



# 知的資産経営報告書


2015年6月版

 **KITA-BOSHI PENCIL**  
**北星鉛筆株式会社**

# 目次

- 1、代表取締役からのご挨拶
- 2、経営理念
- 3、企業概要
- 4、企業沿革
- 5、鉛筆の歴史・現状
- 6、経営戦略
- 7、業務の流れ
- 8、当社の強み
- 9、これまでの事業(価値創造)ストーリー
- 10、SWOT分析
- 11、クロスSWOT分析
- 12、今後の事業改革
- 13、これから(3～5年後)の事業
- 14、あしがき

# 1、代表取締役からのご挨拶



北星鉛筆株式会社  
代表取締役社長 杉谷和俊

北星鉛筆株式会社は昭和26年設立の鉛筆製造会社で、私で4代目になります。

杉谷家の先祖は、徳川幕府に書記(祐筆)としてつかえていたと伝え聞いております。

徳川幕府解体後は、屯田兵として北海道に渡り、鉛筆の板「スラット」を製造する会社を設立して全国に販売していました。

筆を使う書記であったこともあって、これから大量に鉛筆が必要な時代になると察知し、鉛筆の板材の製造を始めたようです。

その後、関東大震災で経営の行き詰った鉛筆製造会社を引き継ぎ、現在の地に会社を設立しました。

当社には、代々“鉛筆の精神”が受け継がれています。

『鉛筆は、我が身を削って人の為になり、真中に芯の通った人間形成に役立つ立派で恥ずかしく無い職業だから、鉛筆の有るかぎり利益などは考えずに家業として続けろ』というものです。

この精神で現在創業64年を迎えることが出来ました。

私は、生きるという事は、「その道のプロを目指す事」だと思っています。  
その為に、「何を考えるかが大切です」  
「何がしたいか、何が欲しいか、を判断する力が大切です」  
そして、「考え続ける事が大切です」  
なぜなら、「人間は考えた事しか実現できない」からです。

私は、常に鉛筆の存続価値を追及してまいりました。  
鉛筆業界は、時代の流れの中にあってその縮小傾向は止めようがありません。  
しかし、私は鉛筆のもつ魅力や可能性を信じ、“新たな鉛筆文化の創造”を  
提案するとともに、鉛筆メーカーとして環境に配慮した“循環型鉛筆産業システム  
の構築・事業化”に取り組んでいるところです。

“鉛筆の精神”を大切に受け継ぎ、今後も我が身を削って大いに努力してまいる  
所存です。



木材の運搬(大正時代、北海道)



現在地での創業当時の様子(昭和26年)



## 2、経営理念

### ○ 鉛筆の精神

「鉛筆は我が身を削って人の為になり真ん中に芯の通った人間形成に役立つ立派で恥ずかしくない職業だから、鉛筆のある限り、家業として続けるように」

弊社では先々代より、この“鉛筆の精神”を大切に受け継いでいます

鉛筆は我が身を削らないと、字が書けません。いくら立派な芯を持っていても削らなければ、夢が描けません。大いに努力し、我が身を削ります。我が身だからと言って自分勝手に削ると失敗します。先代や、人々の思いを感じながら削る事で、皆の大演で失敗無く夢が実現できる。これが鉛筆の精神です。

### 3、企業概要

商号	北星鉛筆株式会社
所在地	本社 東京都中央区日本橋馬喰町2-5-11キタボシビル5F 営業工場 東京都葛飾区四つ木1-23-11 物流センター 埼玉県越谷市東町3-373
設立	昭和26年1月29日
資本金	60,000,000円
代表者	代表取締役社長 杉谷和俊
従業員数	28名
事業内容	鉛筆及び関連商品製造・販売
H P	<a href="http://www.kitaboshi.co.jp">http://www.kitaboshi.co.jp</a>
連絡先	TEL:03-3693-0777 / FAX:03-3697-5827
主要取引先	全国各地代理店・問屋・文具メーカー

## 4、企業沿革

- 昭和25年 杉谷木材が月星鉛筆の東京設備を買収。初代社長、杉谷安左衛門が現在の場所で、北星鉛筆として鉛筆製造業を開始
- 昭和26年 北星鉛筆株式会社設立
- 昭和39年 本社ビル竣工(地下1階・地上5階)
- 昭和41年 日本工業標準表示JIS表示工場に認定
- 昭和53年 生産動態統計調査協力の功績により、通産大臣表彰を受賞
- 平成元年 四つ木工場竣工(鉄骨ALC4階)
- 平成6年 現社長杉谷和俊が4代目代表取締役就任
- 平成9年 葛飾区優良工場第一号の認定を受ける
- 平成11年 越谷物流センター開設
- 平成12年 東京都で中小企業創造的事業活動の認定を受ける
- 平成14年 東京都の産学公連携事業認定事業になる(玉川大学)
- 平成15年 「もくねんさん」が地場産業優秀製品優秀賞「商工会議所会頭賞」受賞
- 平成17年 「もくねんさん」が中小企業優秀新技術・新製品賞 優秀賞受賞  
「もくねんさん・ウッドペイント」が東京都ベンチャー技術大賞 奨励賞受賞
- 平成19年 「もくねんさん・ウッドペイント」がホビー産業大賞 日本ホビー協会賞受賞  
「もくねんさん・ウッドペイント」が葛飾ブランド「葛飾町工場物語」に認定
- 平成24年 「大人の鉛筆」が日本文具大賞デザイン部門優秀賞受賞  
「東京ペンシルラボ」をオープン。観光鉛筆モデル工場となる
- 平成25年 「大人の鉛筆『彩』」が文紙フェア大賞 銅賞受賞  
「大人の鉛筆」が葛飾ブランド「葛飾町工場物語」に認定
- 平成26年 「大人の鉛筆に、タッチペン。」が文紙フェア大賞 金賞受賞

## 5、鉛筆の歴史と現状

世界の鉛筆の始まりは、1564年イギリスのボローデール鉱山で鉛筆の芯の原料となる黒鉛が発見されたことにより始まり、1565年にはイギリスで最初の鉛筆製造が始まりました。

ヨーロッパで生産技術の確立された鉛筆が初めて日本に伝わったのははっきりしていませんが、徳川家康の所持品の中に、鉛筆がある事から1600年前後には日本に伝わっていたとされています。

しかし鉛筆の工業化となると時間が空き、明治時代初期に手工業として始まり、明治20年に、日本最初の鉛筆製造所が設立され、明治の終わりころには40数社の鉛筆製造所があったとされています。

大正時代に入ると組合も設立され鉛筆製造が広まっていますが、当時の鉛筆はかなりの粗悪品でした。しかし、鉛筆は品質、生産共に急成長し、昭和初期には輸入品と国産品が入れ替わり、国産品主流の流れが作られました。

昭和20年の敗戦で一時は壊滅的に落ちた生産量も数年で生産を回復させ、昭和24年にJISを制定してからは、品質も世界のトップレベルまで向上しました。

昭和41年に日本の鉛筆製造はピークを迎え、約14億本の鉛筆が年間生産されていましたが、新しい筆記具の増加や、学童数の減少により徐々に生産が減り、昭和60年代にはボールペンと生産量が入れ替わりました。



ゲスナーの鉛筆



糸で巻いた鉛筆

1565年頃の鉛筆



徳川家康所用の鉛筆 久能山東照宮蔵



現在は生産拠点を海外に移した国内メーカーの影響もあり年間2億本程度の生産になっており、それに伴いピーク時には百数十軒あった鉛筆メーカーは三十数軒まで減っています。

しかし、我が国における国内生産は減少していますが、世界に目を向ければ筆記具の中で最も多く生産されているのが鉛筆であり、発展途上国の識字率が高くなればなおのこと、今後の鉛筆市場の可能性は限りなく広がっているとと言えます。

16世紀から21世紀の今日まで鉛筆は教育、文化、産業の興隆と人類に欠かすことのできない役割を担ってきました。

鉛筆は幼児が文字を覚える為に、最初に手にする筆記具であり、学童用の筆記具として社会的な使命を果たしています。筆圧の強い人が使っても芯が折れにくく、また筆圧の弱い高齢者にも最適です。鉛筆の芯は製造段階で1200℃と言う高温で焼き固められます。その為熱帯地域や、寒冷地域、そして宇宙、どんな過酷な状況にあっても問題なく書くことができます。

鉛筆ほどいつでもさっと書けるという信頼性のある筆記具は他にはありません。



当社が贈った鉛筆を喜ぶ、海外の子供達

## 6、経営戦略

### ○企業の存在価値と存続基盤の確立への改善

日本の鉛筆製造業が世界競争に勝てるような企業存続基盤を確立し、発展途上の国々で、日本の鉛筆が使われる日を夢見ながら、企業の体質改善に邁進しています。

企業として大切な事は時代を生き抜く企業の存在価値の確立だと思います。社会・教育・環境等にどの様な形で貢献できるかが、重要なポイントと考え、改革・改善を進めました。

#### (1) 地元での存在価値の確立(平成元年より)

鉛筆製造企業の存在をアピールする為、古い工場を建て替えると同時に、地元小学校の社会科見学工場を開放しました。教育面への貢献で、平成9年葛飾区優良事業所第1号に認定されました。平成24年には工場敷地内に『東京ペンシルラボ』を併設し、一般に広く門戸を開放し、年間12,000人の来場者が来る、人気の工場見学となっています。

#### (2) 環境に優しい商品開発を推進(平成3年より)

限りある資源を有効に使用する事を考え、木、再生紙、コルクを使った商品開発を開始しました。

## (3) 循環型鉛筆産業システムの構築、再商品化を推進(平成12年より)

環境に良い材料を使った商品化を進める中で、自社の産業廃棄物である「おがくず」を使ったリサイクル製品の開発に着手しました。産業廃棄物を再商品化し利益を鉛筆生産へと循環させる「循環型鉛筆産業システム」を構築し、おがくず粘土「もくねんさん」・木になる絵具「ウッドペイント」・おがくず着火剤「着火薪」と、今までになかった新しい商品を生み出し、各種メディアから注目を集めています。



もくねんさん



ウッドペイント



もくねんさんとウッドペイントを使った作品例



着火薪

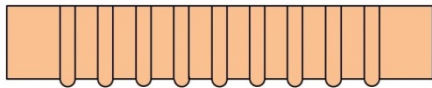
## (4) 鉛筆製造部門での利益体質への改善(平成17年より)

使用材料の見直し、材料調達を日本だけでなく海外を考えた戦略に転換しました。

- ・木材をアメリカのインセンスシダー材に加えて中国のシナ材を使用
- ・芯は、国内品の他に販売原価に合わせ、インドネシア・中国芯を開拓
- ・包装材料は、ロット、原価に合わせて、海外調達も開始。例えばOPP袋は中国、缶ケースは韓国、クリップは台湾等と、品質や価格を販売先に合わせ資材調達先を拡大させています。

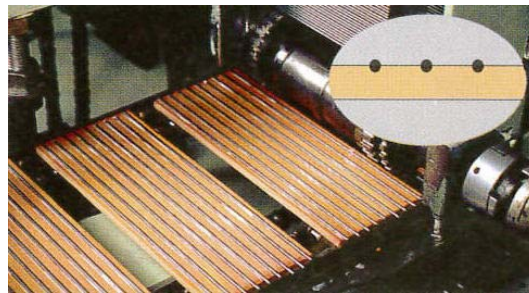
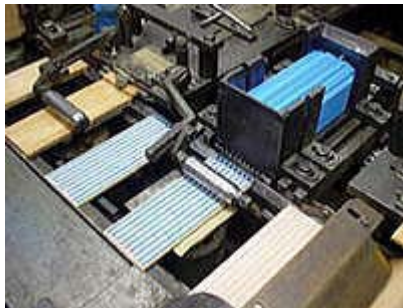
## 7、鉛筆製造工程の流れ（1）

軸用板材の切削加工（平面加工）



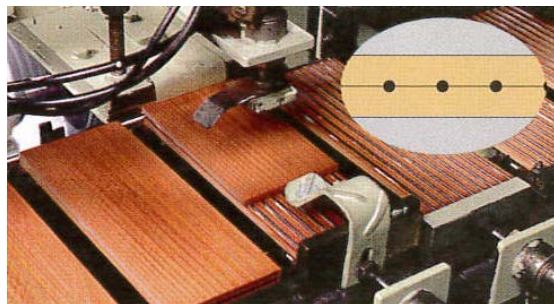
加工された鉛筆の板をスラットと呼びます。サイズは約縦185mm横75mm厚さ5mm。この板2枚で鉛筆9本を作る事が出来ます。スラットに芯がぴったり入る半円の溝を彫ります。この溝はきつなくてもゆるくても不良品の原因となり100分の1mm単位のシビアな寸法が要求されます。

板材に糊付け芯入れ



溝加工されたスラットに糊を塗り鉛筆芯を乗せていきます。芯の種類や太さで糊を変えたり、塗布量を変えたり、微細な調整が必要となります。

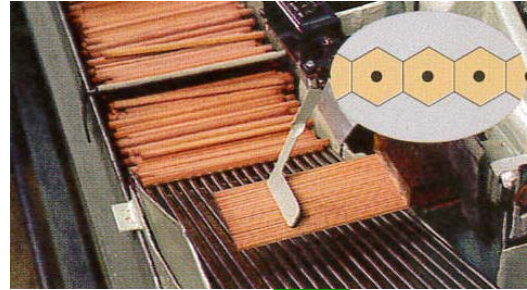
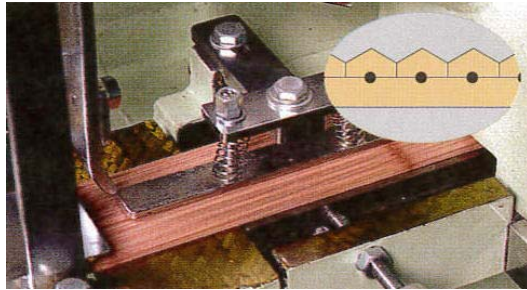
板材+芯+板材の圧着



2枚のスラットで芯をサンドし、一定の圧力でしっかり挟んだまま、一晚乾燥庫の中で乾かします。

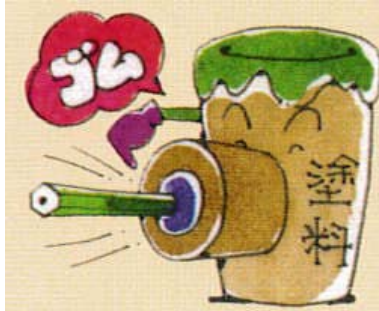
## 7、鉛筆製造工程の流れ（2）

鉛筆の削り出し加工



鉛筆の形に片面ずつ削ります。  
 カッターを取り替える事で丸・三角・四角等色々な形の軸を作る事が可能です。  
 両面削るとバラバラになり鉛筆らしい形になってきます。

塗装加工



塗料を塗ります。穴の開いたゴムの中を鉛筆が通り、余分な塗料をしごきながら塗る、しごき塗りという方法で、通常6回から7回くらい重ね塗りをします。  
 最後にはツヤをかけてきれいに仕上げます。

印刷・転写



白く塗装された鉛筆の上に、専用の版を作り、専用のオフセット印刷機で鉛筆の上に直接インクを乗せて絵柄を着ける方法と、フィルムに印刷されたインクを貼りつける、フィルム転写という方法もあります。

## 7、鉛筆製造工程の流れ（3）

仕上げ加工（刻印、小口切り、先付け、消しゴム付け）



### 【箔押し(刻印)】

鉛筆にハンコを押すように箔で文字を入れます。

### 【小口切り】

鉛筆の端にはみ出た塗料を削ると同時に決まった長さに切りそろえます。



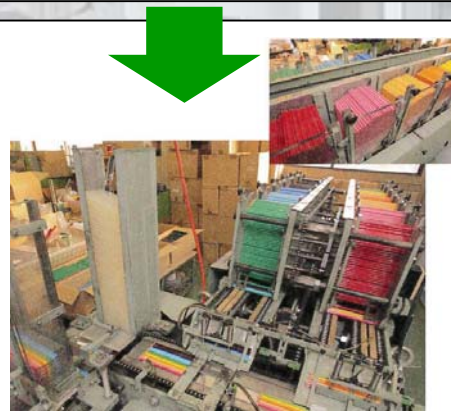
### 【先付け】

色鉛筆など先を削った状態で売る商品は先を削ります。

### 【ゴム付け】

専用の金具でゴムをつけます。接着剤は使わず金属に穴を開けて留めます。

検品・包装・梱包



鉛筆を検品後、指定の形に包装します。今でも、ほとんどは人間の手作業で包装されていますが、人手のかかる色鉛筆は自社開発の自動包装機にて包装されます。

## 8、当社の強み

### (1) 鉛筆の一貫製造による高品質、短納期を実現

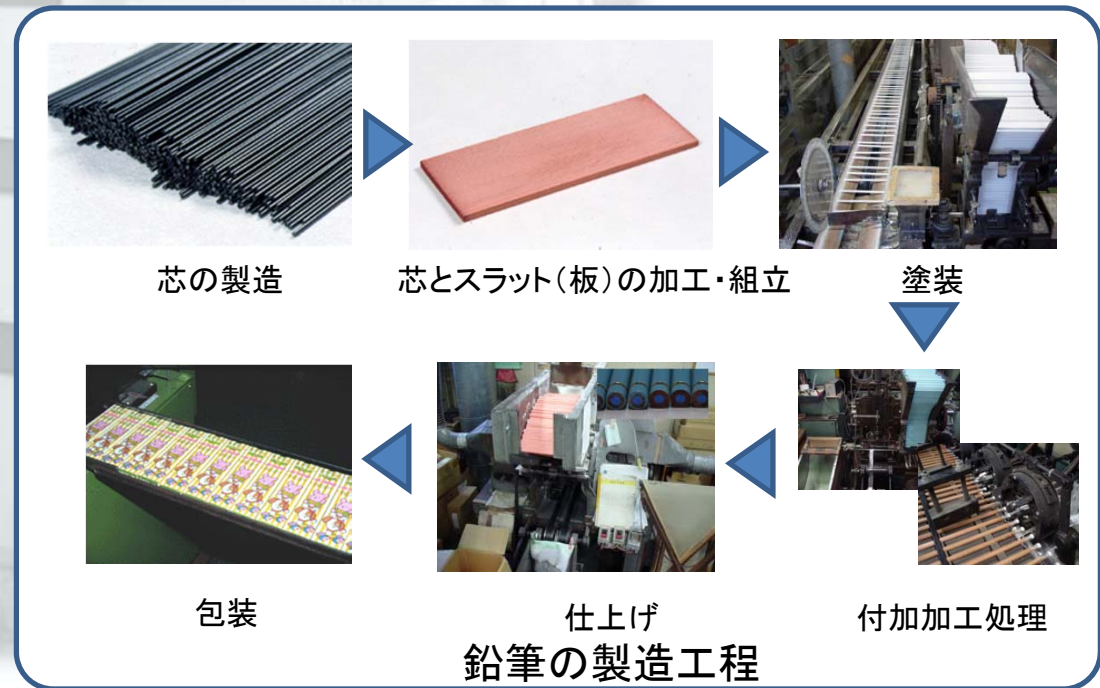
当社の鉛筆製造はまず、軸木となる上下スラット(板)に芯を挿入する為の半円形の溝を加工する事に始まります。芯を上下スラットで挟み張り合わせ、一晩の乾燥の後に1本1本の鉛筆に切断加工します。その後塗装され、注文に応じてキャラクターの印刷や消しゴムの挿入などの付加的な加工を行ってから最後に端部の加工を行い、包装されます。

こうした鉛筆の製造工程の上流から下流まで一貫して行うことができるのは、地域では当社だけです。



旧JIS Z 6605\*に相当する品質を保証  
注文から最短**5日**で納品

\*現在JIS表示は義務付けられていません



## 8、当社の強み

### (2) 高い独自開発力(製造装置開発)

#### ●配列の工夫による生産効率の向上

もともと海外より伝わった方法では2枚の板から7本しか鉛筆が出来ない方法でした。そこで配列の工夫や、機械性能の向上で、2枚の板から9本の鉛筆を作る技術を開発しました。

加えて当時弊社の開発者は、日本の技術の底上げを図る為技術を公開し、今では日本のどの鉛筆メーカーも使う一般的な方法となっています。

従来の7本取り



当社開発の9本取り



#### ●オリジナル刃物の開発

鉛筆の長さを切りそろえる「小口」の工程では、使う刃物をオリジナルで開発し、他社にも販売しています。今では鉛筆製造に無くてはならない物の一つとなっています。

#### ●包装装置の開発

色鉛筆の色順整列包装の装置や、ダース箱自動包装機等を、独自で考案・開発し、高い生産効率と品質を実現するとともに、工場内の作業環境も高めています。



12色色鉛筆包装機

#### ●木材のリサイクル

循環型鉛筆産業システムの実現の為、ドイツよりおが屑ブリケッターを他社に先駆けて導入し、おがくずの粉末化設備の開発、製品の生産設備も独自開発し、木材のリサイクルに新しい見地より取り組んでいます。



## 8、当社の強み

### (2) 高い独自開発力(製品開発)

#### ●木軸シャープペンシルやボールペンの開発・製造

まだプラスチックが一般的でなかった時代に、1949年オート社(OHTO)が、初めて鉛筆形のボールペンを発売し、国産ボールペンの普及への第一歩をしるした。その開発プロセスの中で、芯の入っていない鉛筆を作り、芯の部分にインクを詰め、当社がペン先を取り付けてボールペンを作るアイデアを出し、生産を一手に引き受けました。ボールペン生産によって確立した、芯なしの鉛筆を作る技術で、木軸シャープペンシルや、ボールペンの開発や製造をリードしています。



OHTO鉛筆型木軸ボールペン(復刻版)

#### ●ダース売りから、パック売りへ

売り場に合わせた販売方法としてダース売りが主流だった時代に、3本パック売りを開始しました。他社も3本売りを始めると、先を削ってすぐ書ける様にして販売する方法を他社に先駆けて行い、現在の販売方法の基盤を作りました。

#### ●大ヒット商品、「大人の鉛筆」

鉛筆とシャープペンの良い所を合わせ持った「大人の鉛筆」を開発しました。累計70万本を超える大ヒット商品を生み出し、販売開始4年を過ぎてもまだ売れ続け、新定番品となりました。

#### ●美術工芸分野でも独自のジャンルを切り開く、「もくねんさん」「ウッドペイント」

鉛筆のみならず、「もくねんさん」「ウッドペイント」と言った、循環型のリサイクル商品でありながら、他社にない独自性を持った商品を開発しています。

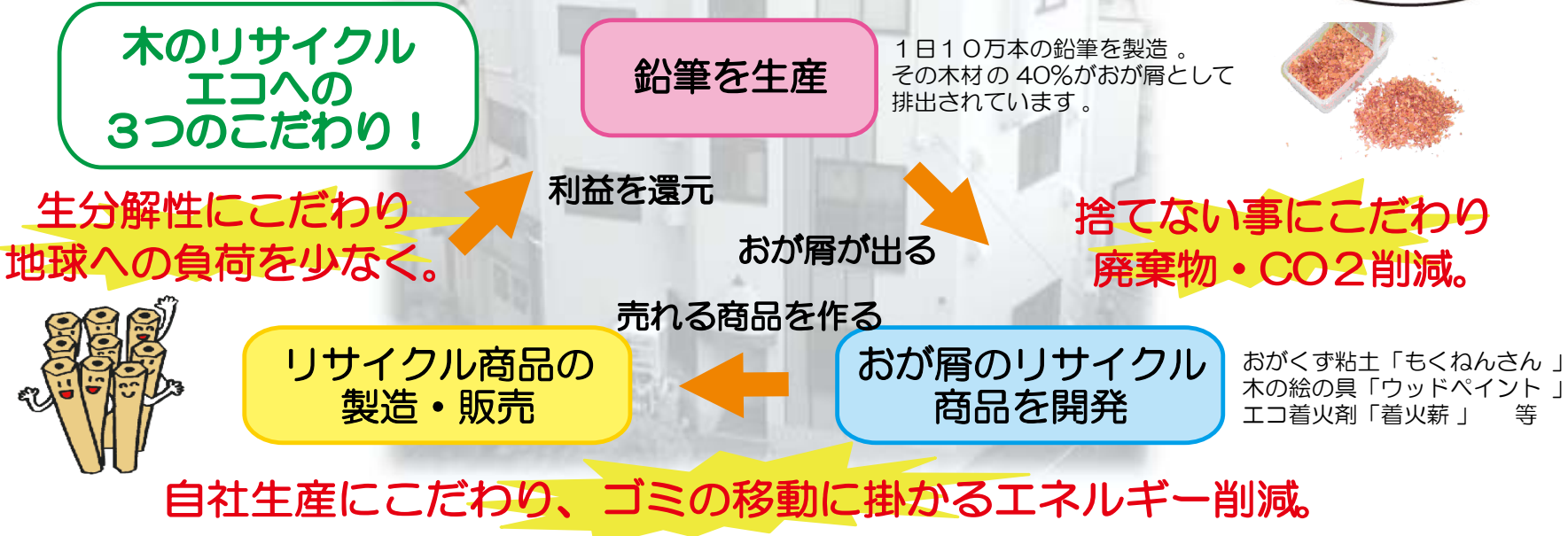
## 8、当社の強み

### (3) 循環型鉛筆産業システムとそこから生み出されたオリジナル商品群

従来廃棄していた鉛筆製造から出るおが屑の再利用研究を、平成12年よりスタートしました。おが屑の粉末化に成功し、これを木質の絵の具や粘土というこれまでにない新たな商品を開発してきました。これによって鉛筆製造における廃棄物を再資源化する循環型鉛筆産業システムという独自のプロセスを構築しました。



#### 北星鉛筆の循環型鉛筆システム 木のリサイクル



## 8、当社の強み

### (4) 地域鉛筆製造企業との高いネットワーク

鉛筆の生産は東京に集中しています。この地の利を生かし、地域約30社の部分加工業者との高いネットワーク力を構築しています。部分的な加工をグループ企業に発注する事で、納期を厳守するとともに、地域の鉛筆製造業の活性化に貢献しています。



東京鉛筆昭午会・総会(昭和10~20年頃)



日本鉛筆工業協同組合祝賀会(2013年)

## 8、当社の強み

### (5) 東京ペンシルラボを通じた地域社会への貢献

鉛筆工場見学を広く一般に開放する事で鉛筆の歴史や魅力を伝えると同時に新たに開発した独自商品である、ウッドペイントやもくねんさんを使った美術工芸の宣伝普及を目的にした東京ペンシルラボを設立しました。地域住民や生徒などを積極的に受け入れ、CSRや企業ブランド価値の向上を図っています。

最近では使って短くなった鉛筆を、弊社で代わりに供養する活動等を通して、物を大事にする心や、限りある資源をどのように使っていくかなど、世界の環境を視野に入れた啓発活動も行っていく拠点として、重要な位置を占めています。



見学者への説明風景



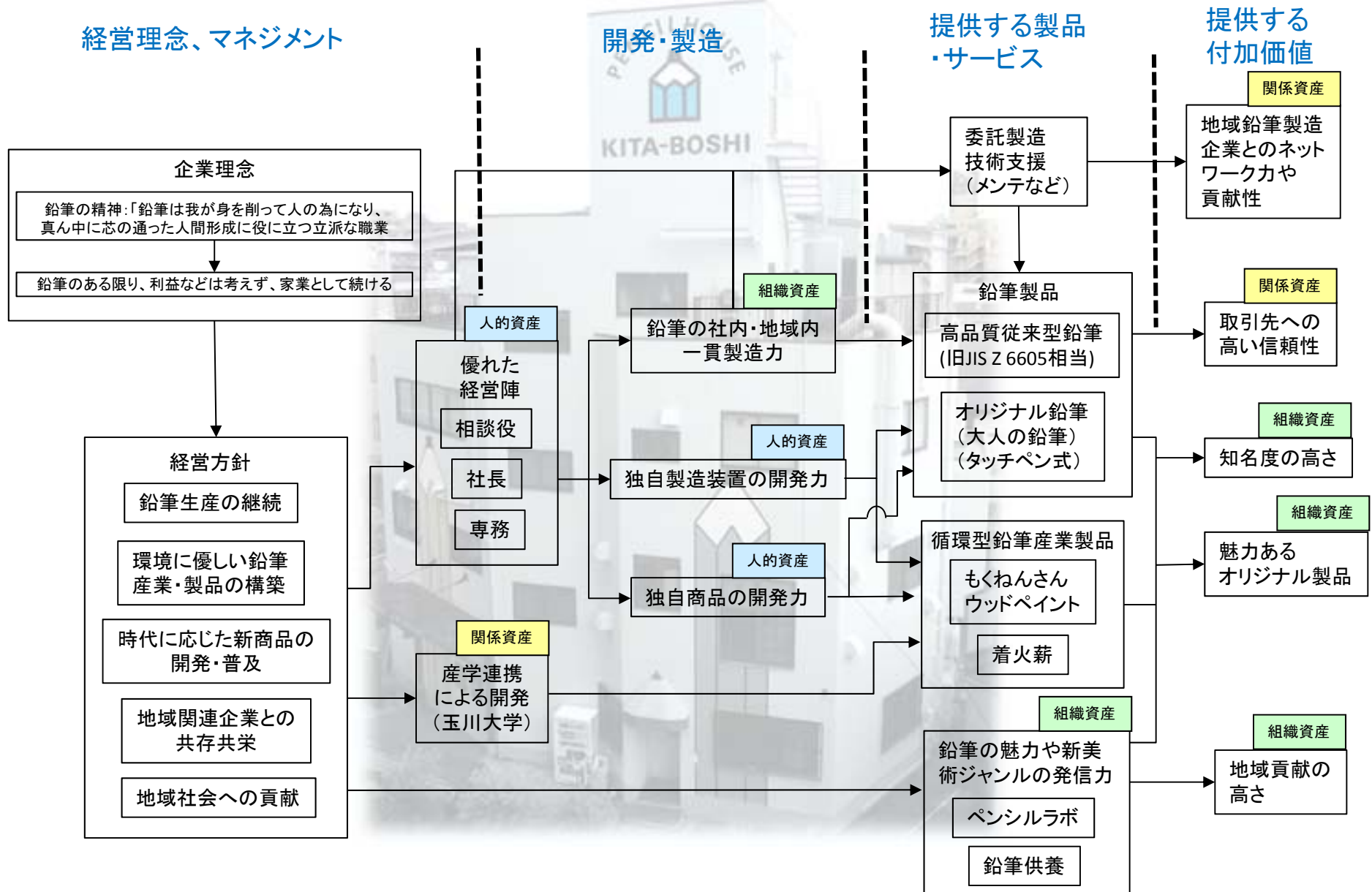
もくねんさん美術館



当社近景  
鉛筆マークが目印

# 9、これまでの事業（価値創造）ストーリー

経営理念、マネジメント



# 10、SWOT分析

プラス要因

## 自社の強み (S)

- 一貫製造による高品質、フレキシブルな鉛筆製造
- 付加価値の高いオリジナル筆記用品の開発
- 循環型鉛筆産業システムの確立とその派生商品の存在
- 高いアイデア力と地域貢献への思いをもった経営陣の存在
- 地域鉛筆製造企業との強いネットワークに基づいた鉛筆の協業生産体制
- マスコミや産業支援機関などからの高い注目度
- 横の人的つながりが強く、若さのある職場
- 鉛筆の魅力の直接的発信場所がある

## 機会 (O)

- 営業機会の増加(メディア、地域、産業支援機関からの注目度の増加、PB増加、高まる日本製品、外国人の増加、環境意識の高まりなど)
- 中小企業に対する注目度の高まり(特に若者)
- 地域企業との連携強化の動きの高まり
- 国内では新規企業の参入の恐れがない

内的  
(自社内)  
要因

外的  
(自社外)  
要因

## 自社の弱み (W)

- 組織マネジメント(生産管理、情報共有、技術継承・教育、人材育成・教育、営業力など)
- 古い生産設備とIT化への対応の遅れ
- 人材不足(営業面、専務に頼る生産管理など)
- トップダウンの管理体制
- 発信力の低さ(知名度、技術の高さなど)

## 脅威 (T)

- 国産鉛筆市場の縮小化(少子化、安価な海外製品の台頭、売り場の縮小、タブレットの進展など)
- 自社ブランド売り場の縮小(PBの進展、大手との競争)
- 円安による原材料の値上がり
- 協力企業の高齢化、後継者不足に伴う外注先消滅の恐れ
- 経理的問題(税金や福利厚生費の上昇)

マイナス要因

# 11、クロスSWOT分析

## 機会 (O)

- 営業機会の増加(メディア、地域、産業支援機関からの注目度の増加、PB増加、高まる日本製品、外国人の増加、環境意識の高まりなまりなど)
- 中小企業に対する注目度の高まり(特に若者)
- 地域企業との連携強化の動きの高まり
- 国内では新規企業の参入の恐れがない

## 脅威 (T)

- 国産鉛筆市場の縮小化
- 自社ブランド売り場の縮小(PBの進展、大手との競争)
- 円安による原材料の値上がり
- 協力企業の高齢化、後継者不足に伴う外注先消滅の恐れ
- 経理的問題(税金や福利厚生費の上昇)

## 自社の強み (S)

- 高品質、フレキシブルな鉛筆製造
- 付加価値の高いオリジナル筆記用品の開発
- 循環型鉛筆産業システムの確立
- 高いアイデア力と地域貢献への思いをもった経営陣の存在
- 強いネットワークに基づく協業生産体制
- マスコミなどからの高い注目度
- 横の人的つながりが強く、若さのある職場
- 鉛筆の魅力の直接的発信場所がある

## 積極的攻勢

(強みを活かして  
チャンスをものにする方策)

- 高いエンタテインメント性をもった工場見学を実施し、鉛筆の持つ魅力・発信力の向上を図る
- 部分加工業者とのネットワークをより強化し、生産量の向上、地場の鉛筆産業の活性化を図る

## 差別化戦略

(強みを活かして脅威の影響を  
受けないようにする方策)

- 新たなターゲットに向けたプレミアム鉛筆製品の開発

## 自社の弱み (W)

- 組織マネジメント(生産管理、情報共有、技術継承・教育、人材育成・教育、営業力など)
- 古い生産設備とIT化への対応の遅れ
- 人材不足(営業面、専務に頼る生産管理など)
- トップダウンの管理体制
- 発信力の低さ(知名度、技術の高さなど)

## 弱点強化

(弱みを克服してチャンスを  
逃がさないようにする方策)

- 最新技術の導入により生産性の向上を図る
- 技術継承塾の開催により社内外の人材に対して、技術育成を行う
- より風通しのいい会社づくりを目指す

## 防衛策

(弱みを克服して脅威の影響を  
できるだけ受けないようにする方策)

- 鉛筆の製造過程、機械修理方法などのマニュアル化・データベース化

## 12、今後の事業改革(1)

### (1)設備投資

現在の生産設備は数十年前の物が多く、作動状況等は問題ないものの、現代の技術進歩の中で取り残されている感は否めない現状です。

すべてを新しい機器に更新するには資金面等の問題で難しいので、部分的に最新の技術を取り入れ、より良い製品づくりの為に機械修繕を行っていきます。

#### 【方法・時期】

2016年にもものづくり補助金の申請をし、木工工程の切削機械の改良を行います。

2017年にもものづくり補助金の申請をし、塗装工程の塗装機械の改良を行います。

### (2)風通しのいい会社づくり

現在も少人数でいい状態ではありますが、社員ひとりひとりが自分の持てる力を発揮できる環境づくりの為に、社員ひとりひとりと個人の面談を行いひとりひとりの持つ思いを抽出し、さらに良い環境づくりを実践します。

#### 【方法・時期】

2015年10月より、全社員を対象に専務との個人面談を行う。年一人1回を予定、翌年からは2回実施します。

2016年より、現在より年1回の会社主催のレクリエーションの追加を実施します。



## 12、今後の事業改革(2)

### (3) 知識を残す

現在いる職人の高齢化と若い職人の育成が同時期に起きており、中間層の熟練職人が減っていることが、鉛筆業界全体で起きています。

そこで現役は引退したものの、知識を持った職人たちの知識を残す為、機械修理時のアドバイスや方法などを決まった形で資料として残していき、数年度にはそれが一冊のマニュアルになる計画を鉛筆組合を中心に行っていきます。

### (4) 地域の部分加工業者のネットワーク化

鉛筆業界は、自分で鉛筆の注文をとらない「部分加工業者」が数多くあります。それを弊社が窓口として1つの会社であるかのようにネットワークをつなげる事で、更なる生産量の増加を見込めるようにします。そして、今まで間に合わなかった大口注文も大手に対抗して取れるようにしていきます。

そうすることで地場の鉛筆工場の活性化にもつながり、ひいては鉛筆業界全体の活性化につながっていくシステムを構築します。

### 【方法・時期】

2015年10月頃に行われる、日本鉛筆工業協同組合の青年部会合にて提案。実施に向けて協議を行います。

## 12、今後の事業改革(3)

### (5)鉛筆の魅せる化

ペンシルラボのエンターテインメント性を向上させ、さらに鉛筆の魅力を伝えられるようにします。あわせて、ホームページのリニューアルやSNSの活用など、鉛筆の魅力を発信するICTの充実を目指します。

#### 【方法・時期】

2016年中に、工場内の説明看板の充実化と、参加型イベント(鉛筆まつり)等を開催します。さらに、ホームページの充実とリニューアル、SNSの導入を図るとともに、直販方法の展開を進めていきます。



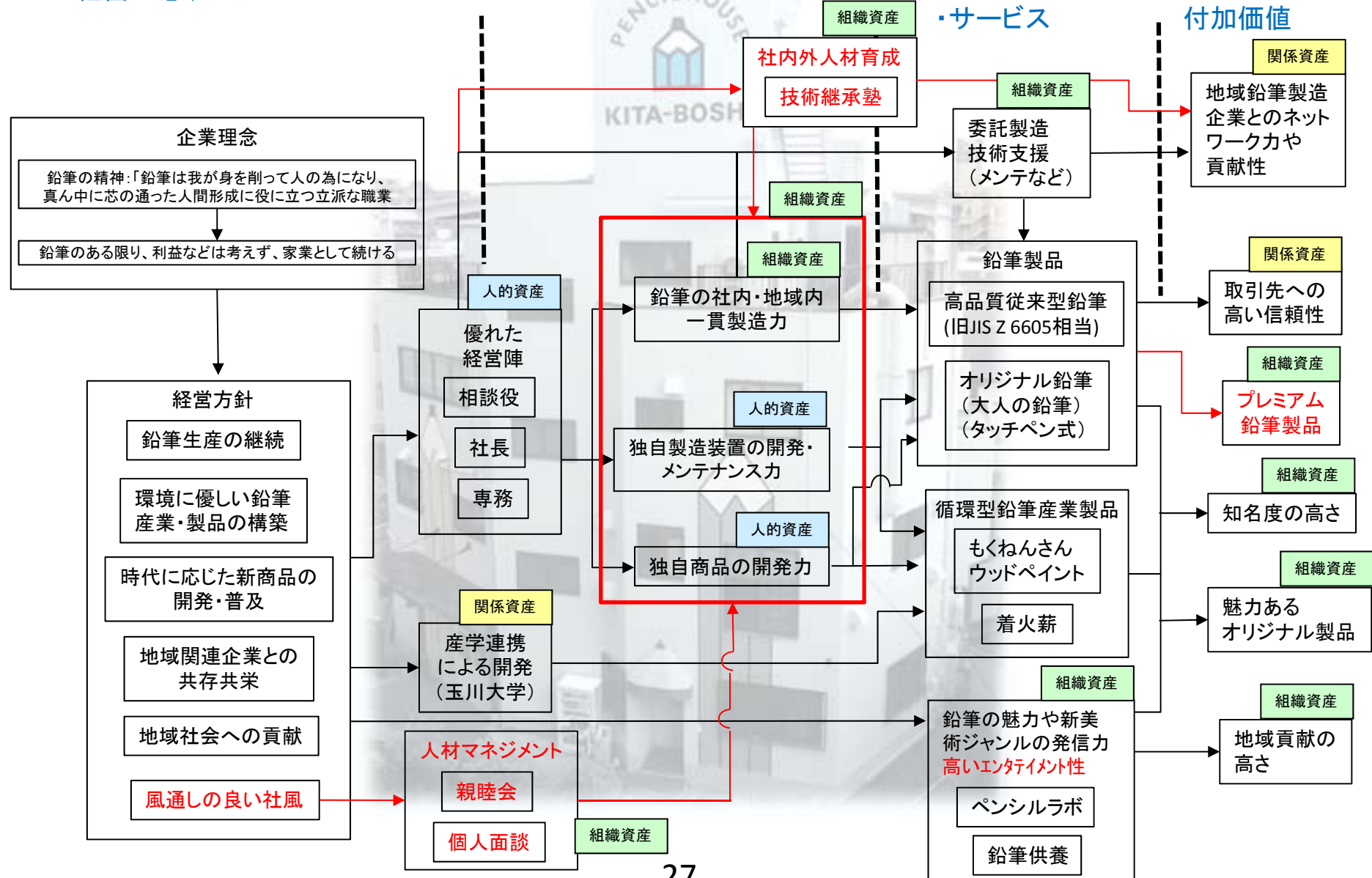
# 13、これから(3~5年後)の事業(価値創造)ストーリー

経営理念、マネジメント

開発・製造

提供する製品・サービス

提供する付加価値



## 14、あとがき

### (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。経済産業省から平成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、当社の判断にて掲載しています。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

北星鉛筆 株式会社 代表取締役社長 杉谷 和俊、専務取締役 杉谷 龍一

### (4) 作成支援者

- 地方独立行政法人 東京都立産業技術研究センター
- 株式会社 東京都民銀行

### (5) お問い合わせ先

北星鉛筆 株式会社 〒124-0011 東京都葛飾区四つ木1-23-11  
TEL: 03-3693-0777 FAX: 03-3697-5827  
メールアドレス: pencilhouse@kitaboshi.co.jp 専務取締役 杉谷 龍一

### (6) 発行 2015年6月