

# 知的資産経営報告書



2024年7月  
葵工業株式会社

# 目 次

1. ご挨拶	3
2. 経営哲学	4
3. 事業概要	5
4. これまでの事業展開	8
5. 自社の強み・優位性(知的資産)	11
6. 市場環境	17
7. これからの事業展開	20
8. 会社概要	23
9. あとがき	24

## 表紙の写真について

①	②	③	
④			
⑤	⑥	⑦	⑧

表紙写真①:放電加工機で使用される電極  
表紙写真②:工具顕微鏡での製品測定  
表紙写真③:製品を成形する様子  
表紙写真④:社屋外観写真  
表紙写真⑤:製品の梱包作業  
表紙写真⑥:製作の打合せの様子  
表紙写真⑦:当社が生産している製品  
表紙写真⑧:精密プラスチック成形金型

# 1. ご挨拶

当社は1963年11月に東京目黒にて、大手電気メーカーの下請けとして、電源スイッチ等の樹脂プラスチックの成形加工を主に設立を致しました。

その後、大手電気メーカーの事業拡大を目的とした東北進出に伴い、同社より設備貸与も受けて、1971年に現在の宮城県栗原市に工場移転し、事業も順調に進んでおりました。

しかしながら、大手電気メーカーの海外への工場移転に伴い仕事が激減し、社員の危機意識が高まりました。プラスチック金型の設計・製作・量産加工を強みにして、それまでの一社依存から顧客を増やし、コネクタメーカー、車載メーカー、医療メーカーと販路が広がってきました。

その後、2007年にISO9001を認証取得し、安定した品質管理のもと、部品の供給が出来るようになりました。

昨今では、リーマンショック、東日本大震災、コロナ禍を経験し、なんとか乗り越えて来ました。ひとえに当社、社員一人ひとりの知恵と努力の賜物と思います。

現在、人手不足、働き方改革などの新たな課題に直面しています。この知的資産経営の研修を行うことで、もう一度当社の歴史を振り返り、変わらざるを得ない価値観を社員とともに考えたいと思っております。

今後はさらにどのようにしたら、お客様の望む製品(金型・量産品)を作っていくか、効率性・生産性の向上を念頭に、日々研鑽しながら当社の社員と共通の目的意識を持つ意味での本報告書にしたいと思っております。



2024年7月

葵工業株式会社

代表取締役 宮澤 甲一



## 2. 経営哲学

### (1) キャッチコピー

私達のものづくりは地域と共に成長し、  
お客様の想いを形にします

### (2) 経営理念

自然を愛し、社会に貢献し、人の幸福を創造する

現在、私達を取り巻く環境は、DX・カーボンニュートラル・SDGsを基軸(自然)とした大きな転換の時期にあります。

その転換期を支える製造業としての役割を、社員一人一人が果たすことに喜びを感じられる社風づくりを目指します。

その中で社員が成長し、当社で働く事で生きがいを見つけ、幸せになっていく事を望んでいます。

### (3) 行動指針

- 1、常に安全を最優先として行動します
- 2、元気な挨拶を心掛けます
- 3、整理整頓、身だしなみを常に心掛け実施します
- 4、ルールは守るものとの考えで行動します
- 5、ためらわず、考えと疑問を伝え話し合います
- 6、半分教え半分考えさせて育てます
- 7、お客様の多様な変化・要望をしっかりと傾聴します

### 3. 事業概要（1）

#### (1) 事業内容

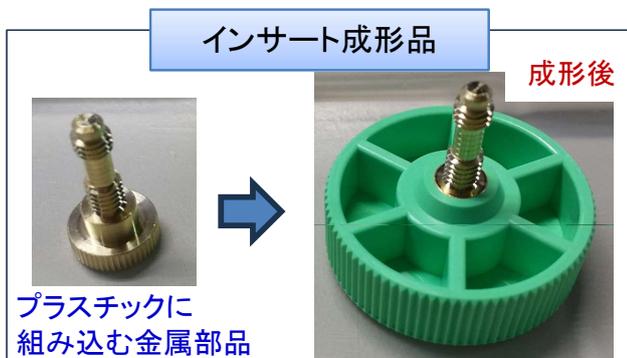
葵工業株式会社は1963年に東京・目黒でインサート成形主体の製造業として設立しました。1971年に当時の主要顧客である大手電気メーカーの東北進出に合わせて宮城県栗原市金成町に移転してからは、本格的に金型設計・製造も開始し、プラスチック成形加工と二本の柱として事業を進めてきました。お客様に満足していただける品質の製品を安定供給し、お客様の信頼に応えるパートナーとして日々取り組んでいます。

#### (2) 各事業(商品・サービス)について

##### ① プラスチック成形加工事業

1963年の創業時から取り組み、当初はインサート成形主体から始め、顧客からの製造移管で熱硬化性樹脂の成形も開始しました。工場の増築、設備の導入を重ね、コネクタ製品や自動車電装部品と取扱製品を拡大してきました。

現在はさらに顧客数も増加し、家電、自動車、医療、OA関連と多くの市場へ当社のプラスチック部品を供給しています。



創業当時から力を入れているインサート成形品  
プラスチックに金属部品を組み込む成形です



設備導入も積極的に行ってきました



プラスチックに金属を組合せるインサート成形



検査では不良品を厳しい目で見つけます

### 3. 事業概要（2）

#### (2) 各事業(商品・サービス)について

##### ② 金型設計・製作事業

1990年頃より本格的に金型設計・製造に力を入れ始めました。それまで大手電気メーカーの金型をつくっていた実績の積み重ねや、金型製造用の新設備を導入したことにより、金型の新規顧客も増えました。

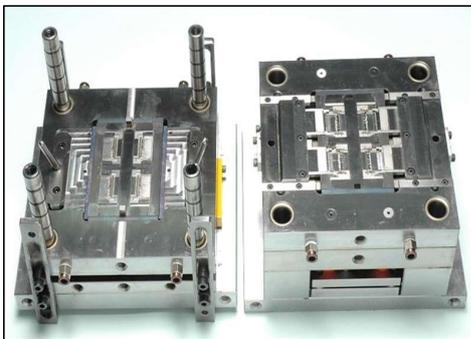
2007年以降は、3DCAD・CAM、マシニングセンタの導入、専門人材の採用と育成で技術力を上げてきました。現在はその技術力から、常に一回の試作でトライサンプルを提出できる、精度の高い金型を製作できています。



2015年から本格始動したマシニングセンタです



放電加工機(左)と使用する電極(右)です



精度の高い金型をつくる技術力があります

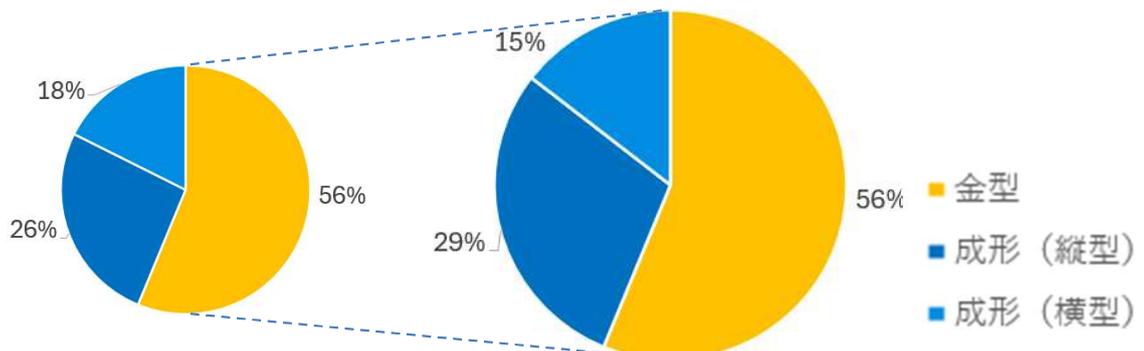


スキルを持った人材が育っています

#### <売上構成比>

直近期売上 4.3億円

3年後売上 6億円



### 3. 事業概要（3）

#### (3) 業務プロセス

業務プロセス名	プラスチック成形/金型設計・製作
営業	<p>既存顧客へのルート営業を実施するとともに、積極的に客先からの視察を受け入れており、現顧客の9割が継続顧客となっている。</p> <p>新規顧客の開拓は商談会への参加や、地域での交流を通して拡大を図っている。近年は飛び込み訪問も始めている。</p>
生産計画 工程設計	<p>(成形)生産管理マスターをもとに週ごとに生産スケジュールを計画し、内・外作の決定を行う。試作(トライ)計画も同様に行う。</p> <p>(金型)設計および部品製作の社内と外注の振分を行い、設計図面作成しその後の工程計画を立てる。</p>
仕入	<p>生産管理マスターからの発注情報を基に在庫を引き当て、選定した仕入先へ材料や部材を発注する。金型の資材についてはエンジニアがネット購入する場合もある。</p> <p>発注先に対し納期管理を行い、納入時には検収にて確認する。</p>
生産 製造	<p>(成形)標準化された手順書に沿って段取り、加工をする。</p> <p>(金型)設計した図面・データをもとに、標準化された手順に従って加工、組立する。</p>
検査	<p>(成形)標準化された手順書・検査基準に沿って受入・工程内・最終の各段階で対応している。</p> <p>(金型)専門検査員による顧客指定内容に基づいた検査を実施している。</p>
梱包・出荷 アフターフォロー	<p>出荷計画に沿って計量し梱包・出荷する。</p> <p>顧客からのクレーム情報を社内で共有し、品質管理課による生産現場のパトロール実施で改善につなげている。</p>

## 4. これまでの事業展開（1）

### （1）会社の沿革

期間	年度	出来事	知的資産との関係
創業期	1963	本社設立。初代社長 宮澤成芳	【人的資産】 移転後100名を超える地元社員が集まる
	1967	東京都目黒に営業所開設	【組織資産】
	1971	宮城県栗原市金成町に工場移転	成形に関する技術力・ノウハウが蓄えられる
	1973	インサート成形、熱硬化性の加工開始	社員満足度向上を目的とした福利厚生施設整備に注力
	1976	現技術部長(前工場長) 二階堂正明入社	【関係資産】
	1980	成形工場を増築	主要顧客の大手電気メーカーとの信頼関係が構築される
	1984	熱硬化性自動機成形工場を増築	
	1987	福利厚生棟、社員食堂を増改築	
自立転換期	1990	本格的に金型設計・製造展開	【人的資産】 宮澤現社長はじめ現在の主力となる社員が数多く入社
	1991	事務管理棟の改築・増築完了 放電加工機を購入	【組織資産】
	1993	プレス工程を自社で開始	金型、プレス工程等、技術力の幅が広がる
	1994	成形メーカーA社・B社と取引開始	ISO9001取得により品質向上の仕組みができる
	2003	現社長 宮澤甲一 入社	【関係資産】
	2007	ISO9001認証取得 3D設計開始	既存の主要顧客以外の新規顧客の開拓
	2008	リーマンショックにより受注が激減	多彩な関係構築が進む
復活改革期	2011	先代が他界、宮澤甲一 社長就任 東日本大震災被災	【人的資産】 専門人材の採用が進む
	2014	本社登記を長野から宮城県栗原市金成に移転	【組織資産】
	2015	マシニングセンタを導入 商談会からパロマとの取引を開始	マシニングセンタの本格始動、品管業務の増加に合わせて育成を行う
	2019	現場パトロール開始。クレーム数減少 就業時間を変更し週休二日制に移行	働きやすい職場づくりに意識的に取り組む
	2020	自動画像測定器導入による効率化推進	【関係資産】
	2020	阿部輝彦 専務取締役就任	新規顧客の開拓がさらに進む
	2021	技能検定を推奨する仕組みをつくり、社員のレベルアップを図る	宮城県への本社登記により県内金融機関、同業他社との関係構築が進む

## 4. これまでの事業展開（2-1）

### (2) 経営戦略の変遷

期間	戦略・方針	取組み	投資(内容・金額)
創業期 1963年 (昭和38年) ～ 1989年 (平成元年)	大手電気メーカーからの依頼に応え、事業規模を拡大する	インサート成形を主体に増産を行う。大手電気メーカーの要望に応え関係を強化。地元社員の採用。	会社設立(法人化) 金成町に移転 工場の新築・増築 福利厚生棟の新築・増築
	成果		課題
	大手電気メーカーの仕事が最盛期で売上が順調に拡大。社員数が100名近くになる。	大手電気メーカーの海外工場建設により、同社への一社依存では仕事が無くなっていく危機感を持ち始める。	
			
	先代社長の宮沢成芳。設備も積極的に導入しました。	主要顧客からの表彰。関係性を深めてきました。	1970年の会社周辺の様子。栗原電鉄が走っていました。

期間	戦略・方針	取組み	投資(内容・金額)
自立転換期 1990年 (平成2年)～ 2010年 (平成22年)	一社依存からの脱却を図る。金型の製造事業を柱の1つとして育てる。	本格的な金型設計・製造を展開。プレス工程の内製化。新規顧客の開拓を進めた多くの社内イベントを実施。	ISO9001の認証取得 3D設計の開始 事務管理棟の増改築 放電加工機の導入
	成果		課題
	金型と成形の二本柱ができ、現在の主要顧客と取引開始。一社依存から脱却する。ISO取得し営業にもつながる。社員のスキル向上。	リーマンショックを機に倒産する同業他社を見た。永続的な企業とするために、売上の回復だけではなく会社として販売の柱を増やす。人材の確保(採用・定着)が課題。	
			
	おしかホエールランドへ(平成7年)。社員旅行には多くの社員が参加しました。	金型設計・製造の客先も増えていきました。	品質・生産管理、現場のスキルも向上していきました。

## 4. これまでの事業展開（2-2）

### (2) 経営戦略の変遷

期間	戦略・方針	取組み	投資(内容・金額)
復活改革期 2011年 (平成23年) ～ 現在まで	<p>地元に根差した、組織的で体力のある企業となる。 多くの業種へ新規開拓し、売上の回復・拡大を図る。 さらに働きやすい職場環境をつくり人材を確保する。</p>	<p>本社登記を長野県から宮城県栗原市金成に移転。 商談会の参加など幅広い営業活動の実施。 生産管理・品質管理のより良い仕組の構築。 設備導入による業務の内製化・効率化。 技能検定の実施。 就業時間の変更。</p>	<p>マシニングセンタの導入 自動画像測定器の導入 空調室の設置</p>
	<b>成果</b>		<b>課題</b>
	<p>インサート、コネクタ、車、医療関係と複数の事業の柱ができた。 県内金融機関、同業他社との関係強化。 マシニングセンタ、自動画像測定機の導入による効率化。 社員のレベルアップ。 社員満足度の向上。</p>		<p>事業の柱、ひとつひとつをより強固なものにする。 社員育成の仕組みの強化、人が集まる環境をつくり、人材採用を行い、定着率もアップさせる。</p>
	 <p>技術の高い社員も加わり最新測定器も大活躍！</p>	 <p>マシニングセンタ導入で内製化、効率化も進みました。</p>	 <p>飲み会の締めは皆でラーメン！が定番です。 (平成30年)</p>
 <p>技能検定の仕組みを取り入れ、社員のレベルアップを図っています。</p>	 <p>空調室で成形条件の設定。加工の精度が一段と向上しました。</p>	 <p>部門の垣根を越えて、みんなまでバーベキュー大会！ (令和5年)</p>	

## 5. 自社の強み・優位性（知的資産）

当社はプラスチック成形と金型設計・製作を二本柱として事業を進めています。

精度・納期・価格と総合的に満足いただける製品を安定して供給し、お客様の信頼に応えるパートナーとして、日々チームとして業務に取り組んでいます。

こういった顧客へ価値を提供している当社の製品は「現場力」を始めとする「知的資産」によって支えられています。「現場力」はスキルが高く経験豊富な社員・パートの技術力と、生産管理・品質管理の仕組みによって高められています。

この「現場力」を支えているものは、当社が非常に大事にしている「人材」と「情報力」です。

スキルが高い社員がいても、「人材」が定着しなければ「現場力」は維持できません。先輩社員がしっかりと教えながらも、本人にも考えさせる社員育成の仕組みは、一人一人の意識を高めて自主性も養っています。また、チームワークの良さも当社の強みです。この社員育成とチームワークの良い労働環境が、高い社員定着率と勤続年数の長さにつながっています。

「情報力」は、顧客・周囲の関係者からの情報収集と、社内での情報共有、社内外への情報発信から成り立っています。社外との関係性を大事に、密なコミュニケーションを取っていること、労働環境を含めた話しやすい企業風土をつくってきたことが「情報力」を支えています。

お客様の9割は継続的に注文をいただいております、当社を必要とし信頼されていることを喜ばしく思っています。金型・成形の外注先も長年にわたって当社が困ったときには協力してくれる、助けてくれる関係性を築いています。

以下、これら多くの「知的資産」の詳細とそのつながりを表す現在価値ストーリー図(16P)を示します。

### ～～ 葵工業の知的資産 ～～

#### (1)現場力

～お客様に満足していただける製品を安定して製造できる技術力と管理の仕組み～

#### (2)調達力

～仕入先との密なコミュニケーションを活かしたムダのない調達力～

#### (3)協力先との関係性

～長い付き合いの信頼できるパートナー～

#### (4)情報力

～情報収集・共有を通して現場力を強化する～

#### (5)社員育成の仕組み

～半分教え、半分考えさせて育てる～

#### (6)良い労働環境

～社員が一丸となって顧客満足度を高めます～

#### (7)リーダーシップ

～当社をつくってきた経営陣の取組～

#### 参考)知的資産の3分類

人的資産	社長や社員個人が持っている資産 ⇒社長や社員がいなくなると同時に消えてしまう資産
組織資産	会社の仕組みとして根付いている資産 ⇒社長や社員がいなくなっても会社に残る資産
関係資産	社外(取引先など)のつながりによる資産

## 5. 自社の強み・優位性（知的資産1）

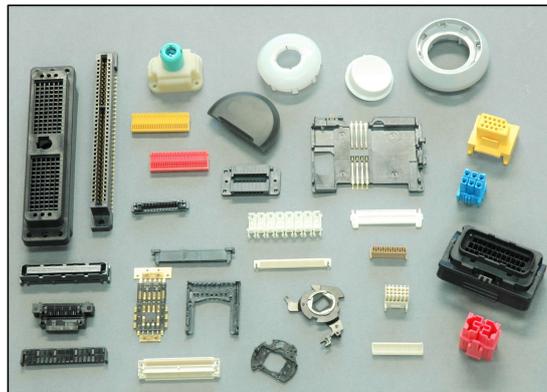
### (1) 現場力（組織資産・人的資産）

～お客様に満足していただける製品を安定して製造できる技術力と管理の仕組み～

#### ① スキルが高く、経験豊富な社員・パート

プラスチック成形加工は、一人が一つの工程に従事し続けることで機械のクセを知り、精度を高めています。社員育成の仕組みと良い労働環境から、社員の定着率は高く、勤続年数が長くなるに連れて、一人一人がプロフェッショナルな人材へと成長しています。

金型設計・製作においても技術力は自慢です。スキルを持ったエンジニアがそれぞれの設備の能力を最大限に引き出しています。作った金型は常に一回の試作でトライサンプルを提出できる、精度の高いものとなっています。



扱えるところが少ない熱硬化性樹脂製品も作っています

#### ② 生産管理の仕組み

ISO9001を取得を機に、手順・段取りを標準化し、受注から納品までの一連の流れを生産管理課で共有システムにまとめて管理しています。さらに現場の意見を聞き、社員が見える、分かりやすいシステムに随時アップデートしています。

生産管理課と生産現場で優先度を徹底して共有し、99%の納期遵守へとつなげています。製造現場でもこの仕組みを通して全体の流れを把握できるため、しっかりとした事前準備ができます。



毎朝行っている製造部と生産管理課のミーティング。  
生産情報をしっかり共有しています。

#### ③ 品質管理の仕組み

当社の検査基準は顧客から求められているものよりも厳しく設定してあります。アルプス電気との仕事で培ったノウハウを基礎とし、製品ごとのマニュアルや外観検査ポイントを作成し共有しています。

2019年に顧客からのクレームが増加し、品質管理課内で緊急ミーティングを行い、年間10件から5件へと半減を目標に決めました。以来、品質管理課で製造現場のパトロールを強化し、その仕組みを定着させました。

その成果でクレーム件数は5件以下の目標も達成し、現在はほぼ発生していません。



品質管理から生産現場のオペレーターへ、検査結果をフィードバックしています。

## 5. 自社の強み・優位性（知的資産2・3）

### (2) 調達力（組織資産・関係資産）

～仕入先との密なコミュニケーションを活かしたムダのない調達力～

#### ① 効率的な調達の仕組み、取り組み

調達の仕組みは、顧客から受注情報をいち早く取得することから始まります。仕入先へ発注後も密なコミュニケーションを取り、資材のリードタイムを把握します。在庫も削減しながらしっかりと顧客への納期を遵守できる仕組みができています。

ISOの取得を機に仕入先の定期的な評価も行っています。また、金型の低額な資材手配はエンジニアの判断で行っており、ネット購入等を通して短納期で仕入れ、顧客の要望する納期に間に合わせています。



長く安定した付き合いで安価に仕入れることができます

#### ② 安く調達できる材料メーカー

創業時からの付き合いであるアルプス物流からは、アルプス価格で安価に安定して仕入れることができます。関係性を維持するためにも、長期的に同じ材料を多く仕入れるように心掛けています。

### (3) 協力先との関係性（関係資産）

～長い付き合いの信頼できるパートナー～

当社の事業は、多くの外注先からの協力が得られて成り立っています。

金型設計は約7割を4人の外注先に依頼しています。それぞれ長い付き合いがあり、最も長い方とは20年以上になります。

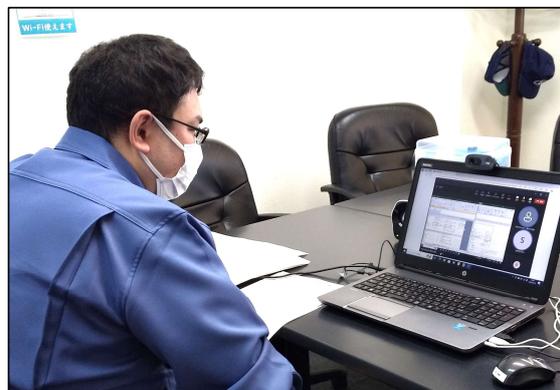
部品加工も急な依頼でも当社の要望通りの品質と納期で対応してくれる外注先が約10社、成形検査は約3割を外注に依頼しています。

各社、当社の要求に応えられる設備の更新、増設も積極的に取り組んでおり、対面やウェブでの打合せを通して工程、工賃の擦り合わせをしています。

長い付き合いの中でしっかりコミュニケーションを取っており、お互い気心の知れた関係を築いているため揉めることもありません。当社のトータル品質を守ってくれるとても大事なパートナーです。



外注した検査品の受け入れです。当社まで週に2、3回運んでいただいています。



書面のやり取りだけでなく、ウェブミーティングも活用して、顔の見えるコミュニケーションを取っています。

## 5. 自社の強み・優位性（知的資産4・5）

### (4) 情報力（組織資産・人的資産）

～情報収集・共有を通して現場力を強化する～

#### ① 顧客情報の収集

主要顧客とコミュニケーションを取り、いち早く生産情報を取得して、生産計画に活かしています。

また顧客から急な要求があった場合でも、生産管理課で製造の現場に無理が生じないかを見極めて、お互いが納得できる日程調整をしています。

#### ② 社内の情報共有

毎朝のミーティング実施と、連絡ノートの設置、生産計画を貼り出しいつでも見られる環境をつくって情報を共有しています。

各部門でも必要とあらば、ベテランも若手も社員みんながすぐに集まり情報を共有しています。



必要とあらば関係者がすぐに集まりミーティング。話しやすく、コミュニケーションが良く取れた職場です。

### (5) 社員育成の仕組み（組織資産）

～半分教え、半分考えさせて育てる～

#### ① 指導する仕組み

当社では社員が自分の成長度合いが分かるように育成・指導を行っています。

教育は基本OJTで行っていますが、自身の一日の生産数や仕損金額が分かるようになっており、一人一人が自身の成長度合いを数字として実感でき、仕事に対する意識を高めることにもつながっています。

さらに入社から一定年数で技能検定の取得を推進している他、研修会に参加できる体制も整えています。

また近年は、他社の工場見学も始めており、社外からも多くのことを学んでいます。



お客様の工場を見学させていただくことで知見が大きく広がります。

#### ② OJT (On-the-Job Training)

創業者からの教えで、新人の育成は「半分教え、半分考えさせて育てる」という考え方が基本です。教えるべきところは先輩社員がしっかりと寄り添い、考えさせるところは時間を取ってしっかりと考えさせることで自主性が育まれます。

先輩社員はどうしたら作業が早くなるか、ためになるコツを教えてください。お説教はたいぶ減りました。



教えるところはしっかり教え、考えさせるところはしっかり考えさせます。

## 5. 自社の強み・優位性（知的資産6・7）

### (6) 良い労働環境(組織資産)

～社員が一丸となって顧客満足度を高めます～

チームワークは当社の大きな強みです。上司とも話しやすく、周りのスタッフとなんでも話し合える環境があります。困ったことがあってもすぐに相談できたり、経験をもとにした的確なアドバイスをもらえるコミュニケーションで、お互いに成長できる環境をつくっています。

さらに、労務管理も見直し、しっかりとした休日・休憩時間の確保もして、残業時間の削減も致しました。安全衛生も管理しており、空調室や福利厚生棟などハード面での環境も整えています。



喜ぶときは一緒に！  
社内結婚をみんなで祝いをしました。  
(平成23年)

### (7) リーダーシップ(人的資産)

～当社をつくってきた経営陣の取組～

#### ① 社長の取組

商談会や地域交流を通じた社外とのつながり、人脈をつくるのが宮澤社長の仕事です。

お客様に当社を「知ってもらおう」というオープンな姿勢が基本にあり、積極的に視察を受け入れて社内の全てをお見せし説明をしています。

そこで広げた人脈から、公的な仕組みを効率よく使って、ISO9001認証取得や専門学校での人材の採用、など当社の力に変えています。



訪問された顧客に当社の説明をする宮澤社長。「正直になんでも話す」がモットーです。

#### ② 専務の人柄、技術部長の人脈

働きやすい職場になってきたのも阿部専務の人柄が生きています。社員の話をしっかりと聞き、それぞれの意見を聞いて一人一人に任せることで社員のモチベーションアップにもつながっています。品質管理と生産現場の部署間の連携も強化されました。

工場長を30年続けてきた二階堂技術部長。当社の厳しい時期から金型の顧客をつくり、設計や検査の外注先とも信頼できる関係を築いてきました。二階堂さんの人脈は当社のビジネスモデルの根幹の構築に大きく貢献し現在の事業を支えています。



イベントの司会をする阿部専務。  
働きやすい職場をつくってくれています。



二階堂さんの声がけで、年に1、2回外注業者の方々も遠く県外から集まります。

## 5. 自社の強み・優位性（現在価値ストーリー）

生産工程を安定に進めるための信頼できるパートナー

プラスチック成形品

金型

トータル品質（客先より必要とされる精度、納期、価格）に普通に満足いただける製品を安定して生産

現場力

生産管理の  
仕組み

品質管理の  
仕組み

スキルが高く、経験豊  
富な社員・パート

調達力

効率的な  
調達の仕  
組み、取  
り組み

安く調達  
できる材  
料メーカ

協力先

金型設計  
および10  
社の加工  
外注先

成形検査  
の外注先

情報力

顧客情報  
の収集

社内の情報  
共有

高い定着率  
勤務年数の長い社員が多い

社員育成

OJT

指導する仕組み

良い労働環境

チームワ  
ーク

安全衛生  
管理

リーダーシップ

二階堂さん  
の人脈

社長力

阿部さん  
の人柄

納期は絶対守る

自主性を重んじる

コミュニケーション

自然を愛し、社会に貢献し、人の幸福を創造する

理念資産

風土資産

人的資産

組織資産

関係資産

商品サービスの特徴

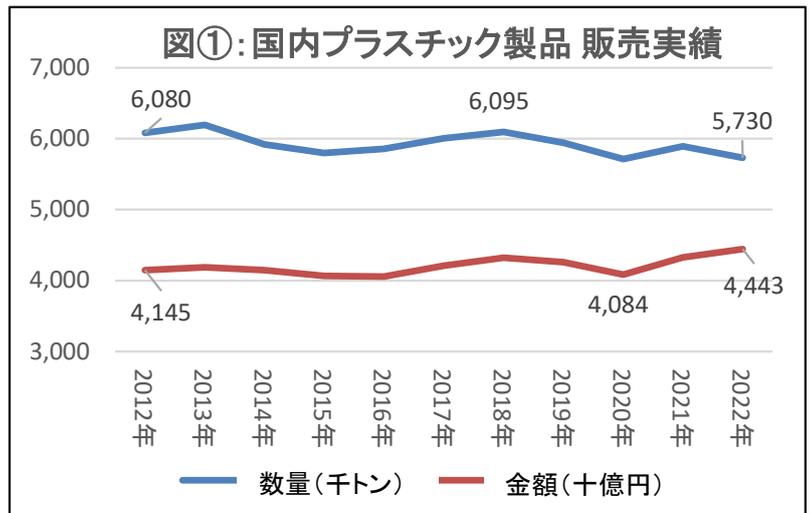
顧客提供価値

## 6. 市場環境（1・2）

### (1) プラスチック製品市場

日本プラスチック工業連盟統計によると、国内でのプラスチック製品の販売実績は、生産量は減少傾向なもの、金額は増加傾向にあり、2022年は4.4兆円になっています。(図①)

また、国際的市場で見ても年平均5%前後の成長が見込まれており、これからの10年で約1.5倍の成長が予想されています。



出典: 日本プラスチック工業連盟の統計資料をもとに当社でグラフ作成

当社では、今後も成長するプラスチック製品市場全体と、当社が供給している複数の異なる市場・業界の動向の両面を見据えながら、顧客の要望を捉えて、さらに多くの顧客にも拡大ができると考えています。

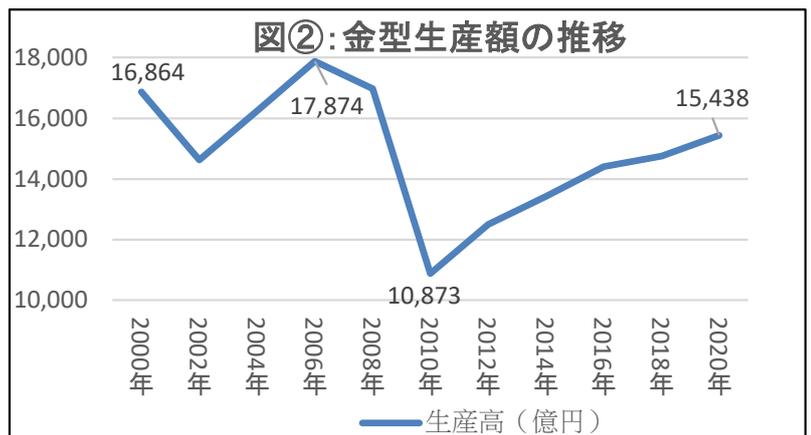
### (2) 金型製造市場

日本金型工業会の統計では、国内の金型生産高はリーマンショックの影響で2008年以降大きく落ち込んだものの、近年は増加傾向にあり2020年には1.5兆円まで回復しています。(図②)

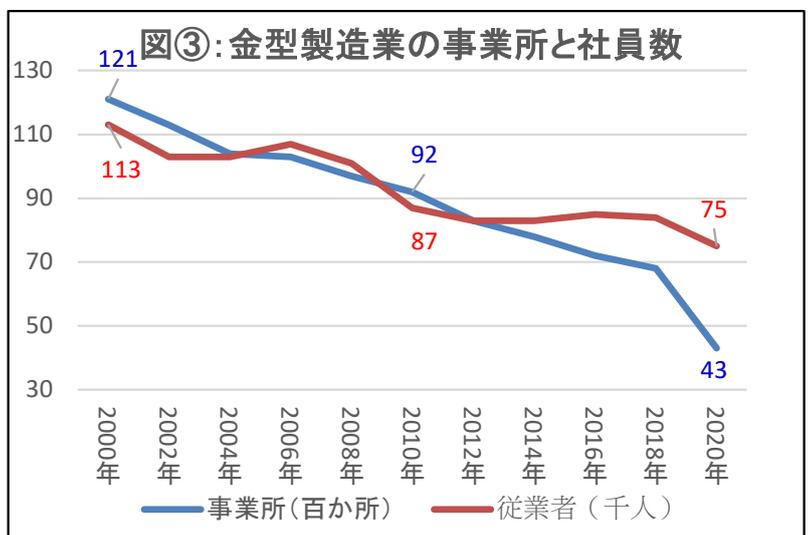
また金型を製造する事業所数は2000年の1万2千社から、20年間で約8千社の減少となっています。同様に従業者数もこの20年で約3.8万人減少しています。(図③)

以上のことから、1事業所あたりの生産高は、2010年からの10年で、約3倍に増加していることが示されており、業界全体の生産性が向上しています。

当社としても今後も継続して外注先とも協力し、設備やシステムの導入と人材の採用・育成により、生産性を向上していくことで、より多くの顧客需要を捉え売上を拡大していけると考えています。



出典: 日本金型工業会の統計資料をもとに当社でグラフ作成



出典: 日本金型工業会の統計資料をもとに当社でグラフ作成

## 6. 市場環境（3）

### (3) 当社を取り巻く顧客の業界動向

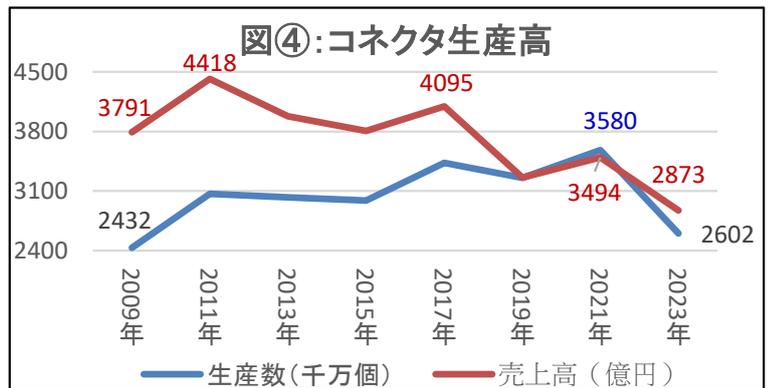
近年、半導体の急激な需要増と、コロナ禍や米中対立による供給の不足で、多くのエレクトロニクス(電子工業)製品の生産に影響を受けています。しかしながら、新型コロナウイルス対応などで様々な分野でデジタル化が進んでおり、半導体不足の解消とともに、今後は成長していく業界であると想定されています。

当社としても個々の顧客が置かれている業界について、国内のみならず国外に対してもしっかりとその動向に注視して情報を集め、顧客がかかえる潜在的なニーズを掘り起こして、事業の拡大につなげていきたいと考えています。

#### (3)-1 コネクタ業界

コネクタ業界は、近年生産量は横ばいながらも生産金額は減少傾向にあります。(図④)

しかし、今後「5G」分野が普及が進むことで、基地局設置や通信機器・端末、電気自動車部品などにコネクタが多く使用されると想定され、中長期的には強い成長が期待されています。(出典:業界動向サーチ)

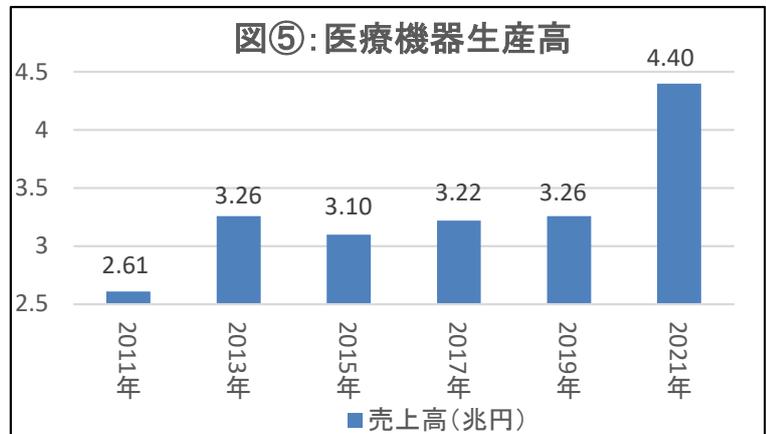


出典:経産省生産動態統計の資料をもとに当社でグラフ作成

#### (3)-2 医療機器業界

医療機器業界は3兆円規模で横ばいで推移していましたが、新型コロナウイルス対応で2021年度で大きく売上高が伸びました。(図⑤)

新型コロナウイルスの終息以降は売上が以前の水準近くまで下がることも想定されますが、高齢化社会がさらに進み健康への意識も高まっていることから、今後も継続的に緩やかな成長を続けていくと期待されています。(出典:業界動向サーチ)

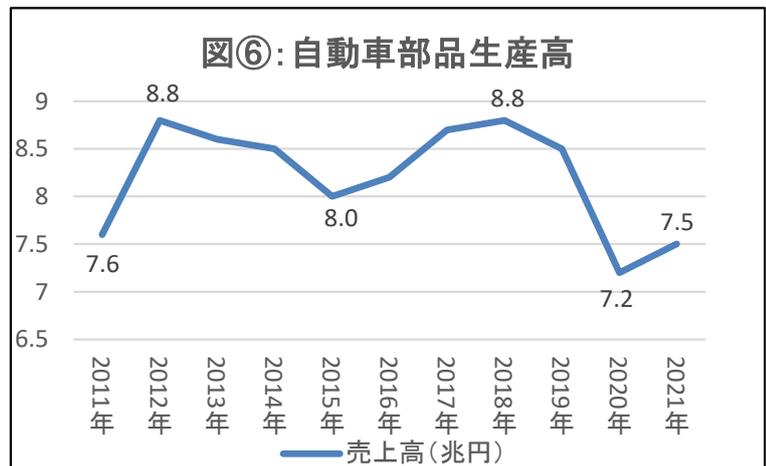


出典:厚生労働省産業実態調査をもとに当社でグラフ作成

#### (3)-3 自動車部品業界

コロナ禍や原油高による影響が大きく、2020年の自動車部品の生産金額は1兆円以上の大幅減となりました。

しかし今後は、部品点数の多いハイブリッド車や電気自動車が増えることが想定されており、アジア圏への輸出も継続して増加していることから、自動車部品業界は今後も一定の成長が期待されています。(出典:業界動向サーチ)



出典:経産省生産動態統計をもとに当社でグラフ作成

## 6. 市場環境（4・5）

### （4）製造業の就業者数の変化

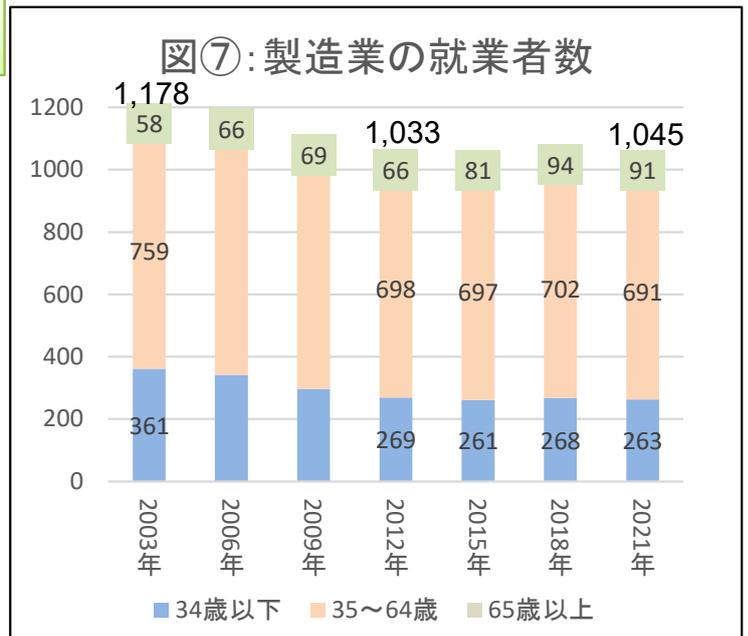
製造業の有効求人倍率は他業種の1.25倍よりも高く1.7倍となっており、人材確保は課題の一つとなっています。

就業者数は減少傾向でしたが、2012年以降は下げ止まっておりここ10年は横ばいで推移しています。

その中で、34歳以下の若年就業者は2012年以降は260万人台と横ばいで推移しており、「ものづくり」を選ぶ若年層は一定の水準を維持しています。（図⑦）

当社が置かれている栗原市は、2013年から積極的に移住者支援・子育て支援をしており、市として若年層が住みやすい街づくりをしています。また、近隣には東北職業能力開発大学校もあり、「ものづくり」のためのスキルを高める環境もあります。

当社としてはこの周囲の環境も生かして、育成環境・働きやすい職場を整備し、人材の確保につなげて企業の体力をつけていくことが重要であると考えています。



出典：総務省労働力調査をもとに当社でグラフ作成

### （5）プラスチック製品を取り巻く環境

プラスチック製品市場が今後も拡大する中で、SDGsや脱プラスチックといった環境問題が叫ばれており、使い捨て製品の削減や再生利用、環境に優しい原料の使用などが進んでいます。

当社としては、環境問題についてしっかり情報収集して知識を深め、社内と顧客、仕入先とも情報を共有していくことが重要です。その中で、自分たちに必要な取り組みと将来の方向性を見極めて、できることから率先して行動し、環境の変化に対応できる体制を構築していく考えです。

#### 【マイルストーン】

##### <リデュース>

① 2030年までにワンウェイプラスチックを累積**25%**排出抑制

##### <リユース・リサイクル>

② 2025年までにリユース・リサイクル可能なデザインに

③ 2030年までに容器包装の**6割**をリユース・リサイクル

④ 2035年までに使用済プラスチックを**100%**リユース・リサイクル等により、有効利用

##### <再生利用・バイオマスプラスチック>

⑤ 2030年までに再生利用を**倍増**

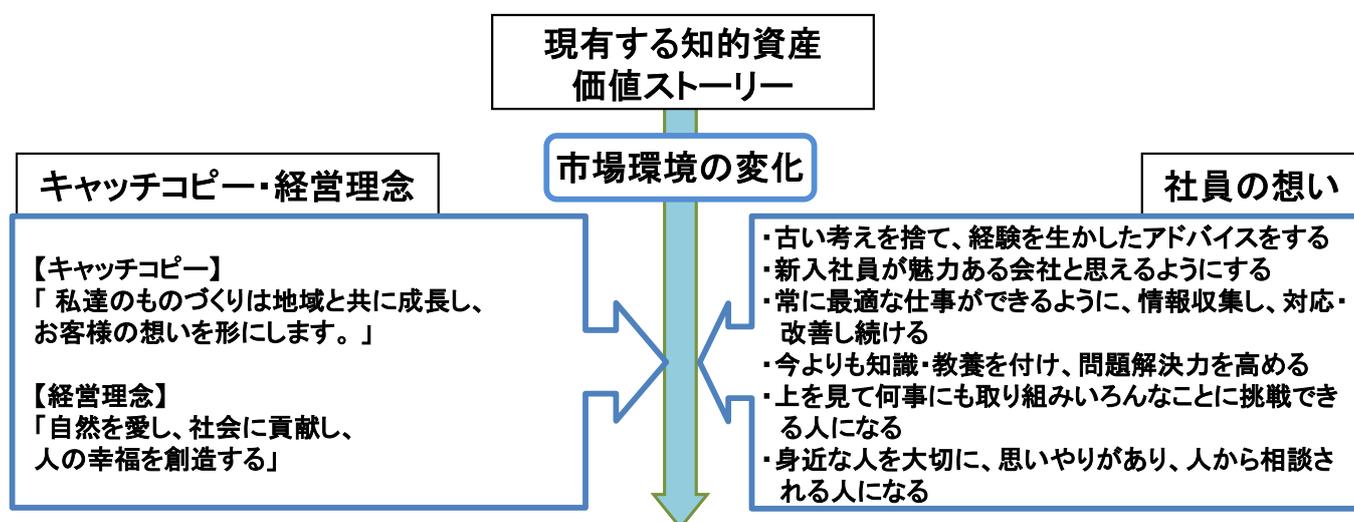
⑥ 2030年までにバイオマスプラスチックを**約200万トン**導入

出典：「プラスチック資源循環戦略」（令和元年5月31日）  
（消費者庁・外務省・財務省・文部科学省・厚生労働省・農林水産省・経済産業省・国土交通省・環境省）

## 7. これからの事業展開

### (1) 将来の経営戦略

経営理念・社員の想い及び経営環境を総合して、将来の経営戦略を次のようにする。

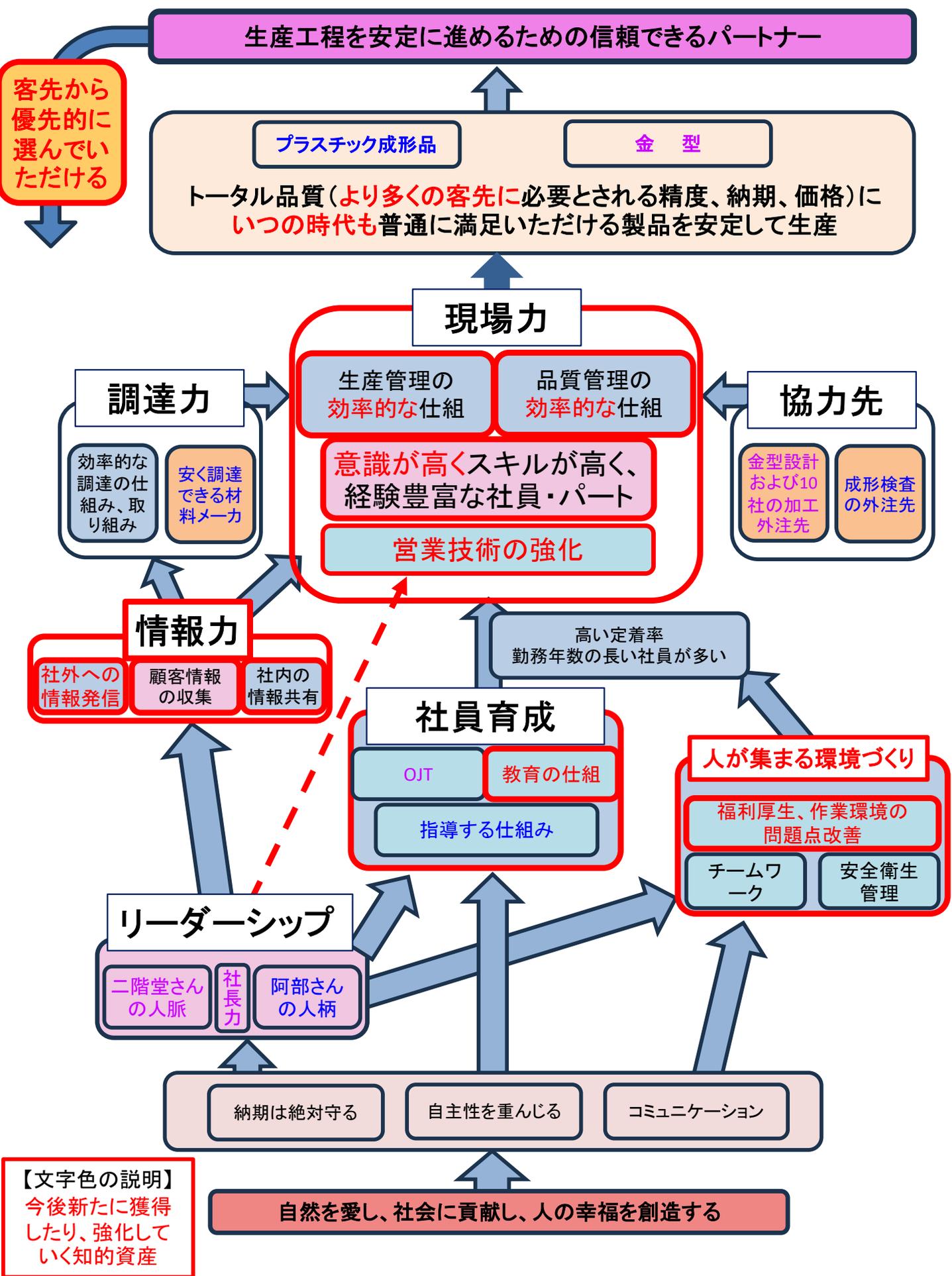


1. 当社の主たる顧客が属する業界の多くは今後も一定の成長を続けていく。当社は現場力、営業力をさらに強化し、品質、コスト、納期のすべてにおいて顧客に普通に満足いただける製品を提供し、3年後の売上6億円突破を目指す。
2. 人材採用が極めて困難とされる中、当社が位置する栗原市は人口減少に対して積極的な施策を講じている。当社もより働きやすい環境を整えて幅広く人材を受け入れ、既存社員も含めた人材の育成・スキルアップを進めることにより、地域とともにさらに成長を続けていく。
3. SDGsや脱プラスチックが叫ばれる中、当社は環境問題に対応すべく会社として情報を集め知識を深め、社内でその情報を共有することで自分たちに必要な取り組みと将来の方向性を見極め、できることから率先して行動しながら、変化に対応できる体制を構築する。

### (2) 将来の経営戦略を実現するための重要成功要因

- ①営業力(営業技術)を強化し、既存顧客の潜在需要を掘り起こすとともに、新規顧客を開拓する。
- ②生産管理・品質管理の仕組みを強化し(人6、管理4)、さらに社員に浸透させ一体感を高めて現場力を強化して顧客満足度を高める。
- ③情報収集の取組を積極的に進め、組織内で共有することで会社全体としての意識を高める
- ④情報発信力を高めて、顧客や求人者に対して当社の魅力や実績をしっかりと伝え、営業力や人材採用力の強化に生かす。
- ⑤社員育成の仕組みを強化し、会社として社員の成長をサポートする体制をつくる。
- ⑥人が集まる環境づくりを強化し、働きたいと思っただけの企業になる。

# 7. これからの事業展開(将来価値ストーリー)



## 7. これからの事業展開(重要評価指標)

		現状 2023年10月	将来 2026年10月
<b>KGI(key goal indicator :重要目標達成指標)</b>			
売上高		4.3億円	6億円
経常利益率		非公開	非公開
<b>KPI(Key Performance Indicators:重要業績評価指標)</b>			
営業力	営業訪問回数	4回/月	新規顧客 16回/月
	見積り提出数 (営業訪問に対して)	—	8回/月 50%
	契約成立数 (見積もりに対して)	—	4回/月 50%
現場力	スキルアップ目標達成	—	全社員のうち90%達成
	不良発生率	成形 6.3% 金型 平均10回/年	成形 3.0% 金型 平均4回/年
	生産条件の改善数	成形(変更管理提出) 3回/年 金型 周知	成形(変更管理提出) 5回/年 金型 5回/3年
情報力	社外での情報収集活動の数	—	展示会への参加回数 12回/年
	ホームページ更新頻度	1回/年	12回/年
	社内情報の閲覧率	—	回覧の期間内での閲覧率 100%達成
職場環境	福利厚生、作業環境の問題点改善率	—	問題点を抽出し 改善率 75%
	整理整頓清掃(3S)	—	巡回 24回/年
人材育成	教育プログラム作成	—	新卒、中途、オペレータ用 年間 計5件
	外部セミナー受講	4件/年	10件/年

## 8. 会社概要

会社名	葵工業株式会社
創立	1963年 11月
会社所在地	住所:宮城県栗原市金成大原木鶴田37-2 TEL:0228-42-1267 FAX:0228-42-2803 メールアドレス:aoik@seagreen.ocn.ne.jp
代表取締役	宮澤 甲一(ミヤザワ コウイチ)
資本金	1,000万円
社員	42名
事業内容	プラスチック成形加工 成形金型設計・製作
ホームページ	<a href="http://aoi-inc.com/">http://aoi-inc.com/</a> 



知的資産経営研修の様子(2023年 ~)

## 9. 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、社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

#### 葵工業株式会社

阿部輝彦、伊藤みずえ、稲部治、  
菊地千尋、佐藤忠男、佐藤勇太、千葉淳哉、  
二階堂正明、水野達希、宮澤甲一

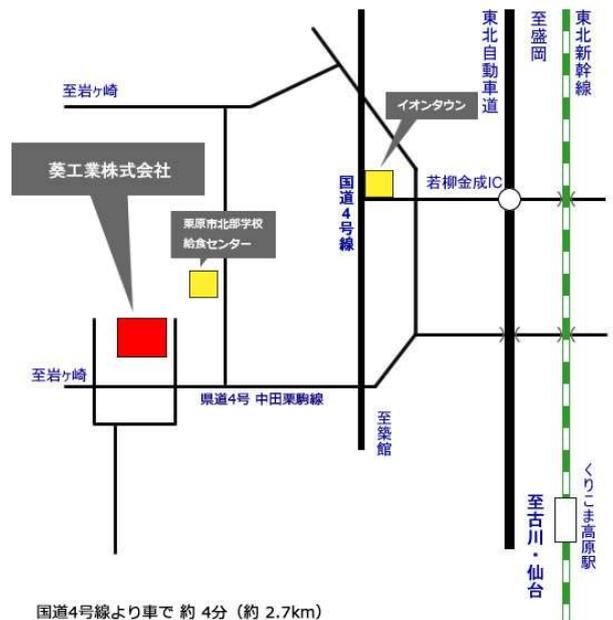
### (4) 作成支援

当報告書は次の団体・個人により作成支援されています。

株式会社マネジメントラボブリーズ 及川 朗  
小林大中小企業診断士事務所 小林 大

### (5) お問い合わせ先

葵工業株式会社  
宮城県栗原市金成大原木鶴田37-2  
TEL:0228-42-1267  
担当者:総務課 伊藤みずえ



国道4号線より車で約4分(約2.7km)

### (6) 発行

2024年7月