知恵の経営報告書

丹後刺繍

目　　次

１.代表者から皆様へ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ　１

２.会社概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ　２

３.経営哲学
　〇経営理念・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ　３
　〇経営方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ　４

４.沿　　革・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ　５
　〇過去から現在の事業活動・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ　７

５.事業の概要
　（１）製品の受注から納品までの流れ・・・・・・・・・Ｐ　８
　（２）商品カテゴリー
　　①図案(絵)のデザイン・刺繍加工・・・・・・・・・Ｐ　９
　　②文字(ネーム)のデザイン・刺繍加工・・・・・・・Ｐ１０

６.当社の知恵
　（１）知恵の概要
　①高い技術力
　　１)社内従業員・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１１
　　２)外注先件数・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１１
　　３)社内設備・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１１
　　４)社外設備・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１１
　②高いデザイン力
　　１)トレンド把握・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１２
　　２)創業以来蓄積した図案データーをもとに新デザインの提案・・・・Ｐ１２
　　３)豊かな色表現・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１３
　　４)色合わせノウハウ・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１４
　　５)再現力・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１４
　③高い刺繍技術
　　１)仕上がりの美しさにこだわった刺繍・・・・・・Ｐ１５
　　２)最終顧客視点での検品・・・・・・・・・・・・Ｐ１６
　④ネットワーク
　　１)外注先・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１７
　　２)情報収集先・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１７

目　　次

（２）知恵の全体像・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１８
（３）当社の知的資産の分類・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１８

７.今後の事業展開
（１）事業の方向性と課題
①目指す姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１９
②現状分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１９
③目指す姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１９
（２）経営戦略と実行計画
①戦略課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ２０
②事業戦略・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ２１
③ＫＰＩ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ２１
④財務計画・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ２１

８.問い合わせ先　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ２２

１．代表者から皆様へ

このたびは、弊社の紹介の機会を頂き誠に有難うございます。
昭和５１年創業、子供３人が何とか希望する進学や就職が出来たらいいとの思いだけで、家内と二人でアパレルの刺繍を始めました。
当時の刺繍業界は創成期にあり、１兆円産業ともてはやされ始めた頃でした。
周辺に教えてくれる人も無く、まさに、試行錯誤の日々を過ごしていました。

今の自分があるのは、まさに人との出会いで在ると確信しています。
アパレルから和への刺繍に転換したきっかけは、前職、鉄の業界で働いているときに、和装小物の産地、京都府岩滝町（現与謝野町内）で和の魅力に触れたことがきっかけです。中でも小物は（生地）を捨てる所が無いと聞き、少しずつで在りますが和の方に傾斜していき現在に至りました。
また、異業種の方のうんちく話や、貴重な実体験を聞く中にヒントを見つけられ、色々の方との出会いを今でも大事にしている所存です。

時代は着物離れですが、女性が美しく在りたいと思う限り、和装小物の刺繍を続けていきたいと考えています。
又、小物は着物であれ洋服であれ脇役ですが、その脇役が主を光らせる事に徹して行きたいと思います。

　今回、法人なりを目指しまた、現在まで蓄積した技術の継承を目的として、作成しました。

丹後刺繍
代表者　　山本　泰雄

２．会社概要

・ 会社名（商号）　丹後刺繍
　　代表者　山本　泰雄

・ 創　業　昭和５１年９月

・ 従業員数　６人（うち、専従者１名）

・ 事業内容　和装刺繍（袱紗・半襟・巾着等）

・ 売上（年商）　約４，０００万円

・ 所在地　〒６２９－２５０１
京都府京丹後市大宮町口大野３１４－５
ＴＥＬ：０７７２－６８－００７３
ＦＡＸ：０７７２－６８－０９２４

３．経営哲学

【経営理念】

和の心を大切にし、古き良き日本の伝統文化を活かしながら、
子供が元気に成長することを願い、女性をより美しくみせるそんな
商品を創り続けたい

◎隙間産業に徹する

得意先の困っている事に率先、喜んで取り組みます。
熱意をもって真剣に取り組めば自ずと道が見えてくる。よしんば失敗であっても満足感が得られました。そして、前向きに真剣の取り組む姿をみた得意先からも理解され、信用が得られた。失敗は将来（先に）繋がった事が多かったように思います。

◎苦情、トラブル、処理は迅速かつ最優先

『生まれた素材は限りなく世に出してやりたい。』
当社で加工する素材は取引先から支給されることがほとんどです。
お預かりしている商品である事を肝に銘じ、余った商品、不良商品、ミスした商品を必ず、管理返却する事、（現在在庫報告はノーチェックで一度も苦情を聞いたことが無い事は自負できる）これも信頼第一。

◎業界の掟を守る

得意先に提示し１度でも使っていた柄は絶対に提示した所以外には使わない、これが当社のこだわりです。

◎従業員、加工先は大事にする

従業員へのスキルアップ、挨拶の徹底『笑顔と心をこめて』挨拶します。
加工先は２０年以上の繋がりでなくてはならない大きな存在です。

◎整理整頓を心がける

最も大事な事の一つ、乱れは加工品に表れます。

【経営方針】

・社員１人ひとりの創造意欲、色合わせの感性工夫により、企画力と技術力を高め**付加価値**を追求します。

・糸や資材の整理整頓管理により、品質向上に努め**無駄のない職場作り**に努力します。

・創業以来同じ取引先２社と継続して取引を行っており、チームワークを大切にして、「信頼」と「満足」を提案し、お互いに**企業がより成長**できるよう努めます。

・持てる技術、知的財産を大いに活用し**商域の拡大**を目指します。

作業風景(枠付け)

作業風景(糸調整)

我社の生命線

４．沿　革

昭和５１年９月現在の刺繍業を創業。
アパレルの刺繍加工の下請けから始め、３０年ほど前から和の業界へ変わりました。
程なく和装の魅力、取り分け小物の魅力に取り付かれ、幸い得意先、加工先、従業員にも恵まれ元請けを始めました。
刺繍のつれ、仕上がりの風合いなど刺繍機で生地を押さえる枠を改良したり、刺繍機械そのものを自社使用に設定してもらったりと、仕上がりがいかに奇麗にできるか、刺繍技術をいかに高めていくか絶えず「あきらめない気持」で取組む勉強の日々でした。
　糸の仕入れや人件費などその月の支払に苦慮した時も在りましたが少しずつ改善、先の見通しも出来ました。
着物へ中国のスワトー刺繍を手がけて欲しいとの要望も在り、取り組み始め、それから和装小物への刺繍を手掛け、今に至っています。
　メーカーの困っている分野を引き受け、その商品にいかに付加価値をつけていけるか、それを今まで目標として取組み、他社と差別化をはかり今日まで頑張ってきました。
　この、「あきらめない気持」で努力してきた事は、人との付き合い方、信頼など、今の経営にとっていい基礎となっています。そうした事が、メーカーとの信頼関係に結びつき、お客様が買いたいと思う商品づくりにつながっていると思います。

今は減ったが雑貨の刺繍

刺繍前のメーカーより
納品された半衿の布地

昭和５１年	タジマジャガード刺繍機導入し創業
５４年	エルタック刺繍機
５６年	半衿刺繍を取り組む
５７年	高速自動多頭式刺繍機導入
５７年	工場建設
６１年	工場増築
６３年	パンチングマシン導入
６３年	デザイン作成ソフト作成導入
平成　８年	高速自動刺繍ミシン導入
１０年	工場増築
１０年	高速自動刺繍ミシン導入
１１年	高速自動刺繍ミシン導入
１４年	高速自動刺繍ミシン導入
１８年	高速自動刺繍ミシン導入
１８年	ネーム刺繍本格化

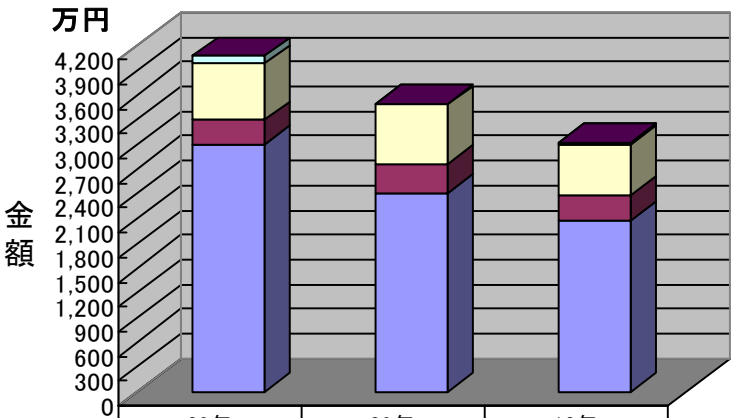
ジャガード機械の柄プログラム紋紙

エルタック刺繍機用柄プログラム紙テープ

現在はフロッピィーディスク（読取機器）

◎過去から現在の事業活動　知的資産を構築するまで、財務実績

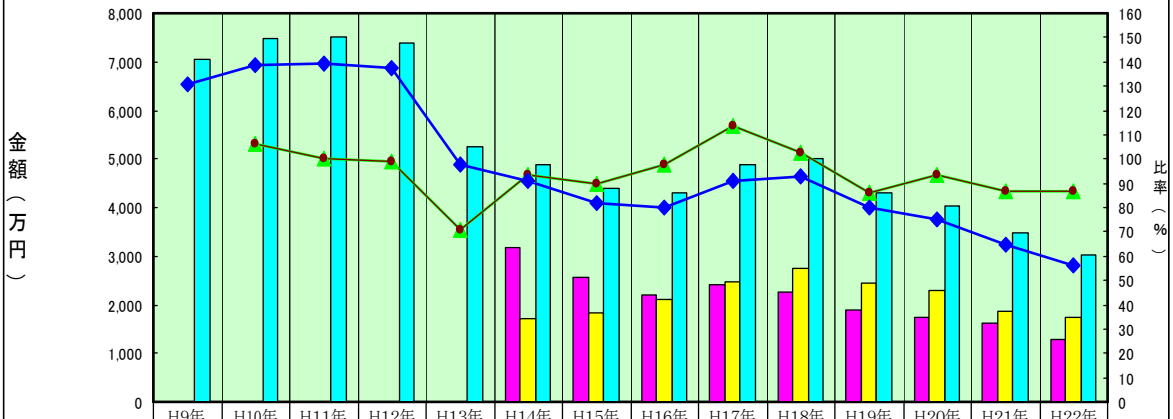
製品別売上



	08年	09年	10年
雑貨	14,000	0	0
ネーム	915,575	157,400	150,776
袱紗	6,869,260	7,215,452	6,211,962
風呂敷	2,939,083	3,601,721	3,105,981
半衿	29,992,311	23,994,968	20,686,437

年度

年別売上推移



	H9年	H10年	H11年	H12年	H13年	H14年	H15年	H16年	H17年	H18年	H19年	H20年	H21年	H22年
S商事㈱						3,164	2,557	2,197	2,400	2,256	1,891	1,726	1,624	1,276
M㈱						1,724	1,840	2,110	2,488	2,757	2,428	2,303	1,862	1,739
合計	7,052	7,477	7,501	7,402	5,247	4,888	4,397	4,307	4,888	5,013	4,319	4,029	3,486	3,015
前年比率		106.03	100.32	98.68	70.89	93.16	89.95	97.95	113.49	102.56	86.16	93.29	86.52	86.49
		106.03	100.32	98.68	70.89	93.16	89.95	97.95	113.49	102.56	86.16	93.29	86.52	86.49
平均収入割合	130.95	138.85	139.29	137.45	97.44	90.77	81.65	79.98	90.77	93.09	80.20	74.82	64.73	55.99

年度

S商事㈱　M㈱　合計　前年比率　平均収入割合

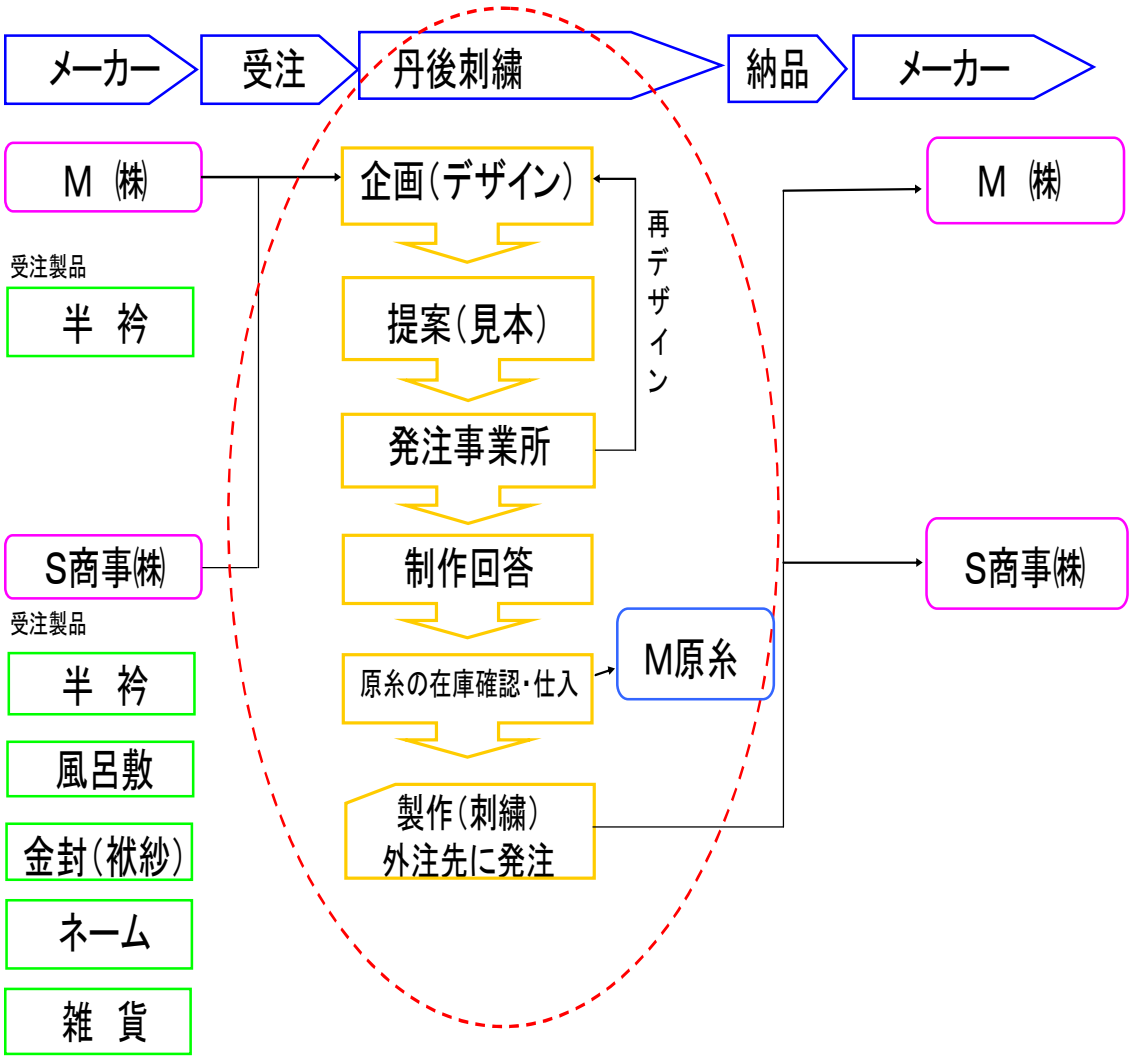
６．事業の概要

（１）製品の受注から納品までの流れ

当社は半襟、風呂敷、袱紗等の和装刺繍を事業としています。取引先から支給される生地に刺繍を施します。

取引先のイメージを、過去のデザインデータと、常に情報収集し把握しているトレンド情報をもとにデザインや色提案をし、すり合わせを行います。

決定したデザインをもとに、受注量に応じて当社だけでなく協力会社を活用し、納期内に確実に商品を納めます。当社だけでなく外注先も含めて高い刺繍技術が求められます。



（２）商品カテゴリー

① 図案（絵）のデザイン・刺繍加工（半襟、袱紗、雑貨）

取引先から頂いたデザイン及び、当社からのデザインを制作し、地域性と時季・時代にあった図案と色使いを提案して、商品力を高めています。

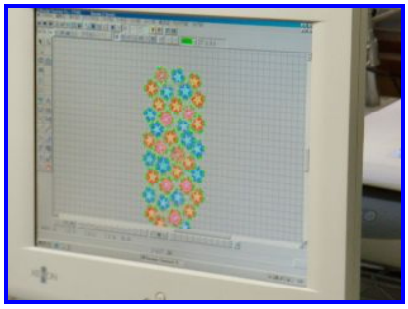
取引先が出店する年３回の展示会で来館者に目を引く商品を提案することが、取引先からの信頼を維持させ、向上させることが取引の継続のために重要です。

また、創業時から仕立てたデザインを蓄積しており、市場調査により把握したトレンドをもとにデザイン提案をします。（自社でデーター化出来るノウハウ・設備を有する）

決定したデザインをもとに、取引先から支給される生地に刺繍を施します。

関西向け女性用の半襟。関西は関東よりも華やかで柔らかな印象のものが好まれる。

関東向けの男性用の半襟。
関東は「粋」が好まれる。



パソコンにて柄作成

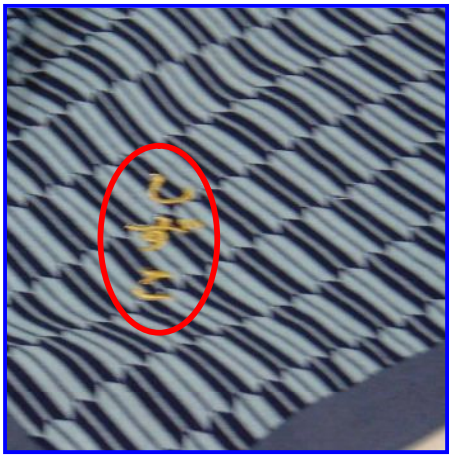
風呂敷各種刺繍

二つ折りタイプ袱紗

②文字（ネーム）のデザイン・刺繍加工（風呂敷、袱紗）

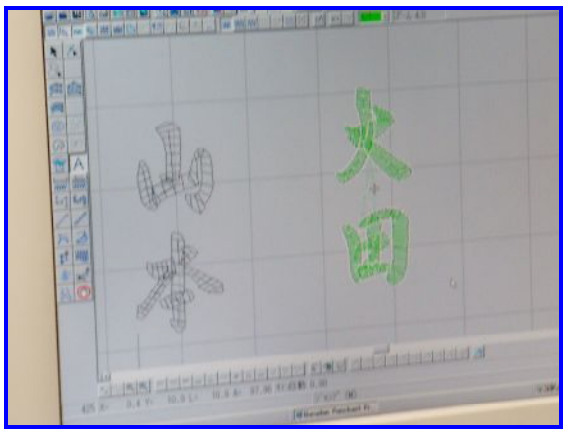
学校の入・卒業式や会社の記念式典等の記念品（袱紗・風呂敷・半衿）等に名前を入れます。刺繍ならではの高級感・糸の生み出す独特の光沢感があり商品の付加価値を高めます。

この商品については１点ものとなるため、自分らしさ・満足感が得られるため、贈答などに多く用いられています。



風呂敷ネーム刺繍

雑貨ネーム刺繍



パソコンでネーム作成

６．当社の知恵

（１）知恵の概要

①高い技術力

１）社内従業員

事業主・専従者	２人
従業員数	５人

１５頭式刺繍機

２）外注件数

大宮地区	１件
網野地区	２件

３）社内設備

高速自動刺繍ミシン	５台
・１２頭式ミシン	３台
・１５頭式ミシン	２台
糸分け機	１台
下糸抜き機	１台
パンチャー（ＰＣ）	１台

糸分け機

下糸巻き機

４）社外設備

(外注先)

高速自動刺繍ミシン	５台
・１２頭式ミシン	２台
・２０頭式ミシン	３台

外注先２０頭式刺繍機

重要評価指標

・従業員１名当たりの生産量
2,534 万円／ 5 名　506.8 万円

・外注１件当たりの生産量
952 万円／ 3 件　317.3 万円

・1 台当たり生産量
3,486 万円／10 台　348.6 万円

・社内 1 台当たり生産量
2,534 万円／ 5 台　506.8 万円

・外注先 1 台当たり生産量
952 万円／ 5 台　190.4 万円

・1 頭当たり生産量
3,486 万円／150 頭　23.24 万円

・社内 1 頭当たり生産量
2,534 万円／66 頭　38.4 万円

・外注先 1 頭当たり生産量
952 万円／ 84 頭　11.3 万円

②高いデザイン力

１）トレンド把握

洋服に流行があるように、着物にも流行があります。それに合わせて、半襟をはじめとする和装小物もその時々、場所のトレンドを反映した商品作りが必要です。
展示会用にデザインを考案する段階から実際に商品が店頭に並ぶまでおおよそ６ヶ月かかるため、すでに流行しているものではなく、「トレンドの兆し」を把握することが重要です。
「トレンドの兆し」を把握するため、京都へは和装関連の店舗へ月２回、東京へは、１，３，４月の展示会の際に合わせて、また情報収集のためだけに夏にも訪問し情報を収集しています。また、月２回、取引先との情報共有、意見交換もトレンドを把握し、図案化する際のヒントとして活用しています。

２）創業以来蓄積した図案データーをもとに新デザインの提案

和装デザインには伝統と革新が必要です。把握した「トレンドの兆し」を伝統柄に反映し、「今風」にアレンジすることが重要です。当社では、毎年複数パターンの新図案を展示会向けに作成しています。また、創業以来３６年間に刺繍を行った約１万件図案のデーターを蓄積しています。

過去の製品データー（紙）

紋紙時代から製品データーは、
FDやMOにして、保管

３）豊かな色表現

刺繍の際には、図案をもとに、**７，０００種類の糸**の中から７本から９本を選び微妙な感覚を表現します。従業員にはイメージだけを伝え選択は、任せて試作品を製作します。華やかな色遣いが得意な従業員、落ち着いた色遣いが得意な従業員がいます。デザインに応じて任せる従業員を決め、独自の色合わせを行ってもらうことで様々なバリエーションの色合わせが可能となります。当社では、**１図案につきおおよそ２０種類**のバリエーションで生産します。色のバリエーションはすべて管理することで再現が可能で、売れ行きがよく取引先から再受注を受けた際にも同じものが迅速に提供することができます。

トレンドの把握
東京へ１・３・４月、夏訪問
京都へ月２回訪問
取引先へ月２回訪問

新図案の提案
毎年複数パターン

7,000 種類の糸から生み出す豊かな色表現

図案データとして蓄積

色パターン見本として蓄積

色合わせ試作製品
線より上下の糸使いイメージ違う

一つの製品でこれだけの試作を

4）色合わせノウハウ

糸の種類

同じピンクでも多種多様

従業員の感性や経験、高度な色の組み合わせの習熟によって色合わせをします。

使用する糸※同じ赤でも微妙に違う

機械に掛け使用する糸・・・７本、９本

5）再現力

過去にさかのぼって再現できる。

データ管理を行い、再注文にも素早く対応します。

糸合せも含めてデータを図案化し、従業員が変わっても再現していく技術力を持っています。

重要評価指標

勤務実績（年数）　１０年以上が、過半数を占める

経験豊富な従業員で対応

指示及び指導の実施　各作業の前に各人別に毎日実施

③高い刺繍技術

１）仕上がりの美しさにこだわった刺繍

正絹のようにデリケートで高級な生地を扱うことも少なくありません。また、晴の日に身につけるものでもあるため、質の良い商品が求められます。支給された生地を傷めないこと、しわを作らないこと、きめ細かな刺繍を施すことが必要であり、そのためには、お客様に満足していただけるか、といった観点でのものづくりが必要です。このことは、従業員全員常に意識しながら作業を行っています。美しい刺繍を施すためには、デザイン、生地、糸、湿度に応じた微妙なバランスで糸を調整することが必要です。糸の調整は、その日の刺繍を施すスタッフの作業のリズムにも左右されるため、従業員それぞれが最適な状態に調整し作業を行っています。

【桜の柔らかいイメージ】

【角をうまく仕上げた刺繍】

作業効率の向上と刺繍品質の向上のために当社では３０年前に独自に開発した「枠」を使用しています。
２種類の枠の中から適切な枠を使用し、生地が弛みなく、また、生地を傷めることなく刺繍を施すことができるようになりました。

独自で作成した枠・大型

独自で作成した枠・小型

２）最終顧客視点での検品

最終的に商品を購入してくださるお客様の視点での検品を行っています。納品先も気づかないような細部までこだわった検品は、この商品を購入するお客様に満足していただけるか、というこだわりによるものです。特別な日に身につける商品だからこそ、わずかな傷やしわ、ほつれがないかチェックします。当社では、**３０年間顧客からのクレーム、返品はゼロ**です。

検品で不具合が見つかった場合には、作業者に直接どこがダメなのかを伝え、指導します。こういった指導を社内の従業員、協力会社の区別なく３０年間行ってきました。そのため、現在３社ある協力会社の経営者にも当社同様の検品力と高い技術力が備わっており当社の従業員を含めると９名が高い検品能力を保持しています。

デザイン、生地、糸、湿度、従業員それぞれのリズムを加味した糸調整

独自開発の枠

最終顧客視点での厳しい検品

クレーム・返品ゼロの実現

高い技術力と検品力を持つ従業員・協力会社の育成

重要評価指標

独自開発の枠　作業効率　９８％アップ
徹底した検品体制　　全数検査の実施
返品率　　０％（月別平均）
チェック後のミス発生　ほぼ０％

検査作業風景

検査で引っかかった商品

④ネットワーク

１）外注先

大量受注時の対応力・納期現実力

創業３５年以上の製造作業を行っており、豊富な経験があります。長年の経験に裏付けされた製造現場、外注先の統制のノウハウにより、高品質製品の製造を可能し、大量受注も可能としています。

また、取引先への高い精度の納期提案など、連絡を密にした交渉やメーカーとの深い信頼関係を構築することで、予定納期を 100%順守できる体制を創っています。

納期設定については、納期期間の根拠の提示や必要な期間の説明を徹底することで、無理な納期設定を回避し、納期実現を可能にしています。

重要評価指標

製造実績（年数）　３５年以上
納期実現率　100%（取引先との密な折衝実施時）
外注先の取引実績　２０年以上

２）情報収集先

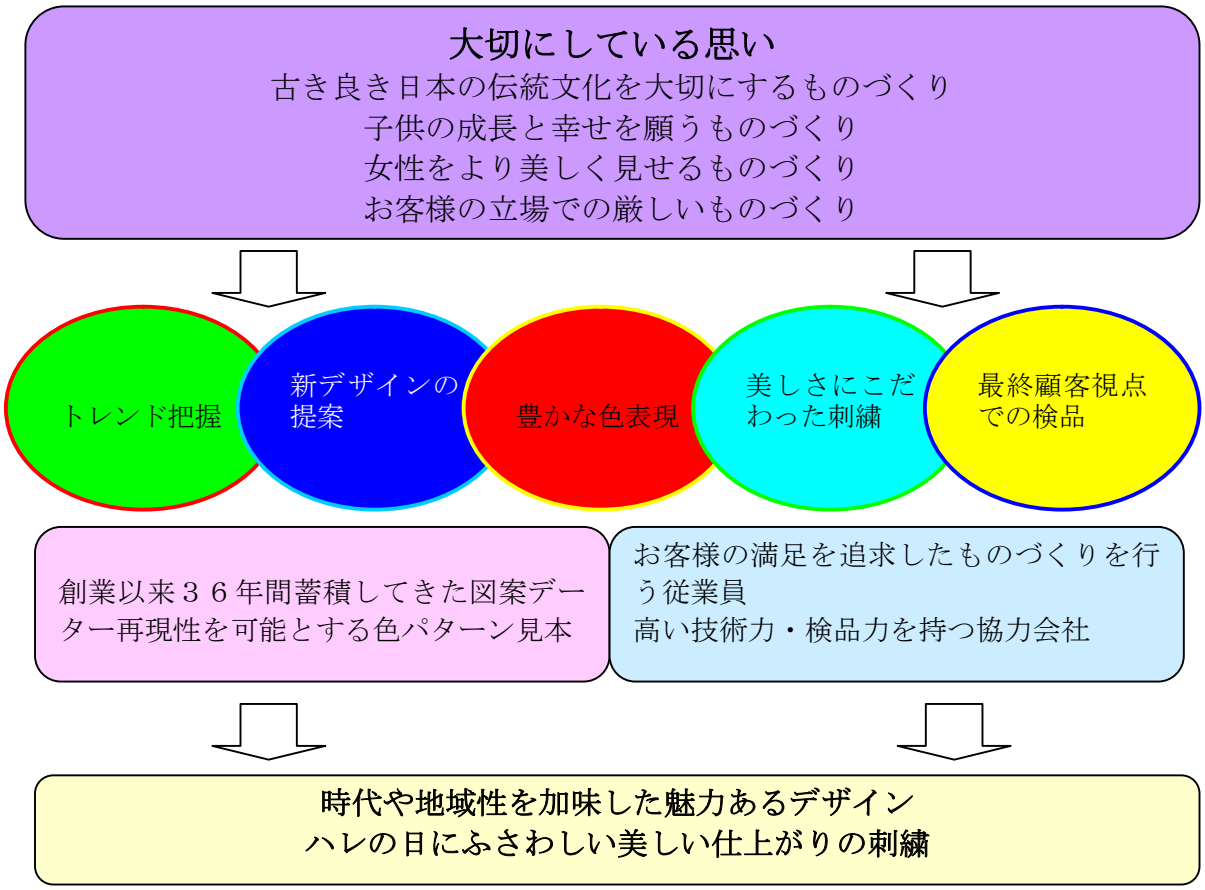
東京・京都の小売店を定期的に回り、情報を収集しています。
またメーカーの展示会、異業種の展示会に足を運ぶことで市場トレンドを読むための情報収集を行っています。今後企画デザイン力につなげ自社商品の開発にも力いれていきたいと思っています。

重要評価指標

東京での情報収集（年２回以上）
京都での情報収集（月２回以上）
展示会開催時、メーカーでの情報交換時に随時足を運ぶ

外注先刺繍作業

（２）知恵の全体像



（３）当社の知的資産の分類

当社の保有する知的資産を分類すると以下のようになります。当社では、「データー」が大きな知的資産となっており、この「データー」が様々な加工の要であり、すべての知的資産へ波及した製品づくりを行っています。

◎人的資産

従業員の貢献意識　…加工に対するプライドが高い
従業員の経験力、技術力　…長年の経験による応用が可能である
検査能力　…欠陥製品を納めない（検査作業は、すべて手作業で確認）

◎構造資産

過去の製品　…創業時からの手がけたデザイン蓄積
（全てＦＤ・ＭＯに、約５，０００種類以上）
納期設定　…材料保有・作業の流れを考えて無理のない納期設定を実現
一貫生産　…一つの流れは、納品まで１人で行う

◎関係資産

外注先とのネットワーク
信頼に基づいた取引企業との関係

７．今後の事業展開

（１）事業の方向性と課題

①目指す姿

従業員一人一人が作り手としての感性を磨きながら、より高い刺繍技術を身につけ、自社製品を中心とした高付加価値なモノづくりを行う強い組織を目指します。

②現状分析

強　　み	機　　会
・既存のメーカー取引先と信頼関係 ・高いデザイン力 ・高い刺繍技術 ・返品、クレームゼロを実現する検品力 ・技術力の高い協力会社	・同業他社の衰退
弱　　み	脅　　威
・体系的な人材育成ができていない ・数社依存の下請受注 ・マネジメント力の不足（計数）	・原糸材料の高騰 ・海外生産との価格競争 ・和装の着用機会の減少

※和装全般の需要の減少によって、和装関連全般が厳しい経営状況にあります。そう言った中で、価格競争ではなく、信頼と実績、高い刺繍技術によって現状の売上を維持しています。しかしこのままでは、売上の増強が見込めず新分野への挑戦が必要となってきました。

③経営課題

・後継者の育成

・後工程技術の習得と受注による一貫生産体制の実現

・高いデザイン力と刺繍技術を活かした自社製品の開発

（２）経営戦略と実行計画

①戦略課題

【戦略課題１】

企画デザイン力を高める

デザイナー、企画会社との連携をとり、自社製品の開発を目指します。

【戦略課題２】

提案営業力を高める

社内教育を強化し、従業員の資質向上と意識の向上を図り合せて、年収の安定を図ります。

【戦略課題３】

刺繍技術の向上

指導体制を強化し、若手、後継者の技術者を養成します。

【戦略課題４】

刺繍品を完成品まで仕上げる

袱紗等刺繍製品を完成品にするため貼りあわせ技術を、他の会社が手作業で行ってきたが、これを機械化するようメーカーの合意・協力・指導をうけ製作していきます。

【戦略課題５】

法人化を目指します

従業員の経営参加を行い、事業を継承し法人化していきます。

②事業戦略（指標）

これまで記載した「強み」の他「弱み」についても分析を行い、３年後の目標を設定しました。今後の事業活動を明確化し、戦略課題にポイントをおいて事業を進めていきます。
また、法人成りを進め、自社製品（袱紗）作成を目指します。

③ＫＰＩ（重要業績評価指標）

－　分析シート（現状＋3 年後）　－

ＫＰＩ
返品処理の割合＝０％／月
目標：３年後の返品処理の割合＝０％／月
取引先件数＝２件
目標：３年後取引先件数＝４件／年
納期実現率＝１００％
目標：３年後の納期実現率＝１００％
自社完成の割合＝自社完成０％
目標：３年後の自社完成の割合＝自社完成５０％
ネーム刺繍生産率＝０．５％
目標：３年後のネーム刺繍生産率＝２０％

④財務計画

当面売上５０００万円を目指します。

８．問い合わせ先

知恵の経営報告書に関するお問い合わせ

丹後刺繍　代表　山本　泰雄
ＴＥＬ：０７７２－６８－００７３
ＦＡＸ：０７７２－６８－０９２４

①知恵の経営報告書（知的資産経営報告書）とは
「知的資産」とは、従来の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。
「知恵の経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、すなわち非財務情報を、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分かりやすく伝え、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作成しております。

②本書ご利用上の注意
本知恵の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並びに附帯する事業見込みなどは、すべて現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて記載しております。そのため、将来に亘り当社を取り巻く経営環境（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モノではないことを、ご了承願います。

③作成支援・監修専門家
本知恵の経営報告書の作成にあたっては、本書記載内容につき、その客観性を維持・向上させる趣旨から、次に掲げる専門家のご支援・ご監修を賜りました。

監修専門家：ﾋﾞｼﾞﾈｽ･ｺﾝｻﾙﾃｨﾝｸﾞ ﾌｫﾙﾃ　山　本　知　美
作成支援：京丹後市商工会　太　田　真　語・松　村　由美子