

【ロボティクス事業】新中期経営計画（2025年～2027年）アナリスト向け説明会 質疑応答録

日 時 : 2025年3月13(木) 13:17～13:38

場 所 : Zoom 会議

発表者 : ソリューション事業本部長 江頭 綾子

目標の売上高 CAGR が、前中期経営計画と同様に市場成長を上回る計画。前中期経営計画は目標未達となったが、今回の計画の根拠は。競合に対してどう勝つのか。

SMT は市場全体が停滞していたが、その間に当社は生産能力増強投資をしてきた。また、技術面でも大手顧客開拓のため開発人員投資をしており、知見を多く得た。生産面では、急増産に対しても能力的にカバーでき、技術面でも車載大手の求める能力に達しており、前中期経営計画期間で YR シリーズを上市したことでしっかり申し立ていける。

当社の強みは、半導体後工程(SEMI)・SMT・産業用小型ロボット(FA)を持っており、ワンストップスマートソリューション提案ができること。加えて、今までの代理店ベースでの販売を、直営業にすることでニーズを掴み車載大手・EMS 顧客を獲得する活動は前中期経営計画でも行っており、すでに大手顧客を新規開拓している。今後成果をリリースしていく。

さらに、当社ならではの強みとして、自社がグローバルでモノづくりを展開している車載大手であること。二輪車の電装基板を内製しているため、生産技術のニーズを身近で感じ、開発に取り入れることができる。

刈り取りできるまでには前中期経営計画期間では時間的、体制整備的に不十分で、新3か年では幹が太くなっていくという理解で良いか。

その通り。これまでは個々の会社の経営体質を見直していたが、新中期経営計画ではヤマハロボティクスホールディングスを一つの会社に統合することで、伸び行くところにリソースを配分し、スピード感を持った経営に注力する。生産能力についても投資するので、しっかり成長していくフェーズに入る。

ロボティクス事業内のセグメント間連携について。FA の戦略で SMT や SEMI と連携したソリューションとあったが、貴社の顧客へのソリューション提供の現状・今後の浸透度は。浸透させる上での課題は。

連携したソリューション提案はクロスセルチームが専任で行っている。具体的な例は提示を控えるが、例えば表面実装機の搬送部分にリアコンベアロボットを組み合わせることで、顧客の生産性を向上している。PoC も含めて需要が伸びていく。2024 年は、新規開拓ターゲット顧客からの受注がクロスセルにより、前年比で約 140%と増えている。徐々に連携を深めてサンプルが増えているので、2025 年は更に刈り取りができる。

SMT は車載向けの構成比が伸びる計画だが、シェアを取っていくのか。2027 年に車載向け構成比率 30%というのはビジビリティが高いのか。貴社の競争優位性はなにか。

車載関連向けのシェアを伸ばす。車載関連は、今後ますます基板の使用が増える。当社の競争優位性は、ワンストップスマートソリューションである。主要な工程の装置をすべて持ってあり、個々の強みを連携することでライン全体の効率化ができ、プロセスのブラックボックスをなくすことで品質向上ができる。これは他社にはない強みである。

SEMI について、モールディングやボンディングで成長見通しの違いはあるか。

生成 AI 関連では、主にはフリップチップボンダ、モールディング装置において、大手顧客の工程プロセスに適合したことで受注いただいている。受注残も多く抱えており、2025 年を含めた今後 3 年で伸びると見ている。

生成 AI について。貴社が生成 AI 領域で戦う上での競争優位性は。顧客基盤に加えて、技術サイドではどうか。

例えば、当社のフリップチップボンダはコンパクトで汎用性が高いのが特徴。SMT 業界も技術革新があるため、新プロセスを大手顧客とともに、いかに先行開発していくかが重要。現状、十分に関係性が構築できており、先行開発に既に着手している。新プロセスにも追従し、拡大していけると考える。

以上