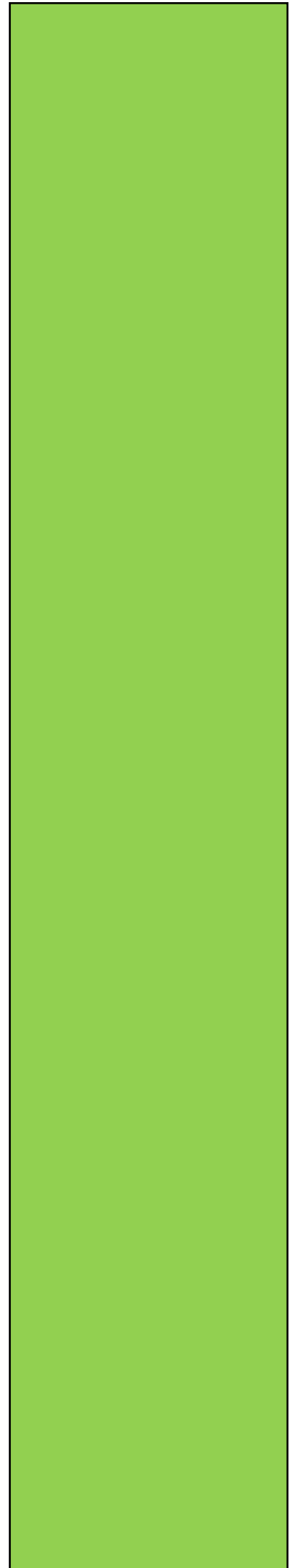


# 知的資産経営報告書

ものづくり補助金情報中心

西河 豊

2016年1月発行



# 目 次

1. 知的資産経営報告書とは……………2
2. 経営概念（ビジョン）……………3
3. 会社概要・沿革……………3
4. 当社の歩み……………4
5. これからの事業展開……………7
  - (1) 環境分析
  - (2) 計数目標
6. 知的資産の価値創造ストーリー……………9
7. 知的資産活用マップ……………10
8. おわりに……………11

# 1. 知的資産経営報告書とは

## < 知的資産 >

知的資産とは、財務諸表に記載されていない無形資産のことです。

知的資産とは特許やブランド、ノウハウなどの「知的財産」を一部に含み、さらに組織力、人材、技術、経営理念、顧客等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。

知的資産は企業の本当の価値・強みであり、企業競争力の源と言えます。

企業経営・活動には、知的資産の活用必要不可欠です。

## < 知的資産経営 >

知的資産経営とは、会社の強みである知的資産を正しく把握し、活用することで業績の向上や、会社の価値向上に結びつけることです。

企業が勝ち残っていくために、差別化による競争優位の「強み」を確保することが必要です。差別化を図る手段は色々ありますが、特に大きなコストをかけなくても身の回りにある知的資産（無形資産）を活用することで、他社との差別化を継続的に実現することができます。

## < 知的資産経営報告書 >

知的資産経営報告書とは、企業が有する技術、ノウハウ、人材など重要な知的資産の認識・評価を行い、その知的資産を活用した企業価値向上に向けた活動を、見える化することでわかりやすく伝えるために作成した書類です

過去から現在における企業の価値創造プロセスだけでなく、将来の中期的な価値創造プロセスをも明らかにすることで、企業の価値創造の流れをより信頼性をもって説明するものです。

## 2. 経営概念（ビジョン）

中小企業経営者のための知的プラットフォームを作る。

## 3. 会社概要・沿革

### 1. 事業概要

本 社：ものづくり補助金情報<sup>センター</sup>中心  
設 立：2000年4月1日  
代 表 者：西河 豊  
住 所：京都府乙訓郡大山崎町北浦2-6, 1-403 (〒618-0091)  
T E L：075-957-1487  
F A X：075-957-1487  
E-mail：wazxx@mbx.kyoto-inet.or.jp  
主な事業内容：ものづくり系補助金獲得アシスト・創業補助金獲得アシスト  
・経営革新業務など

### 2. 沿革

- ・2000年 金融機関より独立～通常のコンサルをひととおり経験～
- ・2010年 一切の既存業務整理～中国ビジネスに備え中国リサーチ～
- ・2011年 中国ビジネス本出版
- ・2012年 ～中国ビジネスを諦め～小説執筆ビジネスに取り組む～  
経営革新支援認定機関登録 中小企業庁長官の説明を聞き何かの予感
- ・2013年 マーケティングに勘違いに気付く 補助金申請コンサルに切り替えを試行  
ネットによる補助金申請アドバイスツール販売に切り替える⇒問い合わせ件数爆発  
このビジネスの爆発力を感じる⇒販売先をベースにメールコンサルティング開始
- ・2014年 ルーティング業務を主婦の在宅ワーク化  
コンテンツの動画化⇒YOU TUBE開始  
動画とコラムの連動サイト開発（補助金キラーサイト）  
検索ロボット購入、ステップアップメール配信システム開発  
スカイプ相談システム導入、特許事務所と提携
- ・2015年 有料顧客数1,000突破、商材の開発外注化試行  
日にアクセス3000突破

## 4. 当社の歩み

### 1. 創業期のまとめ

士業の基礎トレーニング時期

沿革の中の2000年～2010年の期間

中小企業診断士、社会保険労務士、行政書士の3種で開業登録し、スタートアップした。

メインは中小企業診断士業務であったがちょうど京都府内では開業者が少ない時期でもあり、先輩より、仕事をそのやり方のアドバイスとセットでいただき順調にスタートを切った。

診断・調査など、一通りの業務を経験した。社会保険労務士・行政書士業務も他の事務所で修行することなく、マニュアル本を参考に簡易届け出業務をこなした。

一通りのノウハウは取得したがコンサルタントの労働生産性の低さも痛感した時期でもあった。

#### 創業期の行政受託件数

近畿経済産業局 3

京都府 6

京都市 7

商工会議所 11

京都産業21 9

その他 26

合計 62

この信用が民間でも効いたのは確か！(2000年～2010年)

### 2. 変革期のまとめ～中国ビジネス試行から撤退まで～

2010年～2012年の中国ビジネス期間

10年間のコンサルタントの修行期を経過して、限界感とマンネリ感を感じ、市場をマーケティングし、選択と集中を行いたいとの欲求より、大学時代に専攻して、当時、ブームになりそうな感のあった消費市場としての中国を想定した動きに刺激を受けて、これに専念することとした。コンセプトとして、

- ・日本にいながら
  - ・中国に進出したい中小企業に焦点を絞り
  - ・中国市場マーケティングのアシストのお手伝い
- とした。

呼び水がないと、だめだと思い、何回も中国現地に渡り、調査と人脈作りに励み、そのマーケティングの結果を総括するために「それでも、小売業は中国市場で稼げなさい」を出版した。

これも、話題性がないと売れないと思い、ネット管理会社(経営マガジン)に契約して、日々、コラム情報を発信することとした。

日々、累計200件ほどのアクセスを集めるにいたった。(これが現事業推進のベースになっている。)

結果、数回、セミナーの場を実施した、香港市場の調査を経済産業省から1件いただいただけで、対民間はほとんど受注できなかった。我が国で中国マーケティングセミナーに来ている会社は、海外進出リスクのみを確認しに来ているという事業者の本音を読み違えていた。



出版したビジネス本



見学した中国のビジネスフェア



訪問国のJETROで

### 3. 戦略変更時期

中国ビジネスに目途がつかず、方向性の無い中、2012年の秋に経営革新支援認定機関に登録した。

その会合で聞いた2013年より始まる、「ものづくり補助金」「創業補助金」の申請ノウハウをコラムに交えたところ異常なアクセスが上がり、市場の可能性を感じる。

ネットからの集客と言う点はずらずにこの補助金申請ネタ露出を徐々に増やしていったが、最終商材を訪問コンサルティングとしていたため、不発。

この補助金ネタで、商工会議所、商工会、金融機関に宣伝チラシ、DMを送るもまだ不発。

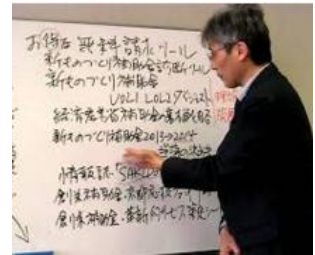
その後、アクセスは上がり続け、商材に補助金申請マニュアルという電子ベースでの商材を入れてみたところ買い手が付き、これに可能性を感じ、この商材の露出を大きくし、商材に有料メールサポートをつける。(申請書の添削など)

有料メールサポートも最初利用者はなかったがこちらから有料商材購入者にアプローチすると100%に近い確率で成約可能中ことが分かる。

この後はこの手法を深化することにまい進し

- ・通常業務での在宅ワーク活用
- ・ファーストステップメール送付のためのアドレス抽出ロボット購入
- ・情報発信の動画化 (YOU TUBE活用)

などを行い現在は既存顧客名簿600件、保有している企業メールアドレス4,500件、メールコンサル先1件に至っている。日々の当社グループサイト吸引のアクセスは1,500件に上昇している。キーワードとしては「ものづくり」「省エネ促進」「創業」「持続化」「マイナンバー」「認定機関」などで吸引している。



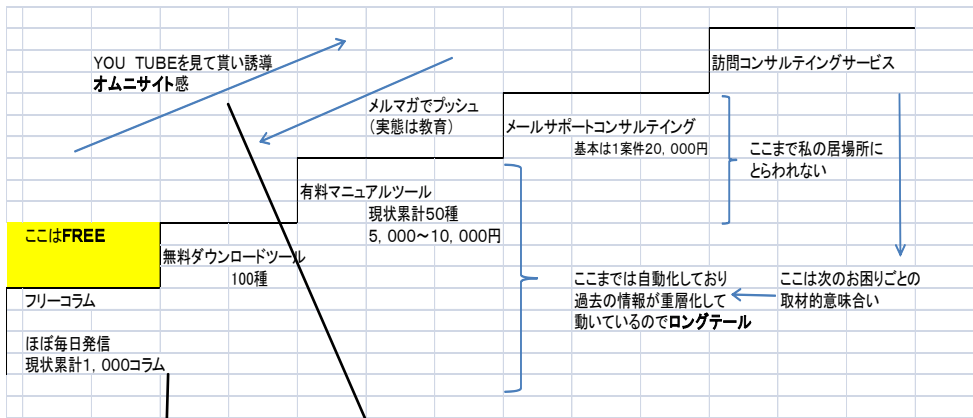
YOU TUBE 事業開始



船井総研に呼ばれてのセミナー (新たな手法が話題呼ぶ)

日々とっているアクセスカウント	
* 月 * 日	
ランディング率	13%
コラム閲覧	1342
TUBE	97
アナリティクス	34
商品	180
実績	12
ブログ	176
合計	1841
年間累計	39287
予約	ものづくり2件、創業1件

# システム体系



# そのツール類

情報発信のメインサイト 経営マガジン内 (比較BIZとも言う)

開発した動画連動サイト(読む、聞く、見るで習得促進) 補助金キラーサイト

FACEBOOKは近況報告

ものづくり補助金情報中心 (中心部分はセンターと読みます。)

アメブロではビジネス小説掲載 現在掲載 遠野木蝶子の高い闘争史 「千の扉」

YOU TUBEは教育ビデオ風 500ファイル登録(ものづくり補助金情報中心ch)

# <当社システムのドメイン>

- ・約1, 200件登録してある経営関係フリーコラムをユーザーはいつでも見られる。
  - ・約500件登録してある経営関係動画システム (YOU TUBEを活用) も同様
  - ・有料マニュアルは、補助金申請の仕方など。有料マニュアル発想処理までは自動処理している。
- フリー部分のアクセス件数で、有料情報請求の件数が読める。
- ・メールコンサルティングは私の居場所にかかわらず出来る。相談内容を補助金申請書の添削などパッケージの落とし込んでいる。



## 5. これからの事業展開

### (1) クロス SWOT 分析

外部環境		内部資源	強み	弱み
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・アクセス数の上昇</li> <li>・メルマガ会員数の増加</li> <li>・専門家ネットワーク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業力の弱さ</li> <li>・行政からの受託力の弱さ</li> </ul>
機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSの普及</li> <li>・ネット検索行為の増加</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・アクセス件数強化</li> <li>・メルマガ特典の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・月1回の外部会合参加</li> <li>・ウェビナーの受信によるレベルアップ(*)</li> </ul>
脅威	<ul style="list-style-type: none"> <li>・補助金予算の縮小</li> <li>・リピート性の弱さ</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・商材開発力強化(補助金分野以外の開発)</li> <li>・コンサルバリエーションの強化(省エネ設備導入、知的資産棚卸し、創出)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存コンサル事業(*2)は売上比率30%以内に抑える (次の商材開発への取材的意義もあり、0にはしない)・</li> </ul>



### < 戦略 >

ネットシステム最先端活用の全国どこからでもアクセスできるコンサルシステムで中小企業経営者のための知的プラットフォームを作る。収益はそのアクセスからの連動で生み出せるように工夫する。

\*) ウェビナーとは動画によるセミナー、教室展開のことで、世の中は確実にこれに向かっている。この部分を将来的には有料化したいがTUBE活用の場合、再生件数連動で報奨金も発生する。現在は全て、動画発信はフリーで関連有料マニュアルにリンクを貼っている。

フリー効果として、非営利の公共性を感じて貰うことが出来る。

\* 2) 既存事業とは従来型のコンサル事業で行政からのオーダー型事業(調査事業)や、顧問契約の業務を示す。



## (2) 将来の経営戦略

### <アクセス件数目標>

#### K S Fたるアクセス数関連数値の解説

1日 アクセス ≒ 3,000VIEW以上 ⇒10,000VIEWに

- ・ YOU TUBE 累計 50,000再生回数(実績1年半) ⇒1日に100件VIEW
- ・ メルマガ会員 1,500 火曜、金曜配信⇒倍の3,000件目標
- ・ 有料情報以上の顧客名簿 1,000突破 ⇒倍の2,000件目標
- ・ 無料ダウンロード資料の本年ダウンロード数 900件 ⇒倍の2,000件目標
- ・ コラム情報⇒商品ページを見る比率(ラインゲッ率) 15% ⇒20%に
- ・ 総VIEW⇒資料請求以上のアクション CVR(コンバージョンレート) 0.7%⇒1%に

\*)アクセス件数目標を先に持ってきた理由

全く新しい手法を試行しており、そのコンテンツが吸引している事業主のアクセス件数の方を重視する。売上としては既存事業をしていた方が伸びることは分かっているが、環境変化から先行きがないことが明白である。(以下に一応売上目標も示す。)

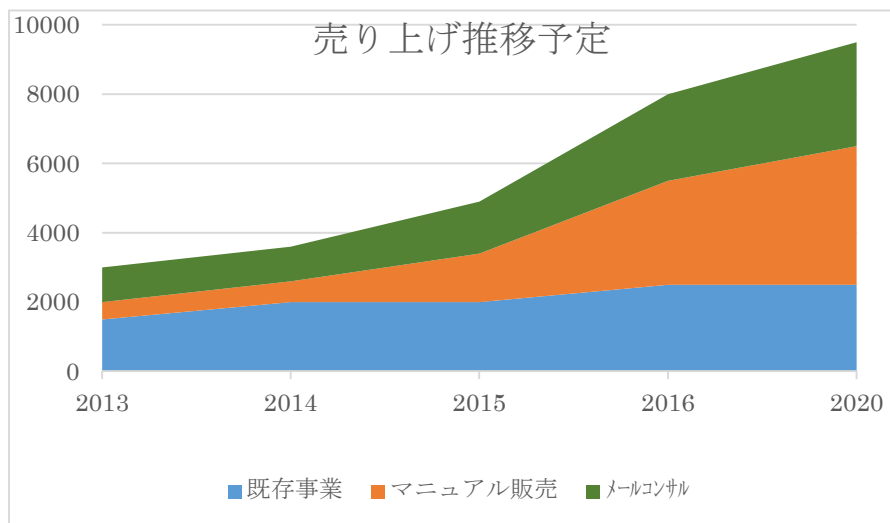
### <売り上げ目標>

目標年度：2020年(平成32年)12月31日(創業20年目) ≒1,000万に

以下、事業はネットツール最大限活用のフリー情報からのアプローチ客からの売上を示す。

(それをマニュアル販売と、メールコンサルティングに分けている。)

既存事業とは従来型のコンサル事業で行政からのオーダー型事業(調査事業)や、顧問契約の業務を示す。



(単位：千円)

←	有料メールコンサルティング			
		(販売マニュアル件数で読める)		
←	有料マニュアル(フリー情報のアクセス件数で読める)			
←	既存事業	(取材的意味合い)		

## 6. 知的資産の価値創造ストーリー

<結果（成果）>

<目標>

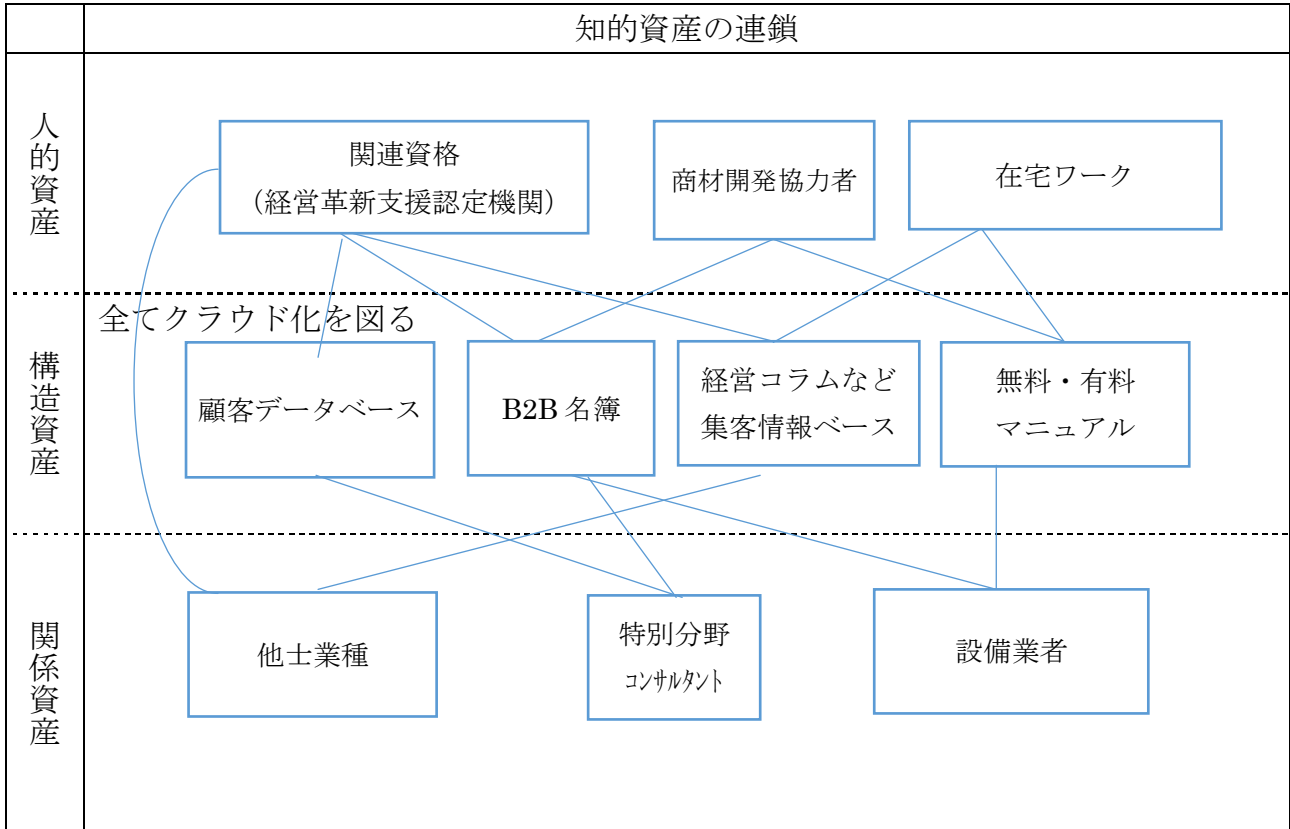
	過去 2013 年	指標 KFS	現在 2015 年	強化策	将来 2017 年
人的資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在宅ワーク 0</li> <li>・商材開発者 0 名</li> </ul>	在宅ワーク数 商材開発者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在宅ワーク 1</li> <li>・商材開発者 2 名</li> </ul>	在宅ワーク同士の交流会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在宅ワーク 2</li> <li>・商材開発者 10 名</li> </ul>
構造資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客名簿数 初年度 2013 年 80</li> <li>・B2B 名簿 50</li> <li>マニュアル数 10</li> <li>・ネットコラム数 200</li> <li>・無料DL数</li> <li>・TUBE数 0</li> </ul>	顧客名簿数 B2B 名簿数 マニュアル数 各種アクセス数 動画数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客名簿数 600</li> <li>・B2B 名簿 150</li> <li>・マニュアル数 30</li> <li>・ネットコラム数 2,000</li> <li>・無料DL数 100</li> <li>・TUBE数 700</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・交流会参加</li> <li>・オムニサイト化 (動画サイト強化)</li> <li>・LPO化 (顧客タイプ別メールセールス)</li> <li>・情報スピード</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客名簿数 1,000</li> <li>・B2B 名簿 200</li> <li>・マニュアル数 100</li> <li>・ネットコラム数 4,000</li> <li>・無料DL数 200</li> <li>・TUBE数 1,500</li> </ul>
関係資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他業種との連携 月 1 回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・勉強会を定期開催 (回数)</li> <li>・情報交換会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協明国際特許事務所・ビジネスエージェント・(株)DSK・ネット管理会社 月 1 回 (*)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・勉強会、</li> <li>・セミナーの実施</li> <li>・ウェブナーの発信・受信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・勉強会の頻度 週 2 回</li> </ul>



提携先 (*)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協明国際特許事務所 知財に総合的に対応できる三宮の大手特許事務所 (共同で出版予定)</li> <li>・ビジネスエージェント 新潟のコンサル会社 (省エネ補助金、厚生労働省補助金など専門的に深い)</li> <li>・(株)DSK 先進的設備業者 (経営革新法を申請)</li> <li>・ネット管理会社 比較VIZ (専門家の出展するサイト運営会社)</li> </ul>	今後の提携候補 農業コンサルの専門家 (株)市文字屋與三郎 代表森本千恵美 (変革期に共同で香港での青果のジャンプランド浸透度調査を請け負った実績あり)
---------	--	---

## 7. 知的資産活用マップ

知的資産活用マップ（知的資産の連鎖図）



<重要成功要因>

ニーズを的確に掴んだ、フリー情報サービスを提供し有償サービスに結びつける。

<戦略>

- ・世に溢れている膨大な情報を分析して、中小企業経営に役に立つ「情報提供」を最先端ネットシステムで提供する。ネットツールを活用して、集客資産の優位性を生かす。
- ・困りごとをパターン化して解答もパッケージ化することにより、リーズナブルな料金設定が可能、フリーコラムのアクセスにより常に興味や切迫ニーズを図る。

<ビジョン>

コンサルを行なう同業他社に対して、  
集客資産にて、優位性のある立場に立つ

## 8. おわりに

### <本書ご利用上の注意>

本報告書の掲載した内容は、全て現在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、将来の経営環境（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。

### <お問い合わせ先>

本 社：ものづくり補助金情報<sup>センター</sup>中心

代 表 者：西河 豊

住 所：京都府乙訓郡大山崎町北浦2-6, 1-403 (〒618-0091)

資格など：中小企業診断士・社会保険労務士・行政書士

京都府「知恵の経営」ナビゲーター

経営革新支援認定機関 中小企業庁 登録

T E L：075-957-1487

F A X：075-957-1487

E-mail：wazxx@mbx.kyoto-inet.or.jp

### <発行>

2016年1月20日

