

アネスト岩田の事業

事業概況 エアエナジー事業



空気を主とした気体を圧縮するオイルフリーの技術と省エネ性を追求し、世界のお客さまの要求に合わせた製品を提供することで、豊かな社会づくりに貢献します。

取締役 専務執行役員 エアエナジー事業部長

深瀬 真一

2020年度の事業概要

圧縮機製品では、上半期は経済活動の停滞を受けて、汎用製品の販売が落ち込みました。一方で、医療施設の需要急増により病院向けオイルフリー圧縮機の特需を獲得するなど、カスタマイズ製品の販売拡大が収益を下支えしました。また、下半期に入ると、地域差はあるものの中国を筆頭に経済状況は緩やかな回復を見せ始め、新型コロナウイルス感染症の感染再拡大が起こったものの想定より汎用製品の需要が低下しなかったため、減少幅を最小限に留

めることができました。

真空機器製品では、マーケティング拠点を日本から先端理科学研究が盛んなアメリカに移したことが功を奏し、研究施設に設置される装置向け真空ポンプの開拓に成功しました。また、世界的な半導体需要の急拡大により、半導体製造関連装置向け真空ポンプの売上が伸長しました。真空機器製品は利益率が高く、エアエナジー事業全体の利益率改善に貢献しました。

2020年度 エアエナジー事業経営成績

連結売上高

20,866 百万円
(前年比 6.1%減 ↓)

連結営業利益

1,821 百万円
(前年比 2.6%増 ↑)

営業利益率

8.7%
(前年比 0.7pt増 ↑)

市場環境と2021年度の見通し

引き続き海外売上の伸長を基軸として、カスタマイズ製品や真空ポンプの販売拡大を見込んでいます。

病院向けオイルフリー圧縮機においては、新型コロナウイルス感染症を発端とした需要拡大のスピードが緩やかになるも、恒常的なニーズは見込まれることから、堅調に推移すると予想しています。また、継続する半導体需要の増

加により、製造関連装置向け真空ポンプの売上は伸長する見込みであり、並行してアメリカや中国において装置メーカー開拓を続けていきます。

一方で、市場の回復に伴い、汎用製品の売上割合が増加し商品ミックスが変動することから、営業利益率は減少することが見込まれます。

2021年度 エアエナジー事業業績予想

連結売上高

22,400 百万円
(前年比 7.4%増 ↑)

連結営業利益

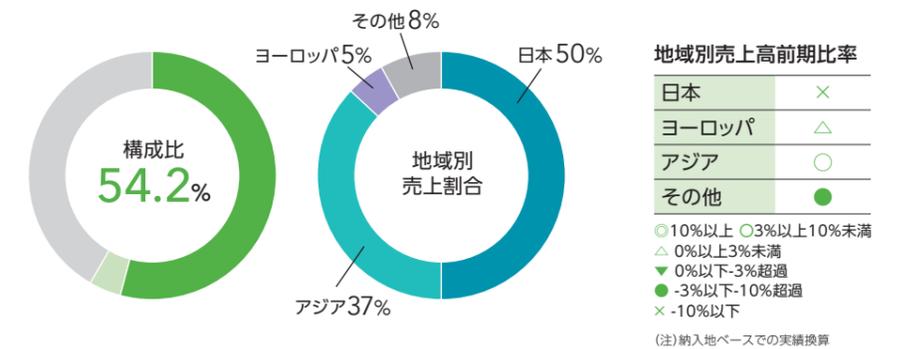
1,868 百万円
(前年比 2.6%増 ↑)

営業利益率

8.3%
(前年比 0.4pt減 ↓)

圧縮機製品 コンプレッサ・窒素ガス発生装置

2020年度連結売上高
19,304 百万円
(前年比 6.6%減 ↓)



強み／機会とリスク

強み

- 潤滑油を使用せず、クリーンな圧縮エアを供給するオイルフリー圧縮機
- 世界で初めて開発・製品化し、静かで省エネ性に優れた空冷式オイルフリースクロール圧縮機の技術力
- お客さまの幅広いご要望にお応えするカスタマイズ力
- 自動組立ラインを併用した業界トップクラスの生産力
- 人と自動化が融合した作業環境での生産による製品品質の均一化
- 日本小形圧縮機市場で2位のシェア(自社推定)を誇る信頼と安定性
- 小形圧縮機の主力製品を受注当日に出荷する供給体制(日本)
- グローバルな製造販売ネットワーク

機会

- 医療及び製薬市場の活発化
- 新興国を中心とした病院の新設や医療関連設備の増強
- 日本の食品衛生法の改正による給油性圧縮機からの切り替え需要の発生
- 省エネ、環境規制対応など環境負荷軽減への取り組み強化
- 電動車両(EVバス、EVトラック、鉄道など)市場の拡大
- 圧縮機設置環境の改善要求(省スペース、振動・騒音の削減、床や大気中に漏れ出る油分の除去)
- 特に静音性が求められる市場への需要拡大(研究施設、医療施設など)

リスク

- 新型コロナウイルス感染症による影響からの回復速度(主に汎用圧縮機販売に影響)
- 新型コロナウイルス感染症を発端とした医療関連設備投資の前倒しによる反動
- 日本市場における厳しい価格競争による利益率の悪化
- 日本における圧縮機市場の成熟化
- 国や地域ごとに定められる法令、規制、規格の新設や厳格化
- 原材料価格の高騰
- サプライチェーンマネジメント・物流混乱による販売機会の喪失とコスト上昇

2020年度の主な成果

- 特定市場におけるお客さまごとの要望に合わせたカスタマイズ製品の販売の伸長
→ 医療施設増設により病院向けオイルフリー圧縮機の需要が急増(P.23をご参照ください)
- 2018年にM&Aを実施した上海斯可絡圧縮機有限公司*が売上を下支え
- オイルフリークロー圧縮機のモデルチェンジを実施

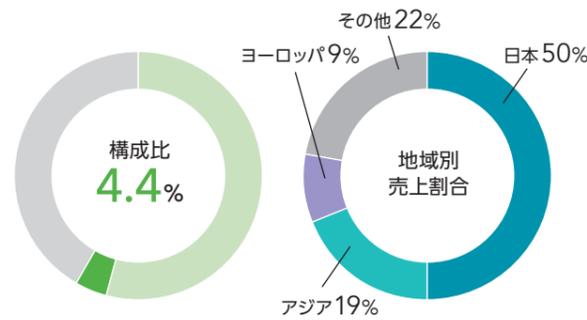
* 中・大形圧縮機を製造し、主に中国国内に販売するとともに、他エリアへも供給している。

2021年度以降の主な施策

- モデルチェンジしたオイルフリークロー圧縮機の市場への早期浸透
- シェア拡大余地のある海外市場や高付加価値が認められるニッチ市場及び好調市場への注力
- 新たなビジネスへの参入(発電事業)
- オイルフリー化の促進(P.23をご参照ください)
- 国内工場の通信インフラ整備とIoTの活用などによる生産効率の向上
- 世界最適地生産体制の構築、各活動拠点における経営体制の見直しなど経営基盤の強化

真空機器製品 オイルフリースクロール真空ポンプ

2020年度連結売上高
1,561百万円
(前年比 0.4%増 ↗)



地域別売上高前期比率

日本	▼
ヨーロッパ	○
アジア	×
その他	◎

◎ 10%以上 ○ 3%以上10%未満
△ 0%以上3%未満
▼ 0%以下-3%超過
● -3%以下-10%超過
× -10%以下

(注) 納入地ベースでの実績換算

強み／機会とリスク

強み

- 潤滑油を使用せず、クリーンな排気を実現するオイルフリー真空ポンプ
- 世界初の空冷式オイルフリースクロール真空ポンプを開発した技術力
- 世界有数の宇宙分野や最先端科学分野の研究施設に認められた製品性能
- グローバルな販売ネットワーク

機会

- テレワーク対応やオンライン消費増加に伴う電子機器の生産拡大による半導体市場の伸長
- 日本の食品衛生法の改正による給油式真空ポンプからの切り替え需要の発生
- 理化学研究施設の整備・増強
- 新型コロナウイルス感染症の影響により各国で停滞していた研究開発活動の再開

リスク

- 半導体製造市場などの需給の急激な変化
- 官公庁、学校などにおける研究開発用予算の縮小
- 原材料価格の高騰
- 競合大手との厳しい価格競争による利益率の悪化

2020年度の主な成果

- 最大市場であるアメリカへ事業活動拠点を移管したことによる営業力の強化
→ アメリカにおける装置メーカーの開拓、大型研究施設向け製品の販売の伸長
- PCR検査用試料製造関連装置(凍結乾燥・滅菌)向け製品の販売の伸長
- 世界的な半導体需要の拡大による製造関連装置向け製品の販売の伸長

2021年度以降の主な施策

- アメリカ・中国を中心とした装置メーカーの開拓
- 各国の特性に合わせた仕様のカスタマイズ製品開発
- 国内工場の通信インフラ整備とIoTの活用などによる生産効率の向上

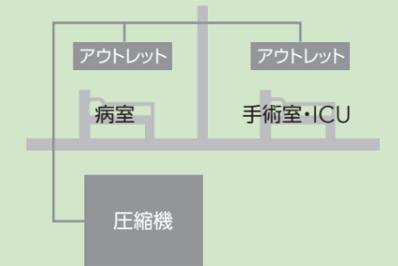
TOPICS

医療施設とオイルフリー圧縮機

2020年度は、新型コロナウイルス感染症が世界中で猛威を振るった1年となりました。多くの国と地域で病床不足が発生し、その解決のため会議場などを利用した臨時医療施設が開設される事態に陥りました。医療施設(病院)において圧縮機は必要不可欠な装置です。そのため、急拡大する医療向けオイルフリー圧縮機の需要に対し、当社は各地域に点在する拠点からの供給を行いました。

当社が病院に納めている圧縮機は、呼吸用医療ガス供給システムに組み込まれています。その用途から、病院で使用される圧縮空気は最高レベルの品質が要求されるため、当社が持つオイルフリー技術が強みとなり、採用いただいています。

2021年度以降は、新型コロナウイルス感染症を発端とする需要は落ち着きを見せると考えていますが、新興国を中心に病院の新設、医療設備の増加や更新など、恒常的なニーズの継続が見込まれることから、医療向けオイルフリー圧縮機の販売は堅調に推移すると予測しています。



半導体と真空ポンプ

半導体市場規模は年々大きくなっています。また、新型コロナウイルス感染症におけるリモート対応が急激に進んだことによるPCなどの端末やデータセンターに対する需要、インフラ設備投資の拡大が追い風となり、今後も大きな成長が見込まれます。

この半導体と大きな関わりのある当社製品が、真空ポンプです。その用途のひとつとして半導体製造装置への組み込みがあり、当社製品は主に製造過程において、回路を焼き付ける露光装置、機密性検査装置(リークディテクタ)、搬送装置などに使用されています。

この半導体需要を逃さず獲得することで、真空機器製品のさらなる販売拡大を目指していきます。



オイルフリー化の推進

圧縮機や真空ポンプには、潤滑油を使用するオイルタイプと使用しないオイルフリータイプが存在します。オイルタイプは、価格が安い反面、ドレン*や圧縮空気に油分が含まれてしまうことによる水質・大気汚染への懸念に加えて、潤滑油の製造工程に多くのCO₂が排出されるため、地球環境にとって悪影響を与えてしまいます。

現在当社には、圧縮機製品の商品ラインナップとしてオイルタイプとオイルフリータイプの両タイプがありますが、その売上に占めるオイルフリー圧縮機の割合は54%程度です。まず初めに、主力製品である往復圧縮機のオイルフリー販売比率を上げ、当社製品の潤滑油使用量『ゼロ』を目標にオイルフリー圧縮機・真空機器メーカーのトップランナーとなることを目指しています。オイルフリー化の促進を事業推進における重要な成長戦略と位置付け、オイルフリータイプを世界に普及させることで、社会と当社の共有価値の創造を実現します。

* 空気圧縮駆動時に発生する水分であり、規定値以上の油分を含む場合は産業廃棄物として扱われる。

当社が販売する往復圧縮機全体に占めるオイルフリー比率



アネスト岩田の事業

事業概況 コーティング事業



世界トップクラスのコーティングメーカーとして、最適な塗膜作成技術と環境にやさしいコーティング技術を提供します。

取締役 専務執行役員 コーティング事業部長兼東アジア市場統括

大澤 健一

2020年度の事業概要

塗装機器製品では、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、経済活動が停滞したことで上期に大きく減収となりました。下期に入ると、中国や欧米を中心に徐々に回復の兆しを見せ始めましたが、上期の減少を取り戻すまでには至りませんでした。そのほか、巣籠り消費によりホビー・アート向けであるエアブラシ*の販売は大きく拡大したものの、設備投資に対して慎重な見方が広がったことで、特に日本における環境装置の販売が縮小し、総じて売上は減少しました。

塗装設備製品では、前期に受注した案件を着実に納入しました。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響により商談の遅延やお客さまの工事計画変更による納入時期のずれなどが発生したこと、日本人技術者の現地派遣などが叶わなかったことなどを受けて、売上は減少しました。

* 塗料やインクなどを霧にして噴き付ける小形の器具。用途は、カスタムペイントから、ホビー・クラフト、アート、メイクなど多岐にわたり、当社塗装機器販売の約10%（前年同期比+3pt）を占める。

2020年度 コーティング事業経営成績

連結売上高

14,722百万円
(前年比12.7%減 ↓)

連結営業利益

1,623百万円
(前年比 22.8%減 ↓)

営業利益率

11.0%
(前年比 1.6pt減 ↓)

市場環境と2021年度の見通し

塗装機器においては、受注状況や各国における自動車補修市場・工業塗装市場は回復傾向にあることから、汎用機器の販売は復調すると見込んでいます。エアブラシについては、2020年度ほどの需要の急拡大はなくとも、ユーザの定着が見込める市場のため、堅調に推移すると予想しています。

塗装設備においては、お客さまの工期計画により納入が遅れていた売上分が今期にずれ込むことを加味しています。一方で、新型コロナウイルス感染症により前期の営業活動が停滞したため期初の受注残が例年より減少しており、製品の特性上、受注から納入までに時間を要することから今期の売上に影響を与える見込みです。

2021年度 コーティング事業業績予想

連結売上高

16,100百万円
(前年比 9.4%増 ↑)

連結営業利益

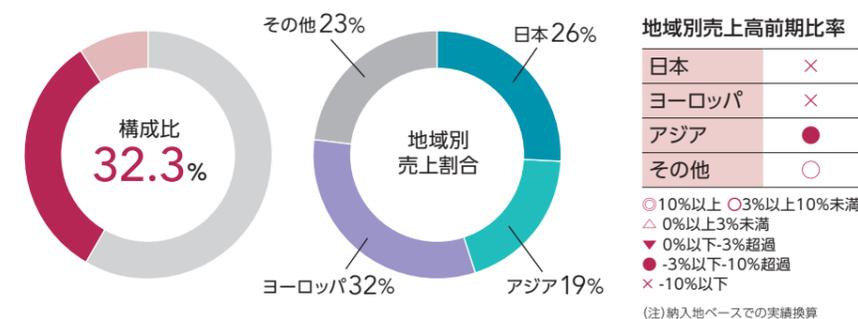
1,732百万円
(前年比 6.7%増 ↑)

営業利益率

10.8%
(前年比 0.2pt減 ↓)

塗装機器製品 スプレーガン・静電塗装機・塗料供給装置・液圧機器・塗装ブース

2020年度連結売上高
11,483百万円
(前年比 10.5%減 ↓)



強み/機会とリスク

強み

- 国産第1号のハンドスプレーガンを開発、製品化し長年培ったノウハウ
- 塗料に応じた最適なスプレーガン開発と塗装方法を提案するための知識・経験
- 均一で最適な塗り上がりを提供する技術
- ハンドスプレーガン市場において国内70%以上のシェアを誇る信頼性
- 海外でも高シェアを占めるブランド力
- 欧米で先行する厳しい環境規制に適合した環境配慮型製品
- 高級仕様のスプレーガンを高品質で量産可能とする国内自動車生産設備
- グローバルな製造販売ネットワーク

機会

- 経済成長に伴う中・高級装飾用塗装の需要増加
- 各国における環境規制の新設ならびに強化
- アジア諸国や新興国における衛生陶器市場の伸長
- 薬品、光触媒といった機能材料などの液体塗布に関する需要の増加
- 巣籠り消費などによるDIY・ホビー市場の伸長
- 環境配慮への関心の高まり(塗着効率アップに対するニーズの向上など)

リスク

- 製品開発の遅延による販売機会の損失
- 事故防止装置付き車両の普及に伴う自動車補修市場の縮小
- 世界的な自動車減産の継続
- 価格が安いコピー製品の流通拡大
- 塗装に替わる表面処理(フィルム)技術の台頭
- 原材料価格の高騰

2020年度の主な成果

- エアブラシ販売の大きな伸長(P.27をご参照ください)
- 新製品の上市
 - ボリュームゾーン市場の開拓：中級レンジスプレーガン[KATANA] (P.27をご参照ください)
 - 自動車補修市場、汎用市場向けスプレーガンのモデルチェンジ
- 2019年に発売開始した「WIDER 1」が第50回機械工業デザイン賞IDEA*で入賞
- 液体塗布市場の開拓進展(P.27をご参照ください)
- 海外主要エリアとのマーケティング会議の継続実施による適切な戦略構築とグローバルな連携強化

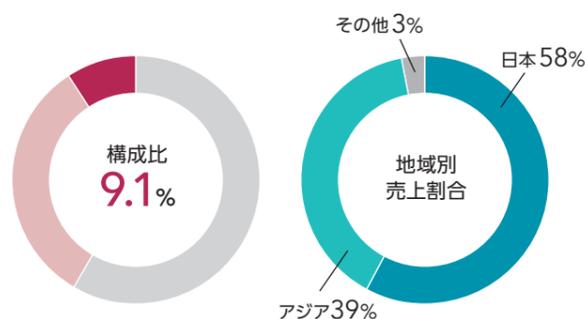
2021年度以降の主な施策

- 工業塗装市場攻略に向けて、エリアに合わせた体制整備と施策の実施
- 塗料以外の液体を塗布する市場の開拓(液圧機器の販売拡大)
- お客様相談室を活用したエンドユーザの要望吸い上げなどニーズ把握能力の向上と適切な提案活動の実施
- ECサイトの活用推進
- 製品販売中心からコーティング技術の提供を中心としたビジネスモデルへの変革
- 各国子会社の技術者数名で構成するグローバル・テクニカルチームの活動推進
 - 各国の塗料メーカーからの認証取得(スプレーガン)

* 日本の工業製品デザインの復興・発展を目的に、1970年に日刊工業新聞社様が主催となって創設された顕彰制度。

塗装設備製品 自動塗装装置・塗装プラント・塗装ロボット

2020年度連結売上高
3,239百万円
(前年比 19.7%減 ↓)



地域別売上高前期比率

日本	×
ヨーロッパ	○
アジア	×
その他	×

○ 10%以上 ○ 3%以上10%未満
△ 0%以上3%未満
▽ 0%以下-3%超過
● -3%以下-10%超過
× -10%以下

(注) 納入地ベースでの実績換算

強み／機会とリスク

強み

- 塗装の実験施設 (Coating Solution Center) を活用した高い課題解決力
- お客様の求める塗り上がり、高い良品率を可能とする最適な提案力
- グローバルな製造販売ネットワーク

機会

- 作業環境の改善要求
 - 作業者の不足や高齢化に伴う自動化推進
 - 環境負荷軽減の取り組み強化 (省エネ、VOC*削減など)
 - 日系企業による海外での工場新設
- *揮発性有機化合物

リスク

- 景況悪化による設備投資の縮小
- お客様都合による設備計画の延期や見直し
- 世界的な自動車減産の継続
- 業種別売上構成比の偏り
- 受注前後の活動における人員コントロール
- 外部購入品の割合が高いことによる高単価率
- 原材料価格の高騰

2020年度の主な成果

- 前期受注案件の着実な納入 (お客様都合による工事計画の遅延を除く)
- 日本からリモートで行う海外設備納入案件の現地立ち上げ支援 (リモートスーパーバイザー) の成功
- 多国籍展開するユーザ対応とその納入実績に伴うリピートの獲得
- 塗装ロボット [SWAN Pro] のティーチングアシストソフトの開発に着手

2021年度以降の主な施策

- 外的要因に左右されない受注案件の確実な納入と立ち上げ
→ 対面とWEB双方による営業活動やリモートスーパーバイザーの取り組みの強化
- お客様に最適なコーティングを提供するコンサルティング機能の強化
- 塗装の完全自動化や環境対応に向けた技術の確立及び製品開発
- 自動車部品塗装に偏らない案件の獲得
→ 塗料以外の液体塗布設備に関する案件の創出

TOPICS

エアブラシの需要急拡大

2020年度は、巣籠もり消費によりエアブラシの売上が大きく伸長しました。

新型コロナウイルス感染症の影響により世界中で外出自粛が続いたことで、多くの人は自宅で過ごす時間が増えました。自宅でできる趣味が大きな関心を引き、その一つとして注目されたのがプラモデルです。エアブラシは、プラモデルの塗装に使われることが多く、趣味として始める人口が増えたことで、アメリカ及びドイツを中心に世界各国でその売上が大きく伸長しました。今後は、巣籠もり消費による需要の急拡大は落ち着くものの、堅調に推移すると見込んでいます。

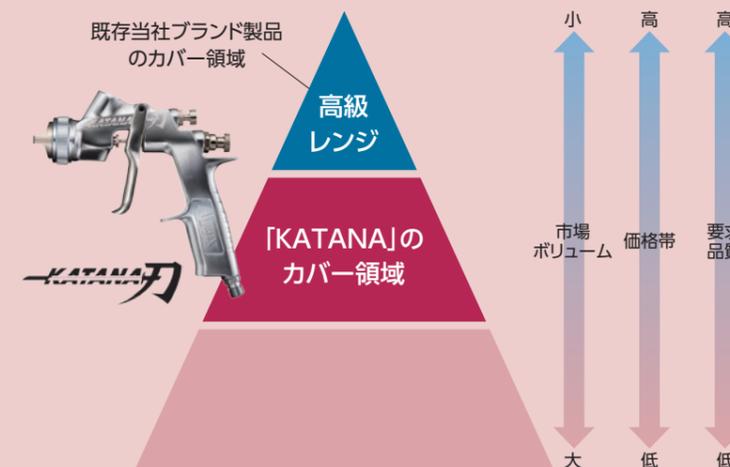


■ ボリュームゾーンの獲得

当社は、これまで自動車補修などに代表される高級塗装をはじめプロフェッショナルユースに特化した製品展開をしていました。しかしこのたび、DIYなど、一定以上の仕上がりやリーズナブルな価格帯のモデルが求められる市場の開拓を目的として、2020年7月から南米を皮切りに、世界各国で中級レンジスプレーガン [KATANA]* の販売を開始しました。

特に中国や新興国を中心として早期浸透策の実施を行うことで、世界市場のボリュームゾーンの獲得及びブランド認知度の向上を目指すとともに、高級レンジ製品への誘導を図っています。本製品を投入する局面では、一時的に利益率の停滞が予測されますが、数量効果に伴う利益額の成長を見込んでいます。

*当社セカンドブランド "AIRREX" ブランドとして発売



■ 塗装以外の分野で活躍する霧化機器

当社では主に塗料を用いた塗装用途の霧化機器を扱っていますが、塗料以外の液体を塗布する霧化機器 (液圧機器) も商品ラインナップに加えています。

溶かしたチョコレートや液体調味料などの食液、離型剤や光触媒などの一般工業用液体、そのほか除菌液のような薬品などを、細かく、広範囲に、手早く、均一に塗布したいというニーズに対して、長年培った液体を霧にする技術を基にそれぞれの特性に合わせた液圧機器を提供しています。今後はさらなる成長を目指して、製品ラインナップの拡充と液圧機器の認知度の向上に努めていきます。



接着剤塗布用新型スプレーガン [COG1]

アネスト岩田の事業

品質保証・知的財産管理

お客さま満足の絶え間ない追求のため、「品質管理体制の構築と更新」「品質の維持・向上への取り組み」「お客さまからの苦情やご意見への対応と課題解決」に努めています。知的財産についても、重要な経営資産として適切に取り扱っています。

品質に対する基本的な考え方

「アネスト岩田フィロソフィ」でも示しているとおり、当社グループが取り扱う製品・サービスの品質向上を重要な方針のひとつとして認識しています。

品質の維持・向上のために、「品質マニュアル」をはじめとする複数の社内規程を設けています。「品質マニユア

ル」では「品質方針」と「品質スローガン」を明示しており、とりわけ「品質方針」は社長による年1回のマネジメントレビューを受けて柔軟に見直し、当該年度の実情に見合った最適解によって方針を決定しています。

品質方針

製品品質の維持向上が最も重要であることを認識する

- 1 品質マネジメントシステムを経営の根幹とする
- 2 市場の要求を満足する
- 3 品質マネジメントシステムの有効性を継続的に改善する
- 4 製品コストの低減に寄与することを目的とする

品質スローガン

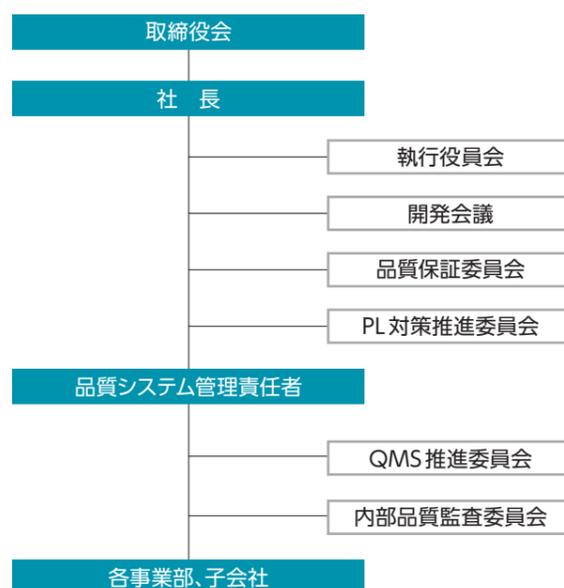
▶ めざす品質 = お客さまの満足

品質管理体制

品質管理の大きな枠組みとして、社長を最高責任者に据えたQMS推進体制を構築しています。

当社は、ISO9001:2015を利用したQMS活動を実施しており、製品開発初期段階から品質保証部門が客観的見地に立ち潜在的課題の撲滅を図るなど、品質の維持向上に努めています。加えて、品質保証部門が事務局を務める品質保証委員会、技術管理部門が事務局を務める開発会議、年1回の第三者機関によるISO認証審査の受審を実施し、発見された問題点を解決することで市場要求を満たす製品の品質を確保しています。

QMS推進体制



品質向上への取り組み

当社では、苦情で発生したコストや生産現場での不適合による廃棄コスト、苦情対応による時間コストなどを独自の「失敗コスト」としてデータ収集するほか、2019年度からは苦情発生件数と製品販売台数によって「お客さま不満件数率」を割り出し、これらの指数を品質向上のための評価基準として用いています。その結果は、毎年その

他のQMS活動と共に社内にて開示しています。

そのほか、国内のみならず海外の生産拠点も含めたグローバル品質保証体制の構築も行っています。「失敗コスト」などに関する海外工場との認識合わせや啓蒙活動、削減活動を2021年よりアジアの一部拠点から順次開始し、体制の整備を図っています。

お客さま満足度向上への取り組み

当社は、2018年より国内の主要な販売店さま・サービス店さま・セットメーカーさまを対象に、ヒアリング形式で行う「お客さま満足度調査」を実施しています。製品・部品・受注業務・納期対応・サービス関係などに対して、Q（品質）・C（コスト）・D（デリバリー・対応）の観点から評価いただき、結果を分析することで、課題解決に活かしています。

また、お客さまとのコミュニケーション品質向上のため、2019年7月よりお客さまからのお問い合わせ窓口と

して、「お客様相談室」を設置しています。相談室には専従メンバーに加え、事業部に所属する管理職が常駐することで、お問い合わせに迅速かつ的確に回答できる体制を整えています。

そのほか、営業苦情の低減や未然防止、担当者のスキルアップのため、毎年教育計画を策定し、その計画の下複数のテーマを設けて研修を実施しています。

ご意見・クレームへの対応

当社が商品を供給している販売店さま・代理店さまなどからの苦情に関する情報には、各支店・駐在所、または本社が窓口となり、品質保証部門が対応します。

加えて当社では、PL法（製造物責任法）に抵触する、または市場やお客さまに著しく影響を及ぼすといった重要性の高い苦情の発生に備えて品質保証規程にて「PL緊急対応フロー」を設けています。

そのような事態が生じた場合、品質保証部門は速やかに社長に報告するとともにPL対策推進委員会を開催し、最終的には取締役会に報告します。

そのほかにも、サービス部門との連携を強化し、市場状況や気付き情報を共有することで、苦情発生の未然防止に努めています。

知的財産管理

グループ行動規範に記載のとおり、当社グループでは、自身の知的財産権を適切に扱うとともに、第三者の知的財産権を尊重するように努めています。

当社グループが保有する知的財産権の活用例としては、大学との研究・開発の成果である発明・権利を開放特許として、その事業化に関心を持つ企業などで活用していただくための取り組みを進めています。

特許出願件数

国内外 **1,200**件以上