

会社概要

社名	(有) 相模鉄工所		
創立	昭和48年1月5日		
所在地	〒409-0112 山梨県上野原市上野原8154-33		
資本金	1,500万円	従業員数	22名
事業内容	生産用精密治具の製造		

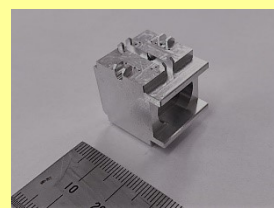
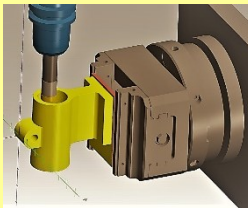
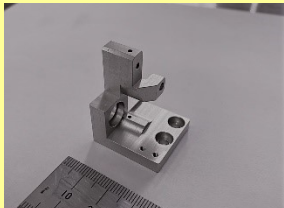
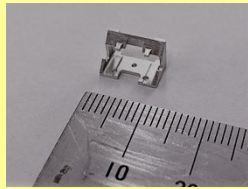
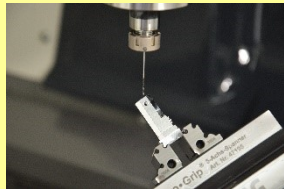
主力製品

【主要製品】 自動機及び精密治具の製造・設計

【加工品目】 一般金属（アルミ、ステンレス、鉄、調質鋼）の角物加工
各種協力会社有（各種処理、旋盤加工、樹脂加工、
大型加工、板金・薄板レーザー加工）

【生産拠点】 国内2拠点（山梨県、新潟県）

【主要設備】 縦型マシニングセンター 15台
ワイヤー放電加工機 7台
平面研削盤 8台
その他（2D、3DCAD/CAM 各種検査機）



作成前の課題認識

- ・現状課題が明確でなく、あいまいな感覚的認識でしかなかったこと。
- ・あいまいな課題認識のため、長期的な改善計画・ビジョンに結びつかないこと。
- ・自社のなにが長所でなにが短所なのか、主観的な判断でしかなく、客観的な評価ができてないこと。

作成の成果・今後の活用

【作成の成果】

- ・第3者の目線も含めて自社のメリット、デメリットが明確になった。
- ・現状課題分析の重要性が理解でき、感覚的であった課題の抽出をより根拠のある課題抽出ができた。

【今後の活用】

- ・本件を通じて明確となった課題へのアプローチへの活用
- ・今後も本件のような状況分析を自社で行い、定期的な課題抽出に活かしていく。

(有)相模鉄工所の経営デザインシート(事業が1つの企業用)

自社の目的・特徴・事業概要

【大切にしている価値】顧客に寄り添うことを大切にしている。
 【企業の特徴】品質、コストを満足させた上に更に競合に比べ圧倒的に早い納期と「やれない」とは言わない企業姿勢
 【事業概要】・スマートフォンなどの電子部品向け治工具製作（80%）、組立製造（20%）
 ・東証一部上場大手電子部品メーカー複数社と直接取引

経営方針

『世界に誇れるMADE IN JAPANを支える精密生産治工具メーカー』を目指す
 ・現在の相模鉄工所の強みを維持し更に提案力で顧客に貢献する
 ・人材を育成し、顧客とのコミュニケーションを更に深める。

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

- ・潤沢な生産装置
 - ・本社工場、新潟工場
- 知財**
- ・技術・ノウハウ
 - ・社長、専務、新潟工場工場長の営業力、人脈力
 - ・創業以来大手取引先との関係
 - ・フラットな組織

資源をどのように用いて価値を生み出してきたか

- ・潤沢な生産性設備とフラットな組織による運営管理で顧客の要求するQCDを100%満足する生産治工具を納入
 - ・小型精密治工具から大型治工具まで対応
- 誰と組んで**
- ・大型生産治工具製造を委託できる外注先等

提供先へのアクセス法

- ・直接取引

知財の果たしてきた役割

- ・社長、専務、新潟工場工場長の営業力、人脈力により不況期でも継続取引できるポジションを維持・確保

提供してきた価値

- 提供先（誰に）**
- ・国内大手電子部品メーカー
- 何を**
- ・生産治工具において顧客の要求するQCDを実現
 - ・超短納期対応

提供先から得てきたもの

- ・売上、収益
- ・生産計画にまつわる情報
- ・継続取引できるポジション
- ・競合の価格情報

事業課題（弱み）

- ・外注加工の内製化
- ・コスト削減
- ・特定の取引企業頼みの事業構造からの脱却

内部資源

- ・人材（生産管理、機械加工の知識、現場のマネジメント力、コミユカ、設計技術力）
 - ・旋盤加工設備
 - ・加工人材
- 知財**
- ・技術・ノウハウ
 - ・社長、専務、新潟工場工場長の営業力、人脈力
 - ・創業以来の大手取引先との関係
 - ・フラットな組織
 - ・応用力、幅の広さ
 - ・提案力（VEC、VA）
 - ・旋盤加工ノウハウ

資源をどのように用いて価値を生み出すか

- ・潤沢な生産性設備とフラットな組織による運営管理で顧客の要求するQCDを100%満足する生産治工具を納入
 - ・小型精密治工具から大型治工具まで対応
- どんな相手と組んで**
- ・大型生産治工具製造を委託できる外注先等

提供先へのアクセス法

- ・直接取引

知財の果たす役割

- ・社長、専務、新潟工場工場長の営業力、人脈力により不況期でも継続取引できるポジションを維持・確保・強化

提供する価値

- 提供先（どんな相手に）**
- ・大手電子部品メーカー
 - ・大手電子部品メーカーに生産設備を供給している中堅メーカー（exパーツフィーダー）
- 何を**
- ・生産治工具において顧客の要求するQCDを実現
 - ・超短納期対応
 - ・VEC、VA提案

提供先から得るもの

- ・売上、収益
- ・部品供給に関するニーズ（技術、納期、単価）
- ・部品用途情報
- ・生産計画にまつわる情報
- ・継続取引できるポジション
- ・競合の価格情報

これまでの外部環境

- +要素：顧客の車載分野拡大**
- 要素：①米中対立の影響②中国企業の参入③コロナ禍による市場縮小**
- 市場状況：**電子部品は2015年から2019年の間、6%~14%/年のプラス成長

「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：**顧客のHW設計カダウン
- 要素：**EV、5G市場で中国企業が主に、電子部品メーカーの現地生産化が加速
- 市場予測：**EVや5G市場の拡大に伴い電子部品の需要増

移行のための課題

- ・既存顧客の新規事業分野や新規顧客開拓に専務が注力できるよう、現在、専務がもっぱら担っている業務を分担できる現場マネージャークラスの人材育成が急務

必要な資源

- ・人材（生産管理、機械加工の知識、現場のマネジメント力、コミユカ、設計技術力）
 - ・旋盤加工設備
 - ・加工人材
- 知財**
- ・人材育成の仕組み

解決策

- 現場マネージャー教育計画（何を身に付けさせるか、どのように身に付けさせるか）の立案と実行
- ①新潟工場設計・製造部門に現場マネージャークラスを一定期間派遣し、設計業務、製造手配、スケジュール管理まで体験させる。
- ②社内で教育機会を設定できない事項については、中小企業大学校等社外で提供している教育講座を活用する。
- 自ら成長しようとする動機づけのために教育にリンクさせた評価制度を確立する。

これまで

これから