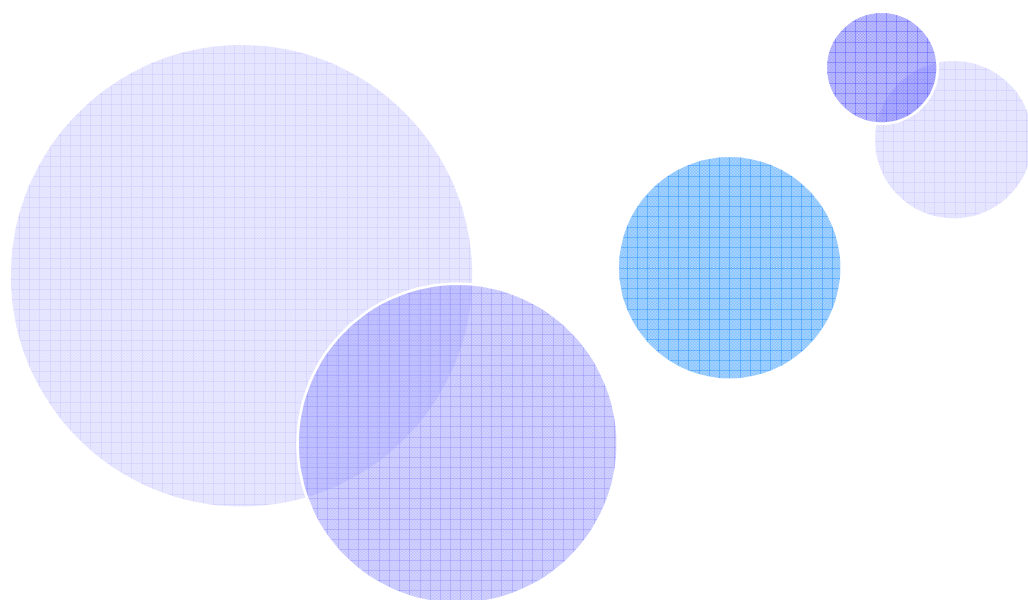


知的資産経営報告書



2008(平成20)年3月

東京精密鍛造株式会社

目次

1.社長メッセージ	4
2.サマリー	5
3.会社概要	6・7
4.事業領域	8
5.市場・業界環境	9
6.技術プロフィール	10
7.設備プロフィール	11
8.製品プロフィール	12
9.取引関係構造	13
10.業績	14
11.利益創出における知的資産	15
12.東京精密鍛造における知的資産	16
13.SWOT分析	17
14.目指すべき方向性	18
15.製品・市場展開	19
16.戦略展開と施策	20
17.企業価値向上のための知的資産マネジメント	21
18.結び	22
19.知的資産経営報告書とは	23

1.社長メッセージ

社長から皆様へ

私ども東京精密鍛造は、昭和5年に東京都足立区千住東町で、馬具及び工具の製造販売を行う個人商店として創業し、昭和15年に株式会社へと改組されました。その後、昭和36年には帝都高速度交通営団の用地買収により草加市谷塚町に移転しましたが、工場周辺の住宅地化に伴う公害問題と自動車用鍛造品の受注増大を見込み昭和46年に現在地の石下町（現常総市）に全面移転をしました。

当社は、戦後の民生需要に対応し、架線金物やパイプレンチ等の鍛造品の製造販売を行ってまいりましたが、昭和26年にプリンス自動車（現日産自動車）からの鍛造品の受注を礎に自動車用鍛造品の製造を主としてまいりました。昭和39年には日産自動車の「宝会」会員会社となり、サニーのケースエンドの受注を受け、わが国初の温間鍛造による量産化を立ち上げました。また昭和60年には熱間鍛造によるアウターレースの製造を手掛けるなど、技術開発と品質向上に積極的に取り組み、自動車用鍛造品のなかでも多くの重要保安部品を受注し、製造してまいりました。

平成15年にはISO9001:2000の認証を取得し、より一層の品質向上とともに技術開発を努め、今日では、熱間鍛造と冷間鍛造との組み合わせ工法による製品開発も進めております。このような歴史的経過を辿ってまいりましたが、近年では、いわゆる「バブル経済の崩壊」と、主要受注先であった「日産自動車の改革」の影響を受け、厳しい経営環境を強いられることとなりました。技術力と開発に意欲的に取り組む姿勢で、何とかこの難極を乗り切ってまいりましたが、これもお客様皆様のご理解とご支援によるものと感謝いたしております。

当社は、ここ数年今後の方向性を模索してまいりましたが、平成17年10月に経済産業省から公表された「知的資産経営開示のガイドライン」に基づく（社）日本鍛造協会のモデル事業としての「知的資産経営」に取り組み、今後の方向性を見極め将来の経営に結びつけることといたしました。このような機会を与えていただいた経済産業省知的財産政策室ならびに（社）日本鍛造協会に大変感謝する次第です。



平成20年3月

東京精密鍛造 株式会社

代表取締役社長 松本 眞

＜中期基本方針＞

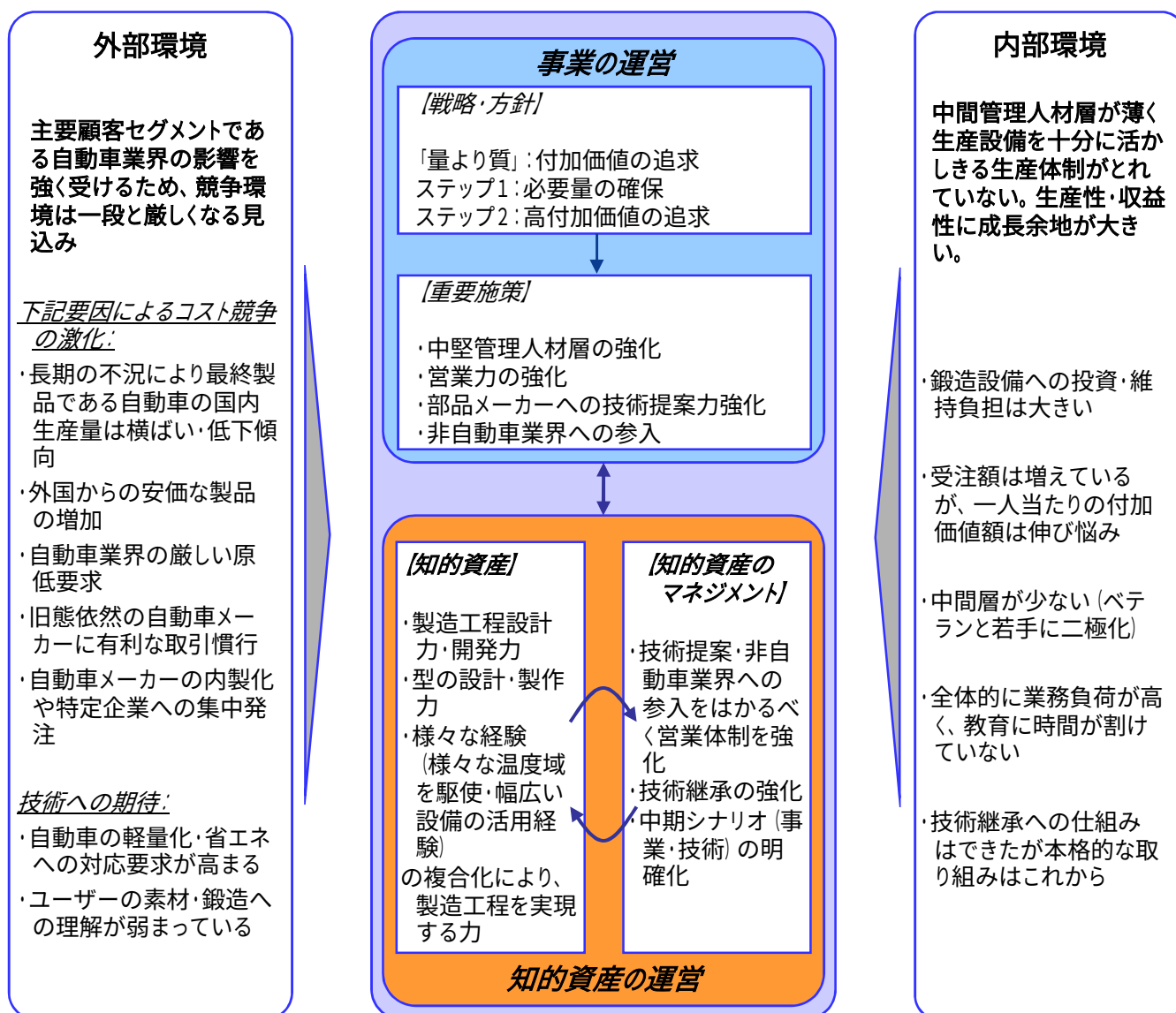
経営資源を充実し
お客様のニーズに
最高の品質と効率で応える

＜中期品質方針＞

全社員が一丸となり
経営資源を効率よく運用し
お客様のニーズに合った製品作りを徹底して
満足して戴ける品質とサービスを提供する

2.サマリー

サマリー



生産量の拡充を図り、当社固有の技術力・開発力を活かした高付加価値化戦略を進めていく

創業以来、当社はお客様のニーズに応えるため、技術力・開発力の向上に努めてきました。しかし、長期不況によるユーザー産業の停滞や不利な取引慣行、自動車メーカーのグローバル化など、様々な外部要因が重なり、経営環境は厳しいものとなってきております。当社内部においても、不況期の人員削減による中間管理人材の不足 (ベテランと若手の二極化) や技能継承などの課題を抱えております。これらの課題を克服し、収益性の向上、そして更なるお客様満足度の向上を図るためにも、当社の高い技術力・開発力の活用が必須となります。本報告書は、当社のこれまでの歩みから、知的資産の概要、今後の方向性といった、過去から現在、そして現在から未来への道しるべとなるものであります。

3.会社概要

会社概要

社名	東京精密鍛造株式会社
代表者	代表取締役社長 松本 眞 (マツモト マコト)
敷地面積	46,112.4㎡ (13,974坪)
建物面積	8,171.3㎡ (2,476坪)
法人化	昭和15年12月15日 東京都足立区で設立
資本金	8,100万円
従業員数	82名 (2008年2月時)
金融機関	みずほ銀行 取手支店、常陽銀行 石下支店、中小企業金融公庫
ISO認証	ISO9001:2,000認証取得 (03年1月) JQA-QM9347
本社・工場	〒300-2727 茨城県常総市大沢1858番地
	TEL : 0297-42-4631 URL : www.tokyo-seimitsu-tanzo.co.jp
	FAX : 0297-42-4634 E-mail : eigyoubu@Tokyo-seimitsu-tanzo.co.jp

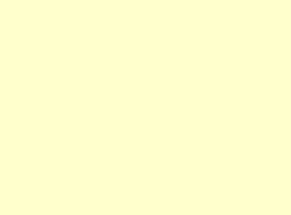
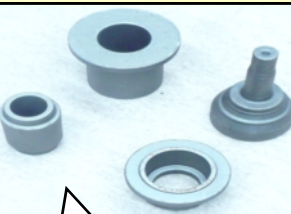
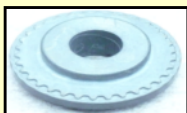
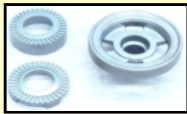
沿革

大正05年	個人企業として創立、東京都千住東町にて馬具及び工具製造販売
昭和15年	同地にて資本金18万円。法人組織と改め、ムトンハンマー設置
昭和20年	作業用工具、架線金物等の完成鍛造品の製造・販売
昭和26年	プリンス自動車の自動車部品製造・販売
昭和36年	帝都高速度交通営団の団地収用に依り、本社及び工場を埼玉県草加市に移転
昭和42年	800トン油圧プレス導入
昭和43年	400トンナックルジョイントプレス導入、温間鍛造技術開発、日産自動車株式会社「宝会」会員会社となる。需要の増大及び公害問題に対処し石下工場操業開始
昭和44年	1000トン油圧プレス導入、温間鍛造品国内初の量産化
昭和46年	石下町 (現常総市) に全面移転完了
昭和50年	800トン、600トンナックルジョイントプレス導入、温間鍛造のナックルジョイントプレス化
昭和51年	1600トンフォーミングプレス導入、フォーミングプレス鍛造生産開始
昭和54年	2000トンフォーミングプレス導入、(株) 茨城製作所設立
昭和56年	2500トンフォーミングプレス導入、プラズマ窒化処理炉導入
昭和60年	検査工場増設
昭和61年	亜熱間鍛造工法開発・量産化
平成02年	3150トンフォーミングプレス導入
平成10年	複合鍛造工法の開発・量産化
平成13年	三次元座標測定機導入
平成14年	(株) 茨城製作所を吸収合併
平成15年	ISO9001:2000 認証取得
平成17年	1600トンフォーミングプレスライン改造更新

3.会社概要

技術開発の歴史

技術開発の歴史

昭和20年	昭和42年	昭和44年
作業用工具、架線金物の完成鍛造品の製造・販売	800屯油圧プレス導入	1000屯油圧プレス導入、温間鍛造品国内初の量産化
完成品の開発 →パイプカッター、パイプレンチ 	温間鍛造工法開発 	温間鍛造品の量産開始 →サニーケースエンド 
昭和51年	昭和56年	昭和61年
1600屯フォーミングプレス導入、フォーミングプレス鍛造生産開始	2500屯フォーミングプレス導入、プラズマ窒化処理炉導入	亜熱間鍛造工法開発・量産化
プレス鍛造開始 →サニー、マーチの量産対応 	型命数の改善 	亜熱間鍛造工法開発 
平成10年		
複合鍛造工法の開発・量産化		
熱間、亜熱間&冷間の複合鍛造工法の開発  ①ハウジング (セレーション成形)  ②カムリング、ドリブン  ③ケース、カムリング、トリブン ④カバー ⑤カバー		

- ①ビスカスカップリング部品
- ②アウターレース
- ③長軸部品

4.事業領域

事業領域

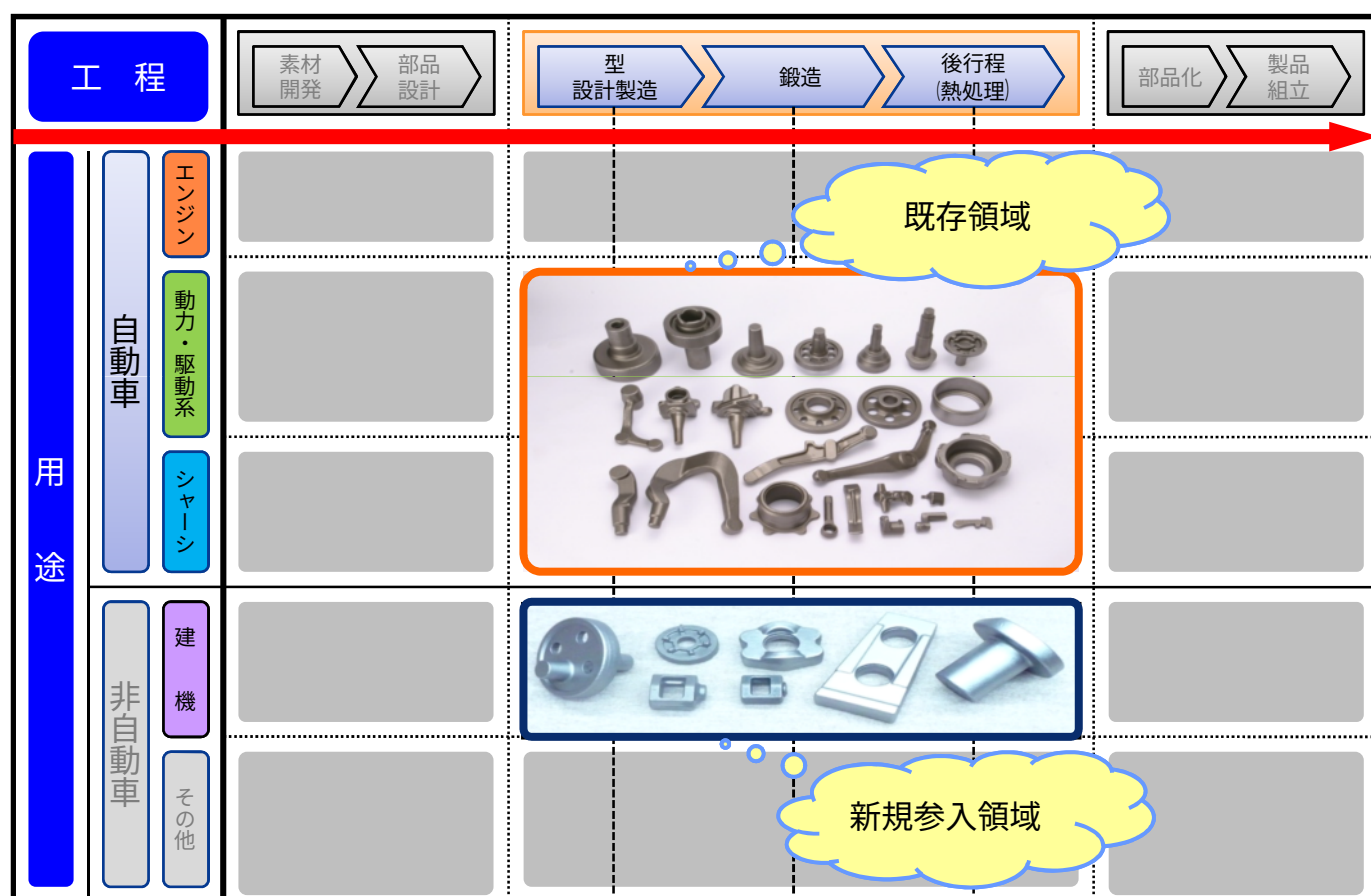
当社は鍛造品を製造・販売しています。主に鉄素材を使用し、型の設計から鍛造、後工程までの鍛造過程を事業領域としています。

製造プロセスにおいて、当社では熱間・温間・冷間鍛造製品を手掛けています。熱間鍛造では複雑形状の製品を得意としており、温間・冷間鍛造では複合鍛造による高精度鍛造品を製造しています。

熱間鍛造、複合鍛造による月間生産量は、最大で800tの生産が可能となっています。

これまでは自動車業界を主とした製品展開を行ってきたため、当社製品の大部分は自動車用鍛造品ですが、近年では非自動車（建機等）業界の製品も手掛け始めています。

当社事業領域



型



鍛造



熱処理



5.市場・業界環境

業界環境

業界としてコスト上昇分の製品価格への転嫁が難しい中、当社としても、利益を上げにくいのが現状です。特に量産品については従来以上にコスト競争が厳しくなるものと予想されます。

鍛造業界環境(当社視点)

代替による脅威

他の素形材技術(粉末や鋳造、プレスなど)との競争が厳しさを増しており、ユーザーも鍛造品単体ではなく、付加価値を付けた機能部品での納入を求めている。

サプライヤーからの圧力

業界全体として鋼材、金型材、補修部品代、重油価格がそれぞれ2~3倍上昇しており、当社としてもその影響を受けている。

コスト上昇分が価格に転嫁されず、利益を上げることが難しくなっている。ユーザーの海外進出も進み、技術・技能を活かした高付加価値戦略を展開する必要がある。

顧客からの要求

下請け色の強い産業ということもあり、ユーザーから不利な取引慣行を要請されることが多い。また、ユーザー産業の生産のグローバル化が進展してきている。

国内メーカーの海外進出に伴い、アジアを中心とした海外での鍛造品の需要が増加している。一方で、海外進出により将来的に鍛造品の現地生産が増え、国内需要が減少することが考えられる。

コスト上昇分が価格に転嫁されず、利益を上げることが難しくなっている。ユーザーの海外進出も進み、技術・技能を活かした高付加価値戦略を展開する必要がある。

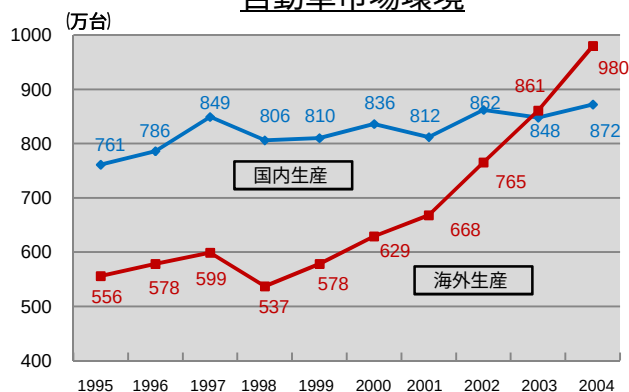
市場環境

新規参入からの脅威

グローバル化の圧力

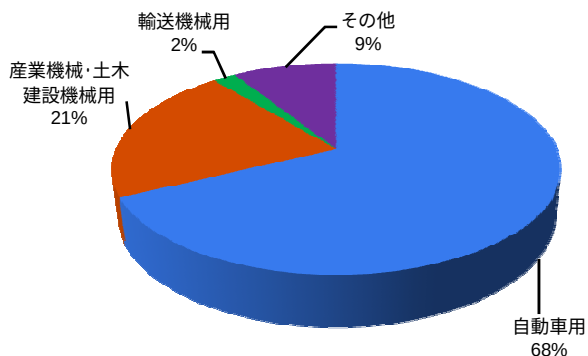
当社の取引先の大部分は自動車産業(N社、I社)が占めています。自動車の国内生産台数は横ばいであり、今後も大きな拡大は望めない環境と認識しております。また、鍛造品では自動車メーカー自身による内製化や海外からの調達も増えております。このような環境の中で、我々は、軽量化・省エネ化への対応、ユーザーが対応しきれない素材・鍛造知識の補完など、これまで以上の付加価値を生み出すべく、各種固有技術をもってチャレンジしています。

自動車市場環境



日本自動車メーカーの国内・海外生産台数推移
出所: 日本自動車工業会

鍛造業界における自動車市場の位置づけ



鍛工品(鉄+アルミ)の用途別生産量構成比(2005年)
出所: 経済産業省「鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計月報」

6.技術プロフィール

技術プロフィール

当社の強みは、複雑かつ高精度な製品を製造できるところにあります。高品質な製品をお客様に提供するため、熱間、温間、冷間全ての温度域をカバーし、幅広い製品要求に対応できるよう、様々な生産領域の設備を取り揃えています。さらに当社では、お客様の品質要求に応えるべく、工程・型設計の技術に力を入れており、要求通りの製品を具現化するための高い設計力を有しています。

自社製品群

- ・自動車用軸付製品（シャフト類）：高精度形状溝成形・極小抜勾配、タテ打品、熱間鍛造シャフト類
- ・自動車ギヤ部品：軽量化窓、熱間鍛造品
- ・複合鍛造による歯出鍛造：熱間鍛造＋冷間歯出鍛造の 複合カム成形

求められる能力

当社は複雑な形状（軸方向に長いシャフト、軸近くに穴を複数もつ形状など）の製造に必要な工程・型設計技術に強みを有しています。また、自動車部品は生産量が多いので、型寿命を延ばすための型分割技術にも優れています。

鍛造種別

自由鍛造
型鍛造

当社では、主に自動車用軸付製品を製造しているため、量産が可能な型鍛造方式を採用しています。

温度域

冷間鍛造
温間鍛造
亜熱間鍛造
熱間鍛造

当社の技術（複雑形状製品、複合鍛造による高精度鍛造品）を活かすため、熱間、温間、冷間すべての温度域を技術領域とし、他社では製造できないような複雑かつ高精度な製品を製造する技術を有しています。

素 材

鋼

- 炭素鋼
- 合金鋼

 非鉄

- アルミ
- 銅
- マグネシウム

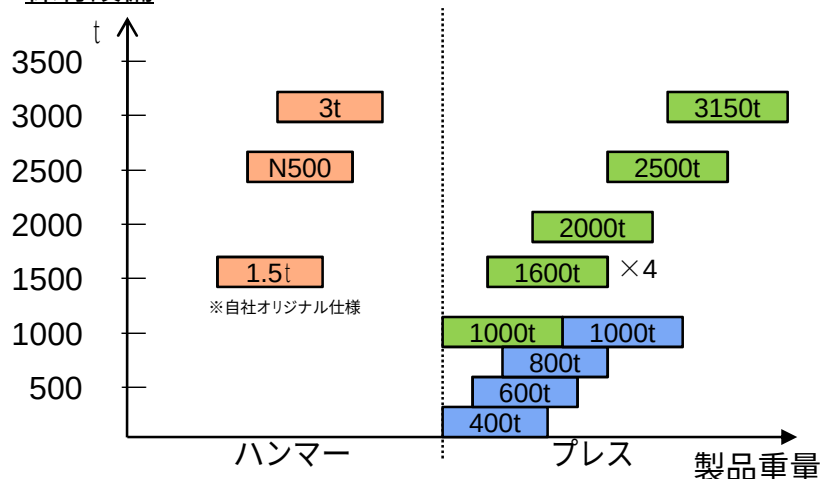
当社では、鉄を主な原材料とした鍛造品を製造しています。また、バナジウム鋼を使用した非調質鋼の製造も行っています。

高度化

ネットシェイプ
ニアネットシェイプ
中空化
非調質鋼

当社では高度化技術として、ネットシェイプ、ニアネットシェイプ、中空化技術を取り入れ、ギヤ部品など、高精度で軽量化が求められる鍛造製品の製造を可能としています

保有設備



当社の強みである複雑形状製品を製造するため、1000t～3150tまでの熱間鍛造プレスを所有しています。また、もう一つの強みである複合鍛造技術を活かすため、温間・冷間鍛造プレスを幅広く揃え、多様な形状に対応できるようになっております。

- …熱間鍛造プレス（フォーミングプレス）
- …エアースタンプハンマー
- …温間・冷間鍛造プレス

7.設備プロフィール

設備プロフィール

熱間鍛造プレス

シュメラル	3,150t	1台
シュメラル	2,500t	1台
ナショナル	2,000t	1台
栗 本	1,600t	1台
エアフォルト	1,600t	2台
住 友	1,600t	1台
ナショナル	1,000t	1台



3150t熱間鍛造プレス

1体鋳鋼フレームで剛性がある。
クロスシャフトにてプレス中芯に対して、作業する位置が近く作業が仕易い。
スライドブレーキにてスライド高さ調整の精度が良い。

エアースタンプハンマー

三 和	3.0t	1台
日 鍛	N500	1台
自社オリジナル仕様	1.5t	1台



3t エアースタンプハンマー

構造がシンプルにてバランスが良い設計である。
依って操作性もよく、製品精度、打撃能力にも優れている。

アプセッター

日 鍛	2インチ	1台
-----	------	----

温間・冷間鍛造プレス

アイダ リンクモーションプレス	1,000t	1台
福井 油圧プレス	800t	1台
福井 ナックルジョイントプレス	800t	1台
	600t	1台
アイダ ナックルジョイントプレス	400t	1台



1000t リンクモーションプレス

機械プレスとしては高い位置からの成形が可能であり、軸物及びチューブの成形に適している。

材料切断機

佐藤鉄工	600t	1台
佐藤鉄工	300t	1台



600t 材料切断機

門形フレームの特徴である剛性に優れ、切断精度が良い。

インダクションヒータ

富士電子	400～600KW	2台
富士電機	180～500KW	5台
ウチノ	400KW	1台

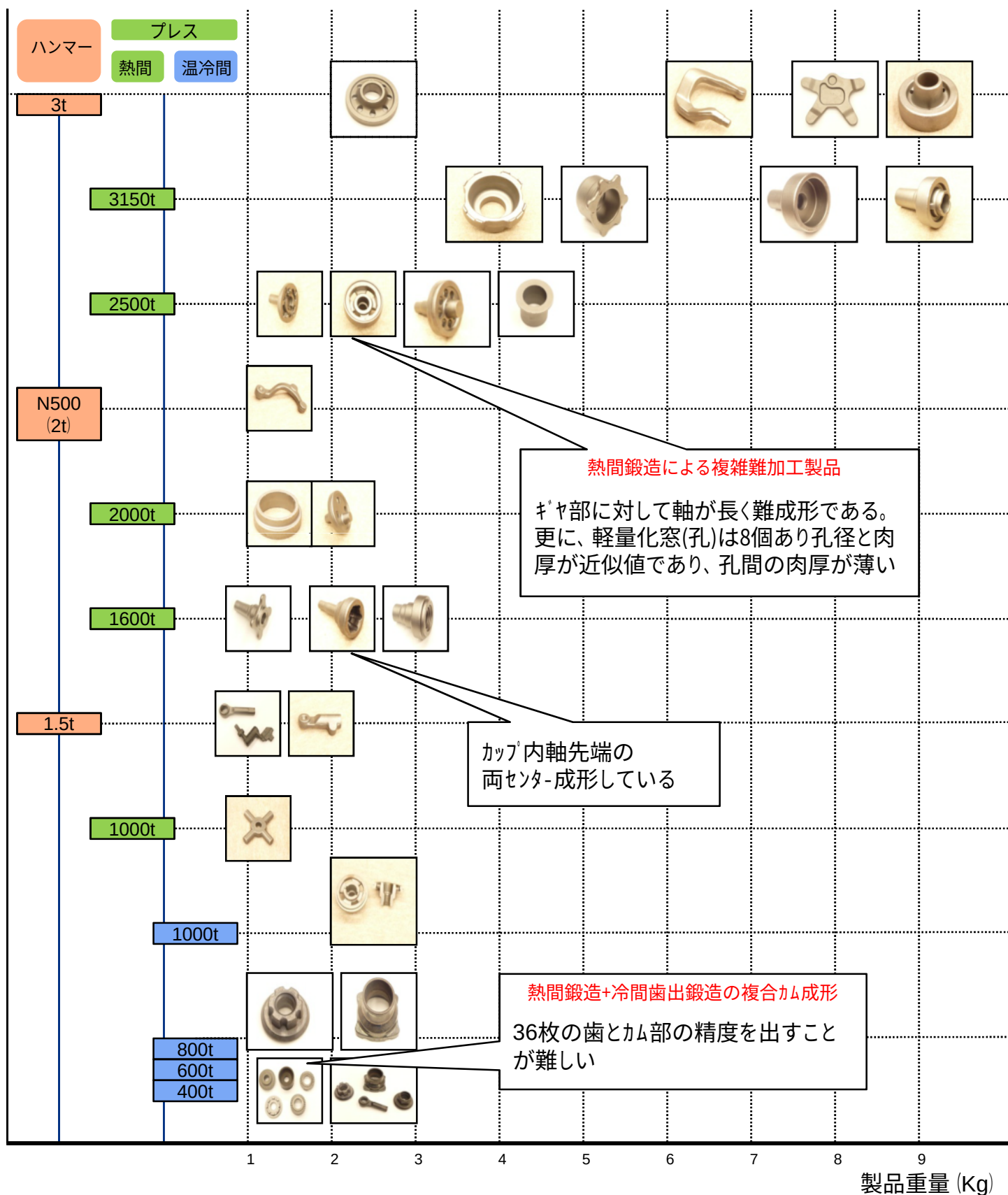
ロータリファネス

ウチノ	2,000～2,400	2台
カトウ	2,000	1台

8.製品プロフィール

製品プロフィール

保有設備 (t)

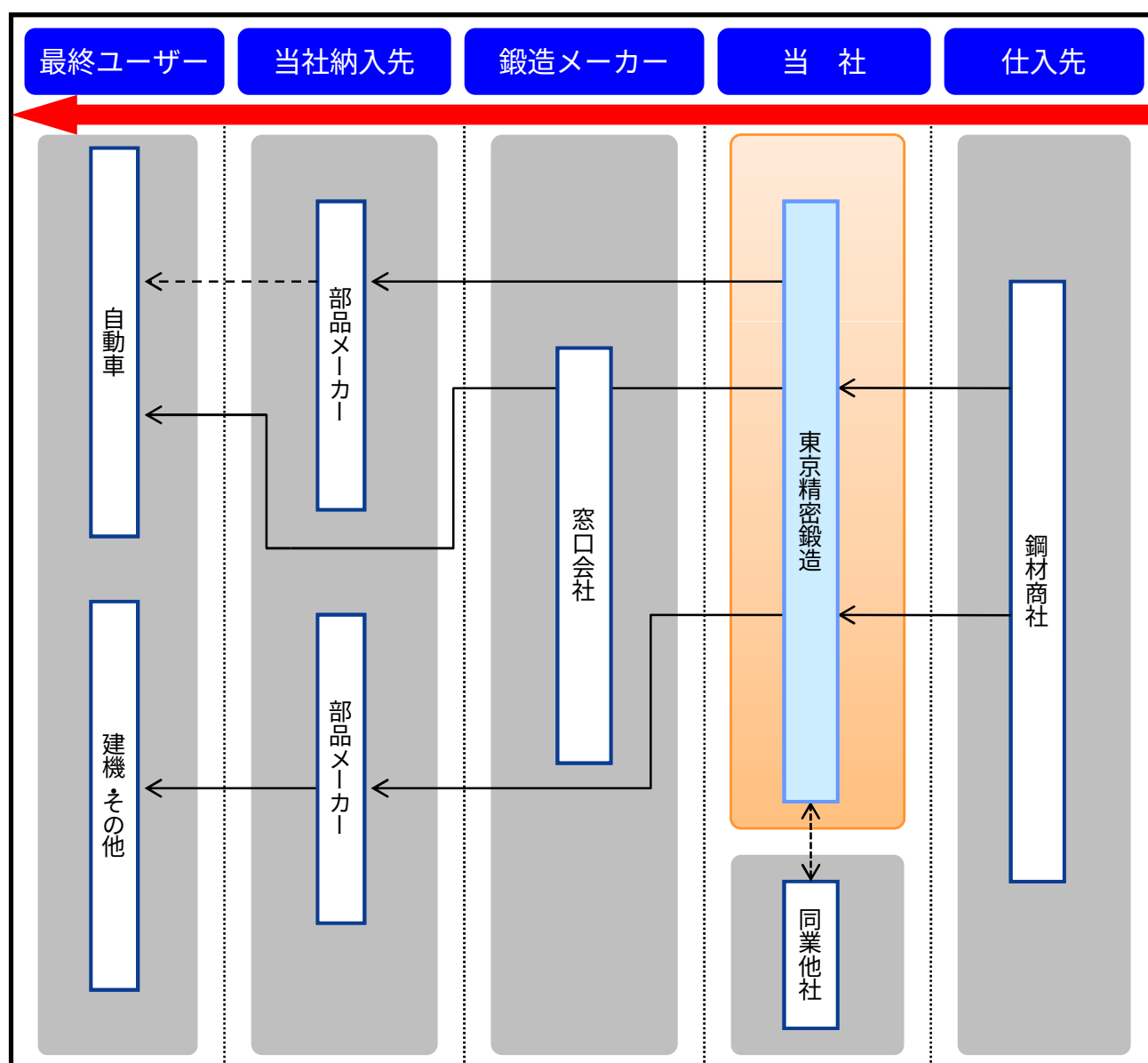


9. 取引関係構造

取引関係構造

当社は2000年まで、日産自動車の協力会会員会社として長期にわたる取引関係にありましたが、日産自動車が進めていた折からの改革により、系列としての取引は解消を余儀なくされました。しかし、旧系列の部品メーカーとの取引は継続しており、鍛造品の多くは、これらの部品メーカーに納入しています。また、新たな窓口会社を通じて、直接自動車メーカーへの納入も増加しています。原材料となる鋼材の仕入れは、自動車メーカー仕様あるいは支給材を商社経由で調達しています。また近年増加傾向にある建設機械等の部品としての鍛造品の多くは、自動車同様に部品メーカーからの受注が主体をなしています。

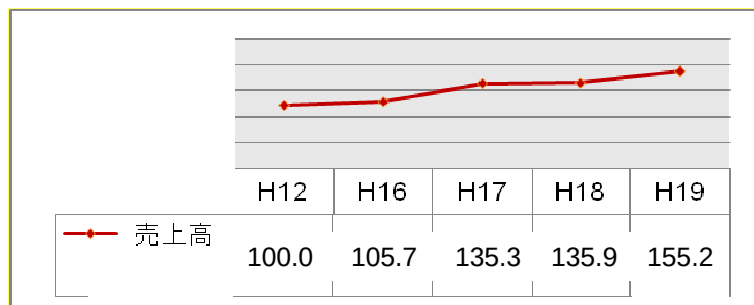
取引の流れ



10.業績

業績

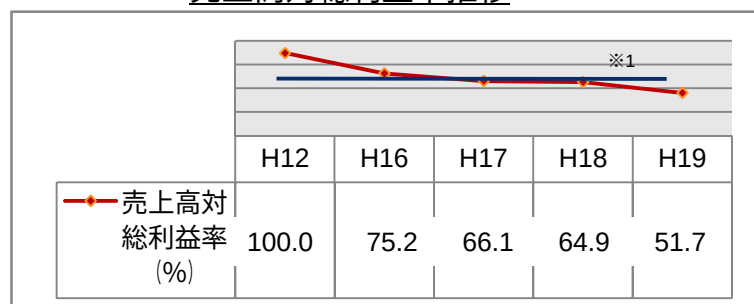
売上高推移



左のグラフは、当社の過去4年間の売上高推移の状況を示したものです。

コストが高騰し、利益の上げにくい環境の中、売上高は順調に推移してきています。今後は売上高をさらに伸ばし、利益確保に向けて最善を尽くしていきます。

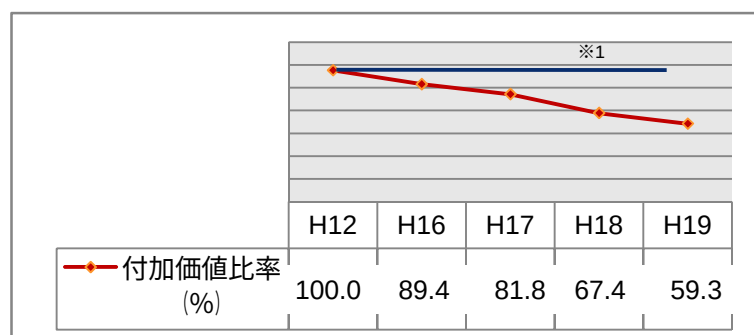
売上高対総利益率推移



左のグラフは、当社の売上高に対する利益、即ち収益性の良否を示したものです。

業界平均と比べると収益性は低いですが、他社への案件紹介による売上げが高いためと考えています。また、原材料費の高騰も減少要因の一つとなっています。

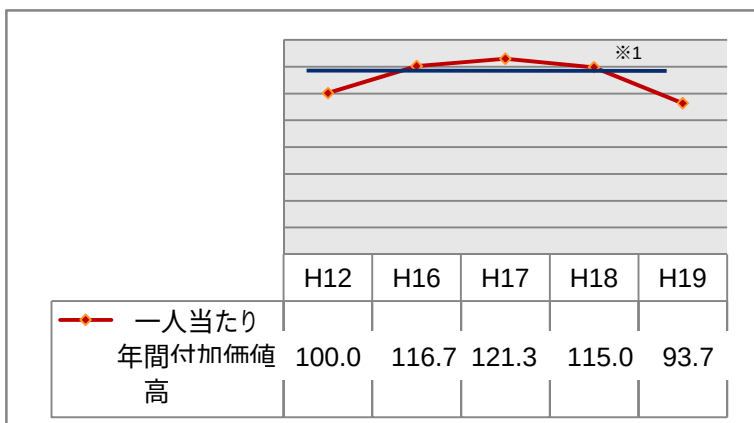
売上高対付加価値比率推移



左のグラフは、売上高のうち自社で加工した割合を示したものです。

原材料費の高騰が影響し、近年は業界平均値を下回っています。外注の割合が増大しているわけではありませんが、相対的に付加価値比率は低下しており、改善が必要となります。

一人当たり年間付加価値高推移



左のグラフは、従業員一人当たりが生み出す付加価値の金額を示したものです。

自社加工分についての生産性は現状ほぼ業界平均値です。今後は高付加価値戦略をより積極的に展開することで、当社の高い技術力を実績につなげていく努力をしていきます。

※1 ——— 鍛造業界均値

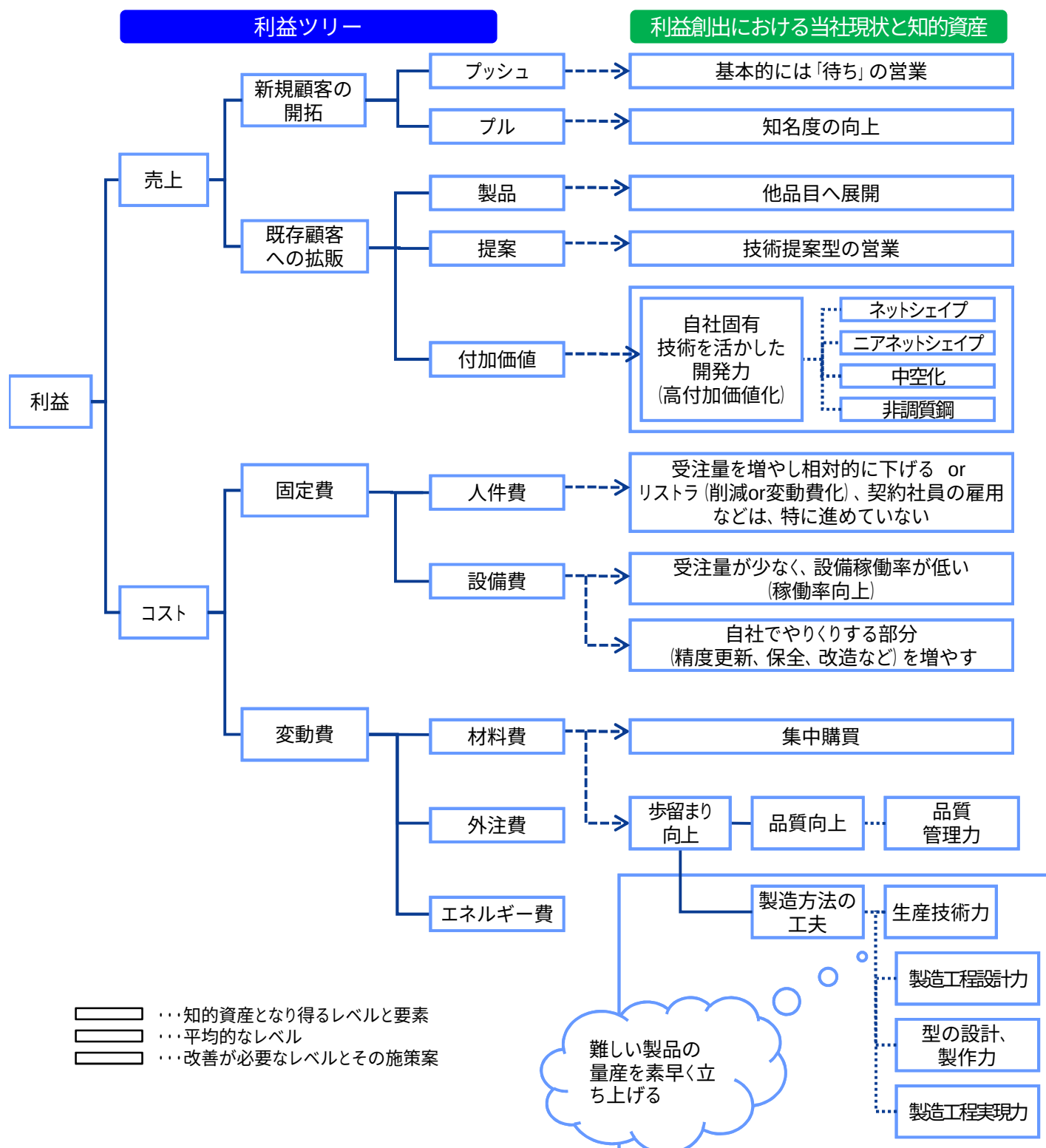
※2 付加価値の定義・・・経常利益＋労務費＋人件費＋支払利息割引料－受取利息配当金＋賃借料＋租税公課＋減価償却実施額（おおよそ、売上高から原材料費・外注費を引いた値に近くなります）

11.利益創出における知的資産

利益・知的資産ツリー

利益創出活動を下記のようにまとめると、当社の強みや弱み、知的資産となり得る部分は下記オレンジ色に塗られた部分であると考えています。

下記現状が示すように、当社は生産技術力・開発力に強みを持つ一方、販路、生産量の面で弱みを抱えています。当社が今後成長していくためにも、当社の強み・弱みを認識し、強みを活かした知的資産経営を進めていくことが求められます。

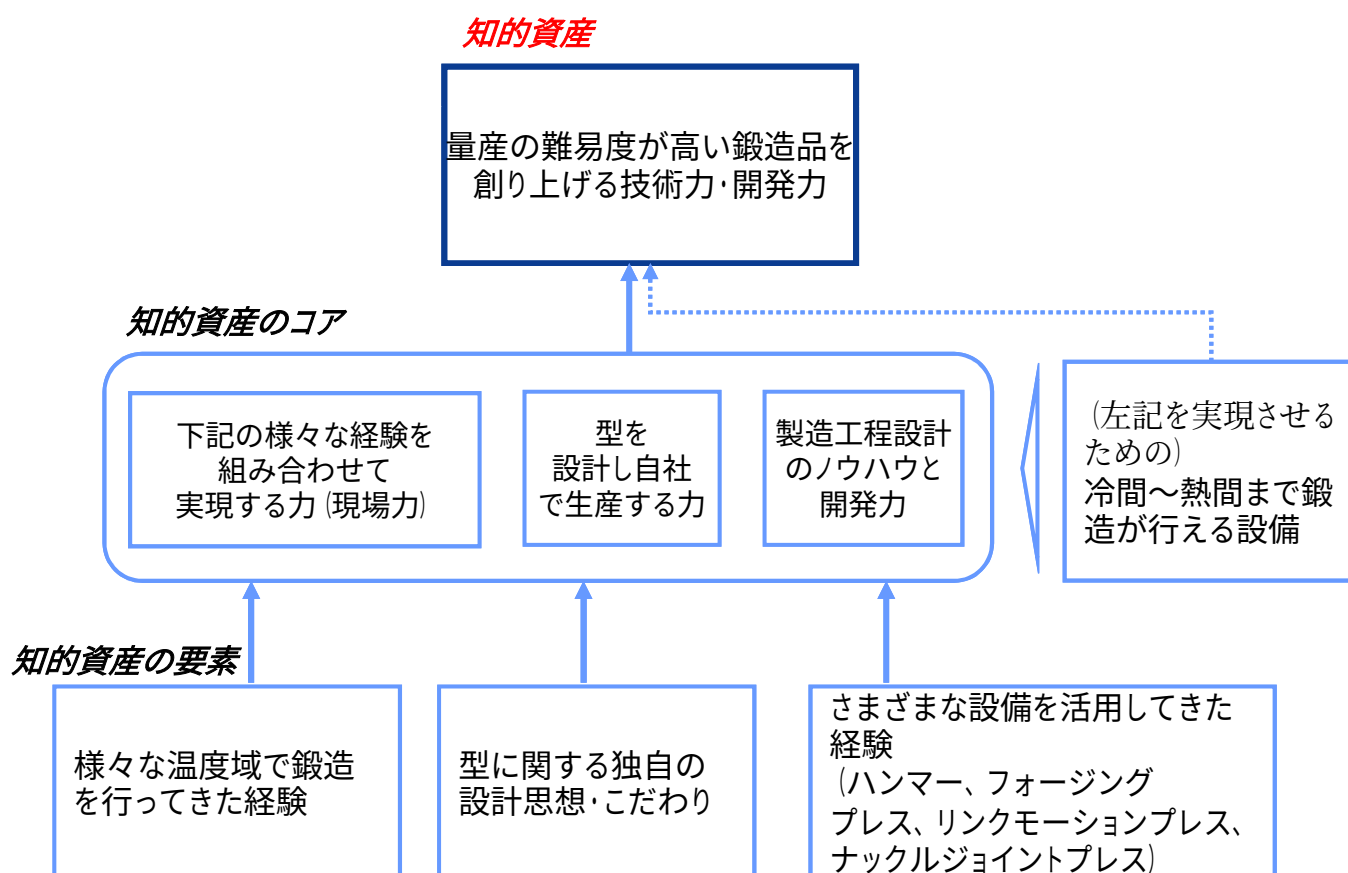


12.東京精密鍛造における知的資産

知的資産概要

- 当社は、多様な設備（ハンマー、フォーGINGプレス、リンクモーションプレス、ナックルジョイントプレス）を有し、冷間・温間・熱間すべての温度域にわたる生産を行ってきました。この結果、複雑な形状の部品であってもどのような製造工程を組めばよいのか（金型の自社設計）を多様な経験から考察し実現できる技能と固有技術を蓄えるにいたりました。
- ユーザー企業がいくつかの既存取引先に受注を打診した結果、「既存取引先では生産が難しい」という判断から結果的に当社に依頼がまわってくることも最近は多くなり、徐々に当社の技術力に対する評価が広がってきていると認識しています。
- 年々、発注者（ユーザー）側に素材特性、鍛造特性を理解している担当者が少なくなっている状況をかんがみると、当社の技術はより重要度を増してくるものと考えています。

利益・知的資産ツリーから考える当社の知的資産



13.SWOT分析

SWOT分析

■当社の知的資産を踏まえた上で今後の戦略を考えると、強みである高い技術力・開発力を活かした製品の高付加価値化戦略が有効であると考えています。

当社がこれまで培ってきた技術力や開発力、ノウハウは、今後の成長のための基盤となる資産(知的資産)であります。その知的資産を製品に転嫁することで、より付加価値の高いビジネスを展開できると考えています。

■高付加価値戦略を進めるに当たり、下記のような施策が考えられます。

SWOT分析

環境	好影響	悪影響
内部環境 人・モノ・金・情報・技術・時間・環境など	強み (Strength) ・型の設計・生産力 ・製造工程設計のノウハウと開発力 ・冷間～熱間まで鍛造が行える設備 量産の難易度が高い鍛造品を作り上げる技術力・開発力	弱み (Weakness) ・営業力が弱い ・認知度が低い ・稼働率が低い ・中間管理人材の不足 ・(技能継承への取り組み)
外部環境 ・サプライヤーからの圧力 ・顧客からの要求 ・代替による脅威 ・新規参入からの脅威	機会 (Opportunity) ・部品メーカーの開発・設計部門へのアプローチ(技術提案) ・非自動車業界(収益性の高さが期待される) ・海外(アジア等)での鍛造品の需要増	脅威 (Threat) ・原材料費の高騰 ・不利な取引慣行 ・ユーザーのグローバル化 ・他の素形材技術との競合

組み合わせ	考えられる施策
強み×機会	「強み」による「機会」の活用
強み×脅威	「強み」による「脅威」の回避
弱み×機会	「弱み」による「機会」損失への対策
弱み×脅威	「弱み」と「脅威」による最悪の展開の回避

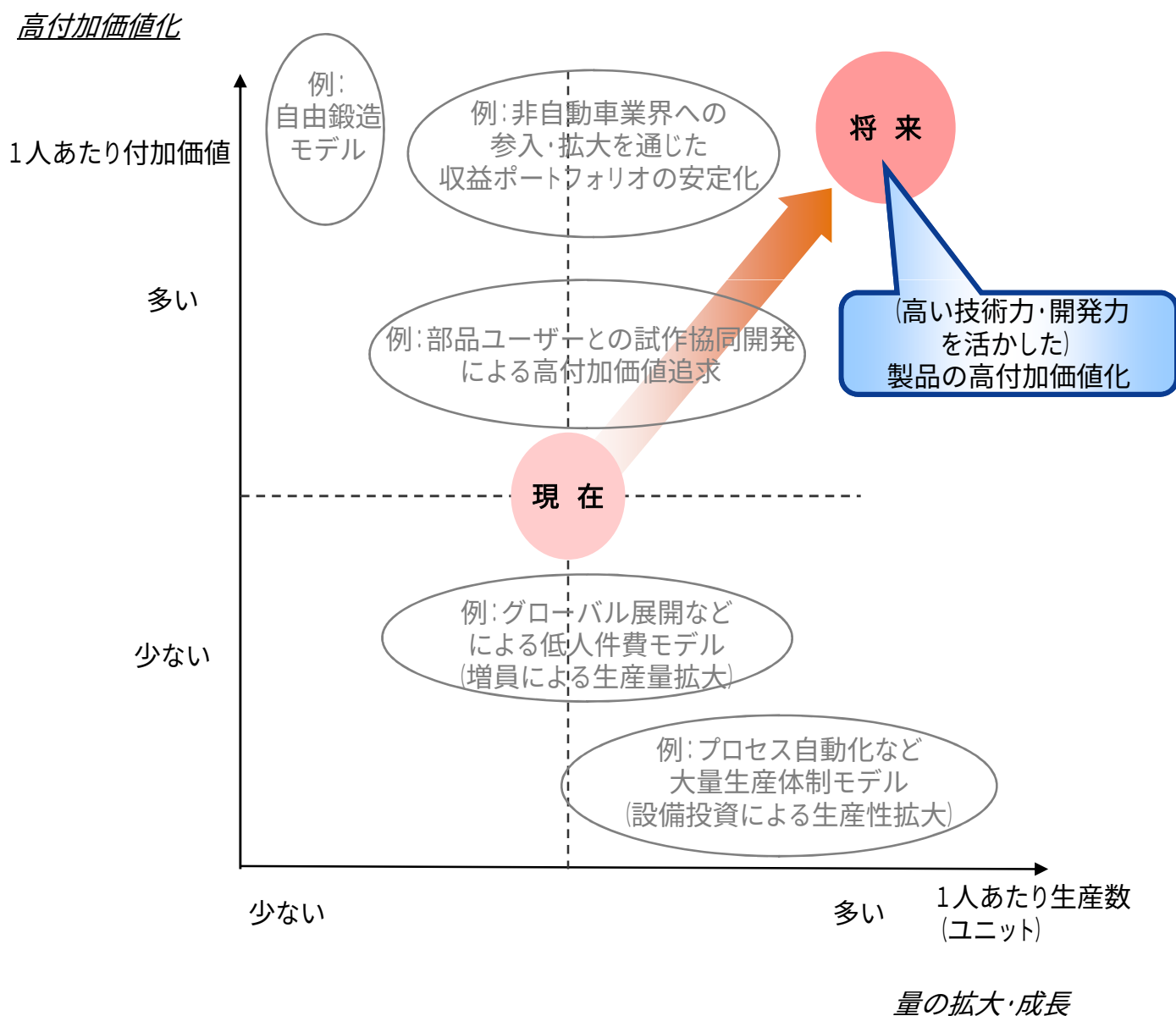
14.目指すべき方向性

目指すべき方向性

■鍛造業界は人材の力がきわめて重要な(労働集約性の高い)業界です。一人あたりの付加価値と生産性を軸に整理すると、鍛造業界の企業として取り得る戦略としては以下の様な例が挙げられます。

■当社は、「量産の難易度が高い鍛造品を作り上げる技術力・開発力」を基盤として、量よりも質の向上をめざし、メーカーとの共同開発や非自動車業界への参入など、高付加価値化戦略を進めていこうと考えております。

東京精密鍛造が中・長期的に目指す方向



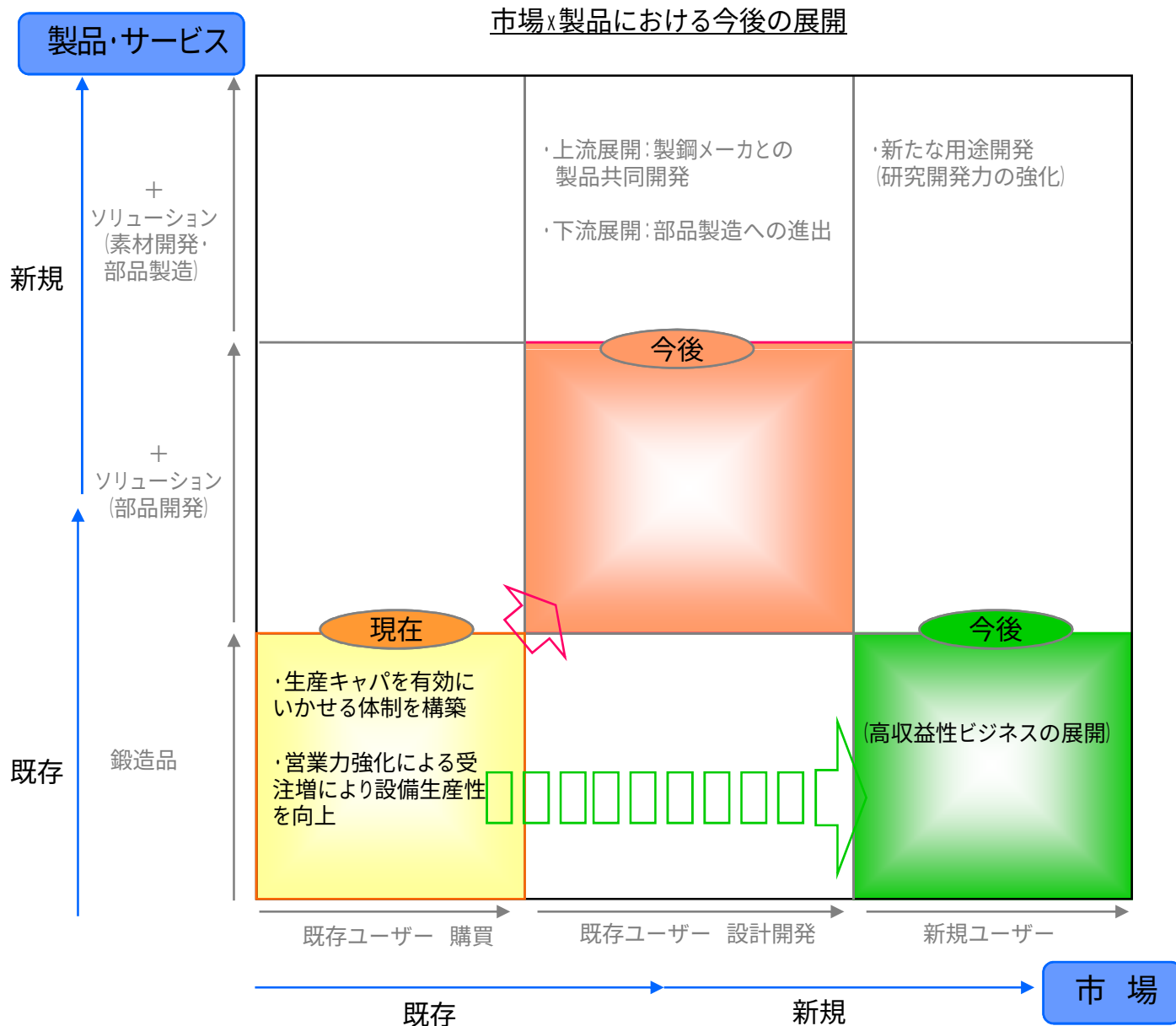
15.製品・市場展開

製品・市場展開

■事業範囲は従来どおり量産型製品の型鍛造に特化していきます。

■方針は、まず最低限の生産量の確保をして設備生産性を向上する。その上で付加価値を高めるべく、自動車部品ユーザーの設計部門にアプローチすること、自動車以外の業界への参入を行うべく積極的な営業をしかけていきます。これらの3つの活動を指標をモニタリングしながら推進していきます。

市場×製品における今後の展開



16.戦略展開と施策

戦略展開と施策

高付加価値化戦略として、当社は下記3つの方向性に絞り、進めていこうと考えています。

■＜現在＞短期的な課題として、設備生産能力をフルに活かしていきながら、機会損失の改善があげられます。これは現場を監督できる中間管理者の層が薄いため、中間人材層を強化することで生産量を上げ設備生産性をあげられる体制にするべく努力しています。

■＜今後＞建機など自動車業界より収益性が高いと見込まれるユーザーへの本格的な参入を予定しています。

事業範囲

型鍛造×鍛造製品

基本方針

生産量を確保しつつ、当社固有の技術力・開発力を活かした高付加価値化戦略を進めていく

顧客
(WHO)

提供価値
(WHAT)

業務・体制
(HOW)

打ち手
(知的資産活用)

指標

現在・短期

部品メーカー
購買部門
(チャネル経由)

価格競争のある鍛造品
・複雑な形状
・短納期

鍛造品製造
(既存)

今後

非自動車
メーカー

ニーズに合う
価格競争力
のある製品

鍛造品製造
(新製品)

3つの方向性を中期的にはバランスをとって展開していく予定です

17.企業価値向上のための知的資産マネジメント

知的資産経営マネジメント

「高付加価値化」に向かって組織として舵をきるためには、これまでの経営・組織・価値創造のあり方を見直す必要があると考えます。本報告書で述べた将来事業方針をベースに、中期視点の事業計画・シナリオを明確化していきます。

現状の評価と課題

今後取り組む方向性

企業価値	経営力	- 経営実績 - 計画と浸透 - 経営人材 - 財務管理	・これまでのところ、事業目標（売上げ・利益）はほぼ計画通り達成しており、金融機関との関係も良好である。また近々では大きな財務需要もなく資金的には安定しているが、さらなる自己資本の充実が望まれる。	・これまでの経営（過去3年）の延長上には大きな弱点・危機はないものの外部環境の変化を考慮すると中期的な事業展望が必要な時期に来ている。
	組織力	- 顧客マネジメント - PDCA管理 - 組織風土 - 技術・スキル	・直近の組織運営は整備されている一方、今後の展望に基づく強化が必要	・現在の良好な顧客関係を維持しつつ顧客開拓を進め一層多様化を進める ・中期事業計画と連動した技術シナリオの策定、それにもとづく人材育成を行う
	価値創造力	- 営業 - 開発・設計 - 製造	・新製品の開発、製品展開は進んでいる ・型設計・生産技術の水準は高い一方、それを生産量・販売量に結びつけるための営業力、製造力に強化・改善の余地がある	・技術的な強みをベースに製品提案・技術提案を行えるよう、営業・技術が連携した市場開拓プロセスの構築が必要となる

18.結び

終りに

当社は石下町（現常総市）に移転後40年を迎えようとしています。移転当時に採用した現地社員の多くは定年となり世代交代が進む一方で、取引先との関係も変化するなど、経営環境が大きく変化してきました。この間取引先の皆様はじめ多くの方々のご支援を賜り、今日まで発展できましたこと、心より御礼申し上げます。このような時期に、本事業に取り組むことで、当社の「知的資産」を改めて認識することができ、今後の方向性が見出されたものと思います。この結果をもとに社員が一丸となり、技術の伝承を進めるとともに技術力の研鑽による品質の向上に努めてまいります。また、お客様のニーズに合った製品づくりを進めていくための中長期的視点に立った事業計画を明確にした経営に取り組んでまいります。本事業の推進・報告書の作成に当っては、(社)日本鍛造協会ならびに(株)ジェネックスパートナーズからなるプロジェクトチームの皆様の多大なご支援とご協力を頂き、大変感謝する次第です。

<「知的資産経営」プロジェクトチーム>

(社)日本鍛造協会

日本大学 機械工学科 大学院講師

ホンダエンジニアリング

専務理事

(株)ジェネックスパートナーズ 取締役

関口 常久

北条 信明

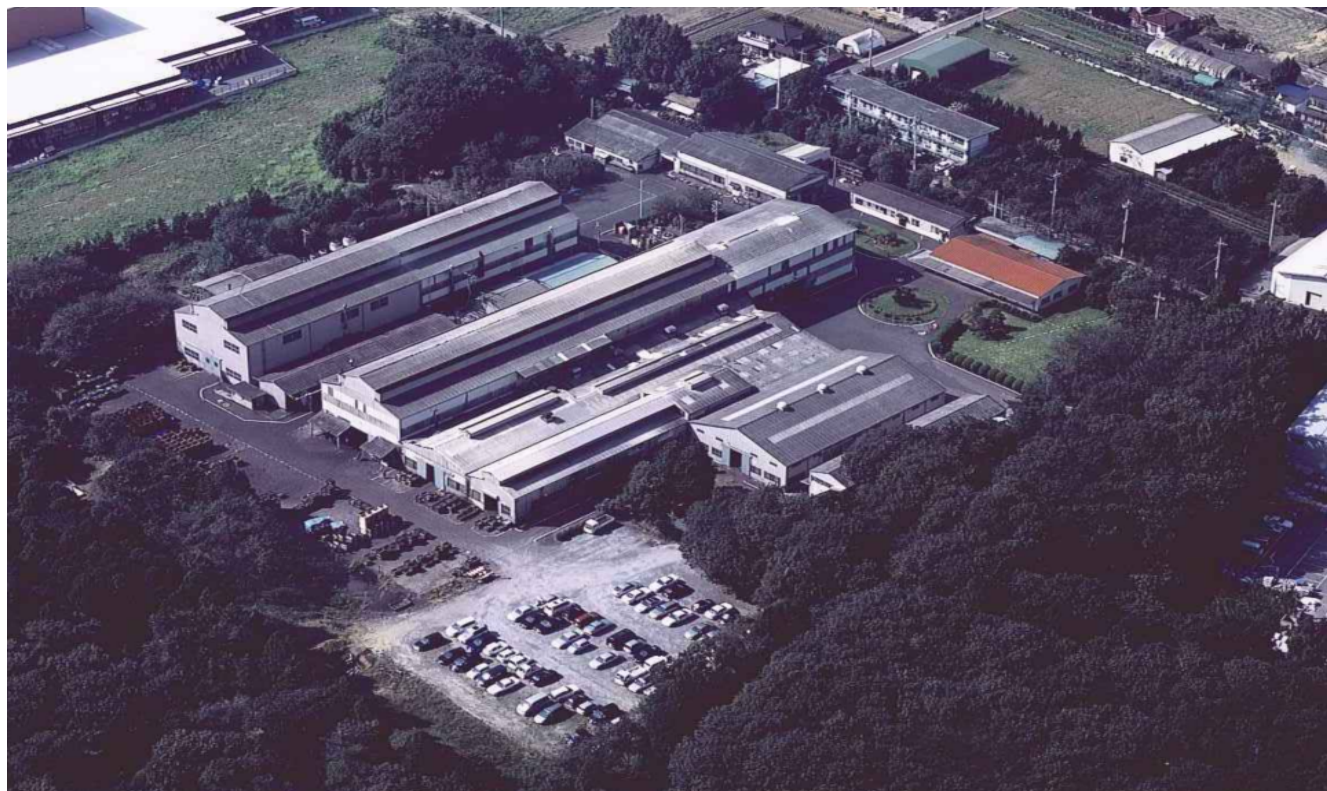
櫻井 久之

小林 裕亨

小澤 紀克

神田 賢人

東京精密鍛造(株)



19.知的資産経営報告書とは

知的資産経営報告書とは

知的資産経営報告書は、企業が自ら保有する固有の知的資産（人的資産、構造資産、関係資産など）をどのように認識し、それをどのように活用して差別化や価値創造につなげていくか、その価値創造による将来的な持続的な利益がどの程度確からしいか、特にその企業にとって関心の高いステークホルダーを意識して説明する報告書です。過去から現在における企業の価値創造プロセスとともに、将来の中期的な価値創造プロセスを明らかにすることで企業の価値創造プロセスをより信頼性を持って説明することができます。また、今後本報告書の重要性が高まるにつれて他社との比較が可能になり、より有用な情報として、産業全体の価値向上の原動力になるものと期待されます。

知的資産経営の開示につきましては、経済産業省から平成17年10月14日に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されました。本報告書では原則として、これに準拠して作成しております。

●注意事項

本知的資産経営報告書に記載されている計画、見込み、戦略などは、現在入手可能な情報に基づいた現時点における将来に対する予測です。内外の環境の変化や研究開発の進展などによっては、計画などを見直すことがあります。したがって、将来にわたって本知的資産経営報告書に記載した内容や数値の確かさを保証するものではありません。