

# 会社概要

社名	株式会社イチカワ		
創立	1963年10月1日		
所在地	〒205-0023 東京都羽村市神明台4-8-39		
資本金	4,800万円	従業員数	216名
事業内容	変圧器、電子機器、車両制御装置の製造		

## 主力製品

- 電子機器  
原子力、電力設備、鉄道車両制御むけの  
高密度表面実装基板の設計開発から製造
- 交通ユニット  
鉄道車両用インバータ装置、電源システム、情報システムを製造
- 産業ユニット  
各制御システム用のコントロール盤、配電盤、分電盤、空調盤を製造
- トランス  
各種トランス、電子部品トランス（変成器）、  
トランス技術を応用した電源装置を製造

## 作成前の課題認識

製造サービスから次世代事業への展開  
品質管理、製造技術における体制強化  
将来にわたり社会で活躍する人材の育成

## 作成の成果・今後の活用

- ・長期的な視点での経営モデルを構築することができた。
- ・中長期経営計画とあわせて、会社が目指すべき将来の方向性を示すことができた。
- ・会社に眠っている財産を掘り起こし、これまでの実績を形に残すことができ、共有することができた。
- ・将来を語るうえで必要となるのが、これまでの企業実績である。改めて整理をすることで、貴重なリソースを見直すことになった。自社の存在意義と価値を再認識することができた。

### 信頼に応えるトランス・テクノロジー

イチカワは、1963年から50年以上電子・電気機器の構築・製造に携わってきました。  
これまでも、そしてこれからも我々は電子機器のバイオニアとして、歩んでいきたいと思っています。

“常に最新の技術を取り入れる技術力”

“どこよりも信頼を得る品質力”



“豊富な経験に基づいた提案力”



主な製品群

# 経営デザインシート (株式会社イチカワ)

## 自社の目的・特徴

- ・「信頼に応える、トランステクノロジー」をキャッチフレーズ
- ・「テクノロジーでつなぐ、産業、人、未来」を合言葉に、社会インフラの発展に貢献する
- ・電子機器、電子ユニット、鉄道車両装置、制御盤製造のものづくり技術で顧客課題を解決する
- ・設計から保守に至るまで、価値のあるビジネスを提案する

## 経営方針

- ・自社技術の発展により、自社ブランドを確立させ、顧客や社会からも選ばれる企業として、世界の市場に参入していく
- ・デジタル技術の活用により、自社のものづくり基盤をスマートファクトリーに進化させる
- ・ビジネスを通じて、若手人材を社会で通用する人材に育成する
- ・創業100周年(2063年)に向け、地域に根をおろしつつ、人々の生活をより豊かにしていく

### 資源

### ビジネスモデル

### 価値

### 資源

### ビジネスモデル

### 価値

#### 内部資源

- ・東京・瑞穂・群馬工場体制
- ・企画、設計・開発の提案力
- ・開発力、品質力、調達力
- ・試験設備、評価環境
- ・顧客との信頼関係、実績

<知財>  
トランス製品のものづくり技術  
製品の開発技術

#### 外部調達資源

- ・製造パートナー、協力会社
- ・取引先金融機関

<知財>  
●●大学との共同研究

#### 事業ポートフォリオ

- ・要素技術(トランス、基板、ユニット)から、高品質・高信頼性のものづくり
- ・製造請負型の事業
- ・開発から保守のトータルサービス
- ・営業>リレーションシップ営業
- ・技術>製品開発、ソフト開発
- ・東京工場>基板組立
- ・瑞穂・群馬工場>ユニット組立
- ・海外・中国鉄道市場へ参入
- ・少ない指示で臨機応変に対応可能
- ・高い顧客満足度
- ・モノづくりを知りつくしている

<知財の果たしてきた役割>  
・製造リードタイムの短縮  
・品質力向上にむけた活動

#### 提供してきた価値

- <提供先>
- ・公共・産業用電子機器製造メーカー
  - ・各種装置製造メーカー

- <何を>
- ・トランス・テクノロジー
  - ・高品質・高信頼性な機器・装置
  - ・顧客の高度な要求・課題の解決
  - ・インフラ産業、社会の発展と繁栄
  - ・日本のものづくり技術

#### 提供先から得てきたもの

- ・厚い信頼関係
- ・製造技術、品質マネジメント

#### 全社課題(弱み)

製造請負型の受け身体質となっており、新規顧客開拓、製品企画力志向が希薄となり、環境変化に対応する営業力、経営基盤が脆弱となっている

#### これまでの外部環境

- +要素
- ・ものづくり産業は緩やかな回復基調
  - ・産業機器業界の市場規模は年々増加
  - ・国内装置出荷額は安定推移
- 要素
- ・海外メーカーの台頭による価格競争
  - ・技術者の高齢化、人手不足

これから

## 「これから」の姿への移行のための戦略

### これからの外部環境

- +要素
- ・社会・産業のデジタル化
  - ・再生可能エネルギー拡大
  - ・新興国市場の拡大
- 要素
- ・経済・社会情勢の悪化
  - ・労働力不足、人材流出
  - ・他産業からの新規参入

### 移行のための課題

- ・製造請負の依存から脱却して価値提案企業となる
- ・生産プロセス改革による品質・生産性の向上
- ・デジタル技術とデータによる社内ノウハウの共有
- ・意識改革で過去の実績・文化を捨てる覚悟をもつ

### 必要な資源

- ・デジタル生産設備
- ・IoTデバイス
- ・ものづくり量産設備
- ・ものづくりデータ
- ・データサイエンティスト

知財  
デジタルものづくり  
デザインレビュー

### 解決策

- <次世代スマート生産ラインの構築>
- ・ユニット製造ラインをメインラインとして再構築(倍増計画)
  - ・他社がマネできない付加価値を実現できるデジタルものづくり体制
  - ・スマート台車、iM-MANAGERを中核とするプラットフォームづくり
  - ・自動化>制御化>見える化のステップでスマート生産ラインを構築
  - ・稼働状況や実績データの可視化により適切な現場判断と経営の意思決定
- <産学官ネットワークづくりの推進>
- ・●●大学等の研究機関との共同研究、共同開発
  - ・中小企業ネットワーク(多様なパートナーとの良好な関係づくり)
- <人材育成>
- ・ものづくりとビジネスのデジタル化を推進できる人材を育成する
  - ・ベテラン技能者から若手人材への技術承継

これまで