



Showa

知的資産経営報告書2007



本社・大東工場



 昭和電機株式会社

1 . 社長からみなさまへ	3
2 . 経営哲学	4
3 . 環境方針	5
4 . 品質方針	6
5 . 事業概要	7
6 . 事業展開	8
B e eダッシュプロジェクト	9
i s 工房	13
7 . 知的資産の根源	
共育	18
協力会社とのパートナーシップ	20
外部研究機関とのパートナーシップ	21
外部コンサルタントとのパートナーシップ	21
8 . 将来に向けた価値創造	
環境分析	22
顧客価値創造のための重要成功要因	24
顧客価値創造ダイヤグラム	26
今後の方針	27
9 . K P I	29
10 . 表彰	33
11 . 広報活動	34
12 . 会社概要	35
13 . 知的資産報告書とは	39
14 . 本書ご利用上の注意	39
15 . お問い合わせ先	39

昭和電機は、1950年の創業以来、高度な風力技術をもって産業界に幅広く貢献してきました。激変する時代のなかにあつて、他社の追随を許さない技術により、日本国内だけでなく海外からも当社の風力技術は高い評価をいただいております。

風力技術開発に限界はありません。私たちは、つねに次の製品、次の分野、次の用途を開発し続けていきます。業界トップシェアを誇る電動送風機をはじめとする風力機械や、環境機器を軸に新製品開発に積極的に取り組んでまいります。

私たちの製品は、主役である産業機械やシステムのなかにあつて目立ちませんが、しっかりと効率化や省力化、快適化を追求しています。

風、それは目に見えません。何かが動いてはじめて存在がわかるものです。

おなじように知的資産も目に見えません。私たちは目に見えない風と知的資産を事業に活用して、皆様とともに成長して参りました。

これからも、あらゆる産業界に欠かせない名助演者として、もっとお役に立ちたいと考え、知的資産を開示いたしました。



代表取締役

柏木武久

『磨練る（まねる）』から独自性を創り出すこと

『磨練る（まねる）』とは『磨いて練る』ことであり、様々な事象を観察し、工夫を加え、自分のものにしてしまうことです。

突然の社長就任時に悩んでいる時に、お客さまから戴いたアドバイスです。その時に目から鱗が落ち、気がつきました。それ以来、「磨練る（まねる）」を実践しています。

様々ないろんなところから「磨練ました」。原型を留めているもの、いないものいろいろあります。

「磨練る（まねる）」を実践しながら、昭和電機の使命として『非上場の優良企業』を目指すことにしました。我々の仕事は業界の裏方です。名主演者ではなく名助演者であることを徹底的に行ない、今後も『業界の名助演者』を目指していきます。

《普段、社員に伝えていること》

「相利共生」を貫き通すこと

昭和電機の歴史は貧乏な歴史であった。そのためにも外部の協力を頂かなければ生きていけない。自分だけが儲けることではなく、共に利益を分かちあわねばならぬ。

「したいこと」より「すべきこと」を優先すること

つい「したいこと」を先にすることが多い、企業の役割として「すべきこと」を優先しなければならない。

「小知」を自覚すること

自分自身の小知を自覚し、一步下がって取り組むことが大切であることを知らねばならない。

公私を峻別すること

仕事の中で権限のあるものが公私を混乱させる。特にトップや幹部が陥りやすいので公私は峻別しないとイケない。

仕事とは誠実を刻みつけること

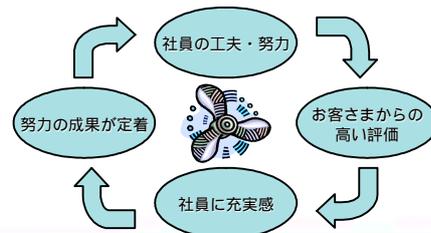
企業や人間は誠実を刻みつけることが大切である。一夜にしてできる誠実はない。日々刻みつけることが大切である。

強みを加えて強みをもっと生かす

モーターの自作を行なっていることがわが社の強みである。強みの上にさらに強みを加えてお客さまに喜んで頂かねばならない。お客さまが250Wのご要望があれば250Wのものを提供する。柔軟に個別のニーズに応える努力を行なうことが大切である。また、地球環境に優しいモーター作りを進めなければならない。

社員の工夫・努力の成果によって、お客さまからの評価が高くなる。それを現場にフィードバックする。お客さまから評価を受けるので、社員に充実感がうまれる。それによって努力の成果が定着する。

このようなサイクルが望ましい。



環境方針

環境理念

私たちは、送風機、環境改善機器（集じん機など）の開発・設計・製造・販売およびサービスの活動を通して、【流れの技術】と【回転機の技術】をコアに、環境負荷の軽減をめざし天地自然と響き合い、環境へホスピタリティ（心くばり）するメーカーでありつづけます。

環境活動方針

環境理念をもとに次の方針を定め全員参加の活動で、「環境マネジメントシステムの継続的改善」「汚染の予防」および「環境負荷の軽減」を実践する。

1. 環境関連法規制、その他協定などの要求事項の順守
2. 製品の全ライフサイクルを通して、環境にやさしい製品づくり
3. グリーン提案による、市場のグリーン化推進
4. 減らそう（リデュース）・使おう（リユース）・活かそう（リサイクル）の推進
5. 社員の環境意識の高揚と理解を深め、社内外において環境保全に対する取り組みの輪を広げる

制定：2002年11月11日

改定：2005年8月11日

昭和電機株式会社

昭和風力機械株式会社

代表取締役

柏木武久

R100
RENEWABLE ENERGY

品質方針

1. 顧客へ提供する製品・サービスを通して、「初動と対応」に大きな努力を傾注し、つねに『良好な双方向の関係の共有』を目指す。
2. 顧客ニーズを理解し、要求事項を満たし、到達期限の遵守をもって顧客の信頼と満足を獲得できるよう『誠実』を刻みつつける。
3. 市場の変化の早さに対応できる品質マネジメントシステムを構築し、計画し、実施し、効果的に機能させるため定期的に見直し、システムの『向上』と『鮮度』を維持する活動を、経営の最前線に位置付けて実践する。

この品質方針は、品質マネジメントシステムの有効性の継続的な改善を実施し顧客に満足を提供するため、昭和電機株式会社としての顧客重視の経営に対する方針であり、経営者としての決意を表明するものです。

制定 2002年06月03日

昭和電機株式会社

代表取締役 柏木武久

5 . 事業概要



電動送風機

モータ出力0.025kw～3.7kwまでのモータ軸直動式送風機で

4日間対応機種 2190機種

準標準形 5652機種（フェノール樹脂製を含む）

特注品 10317機種

を取りそろえ、お客さまの用途に合った製品を1台から提供しております。

ミストレーサ

モータ出力0.1kw～2.2kwまで18機種

あり、主に工作機械から発生するオイルミストの捕集を行い作業環境を改善します。

環境意識の高まりからミストレーサの需要は年々拡大しています。

ミストレーサ



ファン・プロア

溶接構造の送風機でモータ出力0.4kw～300kwまでを製作しております。大型産業装置やプラント設備に使用され、耐食性や耐熱性を考慮した仕様が多くののが特徴です。

デンチョク

溶接構造のモータ軸直動型送風機でモータ出力0.75kw

～45kwまで117機種をとりそろえ、お客さまの用途に合った製品を1台から提供いたします。

デンチョクはVベルト駆動型の送風機に比べ省スペースで、かつ露出する回転部分が無いいため安全性が高いのが特徴です。



デンチョク®



ダストレーサ®

集じん機

送風機技術を生かして集じん機専用の送風機を開発することで、コンパクトでありながら高性能、低騒音を実現しました。モータ出力0.1kw～55kwまでを製作しております。

過去から現在、そして未来へと伝承される企業文化

当社の強みには、製品に関する「モノサービス」と情報に関する「ことサービス」があります。

「モノサービス」には、お客さまの仕様に合わせた特注品対応や小ロット生産などがあり、「ことサービス」には、迅速な対応力や短納期対応があります。

これらのサービスを実現するために、当社では生産革新活動である“Beeダッシュ”と、顧客サービス活動である“is工房”を行なっております。ともに、社員の「共育」を通じて実現されており、協力会社や外部機関などとのパートナーシップに基づいております。



生産革新活動“Beeダッシュ”による「一人一個流し生産」



顧客サービスシステム“is工房”

お客さまが望む風力（かぜ）を1台から短納期でご提供

生産性の向上

顧客満足向上





生産革新活動「Beeダッシュプロジェクト」

「Beeダッシュプロジェクト」は、昭和電機の生産活動を革新しお客様の用途に合った製品を短納期でご提供するための活動です。

目的

- 単位時間当たりの生産性向上
- 納期遵守率の向上
- 在庫金額の削減
- 生産リードタイムの短縮
- 工場スペースの削減

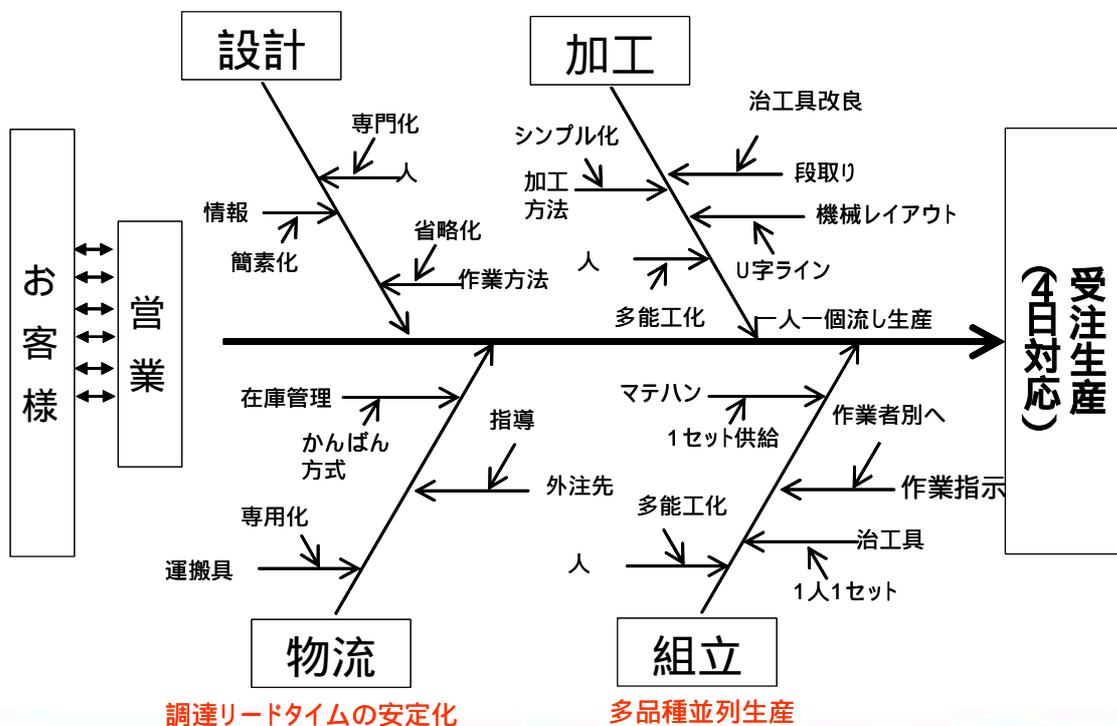
活動目標

1. 設計リードタイムの短縮
2. 加工リードタイムの短縮
3. 調達リードタイムの短縮
4. 多品種並列生産

への取り組みを行い、受注生産体制を整え、お客さまからのご要望に迅速にお応えしています。

設計リードタイムの短縮

加工リードタイムの短縮

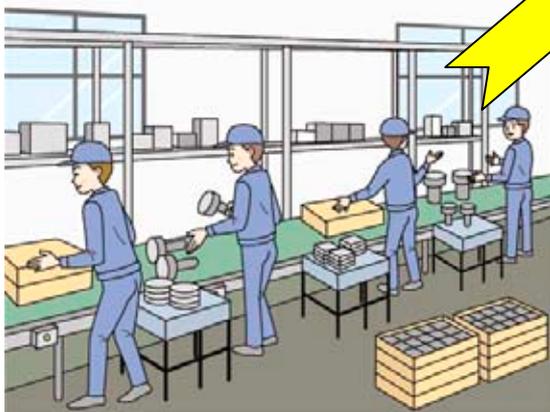
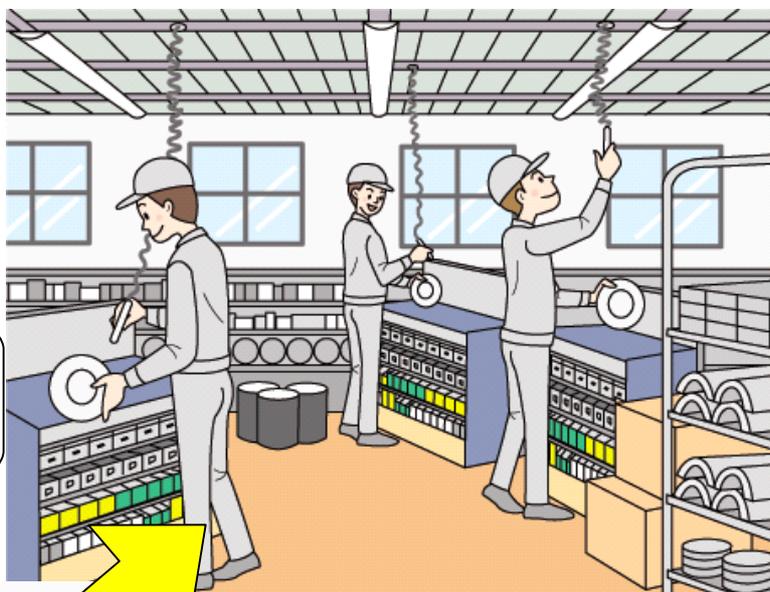


調達リードタイムの安定化

多品種並列生産

ベルトコンベア方式
から「一人一個流し
生産」方式へ

製品のバリエーションの
拡大と短納期に対応が可
能になりました



標準品 2,190機種（納期：4日間）

カタログ標準品、吐出方向違い、電源電圧違い、屋外使用。

準標準仕様 5,652機種（納期：1週間～1ヶ月）

接ガス特殊部材、耐熱仕様350～400、市販標準モータ仕様、カップリング直結。

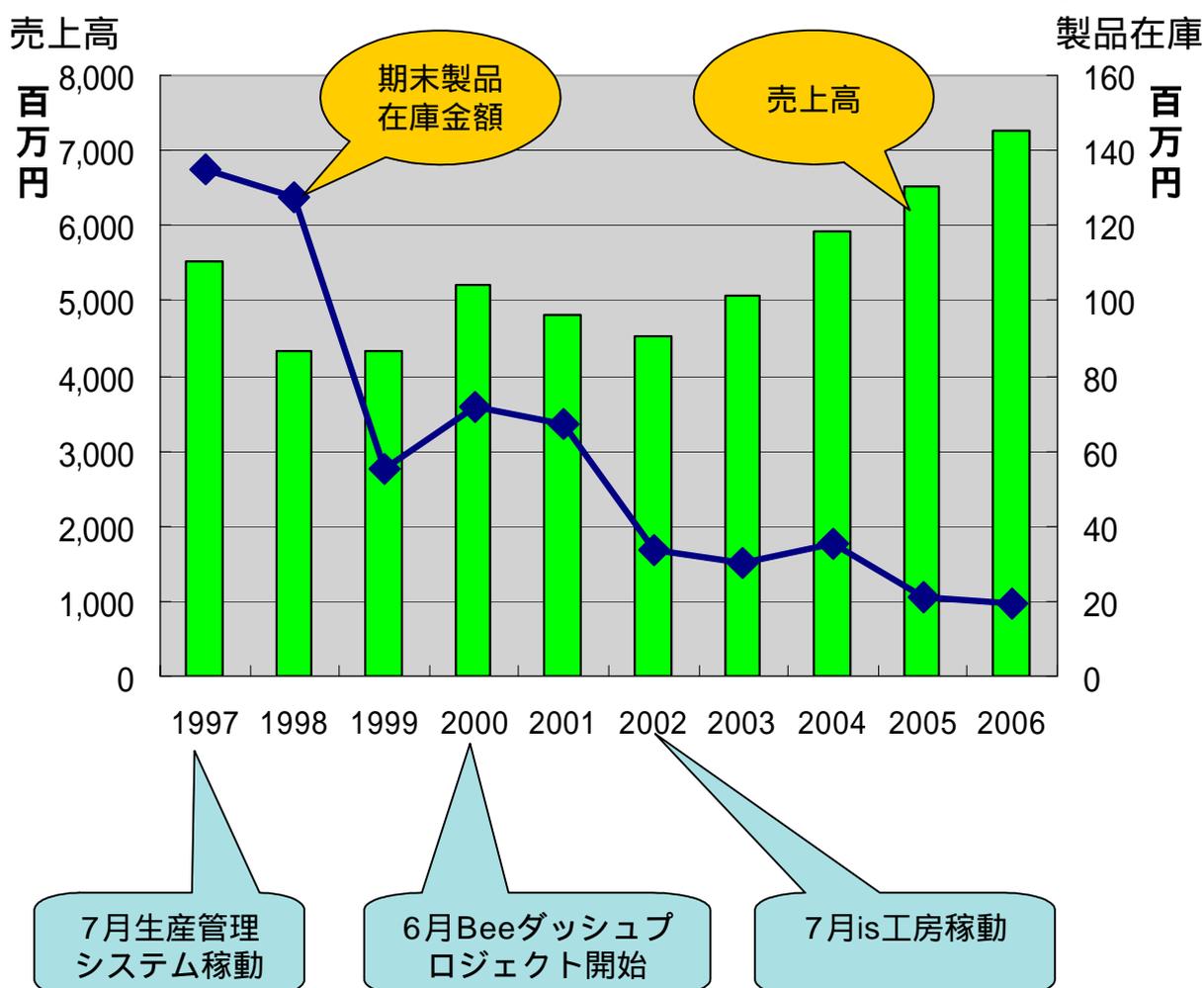
特注品

特殊塗装、特殊絶縁種、ドレン抜き、特殊軸封、特殊モータ使用、その他。



1997年から稼働している全社情報システム（SMIS）とBeeダッシュ活動によって、2,190機種の商品が受注後4日間で生産でき、お客さまが求められる最適商品を迅速にお届けできるようになりました。
 また、商品在庫の滞留はプロジェクト活動開始後、10日から0.9日に削減されました。

売上と在庫金額の推移（1997年～2006年）



生産工程は営業担当者が確保するので迅速な納期回答が可能になりました

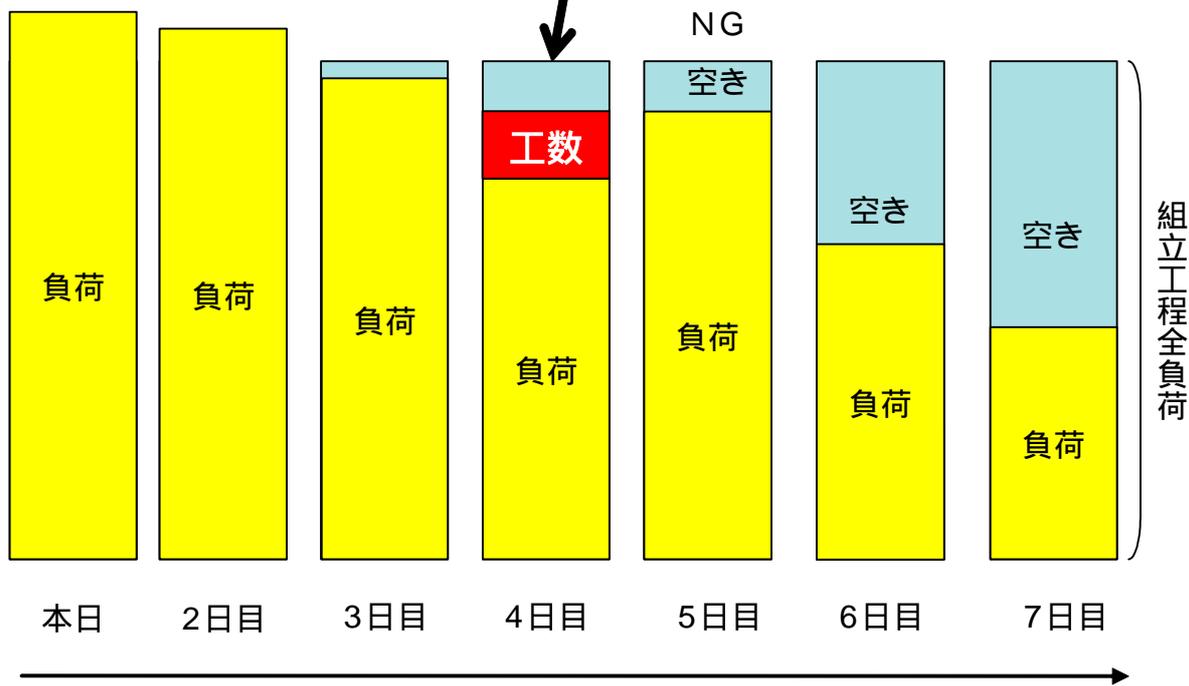


= 工数

ITだからこそ出来る仕組み

工場の空き工程があれば営業担当者が工程を確保が出来ます。
台数を押さえるのではなく、時間を押さえます。

4日目以降の直近工程を確保する仕組みです。



組立工程の負荷量は営業端末で確認が出来ます。

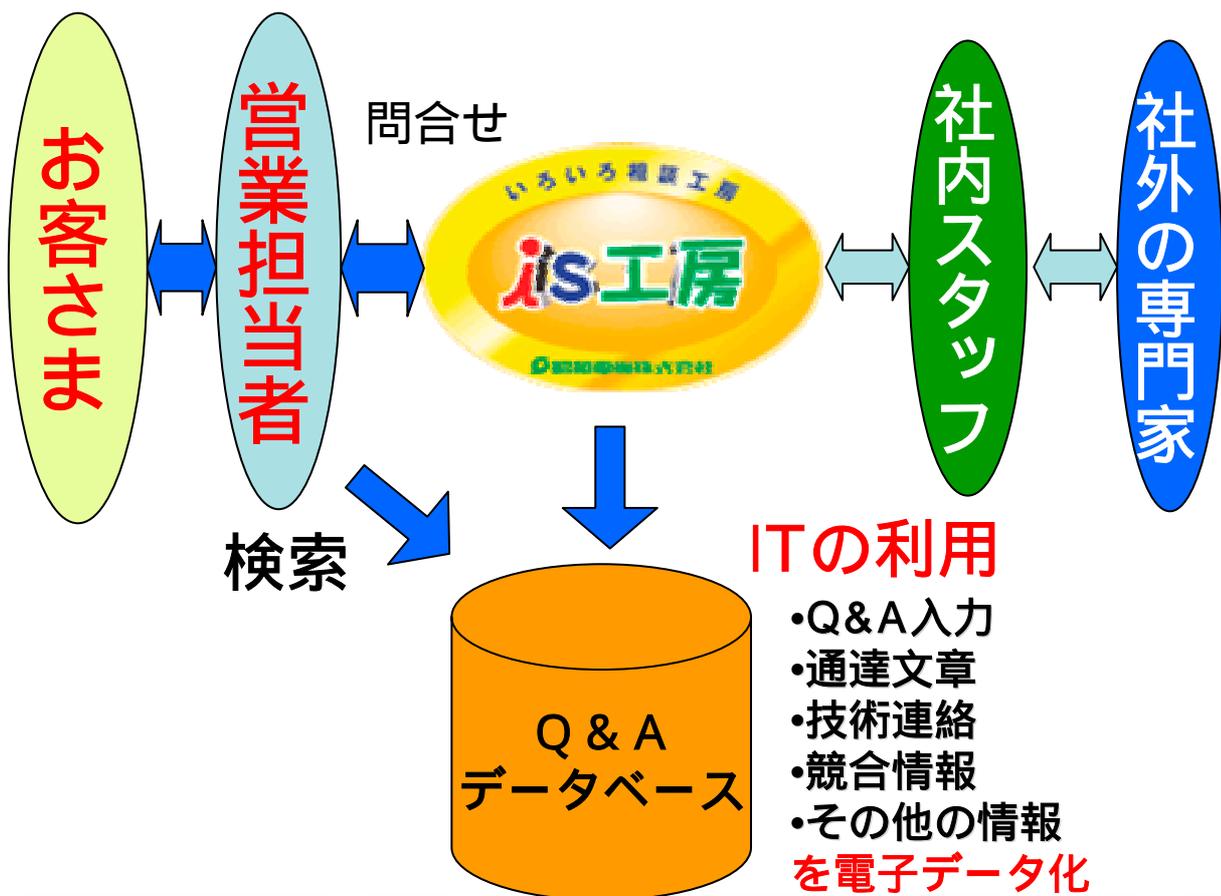
is工房

is工房はお客さまからのお問合せに迅速にお答えするための仕組みです

is工房は、お客さまが当社の営業担当者に問いかけた疑問・質問に即答する仕組みです。

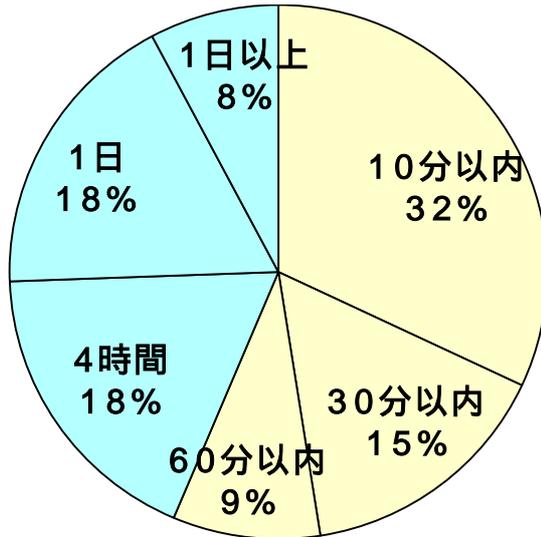
is工房は、担当スタッフと充実したQ&Aデータベース、社外の専門家によって構成されています。

お客さまは当社の営業担当者に疑問点をお尋ね頂ければ、あらゆる質問に迅速にお答えをお返しいたします。

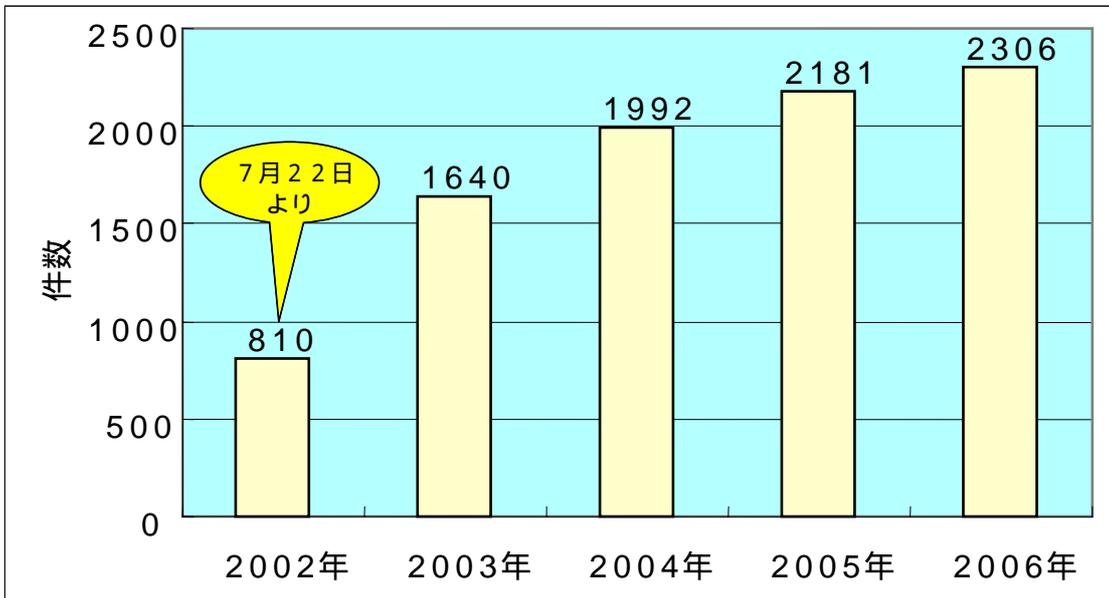


is工場の回答時間は32%が10分以内
56%は1時間以内に回答しています。
お客様の疑問に迅速に対応いたします

回答時間



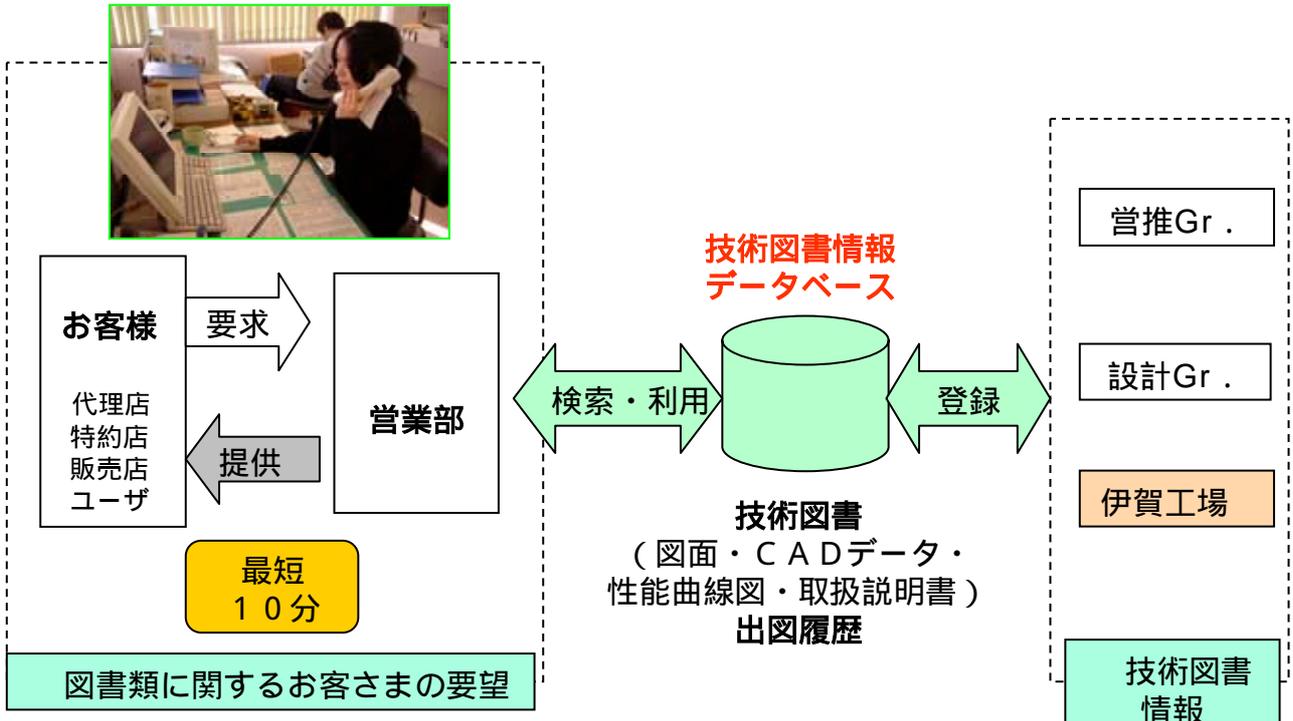
相談件数



年々相談件数が増加しており、
迅速な回答でお客様のお役に立っていることが分かります。

技術情報を迅速にお届けいたします

昭和電機は、豊富な技術情報をデータベース化しています。
 お客さまへ**最短10分**でお届けいたします。
 技術情報には、図面、CADデータ、性能曲線、取扱説明書等があります。
 お問い合わせをお待ちいたしております。

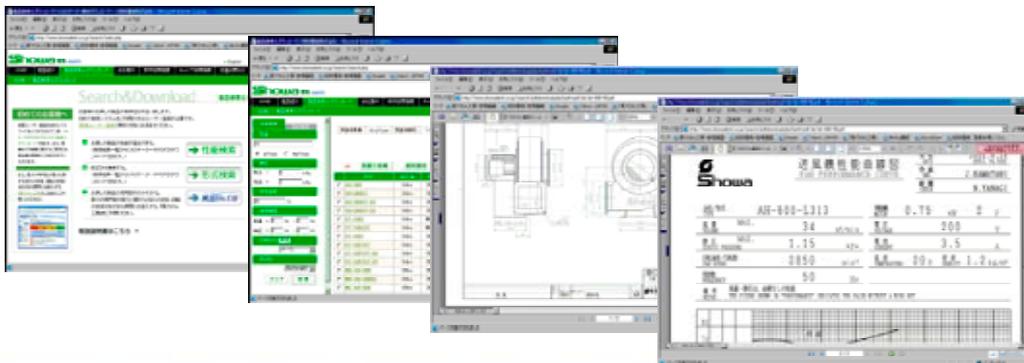


図書名	標準品		準標準		別注			
	リードタイム		リードタイム		リードタイム			
	以前	現在	以前	現在	図面有り		図面無し	
	以前	現在	以前	現在	以前	現在	以前	現在
納入仕様図	1日	10分	3日	20分	3日	30分	10日	1日
性能曲線図	1日	10分	1日	20分	3日	30分	3日	30分
見積書	1日	10分	3日	20分	3日	30分	3日	30分
CADデータ	1日	10分	3日	20分	3日	30分	3日	30分
取扱説明書	1日	10分	1日	20分	1日	30分	1日	30分

ホームページからは、昭和電機の持つ技術情報をダウンロードできます



昭和電機のホームページでは、技術情報を公開しています。必要な技術情報をダウンロードすることができ、お客さまの利便性の向上に貢献しています。



<http://www.is-kobo.com>

お客様の「？」を「！」に 「風力（かぜ）のis工房」
is工房を発展させお客様向けのQ&A相談コーナーを「風力（かぜ）のis工房」として公開しました。



おかげさまで、「風力（かぜ）のis工房」は、2007年1月現在、17,523名の方にご登録を戴いております。また、登録Q&A数は、1,095件となり、質問へのアクセス数も147,628件となりました。これからも充実したサイトをめざしてまいります。

共 育 (きょういく)

昭和電機では、教育ではなく、“共育”という文字を使います。

社員の共育訓練は、社員の顕在化した特性をより高度化すること、そして潜在的な特性を引き出すことがその目的である。

したがって、自主性や自発性そして創造性や協調性などを速やかに引き出し、かつ発揮させるためのものである。

企業の組織としては上位者から下位者への教育が業務の中で一般的なパターンであるので、上位者自身がまず燃えていなければ下位者の心へは火がつかない。

ゆえに教える側が成長しない限り教わる側は育たない。

このことから教育は相互の関係において育っていかなければならないのであり、従って「教育とは共育である」と考えなければならない。

「共育と共育訓練」

柏木武久

年間共育計画表

(全社)

共育名	対象部門 (対象者)	共育方法	実施部門	計画年月	単位
新入社員共育 (一次)	2007年4月入社新入社員	社内集合 社外派遣	総務Gr	4月	20
新入社員共育 (一次)	2006年4月入社新入社員	社内集合 社外派遣	総務Gr	3月～6月	2
ISO9001・14001内部監査員養成	各部門推薦者	社内集合	品質保証部 Gr	年間	10
評価者共育	一次評価者	社内集合	総務Gr	5月～10月	1
中堅社員研修	3等級クラスの若手	外部研修	総務Gr	4月～11月	2
Beeダッシュ改善活動	各部門選抜者	外部講師による 社内集合。OJT	各部門	年間	36
新情報システムに関する共通・部門用共育	全社員	社内集合・OJT	経営管理部	3月～10月	4
新グループウェア	全社員	社内集合・ OJT・自己啓発	経営管理部	3月～4月	2
環境問題への自覚啓発	全社員	Gr・拠点別勉強 会	総務Gr	年間	2
ライフプランセミナー	57歳～58歳到達社員	外部研修	総務Gr	7月～11月	1

(部門内共育)

共育名	対象部門 (対象者)	共育方法	実施部門	計画年月
SWOT分析強化研修	東部・西部ブロック拠点長、 中堅社員	集合研修	営業部	年間4回
顧客志向推進研修	営業部	集合研修	営業部	2006年～ 3から5年間
ISO9001・14001内部監査員の力量向上	内部監査員	OJT	生産部	年間
現場主義と実践	生産部チーフ以上	OJT	生産部	年間
生産管理、改善管理システムの構築	生産部、BeeダッシュP/T・ 3S+1SP/T	自己啓発・OJT	生産部	年間
製造技術力の向上	生技・現場チーフ以上	外部研修・OJT	生産部	年間
品質と原価管理	生産部Gr長	外部研修・OJT	生産部	年間
機械設計製図と機械要素	設計Gr長	OJT	生産部	年間
設計技術力の向上と原価低減	設計Gr長	OJT	生産部	年間
クレーム対応力の向上	チーフ以上	OJT	生産部	年間
公的資格取得 (第三種電気主任技術者)	営業推進Gr員	外部研修	生産部	8月
自部門の業務に関連する法令の理解	品質保証Gr員	自己啓発	品質保証部 Gr	年間
e-TAXに関する研修	管理Gr員	社内集合	管理Gr	1月～6月
プレゼンテーション	営業推進Gr員	外部研修	営業推進Gr	2月
EXCEL操作	営業推進Gr員	OJT、外部研修	営業推進Gr	上期
マーケティング	営業推進Gr員	OJT、外部研修	営業推進Gr	年間

協力会社とのパートナーシップ

昭和電機株式会社は、協力会社なくして語れません。送風機などに必要な部品やサービスを、最適なタイミングで最適な数量を提供して頂けるのは、長いお付き合いをして頂いている協力会社様のおかげです。

『昭栄会』 19社

昭和電機では、協力会社様の集まりである「昭栄会」に19社ご参画頂いております。

『昭栄会2世会（2006年春発足）』後継者の方の集まりである「昭栄会2世会」にも12社のご参画を頂いております。



勉強会風景

『勉強会』

協力会社の方々とは“ISO勉強会”を開いたり“IT活用勉強会”、“Beeダッシュ勉強会”を行い、相互の研鑽を行なっています。

『Beeダッシュ導入プロジェクト』

協力会社19社とともに、『Beeダッシュ導入プロジェクト』が開始され当社社員が協力会社さまにお伺いしています。

『取引年数』

昭和電機では、協力会社さまと共に繁栄するため、長いお付き合いをさせて頂いており、昭栄会にご参画いただいている企業様との平均取引年数は、20年以上になります。

外部研究機関とのパートナーシップ

現在4大学の研究機関と風力エネルギーの利活用について共同研究を行っております

A大学 工学部・機械工学科（エネルギー環境工学研究室）

現在ある3機の風洞実験装置を当社で製作・設置をした実績もあり、風洞実験装置や流体工学の面から流れに関する指導やアドバイスを頂いています。

B大学 工学部（応用数理工学科）

垂直軸風車の共同研究をはじめ、風力発電機装置について、指導やアドバイスを頂いています。

C大学 医学部（機能形態統御学講座 適応生理学分野）

プロアを用いた福祉機器の共同研究を行っています。

D大学 理工学部（精密機械工学科）

送風機の『騒音』を『快音』に近づける技術、音のチューニング技術の確立を目指し、共同研究中です。

外部コンサルタントとのパートナーシップ

生産部門

生産革新活動（Beeダッシュプロジェクト指導）（株）工業経営センター 茂木 一雄氏
製品の市場シェア拡大を目指し、ユーザからの多品種少量・短納期の要望に、原価を上げることなく生産し、他社との価格競争でも、原価を低減して利益を減ずることなく競争していける新たな生産方式及び新たな管理方式を構築しています。

販売

営業力強化 富士ゼロックス総合教育研究所

現状の営業活動を可視化し、問題を顕著化してその対応策を立案・解決し、お客様にとっての価値の創造を目指しています。

販売促進活動における営業の「型」の定着化を図っています。

～個人の経験を組織の経験に～

IT化促進

全社情報システム「HIT s」（ヒッツ）の開発 ITコーディネータ：岩佐 修二氏

ツトム経営研究所：森下 勉氏

業界内での情報処理の遅速をはじめ市場・社会環境の変化による絶対的相対的優位性に大きな影響を受け始めている現状に加え、IT現行システムの老朽化や期限の更新時期の到来、システムの複雑化など業務の効率化、スピードアップ等を革新的に進化させ双方向から響き合う情報技術システムの確立を目指します

管理

労務管理 川本経営管理事務所 川本 久美子氏

労働保健諸法令に関する事項の相談指導業務

環境分析（外部環境）

昭和電機では、今後の経営方針を立案するにおいて、まず自社の置かれている環境分析を実施しました。

1．昭和電機の置かれている現状・課題

(1) 外部環境《機会》

1) 日本国内での設備投資の増加

堅調な景気回復により、製造業において設備投資が増加の傾向にある。設備投資が増え産業機械類の生産が増えると、当社製品も平行して増加する。業種別では、半導体市場や自動車市場の伸びが顕著である。

2) 特注品仕様、短納期要望の増加

ユーザーは特別仕様製品や短納期要望が強く、標準的な製品では仕様を満足できない。顧客仕様に合わせた製品を短納期に提供することが求められている。

3) 環境意識の高まり

地球規模の環境悪化により環境意識への高まりがある。弊社でも集じん機やミストレーサによる環境保全への貢献を行なっている。

(2) 外部環境 《脅威》

1) 海外同業メーカーによる日本市場への参入

製造業全般にいえることであるが、日本の送風機市場においても、海外からの参入が増えてきている。

主として東アジアの同業メーカーからの安値攻勢により、一部に値崩れを起こすなどの競合激化を招いている。

特に、海外メーカーの場合問題は、コピーモデルが多く、ユーザーに混乱を招いている。この点は大きな問題点として取り上げて戴きたいと考えている。

2) 国内異業種からの参入による競合

日本国内にある異業種からの参入も起きている、特に汎用性の高い標準品においては、海外製品も巻き込み過当競争に陥っている。

3) 製造業の海外現地生産で、現地メーカーの採用増

我が国の製造業が海外進出を行い、現地において送風機が必要となった場合、現地において、現地メーカーの製品を採用するケースが増加している。

環境分析（内部環境）

（3）内部環境 《強み》

1）多品種小ロット生産体制が整っている

Beeダッシュプロジェクトによる生産革新活動により、「一人一個流し生産」を実現し、多品種小ロット生産が可能である。

Beeダッシュプロジェクトによる改善活動の結果、高品質な製品を、短納期にお納めすることができる。製造可能レンジも幅広く、お客さまのあらゆるニーズに対応できる。

2）社内情報の共有化が進んでいる

is工房による社内の情報共有化。

設計情報や製造情報、営業の各部門での情報共有が進んでおり、担当スタッフの配置と充実したQ&Aデータベースによって、お客さまから当社の営業担当者への質問に迅速にお答えをお返しすることができる。

営業による生産工程のコントロール

生産工程を営業がコントロールでき、お客さまへのご回答が迅速にできる。

技術情報の迅速な提供

技術情報データベースが充実しているので、お客さまが必要とする技術情報を全営業所から迅速に（標準品で10分以内）お届けすることができる。

3）経営哲学が浸透している

「共育」の徹底

社内全体に「共育」の精神が浸透し、トップをはじめ管理者に共育に関する意識が高い。

コアビジネスを守っている

風力（かぜ）をテーマに一貫した研究開発を行っており、その他の分野には逸脱しない。

（4）内部環境 《弱み》

1）年代が若く、技術の応用力や柔軟性が不足している

若手社員が多いため、技術の応用力が不足しがちである。特注品の標準品化などに応用力や柔軟性を充分発揮できていない。

2）販路が偏っている

販路が決まっているため、幅広いお客さまと接する機会が少ない。

3）危機感に乏しい

この数年は業績が好調に推移しているため、社内全体に危機意識が乏しい。

顧客価値創造のための重要成功要因

心くばり

昭和電機は、「環境へホスピタリティ」の実現が顧客価値の創造にとって重要であると考えています。

SWOT分析の結果を元に、「環境へホスピタリティ」の実践が重要であり、具体的には下記の3つの要素が重要成功要因であると考えました。

. ものづくり

知的資産のひとつである「Beeダッシュプロジェクト」による生産革新活動は弊社の強みであり、改善活動の結果「一人一個流し生産」を実現し、高品質な製品を短納期にお納めすることができます。また、この活動により、多品種小ロット生産も可能になっています。

また、弊社は製造可能レンジも幅広く、お客さまのあらゆるニーズに対応ができます。この活動を一層推進し、海外メーカーの上陸などの脅威に打ち勝ち、お客さまに喜んで頂ける製品作りをめざしていきます。

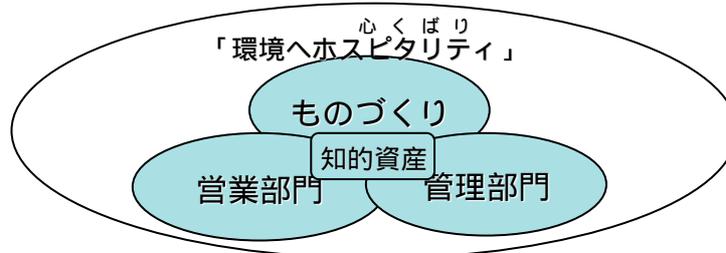
. 営業部門

知的資産のひとつである「is工房」や「風力(かぜ)のis工房」は、お客さまからの問合せ(ニーズ)に迅速にお答えできる機能を持っています。一方、営業担当者はお客さまと直接お会いすることで顧客ニーズを的確に把握できます。両者はともに、お客さまからのニーズを元に新製品の開発の役割を担います。顧客と接する機会の多いのは営業であり、顧客ニーズを把握し新製品開発の役割を担うべきは営業が最も相応しいと考えています。同時に、既存製品の用途開発や新販路の開拓の活動も推進していきます。

. 管理部門

ひとを育てることが企業の役割です。管理部門では、営業系や技術系、今後伸ばす専門分野の人材採用を行うとともに育成を進めていきます。

人はいくつになっても未開発の大資源であり、大きな知的資産です。知恵を出し合って新たな研究技術開発に取り組んでいきます。そのために従業員のモチベーション向上を図るプログラムを推進していきます。



顧客価値創造のための重要成功要因

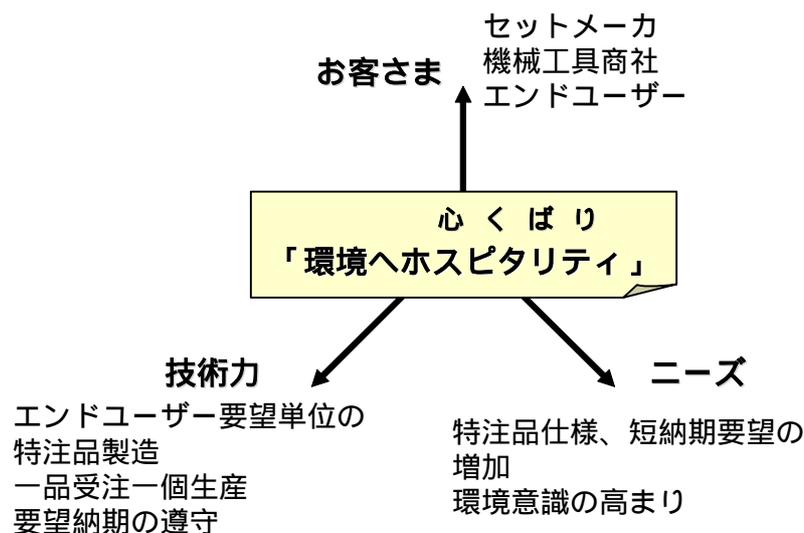
心くばり 「環境へホスピタリティ」

- 1 . 一般用途専用機からエンドユーザー要望単位の特注品へ、一層の充実を図る
(多様なニーズ=環境にやさしい製品づくりの強化)
- 2 . 受注生産から、多品種変量生産方式の一層の強化
(昭和電機の強みを生かした 受注 設計 生産へシフト)
- 3 . ユーザーの要望納期の遵守
(最適納期でのものづくりの実現)

クロスSWOT		外部環境	
		《機会》	《脅威》
		1) 日本国内での設備投資の増加 2) 特注品仕様、短納期要望の増加 3) 環境意識の高まり	1) 海外同業メーカーによる日本市場への参入 2) 国内異業種からの参入による競争 3) 製造業の海外現地生産で、現地メーカーの採用増
内部環境	《強み》	1) 多品種小ロット生産体制が整っている 2) 社内情報の共有化が進んでいる 3) 経営哲学が浸透している	顧客価値創造のための重要成功要因 「環境へホスピタリティ(心くばり)」 1 . 一般用途専用機からエンドユーザー要望単位の特注品へ、一層の充実を図る (多様なニーズへの対応) 2 . 計画生産から、一品受注一個生産体制の一層の強化 (昭和電機の強みを生かした 受注 設計 生産へシフト) 3 . ユーザーの要望納期の遵守 (最短納期でのものづくりの実現)
	《弱み》	1) 年代が若く、技術の応用力や柔軟性が不足している 2) 販路が偏っている 3) 危機感に乏しい	

新事業ドメイン

SWOTなどの分析を通じて、昭和電機では新たな事業ドメインを下記のように定義しました。セットメーカー、機械工具商社、エンドユーザーさまの特注品仕様、短納期要望の増加、環境意識の高まりに対して、エンドユーザー要望単位の特注品製造技術、一品受注一個生産能力、要望納期の遵守力等の技術力でお応えします。

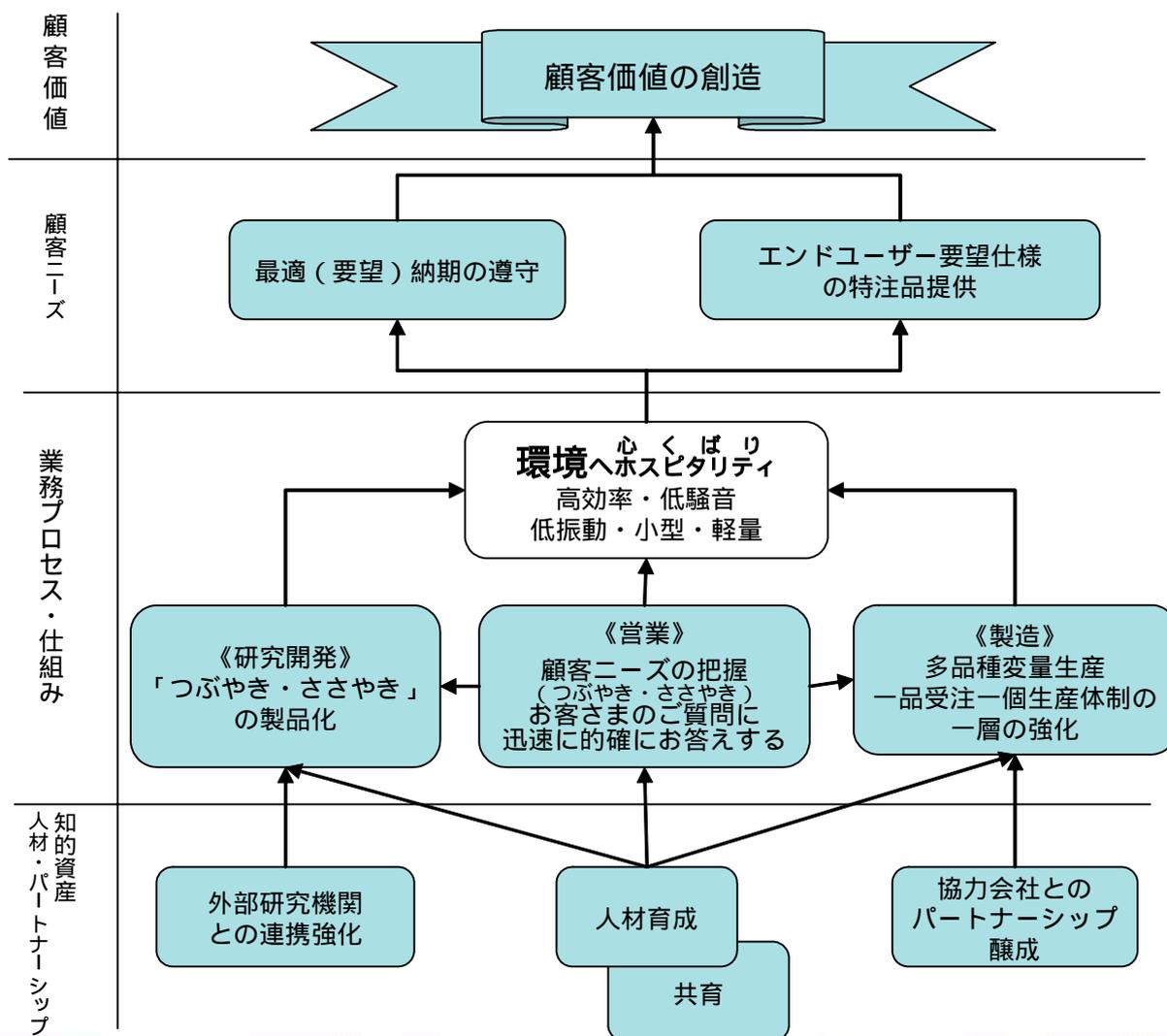


顧客価値創造ダイアグラム

昭和電機では、「顧客価値の創造」を実現するためのダイアグラムを描きました。

顧客価値の創造を実現する基本は、知的資産としての「共育」による人材育成や、外部研究機関との連携の強化、協力会社とのパートナーシップの醸成があります。

最もベースとなる知的資産を生かしながら、お客さまからの質問に迅速に的確にお答えする営業部門、お客さまのつぶやき・ささやきを「まずやってみよう精神」で製品開発に活かす研究開発部門、生産革新活動などの生産業務プロセスの改善を行なう生産部門。それらの業務の仕組みを活用し、お客さまのニーズである要望仕様の特注品生産、短納期のご要望にお応えし顧客価値の創造を推進します。



今後の経営方針

- 1 . 非上場の優良企業として質的拡大を進める
- 2 . 経営は4柱で安定成長を図る。
(送風機、集じん機、化学、健康福祉)
コア技術からは逸脱しない
- 3 . 業界別の専用機器の研究、開発、製造、販売を推進する。
- 4 . 環境に関わる政策を行なう
二次騒音の低減や快音化
高効率モータと高効率送風機の開発
- 5 . 営業系の政策
新製品開発 (つばやき、ささやきの収集)
新販路の開拓 (新しいチャネル)
新用途の開発 (既存製品の新しい用途開発)
商品力の強化 (優位性の向上)
- 6 . 「[★]医食住」市場のシェアアップ
- 7 . 知的資産の充実
外部人材の導入
外部の智と内部の智を掛け合わせる 視野を広げる
一層の「共育」の充実

上記の経営方針で臨んでいく

今後の経営方針

2012年 売上高 100億円をめざして

1. 戦力 1) 拠点最適配置化 2) 営業部100人体制	2. マーケティング力 1) 顧客熟知 = 顧客満足の充実 2) 市場熟知 = マーケティング力の向上	3. 顧客対応力 1) 特注品対応力のスピードアップ 2) サービス体制の充実
4. 競合他社 1) ライバル各社を熟知する 2) 優位性の確保	100億円達成 2012年	5. 価格政策 1) 顧客価値に連動する制度の確立 2) 価格体系の再構築
6. 商品力 1) 省エネ対策品の投入 2) 軽薄短小への挑戦	7. チャンネル政策 1) 現有代理店のシェア拡大 2) 商品類別販路開拓	8. 新商材 1) 業界別商品の開発 2) 環境改善商品の開発

中期見通し (2007年より2009年) 単位百万円

	2007年12月	2008年12月	2009年12月
売上高	7,700	8,123	8,570
経常利益	1,155	1,218	1,285
経常利益率	15%	15%	15%

投資等

	2007年12月	2008年12月	2009年12月
営業拠点設備投資		500	200
IT投資	300	100	50
ソーラー投資	35		
共育投資	35	35	35

キャッシュフロー

	2007年12月	2008年12月	2009年12月
営業活動によるCF	611	888	935
投資活動によるCF	311	703	234
財務活動によるCF	557	575	600

経営スタンス/リーダーシップ

経営スタンス・目標の共有、浸透の度合。

- (指標 - 1) 経営理念等の社内浸透度
当報告書「2.経営哲学」「3.環境方針」「4.品質方針」をご参照ください。
- (指標 - 2) 経営者による社外にむけた情報発信(対外広報活動)
当報告書「11.広報活動」をご参照ください。

選択と集中

製品・サービス(- 1 ~ - 3)、技術(- 4)、顧客・市場(- 5)等の選択と集中の状況。選択と集中はビジネス類型により特徴が左右される為、ビジネス類型についての説明(ビジネスモデルの基本的な構造やBtoB、BtoCの売上構成の数字を含む)がその前提として行われることが望ましい。

- (指標 - 1) 主力事業の優位性(売上比、利益比、利益率)
全事業における、電動送風機(主力事業)の各々の占める割合
- (指標 - 1 - 1) 電動送風機の売上全体に占める割合
= 40.4億 ÷ 72.7億 = **55.6%**
- (指標 - 1 - 2) 電動送風機の営業利益に占める割合
= 9.1億 ÷ 17.5億 = **52.0%**
- (指標 - 1 - 3) 主力事業の営業利益率 = **22.5%**
- 参考指標 多品種変量生産:一品受注一個生産体制
生産性、在庫金額:6.事業展開 「売上と在庫金額の推移」をご参照ください。
- (指標 - 2) 主力製品・サービスを提供する同業他社数の加重平均
主力事業(電動送風機)の同業他社数 = **およそ5社**
- (指標 - 3) 不採算部門の見直し実績
2001年に業務用クリーナ(年商8,700万円)と高圧洗浄機の販売を中止し、
2002年に電動工具(同7,000万円)、2005年にポータブルファン(同3,700万円)といった創業商品の販売中止を決断しました。
- (指標 - 4) R&D集中度
主力製品に関連するR&D投資額(年間) ÷ 全R&D投資額
該当なし
- (指標 - 5) 市場の差別化
特定ユーザ、市場を対象とする製品・サービスの売上高 ÷ 全社売上高
特定できず
指標 - 1と同様
- (指標 - 6) 従業員の評価システム
正規従業員数 ÷ 全社従業員数 = **97.5%**

対外交渉力/リレーションシップ

川上、川下など対外的な関係者「販売先、顧客（ - 1 ~ - 5 ）、仕入先（ - 6 ）、資金調達先（ - 7 ）」に対する交渉力、関係性の強さ。

（指標 - 1 ）主力事業における主力製品・サービス別シェア加重平均
主力事業(電動送風機)における市場シェア = 約 40%(推定)

（指標 - 2 ）顧客満足度
任意の調査方法（調査方法を明記）、外部リソースによるリサーチ結果、アンケート結果等を利用して顧客満足度の状況。

6.事業展開をご参照ください。

参考指標 最適（要望）納期遵守率
納期遵守率 99.8%
is工房回答時間、is工房問合せ件数
6.事業展開「is工房」をご参照ください。

（指標 - 3 ）客単価の変化
1 販売件数当たりの売上高の対前年比 **103.7%**

（指標 - 4 ）新規顧客売上高比率（対法人）及び新規顧客会員数の対前年伸び率
（対個人）新規法人顧客売上÷売上高
主に代理店販売のため実数は不明

（指標 - 5 ）原価の変化に対する出荷価格の弾性値（価格転嫁能力）
電動送風機出荷価格単価の変化率（対前年比）
÷原価変化率（対前年比）= $1.1168 \div 1.107 = 1.088$

（指標 - 6 ）原材料市況変化に対する仕入原価の弾性値（交渉力）
主要な調達先との間での仕入価格の変化率（対前年比）
÷当該調達先の原価の変化率
不明

参考指標 協力会社とのパートナーシップ醸成
主要協力会社のうち、Beeダッシュ取組企業数 3社
同 ISO9001取得企業数 3社

（指標 - 7 ）資金調達
有利子負債の借入約定金利 - プライムレートの年間平均値
（有利子負債は、金融機関、社債、その他に分ける）
該当なし

知識の創造 / イノベーション / スピード

新しい価値創造の能力効率、事業経営のスピード。

- (指標 - 1) 売上高対研究開発費 (または能力開発費)
 年間研究開発費 ÷ 年間売上高及びその対前年比
 =11,435千円 ÷ 6,512,005千円=0.17%(2005年度)
 =20,949千円 ÷ 7,272,816千円=0.28%(2006年度)
 年間共育費 ÷ 年間売上高及びその対前年比
 =17,388千円 ÷ 6,512,005千円=0.26%(2005年度)
 =38,744千円 ÷ 7,272,816千円=0.53%(2006年度)
- (指標 - 2) 外部委託研究開発費比率
 前年度の外部委託研究開発費 ÷ 当年度の研究開発費総額
 =6,000千円 ÷ 11,435千円= 52%
- 参考指標 外部研究機関との連携強化
プロジェクト完成数 風洞実験装置 1件
- (指標 - 3) 知的財産の保有件数、賞味期限 (経済的に意味のある期間)
 「特許権」 : 8件
 「実用新案」 : 6件
 「意匠権」 : 2件
 「商標権」 : 14件
- (指標 - 4) 新陳代謝率 (従業員平均年齢とその前年比)
 従業員平均年齢とその前年比
 2004年 38.4歳
 2005年 38.2歳
 2006年 38.1歳
- (指標 - 5) 新製品比率
 提供後3年以内の製品・サービス売上高 ÷ 全社売上高
 1,218,261千円 ÷ 7,272,816千円=16.6%
- 参考指標 主要製品の**新製品開発数 (オプションは除く) 2004年以降 2170機種**
特注品提供台数 (主要製品 2006年度実績) 29,604台
特注品提供率 (主要製品 2006年度実績) 51.8%

チームワーク / 組織知

組織 (総合) 力、個々の能力等の組織としての結合状況。

- (指標 - 1) 社内改善提案制度・改善実施件数
2006年度おせっかい提案件数 135件、改善実施件数 14件
- (指標 - 2) 部門横断的なプロジェクトの数
4プロジェクト
- (指標 - 3) 従業員満足度
コミュニケーションシートを使った年間3回のマンツーマン方式によるヒアリング
- (指標 - 4) インセンティブシステム (年俸制等)
年俸制はないが、社員持株制度がある
- (指標 - 5) 転出比率 (2006年度)
 従業員の離職率 ÷ 全従業員数
 =離職者7名 ÷ 全従業員数167名
 =4.19%

リスク管理 / ガバナンス

リスクの認識・評価対応、管理、公表、ガバナンスの状況。

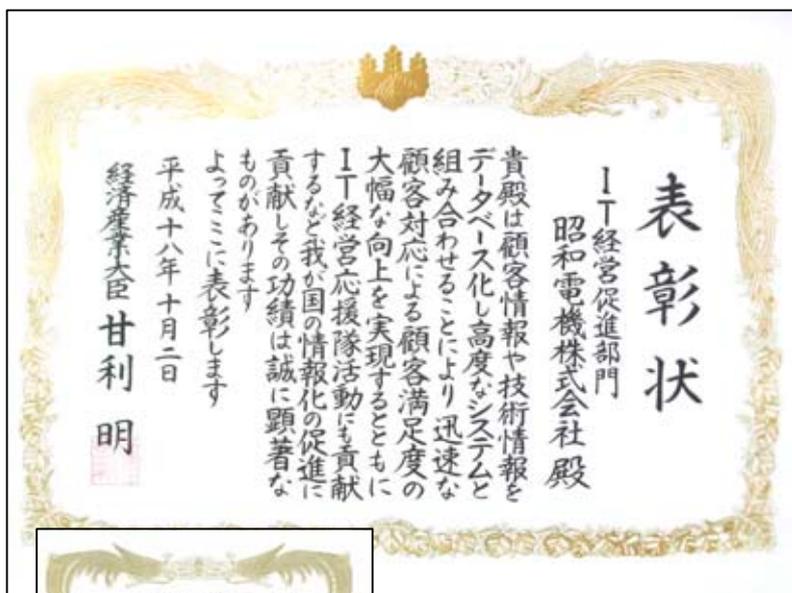
- (指標 - 1) コンプライアンス体制
リスク対応・コンプライアンス教育年間総時間 ÷ 全従業員数
該当なし
- (指標 - 2) リスク情報のプレス公表件数及びトラブルのプレス公表スピード
リスク情報の公表実績数、トラブル発生から公表までの時間
該当なし
- (指標 - 3) リスク分散状況
原材料、部品の主要調達先の数
仕入れ総金額の80%で25社
- (指標 - 4) 被買収リスク
該当無し
- (指標 - 5) 訴訟係争中の案件における賠償請求
なし
- (指標 - 6) 営業秘密の漏洩リスク（営業秘密の数とそれを扱うコア従業員比率）
営業秘密の取扱いに関する内規の有無、およびその内容
営業秘密として管理している情報の数
不明

社会との共生

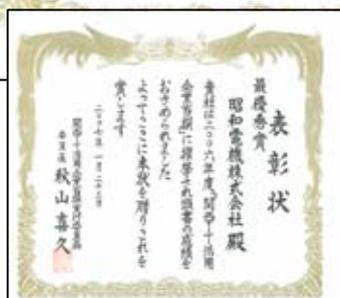
地域・社会等への貢献等の状況。

- (指標 - 1) 環境関連支出投資額
環境汚染防止、CO2排出抑制、廃棄物量削減、環境配置型新製品開発等
のための費用（年間）
不明
- (指標 - 2) S R I（社会的責任投資）ファンド採用数
該当なし
- (指標 - 3) 企業イメージ調査・ランキング
国、自治体、NGO、国際機関等からの表彰実績（年間）
当報告書「受賞」をご参照ください。

2006年10月2日 経済産業大臣賞を受賞しました



IT経営百選 最優秀賞
独立行政法人 情報処理推進機構



関西IT活用企業百選 最優秀賞
関西IT活用企業百選実行委員会

- 2007年 1月23日 関西IT活用企業百選 最優秀賞
関西IT活用企業百選実行委員会
- 2006年11月22日 関西地区における情報化の促進賞
財団法人 関西情報・活性化センター
- 2006年10月24日 IT経営百選 最優秀賞
独立行政法人 情報処理推進機構
- 2006年 5月17日 第2回IPA賞 IT化促進部門賞
独立行政法人 情報処理推進機構
- 2005年 9月12日 生産経営賞
工業経営研究学会
- 2005年 5月18日 IT経営百選 最優秀賞
独立行政法人 情報処理推進機構
- 2005年 1月17日 地域社会貢献者賞
日刊工業新聞社
- 2004年 3月 8日 関西IT活用企業百選 最優秀賞
関西IT活用企業百選実行委員会

講演活動

年	月・日	セミナー名	主催者
2002	10月1日	情報化月間	ITコーディネータ協会
2003	1月23日	大阪府情報化	K I I S
2004	3月11日	関西IT百撰フォーラム	関西IT百撰委員会
	6月18日	ホームページの活用法	ORDベンチャー21委員会
	8月28日	ITC Conference 2004	ITコーディネータ協会
2005	2月2日	IT系研究会2005(福井)	福井県情報化支援協会
	5月10日	西岡総研第2回IT化事例研究会	西岡総研
	7月21日	“IT経営応援隊in富山”事例発表セミナー	中部IT経営応援隊
	7月26日	IT経営応援隊情報化支援セミナー	ITコーディネータ京都
	9月30日	IT経営応援隊セミナー in 岐阜	中部IT経営応援隊ぎふ事務局
	11月26日	関西IT経営応援隊和歌山セミナー	和歌山ITコーディネータ協議会
	12月4日	関西IT経営応援隊和歌山セミナー	和歌山ITコーディネータ協議会
	12月8日	IT利活用成功事例発表会	NPO法人経営応援隊さんいん
2006	6月7日	四国IT経営普及セミナーin高松	財)かがわ産業支援財団
	10月19日	経営改革事例セミナーと実践研修会	四国IT経営応援隊事務局
	11月9日	CBC経営セミナー	奈良中央信用金庫
	11月16日	大西経済研究所セミナー	大西経済研究所
	12月6日	第8回全国コミュニティ大会	ITコーディネータ協会

工場見学会実施回数とご参加人数

	回数	人数
2004年	37	785
2005年	43	649
2006年	35	393

本社

〒574-0052 大阪府大東市新田北町1番25号

電話 072(871)1061(代)

創業：1950年6月29日

資本金：8,850万円(2006年現在)

社員数：167名(2006年12月現在)

(222名・グループを含む)

工場資格・許認可

ISO14001 認証取得

ISO9001 認証取得

日本工業規格(JIS)表示認定工場

通産省交流電動機等応用機器類製造事業

防爆構造電気機械器具検定合格

建設業知事許可

防衛庁物品製造納入A級資格

大阪府空調設備器材製作および製品指定

大阪市都市整備局一般機器指定メーカー

東京支店

〒121-0061 東京都足立区花畑4丁目30番5号

電話 03(3884)3201 FAX 03(3884)3130

厚木営業所

〒243-0032 神奈川県厚木市恩名一丁目20番30号

電話 046(221)6501 FAX 046(221)6507

北関東営業所

〒379-2304 群馬県太田市大原町2380-2

電話 0277(78)6431 FAX 0277(78)6430

仙台営業所

〒984-0015 宮城県仙台市若林区卸町2丁目2-1

電話 022(238)3330 FAX 022(238)3332

名古屋支店

〒457-0001 名古屋市南区平子2丁目21-13

電話 052(821)1211 FAX 052(821)3573

静岡営業所

〒422-8035 静岡市駿河区宮竹1丁目14番24号

電話 054(237)2441 FAX 054(237)4048

金沢営業所

〒920-0005 金沢市高柳町5丁目6番1号

電話 076(251)8963 FAX 076(251)8967

大阪支店

〒536-0005 大阪市城東区中央2丁目12番14号

電話 06(6932)1221 FAX 06(6939)3711

福岡営業所

〒812-0004 福岡市博多区榎田2丁目7番14号

電話 092(472)6631 FAX 092(474)1850

岡山営業所

〒700-0971 岡山市野田3丁目13番39号

電話 086(242)3351 FAX 086(242)3361

大東工場

〒574-0052 大阪府大東市新田北町1番25号

電話 072(871)1061 FAX 072(870)8629

伊賀工場

〒519-1412 三重県伊賀市下柘植5030

電話 0595(45)2721 FAX 0595(45)5025

昭和電機札幌(株)

〒061-3241 北海道石狩市新港西1丁目712番地4

電話 0133(73)5091 FAX 0133(73)5093



出力300KW試験装置



粒径粒子数測定試験



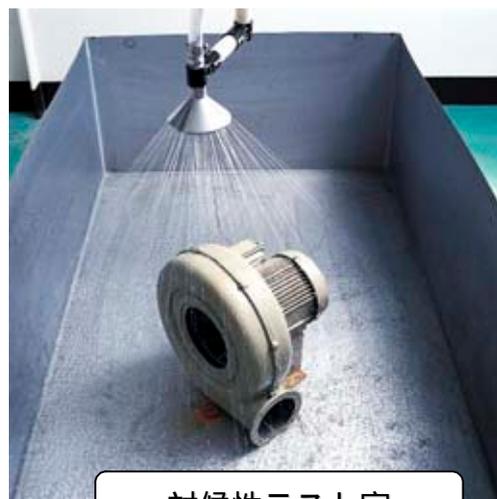
-25 耐寒試験室



400 耐熱試験室



無響音性能測定室



対候性テスト室



風源堂（ショールーム）

風源堂には、昭和電機がつくってきた製品を一室に展示しています。

過去、現在、そして未来へとつながる製品を見ながら、メーカーとしての思想・哲学・理念を感じとっていただける内容になっています。社会にとっての存在価値を自問自答する場でもあります。



太陽光発電装置

大東工場の屋上に太陽光発電装置を設置しました。容量100kWです。

きらっとガーデン（屋上庭園）

（1周150mのトラックを併設）

緑の中で、健康な体と健全な心がバランスよく調整できる庭園。

走るもよし、ベンチで読書するもよし。最近では家庭菜園を楽しむ社員もいます。





知isロダン（図書室）

栄養が濃縮されているチーズ。知識が濃縮されている図書館。それに「考える人」のロダンを加えて、「知is（チーズ）ロダン」と名付けています。運用は社員が委員会を作り行っています。

八新館（多目的ホール）

八分求新館。食事だけでなく、人々が集まりコミュニケーションや情報の共有化が図れ、リラックスできる場所です。



きらっと（ウェルネスデザインルーム）

心身を健全にしてバランスよく調和させることで「きらっと」輝く人をつくるスペース。

13．知的資産報告書とは

「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。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、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います。

14．本書ご利用上の注意

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います。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を生じることもあり、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。

15．お問い合わせ先

昭和電機株式会社 営業推進グループ 栗山 隆史
〒574-0052 大阪府大東市新田北町1番25号
電話 072-870-5708 FAX 072-870-8629
E-mail kuriyama@showadenki.co.jp

