

【全体】

当社の差別化要因・強みについて教えていただきたい。

Yamaha One-Stop Smart Solution をコンセプトに、トータルでソリューション提案ができるのは当社のみで、それら工程を繋いで止まらない、不良を作らないラインを実現できるところが強み。半導体後工程、実装、産業用ロボットまでトータルで提案できる唯一のメーカーであることはユニークな点。他にも、コア技術の内製化や製販技一体体制により、お客様のニーズにより早く、より柔軟に対応可能なこと、今年よりスタートした24時間サービスサポートなど、ご購入いただいた後も安心していただける体制も当社の強みの一つ。

現在の中期計画に対して、サーフェスマウンター(以下、SMT)、産業用ロボット(以下、FA)、無人システム(以下、UMS)現時点の進捗はどれくらいか。また、需要動向・中期的な販売オポチュニティについて教えていただきたい。

2019年の米中貿易摩擦、2020年の新型コロナと続いたため、中期経営計画の数値目標は取り下げている。伸長への布石はとれており、事業としてはどれも有望であると考えている。SMTでいえば、電子回路基板のニーズが増えている。今後は5G対応やCASE、AIやIoT対応によるデータセンター・センサー需要の高まりなど、需要は堅調に成長していくとみている。CASEは、自動車関係に強い当社としては大きなチャンス。FAにおいては先進国の人手不足、新興国の人件費高騰のため省人化が進んでいる。今後は中国含め、世界的な労働人口の減少傾向はより工場自動化ニーズによる産業用ロボット需要は当面旺盛とみている。UMSもドローン需要が急激に増加。これまでは撮影用が主流だったが、物流など産業での使用も増えてきている。当社でも電力系の資材を運搬する分野での販売が伸びている。

ロボティクス事業がヤマハ発動機にあることの価値は、コストダウンや開発が進むなどシナジー効果があるか。マシンを単独でやっている会社と比べての優位性について教えていただきたい。

当社の強みに制御技術がある。制御技術を一番扱っていたのはロボティクス事業であったが、ランドモビリティ事業などにおいても技術の流用が行われている。モーターやコントローラーにおいて内製を行っており、電動化などに貢献できる。また、ランドモビリティ、マリンの生産現場が自社にあることでニーズを掘り起こすことができる。またヤマハ発動機の規模感や安定感や信用力を利用して活動することができる。

中国の新拠点の発表があったが、今年の設備投資が増えるということか。

中国拠点では展示も行っており、お客様により近くでサポートできる環境を創出している。従来、子会社が別々に拠点を立てていたものを集約した。投資としては非常にライトなもの。

【SMT：サーフェスマウンター】

SMTの生産状況と設備投資など中長期の方向性について教えてください。

工場は昨年後半から高い水準で稼働を継続。部品調達に関しては、半導体不足など決して楽観できないが、リスク要因をマネージすることで、伸びて行く需要を最大限捉えられるよう全力で取り組んでいる。設備投資については、組立中心の工場のため、建物中心の設備投資のみとなる。伸びて行く半導体市場・実装機市場に応

じて、検討していく予定。また、新しく一員となったヤマハロボティクスホールディングス（以下、YRH）も含めて、最適なレイアウトを検討している。

SMT について苦戦しているところは、また、自動車関係はマーケットが伸びていくのに、あえて高速機に入っていくのはなぜか。

SMT 分野で、自動車関係は得意ではあるが、高速機分野はシェアが取れていない。プラットフォーム（以下、PF）戦略を進めており、昨年統合モデルの第一弾をリリースしたが、今後も派生モデルを順次リリースする予定。これらのモデルで高速機分野も対応していく。市場の動向をみても、低中速機よりも高速機が多くなっているとみている。自動車向けも高速機が伸びていく。IoT や AI 対応によるデータセンター・携帯分野は今後も伸びていく市場として当社としても積極的にチャレンジしていく。

高速機で他社と比べ伸び悩んでいるのはなぜか。

今は他社に追従する状況だが、戦略としては、部品の小型化、高精度・高密度が求められる中、開発でキャッチアップする。PF モデルにより、幅広い業界、デバイス・通信向けの製品も手掛けていく。保守パーツの共通化を進めるため、お客様の維持コストの低減にもつながる。Yamaha One-stop Smart Solution により高度な M2M 連携も行えるため、自律化した付加価値のあるラインのご提案ができる。高速機のシェアについて、業界全体も販売が伸びており、結果、当社のシェアは伸びていない。

YRM20 が販売開始から 1 年ほどたつが、年間販売目標 500 台は達成しているか。

販売開始時期が遅れて昨年末からとなった。コロナ禍で展示会も中止となり、お客様に直接アピールする場が減少しているが、オンライン展示会などで補完している。日本のお客様には直接アピールできていることもあり、日本のお客様を中心に販売している。

【FA：産業用ロボット】

FA ではリニアコンベアで良い商品が出て売れているが、市場シェアはどうか。

いかに人の作業を代替するか。少ないリソースで最大の効果を得るといふ、リニアコンベアは好評いただいている。これを核としたトータルソリューションを提供していく。FA は伸び行く市場であり、中国メーカーも含めて競合製品が出てきている。日本メーカーとして品質・安全性を担保していく。マーケットシェアは業界としてとりづらい。中国市場では横ばいから伸びている。

【UMS：無人システム】

中国メーカーの急激な成長をみると、撮影・遊び用でも取り込む余地があったのではないか。中国製でないドローンが急増している中、御社にとってビジネスチャンスはあるか。

電動ドローン市場はなかなか取り込めていなかったということは事実。空を飛ぶものは、工場内の機械とは安全などの要件が異なる。コンソーシアムの一員として安全・安心なドローンの開発を進めており、小型化も進めている。また農業のノウハウも非常に重要。お客様のセキュリティを担保する必要がある。成長分野としてチャンスとしてとらえている。

【SEMI：半導体製造装置】

新川・アピックヤマダ統合後の構造改革の進捗・効果について実績があれば教えてほしい。フリップチップが話題になってくると思うが、競争優位性について教えていただきたい。

構造改革や原価低減活動は予定通り実施してる。具体的には、国内外の工場・海外販売子会社の再編、資金効率改善、原価低減などにより収益性は向上している。シナジーについても、クロスセルによる販路拡大や共同開発、部品の共用、ヤマハのノウハウを活かしたコストダウンなどで、技術リソース・モノづくりの効率化を推進している。実際に統合先のお客様による新規の注文も出てきている。フリップチップは既に販売している。統合前より、新川がサーマルコンプレッションを行い、当初ではマスリフローを行っていた。高精度・スピードという観点で優位性がある。トータルソリューションとして情報をつなげていくというように展開していきたい。

以上