

お客様の「働き方」を変える

■ 主要製品



超低推力型 単軸自動ねじ締め機
FM513VZR

ねじ締め時の推力を従来機比で約70%軽減。過大な推力による焼き付きや斜め締めなどを防止します。また、ワークのたわみが小さくなり、ねじ浮き検出精度が向上したほか、昇降用モーターの変更によりサイクルタイムの短縮も実現しました。



軽量ねじ締めユニット
FM514VZ/CZ

小型の垂直多関節ロボットへの搭載を考慮し、従来機比で30%の軽量化を実現。使用電力の減少によりCO₂の削減にも貢献します。



ねじ締めロボット
SR580Yθ-Z

従来製品の省スペース性や扱いやすさを維持しつつ、推力制御の高度化によりサイクルタイムの短縮化やさらなる締付け品質の向上、さらにメンテナンス性の向上を実現しています。



協働ロボット専用ねじ締めユニット

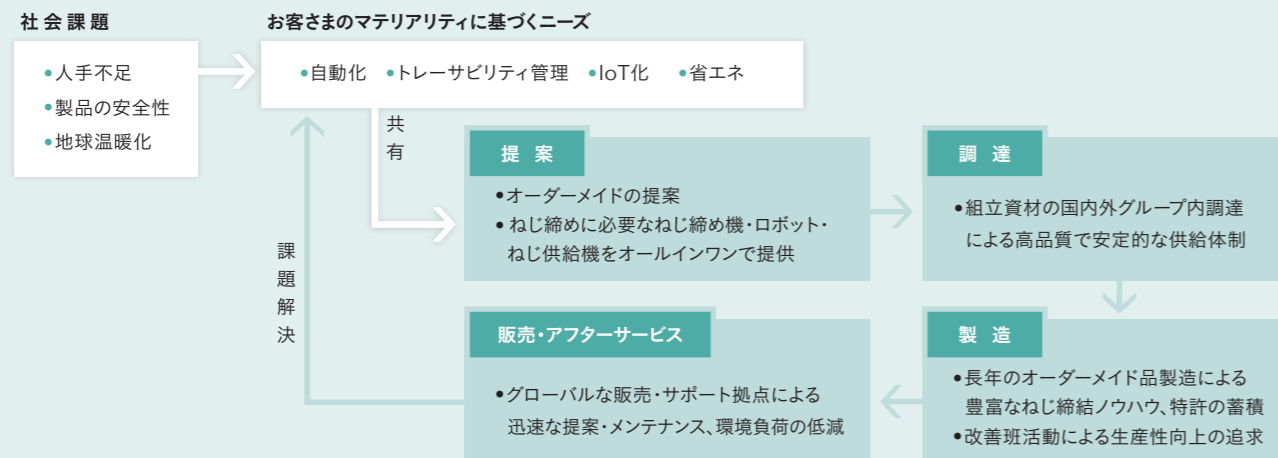
近年、安全柵が不要で比較的導入のしやすい協働ロボットが普及してきました。ねじ締め分野においてもそのニーズは高まっており、4社の協働ロボットに特化したねじ締めユニットを販売しています。



コンタミ対策ユニット

ねじに付着した金属粉などのコンタミ(異物)を除去できるため、コンタミの混入を嫌う電子基板などの締結に最適です。

■ 産機事業の価値創造



■ 事業概況(2025年)



売上高

エネルギー関連では大型省力設備を中心に大幅増の受注を確保したものの、主力の自動車業界では世界全体のEV販売減速、米国関税の影響で設備投資が伸び悩んだ。加えて前年の大型設備受注の反動で減収。

営業利益

10月より一部製品の値上げを実施したが、売上高の落ち込み、米国関税政策による原価率上昇などの影響で前期比で減益。

■ 産機事業のSWOT分析

強み(S)

- 60年以上にわたる豊富な知識、経験、技術
- ねじ供給機、ねじ締め機周辺装置を含め全て社内設計、製作
- 自動ねじ締め機、国内シェアNo.1(当社調べ)
- 自動車関連企業向けの多数の実績
- ねじとねじ締め機両方の提案が可能
- 組立機、検査機など特殊機対応が可能

弱み(W)

- 海外売上高比率が低い
- 自動車関連ユーザーへの依存度が高い
- 国内外ともに日系企業との取引が中心
- 海外規格対応製品の不足
- 海外におけるブランドの浸透が不十分
- 特殊機(大型設備・組立ライン)の非効率性

機会(O)

- 労働力不足による自動化需要の高まり
- 自動車の電動化、自動化に伴う製品転換
- インド市場の伸長
- AI業界の伸長
- 環境ビジネスの拡大

脅威(T)

- FA、ロボットメーカーとの競合激化
- 海外競合メーカーの台頭
- 海外各国における規格の強化
- 少子高齢化に伴う国内市場の縮小
- 地政学的リスクに伴う世界経済の低迷
- エネルギー資源、および部材の高騰

■ 事業本部長メッセージ

事業を取り巻く環境、機会とリスク

日系自動車関連企業への売上比率が高い現状において、他業種への事業拡大や非日系企業への拡販などの課題を抱えています。特に日系企業の場合、地政学的リスク、経済動向が設備投資計画に大きく影響するため、当事業の業績を左右する大きな要因となっています。一方、国内における労働力不足は今後の自動化投資への追い風となるほか、AIなど新たな成長分野における設備投資にも期待されます。また自動車業界ではADASなどのCASE関連製品も引き続き成長が見込まれます。世の中の変化が急速に進む中、情報収集をもとに注力すべき市場をしっかりと見極め、拡販活動を展開していく必要があります。

前中計における実績、成果と課題

主要な海外市場(米国・中国・タイ)の低迷と国内での特殊機の受注、利益率低下が見られる厳しい結果となりました。一方で、長らく拡販活動を展開してきたインド・インドネシアでの販売が急伸したことは大きな成果です。また海外グループ企業・パート

取締役 兼 執行役員
産機事業本部
本部長

小雲 康弘



ナー企業との協業により、アジアモデル製品の開発やCE製品を拡充したことも大きな一歩となりました。新製品については、協働ロボット用ソールのラインナップ拡充に加え、単軸自動ねじ締め機FM513VZR、ねじ締めロボットSR580Yθ-Zを新開発したほか、「高精度ねじ浮き検出ユニット」「コンタミ対策ユニット」など、ユーザーのニーズに応える製品仕様を展開しました。環境戦略については、城山工場における太陽光発電設備の新設などによって再生可能エネルギー由来電力への切替えが全て完了し、グリーンエネルギー100%を達成しています。

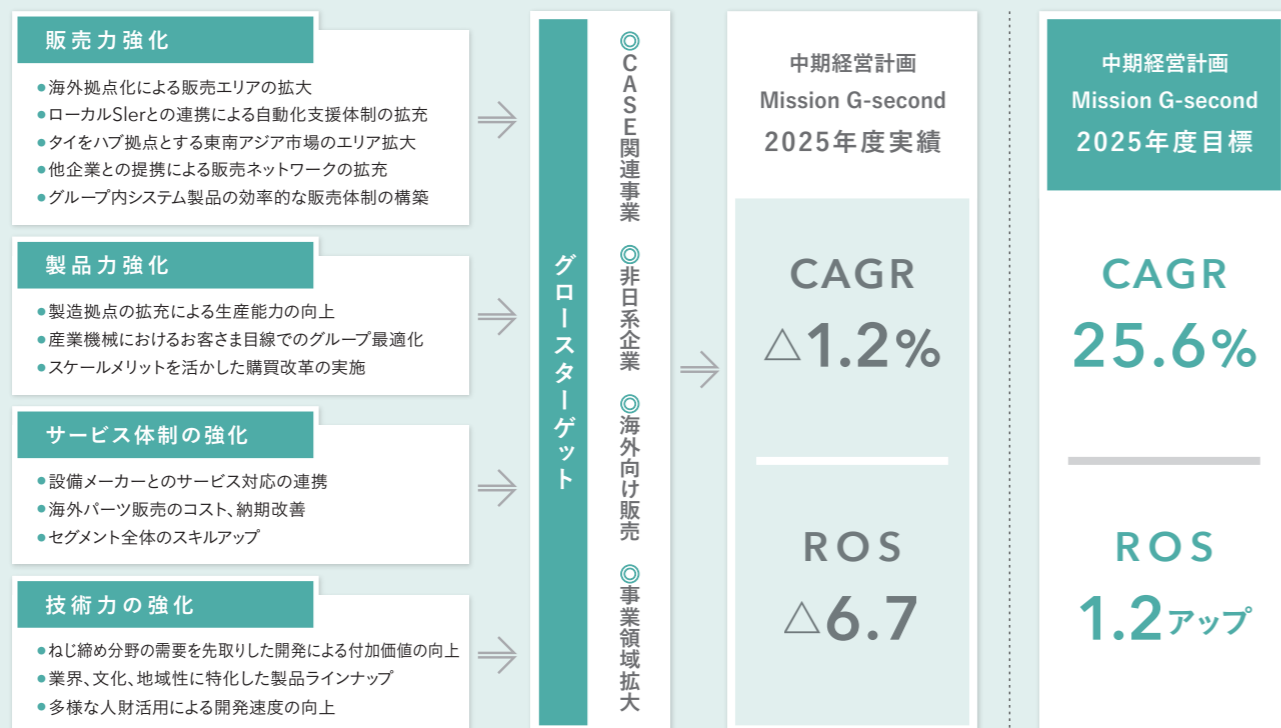
新中計で注力するポイント

「標準機(カタログモデル製品)のシェア拡大」と「特殊機(大型設備・組立ライン)の販売拡大」を最重要課題としています。標準機のシェア拡大については、60年以上にわたる知識、経験、技術を活かした新製品投入をはじめ、付加価値の高い製品の投入や海外仕様製品の拡充により、国内でのシェア拡大を狙うとともに海外でのさらなる販売強化に取り組みます。特に海外においては、販売店の拡充や現地サポート体制の強化を行うことで非日系企業への拡販を推進し、2025年は27.2%であった海外売上高比率について30%以上を目指します。特殊機については、売上のもととなる受注拡大に向け受注までのプロセス・フォロー体制やモノづくり自体を見直すなど、これまでとは異なる手法で競合に勝てる仕組みを確立するとともに、新たな業界へもチャレンジをしていきたいと考えています。そのために技術力の向上や人材強化を図るべく、パートナー企業との協業の拡大やグループ企業・代理店・海外販売店との連携も強化していきます。

より長期の視点で見たときに必要なチャレンジ

海外においては、インドなどこれまで自動化の進まなかった国での設備投資が動き始め、今後需要が大きく伸びると予想しています。当事業においては、現在は国内のモノづくりを基盤としていますが、将来的には海外でのモノづくりにも挑戦していきたいと考えています。現在もグループ内や海外パートナー企業との協業を推進していますが、その他の国においてもパートナー企業との協業を広げることで、お客さまにより近いところで、よりきめ細やかなサポートができる体制を拡充するとともに、生産能力の拡大やコストメリットの追求にも取り組んでいきます。また、ねじ締め機バイオニアメーカーとして、自動ねじ締め機の世界シェア拡大に向け、よりお客さまのニーズにマッチした標準機シリーズを拡充するとともに、お客さまに認められ、競合に勝つ製品を常に提供し続けるべく取り組んでいきます。

■ 前中期経営計画の振り返り



※CAGRは2022年から2025年、ROSは2022年比で算出

■ 新中期経営計画における成長戦略

