



2019年5月10日

各 位

会社名：アネスト岩田株式会社
代表取締役名：代表取締役 社長執行役員 壺田 貴弘
(コード番号：6381 東証第一部)
問合せ先： 執行役員 経営企画部長 鷹野 巧一

新中期経営計画策定のお知らせ

当社は、このたび、2020年3月期から開始する新中期経営計画（2020年3月期～2022年3月期）を策定いたしました。

1. 振り返り

当社は、2016年度（2017年3月期）から実施した前中期経営計画において、「真のグローバルワン・エクセレントメーカー」になることを目指し、エアエナジー事業部とコーティング事業部の2事業部体制とした上で組織体制を強化、併せて監査等委員会設置会社に移行しガバナンスを強化、事業を遂行してまいりました。

その結果、最終年度である2018年度（2019年3月期）には、目標売上高350億円に対して388億円、営業利益率12%（営業利益額42億円）に対しては、11.2%（43.4億円）、ROE 12%以上に対して10.0%と、ほぼ所定の目的を達成することができました。

2019年度（2020年3月期）からスタートする新中期経営計画では、創業100周年に向けて、更に「真のグローバルワン・エクセレントメーカー」、「真の開発型企业」となることを目指して邁進いたします。

記

新中期経営計画ロゴ



(当社企業名とその理念について)

アネスト（岩田） = **ANEST**に託された2つの企業理念

- ① **ANEST**=**EARNEST**（真摯）+**HONEST**（正直）
社は「誠心」 = 「真摯：EARNEST」であれ、「正直：HONEST」であれ。
- ② **ANEST**=**Active & Newest Technology**
「活力」と「新規性」ある「技術力」を持った開発型企业

2. 新中期経営計画について

① 考え方

グループ一丸「ONE ANEST IWATA」で「GLOBAL ONE」をさらに発展
「ONLY ONE」の商品×市場ごとの「NUMBER ONE」シェアを目指す
「ONLY ONE」:「真の開発型企業」へ、高性能・高品質製品を提供し続ける
「NUMBER ONE」:ターゲット市場をグローバル・ニッチ市場に定め、
安定かつ持続的成長で、各市場でNo.1シェアを獲得する

② コンセプト

グローバル・ニッチ市場開拓へ「THINK GLOBALLY, ACT LOCALLY」

100年企業となり、持続的成長へ向けて6つの観点から投資を行う

1. 人的投資 (人材採用・育成)
2. 開発投資
3. 設備投資
4. 市場開拓投資
5. 風土改革投資
6. IT投資

当社の存在意義:全てのステークホルダーの満足度を向上させ、社会に貢献すること

③ 数値目標

目標(2022年3月期) 評価指標(KGI)

1. 売上高 470 億円
 2. 営業利益率 10%以上、
 3. ROE 10%以上
- (以下、内訳としてのご参考値)

(ア) エアエナジー事業

1. 売上高 280 億円
2. 営業利益率 10%以上

(イ) コーティング事業

1. 売上高 190 億円
2. 営業利益率 10%以上

④ 事業環境、対象市場と可能性

当社の特徴:「気体」と「液体」を制御

(ア) エアエナジー市場=「気体」を制御(空気圧縮機・真空機器)

- ・日本:小型圧縮機市場推定シェア 2位
- ・地球環境に優しいオイルフリー圧縮機、省エネ製品が主力
- ・当社が推定する世界市場規模 15,000 億円の圧縮機は、海外を当社にとっての成長市場と位置付け

- ・中～大型機を主とした汎用市場/小型機を主としたニッチ市場へ展開
- (イ) コーティング市場＝「液体」を制御（塗装機器・塗装設備）
 - ・日本：ハンドスプレーガン市場シェア 1 位（70%以上）
 - ・高品質のスプレーガンを大量生産・供給可能な体制
 - ・当社が推定する世界市場規模 1,300 億円のスプレーガンは、高級レンジを主として、世界へ展開
 - ・欧米で先行している環境配慮型塗料にも適応
 - ・塗り上がりに最大のノウハウを持つ塗装設備は事業の拡大余地

3. 基本戦略

- ① 世界で「ONLY ONE」の商品をつくる
 - (ア) 製品「開発力」のさらなる強化、製品「品質」のさらなる向上
- ② 「ONLY ONE」の商品で、各市場で「NUMBER ONE」のシェアを獲得する
 - (ア) 既存市場における販売体制の改革・生産体制の最適化
 - (イ) 顧客満足度を高めるビジネスモデルの確立
 - (日本から始めるワンストップサービス追求による機能再編)
 - (ウ) 注力エリアにおける新たなビジネスモデルの実践

4. 個別事業戦略

- ① エアエナジー事業
 - (ア) 注力開発製品：オイルフリー圧縮機
 - (イ) ターゲット市場：特定市場（研究所・医療・食品製造・車両搭載用など）
 - ・多種多様な用途を踏まえた高機能化・専門化の追求
- ② コーティング事業
 - (ア) 注力開発製品：霧化機器製品
 - (イ) ターゲット市場：工業塗装市場
 - ・自動車補修塗装から工業塗装へ対象市場を拡げ、コンサルティング機能強化

5. 組織活性化、ガバナンス・CSR 活動の強化など

- ① 企業風土・カルチャーの進化と働き方改革の推進
 - (ア) 自由闊達なコミュニケーションの醸成
 - (イ) 業務の最適化による「働き方改革」「生産性向上の推進」
- ② コーポレート・ガバナンスの強化
 - (ア) 社外取締役を半数以上とし、取締役会の監督機能を強化
 - ・非業務執行取締役は 6 名
 - (イ) 執行役員の職位を見直し、経営執行機関の執行機能を強化

- ③ 安定的かつ持続的成長を目指した、CSR 活動への取り組み
 - (ア) 地域社会との共生
 - (イ) 社員の労働環境・意欲の向上による安定的な企業価値向上

6. その他の施策

- ① 計画目標達成に向けた、業績連動型株式報酬制度の導入
- ② 株主還元の強化
 - ・ 配当性向 35%を目指した事業活動

以上