



アオキエージェンシー株式会社

アオキエージェンシーグループ

知的資産経営報告書2013

「内装をより身近にわかりやすく」

私たちは地元根付き35年間ものあいだ室内装飾業を中心に、建設工事業者として様々な工事に取り組んでまいりました。

今まで取り組んできた「内装事業」を充実させるのは勿論のことですが、35年のノウハウをもとに、近年取り組んでいる「リフォーム工事業」を躍進させ、これからの取り組みである「インターネット事業」を通じて、一般のお客様に「内装をより身近にわかりやすく」なるようにしたいと考えております。

現在、内装工事業を含む建設業界は、技術指標についても価格指標についてもシステム整備が遅れており、それがために一般のお客様にはとても判りにくく、身近とは程遠いのが現状です。

こういった状況を踏まえ、当社の強みとこれから得ようとしている知的資産を明確にし、当社のみならず業界を取り巻く状況をきちんと把握し、これらの知的資産を用いて課題の解決の方向を見出すことを目指して、この報告書を作成・開示いたします。

これからも閉鎖的であった業界を変えるべく、様々な交流の場を設け、同業者と交流し、情報交換・技術向上や人材交流などに積極的に取り組んでおります。

「自由な発想に基づき、お客様に喜んでいただける提案」の考えを基に、今年度も昨年度に引き続き、社員一丸となって企業価値向上とお客様の満足を達成すべく、鋭意邁進してまいります。

平成25年3月20日

代表取締役 青木 広一



当社の経営哲学

【経営理念】

「三方よし」の精神で豊かな暮らしを実現

【行動規範】

自由な発想に基づき
お客様に喜んでいただける提案

—Contents—

ご挨拶	p2
グループ各社概要	p3
沿革	p4～p5
アオキエージェンシーグループの事業概要	p6～p7
当社の知的資産① 豊かなネットワーク	p8～p10
当社の知的資産② 事前予見性	p11
当社の知的資産③ 柔軟で技術力のある人材	p12
当社の知的資産④ IT活用力	p13～p14
アオキエージェンシーグループ 知的資産価値創造ストーリー	p15～p16
外部環境	p17～p20
「知的資産経営報告書」とは	p21

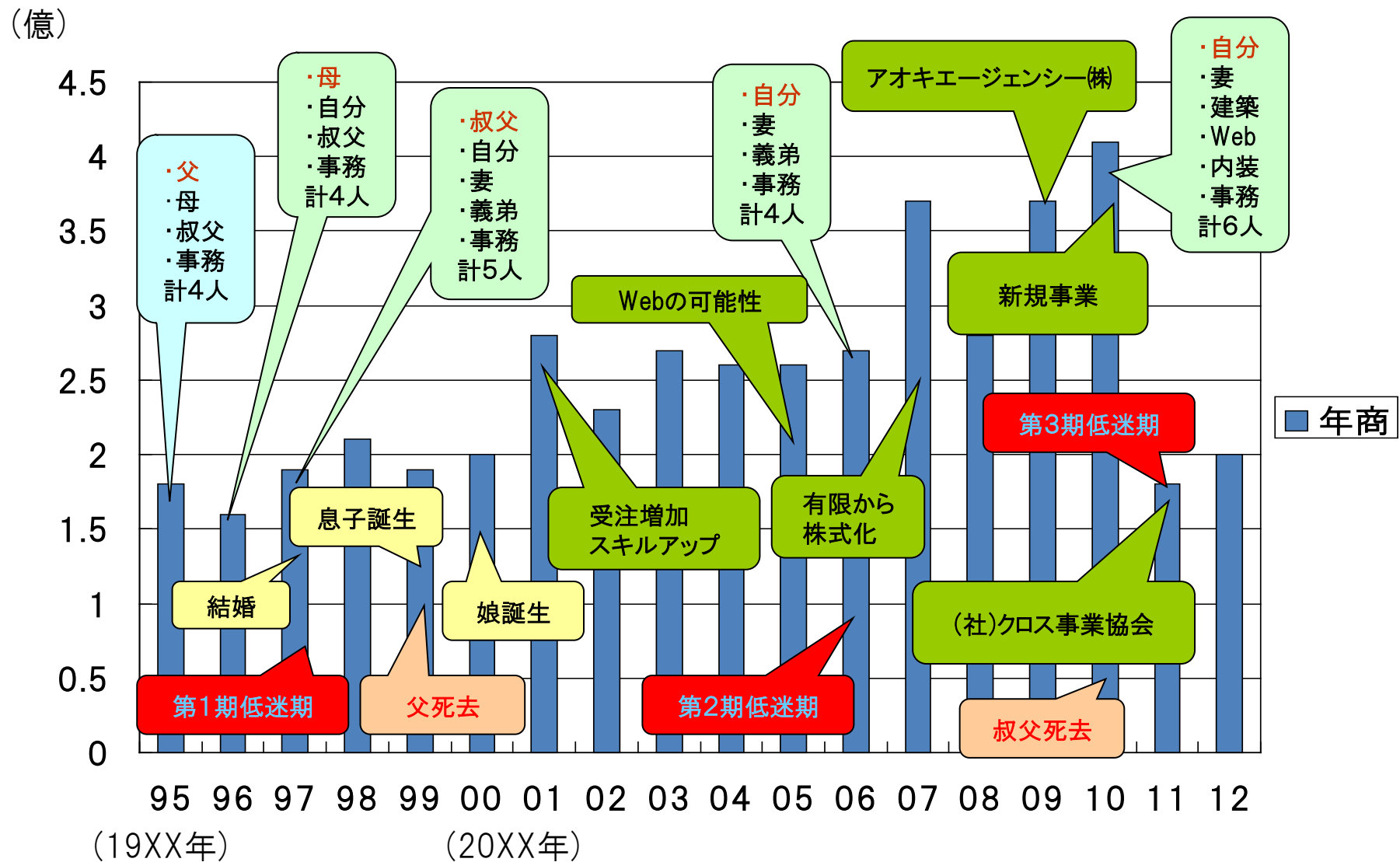
グループ各社概要

アオキエージェンシー株式会社	
所在地	〒520-2331 滋賀県野洲市小篠原1562番地2
連絡先	TEL:077-588-2410 FAX:077-588-4888 E-mail: aokiagency@zeus.eonet.ne.jp
代表者	代表取締役 青木 広一
創業/法人設立	1976年(昭和51年)創業/1984年(昭和59年)法人設立
資本金	2,400万円
従業員数	5名(2012年3月現在) 建築・営業 2名 事務 2名 リフォライフ事業担当 1名
許認可	許可番号 滋賀県知事 許可 般-23 第21275号 内装仕上工事業 許可番号 滋賀県知事 許可 般-21 第21275号 大工工事業/左官工事業/とび・土木工事業/石工事業/屋根工事/タイル・れんが・ブロック工事業/板金工事業/ガラス工事業/塗装工事業/防水工事業/熱絶縁工事業/建具工事業
取引金融機関	滋賀銀行野洲支店 関西アーバン銀行野洲支店 三菱東京UFJ銀行草津支店 商工中金大津支店
資格等	表装(壁装)1級 プラスチック系床仕上1級 床診断士1級 施工管理技士2級 防災表示者認定 E-25-42757
事業内容	建築物の内装工事請負並びに設計・施工 各種インテリアの販売 上記に付帯する一切の工事
営業品目	クロス等の壁装材・フィルムシート材・床貼材 OAフロアー・カーテン他ウインドトリートメント 間仕切り・内装金物・舞台設備・畳・直貼フローリング 金属内装・塗装工事・防水工事・美装工事・左官工事解体工事・大工工事・電気設備・住宅設備
ホームページ	http://www.aokiagency.net/ http://www.rakuten.co.jp/refolife/ (リフォライフHP)

一般社団法人 クロス事業協会	
所在地(事務局)	〒520-2331 滋賀県野洲市小篠原1562番地2
連絡先	TEL:077-588-2410 FAX:077-588-4888 E-mail: info@c-b-a.jp
代表者	代表理事 青木 広一
理事	7社の代表者
創立	2011年
会員数	個人会員 30名 法人会員 0名 賛助会員 メカ6～7社(2013年3月現在)
ミッション	クロス事業協会は現在は主に京都、滋賀を中心に活動しておりますが、将来的には、全国組織を目指しております。 今までの内装仕上げ業界における組合組織とは大きく異なり、「利権」や「しがらみ」や「派閥」といったものとは無縁の団体です。 ただ純粋に内装仕上げ業界を良くしたい… 産業として胸を張れるものになりたい… 一般の方達にも認知される存在になりたい… そういう意識をもった者同士が集い、 その活動の中で様々な知識を得て、 今までの業界の常識を打破する。 そういった想いを具現化していく団体を目指しております。
活動理念	一、内装仕上げ業界の発展を目指します。 一、内装仕上げ業界の技術向上を目指します。 一、内装仕上げ業界の活動支援・情報交換などネットワークの強化を目指します。 一、内装仕上げ業界の次世代を担う若手の育成を目指します。 一、内装仕上げ業界の既成概念にとらわれず常に新しい発想による活動を目指します。
目的	当会員は、一般社団法人クロス事業協会を通じて健全なる活動を目指します。 (1)内装仕上げ業界の発展を目指します。 (2)内装仕上げ業界の技術向上を目指します。 (3)内装仕上げ業界の活動支援・情報交換などネットワーク強化を目指します。 (4)内装仕上げ業界の次世代を担う若手の育成を目指します。 (5)内装仕上げ業界の既成概念にとらわれず新しい発想による活動を目指します。
会員の資格・種別	当法人の会員は、クロス及びそれに関わる内装仕上げ業に従事している個人や法人、又は関連商品を製造及び販売している法人とする。 当法人の会員の種別及び内容は、次のとおりとする。 (1)個人会員…内装仕上げ業に従事している個人 (2)法人会員…内装仕上げ業を営んでいる法人 (3)賛助会員…内装関連商品を製造又は販売している法人
ホームページ	http://www.c-b-a.jp

沿革

1976年9月1日 (昭和51年)	「アオキインテリア」として、現在の野洲駅北口(小篠原2229-106)で創業	【創業期】 顧客が一般消費者から法人である工務店やゼネコンへ変化 バブル期の建築ブームに乗って大きく成長
1984年4月3日 (昭和59年)	社名を「有限会社アオキインテリア」として法人化(資本金300万円) 代表取締役 青木幹佳	
1988年10月14日 (昭和63年)	社屋を野洲市小篠原1562番地2に移転(現在に至る)	
1997年12月18日 (平成9年)	代表取締役 青木芳治 就任	【奮戦期】 県内の人口増加や公共工事で仕事量は辛うじて確保 価格競争による利益の圧迫 薄利多売
1998年6月11日 (平成10年)	資本金 800万円に増資	
2006年4月12日 (平成18年)	資本金 1600万円に増資 代表取締役 青木広一 就任	【転換期】 工務店やゼネコンの工事が減少、量が確保できない 一般消費者相手に、リフォーム事業を開始 クロス工事のネット販売事業を開始
2007年4月12日 (平成19年)	「有限会社アオキインテリア」を株式化 「株式会社アオキインテリア」とする 資本金 1900万円に増資	
2007年12月12日 (平成19年)	資本金 2400万円に増資	
2009年3月24日 (平成21年)	「株式会社アオキインテリア」から「アオキエージェンシー株式会社」へ商号変更	
2010年12月1日 (平成22年)	インターネットを利用した内装リフォーム事業等の専任会社として「リフォライフ株式会社」を設立	
2012年4月 (平成24年)	一般社団法人 クロス事業協会 設立	
2013年2月 (平成25年)	「リフォライフ」をアオキエージェンシー株式会社の事業部門のブランドとして位置づけ	



アオキエージェンシーグループの事業概要

事業内容	内装事業	リフォーム事業
事業開始	1976年	2008年
事業内容	各種クロス工事・各種床仕上貼工事・各種粘着付フィルム貼工事・各種ボード貼工事・耐火遮音間仕切工事・軽量鉄骨下地工事・発泡ウレタン吹付工事・塗装工事・各種乾式二重床工事・各種フローリング工事・塗床工事・大工工事・左官工事・美装工事・窓周り装飾工事・照明エアコン各種電設工事・住宅設備工事・サイン工事	クロス工事・カーペット工事・床シートタイル貼工事・カーテンブラインド工事・大工工事・塗装工事・畳ふすま工事・照明・エアコン工事・キッチン工事・トイレ工事・洗面工事・バス(お風呂)工事・オール電化工事・ガス器具工事・ハウスクリーニング・防虫駆除・片付け手伝い・各種屋根工事・各種外壁工事・各種外構工事
事業イメージ		
特 徴	新築物件の内装を一括受注する。 これまでの対応やノウハウおよび受注後の丁寧な対応により受注が支えられている。 独自の技術指標の設定。	顧客からの直接受注。 仕入れ価格が安いいため売価に反映できる強みがある。 口コミにより一般顧客拡大。
主たる顧客	総合建設業者 工務店 (業者)	一般顧客(個人)
協力団体企業等	P9参照	

アオキエージェンシーグループの事業概要

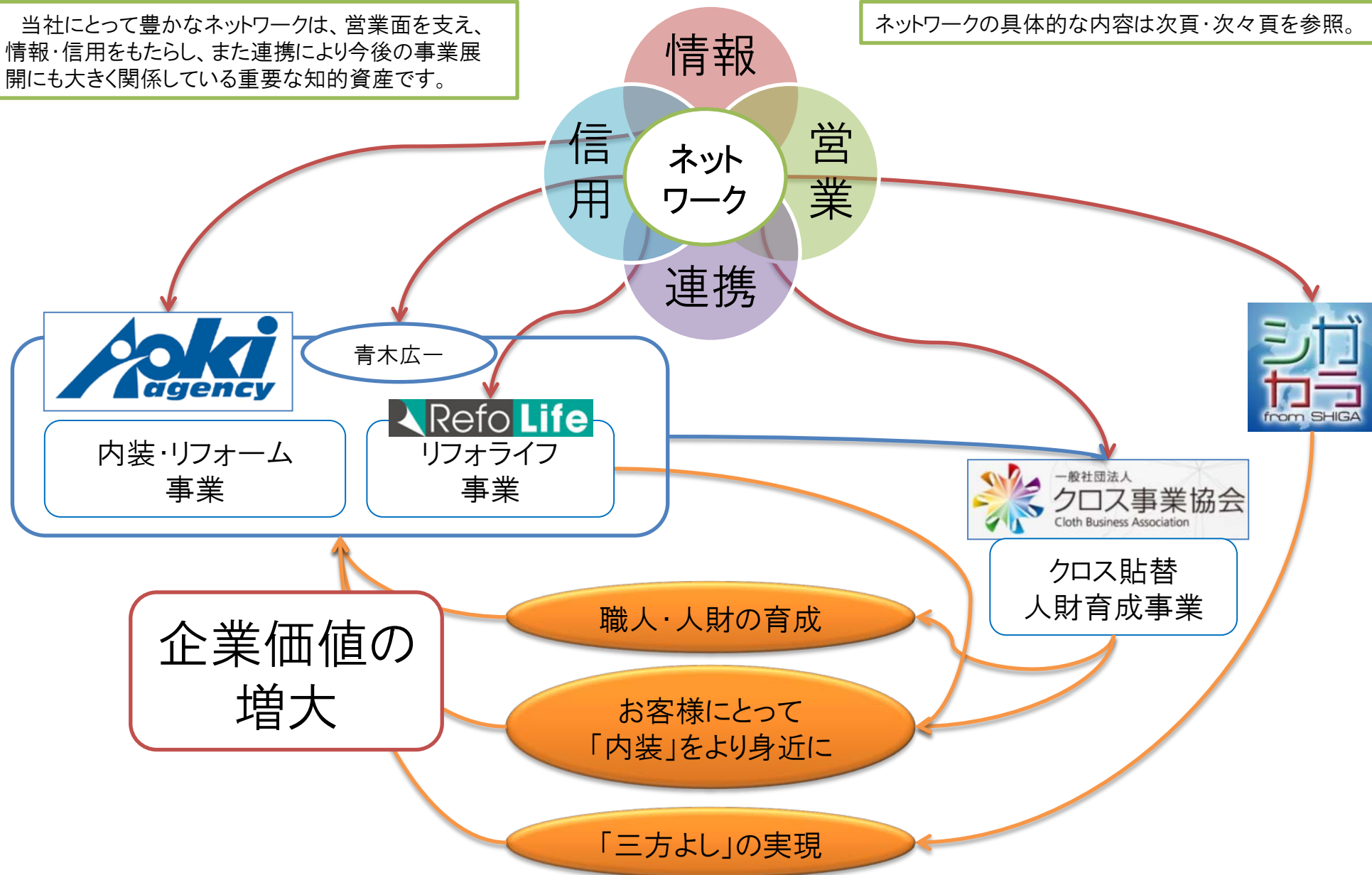
事業内容	「リフォライフ」事業	「シガカラ」事業	クロス貼替人財育成事業
事業開始	2010年	2012年	2013年
事業内容	インターネットでのクロス貼替え、カーテンブラインド販売、床工事、リフォームに関わる物販 【ブランド名】 - カーテン…RefoShade(リフォシェード) - クロス…RefoCloth(リフォクロス) - 床材…RefoFloor(リフォフロア) →RefoFurniture等に展開	インターネットでの滋賀・近江・琵琶湖(びわ湖)の地産品、特産名産や隠れた名品の販売	施工ノウハウの施工協力店へ共有・教育。職人の育成 (後には、FC化して展開することも目指す)
事業イメージ			
特 徴	オリジナルの自動見積システムによりWEB上で見積りおよび直接クレジット決済が可能となり、それを売価に反映できる。 技術者のネットワークを利用して受注エリアを拡大できる。		
主たる顧客	ネットが使える一般顧客(個人)	ネットが使える一般顧客(個人)	
協力団体企業等	P9参照		一般社団法人 クロス事業協会

「リフォクロス®」はアオキエージェンシー株式会社の登録商標です(登録番号第5332859号)。

当社の知的資産① 豊かなネットワーク

当社にとって豊かなネットワークは、営業面を支え、情報・信用をもたらし、また連携により今後の事業展開にも大きく関係している重要な知的資産です。

ネットワークの具体的な内容は次頁・次々頁を参照。



当社のネットワーク ～主要一覧～

アオキエージェンシー関連
リフォライフ関連

発注元ネットワーク

総合建設業

A社 B社
C社 D社
E社 F社

地場工務店

G社 H社
I社 J社
K社 L社
M社 N社
O社 P社

その他

Q社
R社

仕入先ネットワーク

卸業者系

(株)ツカサ リック(株)
サンゲツ代理店 東リ代理店
(株)佐藤信 (株)川島織物セルコン
東リ代理店 高級カーテン
アスワン(株) (株)アマヤ
兼メーカー/ニッチ商材 サンゲツ代理店
シンコール(株)
兼メーカー
野原産業(株) トクエ(株)
軽量鉄骨間仕切り
小川電機(株) 照明器具

メーカー系

ブラインド・窓関係
トーソー(株) (株)ニチベイ 立川ブラインド工業(株)
クロス関係
(株)サンゲツ トキワ産業(株) リリカラ(株)
クロス中心の総合メーカー クロス中心の総合メーカー クロス専門
床材関係
東リ(株) (株)タジマ アキレス(株) (株)日本シューター
床材中心の総合メーカー 床材専門 ゴム→床材 OAフロア
カーテン等
(株)スミノエ
資材/工具
極東産機(株) ヤヨイ化学販売(株) (株)タカハラコーポレーション
工具メーカー 副資材 フィルム
一般向け小売り業者
(株)インテリックス 大湖産業(株) 岡秀(株)
ノーブランドカーテン 簾・竹カーテン等 既製品カーテン

協力会社ネットワーク

施工関係

クロス	S社	T社	床
フィルム	U社	V社	
電気	W社	X社	カーテン
軽鉄施工	Y社	Z社	多能工

Web関係

α社	Webデザイン
β社	デザイナー
γ社	システム屋

「シガカラ」商品製造元

(株)ヤサカ	米粉乳酸菌発酵食品
(株)オジン生化学研究所	すし乳酸菌SJ-6
農事組合法人近江農産組合	漬け物
久田工芸	とびだすくん

リフォライフ展開協力

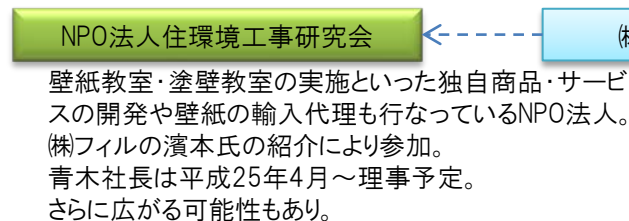
(株)フィル 「壁紙屋本舗」タイアップ
(株)デジタルアライアンス FC化ノウハウ

楽天 雄琴温泉観光公園

当社のネットワーク ～諸団体・組合など～



青木社長が「業界を変えないといけない」という思いをもっていたが、ツカサ前社長の紹介でクレバーの山本社長と知り合い意気投合し、その後、滋賀県内同業者に声をかけ「クロス会」を創設。2011年には、内装工事店・職方・卸問屋・メーカーが参加し、協会を一般社団法人として設立。協会は教育体制・資格制度を構築し、職人の登録制で仕事を生み出していく仕組みづくりを目指す。



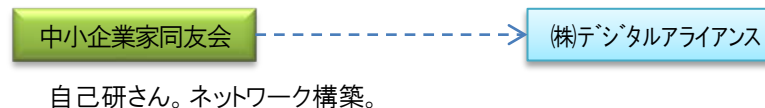
(株)フィル

「壁紙屋本舗」(壁紙のDIY)、「WALPA」(輸入壁紙)のブランド名で事業展開している。
我社との関係では、ここしかない輸入壁紙の仕入れやリフォライフ事業での生のりつき壁紙(壁紙のDIY化)の普及でのタイアップを行なっている。

(株)フィル



タイアップ
による
認知度向上



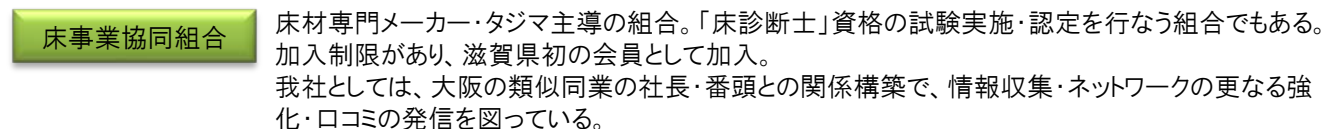
(株)デジタルアライアンス

神戸。外構をネット上で販売した先駆けの企業。同友会青年部で知り合う。
我社としては、「外構＝造園業、内装＝建築業」という枠組みから脱却し内装と外構との連携をしていくほか、当社のFC展開ノウハウ(エクスショップ®: ガーデンプラス®)を我社の参考としたい。
エクスショップ®: ガーデンプラス® …全国250拠点

(株)デジタルアライアンス



住み分け
による協力
&
FC化ノウハウ
の情報提供



滋賀県中小企業団体中央会

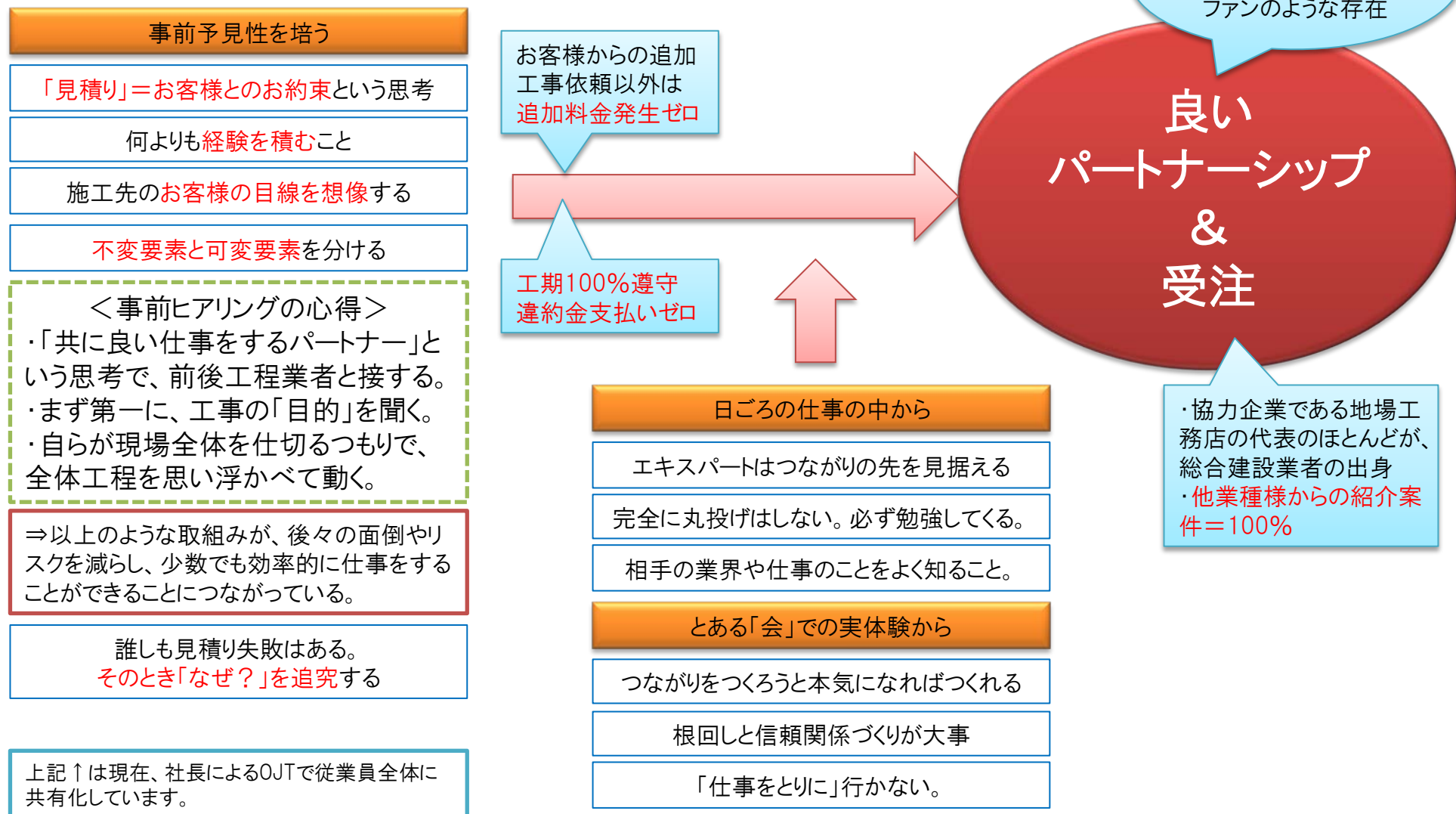
滋賀県下の諸組合が加盟する団体。
もともとは左記組合の青年部創設について当会のN氏に相談にのってもらったのがきっかけ。
現在は、ネットワーク構築や商品紹介、公的支援等の情報等であつなっている。



【補足】
他に社長の個人的なつながりもあります。

【今後の課題】
前頁のネットワーク各社及び本頁の各団体・組合の詳細情報については、社内共有できる状態にする(構造資産化する)ことに現在取り組んでおります。

Q: 飛び込み営業等はしていないのに、仕事に来る秘訣は？



当社の知的資産③ 柔軟で技術力のある人財

当社の従業員は、みな真面目で、丁寧な仕事をする人財です。

- ・平均年齢が低く、柔軟性がある人財多い。
- ・工事管理のノウハウ・施工技術の高い人財多い。
- ・正規雇用・外注に関わらず、理念に依る人財。

採用での注力点

近年は、戦略的に**総合建設業の経験者**を採用することを行なってきました。

経験年数

従事者	年数	年齢
青木	16年	41才
長江	18年	54才
福岡	20年	38才
佐貫	15年	38才

専属職人※	年数	年齢
クロスA	30年	50才
クロスB	15年	39才
クロスC	6年	34才
床A	38年	62才
床B	21年	38才

年齢平均:43.8才

資格取得の奨励

現状の仕事と直結していなくても、資格の取得を勧めています。これは、**対外的信用**とともに、資格の中身を知ることを通して、**今後の事業展開等に活かしてもらう**ために行なっています。

当社の従業員はもちろん当社負担で受験してもらいますが、連携先の職人さんでも、当社の必要性があれば当社負担で取得してもらうこともあります。(資格保有者一覧→右表)

全員参加のミーティング

週一回必ずミーティングを行なっています。現状の仕事の報告を行ない意思統一を行なっています。

経営全体も話し合っていけるようになるのが今後の方向性です。



プラスチック系床仕上1級

床診断士1級



表装(壁装)1級

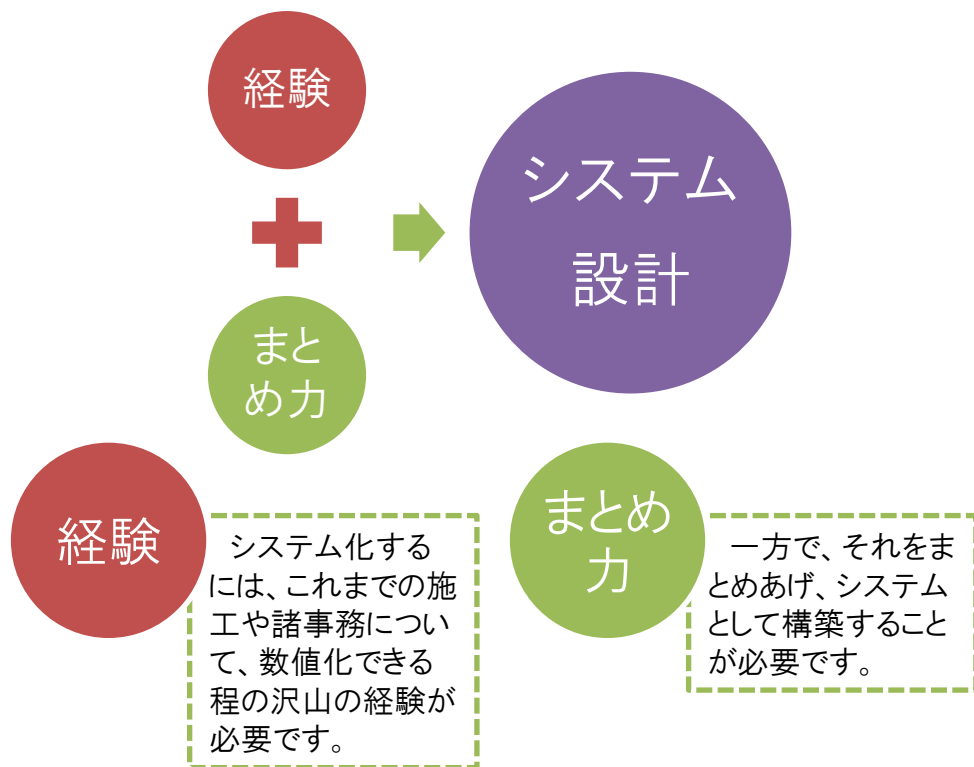
施工管理技士2級

従事者	保有資格	
青木	床診断士1級	
長江	施工管理技士2級	
福岡	施工管理技士2級	床診断士1級
佐貫	床診断士1級	
専属職人※	保有資格	
クロスA	表装(壁装)1級	
クロスB	表装(壁装)1級	
クロスC	表装(壁装)1級	
床B	プラスチック系床仕上げ1級	床診断士1級

※単に仕事上の関係で「専属」ということではなく、共通理念を持ちともに取組んでいるという意味で「専属職人」としております。

当社の知的資産④ IT活用力

当社は旧態依然たる業務のやり方を変えていく努力をしてきました。この努力はネットワーク中の外部協力と合わせ、いま「IT活用力」として結実しています。ここでは、業務のシステム化の努力について説明いたします。



例1) エクセル使用による事務作業の効率化

▼工事提出書類

- ・安全関係書類等で同内容項目を簡単に入力できる。
- ・「期限」等の到来をエラーで知らせるようにしている。

▼見積書と発注書

- ・同内容項目が一箇所入力で一気に入力できるように設定。
- ・記載不要項目はロックをかける。

⇒事務処理速度アップ

(参考)協力企業内で希望があれば、基礎テンプレートを無償配布するようにしていますが、導入は進んでおらず、業界内の遅れがあると思われます。

例2) セルフオーダーシステム

▼“リフォームのWebshop化”を目指し、開発したシステム。

- ・お客様にとって、「利便性」「価格の見える化」「安い」といった良さがあります。
- ・当社にとっても、システムが見積りを自動でしてくれるため、手間が少なくなります。

(参考)このシステムは、ソーテックやデルに代表されるBTO(Build to Order)パソコンの販売方法から大きく着想を得ています。

システム構築担当 今井貴裕 略歴

愛知県生まれ

愛知大学経営学部卒業

■1993-2000年 中部品質管理協会

品質管理の研修事業部リーダーとして営業、企画、講師の経験。

■2000-2009年 自動車関連企業で経営企画、財務を担当

経営企画としては、株式公開業務や合併業務を担当。

財務としては、全社の原価計算システムの再構築や決算業務の合理化を推進。

■2009年-現在 アオキエージェンシー(株)

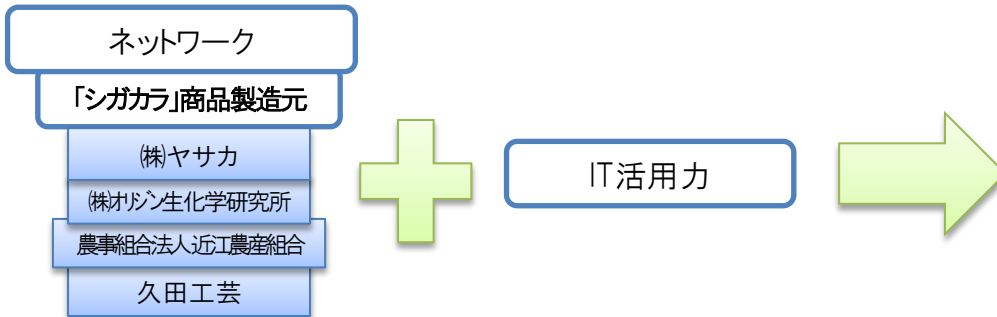
リフォライフ事業を担当。システム化のとりまとめ等を担当。



地域振興の取り組み

当社は、「三方よし」の経営理念と「自由な発想」の行動規範の下、滋賀県の県外アピールや県下地域の振興をどのようにしたら良いのか考えてきました。

それはいま、当社の培ってきた「ネットワーク」・「IT活用力」と相まって、「シガカラ事業」として実現しています。



【コンセプト】

- ・滋賀には「地場のもの」または「伝統の長いもの」が沢山。
- ・他方で、「知名度がない」、「販売チャネルがないがネット販売は難しい」、「今の代で終わってしまう」という課題を抱えるところも。
- ⇒このような地元の方々の力になれば――

【掲載方法等】

- ・掲載写真等の素材をご提供いただければ、当社でページ構成を全て行ないます。
- ・出店料等は無料です。
- ・卸価格は、原則として75%です。

【企業ブランディング支援もできます】

- ・ノベルティグッズ会社と提携。小ロットから受注可能。
- ・商品販売と結びつけて、ブランディングをサポートできます。



楽天市場ページ

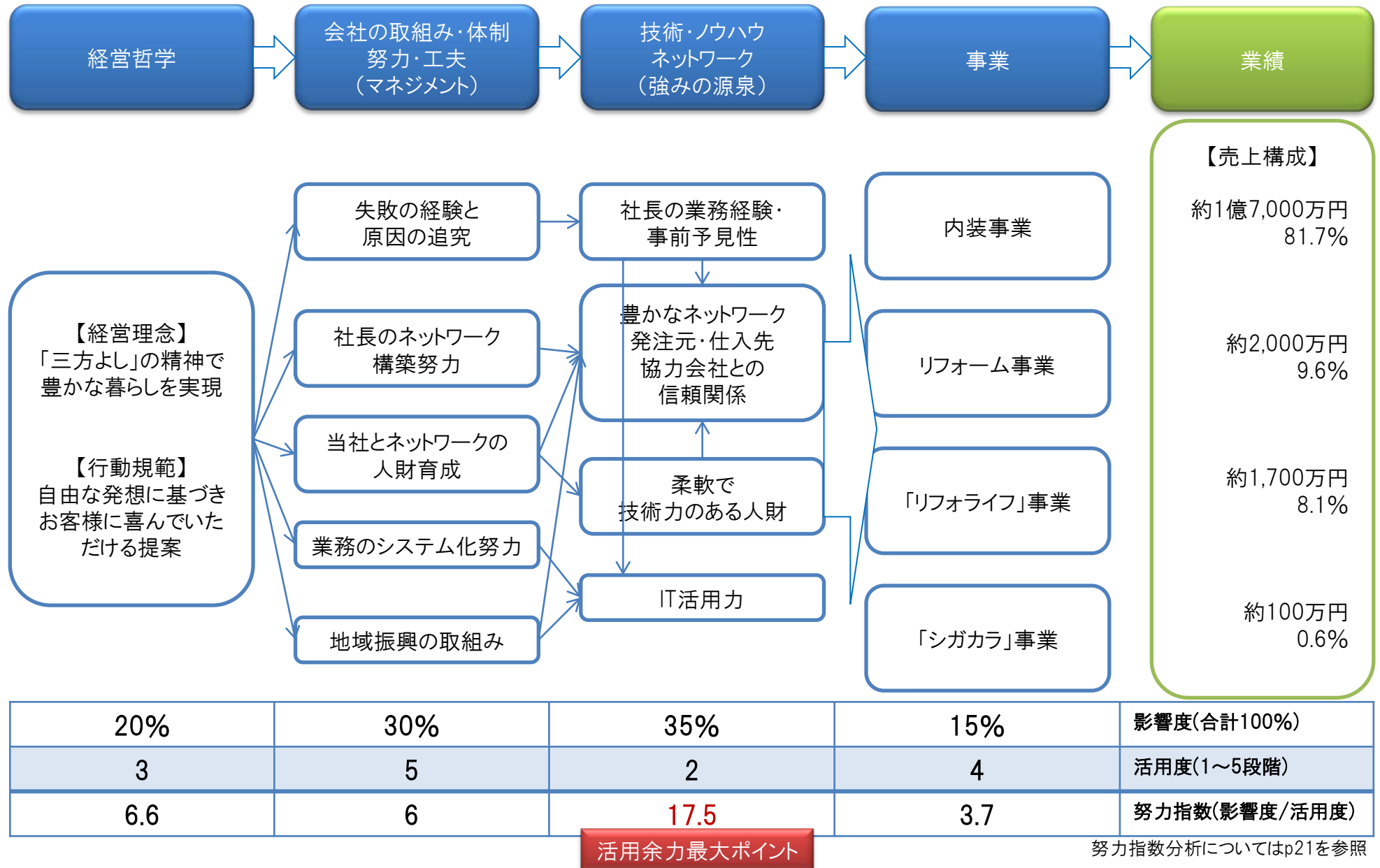
<http://www.rakuten.ne.jp/gold/refolife/shigakara/>

facebookページ

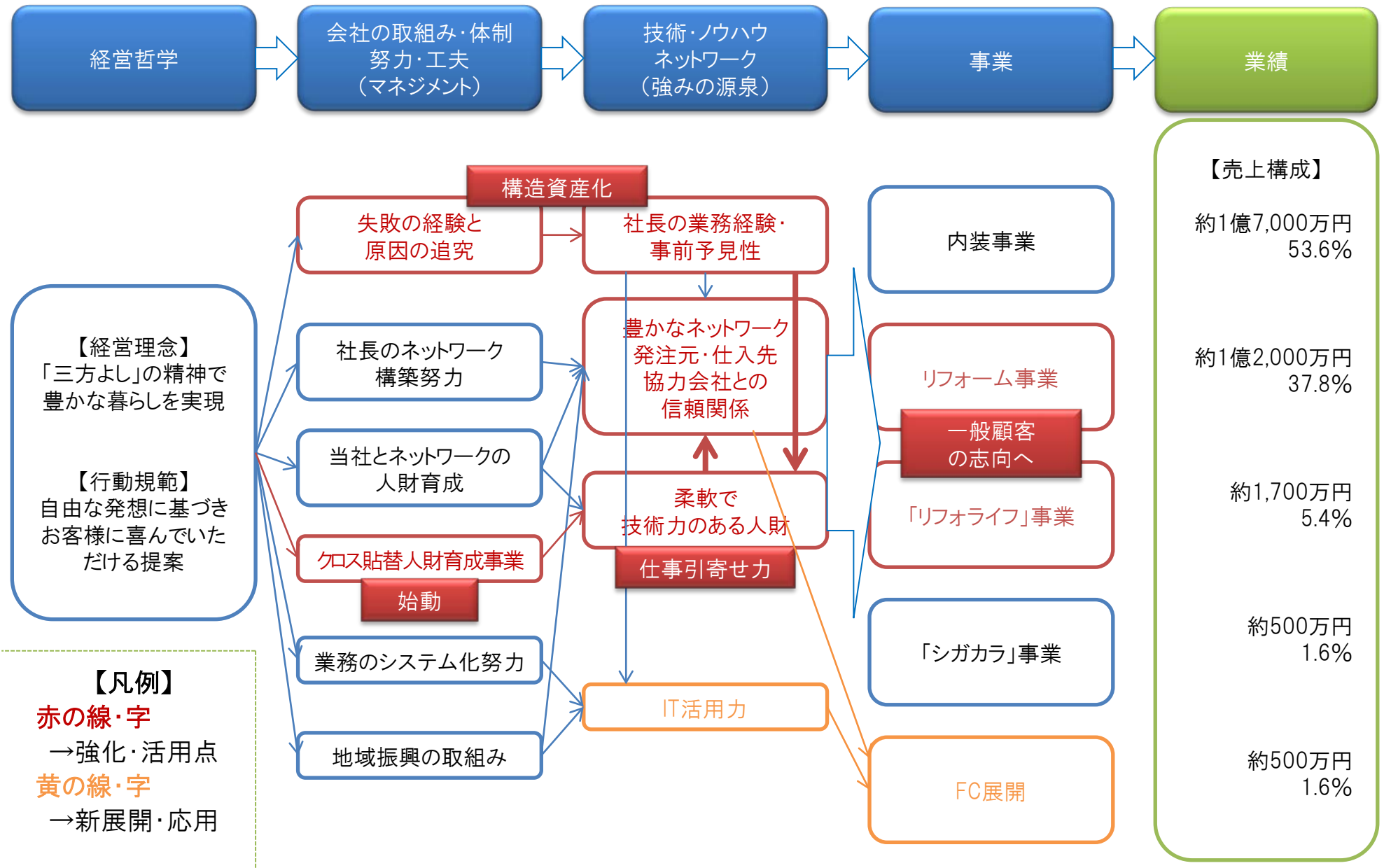
<https://www.facebook.com/shigakara>

- 当社にとっての「CSR活動」
- 県下企業にとっての販売チャネル開拓
- 滋賀県全体にとっての「Made in 滋賀」ブランド構築

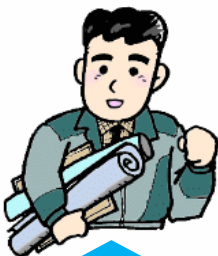
アオキエージェンシーグループ 知的資産価値創造ストーリー 現在



アオキエージェンシーグループ 知的資産価値創造ストーリー 将来(5年後)



(1)業界が一般の方にわかりにくい (2)業界がシステム化されておらず、未成熟



一般の方にクロスを始め内装業と触れ合う機会は、業界としてリフォーム店や工務店通しでしか無いため、認知度や専門知識の伝達が一般的に薄いです。



また、各業者によっての見積りのやり方や、値段や内容表記が異なることが多いです。勿論これは業界のIT化の遅れが一部起因しているものと思われます。

更に業界が短期間で急成長した為、古き良き時代のドンブリ勘定が抜けきってないというの否めません。業界の成熟に人間が追いついていないというのが、現在の建築業会全体の課題でもあります。

(3)リフォーム市場の拡大

住宅リフォームへの関心は非常に高い。住宅件数に関するデータではなく、これから高齢者となっていく人のデータからも住宅リフォームに関心があることが見受けられます。

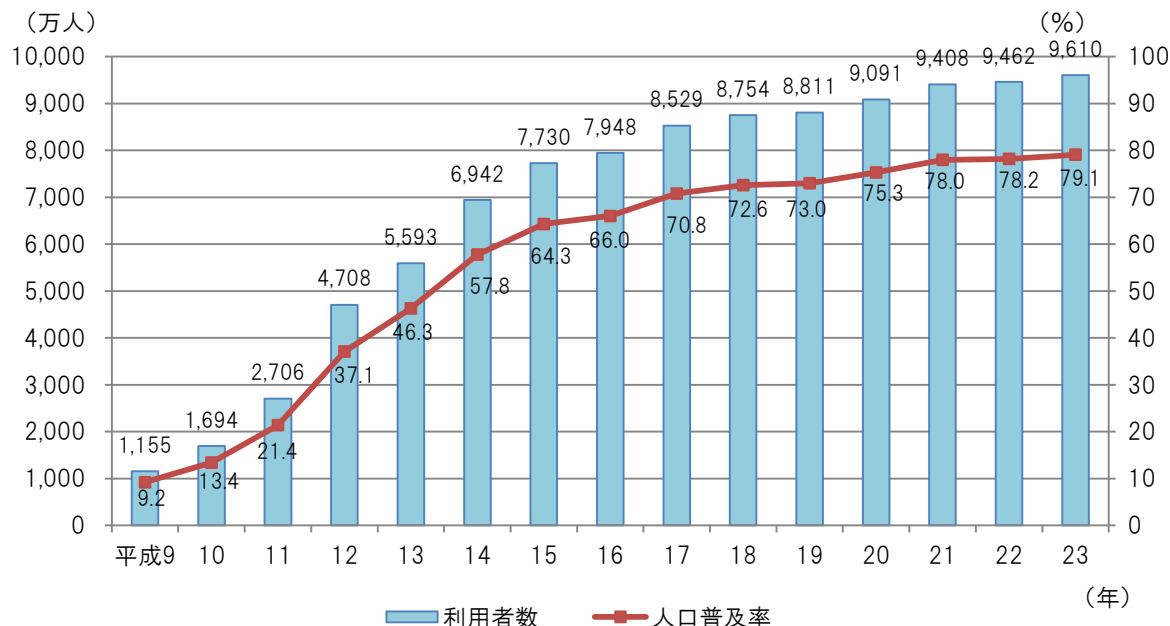
これから65歳以上になっていく団塊の世代へおこなった退職金の使い道を聞いたアンケートです。

退職金の使い道は？(2007年 博報堂生活総合研究所調査より)

	1位	2位	3位	4位
男 性	国内旅行	自動車	海外旅行	住宅リフォーム
女 性	国内旅行	住宅リフォーム	習い事	海外旅行

この結果から、住宅リフォームへの関心の高さが見てとれます。この団塊の世代の退職金の3年間の合計は、約50兆円という規模となり、団塊の世代を中心とした高齢者の住宅リフォーム需要は資金面・市場面からますます増大することが予想されます。

(4)インターネットの普及

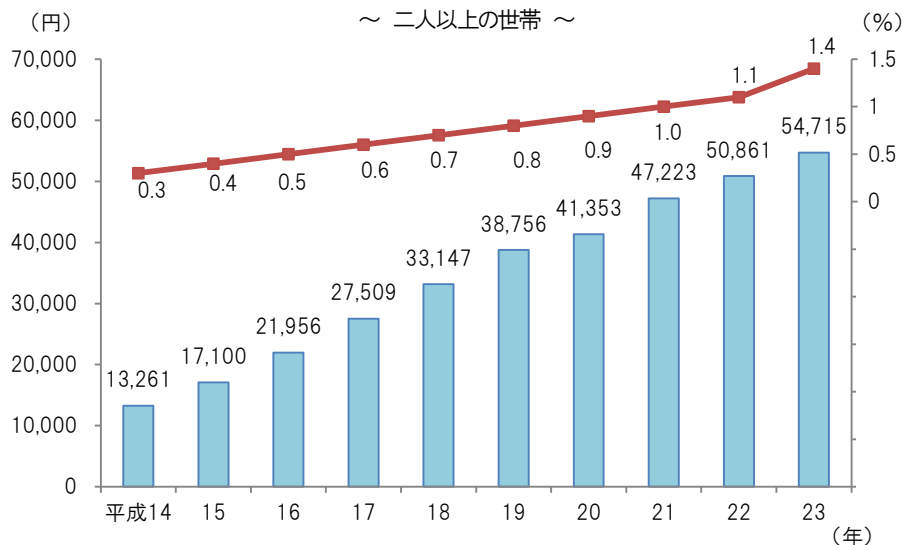


平成23年末のインターネット利用者数は、平成22年末より148万人増加して9,610万人(対前年比1.5%増)、人口普及率は79.1%(前年から0.9ポイント増)となりました。

- ① 調査対象年齢は6歳以上。
 - ② インターネット利用者数(推計)は、6歳以上で、調査対象年の1年間に、インターネットを利用したことがある者を対象として行った本調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、スマートフォン、タブレット端末、ゲーム機等あらゆるものを含み(当該機器を所有しているか否かは問わない。)、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む。
 - ③ インターネット利用者数は、6歳以上の推計人口(国勢調査結果及び生命表等を用いて推計)に本調査で得られた6歳以上のインターネット利用率を乗じて算出。
 - ④ 無回答については除いて算出している。
- (出典)総務省「平成22年・23年通信利用動向調査」

(5) ネット販売のシェアが拡大

(図1) ネットショッピングへの年間支出総額及び年間支出総額全体に占める割合
(平成14年～23年、1世帯当たり)
～ 二人以上の世帯 ～



資料：総務省「家計消費状況調査」平成14年～平成23年を基に作成

また、ネットショッピングへの支出(平成23年)について世帯主の年代別にみると、30歳代が9万1千円と最も多く、次いで40歳代が8万9千円となっています。

年間支出総額全体に占めるネットショッピングへの支出の割合は、30歳代が2.7%と最も高く、次いで40歳代が2.1%となっています。(右図)

二人以上の世帯について、ネットショッピングへの1世帯当たりの年間支出総額をみると、平成14年は1万3千円でしたが、年々増加し、23年は5万5千円となり、9年前に比べ4倍以上になっています。

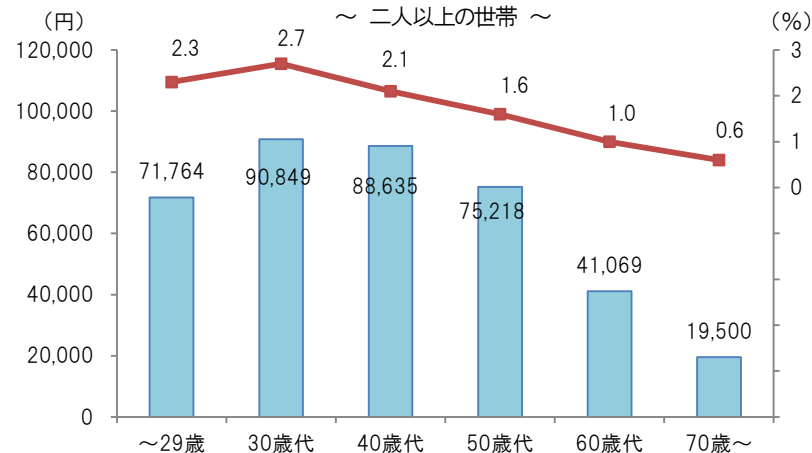
年間支出総額全体に占めるネットショッピングへの支出の割合も、年々増加しています。(左図)

なお、以上の増加傾向は、平成18年以降に年間支出総額自体が徐々に落ち込んでいく下でも、変わっていません(下表)。

(表) 年間支出総額推移

平成14年	平成18年	平成23年
約432万円	約430万円	約393万円

(図2) 世帯主の年代別ネットショッピングへの年間支出総額及び年間支出総額全体に占める割合(平成23年、1世帯当たり)
～ 二人以上の世帯 ～



資料：総務省「家計消費状況調査」平成23年を基に作成

「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」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財、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。

「知的資産経営報告書」の作成については、2005年10月に公表された経済産業省「知的資産経営の開示ガイドライン」に基づいて、京都府が2008年5月に「知恵の経営報告書：作成ガイドブック」を公表しています。本報告書は原則としてその作成ガイドブックに準拠して作成しています。

なお、今回の報告書作成の目的は以下の2点です。

- ・ 当社の知的資産がどこにあるのか、またどのような取り組みをしているかを充分精査し、知的資産を活用しての戦略を策定すること
- ・ 当社を「見える化」することによって、知的資産を共有化するための内部マネジメントツールとして使うこと

努力指数分析とは

本報告書の「知的資産価値創造ストーリー」では、「努力指数分析」を用いて将来の展望をご説明しています。

「努力指数」とは、「経営哲学」「努力・工夫」「強みの源泉」「事業」の各項目の業績への「影響度」を、その「活用度」で割ることにより算出した数値です。「努力指数」が絶対的あるいは相対的に高い項目ほど、今後さらに強化・拡充など図る余力があるということになります。

（参考：中森孝文著『「無形の強み」の活かし方』）

本報告書ご利用上のご注意

本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、我社の判断にて掲載しています。

そのため、将来にわたり我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、我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。



■作成者

アオキエージェンシー株式会社
代表取締役 青木 広一

■作成支援者

- ▼谷田 良樹／中島 巧次
行政書士・知的資産経営認定士・京都府「知恵の経営」ナビゲーター
滋賀県行政書士会会員・日本知的資産経営学会正会員
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

■お問い合わせ先

アオキエージェンシー株式会社
〒520-2331 滋賀県野洲市小篠原1562番地2
TEL:077-588-2410 FAX:077-588-4888
E-mail: aokiagency@zeus.eonet.ne.jp

■発行

2013年3月20日