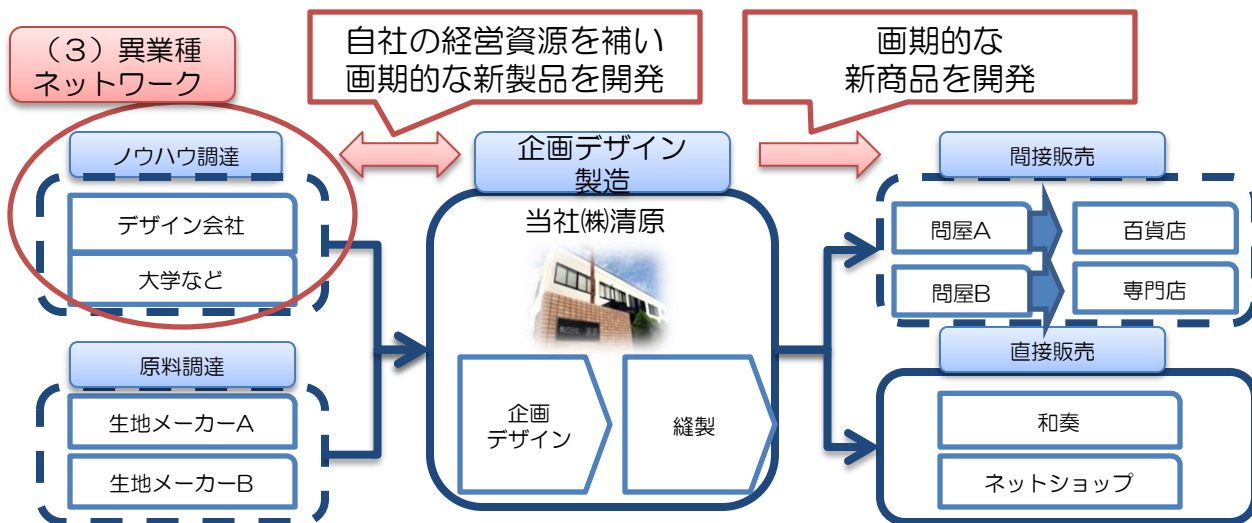
「包むかたちをデザインする」

平成24年12月7日から、京都芸術デザイン専門学校のマイスターレッツコースの学生の皆さんとの取り組みが始まりました。もともとこのコースは当社の企画デザインの担当者の母校でもあります。商品の企画はもとより、その後どのように仕事に結び付けていくか、自分の学んでいることがどのように社会に通じていくのか、体感していただくという目的もあります。

このように、商品の企画開発段階から外部の企業や大学、専門学校などに参画いただけることは、新しいものづくりに挑戦する上で、重要な資産となっています。

重要評価指標

大学との新商品の共同開発数 3件



3年後の目指すべき姿（ビジョン）

従業員一人一人が作り手としての感性を磨きつつ、多能工化を進めることで、規模は大きくなくとも、高付加価値なモノづくりが行える強い組織となる。

今後の事業の方向性

- ①主力商品である「ふくさ」のトップシェアを維持するだけでなく、「ふくさ」の普及活動に努めることにより、「日本の良き習慣・作法」を伝えていく
- ②袱紗の製造技術を生かし、日常生活に用いることのできる和雑貨の新商品企画・開発を進めていく

今後強化していく知的資産

人的資産	組織資産	関係資産	商品
	ものづくりを支える企業文化 (1) 企業姿勢 (2) 品質へのこだわり (3) 従業員への想い		 袱紗（ふくさ）
個々の取り組みが生み出す市場ニーズを具現化する活動力 (1) 幅広いNW (2) 提案営業力 (3) 製造現場力 (4) 企画デザイン力	顧客の要望を超えることで培われてきた信用力 (1) 技術力 (2) 品質管理体制 (3) 納期体制	商品化を可能とするネットワーク力 (1) 川下NW (2) 川上NW (3) 産学NW	 地域産業資源認定商品

赤字で記載した資産を強化

克服すべき課題

- ①縫製力の向上
- ②企画デザイン力の向上とスピードアップ
- ③提案営業力のアップ

解決策

- ①縫製の指導体制を強化し、若手の縫製技術者を養成する
- ②社内デザイナーへのチャレンジする機会の提供とデザイン部門と製造部門との連携を強化する
- ③社内の教育体制を再度検討し、従業員の資質と意識の向上を図る

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

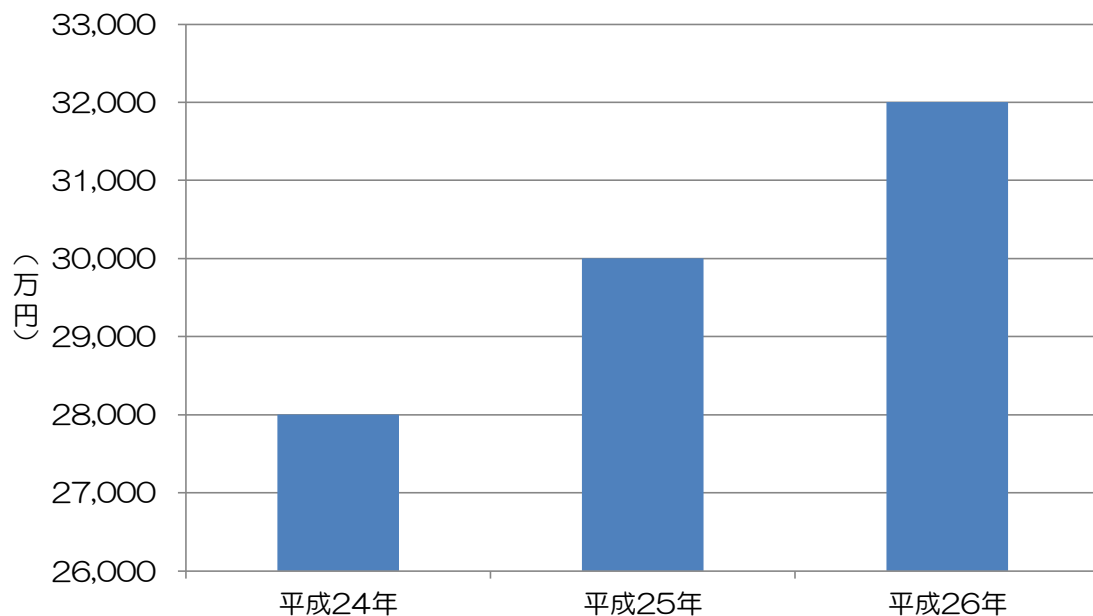
過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

3年後のあるべき姿を目指し、前頁の課題を克服することで見込まれる売上高は以下のとおりです。

売上高計画



上記売上高を達成するために今後販売に力を入れていくのが、滋賀県・守山市の地域産業資源である「布帛・ニット縫製品」を活用した新商品です。以下に地域産業資源を活用した新商品の試作品を再掲します。



新聞・雑誌への掲載



2009年 タウン情報誌「Leaf」6月号に登場しました。



2010年1月13日
日刊工業新聞に弊社の事業計画が紹介されました



2010年7月30日
織研新聞に弊社の新ブランド「和奏」が紹介されました。



2010年8月4日
滋賀県ホームページ「しが見聞録」にて紹介されました。



2012年8月30日
毎日新聞「Oh Me（オー！ミー）」に特集されました。



2012年10月1日 「Turns 秋号～地方に行って働こう！」に特集されました。



2012年11月28日 日刊工業新聞に「事業承継フォーラム」開催報告記事に紹介されました。

西暦	掲載媒体
2004年	滋賀銀行発行「かけはし」6月号に掲載されました。
2004年6月	朝日新聞 「ものづくりの現場から」に掲載されました。
2005年2月	リビング滋賀 「ユニバーサルデザイン」に掲載されました。
2006年	ダイワハウス発行「こなみの秋」に掲載されました。 経営情報誌「THE EAGLE」4月号に掲載されました。
2010年1月	日刊工業新聞に弊社の事業計画が紹介されました。
2010年7月	「織研新聞」に掲載されました。
2010年8月	滋賀県ホームページ「しが見聞録」にて紹介されました。
2011年7月	「織研新聞」に掲載されました。
2011年11月	2011年11月に納税協会の機関誌で当社の取組みが紹介されました。
2012年1月	滋賀銀行発行「かけはし」1月号で当社の取組みが紹介されました。
2012年8月	毎日新聞「Oh Me（オー！ミー）」に特集されました。
2012年10月	「Turns 秋号～地方に行って働こう！」に特集されました。
2012年11月	日刊工業新聞に「事業承継フォーラム」開催報告記事に紹介されました

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

TV取材



2005年4月3日
びわ湖放送滋賀経済NOWに出演しました。



2006年8月30日
びわ湖放送びびっとびわこNに出演しました。



2010年12月6日
テレビ大阪 ニュース Bizに特集されました。



2012年10月 ZTV「羽川英樹の『ぶらっと近江ひとり旅』」に出演しました。

西暦	掲載媒体
2004年6月	びわこ放送「ニュース22」にてユニバーサルデザインのカード入れが紹介されました。
2004年12月	TBS「はなまるマーケット」にて「宝くじふくさ」が紹介されました。
2005年4月	びわこ放送「滋賀経済NOW」にて特集されました。
2006年7月	びわこ放送「滋賀経済NOW」で和風館について放映されました。
2006年8月	びわこ放送「びびっとびわこ」に出演しました。
2007年3月	びわこ放送「滋賀経済NOW」にて特集されました。
2007年3月	びわこ放送「滋賀経済NOW」にて特集されました。
2007年9月	びわこ放送 「元気な企業紹介」で放映されました。
2010年12月	テレビ大阪「ニュースbiz」に特集されました。
2012年10月	ZTV「羽川英樹の『ぶらっと近江ひとり旅』」で弊社ブランドマネージャーが出演しました。 毎日放送「ポテトなじかん」に弊社ブランドマネージャーが出演しました。



2012年10月26日 MBS「ポテトなじかん」に弊社ブランドマネージャーが出演しました。

ラジオ取材



平成17年3月18日
KBS京都ラジオの取材を受けました。

西暦	掲載媒体
2005年3月	KBSラジオ「ラジオ七福神」に出演しました。

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

会社名	株式会社 清原 代表取締役社長 清原 健（きよはら たけし） 〒524-0044 滋賀県守山市古高町477-15 TEL：077-582-2388 FAX：077-583-6480 E-mail: info@kiyohara-net.co.jp 
資本金	1,250万円
従業員	26名（パートタイマー含む）
事業内容	和雑貨製品の企画・製造・販売 （台付ふくさ、金封ふくさ、カード入れ、念珠袋、のれん、テーブルセンター、他各種和雑貨全般） 
本社アクセス & 和奏アンテナ ショップ	【本社】滋賀県守山市古高町477-15 TEL：077-582-2388 FAX：077-583-6480 ＊電車の場合 JR守山駅からタクシーで約10分 ＊車の場合 名神栗東ICより琵琶湖大橋方面へ、約15分 【和奏コンセプトショップ】 滋賀県守山市守山1-8-7 TEL&FAX 077-582-7580 
ホームページ &フェイス ブック	 ↑ 自社ホームページ http://www.kiyohara-net.co.jp/  ↑ 和奏ブランドサイト http://wa-kana.com/  ↑ 和奏オンラインショップ http://www.wakana-fukusa.jp/  ↑ フェイスブックページ http://www.facebook.com/wakana.fukusa

社長から
皆様へ

経営哲学

経営方針

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

会社概要

問い合わせ先

知的資産経営報告書に関する問い合わせ先

株式会社 清原 専務取締役 清原 大晶
電話番号 077-582-2388
ファクシミリ 077-583-6480
メールアドレス info@kiyohara-net.co.jp

① 知的資産経営報告書とは

「知的資産」とは、従来の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。

「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分かりやすく伝え、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作成しております。

② 本書ご利用上の注意

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並びに附帯する事業見込みなどは、すべて現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて記載しております。そのため、将来に亘り当社を取り巻く経営環境（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モノではないことを、ご了承ください。

③ 作成支援・監修専門家

中小企業支援ネットワーク機関

滋賀県中小企業団体中央会 中嶋 和繁（なかじま かずしげ）氏

中小企業支援ネットワーク強化事業登録専門家

中小企業診断士 青木 宏人（あおき ひろと）氏

中小企業診断士 加藤 秀勲（かとう ひでのり）氏

KIYOHARA

株式会社 清原

<http://www.kiyohara-net.co.jp/>