

個人投資家向けオンライン会社説明会 ミーティングメモ

株式会社アマダ (6113)

開催日：2020年9月5日(土)

説明者：取締役常務執行役員経営管理本部長 三輪 和彦氏

1. 会社概要

- ・ 今年の4月にアマダホールディングスとアマダが統合し、新生アマダとしてスタートを切っています。本日は株式会社アマダとしてご説明をさせていただきます。
 - ・ 2015年4月から代表取締役社長を勤めさせていただいているのは磯部任です。創業は1946年で、今年で74年になります。本社は神奈川県伊勢原市にあり、5万3,000坪ほどの緑に囲まれた土地の中にあります。2020年3月期で売上高3,201億円、連結従業員数9,531人です。
 - ・ 当社の歴史は、創業者の天田勇が1946年に戦後焼け残った旋盤1台から事業をスタートしました。1955年、国産第1号の帯鋸盤の開発に成功し、機械メーカーとして歩みだしました。帯鋸盤といいますのは、金属の板や塊を切断するマシンです。
 - ・ 帯鋸盤をトラック（デモ・カー）に乗せて、お客さまのもとに運び、実際に加工してもらうことで事業を拡大しました。
 - ・ 1971年にアメリカで金属板に穴を開けて切断するマシン「タレットパンチプレス（通称タレパン）」を開発、当時としては非常に先進的な機械で世界的にも好評を博しました。
 - ・ 1980年には、レーザの光で金属の板を切断するレーザ加工機を実用化し、これが当社の主力商品として成長しました。
 - ・ 2010年に世界で初めてファイバーレーザ発振器の自社開発に成功しました。このことが現在も板金市場において高いシェアを維持できている差別化要因であると見ています。
 - ・ 2011年には当時の皇太子、現在の天皇陛下が当社のアマダ伊勢原においでくださり、ご視察をいただきました。
 - ・ 業績推移としましては、タレットパンチプレスを開発した1971年から売上が急激に増加し、1980年代にはレーザ加工機が登場したことにより売上が1,000億円を突破しました。さらに、1990年には2,000億円に到達しています。その後、バブルの崩壊や2008年のリーマン・ショックにより、売上が急激に減少する局面もありましたが、グローバル化ということで海外ビジネスを拡大させてきました。2011年からはファイバーレーザを投入し、さらにM&Aに積極的に取り組んできたことで、総じて売上は増加基調となり、2015年には売上が3,000億円を突破しました。
 - ・ 2020年3月期の売上3,201億円の事業別、部門別の構成比は、板金部門が全体の4分の3と非常に大きく、国内では約7割のシェアを持っています。世界でも2割程度のトップクラスのシェアを維持しており、そのほか微細溶接、切削、プレス、研削盤といった部門でもそれぞれの市場で高いシェアを維持しています。
-

2. 主力の板金部門について

- ・ 板金とは、簡単にいうと板状に薄く伸ばした金属のことをいいます。この板状の金属を加工して、部品を作ることを板金加工といいます。その加工のためのマシンや消耗品、金型、ソフトウェアを提供しているのが当社です。
- ・ お客さま工場での板金加工工程の一例ですが、お客さまが発注元から受け取られる立体図を当社の自動プログラムシステムに投じることで詳細な展開図が作成できます。その展開図に基づいて加工、金属の板のどこを切って、どこに穴を開けて、どこを曲げて、どこを付ければいいのか分かるようになっています。当社のレーザ加工機やタレットパンチプレスといった加工機を使い金属の板から切り取った部材をベンディングマシンで曲げる工程に進むことで、少し立体的な部材ができてきます。
- ・ 次にレーザ溶接機を使い、部材と部材を付けるという溶接工程を経て、完成した部品をお客さまが発注元に納品し、例えばパソコン、冷蔵庫、大きいものでは建設機械、ビルの土台となる躯体、エレベーターやエスカレーター、雨戸のサッシ、ロッカー、エアコン、病院にあるMRI、キッチン、厨房のシンクや消防車、農業機械といったものに部品が生まれ変わっています。このように皆さまが普段使われている身近な商品の中にアマダの機械を使って作られたものがたくさんあります。当社はものづくりを支える縁の下の力持ち的な役割を担っています。
- ・ 当社のホームページにも「こんなところにアマダ」というタイトルで、様々なシーンでアマダのマシンで作られた部品が使われた最終製品を見ることができます。例えば駅ですと、電光掲示板や券売機、改札機などに板金加工が利用されています。それから、ホームにあるキヨスクの様な建物、その中のショーケースにも使われています。自動販売機はもう板金加工の塊のようなものですし、さらに電車の中のドアや窓枠やエアコンなど金属で作られているところのほとんどのものが当社のマシンを使って加工した部品が使われています。

3. 板金加工機械について

- ・ まず、レーザマシンです。アマダが売上を伸ばしていく上で、成長が最も期待される商品です。ここで生かされてくるのが自社開発した発振器です。発振器は切断する光を作り出すいわば心臓部分のような部品です。もう一つは光を操る技術力です。アマダの独自の光を制御する技術で、穴を開けるときは尖った光となり、切断が始まると板の厚さに合わせた光の形に変化していきます。ファイバーの光によって非常に早いスピードで厚い板をスムーズに切断し穴を開けます。
- ・ 次にパンチングとレーザの複合マシンは、金属の板を自動でマシンに取り込み、パンチングにより穴を開け、レーザで切断を行い、切った部材はマシンの下に保管され切り終

わった板は自動で搬出されます。これらの商品は消費電力が非常に低いことで環境にも配慮したマシンとなっています。

- ベンディングマシンは上下の金型に板を挟んで曲げる機械です。作業者がデータを読み込み、操作盤を操作するだけで加工に必要な金型が取り出され、自動でマシンにセットされていきます。次にロボットが、レーザマシンで切断された部材をカメラで見分けます。見分けた部材をロボットが挟んで曲げる工程を始めます。
- ロボットは大きな板、小さな板であろうとプログラムに従って、加工を進めていきます。その加工精度は熟練工並みで、曲げ終わった部材は次の工程に向けてコンベアーに適切に置かれていきます。先ほど大きな板や小さな板と言いましたが、例えば大きな板の場合には人間ですと2人や3人がかりで持つこととなります。その意味では、省力化の観点で非常に効果的になりますし、小さな板の場合には加工が非常に細かくなってきますので指を詰める事故が起こる可能性も出てきます。ロボット化することで板を正確に曲げられるわけではなく、効率性や安全性も一層高まります。

4. サービスの強化

- 当社では、IoTを活用したいわゆるスマートファクトリーを2018年度から開始しています。商品名は「V-factory」です。お客さまの工場を見える化します。工場から離れたところで、社長、工場長、もちろん作業員もそれぞれの端末を用いて、現在の稼働状況や生産実績などをいつでもどこからでも確認できるサービスです。また、お客さまの情報をリアルタイムで共有しているため、お客さまの生産を止めないように予防保全や予知保全ができるようになっています。万が一、故障が発生した場合でも伊勢原にあるIoTサポートセンターで遠隔操作をして修理することや現地のサービスマンに情報共有が可能となっており、更には加工方法等についてのサポートもしております。V-factoryは人手不足やあるいは熟練工の引退（減少）といった労働環境変化に即した効率性、省人化を追求した商品で、工場に行かなくても稼働状態を確認することができます。故障が発生しても遠隔操作で早期に復旧することができます。こうした商品やサービスは、コロナウイルスの感染が収束したあとも、リスク管理の観点から不可欠になっていると考えています。今回、企業の業績に大きな影響を与えたコロナウイルスの感染拡大ですが、この経験がアマダの商品やサービスを拡販していくにあたり、後押ししてくれることもあるのではないかと期待しています。

5. 株主還元・その他情報

- 中期経営計画をスタートさせた2016年からの業績は増加基調で推移しておりました。しかし、2019年度には米中貿易摩擦の激化や中国景気の後退によりグローバルで経済環境が悪化し、その影響から売上、営業利益ともに減少しています。さらに2020年度は、新型コロナウイルス感染拡大の影響が加わり、売上、営業利益ともさらに大きく下がる

という業績予想を現時点で公表しています。

- ・業績に連動し、配当性向や配当金は増配で推移してきていますが、2020年度はこの環境ですので30円減配の予想を立てています。配当の基本方針につきましては、配当性向50%程度と安定配当を掲げています。配当利回りは、3~4%と比較的高い水準で推移しています。また自己株式の取得については、キャッシュフローの状況に応じて機動的に実地する方針です。一昨年度の総還元性向が80%、昨年度は115.6%と高い水準となっています。
- ・採用されている株価指数につきましては、日経225、JPX400に組み込まれ、更に配当性向、あるいは配当利回りの高さから日経高配当株50にも選定されています。
- ・これからもアマダは「お客様と共に発展する」という経営理念のもと、日本にとって強みである、また大切にしていかなければならない中小企業のものづくりをマシンとサービスを提供することにより支えていきたいと思っております。

6. 質疑応答

Q1. 環境への取り組みについてご説明いただけますか。

A1. 当社は、「お客さまとともに発展する」という経営理念のほか、「人と地球環境を大切にする」という経営理念も掲げています。2010年には環境への取り組み方針「アマダグループ環境宣言」を公表しています。これは、エコでつながるモノづくりでお客さまと社会、そして世界とつながる企業を目指すことを宣言したものです。当社では、商品のライフサイクルにわたった環境活動を行っており、商品の企画・開発から廃棄に至るまでのライフサイクル全般で環境負荷低減を目指した活動を行っています。当社の商品は生産財であり、商品ライフサイクルの中では特に「お客さまの使用」時に多くのCO₂が発生します。そのため、メーカーとして環境性能の高いマシンの開発が最も重要だと認識から、アマダエコプロダクツの創出に注力しています。また、当社の工場についても環境に配慮したものではなければいけないので、各施設・工場の建設時には必ず再生エネルギーを導入するようにしています。また、事業所は建物と緑と水の調和や、生物多様性に配慮した「森の事務所」をコンセプトにした事業所づくりに努めています。2011年に新設した岐阜県の土岐事業所では、事業所開設時から環境への取り組みを非常に意識しており、工場を含めオール電化の施設としています。本社組織のある伊勢原事業所も、緑と水に配慮した事業所づくりを心掛けており、昨年は財団法人 日本緑化センターの緑化優良工場等表彰制度で「2019年度緑化優良工場等 関東経済産業局長賞」を受賞しました。引き続き環境に配慮した運営をしていきたいと思っております。

Q2. ウィズコロナ、アフターコロナでは製造業も変わると考えられますが、御社の取り組み

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

についてご説明していただけますでしょうか。

A2. V-factory は、お客様の工場をスマートファクトリーにするという当社の商品でありサービスですが、アマダの製造工程では、日立製作所と一緒に AI、IoT を駆使したスマートファクトリー化に取り組んでいます。2 つほど例を挙げると、まず岐阜県の土岐事務所では、2017 年に金型工場として AI と IoT を駆使した自動化システムを構築しました。金型工場は 3 人しかおらず、24 時間ノンストップで稼働しています。今回のコロナウイルスの感染拡大の中でも、供給の止められない部品である金型を密になることなく、安定稼働させていくことができました。次に富士宮のマザー工場でも新たに日立製作所の「Lumada」を活用した製造の IoT 化に取り組んでおり、今年度下期から稼働が始まる予定です。具体的には製造ノウハウをデータベース化し、最適な生産計画の自動立案システムや RFID を使用して全部品のリアルタイム管理、AI を活用した画像分析等による組立ナビゲーションシステム等があります。これにより、収益改善のみならず、作業者を問わない人に優しい最先端の加工ができる工場を作り上げています。

Q3. M&A や事業、業務提携に関するお考えをぜひお聞かせください。

A3. 当社は、中期経営計画の中で 300 億円を M&A の予算として戦略投資を進めております。板金においては、販売拠点拡大や内製化、その他については、商品ラインナップの拡充や高付加価値化に注力しています。板金では、アメリカで西部と比較してシェアの低かった東部の販売代理店を買収し、新興国ではインドネシア、UAE（アラブ首長国連邦）においても M&A により販売拠点を拡大しています。また製造では、欧州の自動化ビジネス拡大の為、フィンランドの自動化周辺装置メーカーを買収し、内製化しました。その他の事業につきましては、切削ではアメリカのマーベルという老舗の切削機械メーカーを買収しています。またダイヤモンドの刃を使用し、カーボンや石英などの非金属を切断するマシンのメーカーである三和ダイヤ工販を買収するなど、金属以外の新素材加工にも注力しています。プレスでは、複数のプレス機の間で自動搬送装置を置くことで、大型のプレス機の代替が可能なタンデムライン提案に不可欠な自動搬送装置メーカーのオリイメックという会社を買収し、プレスと自動機を備えたソリューションビジネスを推進しています。

Q4. どのような競争優位性がありますでしょうか。

A4. ホームページでも紹介させていただいている、3 つの強みをご説明します。まず 1 つ目が直販・直サービスです。

お客様が持たれる加工の悩みや要望を当社の社員が直接聞き取り、開発に意見を持ち込んで新たな商品、あるいは新たなサービスを提案するサイクルを構築しています。

次に販売ネットワーク・お客様への納入実績です。当社の売上の半分以上は海外で北米、欧州、アジアで 3 等分している状況で、100 以上の国と地域で 30 万台以上のマシン

ンがお客様の工場に稼働しています。最後に技術力の話をしていただく中で、特許を引き合いに出しますと、現在国内外で 1,000 件を超える特許を保有しています。また毎年 100 件以上の特許を申請しており、特に注力しているレーザの分野ですと 2019 年度は出願公開数 40 件と一位でした。このように世界中に販売、サービス拠点を張り巡らせましてそこから組み上げるお客様の声を取って、技術力を生かして商品やサービスを作り上げています。

- Q5. 新型コロナウイルス感染が拡大する中で、世界各国の工場は稼働できていますか。
- A5. アメリカなどでは当社のような機械メーカーは政府から基幹産業として認定され、稼働を停止せずに済みましたが、全体では 4 月、5 月には一部工場を停止しておりました。現在では、グローバルで 6 割～7 割程度で稼働しており、コロナの影響よりも受注の状況に合わせて生産調整をしている状況ですので、上期は同程度の水準で推移し、下期から稼働が拡大する見通しです。
- Q6. 御社の業績はどの業界とも連動性が高いのでしょうか。教えてください。また特に強みのある産業等があれば合わせて教えてください。
- A6. 当社は、お客様の業種のすそ野が幅広いという強みがあります。これは、先ほど説明会の中でご説明しましたが（資料 13 ページ）、このように多岐にわたる業種と取引があることで景気の変動に対してクッションになる部分があり、特定の業種に業績が左右されにくいという特徴があります。

以上