知的資産経営報告書 2007

株式会社 ピーテック

目　　次

1. はじめに ・・・・・・・・・・・・・・・ P　3

2. 創業の思い ・・・・・・・・・・・・・・・ P　4

3. 経営方針 ・・・・・・・・・・・・・・・ P　5

4. 事業概要 ・・・・・・・・・・・・・・・ P　6

5. 製品紹介 ・・・・・・・・・・・・・・・ P　7

6. これまでの事業展開　～過去から現在～ ・・・ P　8

- その①　ビジネスの競争源泉である“開発力”
- その②　ビジネスの原動力である“お客様とのリレーション”
- その③　専門家とのネットワークによる製品開発例
- その④　お客様とのコミュニケーションによる製品開発例
- その⑤　ビジネスの下支えとなる“情報共有力”
- その⑥　成長拡大する市場の機会
- その⑦　当社を取り巻く経営環境

7. これからの事業展開　～現在から将来～ ・・・ P　15

- 知的資産を活用した事業展開
- 取組み①　「モノづくりプロデューサー」を中心とした組織体制構築
- 取組み②　約６万人のアイディアを製品開発へ
- 取組み③　大学との連携強化で開発力の拡充
- 取組み④　画像の有効活用で商品価値の向上
- 取組み⑤　技術の転用ノウハウで新たなる「みる市場」開拓
- リスクへの認識と対応
- 財務計画

8. 会社概要・沿革 ・・・・・・・・・・・・・ P　20

9. ＫＰＩ一覧 ・・・・・・・・・・・・・ P　21

10. おわりに ・・・・・・・・・・・・・ P　22

はじめに

社長からみなさまへ

『お客様ニーズに耳を傾け、製品開発に挑む』

当社は、お客様の「こんなモノがあれば便利だ」「こんなものがあれば楽しく暮らせる」「こんなモノがあれば安心して暮らせる」といったご要望にお応えするために、既存技術の縦横展開と活用を通して製品開発・新市場開拓に挑んでおります。

防犯機器開発で培ったＣＣＤカメラによる『みる技術』を医療の現場に応用することで、『診る技術』に発展させました。具体的には、超高倍率の「デジタル位相差顕微鏡」や、動脈硬化度を測定する「血管年齢測定器」などを開発いたしました。これらの製品は、抗加齢（アンチエージング）医療や予防医療などの『診る』現場で皆様の健康管理の一端を担っております。

『紙と鉛筆だけで製品は完成しない』

このような開発製品は、顧客のアイディアをもとに“机上”で完成させたのではなく、当社技術者の“汗”すなわち現場でこそ養える“腕や経験”により作り出されてきました。この“汗”をかいてきたからこそ、ニーズへの的確な提案や対応、モノづくりを意識した設計を実現でき、他社を圧倒する開発スピードとコスト競争力を生み出せております。

『家業は鉄工所でした』

比較的短い社歴において、このような現場での経験を蓄積できた理由は、私、藤井の生い立ちにありました。幼い頃から“モノづくり”の現場を見て育ち、工業高校から製造現場へ、更に他社で情報処理の最新技術を学び、その後独立開業し、今日に至ります。このような長年にわたる“モノづくり”の現場から授かった腕、知識、そして経験が、特に製品開発段階にて当社の強みとして遺憾なく発揮されております。

『これからも飛躍を続ける当社にご期待ください』

将来において、人を育て、システムを構築し、技術を発展させるべく、共感いただける皆様のご支援を仰ぎ、更なる飛躍を遂げたいと考える所存です。これからも満足いただける新製品を続々と世に生み出し続ける当社に期待ください。

代表取締役　藤井義久

創業の思い

ひとりひとりの確かなニーズをカタチにしたい

『ピーテックの由来』

“ピーテック”という当社の社名は、“Personal Technology”を略して名づけられました。当社社名には、お客さまの個々のニーズを当社の技術“Personal Technology”で“カタチ”にして、世の中に提供し続けるという創業の思いが息づいております。

Ptech
Personal Technology

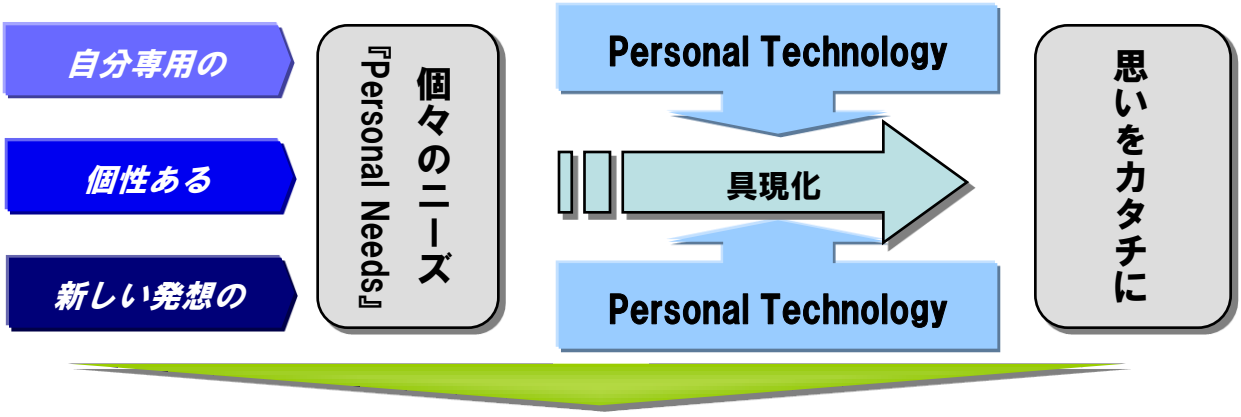
『 Personal Technology』

当社の技術である“Personal Technology”は、当社代表が創業当初に抱いた「巨大マンション」と「ワンルームマンション」との比較から生まれた市場感に息づいています。

巨大ビルの建築現場は大変迫力があります。クレーンや重機などの建築機械のサイズも桁外れに大きく、鉄骨が空高く持ち上げられる様子は技術の高さを感じます。広い空間を多くの人が共用する商業ビルともなれば、多くの人が集い、賑わいを見せるでしょう。

一方、ワンルームマンションの建築現場を見ると、ひとつのフロアを細かく仕切り、その空間ごとにバスルームやキッチンなどの設備が施され、個別の空間「Personal Space」を形成しております。例えば、そのキッチン一つ一つがすべて色や形の違うモノだったら。例えば、隣の部屋とは違ったドアだったら。窓の形が部屋ごとに違っていたら・・・。

「巨大な・・・」「大量の・・・」「広い範囲を・・・」、巨大建築や大量生産品のように、一度に多くの人を喜ばせる技術は大企業に任せましょう。「自分専用の」「個性ある」「新しい発想の」といった個々のニーズ（Personal Needs）に応えるための技術“Personal Technology”を集積した製品作りこそ、「ピーテック」の開発力が最大限に発揮できるフィールドです。これからも“Personal Technology”を用い、ひとりひとりの確かなニーズをカタチにしつづける開発集団でありたい、という思いに変わりはありません。

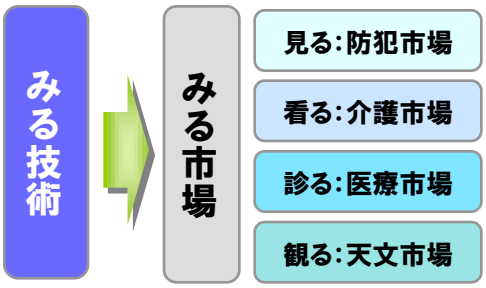


ひとりひとりの確かなニーズをカタチにしつづける開発集団でありたい

経営方針

「みる市場」への集中

当社の創業の思いを実現するために、ＣＣＤカメラで映像取得・管理する『みる技術』を、防犯市場の「見る」、介護市場の「看る」、医療市場の「診る」、天文市場の「観る」といった『みる市場』とその他市場に事業を展開しております。標的市場など、経営環境は刻々と変化しており、経営の方針についても転換期を迎えております。



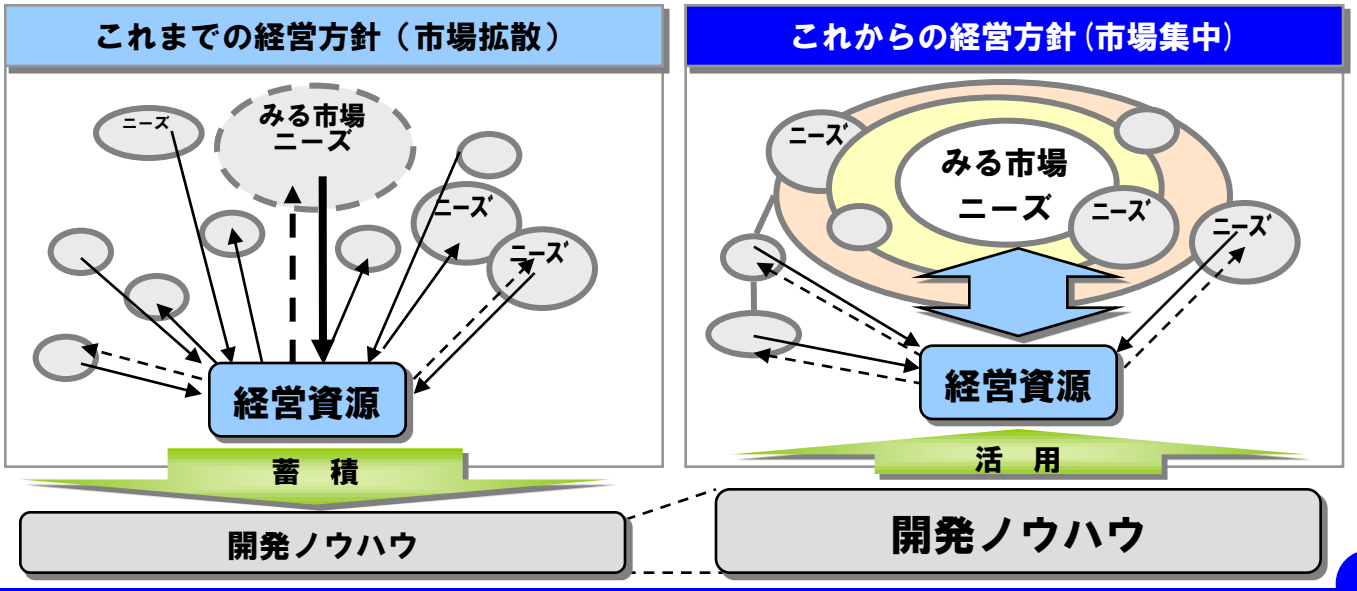
『これまでの経営方針』

過去から現在においては、製品利用者、代理店、大学などのお客様（アイディア提供者をお客様と定義）からのアイディアに応えるため、「みる市場」をはじめとした数多くの市場ニーズに対して、経営資源を投下してきました。様々なニーズに幅広く対応してきたことにより、知識・経験や技術の転用ノウハウなどの開発力の蓄積、お客様とのリレーション構築、社内情報共有力の向上が図れました。しかし、数多くのニーズに対応しすぎたことで市場を特定できず、限られた経営資源が分散してしまった面も否めません。また、お客様とのリレーションを構築できたものの、積極的なアプローチを行うことができませんでした。

『これからの経営方針』

現在から将来においては、『みる市場への集中』により、限られた経営資源を有効に投下いたします。「診る市場」すなわち抗加齢（アンチエージング）医療や予防医療への社会的関心の高まり、「観る市場」例えば天体望遠鏡などへの展開など、「みる市場」の規模拡大が見込まれます。またこれまでの展開で、開発力やお客様とのリレーションなどの強みも蓄積されたため、お客様への積極的なアプローチを行えれば、「みる市場」に集中していくことが十分可能と判断しております。

特定の市場に集中することで、市場との関連性強化によるPersonal Needsの把握が可能となり、開発ノウハウを効果的に投入できるため、高付加価値製品の増加が期待できます。

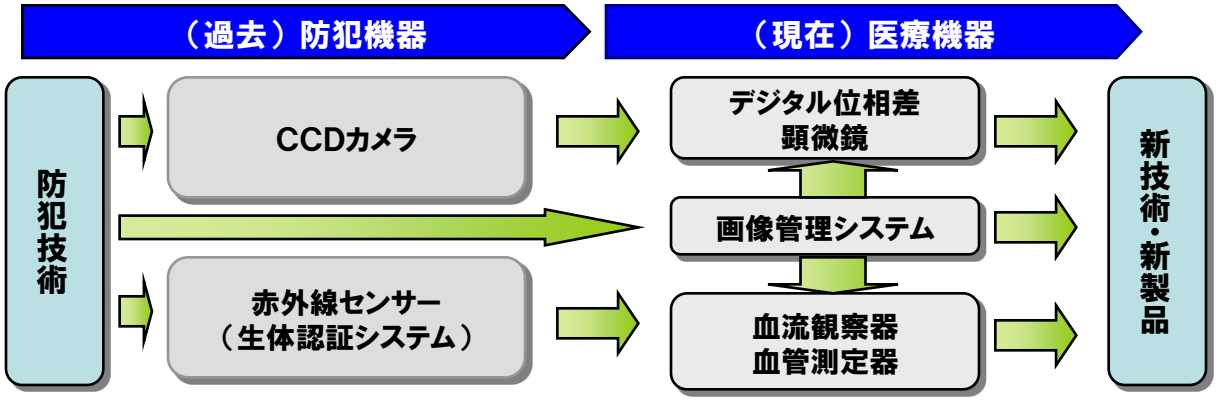


製品展開からみる事業概要

『みる市場における製品展開』

当社の「みる市場」における製品展開については、現在の主製品である顕微鏡や血流観察器、将来の主製品と期待している血管測定器などの製品を展開しております。

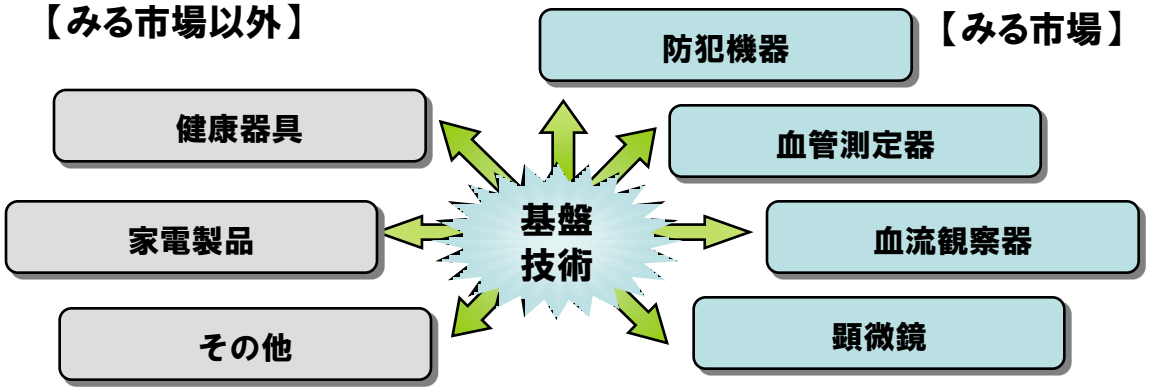
当社は、設立当初の標的市場である「見る」市場、すなわち防犯機器において、ＣＣＤカメラや、赤外線センサー（生体認証システム）を企画開発・製造販売しておりました。この技術を転用することで、ＣＣＤカメラからは「デジタル位相差顕微鏡」、赤外線センサーからは「血流観察器」と「血管測定器」が生まれ、「診る」市場すなわち医療用製品のそれぞれの分野に展開しております。また、これらの分野には動画や静止画などの画像管理が求められているので、画像管理システムの開発販売も行っております。



このように当社では、新技術の獲得や技術の転用ノウハウの蓄積など、開発した製品の技術的な基盤を活用して、次々に事業を展開し続けております。具体的には、医療市場において「マイナスイオン発生器」や「超微粒子拡散濃霧器」などの新製品が生み出され、医療商社や病院・学校関係など取引先が拡大しております。

『みる市場以外における製品展開』

「みる市場」以外の製品展開では、お客様のアイディア・ニーズを具現化する思いから、幅広い製品を生み出しております。基盤技術を活用しながら、新たな市場に挑戦することで、幅広い製品に対応した新技術を獲得しております。また、健康器具やインテリアなどお客様が求める製品を派生的に開発することで、従来扱っていない製品市場にも展開しております。



製品紹介

当社の取扱い製品紹介

『みる市場分野の製品紹介』

【デジタル位相差顕微鏡】

デジタル位相差顕微鏡「Ｐ－Ｓｃｏｐｅ（ピースコープ）」は、超高倍率・高画質でありながら小型軽量、操作も非常に簡単なので、持ち運びが可能で、デスクトップでも大型顕微鏡並みの性能を十分に発揮できます。

【血流観察器】

血流観察器「血流美人（マーキス２）」は、小型・超軽量なので、持ち運びが便利になり、採血を要せず、ズーム機能や指ブレ防止ユニット搭載で高画質のクリアな画像によるリアルタイムでの、血流や血管形状の観測を行えます。（商標登録番号：５０３０７３９）

【血管年齢測定器】

血管年齢測定器「メディカルアナライザー」は、長時間の測定が必要だった動脈硬化度測定が、わずか１８秒と短時間の測定が可能となり、結果表示もビジュアルで分かりやすく、タッチパネルを操作するだけなので、操作が初めての方でも簡単に使いこなすことができます。

【画像管理システム】

画像管理システム「ＶＩＳ」は、血液などのデジタル動画や静止画、ユーザー基本情報から観察情報までを一元管理できるシステムです。画像やユーザー情報などを結びつけたデータベース機能を実現しております。スピーディーな検索・表示、観察経過がひと目で分かる２画面での動画像比較表示機能などにより、業務の効率アップが図れ、限られた診療時間内でもスムーズな業務が行えます。

『みる市場以外における製品紹介』

【超微粒子拡散墳霧器】

超微粒子拡散墳霧器「森のココロ」は、消臭、除菌・抗菌作用など様々な効果がある成分エキスを、超微粒子（ドライミスト）にして空気中に放出することで、空気を爽やかにします。清々しい“森の香り”が、ストレスを和らげ、心とカラダを癒してくれ、リフレッシュ効果を促進します。

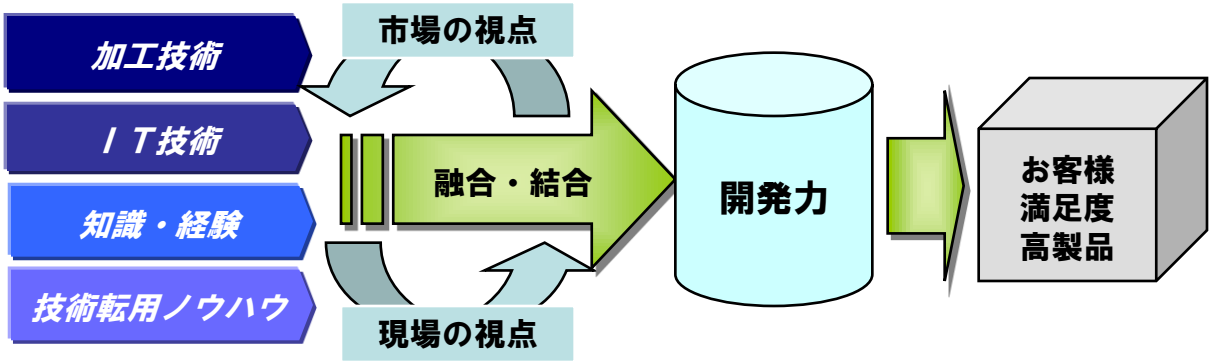
これまでの事業展開　～過去から現在～　その①

ビジネスの競争源泉となる“開発力”

『競争源泉となる開発力』

机上の製品アイディアだけでは製品として実現できず、技術だけでお客様が求める製品が完成するわけではありません。実際に製品を企画開発して、販売・クレーム対応するなど市場と製作現場の両方を知っていることによる開発力が当社の競争源泉となっております。

創業時から蓄積されてきた加工技術、詳細な設計を可能とする３Ｄ−ＣＡＤなどのＩＴ技術、お客様からアイディアを引き出す当社代表の知識や経験、様々な製品展開の中で培ってきた基盤技術転用のノウハウなどこれらの要因を融合、結合させることにより、お客様が求める満足度の高い製品を生み出す開発力を実現しております。



『開発力発揮によるお客様ニーズの具現化』

お客様のアイディア・ニーズが、当社に依頼や問合せという形で舞い込みます。これに対応し、実現性のある案件を見極め、開発力を発揮することで、お客様が求める製品としてカタチに変換しております。昨年度は年間１３件の新製品を開発し、市場投下いたしました。

２００６年度に当社の開発した新製品の９２．３%が黒字化（開発コストを超える収益を獲得）されていることが、お客様満足度の高さを表していると言えます。また、開発力を発揮することにより、案件化（試作品作成など依頼内容が具体化）から市場導入までの開発期間の短縮化が図れており、他社に抜きん出た開発スピードが実現され、低コストの開発が可能となっております。

新製品の黒字化率　９２．３％　（黒字化率＝黒字案件÷開発案件）

平均開発期間　３．２３ヶ月（案件化から市場導入までの平均期間）

みる市場製品(2006年度　7件)	開発期間
MS400H セルフィー（ハンディータイプ血流観察器）	6ヶ月
マーキスⅡ（小型血流観察器）	3ヶ月
ソワレ（廉価版血流観察器）	1ヶ月
アスベスト対策施工用観察機器一式(ＣＣＤスコープ)	4ヶ月
アスベスト観察顕微鏡	2ヶ月
アスベスト観察顕微鏡（ＣＣＤ＆三眼鏡筒Ver）	2ヶ月
暗視野顕微鏡（歯科用口内細菌観察顕微鏡）	2ヶ月

みる市場以外製品(2006年度　6件)	開発期間
イオニスシャワー（マイナスイオン発生器）	3ヶ月
フォレストイオン（業務用　消臭剤噴霧器）	4ヶ月
Ｎｅｗ快適空間（家庭用　消臭剤噴霧器）	4ヶ月
運動用シャフト	3ヶ月
磁気ネックレス	4ヶ月
バングル	4ヶ月

これまでの事業展開　～過去から現在～　その②

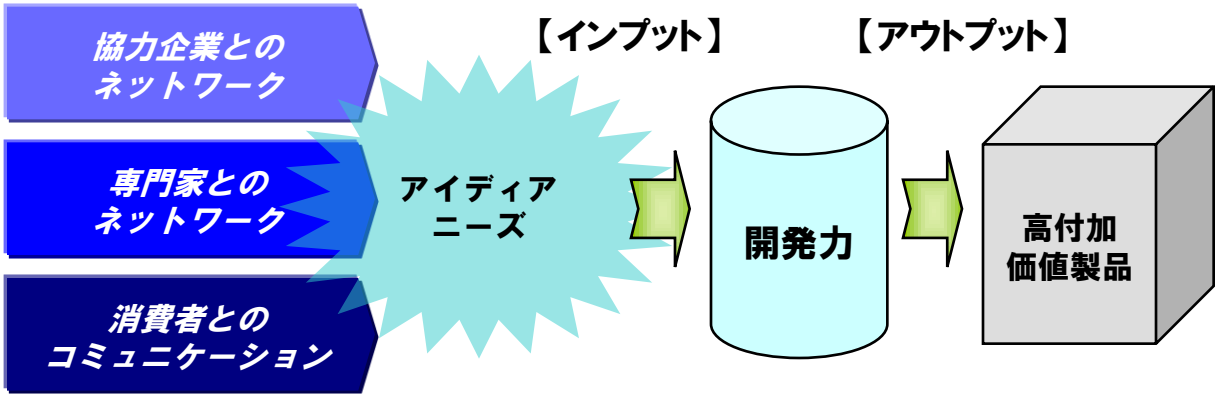
ビジネスの原動力となる“お客様とのリレーション”

『お客様とのリレーション』

お客様ニーズを具現化することで、当社は他社との競争に打ち勝っております。高付加価値製品（＝お客様満足度高製品）をアウトプットするためには、競争源泉である開発力に、お客様のアイディア・ニーズ という原動力をインプットすることが不可欠となっております。

当社では、お客様のアイディア・ニーズを収集するために、次に掲げる３つのお客様とのリレーションを構築しております。

（１）協力企業とのネットワーク
（２）専門家とのネットワーク
（３）消費者とのコミュニケーション



（１）『協力企業とのネットワーク』

当社は協力企業のネットワークを活用することで、中核業務である開発機能に経営資源を集中することが可能となっております。開発力強化による高付加価値な製品の提供によって、他社と差別化することにつながっております。

特に販売業務での協力は競争力強化につながっております。医療販売チャネルは、法的な規制があるだけでなく、チャネルが閉鎖的で接点をもつことが困難なため、一般的に医療販売チャネルを持つことが難しい状況です。しかし、当社は取引商社を通じて医療機関との接点を構築できております。

また、数多くの販売代理店契約を締結していることで、様々な市場との関わりが広がり、販売先の数も増加しております。他にも外注先や仕入先なども増加しており、協力企業とのネットワークが拡大しております。

【協力企業数】

項　目	第1期	第2期	第3期
外注先企業	7	12	14
仕入先企業	22	30	30
販売先企業	122	212	278

医療分野商社　　５社（国内大手約２０社）

販売代理店契約　１２６件

これまでの事業展開　～過去から現在～　その③

専門家とのネットワークによる製品開発例

（２）『専門家とのネットワーク』

当社は医療を専門分野とする大学教授と関係深化することで、最新技術動向などの情報収集・共同開発などの連携が行え、新製品分野開拓や信用力の高い口コミ効果を醸成しております。また、大学などの関係機関だけでなく、医師や歯科医師など医療機器を直接使用するお客様と直接的な接点を持つことで、多面的な角度からのアドバイスを頂いております。

関係大学	当社取り組み実績
松本歯科大学	歯根血流観察器の共同開発
鈴鹿医療科学大学医用工学部臨床工学科	血管年齢測定器の開発
東京大学大学院総合文化研究科	高性能な暗視野顕微鏡の開発
静岡大学大学院電子科学研究科	位相差顕微鏡の要望の対応

大学との共同開発実績　　４件（市場導入済み案件）

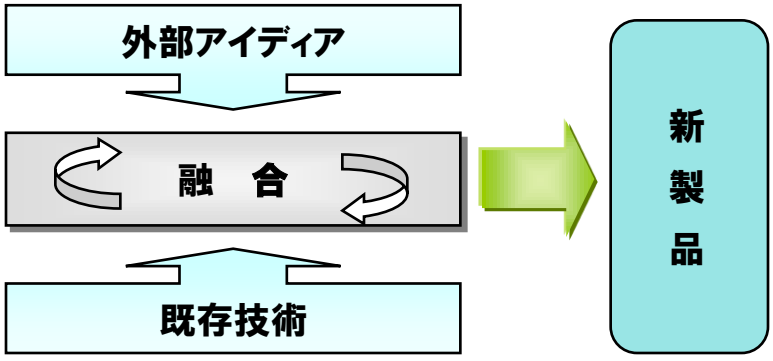
大学と共同開発した製品が、今まで関係性を持っていない大学からの問合せにつながり、専門家とのネットワークが拡大しております。また、このようなネットワークをもとに、展示会（日本動物行動学会第２２回大会など）への出展も行っており、当社の技術・製品の認知度の向上に寄与しております。

『専門家との連携による製品開発』

歯根血流観察器（歯科医院向け歯茎の毛細血管の血流観察器）は、専門家とのネットワークを活用することで、製品開発しております。松本歯科大学や開業歯科医師などの協力・アドバイスをもとに、既存製品である「血流観察器」の開発製造ノウハウをマッチングさせることで、未だ市場に存在しない製品の開発を実現することができました。（特許出願中）

これに加えて、開発製造ノウハウに、ＩＴ技術や像管理ノウハウをはじめとする当社の既存技術を融合することで、他社と差別化できる製品の開発が可能となっております。

（２００７年５月　歯根血流観察器の製造開発を新規事業として、中小企業新事業活動促進法（経営革新計画）の承認を受けております。）



【歯根血流観察器】

この他にも、鈴鹿医療科学大学医用工学部臨床工学科（医学博士　高田晴子教授）と、「血管年齢測定器」の製品開発で、協力関係を築いております。こうした専門家とのネットワークと当社が保有する技術を融合させることで、競争力の高い新製品開発が可能となっております。

これまでの事業展開　～過去から現在～　その④

お客様とのコミュニケーションによる製品開発例

（３）『消費者とのコミュニケーション』

消費者とのコミュニケーションを促進するために、①新製品のご紹介やキャンペーン案内など１ヶ月１度のＤＭ発信、②ＳＥＯ（検索エンジン対策）やプレゼント企画などホームページへのアクセス数を増やす対策、③メールに対するレスポンスの早さ・質の高さを意識した返信体制といった３つの取り組みを行っております。

このような取り組みが、消費者だけにとどまらず、大学教授や医療機関、企業など全てのお客様の問合せ・案件化の増加につながっております。日々アイディア・ニーズを受け付けていることで、現在では、アイディア提供者であるお客様のアドレスを約６万件保有するに至っております。

なお、保有しているお客様情報については、専用サーバーにデータを保存し、ファイルへのアクセス制限・データの暗号化・ハードキーによるロック（キーを抜くと、誰もアクセスできなくなる）などの具体策を実施し、個人情報保護の観点から厳重に管理しております。

項　目	第1期	第2期	第3期
ＨＰへのアクセス数	約300	約40,000	約90,000

月間延べ数で、有効なＩＰアドレス数（来訪者数）

保有しているお客様アドレス　　約６万件

『お客様への企画提案による製品開発』

暗視野顕微鏡は、当社ホームページを見て、当社技術に注目した東京大学大学院総合文化研究科生命環境科学系・上村研究室（小山幸子理学博士）から問合せを受け、開発しております。こんな機能を実現してほしいというニーズに対応し、当社代表が訪問・打合せを行い、共同開発することで、従来の機能では実現が難しい製品の開発が可能になりました。

【暗視野顕微鏡】

暗視野顕微鏡は、小型軽量・簡便かつ高性能な製品として、販売されております。具体的には、小型軽量、壊れにくく、バッテリー駆動が可能で、フィールドワーク（野外観察）に耐える性能で、研究に使える画質も実現させ、コンピューターとの接続も可能な高付加価値製品として、市場に提

この製品は、お客様とのリレーションが発展し、当社代表の企画提案力（プロデューサー能力）が、製品開発につながった案件と言えます。当社の理念であるお客様の「世の中にないこんなものがほしい」というアイディアを、モノづくりノウハウで具現化することを、実践できた好例となっております。

これまでの事業展開　～過去から現在～　その⑤

ビジネスの下支えとなる“情報共有力”

『情報共有力を高める仕組み』

当社がお客様の要望・ニーズを具現化し、幅広い製品を生み出し続けるためには、当社代表の有している知識・経験・ノウハウなどを全社的に共有し、案件化件数を増加させる必要があります。そのために当社では、創業時から継続して、失敗作を含む試作品や製造過程など製品開発状況をデータベース化しております。

また、お客様からの問合せに対する返信メールの内容など全社の情報共有を徹底することで、知識・経験・ノウハウなどを承継する仕組みを構築しております。あわせて、毎週１度必ずミーティングを行っており、社員の提案を全社的に検討していることや当社の経営理念・考え方の浸透を図るなど社内の情報共有の仕組みを構築しております。

データベース項目	項目内容
製品（試作品含む）・部品	各種図面・数量データ　など
保有している技術	各技術項目や転用実績　など
製品（試作品含む）の開発状況	製造過程・成功例・失敗例などについての詳細
問い合わせ案件	問い合わせ内容・返信などの対応についての詳細
社内ミーティング案件	製品ターゲットや製造方法、宣伝方法の検討など

創業から蓄積されているデータベース項目９０７件

創業から継続されている毎週１度のミーティング

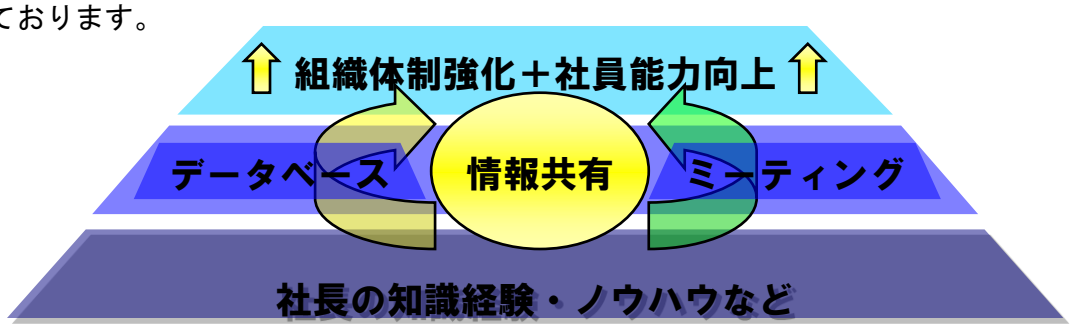
『情報共有力向上による製品開発』

当社は情報共有力を向上させることによって、社員個々の能力が向上し、それぞれの社員が、お客様のニーズを掘り起こす自発的な行動を行うようになりつつあります。

具体的には、社員がお客様先に製品修理やメンテナンスで訪問した際に、お客様が使用している他社製品に対し、「当社の技術でこういった製品が可能です」と提案したところ、試作品を作成することになったなど、新製品開発の案件につながっている例が増加傾向となっております。

このように当社では、データベース構築とミーティングによる情報共有を徹底していることで、当社代表が有する知識・経験・ノウハウなどが全社に共有されつつあります。これによって、組織的な開発体制強化や管理職候補の育成といった土台が形成されてきております。

【除菌･消臭器 】



これまでの事業展開　～過去から現在～　その⑥

成長拡大する市場の機会

『診る市場の拡大』

近年、少子高齢化の進展やメタボリックシンドローム対応といった抗加齢（アンチエージング）医療や予防医療への社会的関心が高まっており、当社の標的市場である「みる市場」の中でも、「診る」市場の市場規模の拡大が予想されております。

例えば、２００８年４月より施行される特定健康診査・特定保健指導（４０歳以上の医療保険者に診査の義務づけ）などの法的な規制による機会は、当社の血管年齢観測器の技術が活用できます。

当社の既存技術を転用できるだけでなく、安全面などから高品質が求められるので、当社の開発力を活かすことにより、売上・利益の向上が図れると期待しております。

このような動向を先取りした大企業では、血管年齢観測器をレンタルする傾向が強くなってきております。実際に当社の「診る」市場の現状においても、レンタル事業に対し、企業からの問合せが増加しております。

他にも、歯根血流観察器の分野である歯科医療市場も拡大しております、今後は、取り扱う医療機関・歯科医院が増えることから、更なる売上・利益の向上を期待しております。

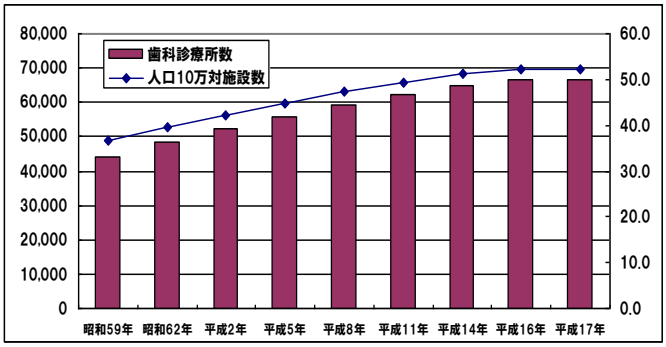
【医療市場の規模推移のグラフ】

医療機器生産金額の推移　（単位：百万円）

年	生産金額	対前年増減		指数
		増減額	比	
平成8年	1,456,136	119,585	8.9	100.0
平成9年	1,514,015	57,879	4.0	104.0
平成10年	1,521,376	7,361	0.5	104.5
平成11年	1,487,902	-33,473	-2.2	102.2
平成12年	1,486,266	-1,637	-0.1	102.1
平成13年	1,516,989	30,723	2.1	104.2
平成14年	1,503,507	-13,482	-0.9	103.3
平成15年	1,498,918	-4,589	-0.3	102.9
平成16年	1,534,365	35,447	2.4	105.4
平成17年	1,572,401	38,036	2.5	108.0

＊ 上表は、厚生労働省 「平成１７年薬事工業生産動態統計調査：医療機器生産金額の推移」を抜粋しております。
＊ 指数は平成８年を１００として計算しております。

【歯科診療所件数のグラフ】



＊ 上図は、厚生労働省 「平成17年 医療施設調査」の結果を加工しております。
＊ 左軸は歯科診療所件数（件）を示し、右軸は人口１０万対施設数（件）を示しております。
（ 平成１７年１０月１日現在における人口１０万対施設数：全国平均５２．２件　東京８３．０件　大阪６０．１件 ）

『新たなみる市場の機会』

新たなみる市場としては、少子高齢化の進展などが「診る市場」だけではなく、介護分野の「看る」市場の成長につながると期待しております。

また、「観る」市場においても、中年層で市場ニーズが根強い天体望遠鏡分野にＣＣＤカメラの技術を転用した製品の開発をすすめております。

更に、当社の画像管理システム（ＶＩＳ）は、専用の機材が必要だった高度な管理機能が市販のパソコンで実現できます。画像管理システムを様々な製品に組み合わせることにより、既存市場にはない新たなみる市場を生み出すことが可能になると考えております。

このような様々な「みる市場」に対して、当社の技術を転用できることで、成長性の高い市場機会が次々に生み出されております。

これまでの事業展開　～過去から現在～　その⑦

『当社を取り巻く経営環境～機会への強み投入 ～』

当社の創業時は、防犯分野に対する技術が中心で、保有する開発力では、対応できる分野が広くはありませんでした。しかし、創業より様々な製品分野のお客様ニーズに対応していく中で、技術の幅・技術転用ノウハウ・知識経験の向上など軸となる開発力に磨きがかかり、対応可能な分野が広がり続けております。また、お客様とのリレーションや情報共有などの仕組みも構築されており、競争を勝ち抜くための知的資産が蓄積されてきております。

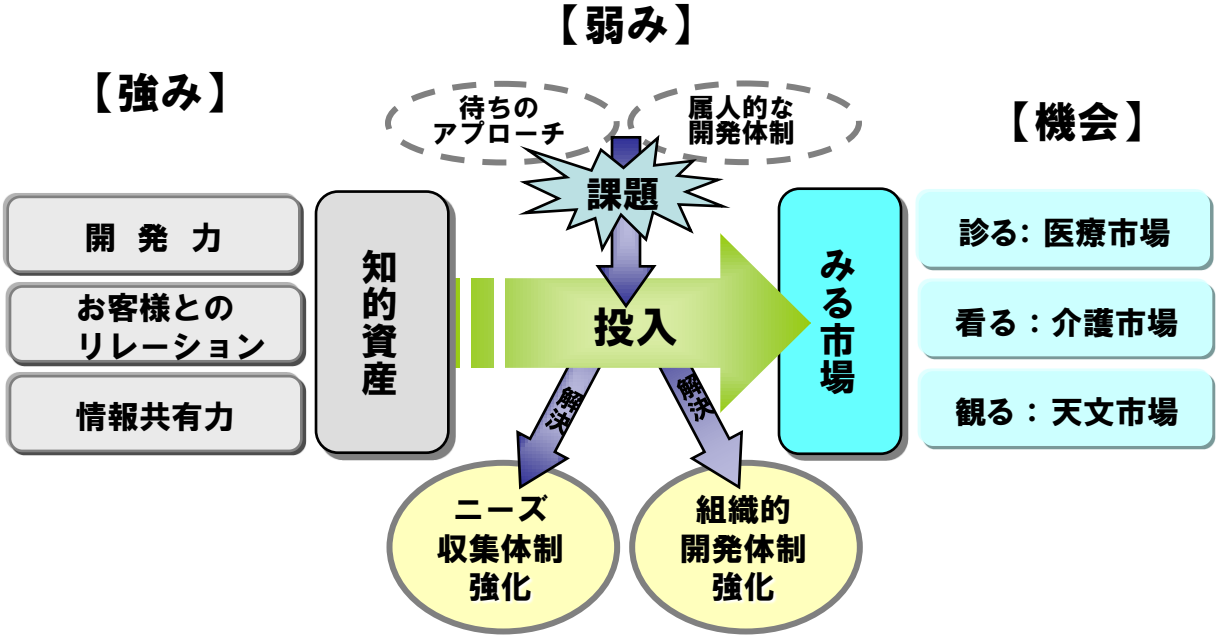
市場に目を向けると、前項に記載しているような機会がそこには存在し、今後も当社の標的とする「みる市場」は成長拡大していくものと期待しております。これまでの事業展開の中で、蓄積してきた知的資産を活用し、「みる市場」の機会を捉え、新製品開発、新市場開拓の実現を目指していきます。

『当社を取り巻く経営環境 ～弱み解消の課題～』

一方、現在お客様ニーズの収集については、お客様とのリレーション構築をしてきておりますが、依頼や問合せを待っているような現状になっています。すなわち待ちのアプローチが主であり、積極的なお客様ニーズを収集するアプローチが充分に実施できておりません。そのため、お客様ニーズを十分に収集できているとは言えない状況となっております。

また、今後の問合せ・案件化の増加に対して、属人的な開発体制となっている現状の社内体制では、開発力を発揮することが、難しくなりつつあります。そのため、これからの当社において、組織的な開発体制を整備・強化することで、これらの課題解決を図ります。

このように当社では、これまでの事業展開の中で、蓄積してきた知的資産を活用し、これからの事業展開で、高付加価値の提供が行えるような取り組みをしていきます。



これからの事業展開　～現在から将来～

知的資産を活用した事業展開

前述の「当社を取り巻く経営環境」の通り、「開発力」、「お客様とのリレーション」、「情報共有力」などの強みは十分に蓄積され、「みる市場」においては既存・新規市場ともに成長拡大が期待されます。これまで蓄積してきた強みでチャンスを捉えるべく、今後は「みる市場」の中でも「診る市場」へと経営資源を集中しつつ、新たな「みる市場」の開拓も目指してまいります。

そのために、過去から有している知的資産を活用し、課題であるニーズ収集体制や組織的開発体制を強化すべく、「モノづくりプロデューサーを中心とした組織体制の構築」をはじめとした以下の五つの取組みを行ってまいります。

これらの取組みにより、「ニーズの把握と絞り込み強化」、「開発力の拡充」、「高付加価値な製品の増加」を実現し、最終的に「業績の向上」を目指してまいります。

これからの経営方針

『みる市場』への集中

「診る市場」への経営資源の集中

新たな「みる市場」の開拓

これからの経営戦略

ニーズの把握と絞込み強化 → 開発力の拡充 → 高付加価値な製品の増加 → 業績の向上

これからの事業展開

過去から有している知的資産

①ビジネスの競争源泉となる“開発力”
②ビジネスの原動力である“お客様とのリレーション”
③ビジネスの下支えとなる『情報共有力』

展開・強化

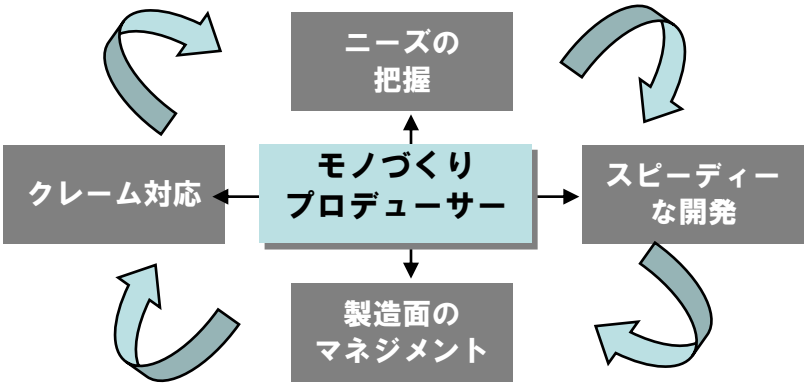
取組み①	「モノづくりプロデューサー」を中心とした組織体制構築
取組み②	約６万人のアイディアを製品開発へ
取組み③	大学との連携強化で開発力の拡充
取組み④	画像の有効活用で商品価値の向上
取組み⑤	技術の転用ノウハウで新たなる「みる市場」開拓

取組み①　「モノづくりプロデューサー」を中心とした組織体制構築

一つめの取組みとして、「“モノづくりプロデューサー”を中心とした組織体制構築」を図ります。今後、「みる市場」に集中して開発力で価値を創造する当社にとっては、ニーズの把握やスピーディーな開発が非常に重要となるため、この業務を強化する組織作りを行ってまいります。これまで情報共有の仕組みを活用して育成してきた管理職候補を中心に開発総責任者「モノづくりプロデューサー」の拡充を図り、ニーズ収集体制と組織開発体制の強化を図ります。

『”モノづくりプロデューサー“の拡充』

当社においては、ニーズの把握、スピーディーな開発、製造面のマネジメント、クレーム対応などを開発担当に集中させております。このように開発にかかわるすべての業務を集中させることで、他社では真似のできない圧倒的な開発力を生み出しています。このようなモノづくりの中枢を司るポジション＝「モノづくりプロデューサー」の増強を図ることで、ニーズを十分反映した質の高い開発を、数多く、スピディーに対応することが可能となります。



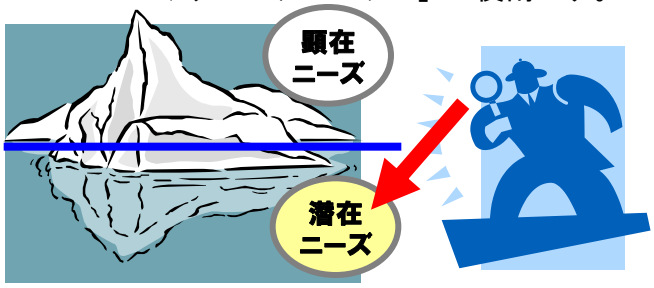
具体的には、お客様の潜在ニーズの顕在化、開発段階での提案、製造を意識した低コスト設計などを実現し、高付加価値な製品を次々と生み出していきます。

『潜在ニーズの顕在化』

“ニーズの把握”という視点では、「モノづくりプロデューサー」が、隠れたニーズの掘起し＝『潜在ニーズの顕在化』に全力を注ぎます。

ニーズとは氷山の一角のようなものです。顕在化したニーズとは、水面上にあらわれた氷山のように、誰でもそのニーズを確認できます。潜在ニーズとは、水面下の氷山のように、その存在すら確認しづらく、大きさも把握できません。潜在ニーズが大きなもの＝表面下に大きな氷山が隠れている場合は、お客様のなかでアイディアとして煮詰まっておらず、付加価値が高いケースが多くなっています。その隠れたニーズを“現場の知識、経験により培った独自の目”で見つけ出すことが「モノづくりプロデューサー」の役割です。

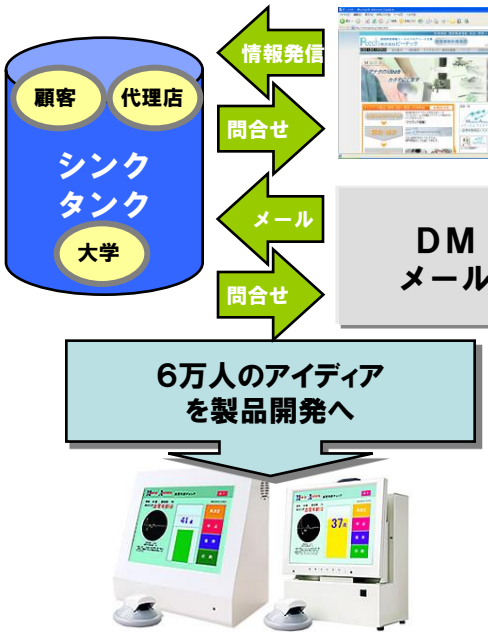
これまでは、様々な制約の中でお客様への積極的なアプローチができず、隠れたニーズに対し、十分に目を凝らすことができませんでした。今後は、製品利用者、代理店、大学などと顔のみえるコミュニケーションを積極的に図り、潜在ニーズの掘起しに力を注いでいきます。



知的資産の展開と強化　取組み②、③

取組み②　約６万人のアイディアを製品開発へ

二つめの取組みとして、「約６万人のアイディアを活かした製品開発」を行います。



これまでに問合せや様々な活動を通じて関係をもつアイディア提供者は約６万人にのぼります。過去の製品開発事例の掲載や「みる技術」の可能性を提案するなどの工夫でさらなる「みる」製品開発案件の発掘とニーズ収集が可能と考えます。

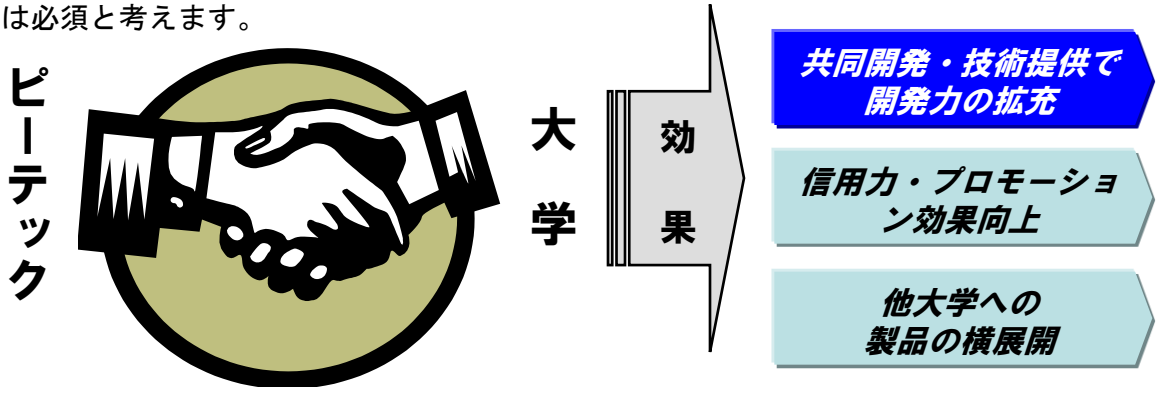
具体的には、約６万人に対してＷＥＢを利用した情報発信とＤＭメールの発信を行います。共にお客様のアイディアに基づく開発実績や「みる技術」の可能性に関する掲載を行い、技術力の高さをアピールします。結果、「こんな技術があるならこんなものも作れるだろう」という問合せを増加させ、「みる」を活用した製品開発の掘起しやニーズの把握を実現します。

しかし単にアイディアだけあれば製品化できるものではありません。「モノづくりプロデューサー」が、アイディアをしっかり見極めたうえで、製品化するための全プロセスを最後までサポートいたします。

取組み③　大学との連携強化で開発力の拡充

三つめの取組みとして、「大学との連携強化で開発力の拡充」を図ります。これまでにおいても、東京大学ほか多くの大学との共同開発を実現してきました。さらに関係を強化していくことで、最新技術動向などの情報収集・技術開発などの連携が行え、当社の原動力である開発力を拡充することが可能です。このような取組みをＷＥＢや会社案内に記載することで信用力の向上やプロモーションの効果向上、大学ネットワークにより他大学への製品の横展開も可能となります。

今後、新たなる「みる市場」の開拓のためにも、「知」の源泉である大学との連携強化は必須と考えます。



これからの事業展開　～現在から将来～

知的資産の展開と強化　取組み④、⑤

取組み④　画像の有効活用で商品価値の向上

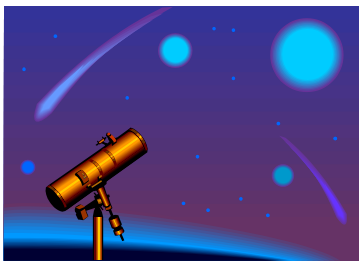
四つめの取組みとして、「画像の有効活用で商品価値の向上」を図ります。当社の製品は位相差顕微鏡や血流観測器などが主力ですが、今後の展開としてはそこで得た動画像を画像管理システム（＝ＶＩＳ；ビジュアル・インフォメーション・システム）で管理し、「画像を有効活用する技術」を利用者に提供することを考えております。この画像管理システムでは、画像を保存するだけではなく他の情報と結びつけて記録し、データベース機能によって「いつでも、瞬時に」呼び出すことができます。例えば、ある患者のカルテ情報とリンクしながら、１ヶ月前と１週間前と現在の多元比較を行い、症状の変化を確認してもらう、ということが可能となります。従来は専用の機材が必要だったこのような管理機能が市販パソコンで実現でき、コスト面や操作面でより身近になったため、今後、他製品とのセット導入が進むと見込んでいます。実際に、歯科医院では位相差顕微鏡と画像管理システムがセットで納入するケースが増えております。

今後は、画像管理システムを商品展開の主軸とし、「画像の有効活用」＝「利用者の利便性向上」という価値の提案を押し進めていきます。

取組み⑤　技術の転用ノウハウによる新たな「みる市場」開拓

五つめの取組みは、「技術の転用ノウハウによる新たな“みる市場”開拓」です。数多くある「みる市場」ですが、特に「観る市場」＝天体望遠鏡が有力候補と考えております。

団塊世代の大量退職によるホビー市場の活性化という流れの中で、特に天文市場においても新規需要に大きな期待が高まっています。一方、星を観るには屋外の空がきれいな場所が必要となるため、いつでも行けるわけではなく、また季節によっては厳しい環境を強いられます。



そこに当社の「みる技術」を活用すれば、このような問題を解決できると考えております。長距離望遠鏡自体は、技術の転用で比較的容易に開発が可能であり、製品改良ノウハウを組合せば、使い勝手の良さと軽量という手軽さを提供可能です。またインターネット技術を活用すれば、北海道に設置した長距離望遠鏡を通して、きれいな星空をインターネットで手軽に閲覧することも可能となります。

このような状況のなか、市場調査と製品化を進めており、新たな「観る市場」開拓の準備を進めております。

これからの事業展開　～現在から将来～

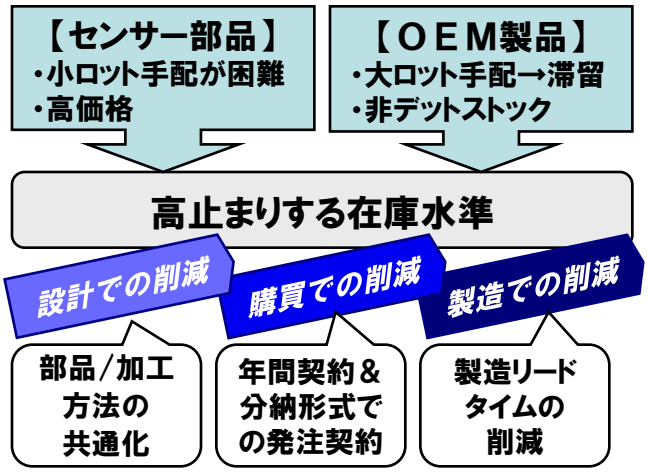
リスクへの認識と対応

今後、当社が事業規模拡大するためには、良好な資金循環体制の構築が不可欠となります。キャッシュフロー体制を円滑化する対策として、「高止まりする在庫水準への対応」、「回収サイトの短縮」に取り組んでおります。

『高止まりする在庫水準への対応』

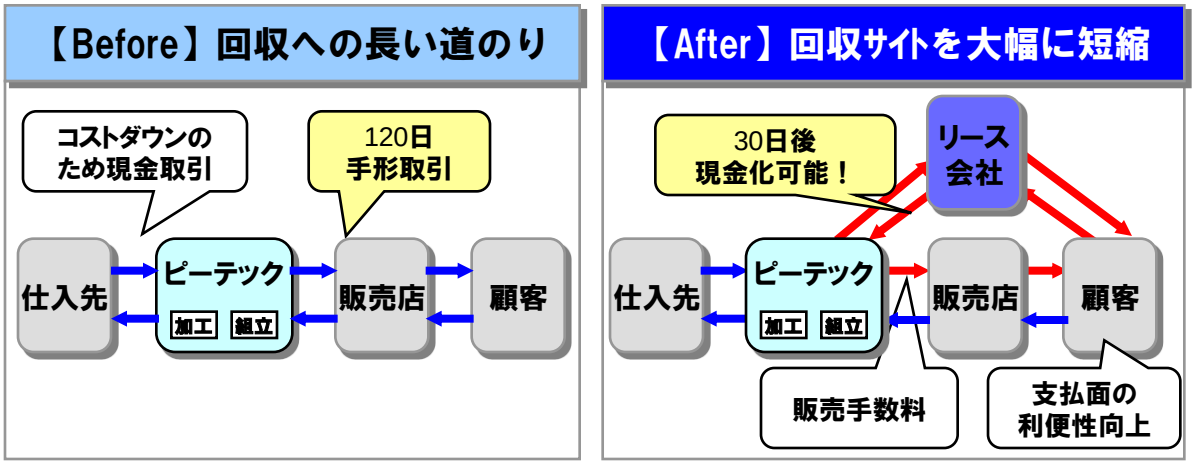
在庫水準が高止まりするという点については、改善の余地があるものの、事業特性という面も否めません。具体的には、「みる技術」に不可欠なセンサー部品が大ロット手配・長期リードタイム・高価格であるという点です。もうひとつとしては、ＯＥＭ製品は、低収益な大ロットオーダーのため、価格を考慮した大ロット手配となり、結果、デットストックとならないものの滞留期間が長くなる点です。

このような特性に対し、設計面では部品や加工方法の共通化、購買面では調達契約の見直し（年間契約・分納契約）や製造面では製造リードタイムの短縮を実現し、在庫の６割減を目指します。



『回収サイトの短縮』

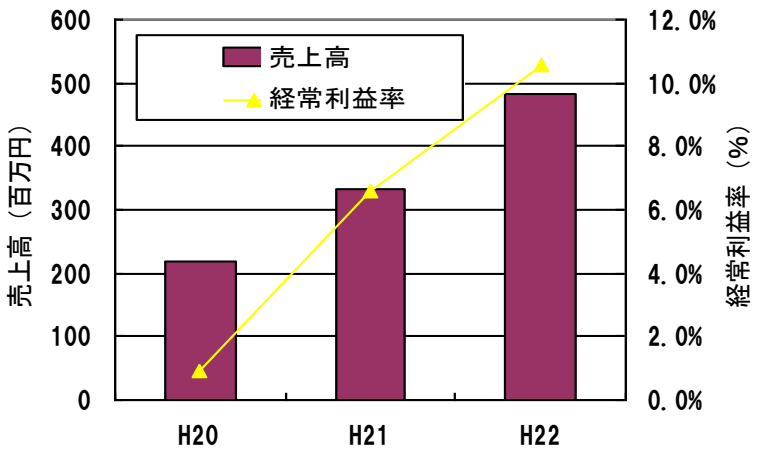
現在、大手販売店からの回収状況が１２０日手形であるのに対し、支払は仕入＝即現金払いが多く、さらに２ヶ月程度の製造リードタイムがあるため、キャッシュフローに影響を及ぼしております。そこで代理店から顧客への販売時にリース契約を採用するという、当社にとって新たなスキームを活用することで、売上から３０日後に現金回収が実現でき、当社の代金回収の早期化、すなわちキャッシュフローの円滑化に大きく貢献します。またメリットは当社だけではなく、顧客にとっては一時の購入資金負担が少ない、代理店にとっては販売しやすい、リース会社にとっては当然ビジネスにつながるという３社３様のメリットがあります。今後においては、取引するリース会社を増やしていき、さらなるリース契約案件の増加を促進していく予定であります。



これから事業展開　～現在から将来～

財務計画

【売上高と経常利益の推移】



今後の事業計画では、３年後に売上高で４．８億円、経常利益率で１０．５%を実現いたします。

売上高に関しては、経営革新計画にて開発した歯根血流観測器の急激な伸び、メタボリック対策による血流観測器の伸び、今後製品の軸として展開していく画像管理システムの伸びなどにより、事業規模の倍増を図ります。加えて組織体制見直しによる管理体制の強化で、増益も狙っております。

安定した事業規模の倍増により、対外的交渉力の向上を目指してまいります。

会社概要・沿革

【会社概要】

商号	株式会社 ピーテック
資本金	２，０００万円
代表者	藤井 義久（ふじい よしひさ）
所在地	〒５３４－００２５ 大阪府大阪市都島区片町２－１－４０　エスト・ヌーヴォー９Ｆ TEL：０６－６１３６－１４１１/FAX：０６－６１３６－１７４４
事業内容	医療用具及び健康関連機器の開発、設計、製造、ＯＥＭ供給。
取扱品目	位相差顕微鏡、血流観察器、マイナスイオン発生器などを製造販売
認証登録資格	医療用製造業認可証２７ＢＺ６０９５

【沿革】

２００１年　７月	開業
２００１年　９月	インターネットカメラ「ＩＰ－Ｃａｍ」発売
２００２年　６月	自社ブランド位相差顕微鏡「Ｐ－Ｓｃｏｅ　ｈａ」発売
２００３年　１月	現行機種「Ｐ－Ｓｃｏｐｅ　ＰＲＯ」発売
２００４年　６月	大阪市都島区片町２－１－４０　エストヌーボーに移転
２００４年　８月	法人化 血流観察装置のＯＥＭ供給開始
２００５年　３月	医療用具製造業認可取得
２００５年　６月	マイナスイオン発生器「リフレア」発売
２００５年　７月	血管年齢測定器「メディカル・アナライザー」発売
２００６年　８月	資本金を２０００万円に増資
２００６年１１月	低価格血流観測器「ソワレ」発売 血流観測器「血流美人（ＭａｒｑｕｉｓⅡ）」発売
２００７年　５月	中小企業新事業活動促進法「経営革新計画」の承認

ＫＰＩ一覧

本報告書の本文中に掲載いたしましたＫＰＩ（key performance indicator ： 重要業績評価指標）について、以下まとめの表記を行います。

『ＫＰＩ　知識の創造／イノベーション／スピード』

●新製品の黒字化率 ： 昨年度開発案件に対する黒字案件の率　９２．３％
（Ｐ　８に記載）

●平均開発期間 ： 案件化から市場導入までの開発期間　３．２３ヶ月
（Ｐ　８に記載）

●大学との共同開発実績 ： 市場導入案件　４件
（Ｐ１０に記載）

『ＫＰＩ　対外交渉力／リレーションシップ』

●協力企業数 ： 医療分野商社　５社　　販売代理店契　約１２６社
（Ｐ　９に記載）

項　目	第1期	第2期	第3期
外注先企業	7	12	14
仕入先企業	22	30	30

●ＨＰアクセス数 ：
（Ｐ１１に記載）

項　目	第1期	第2期	第3期
ＨＰへのアクセス数	約300	約40,000	約90,000

月間延べ数で、有効なＩＰアドレス数（来訪者数）

●コミュニケーションの仕組み ： 保有お客様アドレス 約６０，０００件
（Ｐ１１に記載）

『ＫＰＩ　チームワーク／組織知』

●情報共有の仕組み ： 創業から蓄積されているデータベース項目９０７件
（Ｐ１２に記載） 創業から継続される毎週１度のミーティング

『ＫＰＩ　リスク管理／ガバナンス』

●訴訟件数 ： 債権回収にかかる原告として１件
（該当ページなし）

●カントリーリスクの排除 ： 全ての取引を商社経由にすることでリスクの排除を実現
（該当ページなし）

●被買収リスク ： 当社代表が１００％保有のため、リスクなし
（該当ページなし）

●コンプライアンス体制 ： 溝上法律特許事務所（訴訟、商標　担当）
（該当ページなし） 川崎法務事務所（医療機器許可　担当）

●営業秘密の漏洩リスク ： データベース情報に関しては、ハードキーによるロック、アクセス制限、暗号化を実施し、漏洩リスクを軽減
（Ｐ１１に記載）

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。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、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。

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を生じることもあり、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、十分にご了承願おります。

作成支援・監修専門家

本知的資産経営報告書の作成にあたっては、本書記載内容につき、その客観性を維持・向上させる趣旨から、次に掲げる専門家のご支援・ご監修を賜りました。

社団法人 中小企業診断協会 大阪支部　知的資産経営研究会 会員

中小企業診断士・税理士・行政書士	前　田　直　樹（まえだ　なおき　）氏
中小企業診断士	加　藤　秀　勲（かとう　ひでのり）氏
中小企業診断士	橋　木　祐　治（はしき　ゆうじ　）氏

お問い合わせ先

株式会社 ピーテック
〒534-0025　大阪府大阪市都島区片町2-1-40　エスト・ヌーヴォー9F
TEL：06-6136-1411　　FAX：06-6136-1744