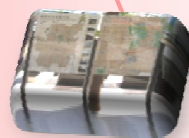


知的資産経営報告書

2009

株式会社 ニチブツ関西



■ エピローグ

□ メッセージ P. 4

□ 経営理念・経営方針 P. 5

□ 行動指針 P. 6

□ 事業概要 P. 7

■ これまで

□ 事業の変遷 P.10

□ 「ブロックコート」誕生 P.13

□ 財務実績ハイライト P.16

■ これから

□ 一番化から一体化、そして一流化へ P.17

□ 財務計画ハイライト P.21

■ プロローグ P.22

平成21年(2009年)

劣化防止剤「ブロックコート」誕生

私たち「ニチブツ関西」はいま

「卸売事業」から「開発型商社」へと

また新たな一歩を踏み出します

Our Next Stage

Block Coat

メッセージ

平成6年に設立。物流用パレットの販売・レンタルを営み、その後、安全用品の卸売、屋外遊具・ストリートファニチュアの卸売、公共案内板・屋外サインの卸売、そして土木資材卸売と、今日まで当社は多岐に亘り幅広く事業を展開してまいりました。

世界的不況と言われ、社会全体があらゆる「コスト削減」を模索し、それに応じるための企業間競争が益々激化している昨今。とくに「モノ余り」社会が要求するものは、商品そのものの、そして商品本来の機能はもちろんのこと、そこに付加される価値へと急激に変化しつつあります。

このような経営環境下、「卸売」という商品そのものの、そしてその機能を提供する当社の既存事業にも、付加価値を提供するための新たな取り組みが求められるようになりました。

そこで、当社は「卸売」という既存事業における顧客及び社外ネットワークから得られた開発ニーズをもとに、中長期的な視点からの「コスト削減」に資する「劣化防止」をキーワードに新商品開発を進め、ハイブリッドコーティング剤「ブロックコート」の開発、商品化に成功しました。

そして2009年。これからも社会に必要とされる企業であり続けるため、「ブロックコート」を軸に、当社は「卸売企業」から「開発型商社」へと新たな事業展開への第一歩を踏み出しました。

本書を通じ、多岐に亘る当社の事業、そしてその展開の背景にあるこれまでの歩みをご理解いただくとともに、これから「開発型商社」として大きな変化を遂げようとする当社にご期待添えいただけると幸甚です。



株式会社 ニチブツ関西
代表取締役

中村 茂樹



物流用パレット



安全用品



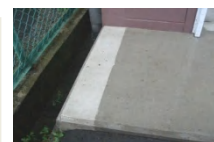
屋外遊具



公共案内板



ブロックコートIS



ブロックコートCS

「ブロックコート」誕生

「卸売企業」

「開発型商社」

経営理念

社会に必要とされる企業であり続けること

企業が生き残るための条件はただ一つ。それは「社会に必要とされる」こと。

そのためには、必要とされる「基準」を知り、その「基準」に対応することが必要であり、これを欠くことはできません。

目まぐるしく変化する社会環境の中で、無論その「基準」も激しく変化する今日。一度は掴んだつもりの「基準」でも、それは一時的なものに過ぎず、明日に向かっては何らの保証もありません。

それゆえ当社では、全社一丸となって社会の変化に耳を研ぎ澄ませ、これまでも「いま求められる事業活動」を推進することで、常に激しい競争環境の中で優位性を追求する企業体を構築してきました。

ハイブリッドコーティング剤「ブロックコート」は、このような当社の取り組みの一例であり、常に「いま」に甘んじることなく、いつの時代でも社会に必要とされる「ニチブツ関西」を目指し続けます。

経営方針

利は義が元なり

利（利潤）とは、義（顧客の真意）に対応することで、はじめて得ることができるものです。顧客の「義」に即応し、継続的に「利」を得ること。これ以外に企業の持続的な発展はありません。つまり、信頼して下さる顧客がどれだけ存在するかがその企業の真の力であるといえます。

それゆえ、まず相手つまり顧客の立場に立って物事を思考し、相手の利益に繋がる最良の方法を考え抜く必要があります。

「ニチブツ関西」では、この考え方を徹底し、継続的に「利」を追求する集団であり、その大前提として「義」を重んじる集団であり続けます。

周知経営

経営者自身が全てを知り、全てを判断することには限界があり、経営者に依存した経営である限り、経営者の力が及ぶ範囲以上に企業が大きくなることは不可能です。

換言すれば、企業を支える従業員全員が経営に参画し、持てる「知恵」を駆使する

ことができれば、これほど強い企業はなく、その活動範囲は無限に広がります。

それゆえ「ニチブツ関西」では、全従業員における経営参画意識の醸成を重んじ、常に個人の価値観ではなく、組織の価値観で物事を捉える集団であり続けます。

行動指針

勉強好きたれ、素直たれ、そして常に上昇志向たれ

企業活動で重要な「利＝儲け」とは、他者に認められた価値であり、その全ては「交渉」から生まれます。価値の原点ともいえる「交渉」という重要なテーブルにつく従業員の役割は極めて大きいといえます。

それゆえ「ニチブツ関西」の全従業員は勉強好きであり、素直であり、そして常に上昇志向を持って、常に交渉相手から信頼を勝ち取れる人物である必要があります。

● 勉強好きたれ

まずは、自らの興味の範囲を広げ、常に学ぶ習慣を身につけ、そして日々の活動の中で得た「知識」を「知恵」に変え、経営

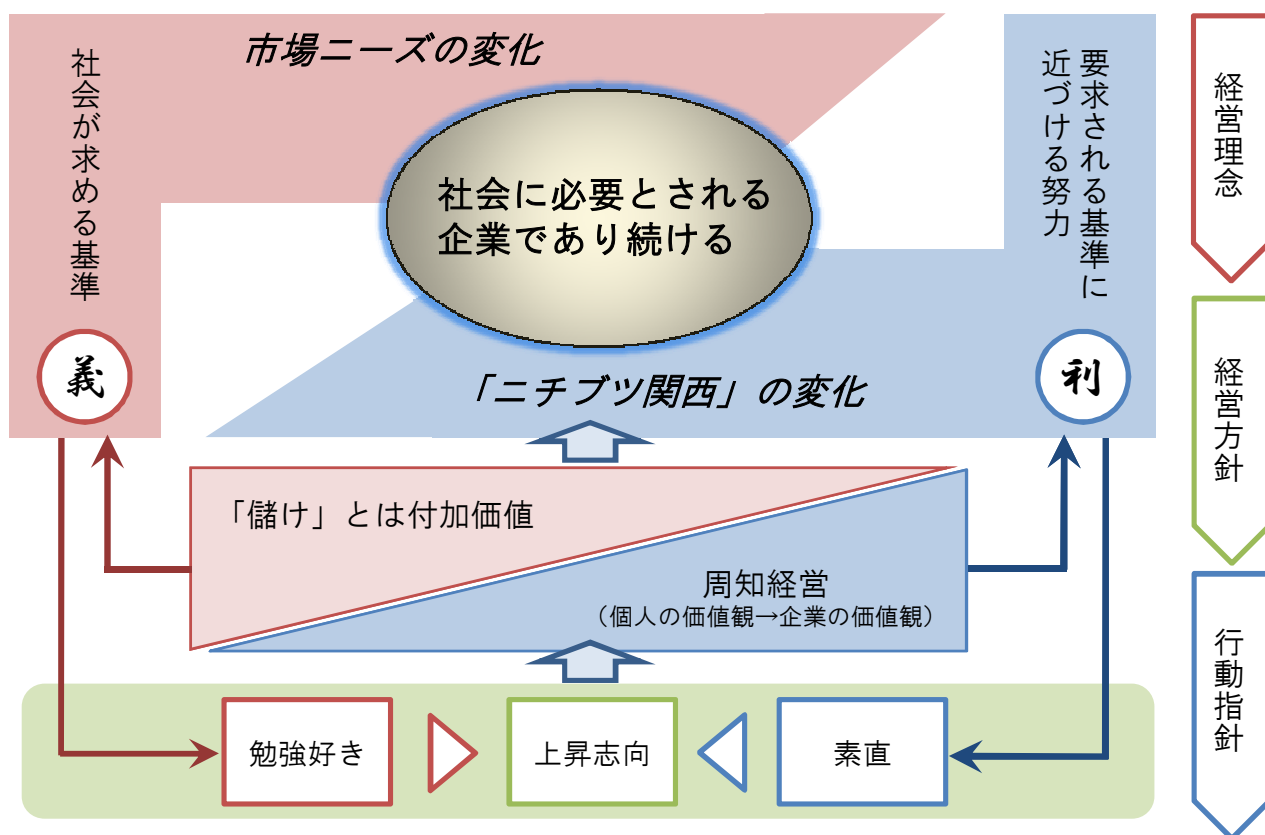
に活かします。

● 素直たれ

仕事で重要な価値観は「個人」ではなく「組織＝企業」の価値観であり、個人から組織や企業へと価値観をシフトするためには、雑念を持たない素の状態になること、つまり素直であることが重要です。

● 上昇志向たれ

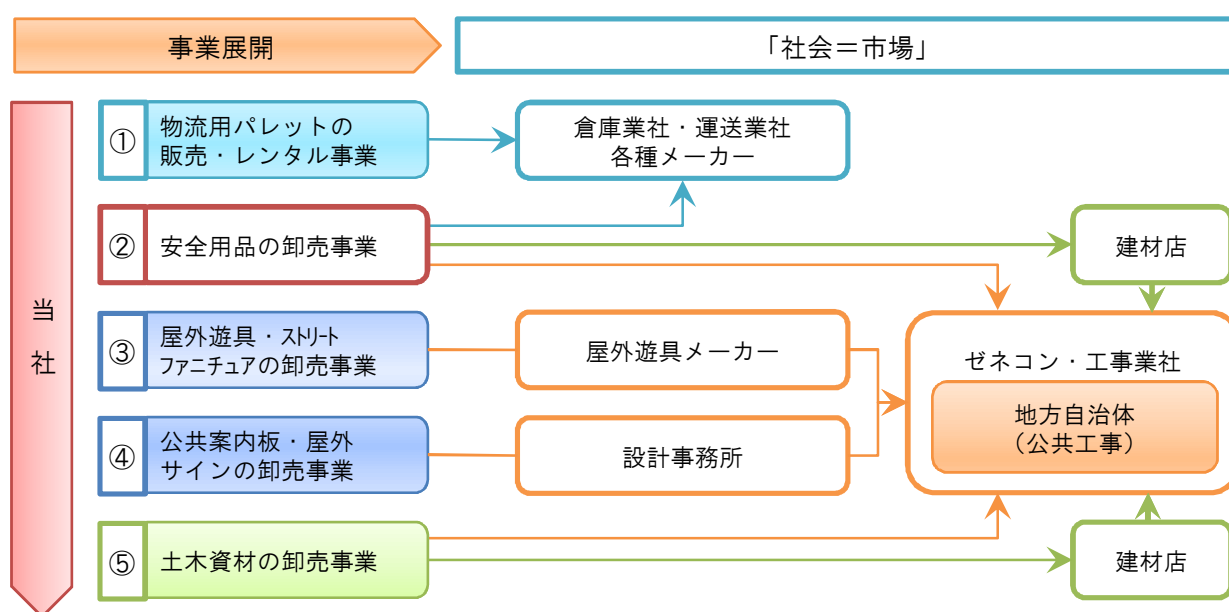
経済情勢を含め、世間の流れは速く、現状維持の思考では日々遅れを取ってしまいます。それゆえ、勉強好きであり、素直であることを土台に、常に更なる一歩を目指して不断の努力を惜しんではなりません。



事業概要

現在当社では、①物流用パレットの販売・レンタル事業、②安全用品の卸売事業、③屋外遊具・ストリートファニチュアの卸売事業、④公共案内板・屋外サインの卸売事業、⑤土木資材の卸売事業を展開しており、平成21年からは更に「ブロックコート」の開発・販売事業を開始。

これらの事業、そしてそれぞれの事業展開の全ては、当社が「社会に必要とされる」企業であり続けるために取り組んできた「ニチブツ関西」の変化です。同時に、その時々において「社会＝市場」にマッチした価値の提供を重ね続けた結果が、当社の現在営む事業であるといえます。



物流用パレットの販売・レンタル事業

物流資材・パレットの販売及びレンタル事業



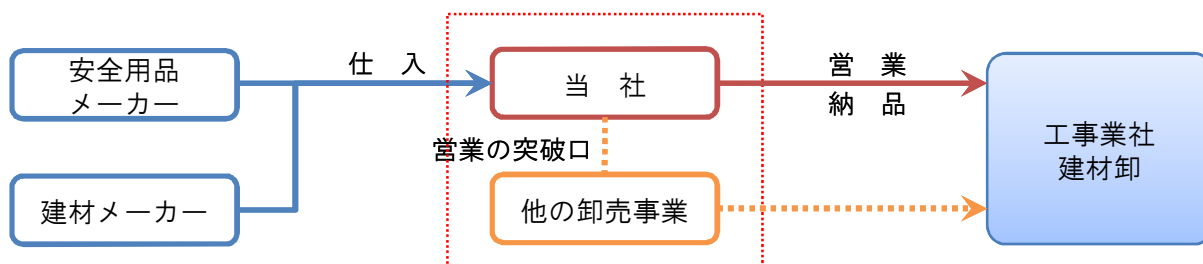
個々の仕様に応じたパレットメーカーの選択が可能であり、取引先となる倉庫業社や運送業社、メーカーの生産計画などを共有することで「ジャストインタイム納品」を実現。
パレット以外の副資材（安全用品）の対応窓口としても機能しています。



事業概要

安全用品の卸売事業

安全用品・保安用品の加工及び卸売事業



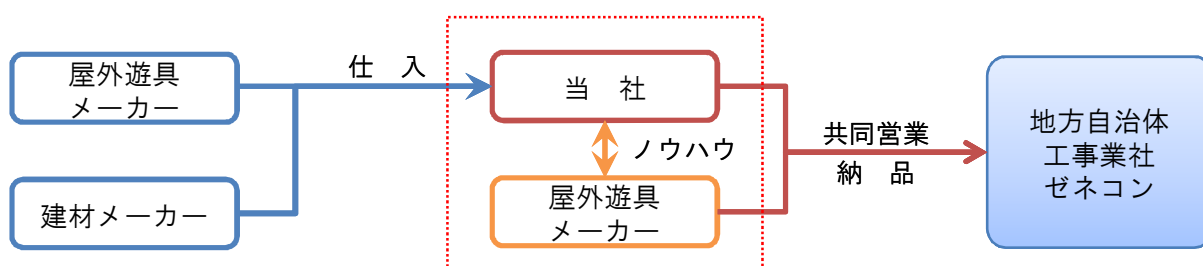
奈良県内ではトップクラスとなる安全用品のラインナップを持ち、即納体制とともに価格競争力を発揮できる体制を構築しています。

この事業で取り扱う卸売商材の適用顧客の範囲は広く、また必要とされる頻度が高い消耗材であることから、品揃え・短納期・低価格で他社との明確な差別化を図ることで、新規顧客開拓の突破口としての役割を担っています。



屋外遊具・ストリートファニチュアの卸売事業

公園施設の企画・設計及び卸売事業



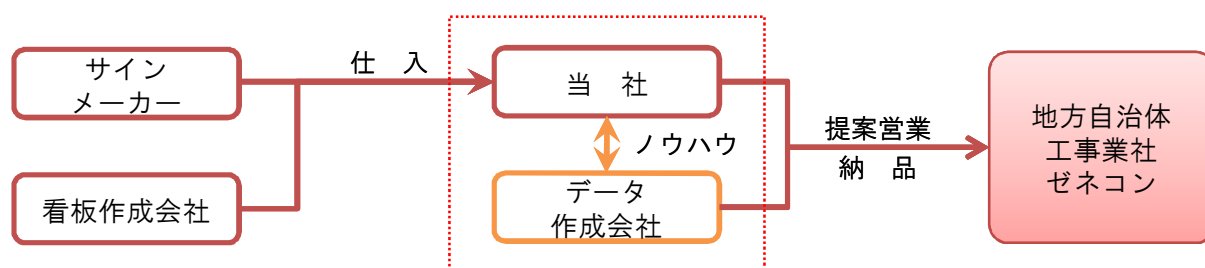
屋外遊具メーカーとの共同営業により、営業の初期段階において設計の提案、設計折込（提案図面への商品掲載）を実施。インターネットを通じて屋外遊具メーカーから過去の実績図面の提供を受けられる体制を社内に構築し、カタログにはないオリジナル商品の企画・設計ができることを強みに営業ノウハウの共有化と深耕を実現しています。



事業概要

公共案内板・屋外サインの卸売事業

各種公共案内板（サイン）、屋外広告の企画・設計及び卸売事業

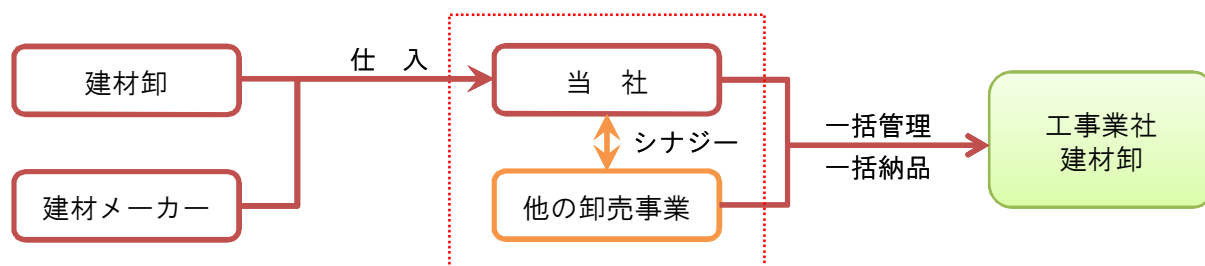


この事業は、公共案内板（サイン）の提案や打合せには手間が掛かり、独特のノウハウを要するため、一般的・相対的には難しい事業と位置付けられます。これに対し当社では、公共案内板（サイン）専門のデータ作成会社とのネットワークを構築することで、過去の実績や実例をもとに、より実務に即した的確かつ迅速な提案を行うことが可能です。



土木資材の卸売事業

土木工事・道路工事用の資材及び仮設資材の卸売事業



この事業は、安全用品や屋外遊具など、他の卸売事業とのシナジーを生じます。他の卸売商材とあわせて工事・作業現場に必要な資材を、当社が一括管理・納品することで、顧客利便性の向上に寄与しています。なお、他の卸売事業と同様、豊富な品揃えや価格競争力においても、他社との差別化に資する優位性を持っています。



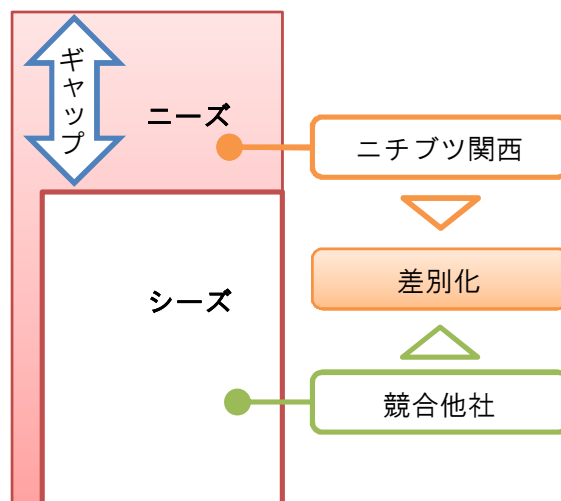
事業の変遷

創業から今日に至るまで、当社の事業展開の基本は揺るぎません。その基本とは「競合他社には何ができないのかを模索し、それを実行すること」です。つまり、社会や市場が求めるもの（ニーズ）と現存する商品やサービス（シーズ）とのギャップを埋めるために、当社は何をすべきであり、また何ができるのかを検討し、それを実行に移すことです。

この基本に則り、物流用パレットの販売・レンタル事業を皮切りに、これまで多岐に亘る事業を展開することで市場浸透を果たしてまいりました。

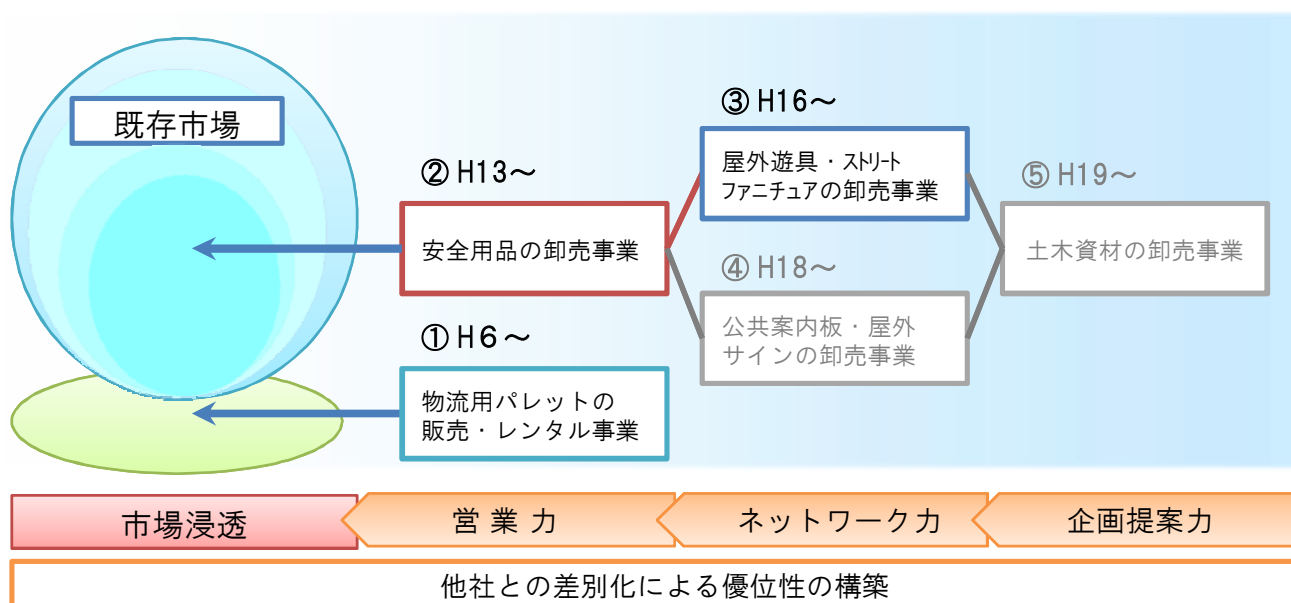
平成6年。当社事業の基盤として、「①物流用パレットの販売・レンタル事業」を開始しました。ここでは、物流用パレットという商材特性から、日々継続的に数多くの顧客と接する機会が多くなりました。

そこで、パレット以外の副資材も、物流用パレットを通じて密接な取引関係を持つ数多くの顧客に提供できないだろうかと模索をはじめました。



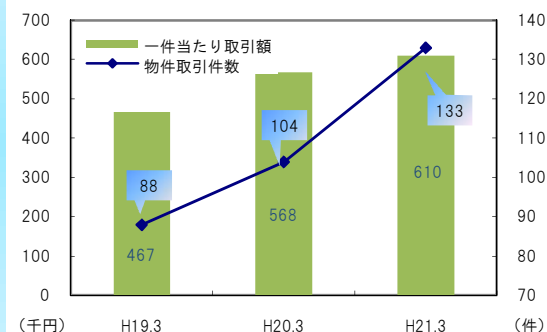
そして平成13年、どのような作業現場においても不可欠な消耗材として「②安全用品の卸売事業」を開始しました。

その後、安全用品という不可欠かつ使用頻度の高い消耗材の扱いを起点に、既存顧客のみならず新規顧客の開拓を積極化し、建材店やゼネコン・工事業社への地道な営業の積み重ねによって、「営業力」という強みを蓄積してまいりました。



事業の変遷

営業力の向上を裏付けるように、直近3カ年においては、一物件当たりの取引金額が大きく伸長しています。また、屋外遊具・ストリートファニチュアの卸売事業、公共案内板・屋外サインの卸売事業、土木資材の卸売事業で構成される物件取引数も増加しており、建材店や工事業者などへのこれまでの地道な営業活動が実を結んだ結果を表しています。



平成16年、転機が訪れました。大手屋外遊具メーカーの退職者を当社の社員として迎えることとなり、これに機に「③屋外遊具やストリート・ファニチュア」の卸売事業を深耕することになりました。

安全用品の卸売事業で培った「営業力」という強みに加え、大手屋外遊具メーカーとの共同営業を行うようになったこと、すなわち「ネットワーク力」が、この事業の他社との差別化要因となっています。

屋外遊具やストリートファニチュアのメーカーが単独で、全国各地の地方自治体の動向を把握することは極めて困難です。一方で、地方の建材卸売業社には、屋外遊具など特殊な建材の知識が乏しいのが現状でした。

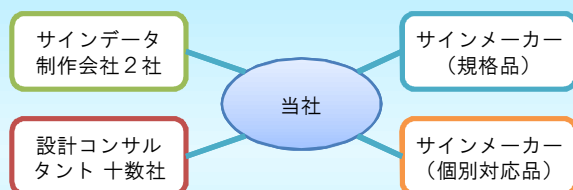
これを機会（＝ギャップ）と捉えた当社では、当社に入社した元大手屋外遊具メーカーの社員のノウハウとネットワークを活かし、大手屋外遊具メーカーとの共同営業

を開始。屋外遊具やストリートファニチュアの提案業務や設計折込業務（図面に特定の商材を掲載すること）を本格化しました。またメーカーからの図面提供体制を構築することで、どこよりも早く公園施設などの設計情報が入手でき、その後の販売先へのアプローチを的確かつ迅速に行える体制を整えるに至りました。

メーカーではできない刈り取り営業、すなわち提案後の受注までのアプローチを当社が重点的に行うことでメーカーにもメリットが生まれ、設計事務所にも公園全体のコンセプトにマッチする商材選定が容易となり、また設計の手戻りが少なくなるなどのメリットが生じ、これらのメリットが結果として品質・コスト・納期面における発注者のメリットとなる「三方よし」の結果を生んでいます。

このような展開を通じ、「ネットワーク力」という強みを醸成してまいりました。

ネットワーク例（公共案内板・屋外サインの卸事業）



横浜のサインメーカー「バブリックサイン株式会社」は、既存事業だけでなく、「ブロックコートⅠS」の関東圏における商圈拡大の窓口としても連携することが決定しています。

事業の変遷

平成18年、「④公共案内板・屋外サインの卸売事業」を開始。スタートの契機は「遊具とともに公園には案内板が欠かせないのでは」というニーズの着想にありました。

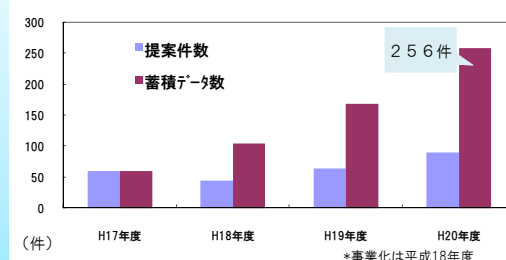
公共案内板（サイン）は、サイズはもとより、色彩や質感など過去の実例を参酌した詳細な事前打合せを要するため、ともすれば大変煩雑な業務になりがちで、この業務が敬遠されることも少なくありません。

当社では先の事業展開で培った「ネットワーク力」を活かし、公共案内板に豊富な

実績のあるサインデータ作成会社と連携しています。これにより、自社内に蓄積している公共案内板の実績データやノウハウに加え、設計事務所からの実績データやノウハウが活用でき、その結果、発注者のニーズを的確に捉えた企画・提案を行うことが可能となりました。

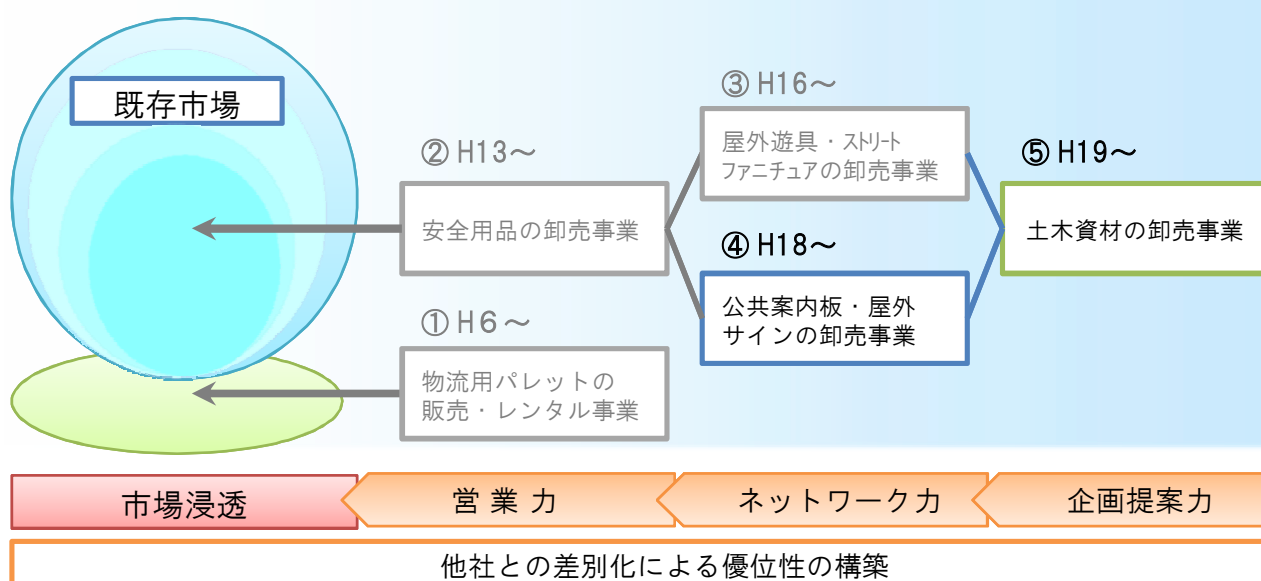
このような取り組みによって醸成した「企画提案力」が評価され、取引先からは「ニチブツ関西なら何とかしてくれる」とのお声をいただくようになりました。

公共案内板・屋外サインの卸売事業において企画提案力の源泉となる蓄積データ件数は、平成20年度末で250件を超えています。社内ノウハウ（蓄積データ）と社外ネットワークを組み合わせることで多種多様な公共案内板・屋外サインへの企画提案力を向上させています。



屋外遊具や公共案内板の卸売事業を営む中で、「施設を設置するには土台が不可欠。土木資材も併せて納入してもらえると助かる」とのニーズが高まり、平成19年に「⑤

土木資材の卸売事業」を開始。既存の卸売商材とともに総合的な商材供給体制を整えると同時に、現在では作業現場に必要な資材の一括管理・納品を実現しています。



「ブロックコート」誕生

ニーズとシーズのギャップを埋めるための事業展開の基本をさらに推し進め、「ブロックコート」が誕生。

これまでの既存事業の中でも、屋外遊具やストリートファニチュア、公共案内板や屋外サイン、そして土木資材という商材においては、安心・安全な施設の設置が求められ、また施設の補修・更新投資コストの軽減に加え、地球環境への負荷軽減が求められる現状にあり、「劣化防止」はこれらの商材の根底にあるニーズであるといえます。

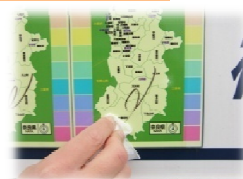
一方、世界的不況に見舞われる「モノ余り」社会においては、提供される商材のみならず、商材に付加される価値が重視されるようになり、卸売事業を営む当社においても、新たな価値を付加する打ち手が求められるようになりました。

そこで当社では、他社とのネットワークを活かし、平成20年より劣化防止剤の共同開発に着手するとともに「営業力・ネットワーク力・企画提案力」という強みを「開発ノウハウ」に高め、平成21年に「ブロックコート」の商品化を実現。これを機に「卸売企業」から「開発型商社」へと転身を果たすべく、新たな展開への第一歩を踏み出します。

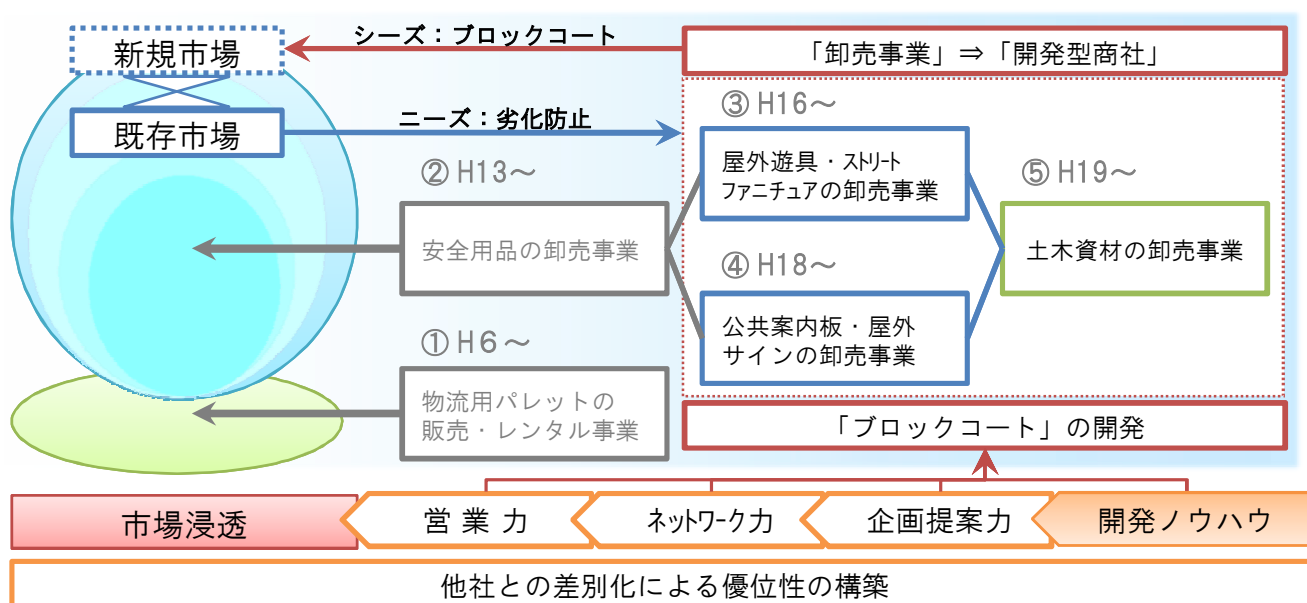
「ブロックコート」には、機能面・コスト面の両面において、競合他社・類似品を圧倒する優位性を有しており、これに既存事業において培った強みを付加することで、早期の市場浸透及び事業化を目指しています。



ブロックコート IS



ブロックコート CS



ブロックコートⅠS

当社が開発した「ブロックコート」には現在、「ブロックコートⅠS」と「ブロックコートCS」の2つの商品が存在し、「ブロックコートⅠS」はインクジェットサイン用のハイブリッドコーティング剤です。

商品の概要及び特長

「ブロックコートⅠS」は、特殊ウレタンとシリコンを混和した「浸透性皮膜形成型コーティング剤」です。インクジェットシートに噴霧塗布を行い、コーティング剤の乾燥段階において「シリコン皮膜」を形成します。

本剤を用いた被塗体には、①表面硬度が高いため傷が付きにくく、熱に強いいため煙草の火でも焦げない、②コーティング機能

により油性顔料が付着できず、油性マジックやラッカーによる落書きや汚れを布で拭き取れる、③紫外線防止効果が長期に亘るため、表面の色彩を長期間保持できる、という効果が生まれ、競合他社・類似品に優る機能を発現します。

さらに本剤は下図のとおり、競合他社・類似品に比して価格優位性を有するほか、エアブラシで塗布するため、型幅や凹凸、曲面などのサイズや形状に制限されることなく塗布できるという利点を有します。

商品名	形状	主剤	施工方法	施工サイズ	価格
当社商品	液体	ウレタン・シリコン	エア・ブラシ	無制限	120,000円/㎡※
他社商品①	シート	樹脂シート	電子焼付	900*1200	330,000円/㎡
他社商品②	シート	樹脂シート	電子焼付	1100*1800	287,000円/㎡

※ さらに高機能な「ブロックコートⅠS-H」の場合、施工条件等に応じて240,000円/㎡～となります。

販売戦略及び商流

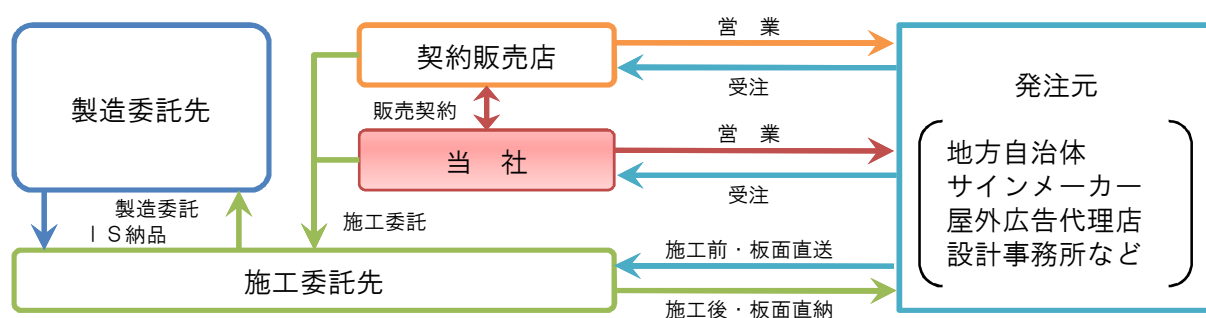
まずは、既存事業との販売シナジーを発揮しやすい公共案内板を、「ブロックコートⅠS」のターゲットとします。

公共案内板は全国の地方自治体などが発注元となるため、販売は当社対応分を除き大手サインメーカーを主体として全国に契

約販売店を展開します。

また、民間の屋外広告（サイン）については、当社が所属する全日本屋外広告業団体連合会を活用したPRなどを通じ、全国の看板取扱業社を介した販売を行います。

いずれも、発注元が用意した板面のみを施工委託先に直送し、コーティング剤の塗布加工後、指定先に直納します。



ブロックコートCS

商品の概要及び特長

「ブロックコートCS」は土木コンクリート用の劣化防止剤であり、油性シリコンと特殊剤を混和させた新開発の浸透性吸水防止コーティング剤です。

地下埋設物のコンクリート専用の開発品であり、コーティング剤がコンクリート内部にまで浸透、吸水防止層を形成します。

本剤を用いたコンクリートは、①遮水性能0.08MPa以上の耐水圧を有し、②コンクリート内部（構造鉄筋などを含む）の劣化・中性化が低減されます。

このような「高遮水性能＝劣化防止」という競合他社・類似品を凌ぐ機能面の優位性に加え、「劣化防止＝構造物の延命」の観点から、競合他社・類似品に対して耐用時間単価にも優位性があります。

商品名	主成分	耐水圧	透水性※1	吸水性※2	価格
当社商品※3	油性シリコン	0.08MPa以上	0.10	0.04	3,400円/リットル※5
他社商品※3	水性シラン	0.02MPa以下	0.21	0.12	3,050円/リットル※6

※1 試験方法はシートライニングの工法規格：JIS A 1404により、0.29MPaの水圧を1時間かけた後、試験片の付着水を拭き取った後の質量を測定する方法。なお、上記数値（試験結果）は供試体（無塗布）を1とした場合の数値。

※2 試験方法はNSKS-004 4.6により、供試体を水中浸漬し、1時間・5時間・24時間後に向塗布の供試体との含水比率を求める方法。なお、上記数値（試験結果）は供試体（無塗布）を1とした場合の数値。

※3 遮塩性についても、競合他社・類似品に比し当社新商品に優位性はあるが、試験方法が異なるため、上図比較表には掲載していない。なお、試験方法をNSKS-004 4.8によった場合、当社新商品の遮塩性は2.7mm（無塗布の場合8.1mm、規格値3mm以下）。

※4 透水性及び吸水性の上記検査結果について、当社商品は財団法人 日本塗料検査協会 西支部の検査結果により、他社商品は財団法人 建材試験センターの検査結果。

※5 さらに高機能な「ブロックコートCSR」の場合、施工条件等に応じて3,400円/リットル～となります。

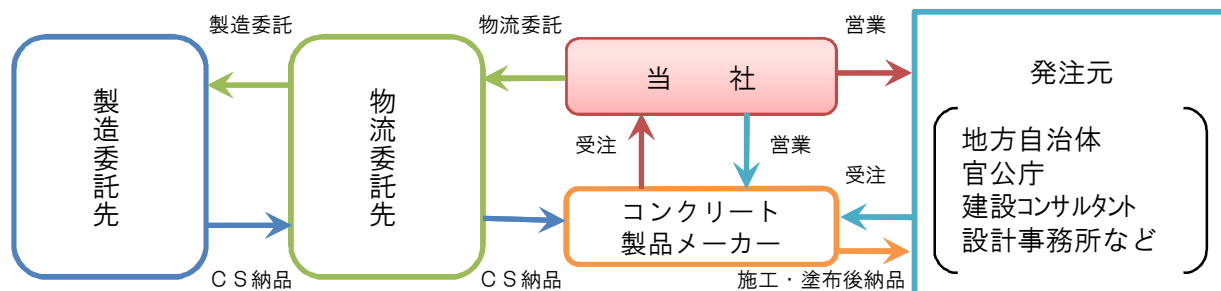
※6 他社商品の価格は、他社シリーズ商品の平均単価。

販売戦略及び商流

「ブロックコートCS」は、工事業社などにコンクリート製品を販売するメーカーがその取扱商材に塗布するため、メーカー

に本剤を直接販売します。

なお、本剤の市場認知を高めるために地方自治体をはじめとする工事の発注元や、建設コンサルタント・設計事務所に対しても、積極的なアプローチを実施します。



財務実績ハイライト

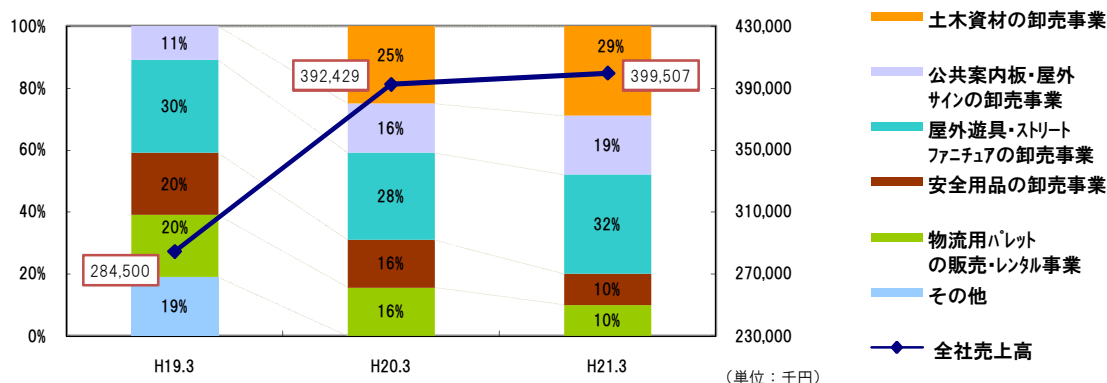
事業力の推移

平成6年の創業、「物流用パレットの販売・レンタル事業」にはじまり、平成13年に「安全用品の卸売事業」、平成16年に「屋外遊具・ストリートファニチュアの卸売事業」、平成18年に「公共案内板・屋外サインの卸売事業」、そして平成19年には「土木資材の卸売事業」を展開。

このような事業展開とともに、平成18年3月期から平成21年3月期までの当社売上構成比は、次のとおり変化を遂げました。

事業別の売上構成比とともに、全社売上高の推移を追うことで、外部環境の変化を受けつつも各事業が単体で維持・成長を遂げていることが確認できます。これらを受けて、当社事業の全てが顧客満足度の向上に寄与していることを見てとれます。

売上高及び構成比



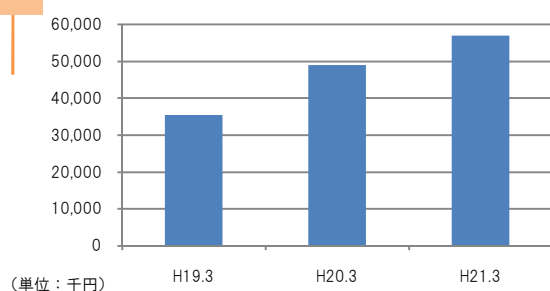
総合力の推移

ニーズとシーズのギャップを埋めるための事業展開が奏功し、その過程で当社内に蓄積された強みや事業間のシナジーが「総合力」として結実した結果、一人当たり売上高が2年間で1.5倍以上の成長を果たしま

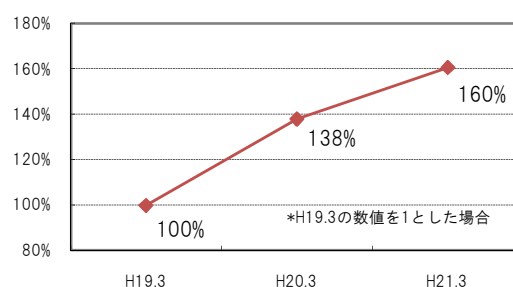
した。これは従業員全員が経営に参画（周知経営）することをめざした結果であるともいえます。

また、「付加価値」すなわち「儲け」の度合いを示す売上高対営業利益率も大きく伸長しており、当社が提供する価値が高度化している現状を表しています。

一人当たり売上高



売上高対営業利益率の推移



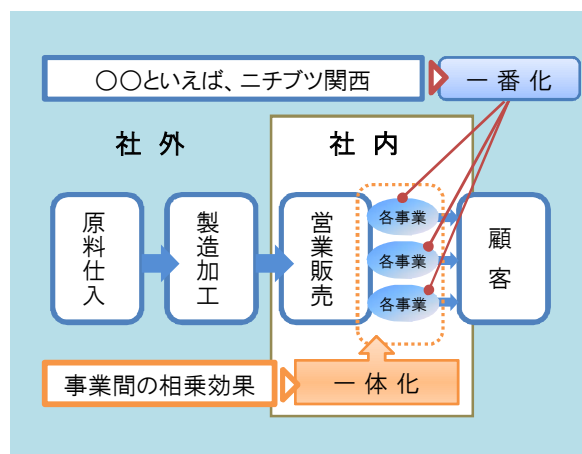
一番化から一体化、そして一流化へ

「ブロックコート」という新たな事業の柱を得た当社。一番化から一体化、そして一流化への変化・成長を経て、「開発型商社」としての地位確立を目指します。

一番化から一体化へ

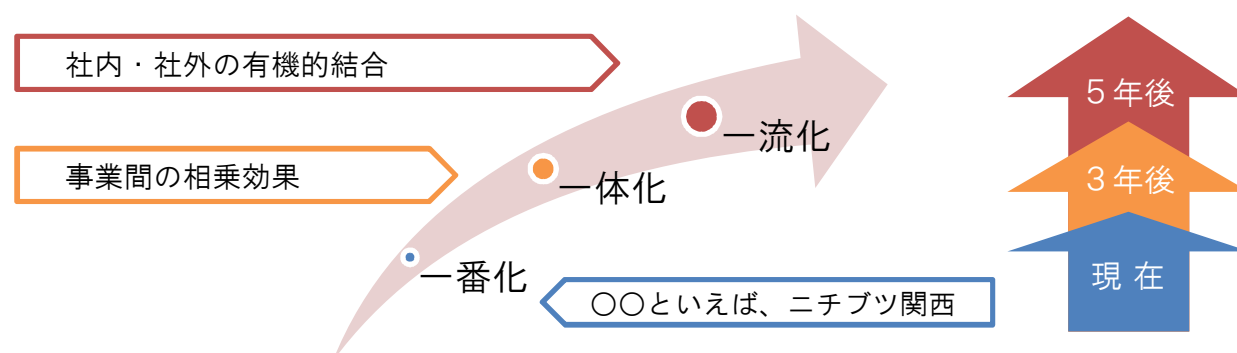
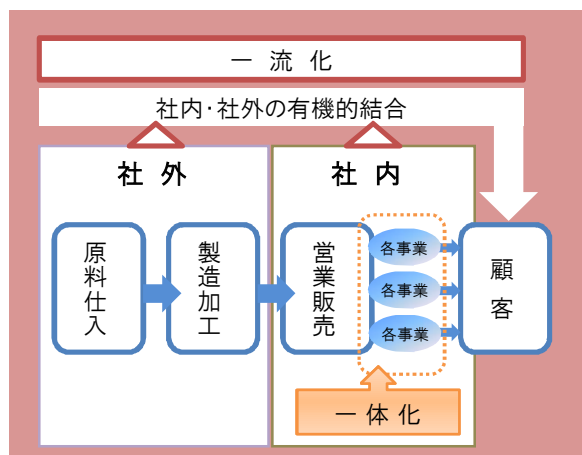
これまでの、各事業が「〇〇といえば、ニチブツ関西」と想起されるように、個々の事業の強み、そして価値を高めることに注力してまいりました。（＝「一番化」）

これから先の3年後に向けて、強みの高まった個別事業間の相乗関係に着目し、事業間シナジーとしての強みを高めることに注力してまいります。（＝「一体化」）



一体化から一流化へ

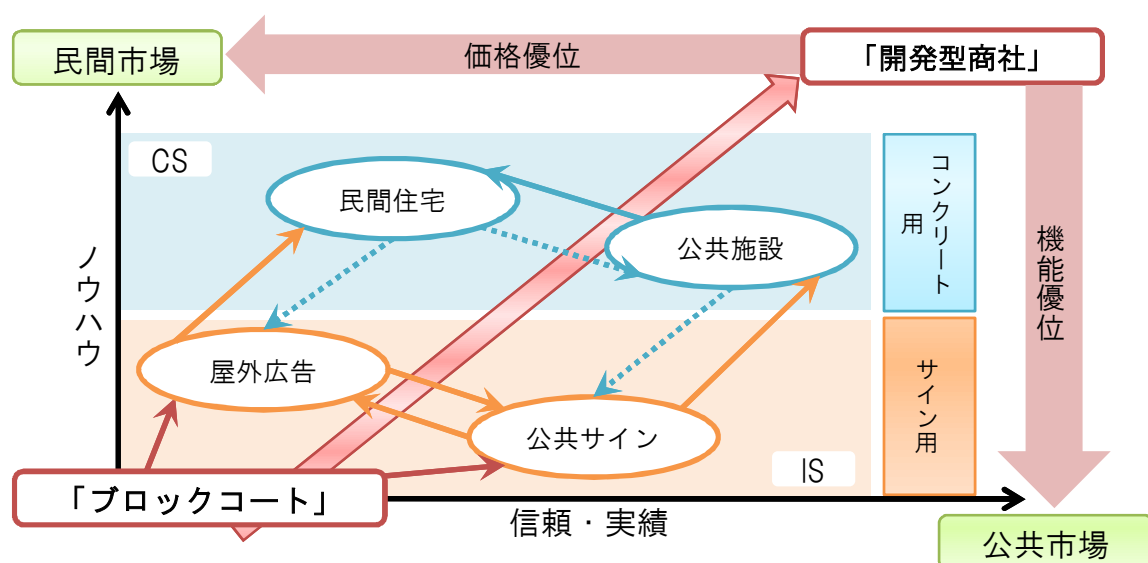
一体化への取り組みを経て、さらにこれから先の5年後に向けては、社内の経営資源のみならず、社外の経営資源とも有機的な結合を図ることで、無限の可能性を秘める「ブロックコート」を軸とした分かち難い「商」という一つの流れを創り、その流れの中で、顧客に新しい価値を提供できる「ニチブツ関西」の創造を目指します。（＝「一流化」）



ブロックコートの導入戦略

「開発型商社」へと当社が成長と変化を遂げるためには、「ブロックコート」という事業の柱をいち早く確立する必要があります。そのために当社では、これまでの事業展開で培った強みを発揮できる既存市場に対し、また低価格・低コストに加え「劣化防止」という機能が求められる既存市場に対して、「ブロックコートⅠS」及び「ブロックコートCS」を投じます。

ブロックコートⅠS	ブロックコートCS
インクジェット用「ブロックコートⅠS」では、既存事業である「公共案内板・屋外サインの卸売事業」への市場参入を目指します。 公共案内板は今後の高齢化社会の進展や観光立国を目指す我が国の基本方針を受けて、今後の成長が見込まれます。 また、民間の屋外サインについては、その特性上、躍進を続けるインターネット広告と競合しがたいため、今後も安定的に推移する傾向が見られます。 既に現段階において、競合品を販売していた大手サインメーカーが当社商品への乗り換えを予定しているため、早期に市場浸透を果たすと考えられます。 一方、曲面にも塗布できる特長から点字案内板への活用も期待されています。	土木コンクリート用「ブロックコートCS」では、既存事業である「屋外遊具・ストリートファニチュアの卸売事業」及び「土木資材の卸売事業」への市場参入を目指します。 「ブロックコートCS」はその「劣化防止」機能により、構造物の耐用年数延長に寄与するため、現在の社会的ニーズを捉えた商品であるといえます。 さらに、高度成長期に整備が進んだインフラが、今後一気に更新期を迎えるため、特に水道設備関連の構造物に関して「高遮水性能＝劣化防止」という機能が高く評価されると予想されます。なかでも、下水を貯めておく下水浄化センターのコンクリート槽の劣化防止に大きな役割を果たすと期待されています。



開発型商社へのステップ

これからの当社にとって、既存事業は重要な収益源になるとともに、ニーズの情報源ともなります。

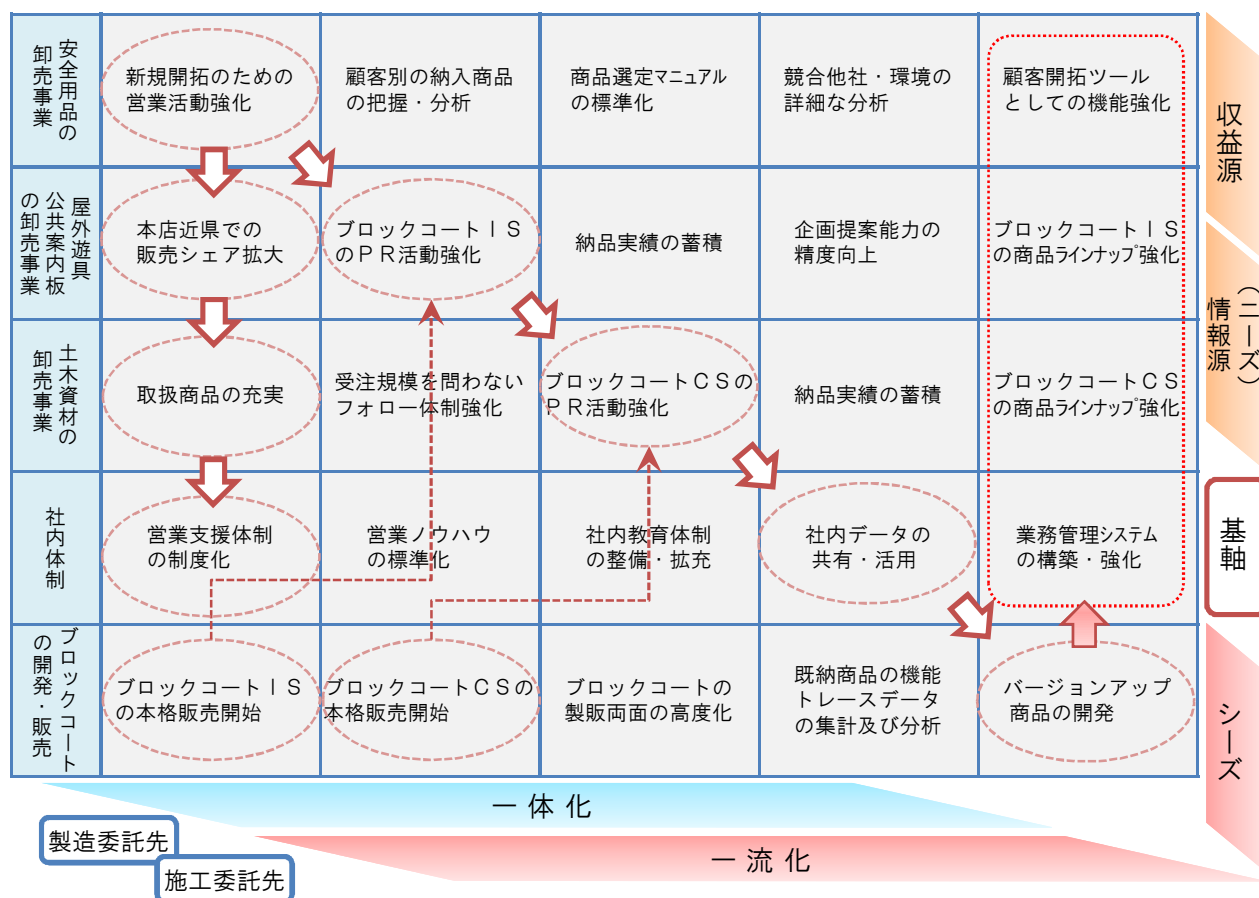
これからの3箇年では、「一体化」を基本に「安全用品の卸売事業」から「屋外遊具・ストリートファニチュアの卸売事業」への展開、さらには「公共案内板・屋外サインの卸売事業」、「土木資材の卸売事業」へと、事業間におけるシナジーを働かせながら、さらに当社にとっての経営基盤として機能を深めていきます。

同時に、既存事業における顧客から得ることができる「今の」かつ「生の」声は、「ブロックコート」のさらなる進化のため

の開発プロセスにおいて極めて重要であり、これらの既存事業は当社にとっての鋭いアンテナとしての機能も広めてまいります。

ゆえに、これからの事業展開では、既存事業によってもたらされる経営基盤を土台に、常に得られる新鮮な声と、そして「ブロックコート」という新たなシーズとを融和させる社内体制の整備及びその充実に力点を置きます。

このような取り組みを通じ、社内・社外の経営資源の「一流化」を目指すと同時に、「ブロックコート」を礎とし、その時々のニーズを的確に映し出す新商品の創造過程の「一流化」も目指します。



目指すは新市場の創造

劣化防止をキーワード（軸）とする「ブロックコート」は、製法及び機能に応じて「被膜形成型」と「浸透性防水膜形成型」とに大別できます。さらに用途に応じ、前者は「屋内」「屋外」、後者は「地上」「地下」とに細分化することができます。

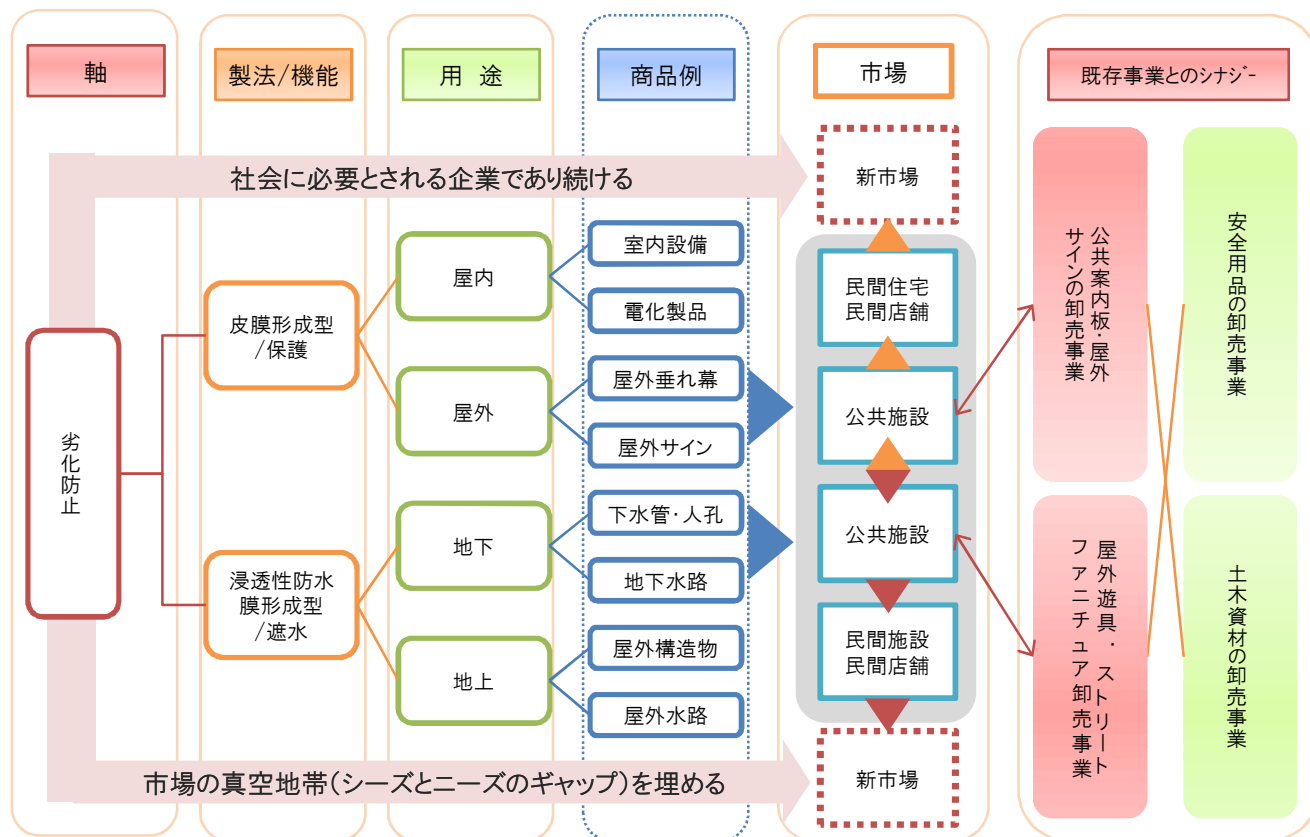
これらの分類に応じ、「ブロックコート」の商品展開を例示・列挙すると、そこには下図のとおり縦横無尽に広がる可能性を垣間見ることができます。

「劣化防止」というキーワードを必要としない市場は存在し難く、またこのキーワードは未だ見ぬ新市場を開拓する上で重要な概念であると「ニチブツ関西」は考えます。それだけに、この市場は当社にとつ

て巨大な市場であり、「ブロックコート」という他社には類を見ない「新しい価値」を、常に他社ではなく当社が活かしかれるよう、販売戦略の優先順位を見定めながら、市場へと投下する必要があると考えます。

既存商品又は新商品の背景には、それを必要とする市場、すなわち社会があり、現存するシーズでは捉えきれないニーズが、新たな市場として存在します。

当社がこれまで蓄積した強みを発揮し、つまり「ニチブツ関西らしさ」を追求しつつ、このような市場そして社会に価値を提供するため、既存事業とのシナジー効果を十二分に活かした販売戦略を優先することを第一義に、新市場の創造を目指します。



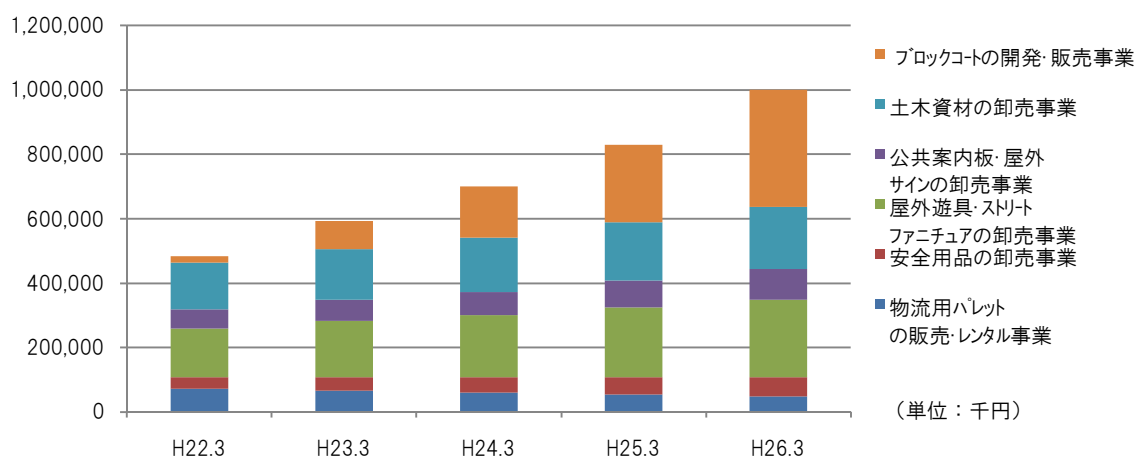
財務計画ハイライト

平成26年3月期までのこれからの5箇年を通じ、既存事業の成長とともに、新規事業となる「ブロックコート」の牽引により事業規模（売上高）は倍増することを計画しています。

この5箇年においては、実を伴わない企

業組織の肥大ではなく、「利は義が元なり」そして「周知経営」という2つの経営方針を重んじるがゆえに、役員を含む従事者一人当たりが生む新たな価値、すなわち付加価値額（営業利益＋人件費＋減価償却費）の最大化に挑みます。

事業収益力の推移

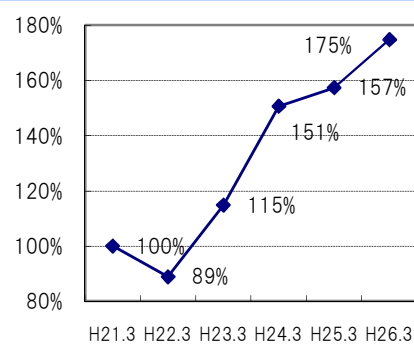


損益計画の俯瞰

（単位：千円又は人）

	H21.3	H22.3	H23.3	H24.3	H25.3	H26.3
売上高	399,507	482,000	591,200	698,400	829,000	999,000
営業利益	4,991	1,242	15,756	39,936	61,919	95,368
経常利益	512	-2,319	12,359	36,893	58,877	92,352
付加価値額	38,611	49,057	88,702	132,966	191,052	260,296
一人当たり付加価値額	5,516	4,906	6,336	8,310	8,684	9,641
従業員数	7	10	14	16	22	27

価値創造力の推移



※H21.3の付加価値額を1とした場合

企業概要

- 商号 株式会社 ニチブツ関西
(奈良県「経営革新計画」承認企業※)
- 代表者 中村 茂樹
- 設立 平成6年5月
- 資本金 20,000,000円
- 従業員 6名(平成21年9月現在)
- 所在地 本店 奈良県橿原市東坊城240-2
事業所 奈良県橿原市五井町96-1
- 電話番号 0744-29-7360(代)
- URL <http://e-nbk.com/index.html>
<http://nbk-coat.com/> (ブロックコート専用HP)
- 事業内容 公園施設製品の企画・設計及び販売
各種公共案内板・屋外広告の企画、設計及び販売
土木工事用・道路工事用資材の販売
安全用品・保安用品の加工及び販売
物流資材・パレットの販売及びレンタル
劣化防止剤「ブロックコート」の開発及び販売

※ 平成21年9月に、テーマを「コーティング剤による劣化防止技術を利用した新商品「ブロックコート」の開発」とした新たな取り組み(経営革新計画)に対し、中小企業新事業活動促進法による承認を受けています。

知的資産経営報告書とは

「知的資産」とは従来の貸借対照表に記載される資産以外の無形の資産で、企業において競争力の源泉となるものです。具体的には、人材、技術、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指します。

「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい非財務情報である知的資産を、顧客、

株主、債権者、従業員といったステークホルダー（企業の利害関係者）に対して、わかりやすく伝えることで、過去から現在、そして将来にわたる企業活動向上に向けた取り組み（価値創造戦略）を共有するための資料です。

平成17年10月に経済産業省から「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、原則として、本報告書はこれに準拠して作成しています。

利用上の注意

本書に記載しました将来の経営戦略及び事業計画並びに付帯する事業見込みなどはすべて本書作成時点において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、将来にわたる経営環境の変化

によっては、本書の内容を変更すべき必要を生じることもあります。よって、本書に記載した内容や数値などをすべての内容を当社が将来にわたって保証するものではないことをあらかじめご了承ください。

お問い合わせ先

株式会社 ニチブツ関西
吉田 章太郎（よしだ しょうたろう）
〒634-0832 奈良県橿原市五井町96-1
Tel:0744-29-7360 / Fax:0744-29-7368
Email:yoshida@e-nbk.com



