

Value creation

価値観・ビジネスモデル

CONTENTS

- 22 価値創造の歩み
- 24 価値観
- 26 価値創造プロセス

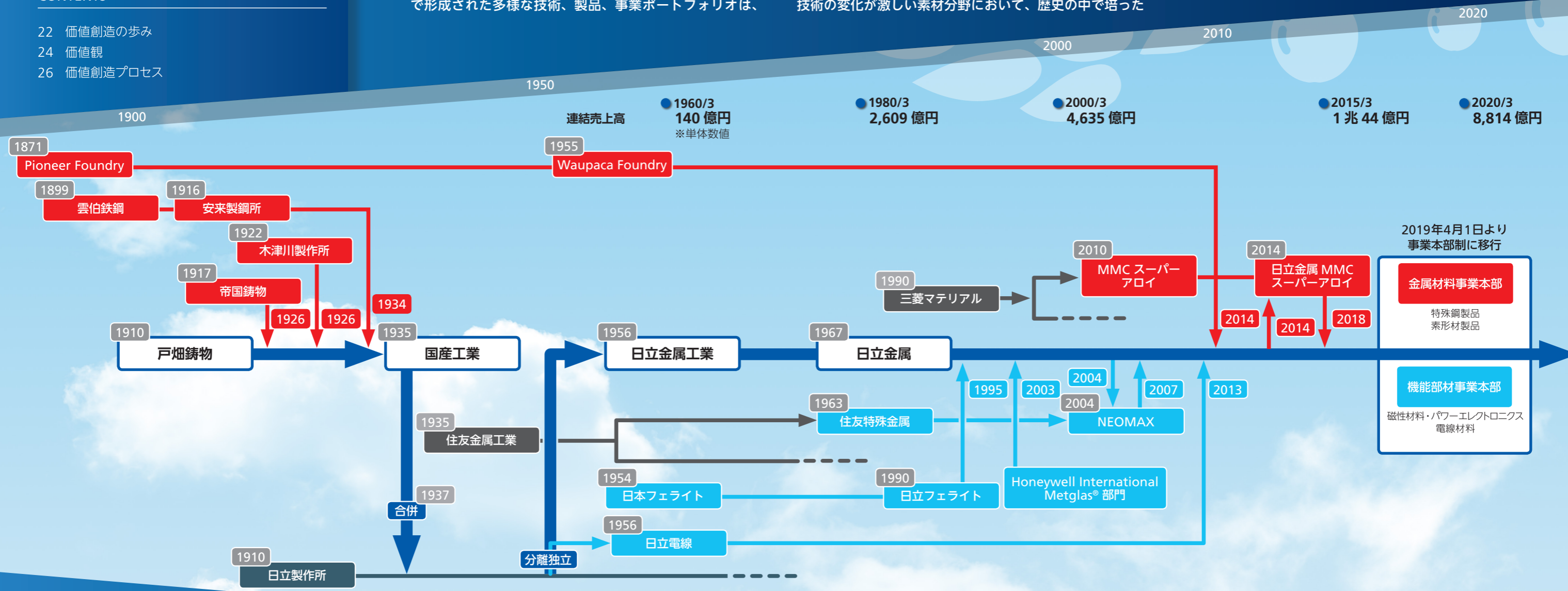
価値創造の歩み

多様性、それは「日立金属らしさ」を形づくるもの。

日立金属グループは、100年以上にわたる歴史の中で、M&Aを繰り返しながら成長を続けてきました。その過程で形成された多様な技術、製品、事業ポートフォリオは、

私たちの競争優位の源泉であり、また、この多様性が「日立金属らしさ」を形づくるものでもあります。私たちは、技術の変化が激しい素材分野において、歴史の中で培った

この多様性を伸ばし、強化することで、お客様や社会にとってなくてはならない存在であり続けます。



1910 戸畑鋳物

近代化の途上にあった日本が、工業品のほとんどを輸入に頼っていた時期、可鍛鋳鉄の製造技術を取得した鮎川義介が、日立金属の前身である戸畑鋳物を設立。1911年に「ひょうたん印」のマレブル（黒心可鍛鋳鉄）管継手の生産を開始した。その後、造船用品、鉄道用品、紡績機用品など生産品目を増やし、製品の優秀性が認められ、順調に受注を増やした。それと並行して鉄鋼圧延用ロールを生産する帝国鋳物、管継手を生産する木津川製作所、鋼を生産する安来製鋼所を合併し、業容を多様化させた。

1935 国産工業

戸畑鋳物が、事業分野を重工業全般にさらに拡大する中で社名を変更。

1956 日立金属工業

戸畑鋳物をルーツに持つ戸畑・深川・桑名・若松・安来の5工場を含む日立製作所鉄鋼部門が分離独立し、日立金属工業設立。

1967 日立金属

日立金属工業から日立金属に社名変更。独創的なものづくりと積極的なM&Aによって変化を繰り返しながら、世界でも屈指の材料メーカーへ成長。現在は、自動車のEV化や産業・インフラ、エレクトロニクスの進歩に貢献する技術やサービスをグローバルに提供。

1995 日立フェライト

自動車やエレクトロニクス製品などのノイズ対策で需要が高まる軟磁性材料事業強化のため、1995年に日立フェライトを吸収合併。

2003 Honeywell International Metglas® 部門

米国Honeywell InternationalのMetglas®（アモルファス金属材料）部門を買収。小型軽量化・省エネルギー・電磁波ノイズ対策など、エレクトロニクス分野で需要が拡大する軟磁性材料事業を強化。

2007 NEOMAX

日立金属の磁石部門と住友特殊金属を統合して設立され、自動車電装用や家電用のモーターに広く使われる高性能ネオジム磁石やフェライト磁石を生産。自動車用モーターなどに需要拡大が見込まれる中、磁性材料事業を一体化することでシナジー効果を高めるため、2007年に合併。

2013 日立電線

日立グループにおいて電線・ケーブル事業を行う日立電線と2013年に合併。低炭素社会の実現に向けた社会の動きが加速する中、自動車、エレクトロニクス、産業インフラの各分野で技術・販売面のシナジーを創出。

2014 Waupaca Foundry

自動車用鋳物で世界No.1の規模を持ち、北米市場で圧倒的なシェアを誇るWaupaca Foundryを2014年に子会社化。世界最大の鋳物サプライヤーとして事業領域を拡大。

2014 日立金属 MMC スーパーアロイ

航空機・エネルギーなど基幹産業でのグローバルな成長に向けて、航空機部材の豊富な実績と技術力を持つMMCスーパーアロイを子会社化。2018年4月に日立金属桶川工場発足。

私たちにしか生み出せない価値がある

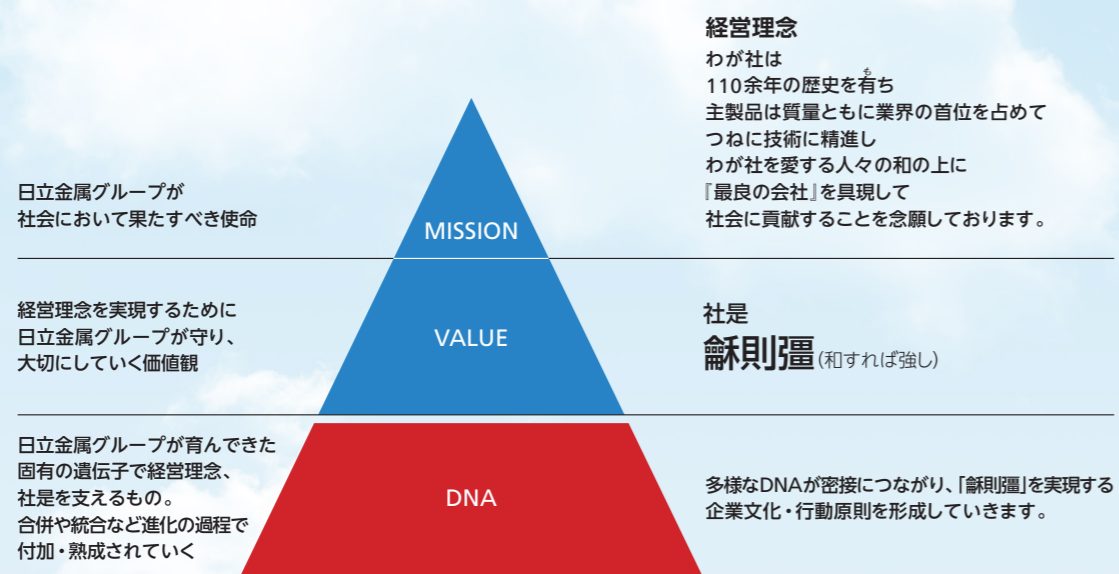
私たちのDNAは、100年以上にわたる歴史で培われてきました。日立金属グループに集う全ての会社が持つ固有の技術や製品、それらを創り出すユニークで実力のある人財が、日立金属グループのDNAを形成します。

私たちは、多様性あるDNAを、共通の価値観（VALUE）である社是「蘇則彊（和すれば強し）」により束ねることで、他社にはない当社独自の成長ストーリーを描きます。

その成長ストーリーを実現するなかで、経営理念を实践し「最良の会社」を具現することが当社の使命（MISSION）です。

日立金属WAY

「日立金属WAY」は、日立金属グループの行動原則や判断基準となるもので、「日立金属らしさ」を形づくる経営理念（MISSION）、社是（VALUE）、多様性のあるDNAを体系的にまとめたものです。



経営理念

日立金属グループは、主製品が質量ともに業界の首位を占める「質の量産」※1を実現し、「真の開発型企業」※2としてつねに技術に精進し、従業員一人ひとりが集い創出されたシナジーのもと、「最良の会社」をめざします。日立金属グループを一本の大樹に例えると、「DNA」（木の根=多様な人財、技術、製品）は、「社是」（太い幹=共通の価値観）を通して「経営理念」（花や実=技術、製品、サービス）へと結実していきます。私たちは、社会の要請に応え、人々のニーズを満たす花や実がなる「木」として成長することで、「経営理念」に掲げる「最良の会社」を具現します。

※1: お客様や社会課題を解決する製品・サービスとして「質」と「量」を兼ね備えた高度なモノづくり

※2: 事業戦略を先導するR&Dを実現して、グローバルなお客様のニーズを具現化し未来を拓く企業

社是

社是は、多様性のあるDNAを束ねる共通の価値観であり、日立金属グループを1本の大樹に例えるといわば太い幹の役割をしています。独創的で多彩な人財、技術、製品（「強い個」）は、日立金属グループが成長するために不可欠な基盤ですが、それを束ねる力がなくてはイノベーションが生まれることはありません。私たちは、社是「蘇則彊（和すれば強し）」のもと、多様な「強い個」を束ねることで、他社にはないイノベーションを次々に生み出し、その成果をお客様や社会の課題を解決する製品・サービスとして提供します。

DNA

私たちのDNAを形成するのは、日立金属グループに集う全ての会社が持つ固有の技術や製品、それらを創り出すユニークで実力のある人財です。日立金属グループを1本の大樹に例えるとDNAは根にあたります。

地面に張る根が数多く、強くなるほど、多くの栄養を取り込むことができ、環境変化を乗り越えて立ち続けることができます。DNAに組み込まれた多様性こそが、当社の強みであり成長ドライバーとなっています。

価値創造プロセス

私たちの強みは、独創的で多彩な人財、技術、製品としての「強い個」であり、社是である「齎則彊（和すれば強い）」の体現により「強い個」を束ねたイノベーションの創出です。これらの強みを生かし、グローバルにおけるメガトレンドやマーケットニーズを踏まえてお客様の材料ニーズにこたえることで、持続可能な社会を支える高機能材料会社をめざしています。「法を守り正道を歩む」を基本方針としたコーポレートガバナンスと「質の量産」「真の開発型企業」を実践する事業活動に支えられた成長戦略の遂行により、お客様や社会にとってなくてはならない存在であり続けることで、社会の持続可能な発展へ貢献する「最良の会社」を具現します。

グローバルにおけるメガトレンド

気候変動	エネルギー・資源不足	都市化進行	人口動態の変化	IT・テクノロジーの進歩
環境規制対策		省エネニーズ増加	移動需要の拡大	

マーケットニーズ

自動車 (EV)	エレクトロニクス (IoT/半導体・ディスプレイ)	インフラ関連 (航空機・鉄道)
----------	---------------------------	-----------------

材料へのニーズ

環境耐性
安全性

高効率
低損失

軽量化

マルチ
ファンクション

DNA

100年以上にわたる歴史の過程で培われたDNA (合併や統合などの進化の過程で付加・熟成)

強み

「多様性」のある「強い個」

独創的な人財・技術・製品

コア技術
金属組成
組織制御

齎則彊

(和すれば強い)

強み

「強い個」を束ねる

独創的な人財がもつ知見、多彩な技術・製品を生かしたイノベーションの創出

価値観
Value

コーポレート・ガバナンス

事業活動

2021年度
中期経営計画
成長戦略

ヒトをつくり
今日よりも一歩進んだ「明日の自分」
働き方改革で成長を実感
「安全」「環境」「品質」を織り込んだモノづくり

イノベーションをつくり
Only 1、No. 1のモノづくり・新製品

未来をつくる

Vision
電動化社会／
モビリティの進化に
貢献するOnly1
高機能材料会社

経営理念
Mission
「最良の会社」
の具現

「真の開発型企業」「質の量産」



事業リスクへの対応

外部環境の変化

資源価格高騰による利益低下	中国・新興国メーカー台頭による競争激化	円高進行による競争力低下	品質要求水準の高まりによるコスト増加	技術革新による既存製品の衰退
---------------	---------------------	--------------	--------------------	----------------

事業戦略で貢献する目標



企業活動全体で貢献する目標

