



Becoming a world-leading manufacturer
through steady plan execution

アネスト岩田株式会社

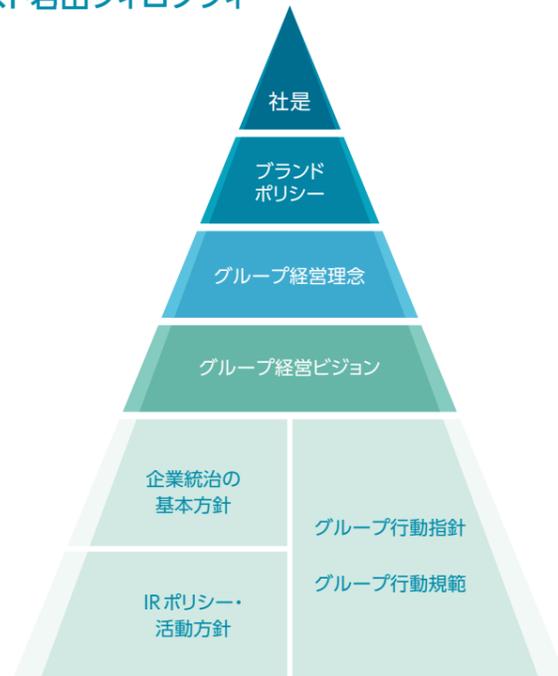
〒223-8501
神奈川県横浜市港北区新吉田町3176番地
お問い合わせ: 経営企画部 045-591-9344
ir_koho@anest-iwata.co.jp
<https://www.anestiwata-corp.com/jp>

アネスト岩田株式会社

Active with Newest Technology

アネスト岩田は、人と人の生活に役立つ企業であり続けるとともに、創業以来の社是である「誠心(まことのこころ)」をひたむきに守り続け、今後も最高の品質・技術・サービスをお届けします。

アネスト岩田フィロソフィ



■社是

誠心

(まことのこころ)

■ブランドポリシー

コーポレートブランド



コーポレートブランド・プロミス

常にいきいきとした活力と、新規性のある技術力を持った開発型企業として、安全で、安心でき、持続的な成長を遂げる豊かな社会の実現にこれからも貢献していきます。

コーポレートスローガン

Active with Newest Technology
「役に立つ技術、愛される商品、信頼される絆」というイワタイトムの原点を、コーポレートスローガンとして表現し、社名やコーポレートブランドを補佐します。

アネスト岩田 (ANEST IWATA) とは

「真摯(EARNEST)であれ、正直(HONEST)であれ」と「企業である前に人であれ」との創業者岩田初太郎の訓(おし)えから、社是であります創業の精神「誠心(まことのこころ)」を「ANEST」という文字に込めました。

■グループ経営理念

1. 私たちは常にお客様の視点でものごとを考え、お客様の期待にお応えすることで誠の信頼関係を築いてまいります。
2. 私たちは常にグローバルな視野を持ち、環境の変化を見据えた新規性のある技術の研究と開発に努めます。
3. 私たちはお客様のご要望にお応えする魅力あふれる製品とサービスを適切な品質と価格で真心をこめて提供いたします。
4. 私たちは挑戦の精神を重んじ、公平公正を旨とし、社員の個性と能力を生かす、明るく一体感がある企業風土と、変化に柔軟に対応できるたくましい企業体質を作り上げ、心の幸福と豊かな生活を実現します。

■グループ経営ビジョン

100年企業に向けて

1. お客様の立場に立ち、誠心を込めて高性能かつ高品質な製品とサービスをご提供できる、活力と新規性に満ちた開発型企業となる。
2. コストダウンや社内コア技術を中心とした改良型商品開発から、市場のニーズを確実に捉え、さまざまな企業とコラボレーションする柔軟な企業となる。
3. 世界No.1を目指して、グループの全従業員が一丸となり、お客様満足度の最大化に努め、革新的な技術・製品を常に生み出していき、「真のグローバルワン・エクセレントメーカー」になることを目指す。

「真のグローバルワン・エクセレントメーカー」となるために

マネジメントスローガン

ONLY ONEの商品で、市場ごとの NUMBER ONE (No.1)を、グループ一丸(ONE ANEST IWATA)となって、GLOBAL ONEを目指します。



5. 当社グループの全社員が、個人や文化の違いを尊重し、あらゆる関係者と協力し合うことを基本とし、個人の創造力とチームワークを最大限に高める企業風土を確立します。

CONTENTS

- 02 暮らしの中のアネスト岩田
- 04 数字で見るアネスト岩田
- 06 成長の歴史
- 08 価値創造プロセス
- 10 マテリアリティ
- 12 財務・非財務ハイライト
- 13 トップメッセージ
- 14 トップインタビュー
- 18 中期経営計画「500 & Beyond」(2022年度-2024年度)
- 22 経営成績、財政状態及び今後の財務戦略

アネスト岩田の事業

- 24 事業概況 エアエナジー事業
- 28 事業概況 コーティング事業
- 32 品質保証
- 34 知的財産による事業競争力の維持と強化

価値創造を支える基盤

- 37 サステナビリティ
- 38 環境
- 44 人材
- 50 人権の尊重
- 51 地域社会との連携
- 52 ステークホルダー・エンゲージメント
- 53 社外取締役メッセージ
- 54 役員紹介
- 55 コーポレート・ガバナンス
- 61 コンプライアンス、リスク管理

財務・企業情報

- 66 11年間の財務サマリー
- 68 グローバルネットワーク
- 70 株式の状況
- 71 会社概要



編集方針

アネスト岩田では、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様当社グループをより深くご理解いただくことを目的として、「統合報告書」を発行しています。当社はESGやSDGsといった観点を含むサステナビリティを経営上の重要なテーマとして定め、事業成長による利益創出と社会課題の解決を両立させる活動を推進しています。その中で特にお伝えしたいことを中心に、当社グループのビジネスモデルや経営戦略、業務報告、人材への取り組みなどを含むESG情報などにより構成しています。編集にあたっては、IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省「価値協創ガイドライン」を参照しています。

対象期間：原則として2023年度(2023年4月から2024年3月)を対象期間としていますが、当該期間以前もしくは以後の活動も報告内容に含まれます。

対象範囲：アネスト岩田株式会社及び当社連結子会社

発行時期：2024年9月

将来見通しに関する記述及びその他の注意事項

本報告書で述べている当社の将来に関する記載は、現時点で知りうる情報を基に作成したものです。

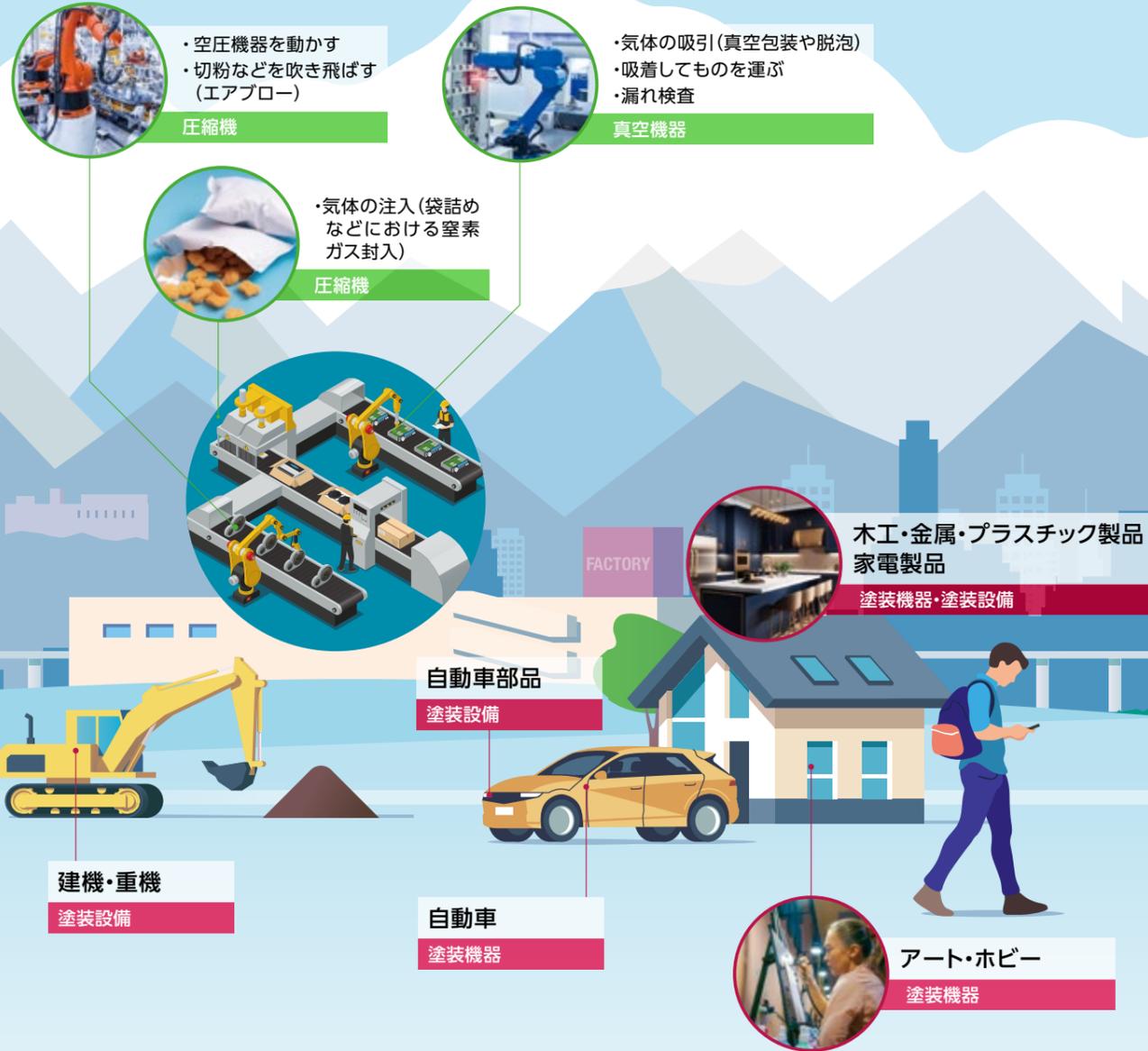
世界経済、為替レートの変動、業界の市況、設備投資の動向など、当社業績に影響を与えるさまざまな外部要因がありますので、資料に記載の内容とは異なる可能性があることをご承知おきください。

また、本報告書は投資家の皆様などへの情報伝達を目的としており、当社の株式、その他の有価証券等の売買等を勧誘または推奨するものではありません。

暮らしの中のアネスト岩田

アネスト岩田は神奈川県横浜市に本社を構える産業機械メーカーです。当社グループの事業は、空気を主とした気体を圧縮する技術をコアとして「圧縮機製品」「真空機器製品」を扱うエアエナジー事業と、塗料を主とした液体を霧にする技術をコアとして「塗装機器製品」「塗装設備製品」を扱うコーティング事業で構成しています。世界で20以上の国と地域に製造販売拠点を持ち、グローバルに事業活動を展開することで世界中のモノづくりに貢献しています。

工場



売上高構成比 (2023年度)		エアエナジー事業		コーティング事業	
33,286百万円		62.3%		20,139百万円	
		圧縮機製品 56.7%		真空機器製品 5.6%	
				塗装機器製品 33.4%	
				塗装設備製品 4.3%	
営業利益構成比 (2023年度)					
3,357百万円		54.4%		2,818百万円	
				45.6%	

エアエナジー事業

圧縮機製品

圧縮機は、空気を主とした気体を圧縮する機械です。一般産業で必要不可欠な工場設備として使用されるほか、車両への搭載や病院施設での利用など、多様な分野で活躍しています。



真空機器製品

真空機器は、気体を吸引して減圧し、真空状態をつくる機械です。最先端研究施設から自動車や食品工場まで、幅広い分野での採用実績を通じて、さまざまな産業の発展に貢献しています。



コーティング事業

塗装機器製品

身の回りには「美観の向上」「表面保護」「機能性の付与」を目的として塗装・塗布が施されている商品がたくさんあります。その工程で用いる液体を噴霧する工具や液体を搬送する機械などを提供しています。



塗装設備製品

塗装の前後工程を一連の流れとした設備を設計・販売しています。塗装機器メーカーのトップランナーとしての実績を活かして、対象物に合わせた最適な塗装ラインを提案します。



数字で見るアネスト岩田

当社グループは、創業から培った気体と液体を扱う技術を基盤に、圧縮機・塗装機器を主力製品として成長し続けてきました。長年培った製造ノウハウによる高い生産性と独自の技術を用いた製品群により、安定した収益を確保しています。

業界のトップランナー

当社グループの製品は確かな技術力と品質により、多くのお客様からご支持いただいています。

世界初を生み出す エアエナジー事業

潤滑油を使用しない(オイルフリー)圧縮機に強みを持ち、持続可能な社会の発展に貢献します。

小形オイルフリースクロール圧縮機

生産可能台数 **世界No.1*** 5万台/年

小形圧縮機

国内シェア(台数) **No.2*** 35~30%

小形オイルフリー真空ポンプ

(設計排気速度:600L/min 未満)

国内シェア(台数) **No.2*** 40%以上



- 世界初のオイルフリースクロール圧縮機
- 高い収益率を誇る真空機器

実績と技術を誇る コーティング事業

国産初のハンドスプレーガンの開発を礎に、1926年の創業から現在に至るまで業界のトップランナーとして得た技術とノウハウで社会に貢献します。

高級レンジハンドスプレーガン

世界シェア **No.2*** 35~30%

国内シェア **No.1*** 75%

エアブラシ

世界シェア **No.1*** 30%程度



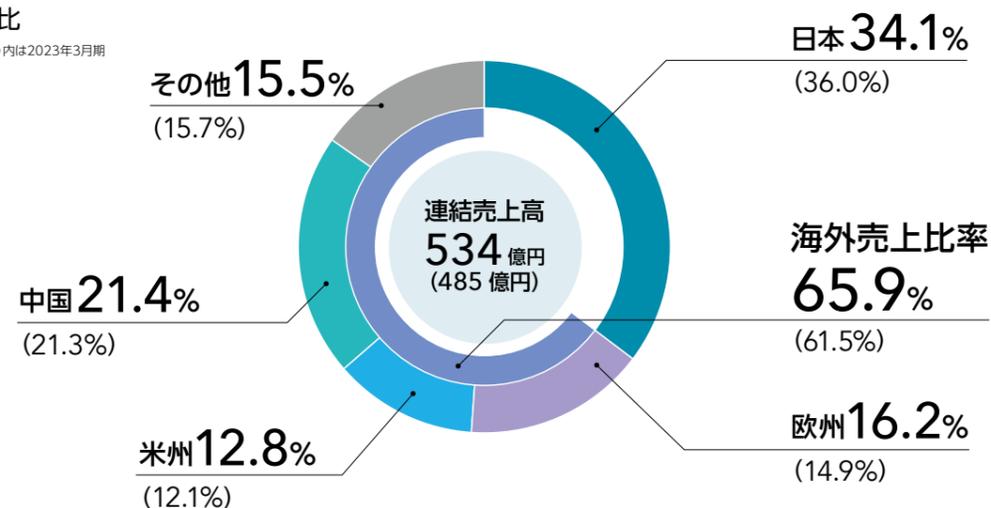
- シェア国内1位・世界2位のスプレーガン
- 最適な塗装方法を設計する塗装設備

20か国以上に展開するグローバル企業

アネスト岩田の売上比率は国内よりも海外が多く占めており、海外売上を伸ばしています。アジアではエアエナジー事業の売上が高く、欧州ではコーティング事業の需要が高いのが特徴です。

売上構成比

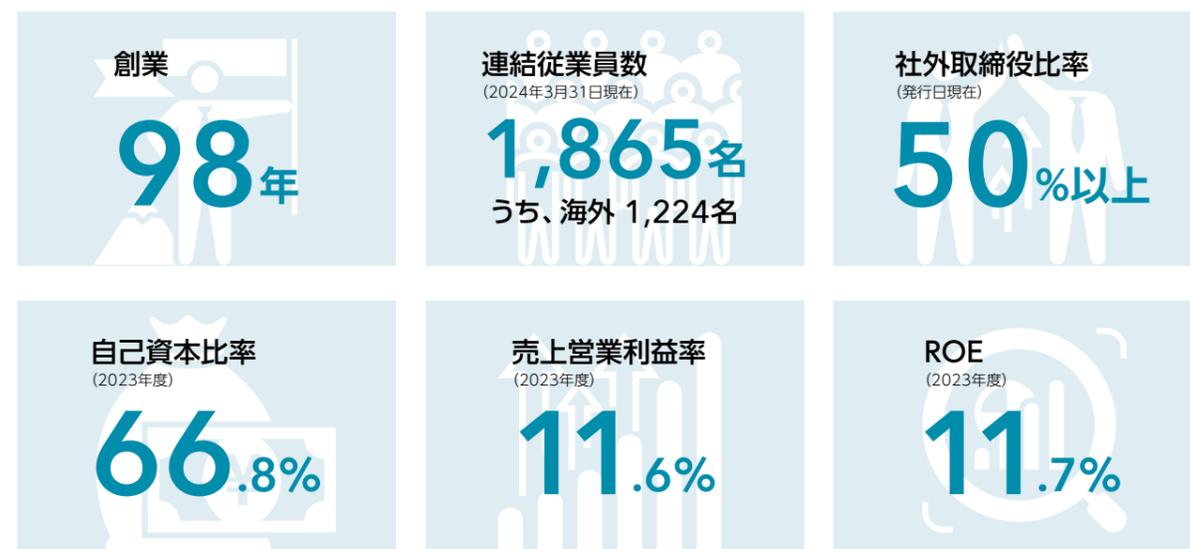
2024年3月期 ※0内は2023年3月期



健全な経営体制

安定した経営基盤が当社グループの収益拡大を支えています。

※自社調べ



成長の歴史

当社は1926年に「岩田製作所」として創業し、翌年には国産第1号となるスプレーガンを開発しました。その後、塗装機器の駆動源にもなる圧縮機を開発。この2つの製品と共に発展を続け、液体・気体を扱う技術を活かして塗装設備や真空機器分野に進出し、今も当社グループの成長を支えています。創業70周年を迎えた1996年には経営改革に合わせ社名を「アネスト岩田」に改め、現在はグループ経営ビジョンの実現に取り組み、「100年企業」への道のりを着実に歩んでいます。

売上高 **534** 億円 営業利益 **61** 億円

2023年度

(億円)

500

400

300

200

100

100周年

売上高の推移

スプレーガンの海外進出を欧州にて試みる (1968年)

石油危機の発生 (1973年)

オイルフリースクロール圧縮機の開発に成功 (1991年)

バブル崩壊 (1991~93年)

消費税引き上げ (1997年)

圧縮機の海外進出を本格化 (2009年)

リーマンショックの発生 (2008年)

SCR社*買収によるシナジー (2017年)

新型コロナウイルス感染症の流行 (2019年)

*上海斯可絡圧縮機有限公司 (中国: 圧縮機の製造販売)

1926 1930 1940 1950 1960 1970 1980 1990 2000 2010 2020 2026

1926

東京都渋谷区豊沢町 (当時) で、当社の前身となる「岩田製作所」を創業



創業者を含む岩田四兄弟

1957

岩田塗装機工業株式会社を設立

1971

東京証券取引所第一部に上場

1961

東京証券取引所第二部に上場

1996

社名を「アネスト岩田」に変更



2020

コーポレート・スローガンを改定
Active with Newest Technology

1987

台湾を皮切りに塗装機器の製造・販売拠点の海外進出を本格化

2009

中国を中心とした圧縮機の製造・販売拠点の海外進出を本格化

2022

市場第一部からプライム市場へ移行

スプレーガン アネスト岩田の原点

1927

輸入したスプレーガンを手本に国産第1号のスプレーガンの製造・販売を開始



国産第1号スプレーガン

1948

日本人に適した「S・B型スプレーガン」を発売し、塗装業界の定評を得る

1957

「W-57型スプレーガン」を発売し、自動車塗装分野で支持を受ける

1962

塗装設備分野に本格参入

コーティング事業

1985

世界初の電動多関節塗装ロボットを開発



電動多関節塗装ロボット「MRPシリーズ」

1999

世界初のV溝付塗料ノズルの低圧スプレーガンLPH-400発売



Vスリットノズル

2018

M&Aにより商品ラインナップ拡充



AI-SP社*製エアープラシ
*ANEST IWATA SPARMAX Co., Ltd.

塗装機器

塗装設備

圧縮機 (コンプレッサ) スプレーガンの検査用に圧縮機を自社開発

1928

小形圧縮機の製造・販売を開始



創業初期の圧縮機

1969

国産初の空冷二段・中形圧縮機を開発し、中形圧縮機分野に進出



中形圧縮機「MCシリーズ」

エアエナジー事業

1991

世界初のオイルフリースクロール圧縮機を開発

環境対応を意識し、空気をオイルフリーで圧縮するという圧縮機を量産



オイルフリー圧縮機本体

1993

世界初のオイルフリースクロール真空ポンプを開発し、真空機器分野に進出



オイルフリースクロール真空ポンプ

2017

M&Aにより商品ラインナップ拡充



SCR社製中形圧縮機

圧縮機

真空機器

価値創造プロセス

当社グループは、「液体の霧化」「気体の圧縮」というコア技術を活用して、ステークホルダーの皆様に価値のある商品やサービスを提供することで、その存在意義を高めてきました。皆様からのご期待に応えることで収益や信頼を得ており、そうして獲得した資源を各資本の強化に再投資することで、企業価値の向上と持続的な成長の実現を目指しています。また、真の企業価値は、経済的価値と社会的価値 (ESGなど) の両面から成ると考え、両者をバランスよく向上させることを重視しています。

社は
誠心
(まことのこころ)

アネスト岩田フィロソフィ

投入する各資本

(2024年3月31日現在)

財務資本	安定した収益構造と健全な財務基盤 純資産 50,074 百万円
製造資本	グローバルに展開する製造拠点 国内工場 2 拠点 海外製造拠点 15 社 設備投資額 2,854 百万円
知的資本	培ってきた技術とノウハウ 研究開発費 1,468 百万円 特許件数 1,200 件以上
人的資本	価値創造を支える人材 グループ従業員数 1,865 人
社会・関係資本	ステークホルダーとのコミュニケーション グループ会社数 20 の国と地域に 30 社
自然資本	自然由来の資源 Scope1,2温室効果ガス排出量 11,910 t-CO ₂ e

当社グループを取り巻く外部環境

- 国際的な競争の激化
- 労働力の減少
- 気候変動・環境問題の深刻化
- 社会的要請の高まり
- 新しい生活様式への変化
- 不確実性を増す市場環境
- デジタル社会の進展
- 当社経営成績に重要な影響を与えるリスク
→P.62

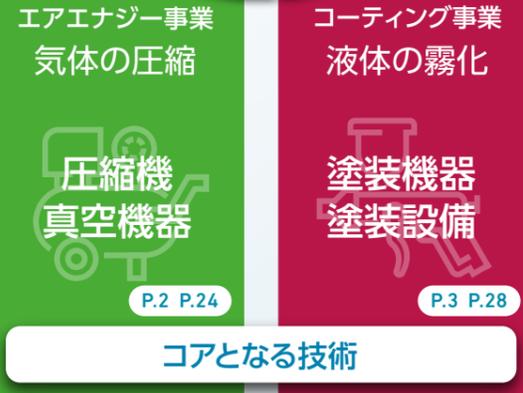
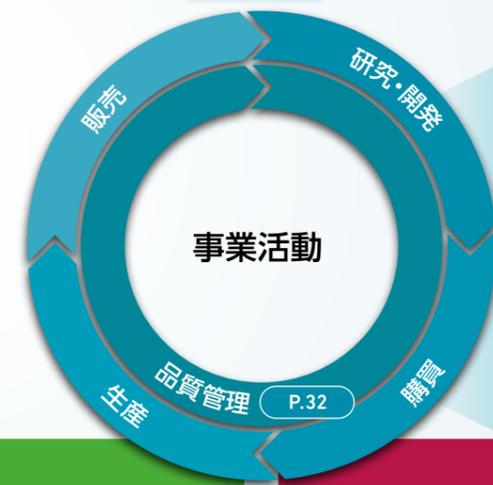
事業活動とその成果

中期経営計画 (2022~2024年度)

[ONLY ONE]の商品
×
[NUMBER ONE]シェア



製品のカスタマイズ用途の拡大



コアとなる技術

ビジネスモデル

創造する価値

経済的価値

売上高	534 億円
営業利益	61 億円
自己資本比率	66.8%
一株当たり年間配当金	49 円

(2023年度)

社会的価値

- 液体と気体で世界を彩り社会を豊かに
- 世界のものづくりの活性化に貢献
- 環境負荷の低減
- ステークホルダーとの信頼関係の構築
- 安心して働ける職場環境の提供

事業の成長

イノベーション(開発)	P.36	人的資本	P.44
長期ビジョン	P.21	事業活動	

経済的価値・社会的価値の
両面からの成長

社会課題の解決

E 環境	P.38	S 社会	P.50 P.51
G ガバナンス	P.55		

2030年までのサステナビリティ行動指針を支えるマテリアリティ (重要課題) P.10

事業成長課題

1. 安全で高品質な商品・サービスを持続的に提供できる体制
2. 多様な人材が活躍できる組織

社会課題

3. 環境に配慮した事業運営
4. 世界の人々の健康と心の豊かさへの貢献

人と人の生活に役立つ「真のグローバルワン・エクセレントメーカー」の実現

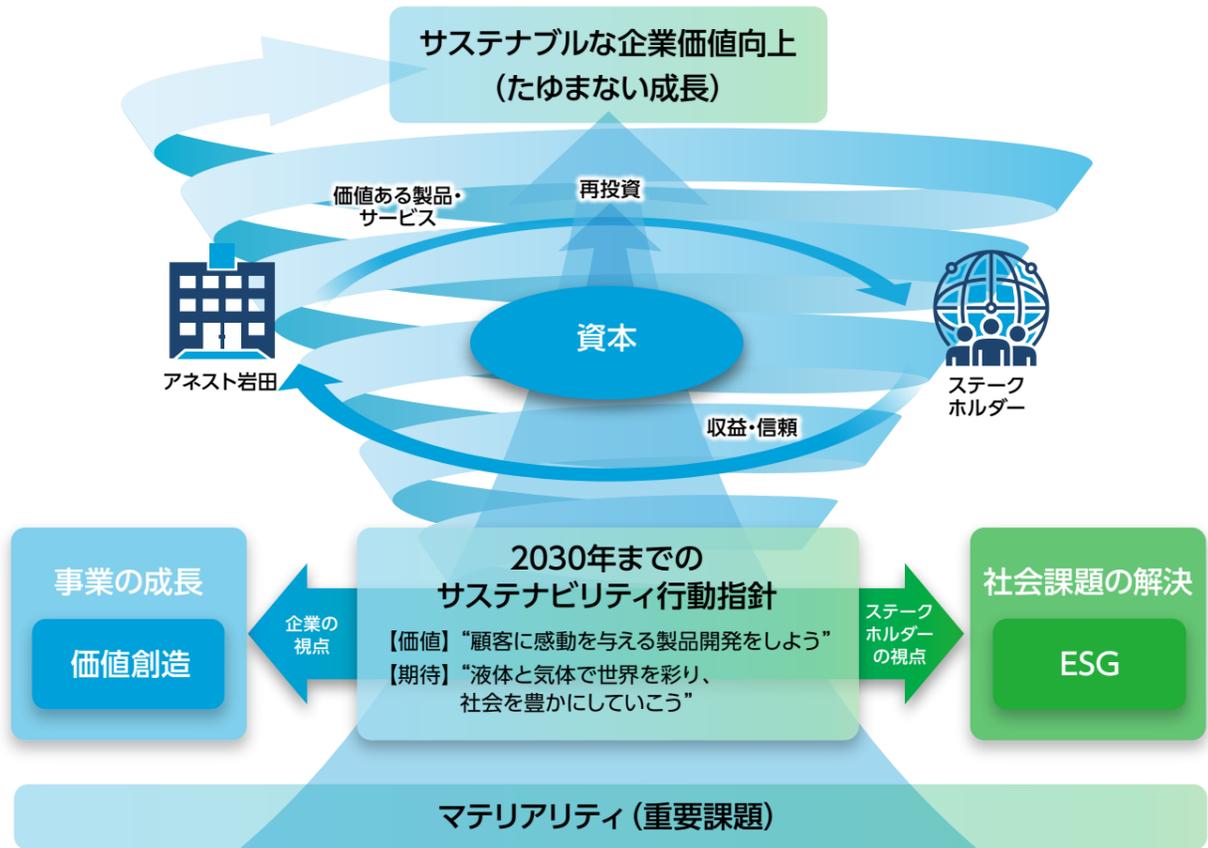
マテリアリティ

当社は、持続的な企業価値向上に向けた重要課題(マテリアリティ)を定めています。マテリアリティへの取り組みに注力することで、さらなる成長を目指します。

持続的成長を実現するために

当社は、価値のある商品やサービスの提供の対価として受け取る収益や信頼を資本にして、さらなる成長投資を繰り返すことが、たゆまない成長につながると考えています。こうした考えの下、今後も企業として価値を生み出してい

くための事業成長課題と、社会の一員として解決に貢献する社会課題という2つの視点からマテリアリティを定めています。



特定プロセス



※初めてマテリアリティを特定した2022年時点の会議体を記載しています。なお、現在の体制についてはP.37「サステナビリティ推進体制」をご参照ください。

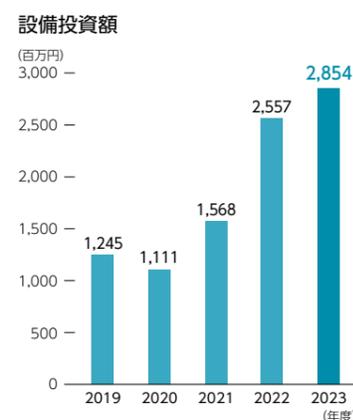
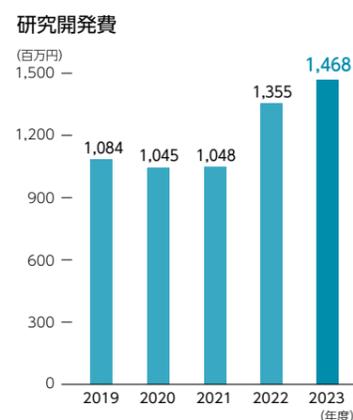
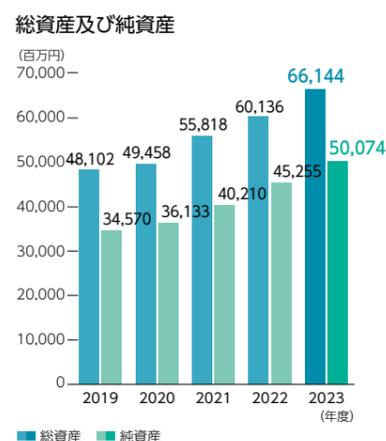
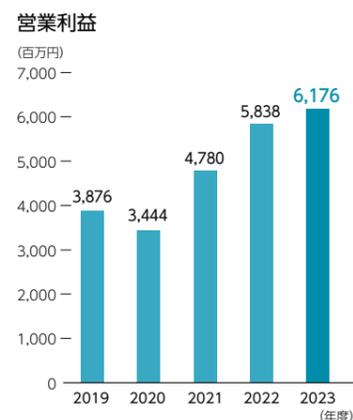
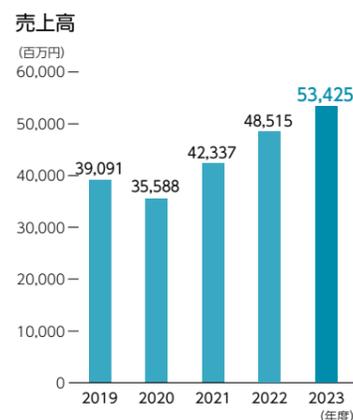
マテリアリティ

1.マテリアリティ	2. 主なテーマ	3. アネスト岩田の主な取り組み	4. 目標			5. 貢献する主なSDGsゴール	
			4-1.関連するフィロソフィ	4-2.KPI	4-3. 2023年度実績		
事業成長課題	安全で高品質な商品・サービスを持続的に提供できる体制	I. 陳腐化・多様化するニーズに対応する技術、製品、サービスの開発と提供	・エリア戦略の推進による既存事業の拡大 ・コア技術やノウハウを活かした新市場の開発 ・モータースポーツをプラットフォームとする新規事業開拓の推進 ・成長に寄与するM&Aの推進 ・経営資源としての知的財産の創出・管理と活用	・活力と新規性のある技術力を持った開発型企業の実現 ・安定的な成長・発展を目指すグローバル企業の実現	2030年以降に連結売上高 1,000億円以上	534億円	9, 11, 12, 17
		II. 商品の品質保証と安定供給	・定期的な内部品質監査及び第三者機関による品質保証体制の見直し ・サプライチェーンマネジメントの強化 ・グローバル最適生産体制の検討	・お客様の要望を的確に把握した安全で高品質な製品とサービスを適切な価格で提供	ROE10%以上の維持・向上	11.7%	17
	多様な人材が活躍できる組織	I. 多様な人材の活躍推進	・従業員の属性に捉われない働きやすさや働きがいの追及を目指した施策の実施 ・人材関連データの収集・管理体制の強化 ・生産工場におけるDX推進によるジェンダーフリーな職場づくり ・健康経営の推進	・個人の創造力とチームワークを最大限に高める企業風土の確立 ・新たな価値を創造し、持続的に成長するため、多様性の確保を推進	2030年度までに当社管理職に占める女性従業員の割合8%以上	1.5%	3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
		II. 価値創造にチャレンジする多様な人材の育成・確保	・幹部候補生向けをはじめとした研修プログラムの拡充 ・グローバル視点での人事評価制度の検討 ・ビジネスプロフェッショナル人材の採用及び活用 ・失敗を恐れず、果敢に挑戦する企業文化の醸成	・最先端の技術で、新しい未来に向けてActiveに挑戦し続けるというコーポレートスローガンの実践 ・柔軟な想像力と情熱による夢の実現	2030年度までに当社男性従業員の育児休業取得率100%	84.6%	3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
		III. 人権の尊重	・アネスト岩田フィロソフィ研修の実施(新卒/キャリア入社社員向け) ・労働安全衛生活動の推進	・人や文化の違いを尊重し、あらゆる関係者と協力し合い、心の幸福と豊かな生活を実現	新入社員(新卒/キャリア入社)に対するフィロソフィ教育・研修の実施率の維持	100%	3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
	環境に配慮した事業運営	I. 環境課題解決への貢献	・環境性能の高いオイルフリー圧縮機やVOC排出量を削減するコーティング技術の追求による環境配慮型製品の提供と普及	・社会の一員であることを認識し、社会に役立つ創造的な企業への推進 ・お客様の環境負荷の低減を目的とする製品開発をすることによる社会への貢献	オイルフリー圧縮機販売比率(金額ベース) 60%以上	約53%	7, 9, 11, 12, 13, 17
II. 環境負荷低減社会への貢献		・中長期課題としてのCO2排出量削減に関するプロジェクトの発足 ・TCFD対応の推進	・地球環境問題に対する活動を社会的使命と認識し、環境方針を定め、環境負荷の低減を推進	本社におけるCO2排出総量削減率 2022年度対比1%削減 国内工場ごとのCO2排出原単位削減率 2022年度対比1%削減	2022年度比 9%増 秋田工場: 14%減 福島工場: 5%減	7, 9, 11, 12, 13, 17	
III. コンプライアンスの遵守		・役員及び全従業員を対象とした定期的なコンプライアンス研修の実施 ・第三者が運営する内部通報窓口の設置	・誠の信頼関係の構築 ・行動規範の遵守	重大なコンプライアンス違反発生件数ゼロ コンプライアンス研修実施回数 年1回以上(テーマごと)	0件 1回	7, 9, 11, 12, 13, 17	
社会課題		I. 安心・安全な品質の実現	・世界水準の安全性を担保するための製品安全管理体制の構築 ・お客様からの苦情や情報などのモニタリングとそれを基にした品質改善、問題の再発防止活動の実施	・安全で安心でき、持続的な成長を遂げる豊かな社会の実現への貢献	重大な品質問題・事故発生件数ゼロ	0件	9, 11, 12, 13, 17
	II. 多様化社会ニーズへの対応	・デジタルで世界のお客様とつながる最適な関係性の構築及び強化 ・ITツールの活用などによる顧客エンゲージメントの向上	・「役に立つ技術、愛される商品、信頼される絆」の実現	—	—	12, 16, 17	
	III. 企業と社会の信頼関係構築	・地域との共存共栄を目指したイベントの開催 ・地元団体との協働 ・十分な情報発信と開示情報の充実	・持続的成長と中長期的な企業価値の創出を目的とした、当社グループを取り巻くさまざまな人々や企業との適切な協働の推進	—	—	12, 16, 17	
	IV. 企業理念を实践するガバナンス体制の整備	・取締役会の実効性向上に向けた施策の実施 ・グループ会社管理の強化 ・知財・無形資産に関する投資・活用戦略の開示やガバナンスの構築	・変化に柔軟に対応できるたくましい企業体質の構築 ・豊かな社会の実現に貢献する企業として確立	社外取締役比率50%以上の維持 定期的な取締役会実効性評価の実施	55.6% (第78期定時株主総会后) 実施 → P.57	12, 16, 17	

※1. 健康の問題を抱えつつ業務を行っている状態 ※2. QQmethodに基づき一人当たりの平均損失金額
 ※3. 仕事に対するポジティブな態度や心理状態を表す概念。ユトレヒト・ワーク・エンゲージメント尺度に基づき測定

財務・非財務ハイライト

財務ハイライト (連結)

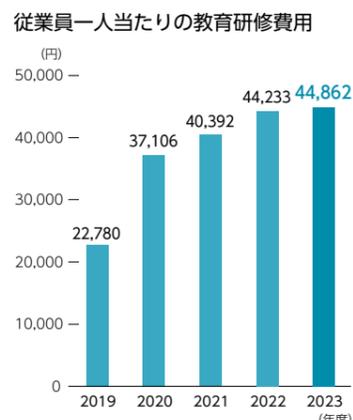


※研究開発費は、研究開発に係る一般管理費と製造経費の合計です。
※報告セグメントは日本、欧州及びアジアです。

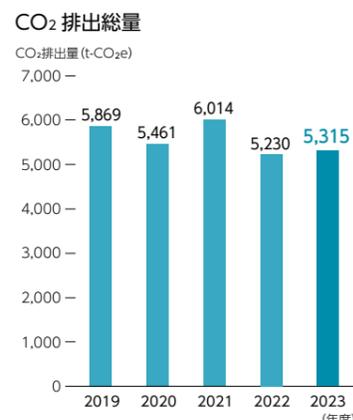
非財務ハイライト



※単体従業員数の増加は、主に2020年4月1日付で連結子会社であった国内販売会社2社を吸収合併したことによるものです。



※アネスト岩田株式会社単体の数値です。



※アネスト岩田株式会社単体の数値です。

トップメッセージ

「真の開発型企业」として、
世界中のお客様に
感動を提供します。

当社は、1926年5月に岩田製作所として創業し、塗装用スプレーガンと、その使用に必要な不可欠な圧縮機(コンプレッサ)の製造をスタートしました。現在、スプレーガンはコーティング事業、コンプレッサはエアエナジー事業へとそれぞれ発展・拡大を遂げ、世界中のお客様の多様なニーズにお応えしています。

2024年度(2025年3月期)は、長期ビジョン「Vision 2030」:「液体と気体で世界を彩り社会を豊かに」達成の第1ステップである中期経営計画「500 & Beyond」の最終年度であり、計画目標の完遂に向けてさまざまな施策を推進しています。これと併行して、2026年の創業100周年を持続的な成長軌道の中で迎えるために、次期の中期経営計画を検討しています。今後も変わらず、世界中のお客様に感動を提供する「真の開発型企业」を目指してまいります。

引き続き、ステークホルダーの皆様からのご支援・ご指導を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

代表取締役 社長執行役員
ふかせ しんいち

深瀬 真一

トップインタビュー

中期経営計画「500 & Beyond」は順調に進捗。 長期ビジョン「Vision 2030」の達成に向けて、 商品開発力の強化にも取り組んでいきます。



ます。一方、地政学的な問題や多国間の緊張は世界的な商流の変化をもたらしています。必ずしもマイナスの影響とは限りませんが、我々の努力では回避のしようがありませんので、そうなったときにいかに早く動くかが成否を決めます。もちろん、中長期の目線で物事を進めるのが大事であることに変わりはありませんが、短期・中長期のそれぞれに目配りするバランス感覚がより重要になってきたと実感しています。

業績については、国内及び海外ともに伸長しました。海外では中国子会社である上海斯可絡圧縮機有限公司(以下、中国SCR社)による圧縮機の輸出販売(主に欧州及びインド向け)や欧

州での塗装機器などがけん引したほか、国内では医療分野などへのオイルフリー圧縮機及び半導体関連などへの真空ポンプも好調でした。また、国内外での値上げによる商品単価の上昇も業績に寄与しています。特に海外と比べて値上げが難しい国内市場においても、ここ数年で複数回、実施させていただいたことは、お客様のご理解とご協力があったからこそありますが、特筆すべき動きと言えます。一方、販売費及び一般管理費が少し大きくなっているのは、人件費や設備投資の前倒しによる減価償却費の増加に加え、M&Aの事前調査費用などによるものです。したがって、世界的なインフレに伴うコスト高の影響もありますが、前向きな費用も含まれています。

エリアに合わせた事業戦略が海外で奏功

海外事業の伸びは、中国SCR社による圧縮機の輸出販売が好調であること、2022年上期に上市した自動車

補修向けスプレーガンが欧州市場において高い評価を受けていること、経済成長の著しいインド市場において、モノづくりの基盤となる圧縮機の需要が拡大していることなどが主要ドライバーとなっています。特に2018年に買収した中国SCR社は、当社グループのラインナップになかった中・大形の圧縮機をグローバルに展開し伸び続けており、中国国内においては景気減速の影響を受けているものの、欧州やインド市場向けの輸出販売が好調に推移しています。また、自動車補修向けスプレーガンについては、デジタル式の手元空気圧力計を内蔵したことで、扱いやすさや霧化の安定性が高いといったところが評価され、競合からの切り替えが進んでいます。実は、この圧力計内蔵のコンセプトは30年くらい前からあったものですが、当時は技術的に難しかったこともあって塩漬けになっていました。あきらめずに温めてきた責任者の強い想いと技術の向上が実現させたものと言え、高く評価できます。なお、新しい塗料の多くは欧州で開発され、それが米国、そして日本、アジアへと展開されますので、欧州で評価を受けたスプレーガンについても、新しい塗料と共に各エリアへ拡販していくことが期待できます。さらにインド市場については中形スクリュー圧縮機の需要が拡大しており、現在、中国SCR社製圧縮機の増産体制を進めています。もっとも、市場全体の成長率の高さから見れば、まだまだ拡大スピードが十分とは言えず、商品提供力の強化やパートナーとの協業をさらに加速させて、インド市場を攻略していく考えです。

したがって、海外事業の拡大は、これまで取り組んできた面の拡大が奏功していると言えるでしょう。ただ、地域力バレッジや製品ライン、生産及び販売・サービス体制などにおいてまだ抜けているところがありますので、今後もM&Aを軸に業容を拡大していく方針です。一方、面に対して深みを出せていないという点は今後の課題と言わざるを得ません。すなわち、新製品や当社の特性を生かした

クロスセルの推進といった部分ではまだ十分でなく、別の見方をすれば、そこに伸びしろがあるとも言えます。この点に関しては、商品提供力にも関わってきますので、次期中期経営計画のテーマとして取り組んでいきます。

中期経営計画の進捗は順調な一方、 次のステップに向けた課題も

3か年の中期経営計画「500 & Beyond」については、いよいよ最終年度を迎えました。本中計は、2030年以降のありたい姿として売上高1,000億円を実現するための第1ステップという位置付けであり、1)今後の成長ドライバーはシェア拡大余地の大きい海外市場とする一方、一定以上のシェアを誇る国内市場では高付加価値製品の拡販に注力する、2)産業機械メーカーとしての原点に立ち返り、開発の質とスピードを向上させるため、最適な設備投資を行う、3)生産能力の増強に向けた設備投資や経営基盤強化のためのIT投資を継続しながらも、営業利益率10%以上を維持する、4)既存・新規事業の双方におけるM&Aや新規事業開拓にも注力する、を基本戦略に掲げてきました。これまでの進捗を振り返ると、業績面では当初計画を上回るペースで推移するとともに、戦略面でもおおむね計画どおりの成果を上げています。ただ、次のステップに向けた「Beyond」の部分では十分とは言えないところもあります。例えば、M&Aが実現できていないのはタイミングや相手の状況もあってやむを得ないとしても、新商品の開発スピードに関しても道半ばと言えます。したがって、最終年度の仕上げとして、「Beyond」部分の基盤づくりをしっかりと行っていきます。特に商品開発については、2025年3月期中に本社内の試作棟を稼働させるとともに、他社との共同開発を含め、開発のネタを生み出すための仕組みづくりに取り組みます。

海外事業が牽引し、2024年3月期は 過去最高業績を更新

2024年3月期は、引き続き海外事業を中心に順調に業績を伸ばし、計画を上回る増収増益となりました。円安による影響もありましたが、それを除いても、ほぼすべてのエリア及び製品群がバランスよく伸長し、売上高、各段階利益ともに過去最高を更新しています。

事業環境全般を振り返ると、2023年5月に新型コロナが5類に移行し、人の流れが大きく戻ってきたことが、少なからず影響したと感じています。例えば、アフターコロナにおいては、従来のような人が集まる展示会はなくなるとか、Web商談が中心になるなどと言われ、我々もそれに備えた対応を図ってきました。ただ、蓋を開けてみると、展示会は活況を呈しており、インバウンド需要などを含め、人の流れはむしろコロナ禍前を上回る状況です。人の流れはモノやコトの需要を生み、そのための生産設備への投資の活性化は、当社にとっても明らかに追い風となっています。

次期中期経営計画では、さらなる事業拡大と財務基盤の強化を目指す

2026年3月期からスタートする次期の中期経営計画については、基本的な方向性として、1)既存事業の成長に加え、2) M&Aの実施、3)新市場開発・新規事業開拓により、長期ビジョン「Vision 2030」の達成を目指していく考えです。既存事業については、引き続き成長ドライバーを海外市場及び圧縮機とし、現中計で行ってきた投資(増産設備、試作棟[2025年夏ごろ完成予定]の活用など)の刈り取りを進めていきます。M&Aは、地域カパレッジや製品レンジの補完などを目的とした既存事業の延長線上のものと、新たなビジネスモデル獲得による新規事業開拓についても検討していきます。ただ、飛び地と言われる新規事業開拓については、あくまでも長期的な検討課題であり、中期的なテーマとしては新市場開発による既存事業の強化に力点を置いています。例えば、今までの実績で申し上げると、圧縮機における医療市場用や車載市場用、スプレーガンにおける自動車補修市場用や木工市場用などがこれに当たります。当社ノウハウの延長にあり、成功確率も高く、収益性も高いという実績があり、収益力の底上げや技術ノウハウの蓄積にも期待が持てます。

また、次期中計では、損益(P/L)だけでなく、財務(B/S)についても意識する方針です。すなわち、これから売上高1,000億円を目指すに当たって、当然ながらバランスシートは今のままではないはずで、売上高や投資の規模が拡大する中で、どういった財務バランスがよいのか、資本効率や安全性を踏まえた最適な資本構成やキャッシュフローも含めて、検討していきます。加えて、1株当たり当期純利益(EPS)の向上を目標に掲げたのも特徴的と言えます。これまでは売上高の拡大と営業利益率を上げることに注力してきましたが、

すべてのステークホルダーの皆様に対する利益の還元を考えるためには、いわゆるボトムライン(親会社株主に帰属する当期純利益)の増加が重要であり、EPSを重要指標とすることに決めました。したがって、これからは利益の社外流出をなるべく抑えるべく、グループ会社での資本配分の最適化やグローバルベースでのタックスプランニングも検討していきたいと思っています。

一方、事業環境の変化として気になっているところでは、エネルギー価格の上昇や環境保全の意識の高まりを背景として、エネルギー消費の大きい圧縮機に対する評価軸の変化が挙げられます。圧縮機は製造工場には欠かせない設備であり、モノづくりを行う限り安定して伸びる市場ではあるものの、これからは性能だけでなく、エネルギー効率についても、さらに踏み込んで対応していく必要があります。また、塗装機器市場についても緩やかに伸びている市場であり、高難度塗料の登場とそれに適した塗装機器への需要増などが見込める一方で、フィルム技術の発展などによる需要縮小も懸念されています。当社では、フィルム技術もコーティング技術のひとつとして捉えていくべきと考えており、今後の対応を検討していきます。

環境対応を含めた商品開発力と人的資本の強化が持続的成長のカギ

当社グループでは、従来から環境配慮製品の開発に注力してきた歴史があり、圧縮機のオイルフリー化や省エネ提案、塗装機器における吹付け圧力の低圧化や水性塗料対応などは環境への貢献はもちろん、製品の差別化や競争力にもつなげてきました。これからも、法規制の整備や環境意識の向上は当社グループにとってチャンスと捉えています。

一方、当社グループ自身の持続的成長に向けては、商

品開発力と人的資本の強化が最大のテーマです。商品開発力に関しては先ほど説明しましたが、人的資本の強化についても喫緊の課題となっています。特に海外市場で成長を目指す当社グループにとって、海外で活躍できる人材は十分とは言えず、海外子会社との連携強化やフレキシブルな報酬体系の導入などにより、将来を見据えた人事戦略を構築していきます。また、人的資本全体の底上げのためには、人材育成や離職率の抑制も重要であり、研修プログラムの充実や健康経営の推進、ライフワークバランスの向上などにも取り組んでいます。女性活躍推進については、そもそも女性が少ない業界であり、管理職としての活躍には至っていませんが、女性有志によるプロジェクトの立ち上げなどによる意識改革などから取り組んでいます。

ガバナンス体制についても、攻めと守りの両面から十分に機能していると感じています。取締役会は9名で構成されていますが、そのうち社外取締役は5名(女性2名を含む)を占め、それぞれのメンバーが豊富な経験や知見、スキルを有しています。加えて、取締役会とは別に実施している「意見交換会」ではとても踏み込んだ議論が展開され、監督される立場としても身の引き締まる思いです。2023年より技術開発や生産技術の分野で経験や知見のある社外取締役にも加わっていただき、非常に有意義なアドバイスを得られています。

100周年、さらにその先へ

当社は2026年に100周年の節目を迎えます。100年企業という非常に長い歴史と伝統を想起させます



が、我々はまだ成長の途上にあり、長期ビジョン「Vision 2030」に向けての通過点にすぎません。さらなる成長のスタート地点として、あらゆる環境変化をチャンスに変えながら、ありたい姿の実現を目指していきます。

私は、株主・投資家の皆様やお客様、従業員を含めたステークホルダーの方々への還元を常に意識して経営に当たっていますが、突き詰めると、「世の中に貢献できる新商品を上市し続ける力があるかどうかにかかっているのではないか」という点に帰結します。それがあってこそ、持続的な成長や継続的な利益配分が可能になるからです。したがって、現中計の最終年度であるこの1年でしっかりと体制を整え、次期中計では商品開発における具体的な成果をお示しできるように努めていきます。また、株主還元については配当性向40%を目安として利益成長による着実な増配を継続していく方針です。先ほど申し上げたとおり、バランスシートへの意識やEPSの向上を通じて、これまで以上に資本コスト経営を実践していく考えであり、そのための情報開示や対話の充実にも取り組みます。是非、これからの当社グループが成長する姿にご期待いただくとともに、変わらぬご支援のほど、よろしくお願いいたします。

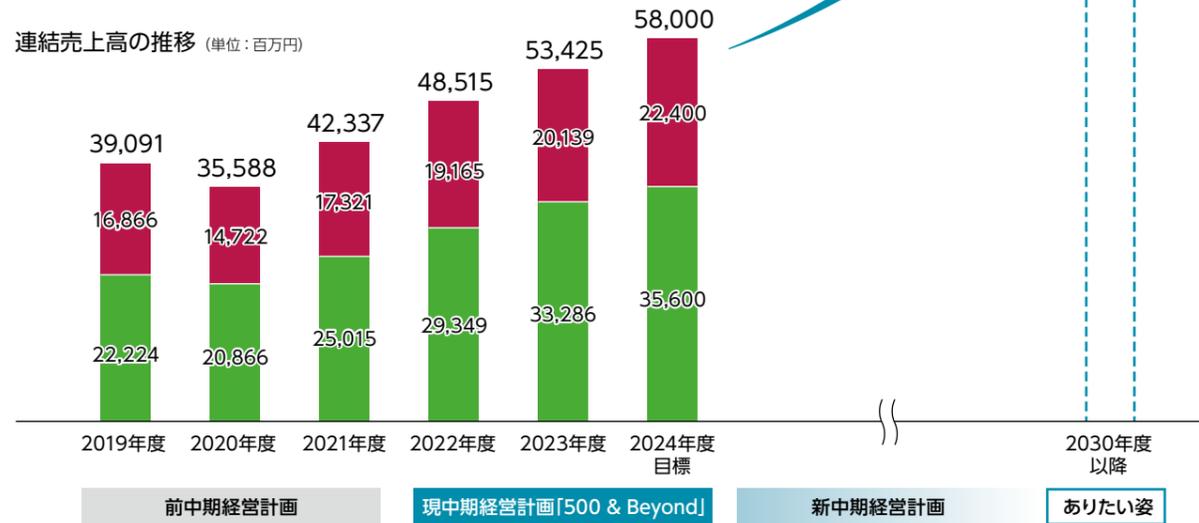
中期経営計画「500 & Beyond」(2022年度-2024年度)

3か年にわたる中期経営計画「500&Beyond」に基づく事業活動を2022年度より開始しています。
この計画では、「真の開発型企業」への回帰をテーマとするとともに、「Vision2030」達成の第1ステップと位置付け、事業活動を推進しています。

業績目標(2024年度)

連結売上高	580億円
エアエナジー事業	356億円
コーティング事業	224億円
連結営業利益	68億円
エアエナジー事業	36.85億円
コーティング事業	31.15億円
ROE	10%以上
EPS	2021年度*比 +40%以上

*2021年度(前中計最終年度) EPS:86.32円



基本戦略

海外を成長市場と位置付け、「真の開発型企業」として、「すべての顧客に感動を与える商品開発」と「高性能・高品質」を提供し続けます。

- 世界で各地域に見合った「ONLY ONE」の商品をつくり、「NUMBER ONE」のシェアを獲得
- 子会社間のシナジーを最大限に活用し効果を発揮
- 日本におけるサービスビジネス拡大とビジネスモデルの変革
- 新規事業の開発
- サステナビリティ経営の強化

事業戦略

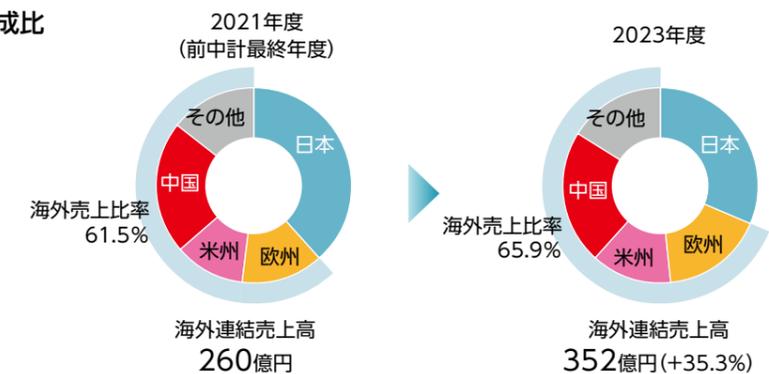
海外市場を成長ドライバーに据えた事業の拡大

成長市場を海外と位置付け、各エリア特性に対応した成長戦略を個別に策定。施策が奏功し、海外売上は増加傾向

事業戦略	
エアエナジー事業 <ul style="list-style-type: none"> ■ 拡大余地が大きい海外シェアアップによる収益拡大 ■ 付加価値高く、競争力ある環境に優しいオイルフリー型と市場規模の大きな中形汎用コンプレッサの投入 	コーティング事業 <ul style="list-style-type: none"> ■ 製品仕様や価格帯などエリア特性に見合った市場開拓 ■ 難易度の高い塗装向け(高級レンジ)のほか、新興国中心にリーズナブルかつ一定の仕様を満たすスプレーガン(中級レンジ)の拡販
主な取り組み	
エアエナジー事業 <ul style="list-style-type: none"> モノづくりの基盤となる圧縮機需要の拡大 モノづくりが活況なインドにおいて汎用圧縮機の需要が増加。そのほか、中国SCR社*の輸出販売が好調 特定市場向けオイルフリー圧縮機の売上増加 医療・車両搭載・分析などの特定用途向けオイルフリー圧縮機の売上が増加 半導体製造市場向け真空ポンプの売上増加 半導体製造関連装置に組み込まれる真空ポンプの売上が増加 <p>圧縮機の事業概況 →P24 真空機器の事業概況 →P26</p>	コーティング事業 <ul style="list-style-type: none"> 自動車補修市場向けスプレーガンの売上増加 2022年6月に欧州で先行発売した自動車補修市場向けスプレーガンをはじめ、欧州での販売が売上を牽引 工業市場向け塗装機器の販売促進 木工や皮革などを含む工業市場向け塗装機器の拡販を推進。米州にて塗装ユニットの販売が拡大 <p>塗装機器の事業概況 →P28 塗装設備の事業概況 →P30</p>

*上海斯科格压缩机有限公司(中国子会社)

連結売上高の構成比



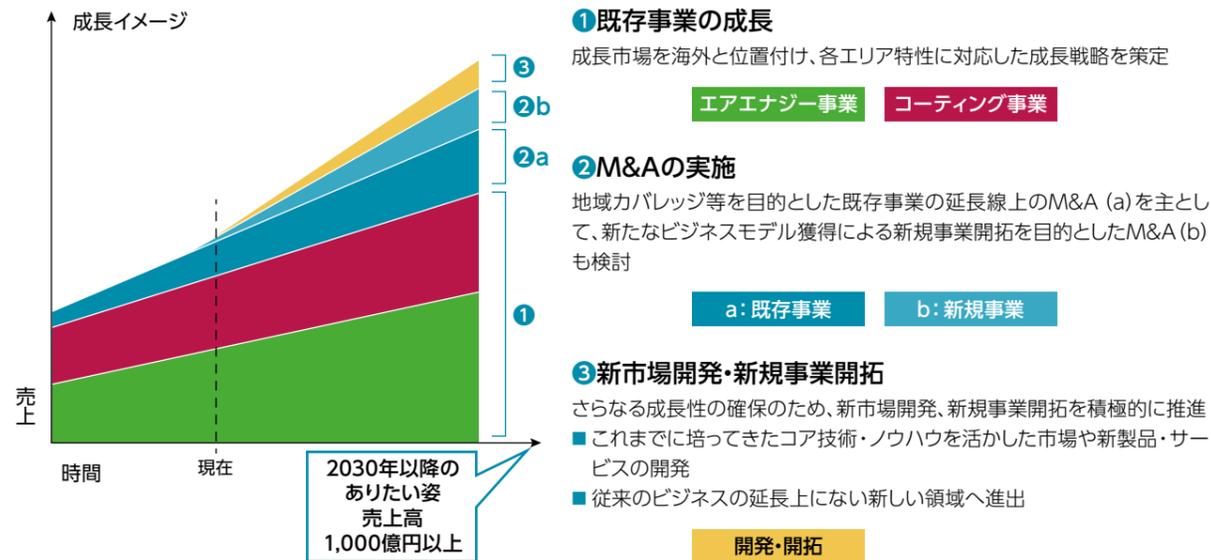
今後の取り組み

- | | |
|---|--|
| エアエナジー事業 <ul style="list-style-type: none"> ■ 欧州及びアセアンにおける販路の確立 ■ インドの子会社における中国SCR社製汎用中形圧縮機の供給体制構築 ■ 新製品開発・新市場開発の継続 | コーティング事業 <ul style="list-style-type: none"> ■ 工業塗装市場の攻略 ■ 海外での環境装置販売の拡大 ■ インド含む南アジアのリサーチと塗装機器の拡販 ■ 新製品開発・新市場開発の継続 |
|---|--|

中期経営計画「500 & Beyond」(2022年度-2024年度)

M&A・新規事業開拓

既存事業の成長に加え、M&Aや新市場開発・新規事業開拓による事業拡大を推進。現在、事業部主導でM&A候補先を抽出し、積極的に検討中



M&Aターゲット

目的

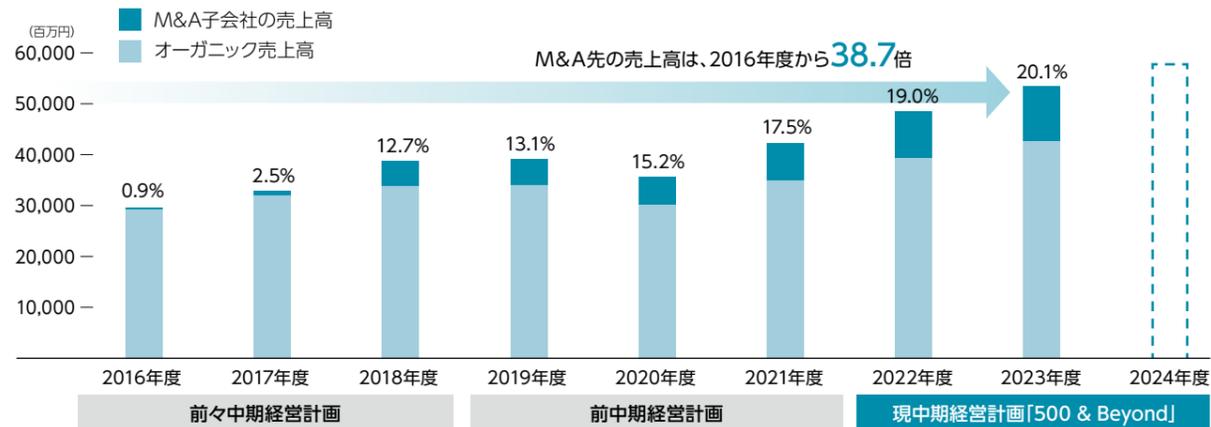
- 地域カバレッジ
- 製品レンジの補完
- 製品や部材に関する技術やノウハウの獲得

候補・先例

- 必要な規格を保有し、調達・生産、販売及びサービス体制のあるメーカー
- サービス技術力を有した販路
- 素材や材料メーカー

主なM&A子会社の売上推移

相手先企業のブランドや経営体制を可能な限り活かすことで、持続的な売上拡大に貢献



投資

中期経営計画に基づき、技術開発、生産、販売など各々の領域で投資を推進。今後の成長を見据えた積極的な成長投資を継続

IT投資

主な取り組み	効果
日本 <ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客データベースの構築や営業活動データを一元管理するBIツールの活用 ■ CRMによる商談管理及び遠隔商談システムの活用増加 	2021年度との比較にて、 <ul style="list-style-type: none"> ■ 直販比率の増加(+270%) ■ 商談管理件数1.9倍、受注件数1.4倍
米州・欧州 <ul style="list-style-type: none"> ■ 分散していた顧客統合データベースやERPシステムの統合を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各セクション間の連携強化 ■ 業務効率の向上

設備投資

実施例

- | | |
|--|---|
| エアエナジー事業 <ul style="list-style-type: none"> ■ 小形圧縮機の生産能力増強(インド) ■ 空気タンク製造の自動化(日本) | コーティング事業 <ul style="list-style-type: none"> ■ スプレーガン生産能力の増強(イタリア) |
|--|---|

今後の主な投資計画

共通

- 試作棟の完成(日本)
- 試作工程の機能強化により、精度の向上や開発サイクルの短縮を目指す

エアエナジー事業

- SCR社製中形圧縮機の組立ライン完成(インド)

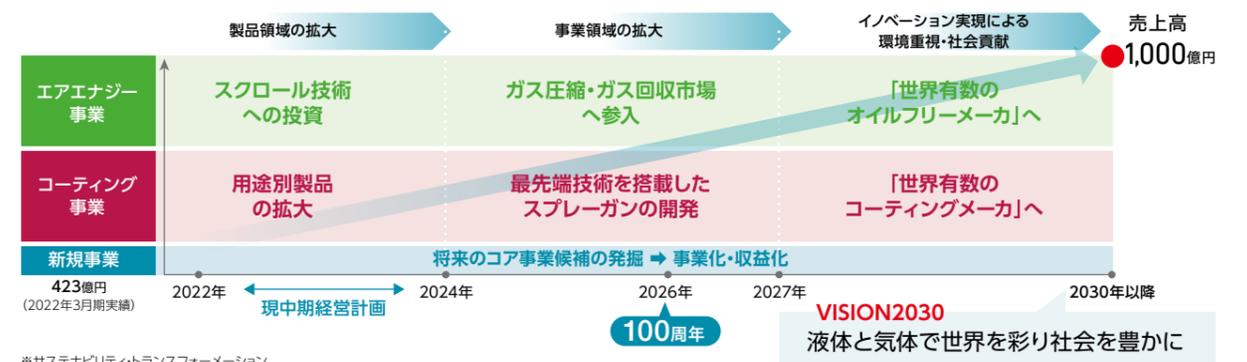
コーティング事業

- スプレーガン生産能力のさらなる増強(イタリア)

その他 経営の基盤を支える人的資本の強化を推進

- 人材育成の強化(➡P44)
- 健康経営の推進(➡P47)
- 強靱なガバナンス体制の構築(➡P55)

Vision2030 稼ぐ力とESGの両立(SX*)を図り、企業価値を向上



経営成績、財政状態及び今後の財務戦略

これまでの業績推移や財務の状況

売上高の推移を振り返ると、リーマンショックから本格的に立ち直った2010年度以降、2021年3月期はコロナ禍の影響により、いったん減収となりましたが、総じて増収基調で推移してきました。これまでの業績の伸びは、主力の圧縮機及び塗装機器における国内シェアの確保と海外市場の開拓によるものですが、最近では海外販売比率の上昇が成長をけん引しています。海外販売比率は過去12年間で39.6%^{*1}から65.9%に伸長しました。特に、2018年3月期以降、高い成長率を実現してきたのは、中国SCR社^{*2}をはじめとする、製品レンジの拡充や販売ネットワークの獲得を目的とした海外M&Aの寄与が主因です。PMI（買収後の統合プロセス）やシナジー創出も順調に進んでおり、買収先の売上高は8年間で38.7倍に拡大しています。過去のM&Aに伴う、のれん約7.3億円が資産計上されていますが、現時点で大きなリスク要因（減損リスクなど）としては捉えていません。

一方、収益性については、2013年度以降、コロナ禍の影響を受けた2019年度及び2020年度を除くと、営業利益率は11%以上、ROEは10%以上を確保しています。また、財務面でも、自己資本比率は60%を超える水準で安定しているほか、キャッシュ・フローも潤沢であり、M&Aを含めた投資資金は営業キャッシュ・フローの範囲内でまかされてきました。手元資金は約145億円を確保しており、今後の成長戦略に有効に活用していく方針です。

^{*1} 納入地ベースでの実績換算値
^{*2} 上海斯科格圧縮機有限公司(中国子会社)

2024年3月期の業績の振り返り

2024年3月期の連結業績は、売上高が53,425百万円(前年度比+10.1%)、営業利益が6,176百万円(同+5.8%)、経常利益が7,986百万円(同+13.4%)、親会社株主に帰属する当期純利益が4,931百万円(同+12.5%)

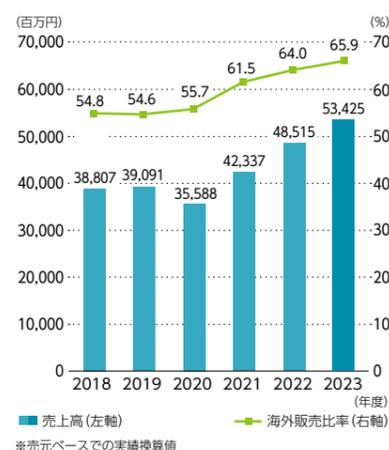
と計画を上回る大幅な増収増益となり、売上高、各段階利益ともに過去最高を更新しました。

円安進行によるプラス効果を除いても、海外を中心に順調に業績を伸ばすことができ、海外販売比率は65.9%（前期は64.0%）に上昇しました。中国経済の減速による影響はありましたが、欧州及びインドを主としたその他のエリアが大きく伸びており、欧州では自動車補修市場向け新型スプレーガンが高い評価を受けたほか、モノづくりが活況なインドにおいては圧縮機の需要が大きく拡大しています。また、圧縮機については、2018年にグループインした中国SCR社の輸出販売が好調に推移しました。日本及び欧州では特定市場（車載・医療など）向けのオイルフリー圧縮機も着実に普及しています。

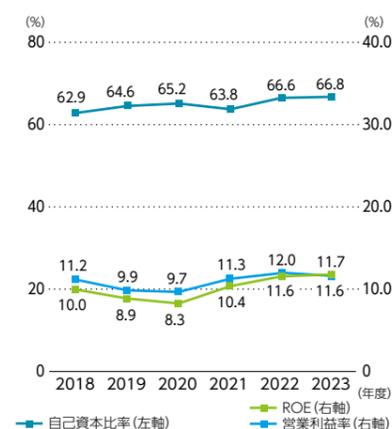
利益面においても、原材料費や物流コストの高騰などによる影響を受けましたが、国内外で値上げを実施したことや原価低減も寄与し原価率は54.2%（前期比-1.8pts）に大きく改善しました。また、販売費及び一般管理費については、人件費の増加や営業活動の活発化に伴う費用増に加え、M&A検討費用、システム関連費用などにより拡大しましたが、増収効果やコストコントロールにより吸収し営業増益を実現しました。営業利益率は11.6%（前期は12.0%）と前期比で若干低下しましたが、高い水準を維持できたと認識しています。

財政状態については、総資産が66,144百万円(前期末比+10.0%)に拡大しました。業績拡大や円安の影響により、「現金及び預金」などの流動資産が増加したほか、生産設備増強による固定資産の増加が主な要因です。一方、自己資本についても内部留保の積み増しや円安に伴う「為替換算調整勘定」の増加により44,195百万円(前期末比+10.3%)に拡大し、自己資本比率は66.8%（前期末比+0.2pts）とわずかに上昇しました。有利子負債（リース債務を含む）は3,072百万円(前期末比+15.0%)に増

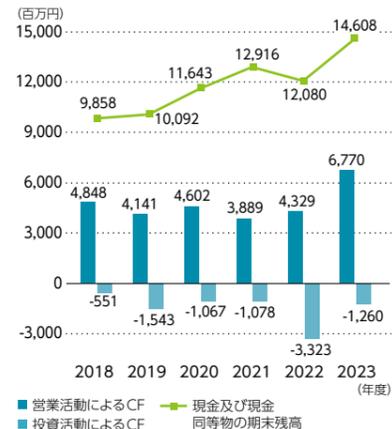
連結売上高と海外販売比率^{*}の推移



自己資本比率及びROE、営業利益率の推移



キャッシュ・フローの状況



加したものの、財務の安全性は十分に確保されていると認識しています。一方、資本効率を示すROEについても11.7%（前期比+0.1pts）に改善しました。

2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の連結業績予想については、売上高を53,425百万円(前期比+8.6%)、営業利益を6,800百万円(同+10.1%)、経常利益を7,800百万円(同-2.3%)、親会社株主に帰属する当期純利益を4,950百万円(同+0.4%)と、経常利益を除いて増収増益を見込んでいます。経常利益のみ減益となるのは、為替差益を見込んでいないことが理由です。

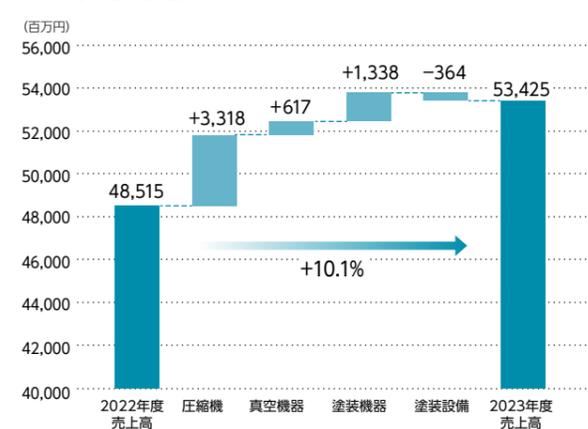
売上高は、国内外での塗装機器・設備の着実な伸びや、海外を中心とする汎用及び特定市場向け圧縮機の需要拡大により、エアエナジー事業ならびにコーティング事業がともに伸長する見通しです。

利益面では、原材料費や物流コストの高止まりのほか、人材投資を含めた人件費の増加、開発投資などへの先行費用を見込むものの、増収効果及び国内外で実施した値上げの浸透、業務改革や業務効率の改善により営業増益を確保する想定となっています。なお、為替相場の前提については1ドル=145円、1ユーロ=156.33円、1人民元=19.95円としており、前期同様、為替相場の動向が業績に与える影響については注意が必要です。

中期経営計画の達成見込みと今後の財務方針

最終年度を迎えている中期経営計画「500&Beyond」については、市場開拓が順調に進んでいることや為替相場の前提を見直したことなどから、業績面では当初計画を大幅に上回る見込みとなりました。ただ、売上高1,000億円の達成に向けた長期ビジョン「Vision 2030」の第一ステップとしての位置付けに変わりはなく、次のステップに向けてしっかりと仕上げをしていく考えです。特に、成長市場である海外をターゲットとして、圧縮機、高・中級レンジの塗装機器の量的拡大を加速するほか、国内市場では高付加価値化による単価上昇で収益性の向上を図ってい

売上高の増減要因 (2023年度)



きます。一方、業務改革の推進により販売費及び一般管理費率を30%以下に抑える計画については、人件費の増加と成長投資の継続により達成が難しい状況となりました。人件費の増加は想定以上ですが、それによって成長投資を緩めるわけにはいかないと判断しています。

投資計画については、営業キャッシュ・フローと手元資金を原資として、生産能力増強のための設備投資や経営基盤強化に向けたIT投資のほか、研究開発やM&Aにも積極的に取り組み、将来に向けた事業基盤の強化を進めてきました。3年間の設備投資は約80億円、研究開発費は約45億円に上る見通しです。M&Aについては成約に至っていませんが、パートナーへの出資を含めて、重要な成長戦略として認識しています。エアエナジー事業及びコーティング事業の両事業において、地域カバレッジや技術、ノウハウ、製品レンジの補完などを目的とするほか、新規事業や新市場の開拓にも活用していく方針であり、その原資については手許資金や金庫株（自社株買いに伴うもの）、場合によっては負債調達も検討していきます。

なお、次期中期経営計画ではEPSの伸びを重要指標に設定するとともに、従来以上にバランスシートを重視していく考えです。グループ子会社の出資比率の見直しも含めた、キャッシュアロケーションの最適化により、ボトムライン（最終利益）にまで目配せした利益成長を実現していきます。

株主還元方針

成長投資のための内部留保と株主還元の強化をバランスよく実施する方針の下、配当性向の目安を35%から40%に引き上げました。2024年3月期の年間配当は前期比11円増配となる1株当たり49円を実施するとともに、2025年3月期は前期比1円増配となる1株当たり50円を予定しており、実現すれば4期連続の増配となります。また、自社株購入についても、2024年1月から今年度末までに上限15億円（発行済み株式総数の約3.7%）を実施する計画です（2024年8月末時点で75%完了）。今後も、成長投資を優先しつつ、余剰資金は配当及び自社株購入といった形で還元していきます。

営業利益の増減要因 (2023年度)

