

# 新・中期経営計画

2025年 3月期 ～ 2028年 3月期  
( 第110期 - 第113期 )

2024年 10月

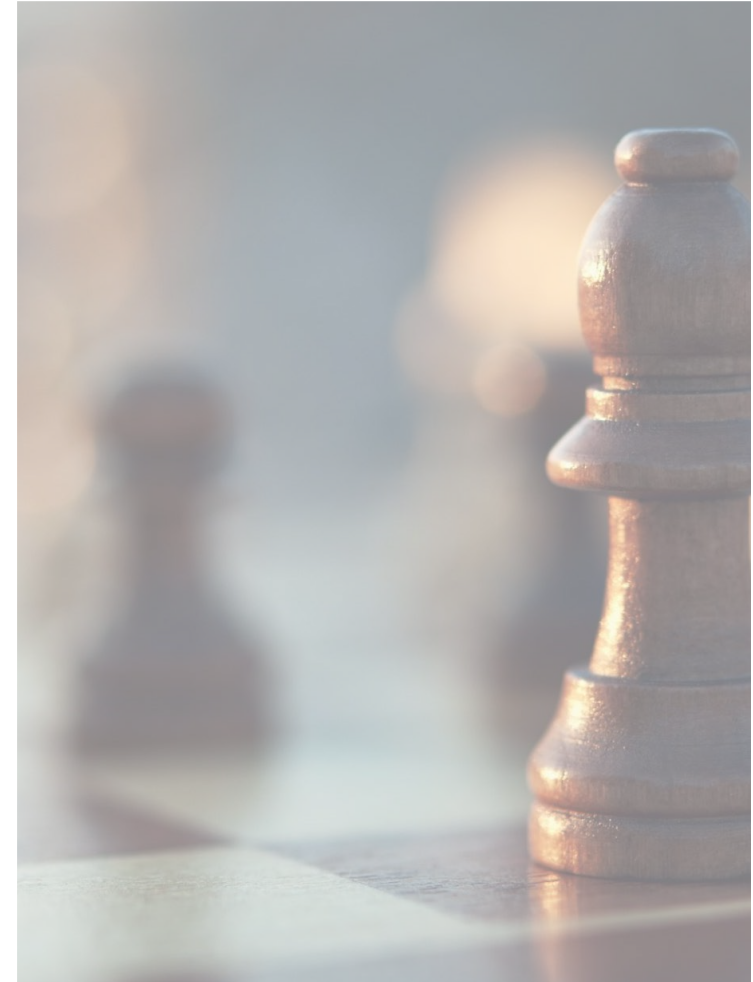
## Be a Challenger, Be a Change.

～ あかりと光、新たな技術の融合で、サステナブルな社会・産業インフラを支える先進企業へ～



# 目次

1. 基本方針と全体像
2. 成長戦略
3. サプライチェーンの強化
4. コーポレート機能の進化



## 新中計の基本方針と全体像

HIDランプの終息という岩崎電気の半世紀に一回の大転換点を、変革のチャンスと捉えます。

既存事業の収益性を強化しつつ、リソースや投資を成長領域にシフトして、収益性と売上の飛躍的な向上を目指します。

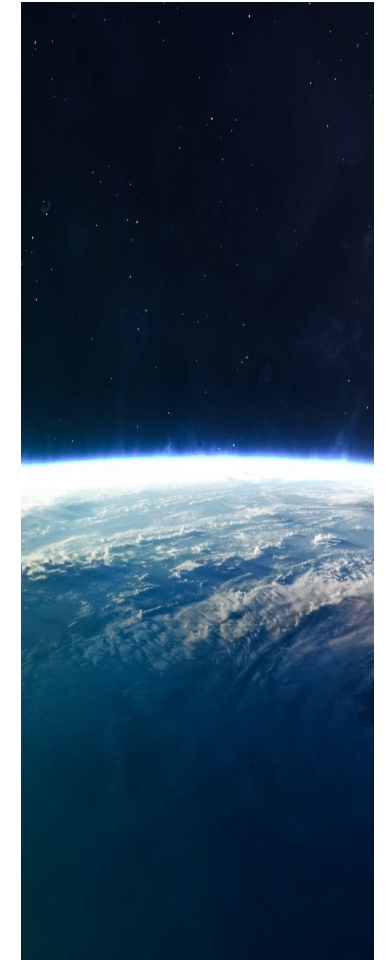
照明事業では、脱炭素、防災・減災など社会ニーズに対応し、CSL\*や民需拡大で成長を加速します。

光・環境事業では、半導体やヘルスケアに重点投資してグローバル成長を加速します。

製造部門は生産性を向上させ、サプライチェーンも強化して全社の競争力向上に貢献します。

人財戦略とDX、ブランディングを組み合わせ、社内外で求められる企業になります。

エネルギーや環境などの大きな社会課題に対し、独自のイノベーションを通じて解決に貢献します。



\*CSL: Connected Smart Lighting

# 1. 新中計の基本方針と全体像

照明事業と光・環境事業の成長戦略を、生産性向上、人財・DXなどの成長基盤強化によって支え、ONE IWASAKIで持続可能な高収益・高成長企業へ進化する



## 2. 成長戦略：事業概観

2000年代までは  
HIDランプの進化の時代

2010年代以降は、  
東日本大震災を契機に  
LEDの時代へ



創業

1944 年  
(昭和19年)

売上高

552 億円  
(2024年3月期)

資本金

69 億円  
(2024年9月現在)

国内グループ会社

7 社  
(2024年9月現在)

グローバルネットワーク

13 社  
(2024年9月現在)

全国の営業所数

37 ヵ所  
(2024年9月現在)

## 2. 成長戦略：外部環境の変化

HID事業の終息による、半世紀に一回の大転換点をチャンスに変えるべく変革を推進する

### HID事業の終息という大転換点



- 60年超にわたり、岩崎電気の主力製品であり、EYEブランドの象徴だったHIDランプが水銀規制により2025年1月に生産終了
- 累計出荷本数は1億本を超える岩崎電気のかつての屋台骨
- グローバルでも供給メーカーは限定され、価格は安定的
- ランプの交換で利益を期待できるリカーリングビジネス

### ONE IWASAKIでの最適拠点体制を構築



- 埼玉製作所は、マザー工場機能に加え、照明や光・環境事業でお客様と協創する開発マーケティング機能を強化



- 桜川工場は、LED照明器具の高効率な製造拠点として更に進化、秩父工場は半導体など、それぞれが特徴ある製造拠点としての役割を明確化

## 2. 成長戦略：照明事業

CSLは屋外、屋内両方でさらなる成長余地が大きく、民需では強みのある隣接領域や産業用での成長を基軸に置く。公共インフラの老朽化に対応したサービス事業も拡大

高成長領域

### CSL (Connected Smart Lighting)

\*CMS:Contents Management System

- 当社CSLは今後のインフラを支える機能を有しており、近い将来「スマートシティ」を構築する大きな役割を担う可能性がある。

- 既存事業などコモディティ化した照明事業全体においても、流通を含め大きな変革を巻き起こすことが期待できる。CSLを当社における成長の軸とし、照明事業の他、さまざまな事業領域へと拡大することで自社の価値向上を目指す。

高成長領域

民需

広場  
公園

建物  
外構+屋内

工場

道路




- 官公庁への提案力の強みをいかし、屋外に隣接する建物外構、更に施設屋内へ提案領域の拡大を目指し、新商品を投入。海外ハイブランドメーカーとの提携や、国内の演出照明メーカーなどとの協業を助け、官需の領域拡大と民需への進出を実現する。


- 産業用では、国内2強の防爆市場における差別化新商品投入及び、産業用向け独自技術製品により市場を拡大。脱炭素の新エネルギー投資や工場の国内回帰によるニーズをとらえて成長する。



## 2. 成長戦略：光・環境事業

市場拡大が続く半導体市場へ注力。ヘルスケアでは協業もいかし、光源と照射器製品から、周辺技術をインテグレートし、海外開拓も加速。メンテナンス・サービスにおいても高収益化を目指す

半導体		高成長領域	ヘルスケア		高成長領域
加熱ハロゲン	ウェハを加熱する熱源として最適なハロゲンランプの半導体メーカーへの販売を拡大	 <p>加熱用ハロゲンランプ</p>	除染装置	ロボットメーカーなどのタイアップを通じ、照射器ビジネスからユニット製品ビジネスへ	 <p>除染装置</p>  <p>空気浄化装置</p>
加熱照射器	ウェハ加熱用の高効率照射器をランプとともに、装置メーカー向けの販売拡大を目指す		海外展開	成長を続ける海外の医薬産業への販路を構築し、医薬用滅菌製品の海外拡販を目指す	
酸化分解UV	超純水用酸化分解装置メーカーへの紫外線ランプの販売拡大		パートナーシップ	岩崎電気の強みを最大化できるパートナーと共に、ユーザーの課題解決を図り販売拡大	
UV照射器	紫外線ランプと照射器の装置メーカーへの採用拡大やLED照射器の発売を目指す		その他	水処理ビジネスに加え、付加価値を加えた空気浄化装置の販売や什器メーカーへの組み込みビジネスを進める	

メンテナンス / サービス / トータルソリューション	安定成長領域
<ul style="list-style-type: none"> <li>リースとも異なるサービス契約によるコト売りへ。</li> <li>インシャルの導入費用がなく、年間通じたメンテナンス契約を主体としたサービス契約の検討。</li> <li>契約終了時には装置リピート販売が可能となるスキーム。</li> </ul>	 <p>“モノ売り” 従来型のビジネスモデル “コト売り” 新しいビジネスモデル</p> <p>従来のモノ売りモデルは、初期に製品代金（X1）を支払うが、その後メンテ（X2）と回収廃棄（X3）の費用がかかる。新しいコト売りモデルは、初期にサービス料（X1）を支払うだけで済む。また、サービス料（X2, X3）は継続的に発生し、最終的に以降/契約継続更新のループが形成される。</p>



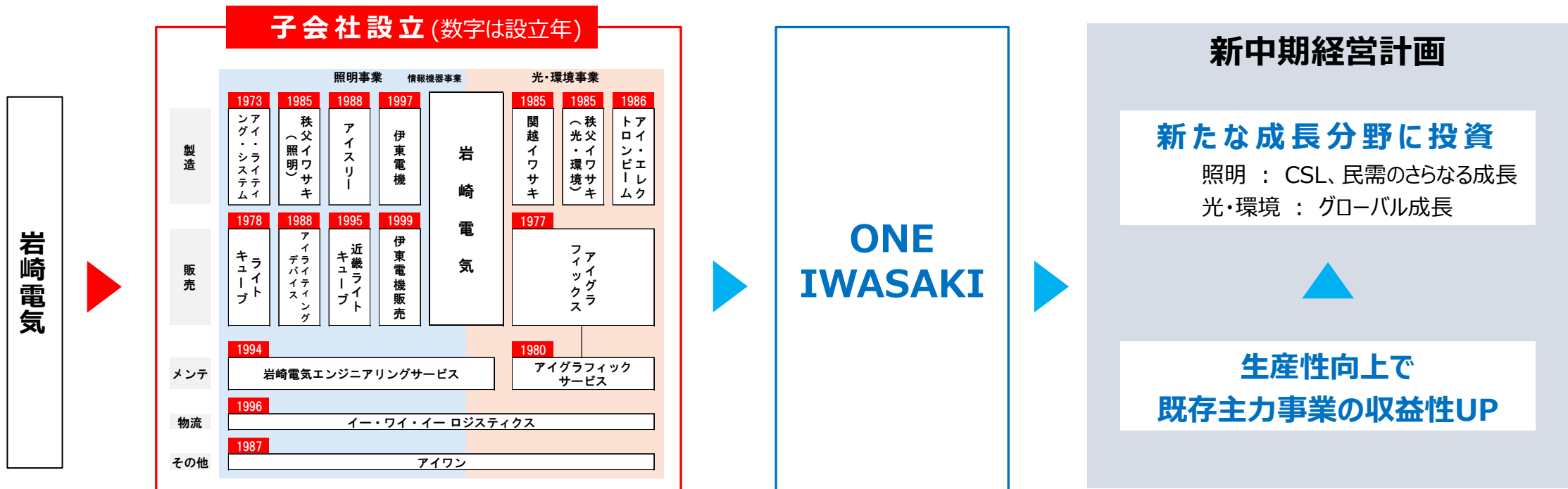
### 3. サプライチェーンの強化

新たな外部環境に対応すべく、2024年度よりONE IWASAKI体制へ。生産性向上により既存主力事業の収益性を上げ、中計達成のための成長投資を下支え



1944  
創業

2020  
水銀ランプ  
生産終了



## 4. コーポレート機能の進化：人財戦略

新しい企業理念・行動規範を基盤に、チャレンジ精神とリーダーシップの発揮が奨励され、成果がフェアに評価される自由闊達で風通しの良い会社、誰もが働きたい・勧めたい会社を目指す

### 社員の能力を最大限に 発揮できる会社へ

- ・ 岩崎電気グループ全体をカバーするHRBP\*体制を確立し、全体最適の適材適所を実現
- ・ 経営幹部の計画的な育成

### 会社業績・個人成果を踏まえ フェアに報いる会社へ

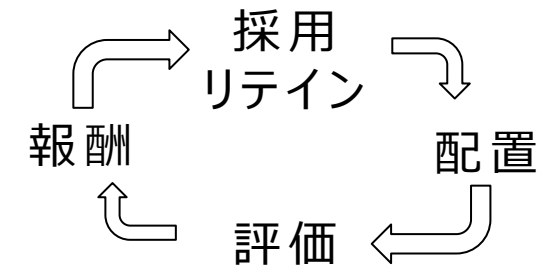
- ・ 行動規範の求めるチャレンジ、リーダーシップなどを評価・報酬に反映する仕組みの導入
- ・ 個人の職務や成果を評価の基軸としながら、会社業績とも連動した報酬制度の導入
- ・ 会社業績にダイレクトに連動した報酬制度の導入

### 多様な人財が柔軟に生き生きと 活躍できる会社へ

- ・ キャリア採用への一層の強化
- ・ 商品企画・開発を加速するための、新卒・中途採用拡大
- ・ 柔軟な勤務の適用拡大 (ex.在宅勤務、フレックス制度)

### 企業理念、行動規範に基づき行動し、会社・組織の 目標を、自らの目標ととらえるオーナーシップ、難しい 目標に果敢にリーダーシップを持ちチャレンジする人財 の集う自由闊達な風通しのいい会社へ

- ・ チャレンジを奨励する仕組みの導入  
(含.公募制度の拡大、高度専門職人財の積極的登用活用)
- ・ エンゲージメントサーベイを通じ、部門ごとの改善点に対する対策を迅速に実行
- ・ 企業理念、行動規範の浸透を図るインターナルコミュニケーションの実施
- ・ 誰もが働きやすい風通しの良い社風に
- ・ 職場横断的なコミュニケーションを促進するような仕組み (コラボスペースの設置、社内イベントの実施)の導入



HRBP体制を土台に、  
**ONE IWASAKI** での適材適所を実現

チャレンジ精神・リーダーシップあふれる  
人財の集う自由闊達な企業文化

企業理念・行動規範

\*HRBP: Human Resource Business Partner

## 4. コーポレート機能の進化：ブランディング・DX

誰もが働きたい・働めたい会社、誰もが知っている会社に向けたブランディング戦略を進める一方、DXを通じた業務効率化やデータドリブン経営の構築を進める

### ブランディング：ブランド価値の向上

#### これまでの岩崎電気

- ・ 業界の人は良く知っているニッチトップメーカー
- ・ LED化や照明への通信技術の導入など、既存業界を超えた競争が激しくなり、キャリア採用市場が急拡大する中、“一部にしか知られていない優良企業”からの脱皮が重要に

#### これからの岩崎電気が目指すべき姿

- ・ お客様やパートナー、そして現役社員とキャリア志望者から選ばれる企業になる
- ・ 企業理念や中期経営計画の浸透に加え、外部知見も活用しつつ、社内外への発信を強化し、現役社員のエンゲージメント向上とともに、潜在的なお客様やパートナー企業、キャリア志望者に「知ってもらう」ことが重要
- ・ 中計推進により、認知度の向上、ブランド価値向上を実現する

### DX：デジタル技術を活用した業務効率化と新価値創出

#### ONE IWASAKI でのシステム・プロセス統合

- ・ 複数子会社の中で一部分立していたシステム・プロセス面を統合して効率化を推進

#### 各種システム刷新を通じたデータドリブン経営の構築

- ・ 会計、製販連携システムの刷新を通じた連結決算の迅速化、製造・販売工程の効率化
- ・ 経営判断のスピードと質のさらなる向上を実現

#### インフラとセキュリティ機能強化

- ・ グループウェアの刷新を通じた社内の情報連携強化
- ・ BCPの強化と、次世代セキュリティ対策の導入

## 4. コーポレート機能の進化：長期成長

新中計による中期的成長の実現と同時に、持続的な長期成長を担保すべく、イノベーション推進機能を強化し、安全安心な社会インフラ、環境・エネルギーなどの大きな社会課題を独自技術で解決する技術基盤を構築

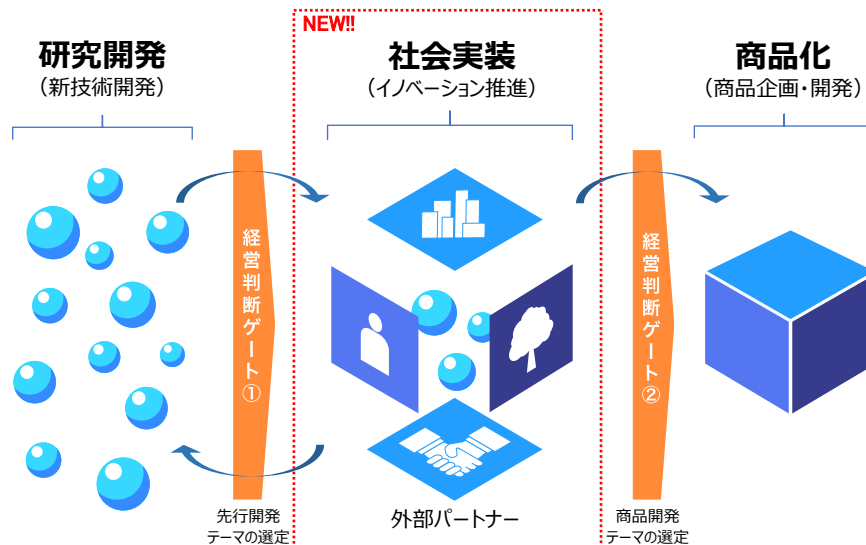
### イノベーション・社会実装機能の強化

#### 社会実装組織・機能の設置

- ・ 研究開発シーズ：社内外の技術を活用
- ・ 社会実装：シーズの実証実験などを通じ、製品化のための検討にヒト・モノ・カネを投資

#### 経営判断プロセスの導入

- ・ 研究開発→先行開発、先行開発→商品開発それぞれの段階に適した、選定基準及びKPIを設定



### 事業化技術基盤の構築と技術開発テーマ

#### 事業化技術基盤の構築

- ① 成長領域の事業拡大に向けた技術開発
  - ・ 都市空間、インフラ：安全で便利な都市づくり
  - ・ 環境・エネルギー：持続可能なエネルギー提供
  - ・ 半導体・デジタル：先端技術の推進
- ② 光の新たな価値の創造
  - ・ 次世代光源技術：「あかりとひかり」の進化
- ③ 次世代技術開発と社会実装機能の強化（左記）

#### 技術開発テーマ

- ① 安全安心で強靱（レジリエント）な社会インフラ
  - ・ インフラDX：防災・減災、エネルギーマネジメントなど、デジタルを活用したヒト中心の街づくりの推進
  - ・ 再生可能エネルギー：地域社会エネルギー供給を強化
- ② GXの持続可能な環境技術
  - ・ 次世代エネルギー技術：蓄電池と水素エネルギー
  - ・ 高度環境浄化とヘルスケアDX
- ③ コアテクノロジーの強化と新規事業の創出
  - ・ デジタル&グリーン技術
  - ・ 次世代光源技術とオプトエレクトロニクス
  - ・ 基盤技術の強化：光源基盤技術、光プロセス技術

## ＜将来見通しに関する注意事項＞

本資料に記載しています岩崎電気株式会社の現在の計画、戦略、見通し、業績予想などのうち、過去、または現在の事業に関するもの以外は将来予測に関する記述に該当いたします。

これらは、現在における入手可能な情報を元にした当社の仮定及び判断によるものであり、潜在的リスク及び不確実な要因の影響を受け、実際の業績が記載している内容と大きく乖離する場合がありますことをご承知おきください。

# Be a Challenger, Be a Change.

～ あかりと光、新たな技術の融合で、サステナブルな社会・産業インフラを支える先進企業へ～