

Corporate Profile

～日成興産をより知って頂くために～




2021

知的資産経営報告書

2021年3月～2022年2月

機能性食品・栄養補助食品製造 OEM専門企業

 日成興産株式会社

目次

弊社は、製薬・化粧品会社・健康食品メーカー・通販業者などに代わり、
さまざまなサプリメントを製造する会社です。
みなさまが飲んでいる健康食品も、私たちの製造製品かも知れません。

1. ご挨拶	1
(1) 代表取締役 挨拶	
(2) 執行役員統括本部長 挨拶	
2. 経営哲学	2
3. 事業概要	3
4. 市場環境	5
5. これまでの事業展開	6
6. 自社の強み・優位性（知的資産）	7
(1) 人的資産	
(2) 構造資産	
(3) 関係資産	
(4) 物的資産	
7. これからの事業展開	9
(1) クロスSWOT分析	
(2) 将来の経営戦略	
(3) KPI（重要業績評価指標）	
8. 知的資産活用マップと価値創造ストーリー	12
(1) 知的資産活用マップ	
(2) 価値創造ストーリー	
9. 会社概要	14
10. 社員の声	16
11. あとがき	17

〈知的資産経営報告書とは？〉

知的資産とは、バランスシートに記載されていない無形資産のことです。その知的資産を活用した企業価値向上に向けた活動を、目に見える形で解り易く伝えるために作成した書類です。（詳細は「11.あとがき」に記載。）

1.ご挨拶

(1) 代表取締役 挨拶

早いもので弊社は創業40年目の節目を迎えることとなりました。その間、健康食品の受託製造業として多くの企業から評価され、商品開発から製品製造に至るまでの幅広い分野で信頼される企業として発展することができました。

私たちの取組みをより知って頂くため、社員の自発的な取組みとして毎年知的資産経営報告書を作成し、自社の経営資源と外部環境を把握して環境に適合した経営戦略を策定して将来の方向性を明らかにしていますが、このたび2021年度版がまとまりましたのでご報告させていただきます。

健康食品業界においても昨年はコロナ禍の影響を受けて、当初の計画どおりに進まない局面が少なからずあったものの、逆にコロナ禍によって健康に対する注目度が世界的な規模で高まり、健康産業の将来を占ううえで好材料の一つとなっています。

また、我が国においても健康意識が向上し、健康志向産業の普及とともに、健康食品の有効性や安全性について様々な議論や検討が重ねられる中、サプリメント製造企業としての責任がますます重くなっているところです。

これらの状況のもと、私たちは、今日までに積み上げてきた知識や経験に一層磨きをかけて、皆様により一層信頼される企業として成長すべく努力を重ねてゆく所存です。

これからも私たちは、これらの取組みが、健康で豊かな社会の進歩発展に役立つことを祈念して頑張ってまいります。



2021年3月
代表取締役社長 藤田 忠

(2) 執行役員統括本部長 挨拶

当知的資産経営報告書を作成し始め6年目にあたり、皆様に弊社の強み弱みまた今後の目標を掲げ、より理解をして頂くよう努めて参りました。

また今期は40年目の一つの節目を迎え、より一層の飛躍をする為に新たなチャレンジを進めて参ります。

昨今、世の中は未曾有の危機に直面しましたが、人々はこれを乗り越える力を考え進んでおり、弊社も今一度立ち止まり考え、あらゆるステークホルダーから、ひいては社会全体より必要とされる会社にして行きたいと考えております。

弊社は、従業員、お客様、また全ての人々の健康を念頭に置き、邁進して参りますので宜しくお願い申し上げます。



2021年3月
執行役員統括本部長 藤森 健太郎

2.経営哲学

経営理念

顧客の共感共創のもと、
健康で豊かな社会の進歩発展に
貢献することを目標とし、
その過程を通じて全従業員の
物心両面における向上と
その家族を含めた幸福を追求します。

日成興産株式会社
代表取締役 藤田 忠

◆◆◆経営理念◆◆◆

弊社は「食」を通じた健康で豊かな社会づくりを目標とし、そこに関わる全ての人々の幸せを追求します。

経営ビジョン

医学・薬学・栄養学の知識を集約して前例にとらわれない
商品開発につとめ、新規顧客を増やしサプリメントの普及をはかる。

◆◆◆行動方針◆◆◆

顧客の思いをしっかりと理解し、製品に命を吹き込むものづくりが私たちに課せられた最も重要な使命だと考えます。

行動方針

私たちは、信頼されるサプリメントづくりを通じ、健康で豊かな社会に貢献します。

私たちは、顧客の思いを正しく理解し、製品に命を吹き込むものづくりを行ないます。

私たちは、柔軟な対応力と創意工夫により、顧客の要望を上回る製品づくりに努めます。

制定日 2018年1月1日
日成興産株式会社
代表取締役 藤田 忠

当年度重点目標

私たちは、1円を見直して、製造原価の低減をはかり、顧客還元に努めます

3.事業概要

(1) 会社の沿革

期間	年度	出来事	知的資産との関係他
創業期	～1982年	創業者(現社長)は創薬研究者として製薬会社勤務	<ul style="list-style-type: none"> ●製薬会社勤務時に欧州における健康食品の普及を目の当たりにして、日本での普及を確信したことも創業動機の一つに結びついた。 ●医薬行政に関する知識はもとより、健康食品に関する知見・見識は当時(創業当初)から高い評価を得ていた。 ●本社工場は医薬品GMPに習った錠剤・顆粒製造を主体とする工場。これが評価され、受託製造業の基礎固めができ、顧客の信頼にもなった。 ●わが国初の痩身特許(痩身用食品)が注目を集め数多くのTV出演や雑誌の取材に加え出版社からの依頼により複数の書物を出版した。このことは当社の知名度アップやお客様からの信頼度向上の一助になった。
	1982年4月	日成興産株式会社創業(大阪市東区)健康食品の企画・開発・製造業として創業、当初は西欧からの製品輸入が中心	
	1984年7月	本社工場開設[本社移転](東大阪市)錠剤・顆粒剤の製造設備を導入し、業務の幅を広げ顧客対応力向上	
	1986年5月	姉妹会社日本メドック(株)を創業し医薬部外品、化粧品等の製造許可を取得(化粧品はのちの乳化技術の礎となる)	
	1988年	国内初となる「痩身用食品」特許取得	
成長期	1991年～2000年	技術開発に心血を注ぎ、創業期を含め2000年までに合計11件の特許を申請	<ul style="list-style-type: none"> ●11件の特許のうちいくつかは今日の製品製造に生かされている。 ●本社工場拡張移転により製造管理・品質管理体制充実
	1996年4月	顧客対応力を強化するため新庄工場開設(東大阪市)→製造可能品種の拡大	
	1999年1月	本社ビル竣工。同ビル内に本社工場も新設[移転](東大阪市)	
	2000年1月	大型設備を導入して新庄工場を移転・拡充し、新たに西工場を開設(東大阪市)	
			本社ビル建築時
進化期	2003年2月	本社工場に隣接して本社工場南館を開設し、包装工程を集約	<ul style="list-style-type: none"> ●生産体制の集約・拡充が進む。 ●進化期においても技術開発・学術研究に注力し、特許申請は累計20余件、学会発表・学術論文も20余件の実績が積み重ねられている。
	2004年3月	ISO9001取得(本社・西工場)	
	2008年9月	大阪営業所開設(大阪市中央区道修町)	
	2008年10月	日健栄協GMP取得(本社・西工場)(2015年3月 中工場追加取得)	
	2013年11月	菌製剤に対応した中工場開設	
			<p>日健栄協GMP (公益財団法人 日本健康・栄養食品協会) 健康食品の製造管理・品質管理の基準を満たした工場に与えられる認証</p> <p><GMP認証マーク></p>
発展期	2016年3月	知的資産経営報告書第1版を発行(以後毎年更新)	<ul style="list-style-type: none"> ●現場の優秀な人材を登用し、社員の声や状況をより密に把握してスムーズで効率の良い仕事環境を実現。
	2017年3月	組織的な経営体制の強化を図る目的で執行役員制度を導入	
	2018年8月	インターンシップ制度導入	
	2019年3月	南館包装作業場を拡大、包装需要に対応	
	2019年4月	スッポンの美肌作用に関する特許出願	
	2020年11月	BCP(事業継続計画)策定	
今後の目標	2021年3月～	<ul style="list-style-type: none"> ●顧客に対して積極的な働きかけを行い新規案件を獲得 ●顧客要望に合わせたより柔軟な顧客対応の徹底 ●研究論文、特許開発による知的資産の蓄積 ●一層の効率化、ムダの削減による顧客還元 	<p>BCP・・・災害などの緊急事態における企業の事業継続計画</p>

3.事業概要

(2) 事業内容

(売上比率は2021年2月期実績)

事業名 (製品・サービス名)	形状・設備	お客様(顧客)対応	売上比率
①錠剤製造 事業開始時期： 1982年頃	<ul style="list-style-type: none"> ● 大小各種、三角等の異形錠にも対応可能   <p>打錠機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 豊富な錠剤型保有、新規調達も迅速対応 ○ 数多くの打錠機を保有、顧客の要望に瞬時に対応 ○ フィルムコートが可能、吸収速度の調整や着色が可能 	27%
②顆粒・混合末製造 事業開始時期： 1982年頃	<ul style="list-style-type: none"> ● 定型・不定形の選択が可能   <p>流動層造粒機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 目的・用途に合わせて様々な顆粒・混合末を製造可能 ○ 味のマスキングや嵩比重の調整可能 ○ 顆粒の溶解・分散性の調整対応可能 ○ 窒素置換包装充填対応可能 	26%
③ソフトカプセル製造 事業開始時期： 2000年頃	<ul style="list-style-type: none"> ● 様々な形状の剤形に対応可能(楕円型・ラグビーボール型等)   <p>ソフトカプセル充填機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 液状原料のみならず粉末の乳化配合対応可能 ○ 高度な乳化分散技術・設備により、多様な原料に対応 ○ 粒あたりの粉末原料配合率を上げる技術により対応可能 	33%
④ハードカプセル製造 事業開始時期： 2000年頃	<ul style="list-style-type: none"> ● 様々なサイズ・材質に対応可能   <p>ハードカプセル充填機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 錠剤・顆粒化困難な原料の製剤化に最適 ○ 各種生菌製剤の高配合製品に対応 ○ 原料臭や味のマスキング対応可能 ○ 腸溶・徐放化等機能の付加製剤も可能 	8%
⑤その他 <ul style="list-style-type: none"> ● 充填・包装加工 ● 医薬部外品・化粧品の開発・製造 事業開始時期： 1986年頃	<ul style="list-style-type: none"> ● スティック分包・アルミ袋やボトル等の充填・包装が可能   <p>スティック分包機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 許認可を必要とする作業にも幅広く対応可能 ○ 食品添加物、医薬品・医薬部外品・化粧品などの業態許可に加え、アンチドーピング認証などにも対応 	6%
⑥生菌製造 事業開始時期： 2014年 ※生菌製剤とは 乳酸菌やビフィズス菌等の様々な菌を生きたまま製剤加工した製剤	<ul style="list-style-type: none"> ● 錠剤・顆粒・ハードカプセル等に対応可能   <p>シャーレ中のコロニー 中工場内部</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 生菌製剤対応工場で高度に管理された製造環境下での製造が可能 ○ 取扱菌種の制限がなく、幅広い生菌原料の製剤化が可能 ○ 業界屈指の知識・技術力で、生菌製造対応 	全体の9%

4.市場環境

健康食品産業の現状と展望

コロナ禍の影響・・・

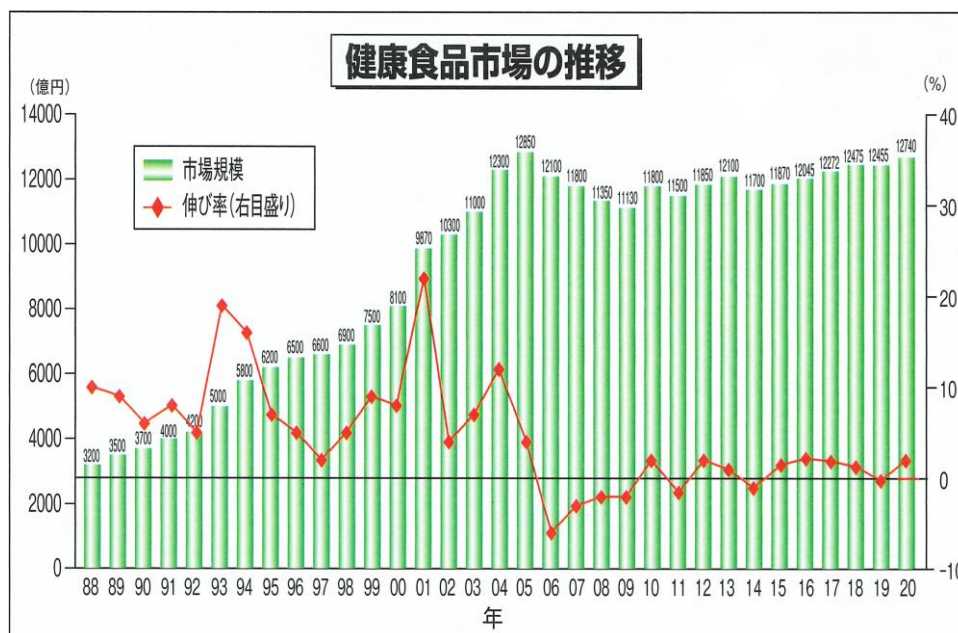
世界を混乱させている新型コロナウイルスは、結果として健康であり続けることの価値を改めて気づかせることとなった。体温チェックを厳しく要求される機会が増え、体調変化に敏感にならざるを得ない日々が続く、重症化リスクの要因とされる生活習慣病などへの対策も侮れず、また、感染リスクを考えると医療機関へもおいそれと行けないなど、このような状況下で人々は「健康」や「未病」、「予防」の価値をより明確に認識するようになり、否が応でもヘルスケアに対する人々の注目を高めている。
健康産業流通新聞（要旨）

健康食品産業の今後・・・

コロナ騒動によって大混乱に陥った2020年、人々が節約志向に努める中で健康食品に対する注目は世界的規模で上昇して脚光を浴びる結果となり、我が国においても、総務省の家計調査における国民一人あたりの総支出が前年比6.5%減となったものの、サプリメント支出（二人以上世帯）は前年比8.2%増と逆に上昇している。また、海外においてはこれらを上回る増加率となった国も少なくなく、健康食品は人々の健康維持に役立ち、今後に期待できる産業として存在感を増している。
健康産業新聞（要約）


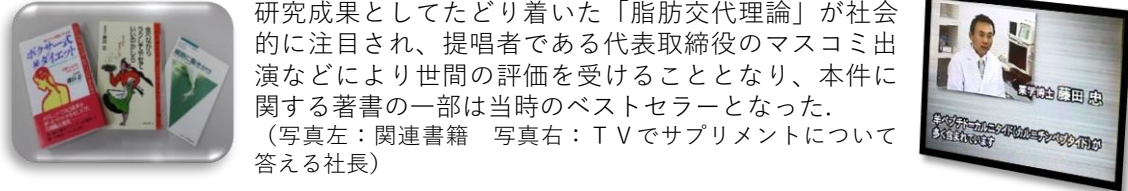


弊社の取組み姿勢・・・

食品本来の機能は薬機法との関連においてその表現には様々な制約が課されているものの、食品の機能性研究やその活用は弊社が創業以来一貫して取り組んできたテーマです。昨年来のコロナ禍による消費者の意識向上を受け、こうした本質を持つ食品をより多く開発し、供給してゆくことが弊社の使命であり、健康志向商品に対するニーズの高まりにこたえることが、サプリメント、健康食品業界の責務だと考えています。
弊社決意



(図1：健康産業新聞 第1707号（第II部）2021年1月6日 特集記事「2020年総括と2021年展望」より引用)

5.これまでの事業展開

期間	戦略・方針	取組み・投資	○成果と□課題
創業期 (1982年～1990年)	<ul style="list-style-type: none"> ●健康食品の普及 ●OEMで優れた健康食品の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ●優れた健康食品製造のための技術開発（製品開発及び製造体制確立） ●製造関連諸許認可の取得と自社製造工場(本社工場)の建設 	<ul style="list-style-type: none"> ○「痩身用食品」の特許取得（国内初）……業界・マスコミに取り上げられ認知度向上 ○医薬品GMPに習った製造システム構築及び医薬部外品・化粧品製造許可取得 □工場が手狭で製造品種・品質に制約があるのが課題
			<p>研究成果に裏打ちされ、科学的に立証された製品づくりを目標として製品開発やその普及に努め、これらの成果が、その後の発展の原動力になった。 (写真:成立した特許証の一部)</p>
成長期 (1991年～2000年)	<ul style="list-style-type: none"> ●創業期戦略・方針は継続 ●製造品種の拡大及び品質向上 	<ul style="list-style-type: none"> ●技術開発も継続 ●本社工場の移転拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ○2000年までに累計11件の特許申請 ○本社工場の移転拡大により、製造管理・品質管理体制は充実 □幅広い顧客要望に応える設備の拡張・品質管理の向上が必要
			<p>研究成果としてたどり着いた「脂肪交代理論」が社会的に注目され、提唱者である代表取締役のマスコミ出演などにより世間の評価を受けることとなり、本件に関する著書の一部は当時のベストセラーとなった。 (写真左：関連書籍 写真右：TVでサプリメントについて答える社長)</p>
進化期 (2001年～2016年)	<ul style="list-style-type: none"> ●創業期戦略・方針は継続 ●更なる製造品種の拡大及び品質の向上により多様な顧客要望に応える 	<ul style="list-style-type: none"> ●技術開発も継続 ●大型設備導入のため、西工場竣工 ●本社南館を増設（包装工場） ●コクサ・除菌管理を徹底した生菌生産が可能な中工場竣工 	<ul style="list-style-type: none"> ○現在までに累計20余件の特許申請 ○ISO9001取得 ○日健栄協GMP取得 ○品種・目的別生産体制により幅広い顧客要望への対応力が向上 □収益力向上（コストダウンや高付加価値品開発等）が課題 □機能性表示食品への対応も課題
			<p>弊社の取組みとして創業以来続けている食品素材の機能性研究は今日までに申請特許20余件、論文及び学会発表も20余件を数えることとなった。また、設備上も健康食品業界ではめずらしい転動流動機能付の複合型流動層造粒機や生菌対応工場の竣工などにより多様なニーズに備えている。 今期は本社事務所の拡張を行い、営業所を統合予定。より営業部との連携を円滑に行い、更なる顧客満足度向上を目指します。</p>
発展期 (2016年～)	<ul style="list-style-type: none"> ●ムダ削減によるコストダウン ●機能性表示食品への取組強化 	<ul style="list-style-type: none"> ●執行役員制度の導入 ●優秀な人材の積極的登用 	<ul style="list-style-type: none"> □ウィズコロナの戦略・対応
			<p>(左写真：自動包装機 右写真：複合型流動層造粒機)</p>

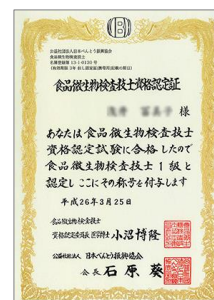
6. 自社の強み・優位性（知的資産）

創業以来39年間に蓄積した当社の主な強みにつき、知的資産の3つの分類（人的資産・構造資産・関係資産）に物的資産を加えた4項目に分けて概要を記載いたします。（知的資産の3分類については次頁下部参照）

（1）人的資産

○ 専門知識を持った人材が多い

- 研究・開発や生産技術・品質管理等のレベルアップを目指し、専門知識を習得した有資格者が在籍
- 主な資格として社長保有の薬学博士をはじめ、以下資格者が在籍
薬剤師、国際中医師、衛生検査技師、栄養士、管理栄養士、オーガニックコンシェルジュ、フードスペシャリスト、食品衛生責任者、食品衛生管理者、食品微生物検査技師(1級)、バイオ技術者第1種、登録販売者等々（右写真：食品微生物検査技師認定証）



（2）構造資産

① 優れた研究・開発力

- 創業以来、研究開発に注力
- その成果として次のものがある。
 - 1) 20余件の特許申請（うち現時点10件成立）
 - 2) 20余件の研究論文・学会発表
 上記研究成果の中には日本生薬学会から論文賞を受賞し、共同研究機関である大学を含めた研究者総代として弊社代表取締役が代表で受賞したものがありません。（写真：当社発展の礎となった各種論文及び学会での論文賞受賞式）



② 優れた製造力

- <優れた製造技術・製造ノウハウ>
- 顧客の求めに応じ、難度の高い多種多様な製品を製造してきた実績
 - 製剤技術の追及から得た高い知識、独自のノウハウを蓄積
 - 日健栄協GMPを取得し、これらの規範を上回る管理基準での運営
（写真：製造技術向上の為の勉強会）



- <製造可能品種多数>
- 顧客ニーズに応え、様々な剤形・形態のサプリメントに対応できる多種多様な製造設備・生産技術を保有・蓄積



③ 優れた品質管理力

- ISO9001の長年の運用によって培った品質管理システムを進化させて構築した品質対応力（写真：品質管理室）
- GMP規範を超えた、原料受入れから最終製品出荷に至るまで、緻密な管理手法をもとにしたトレーサビリティ

④ 優れた財務基盤

- 安定した財務基盤をもとにした財務戦略
- 自己資本比率は中小企業平均値の2倍以上確保（右表：貸貸対照表）

⑤ 高い顧客対応力

- 「お客様の要望に何としても応えよう」という社風が根付いている
- 組織的取り組みとして社内連携会議(各部門関係者参加)を頻りに開催し、お客様の要望等を各部門で確認・共有

資産	負債・資本
流動資産	流動負債・ 固定負債
固定資産	資本
	自己資本は できるだけ厚く

6. 自社の強み・優位性（知的資産）

（3）関係資産

① 高い顧客からの信頼

- 弊社には、難度の高いお客様の要望に、全社を挙げてチャレンジする精神が育っている
- 全工程でGMP規範を上回る製造・管理手法が実施されている
- その結果、顧客信頼度が高まり、多くの顧客(取引先の60%超)とは10年を超えるお付き合いとなっている

(写真：GMP適合認定証)



② 大学との信頼・協力関係構築

- 社長自身が大学人として研究に携わっていた実績をもとに、大学・研究機関との信頼・協力関係ができている
- 特許案件に対して、大学と連携し情報の共有や研究を共同で行える関係性を築き上げている

(写真：研究機関で動物実験の様子)



（4）物的資産

① 中工場は業界では稀な生菌製品生産可能工場

- 健康食品OEMメーカーで日本ではめずらしい生菌製剤の受託が可能で別棟工場を有している
- 除菌空気の流れを24時間管理し、施設内で交差することのないよう工夫されている

(写真：2013年竣工、中工場外観)



製造設備	品質管理設備
流動層顆粒 定形顆粒 不定形顆粒 錠剤 ハードカプセル ソフトカプセル コーティング スティック包装・各種包装	液体クロマトグラフ 可視・紫外吸光度測定器 崩壊度試験機 硬度・摩損度測定器 微生物迅速検査設備 加速試験設備 水分活性測定器 pH・比重・密度測定器

② 製造設備・品質管理設備が充実

- 顧客ニーズに応えられるよう様々な剤形・形態のサプリメントに対応できる多種多様の設備を保有
- 品質管理についてはあらゆる項目・検査に対応する高度な管理技術がある
- 菌数管理について一般的に難しいとされる死菌のカウントも可能

知的資産 3分類とは

- 人的資産：従業員が退職時に一緒に持ち出す資産
例) イノベーション能力、想像力、ノウハウ、経験、柔軟性、学習能力、モチベーション等
- 構造資産：従業員が退職時に企業内に残量する資産
例) 組織の柔軟性、データベース、文化、システム、手続き、文書サービス等
- 関係資産：企業の対外的関係に付随した全ての資産
例) イメージ、顧客ロイヤリティ、顧客満足度、供給業者との関係、金融機関への交渉力等

7. これからの事業展開

(1) クロスSWOT分析

① クロスSWOT分析により導き出される戦略Ⅰ～Ⅳ

		《 強み：S 》		《 弱み：W 》	
		内部環境		外部環境	
		【人的資産】 ①専門知識を持つ有資格者や、製薬技術、食品加工等の専門家が多数、幅広い視点でのものづくりができる 【構造資産】 ②高い研究・開発力（多数の特許、研究論文等）、信頼される機能性表示食品対応力 ③幅広い製造力（製造可能品種が多い、GMP規範を超える製造対応） ④優れた品質管理力（食品基準を超える品質管理） ⑤安定した財務基盤（高い自己資本比率） ⑥全社挙げての顧客対応（情報共有会議等） 【関係資産】 ⑦高い顧客からの信頼（永続的に取引のある顧客が多い） ⑧大学との協力・友好関係構築 【その他】…有形資産等 ⑨製造設備・品質管理設備が充実（新規設備増設） ⑩中工場は稀少な生菌製剤生産可能工場	【人的資産】 ①ゼネラリストの比率が低く、担当者（スペシャリスト）のみでの対応に不安 【構造資産】 ②受動的な行動が多く、自発的に行動する風土が希薄 ③原価意識がやや低い ④手順が多く、それに伴い製造・検査・書類に時間がかかる 【関係資産】 【その他】…有形資産等 ⑤稼働していない機械が多い ⑥倉庫スペースが狭い ⑦4工場での分散製造による非効率		
《 機会：O 》	【マクロ環境】 ①高齢化社会 ②行政(健保財政難)による後押し ③日本製品に対する評価が高い ④健康志向の高まりによる需要 ⑤SNSの普及により広告・表示による波及効果 【ミクロ環境】 ⑥顧客・消費者の品質意識向上による高品質化要求 ⑦制度上健康食品が認知され、「機能性表示食品」の普及によるサプリメントの市場・用途拡大 ⑧サプリメントの多様化（スポーツ系・ペット・妊活・お菓子等）	強みを活かし機会をものにする戦略（方法） ……戦略Ⅰ (1)優れた開発力・製造力・品質管理力を活かし、機能性表示制度対応商品の開発・拡販（S②、③、④×①） (2)ソフトカプセル・生菌等の独自の製造力を活かし、顧客要望を上回る高品質商品の製造（S③、④、⑩×⑥、⑦） (3)過去の蓄積されたデータ・技術を元に新たな需要に対応（S②、③、④、⑨×②、⑧）	弱みを克服し機会を逃さないようにする戦略（方法） ……戦略Ⅲ (1)ゼネラリストの養成・原価教育の充実を図り、拡大するサプリメント需要を取り込む（W①、③×①、⑧） (2)受動型姿勢を見直し、提案型企業活動への変革により、積極的に新規案件の獲得を行う（W②×③、⑧）		
	【マクロ環境】 ①景気変動等により消費者の購買マインドが低下 ②人口減少（人材不足） ③新型コロナウイルスなどの感染症による影響 【ミクロ環境】 ④原材料の高騰 ⑤企画・開発・営業力・情報収集・リードタイム・加工費など競争が激しい ⑥他社の製造技術・設備・品質管理が年々レベルアップしている ⑦一時的な価格競争などにより顧客離れが起きる	強みを活かし脅威の影響を受けないようにする戦略（方法） ……戦略Ⅱ (1)優れた開発力・製造力・製造可能品種の多さ・品質管理力をさらに強化し、顧客離れや品質に対する厳しい顧客の目を克服するとともに、低価格競争に巻き込まれない高品質ものづくりに専念する（S②、③×T④、⑤、⑥） (2)人材確保が難しくなる事が予想される状況を新規設備増設により打開（機械によるオートメーション化）（S⑨×T⑥）	弱みを克服し脅威の影響を受けないようにする戦略（方法） ……戦略Ⅳ		

②戦略Ⅰ～Ⅳより導き出される将来戦略

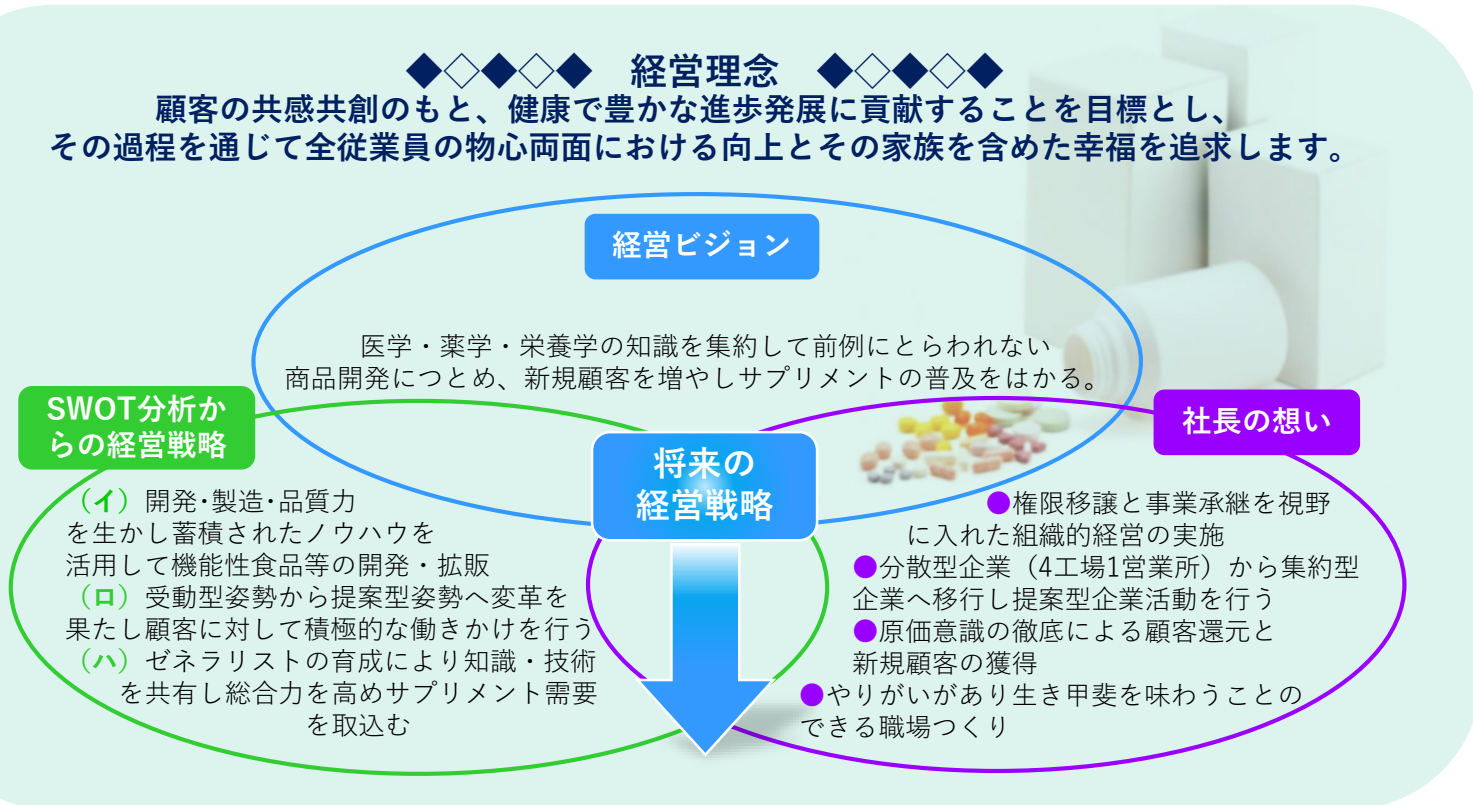
- (イ) 開発・製造・品質力を活かし蓄積されたノウハウを活用して機能性食品等の開発・拡販
- (ロ) 受動型姿勢から提案型姿勢へ変革を果たし顧客に対して積極的な働きかけを行う
- (ハ) ゼネラリストの育成により知識・技術を共有し総合力を高めサプリメント需要を取り込む

7.これからの事業展開

(2) 将来の経営戦略

① 将来の経営戦略

経営理念・経営ビジョン・経営者の想い及び前頁の経営戦略を総合して、将来の経営戦略を次のようにする。



- (イ) 受動型姿勢を改め、提案型企业活動への変革を行い、蓄積されたノウハウを活用し積極的に新規案件の獲得を行う
- (ロ) 複数の社内機関を統合して業務の効率化を行い、顧客に対するより迅速な対応を行う
- (ハ) 更なる品質の向上と並行し、原価意識の周知によるコスト削減をはかり、顧客還元に努める

② 将来の経営戦略を実現するための重要成功要因 (CSF ※下記参照)

- 開発力の強化
- 技術の向上
- ゼネラリスト育成
- 顧客満足度の向上
- 新規顧客の開拓
- 営業力の強化

③ 重要成功要因を達成するために獲得・補強すべき主な知的資産

- 蓄積された知識や原料情報のデータ化による有効活用
- 教育担当者・後継人材の育成強化
- 社内外の研修・勉強会の参加や部門間人材交流の実施
- 原価意識の教育を行いコスト削減
- 部署間の情報共有・提案できる場を増やす（連携強化）
- 拠点統合による業務効率化での積極的な営業活動
- 社外に弊社をアピールする機会を設ける

※“CSF (Critical Success Factor)”とは、経営戦略を達成する上で重要な影響を与える要因のこと。

7.これからの事業展開

(3) KPI(重要業績評価指標) : 将来の経営目標を達成するためのKPI

●KPI第二次3ヵ年計画

K P I	第一次3ヵ年 3年間平均及び 累計の実績値	1年目実績 及び目標値 (2020年2月期)	2年目実績 及び目標値 (2021年2月期)	3年目目標 【最終年】 (2022年2月期)	第二次3ヵ年 3年間平均及び 累計の実績値
売上高 (起点を100として)	2.7UP/年 108(3年目)	119/年 115(目標値)	127/年 122(目標値)	130→135	- UP/年 - (6年目)
開発・技術力 (1年間の新製品試作数)	298件/年 895件(累計)	301件/年 300件(目標値)	343件/年 310件(目標値)	320→350件 960件(累計)	- 件/年 - 件(累計)
新規顧客数	6.3件/年 19件(累計)	8件/年 8件(目標値)	12件/年 9件(目標値)	10→15件 32件(累計)	- 件/年 - 件(累計)
菌製品の製品数	14.3品目/年 43品目(累計)	14品目/年 15品目(目標値)	8品目 20品目(目標値)	25→20品目 55品目(累計)	- 品目/年 - 品目(累計)

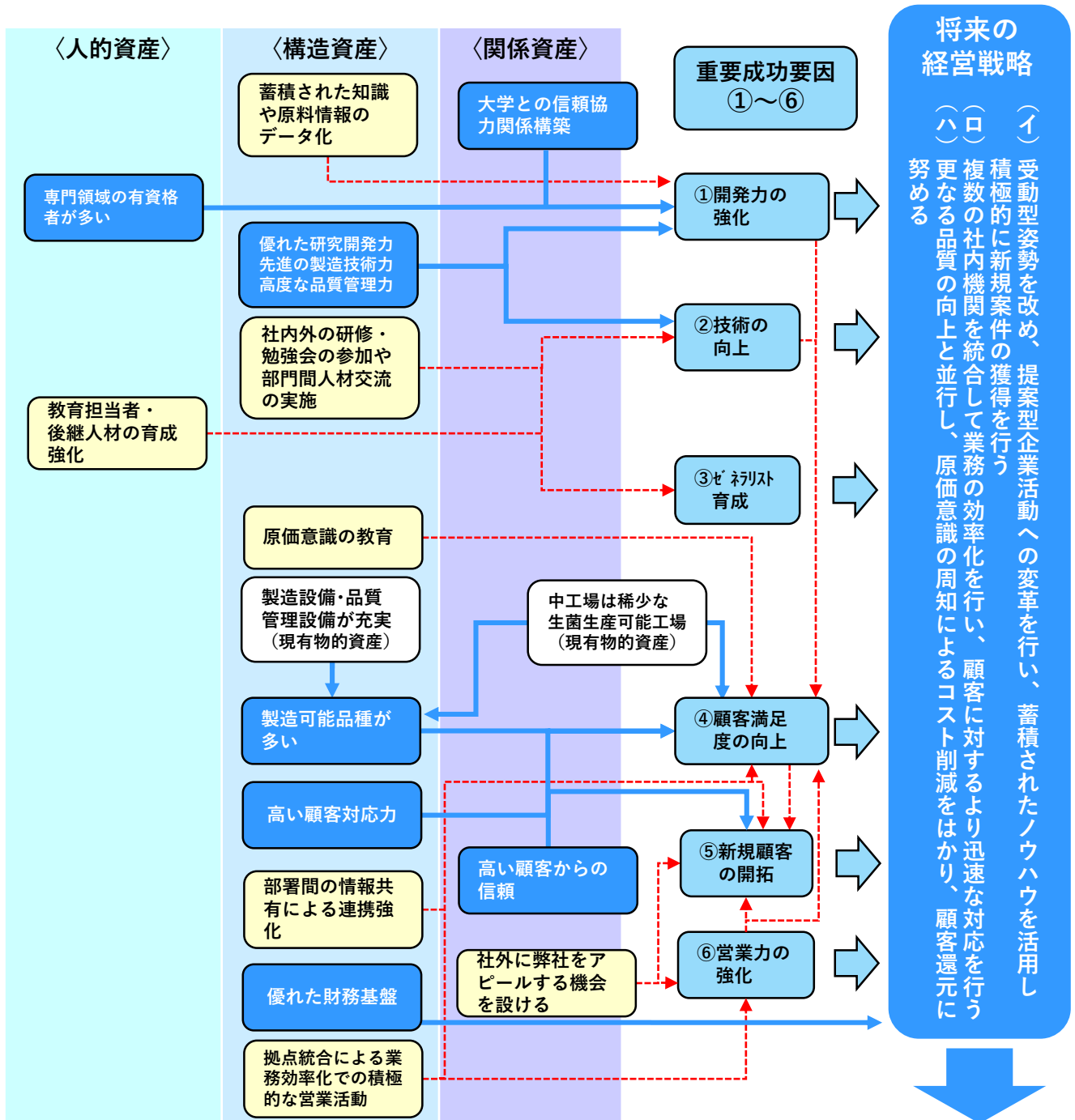
【2021年2月期実績の点検と今後の対策】

- 売上高 …………… 第二次3か年計画の中間年となる本年度の実績は目標値122に対し127の実績となり、初年度に引続き目標値を5ポイント上回る結果となった。但しKPI項目ではないものの利益率の低下が見られ、業務の効率化による利益確保が課題となっている。
- 開発・技術力 …… 新規商品の開発を目的とする試作品数は343件となり、目標値の310件はクリアすることができた。弊社にとって試作は、顧客要望を目に見えるカタチに替える重要な作業であり、今後とも顧客要望を上回る製品づくりに努めてゆく。
- 新規顧客数………… コロナ禍のもと目標値を上回る12件となった。経済活動が世界的に減衰する環境の中で、健康食品に対する認識が高くなっているのも一因と思われる。営業活動が当面は制約される状況下ではあるが、引き続き新規顧客獲得の努力を続けてゆく。
- 菌製品の製品数… 目標値の20品目に対し8品目の実績となり、目標を大きく下回る結果となった。菌製品は汚染管理や清掃バリデーションなど一般製品に比べ工程管理に手間がかかることから結果として扱いが楽な一般製品にシフトしたのではとも考えられ、新工場稼働の成果が出せなかった点を反省し、今後の実績増につなげてゆく。



8. 知的資産活用マップと価値創造ストーリー

(1) 知的資産活用マップ（将来の経営戦略を達成するための）



安全で高品質な健康食品
（顧客提供価値）

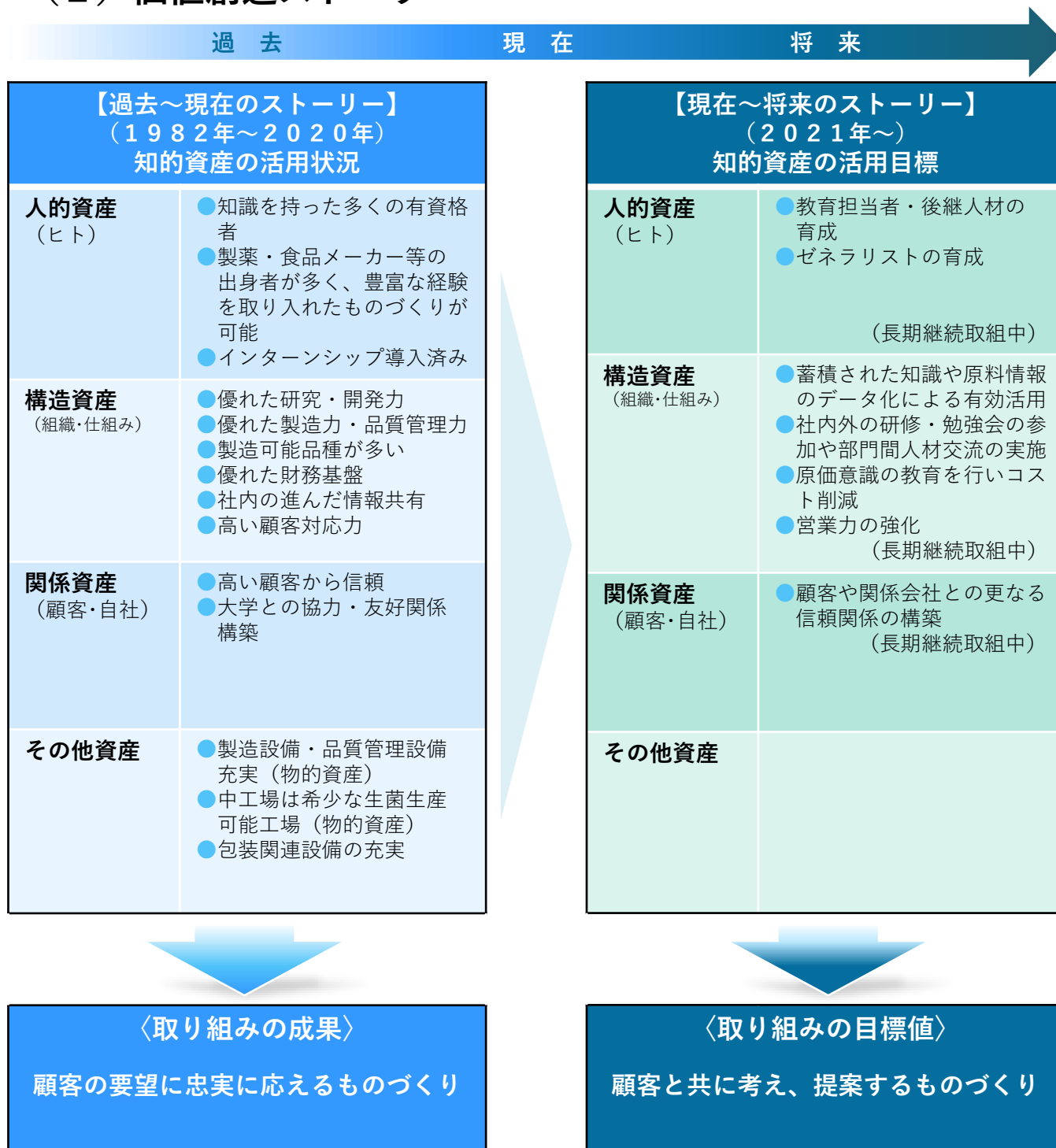
現在保有する知的資産を示す

将来獲得すべき知的資産を示す

現在保有する知的資産を強化すると共に、不足する知的資産を補充し、それらを連携させ経営戦略達成に結びつける。

8. 知的資産活用マップと価値創造ストーリー

(2) 価値創造ストーリー



- 左側は現在保有する知的資産で、それらを活用して提供してきた製品・サービスとその成果を示している。
- 右側は将来獲得・補強した知的資産で、それらを活用し、既存知的資産と連携させて提供したい製品・サービスと、その成果として達成したい目標値を示している。

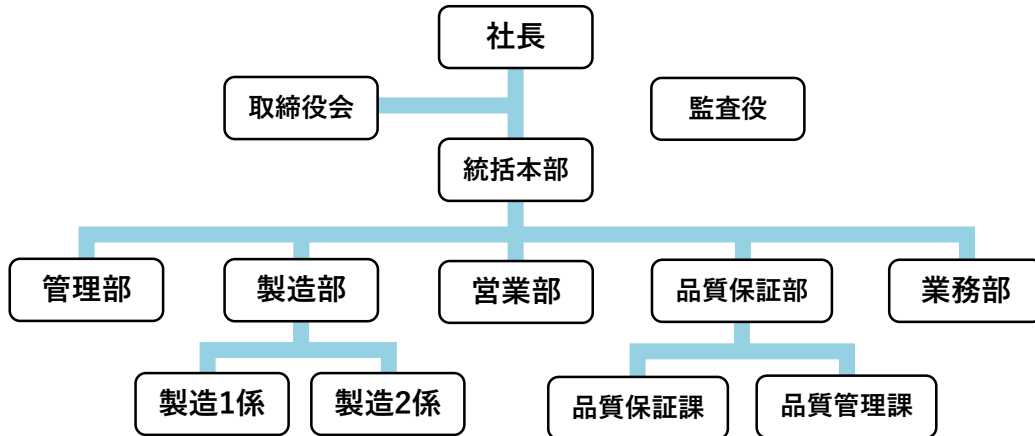
9.会社概要

■ 会社名	日成興産株式会社
■ 創立	昭和57年（1982年）4月14日
■ 会社所在地	<ul style="list-style-type: none"> ● 本社 〒578-0984 大阪府東大阪市菱江2-7-4 TEL 072-963-1002 FAX 072-962-1068 e-mail info@nissei-mdc.co.jp ● 本社工場 〒578-0984 大阪府東大阪市菱江2-7-4 ● 西工場 〒578-0964 大阪府東大阪市新庄西8-1-7 ● 中工場 〒578-0984 大阪府東大阪市菱江2-1-1-2
■ 代表取締役	藤田 忠（薬学博士）
■ 資本金	2200万円
■ 従業員	2021年2月末現在 78名（社員57名、パート21名）
■ 事業内容	機能性食品・栄養補助食品製造 OEM、ODM受託専門企業
■ 関連許認可	添加物販売業、医薬品販売業、医薬部外品製造業、 医薬部外品製造販売業、化粧品製造業、化粧品製造販売業
■ ホームページ	http://www.nissei-mdc.co.jp 更新日 2021年2月2日



9.会社概要

<組織>



社内行事でボーリング大会やほとんどがゴルフ未経験者でのレッスン付きのゴルフレクリエーションを行い、実際にコースデビューもしました。



2019年12月に業務災害総合保険（AIG損害保険株式会社）加入、また来年度の健康経営優良法人認定を目指して取り組んでおり、福利厚生の実入に力を入れております。
（写真：健康宣言の証）

「新型コロナウイルス」感染予防対策について

弊社はコロナ禍以前より社内ですでに定めた防疫管理運営を行っており、工場内はクリーンルームとなっており、従前より手洗いはもちろんアルコール消毒やマスク着用などを含めた感染防止対策を講じています。また、工場勤務以外の社員や来訪者に対しては新たに下記の対応を実施し、感染予防策をはかっています。

- ①建屋玄関扉を施錠し部外者の入室を制限、来訪者に体温測定などを義務化
- ②全従業員に対し入社時に体温測定の実施と健康についての問診結果を記録
- ③建屋入室時にアルコールによる手指消毒とマスク着用の義務化
- ④定期的に屋内の手が触れる箇所のアルコール清拭を実施
- ⑤商談や打ち合わせなどにWEB会議を積極的に導入

10.社員の声



私は1999年に中途採用で弊社に入社致しました。入社当時は本社工場しかなく社員数も30名たらずでしたが、西工場・南工場・中工場を開設し、ハードカプセル・ソフトカプセル・充填包装機など新しい設備などが搬入され規模も大きくなりました。それに伴い人材も増えて、今は全従業員も約80名ほどまで成長しました。10代20代の若い世代の活躍も増え、以前より活気あふれる職場環境になったと実感しております。

入社当初は顆粒・混合末製造と錠剤製造を経て2005年に包装工程に配属されました。

前職でも食品製造を行っていましたが、包装工程の経験がなく資材・工程の多さに驚き、不安に感じた時期もありました。

包装機や様々な仕様を学ぶほど、包装工程の奥深さを実感させられ、今でも学ぶことは沢山あります。

今まで習得したノウハウや技術を若い世代に上手く繋いでいけるように伝える技術を身に着けていきたいです。

製造部 リーダー 堀田 剛史

私は2015年4月に入社し、今年で7年目になります。本社工場の顆粒工程で主に秤量を担当しています。秤量では1日に沢山の原料を秤量する為、数量・LOT・メーカー名を何度も確認し、ミスのないよう責任感を持って仕事をしています。原料にはそれぞれ粉質や色、匂いが違っていて秤量していて面白いです。

初めの頃はあまり力が無かった為、20kgや25kgの原料を持つのが大変でした。今では持てるようになり、先輩方ほどはいかないですが力がついてきました。その為昔よりは秤量するスピードが上がり効率よく仕事が出来るようになりました。

上司や先輩方には、親身になって悩みや相談に乗っていただき、時にはお叱りの言葉もいただき、とても勉強になり感謝しています。7年目になり後輩が沢山でき、成長していく後輩たちの姿を見るととても嬉しく、刺激をもらいます。今後は後輩たちにも負けないよう沢山の仕事を覚え積極的に仕事に取り組んでいきたいと思えます。

製造部 藤元 可奈恵



私は平成31年9月に入社しました。同年12月までの研修期間を経て、現在は品質保証課で業務を行っています。この課では様々な仕事がありますが、主に取引先の会社様へ提出する書類の作成を担当しています。一見、文字を打ち込むだけの単調作業に思えますが、品質検査報告書、原材料表示案、クレーム調査報告書など様々な種類があり、さらに顧客や製品の種類によって、異なる書類上のルールが存在するため、実際はかなり複雑な仕事です。もし提出書類に不備があれば、それが原因で会社全体の信頼を左右してしまう可能性があるため、非常に責任重大です。最初はどの書類を作成するにも、わからないことばかりで苦戦していましたが、次第に作成手順や書類毎の決まり事を理解し、スムーズに仕事ができるようになりました。わかりやすい形で自身の成長を実感できるため、それがモチベーションの維持に繋がっています。

日成興産での仕事には、おおよそ慣れてきましたが、覚えるべきことはまだまだたくさんあります。より多種の仕事をミスなく正確に行えるようになるため、日々勉強の毎日を送っています。

品質保証課 竹本 亘

11.あとかき

(1) 知的資産経営とは

知的資産経営とは、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、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。

経営産業省から平成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います。

(2) 注意事項

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、当社の判断で掲載しています。

そのため、将来にわたり当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当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。

(3) 作成者

作成責任者：代表取締役 藤田 忠

作成者：稲月 亮太、高波 真也、田川 和彦、椎葉 麻美子、賀川 弘平

(4) 作成支援

当報告書は次の団体、個人により作成支援されています。

- 中小企業支援地域プラットフォーム：大阪市域専門家プラットフォーム
(株)関西みらい銀行
- 中小企業診断士：菊田 俱光
(登録：中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援登録専門家)
- 税理士・中小企業診断士：栗谷 郁子


(5) お問い合わせ先

- TEL：072-963-1002
- FAX：072-962-1068

ご質問などありましたら、お気軽にお問い合わせください。

(6) 発行

2021年3月

 **日成興産株式会社**

〒578-0984大阪府東大阪市菱江2丁目7番4号