

企業名：東海理化電機製作所

レポート名：東海理化統合レポート 2025

1. この会社が目指す姿が理解できるか（将来）

東海理化電機製作所は、志・存在意義のパーパスを「創業の精神を継承し『技術の進化』と『人』をつなぎ、感動をかたちに」とし、志実現の取り組みであるビジョンを「クルマで培った『理・化・電・機』の技術を高め人と社会・環境に役立つ“製品”“サービス”を提供し、安全・安心で豊かな社会の実現に貢献」とし、価値観・行動指針を示すバリューを「考動宣言」と制定しており、その内容を踏まえて2030年の東海理化がめざす姿を描いたものが新中期経営計画である「TRV2030」である。ここには「売上高 7,000 億円、営業利益率 7%、ROE10%」という企業体質の構築を数値目標に掲げている。従来の自動車の枠を超えて、e スポーツ向けブランドや SaaS 型の社用車管理・無人レンタカーサービスなど、社会課題解決を軸にした新領域へ事業を拡大しようとしている未来像がよく理解できる。

2. この会社の競争優位性が理解できるか（現在）

現在の競争優位性として、「『理・化・電・機』の精神」、「技術を組み合わせる新たな価値を創る力」、「協力し助け合う企業風土」の3つのキーワードを土台としていることがわかる。具体的に、3つのキーワードによって生み出された世界シェアトップクラスの製品としてパワーウィンドウスイッチ、レバーコンビネーションスイッチ、シフトレバー、キーロック、シートベルトが挙げられており、ただ部品を組み立てるだけでなく、半導体の設計からソフトウェアまで自社で一貫して手掛けられる幅の広さが現在の圧倒的な強みになっていることがわかる。

3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか（変化）

中期経営計画に関する成長戦略として、モビリティ領域と新領域・新事業の面で詳しく説明されている。自動車がデジタル化し、タッチパネル化が進んだことで、物理スイッチが減るというリスクがあったが、欧州の新車安全評価プログラムなどで物理スイッチが再評価されたことを認識し、既存製品の収益 UP を見越している。また、Hidden Light Effect という透過加飾パネルスイッチなどの、時代の変化に合わせた次世代製品により、さらに参入障壁を高めているといえる。さらに、事業化スケールの拡大を目指した新領域への展開が書かれており、持続性のある競争優位性が理解できるといえる。

4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

人的資本の価値向上を達成できると思うかについては、非常に可能性が高い環境が整えられていると感じた。具体的に、人材資本経営の推進方法として、健康経営実現のための要
就業制限や就業制限保留の基準を定め、健康診断を拡充させたり、社員の意欲や働きがい向上のための環境づくりをしたり、人材育成のためのキャリア支援や選抜人材の育成制度を展開したりしている。このような制度が整えられ、さらに時代に合わせて変化させていく姿勢が、社員一人一人の価値向上につながるのではないかと考えた。

5. 報告書のよかった点はどこか、どのような改善余地があるか

よかった点としては、創業の精神からパーパス、2030 年の経営戦略へのつながりがストーリー化されていて一貫性があり、納得感があるものとなっている点があげられる。また、過去の特許での苦い経験や品質不良の反省など、企業のマイナス面や課題も開示して、それをどう克服したかを説明している点に誠実さを感じた。一方、改善余地としては、新領域としての Bqey、Uqey、ZENAIM が、2030 年にそれぞれ売上 50 億円をめざすとあるが、げんざいの自動車事業の規模に比べると小規模であるため、これらがいつ頃黒字化し、全体の営業利益率 7%の達成にどう貢献していくのかなど、具体的な事業としての勝算が財務的に掘り下げられていると、さらに説得力を高めることができると考える。