

トップメッセージ

企業変革により、 新たなソディック の創造へ。

代表取締役社長
古川 健一



企業変革が始動

ソディックの原点に立ち戻るための組織変革

ソディックは、「お客様のものづくりの課題を解決する」という原点に立ち返って企業変革に取り組んでおり、その一環として2022年1月より機能別組織から事業別組織への大規模な組織変革を実行しました。新体制がスタートして約1年が経過しましたが、以前の組織では実現できなかったような成果がいくつか出始めている一方で、さまざまな課題も見つかっています。中でも、旧来からのやり方を変更することに対する社内外の抵抗感は小さいものではなく、仕組みを「導入」すること自体は容易でも、「定着化」は決して容易ではないと実感しています。しかし、たとえ、旧来からの方法で一定の成果を挙げられるとしても、今よりもっとお客様に満足していただくにはどうするか、という観点でやり方を見直し、今までやってこなかったことへチャレンジ

していかなければなりません。

そしてこの変革は、私たちが将来の大きな成長をめざすために不可欠なものです。現在の社会動向を見てもわかるように、人々の価値観は変化し、世界は進化し続けています。進化に挑戦をしない企業は、容赦なく置いていかれる時代であり、ソディックは今まさに新しい文化を築けるかの岐路に立たされています。

変革によって見えてきたものは課題ばかりではなく、事業成長の新たな伸びしろ、新たな方向性です。私たちは、失敗を恐れずに困難な課題に挑戦し、発見した伸びしろを最大化することで大きな成功を勝ち取り、ステークホルダーの皆様とともにその先の明るい未来を見てみたいと思っています。

株主還元のさらなる充実

総還元性向40%以上に株主還元方針を変更

また、2022年12月期は、長期財務目標の見直しを実施しました。資本効率を意識した事業運営に取り組むと同時に、持続的な成長に向けた投資を実施していく

という考えのもと、ROEを指標として導入し、5カ年平均でROE8%以上をめざします。また、景気変動による事業への影響に備えて十分な運転資金を確保するため、財務体質の強化に取り組んできましたが、財務基盤の安定化に伴って目標を見直し、今後はネットキャッシュプラスおよび自己資本比率50%以上とします。

そして、株主還元についてはさらなる充実を図ります。これまでの水準での安定的な配当に加え、総還元性向[※]30%を新たな目標として導入し、さらに2022年11月にはその水準を40%以上に引き上げました。今後も、資金需要や財務状況、株価、マーケットの状況などを総合的に勘案し、必ずしもこの目安にとらわれずに、株主還元の充実化を実行していきたいと考えています。

[※] 総還元性向とは、親会社株主に帰属する当期純利益に対する配当額と自己株式取得の合計額の比率を表します。



2022年12月期を振り返って

2022年12月期は、世界の政情や経済情勢にさまざまな変動が生じた年であり、当社グループの事業にも大きな影響がありました。半導体や電子部品を中心とした部材の著しい供給不足の影響下で年度をスタートし、ロシアのウクライナ侵攻によるエネルギー価格の高騰、一時は1ドル150円の水準に達した為替相場の急変動など、予測不能な事態が次々とありました。さらに、第3四半期からは、グループ連結売上高の40%を占める中国市場がゼロコロナ政策により大幅に減速しました。これらによって、製品の年間販売台数は減少したものの、中国以外の市場での奮闘による成果と円安のプラス影響等があり、連結売上高は前年よりも上回ることができました。しかし営業利益では、仕入れコストの上昇等によって前年比で若干の減益となりました。

2023年12月期においても中国市場の回復は限定的とみられ、容易ではない事業環境が続くと予想していますが、将来の成長を見据えた研究開発への投資や人財および

働く環境の向上に関する投資は積極的に行っていく考えです。

2022年連結業績		前年対比
売上高	804億円	+7.1%
営業利益	58億円	△14.7%
営業利益率	7.2%	△1.8pt
経常利益	82億円	△3.6%
当期純利益	60億円	△8.6%
ROE	7.8%	△2.2pt

事業変革

ものからコトへ、コトからものへのフィードバック

ものづくりの現場では、人材不足、技術継承の課題はますます深刻化しており、自動化、省力化ニーズはますます加速しています。しかしながら、いくら優れた機械を用意しても、機械単体の提供ではこれらのニーズに応えたことにはなりません。各国で異なる製品規格に対応した機械やロボットを連携し、それらを動かすインターフェースを用意し、センサーやIoTを駆使したデジタルツインの生産管理システムを提供しなければ、お客様の現場の課題を解決まで導けないのです。当社はこれまで十分に「もの」を作ってきましたが、それに「コト」を組み合わせていった時、新たに「もの」へのフィードバックが生じます。そして、それが新たな「コト」を生み出していくことにつながる、私たちは現在そのような進化に挑戦しています。さらに、自社製品のみソリューションの提供ではなく、お客様が求めるソリューションを提供していく、その上で、運用、保守も含めてトータルで提供していき、お客様とソディックの接点が

ますます拡大する、このような姿を描いています。

すでに北米市場では、Sodick, Inc.がDX化によるソリューション事業、アフターサービス事業をいち早く展開して高い実績を挙げており、これらを日本、中国などの重点市場に展開し、事業変革を加速していくため、Sodick, Inc. 坂本 祐次（あかつゆうじ）社長のグループCOO 就任を決定しました。加えて、「アフターサービス事業の強化」「ソリューション事業の創出」「DX推進」の3つの事業変革プロジェクトを、スピード感を持って進めています。

今後はこれらの戦略の進捗によって私たちの価値提供が進化していくと、再び「もの」へのフィードバックの可能性が拡大するとみています。精密金型、精密成形というハイエンド製品がソディックの強みですが、お客様へのトータルソリューションの提供が増えていくにつれ、従来通りハイエンド製品を提供していくことに加え、お客様のものづくりの進化に必要な、新たな分野での価値提供も視野に入れていく可能性が出てくるでしょう。

サステナビリティ経営

環境対応、ガバナンスとともに人的資本経営をより強化

政治経済の情勢変化、自然災害や感染症、サプライチェーンの混乱等、世界規模の社会課題がここ数年で増大する中、サステナビリティの重要性が高まるとともに、企業というものの存在価値はいったい何なのか改めて問われています。ソディックグループにおいても、お客様や従業員とのつながり方、環境への向き合い方、地域社会や市場との関係など、ステークホルダーとの関わりがいずれも大きく変化しており、これらに伴って私たちの経営に対する価値観や事業体制も変化していかねばならないと感じています。

当社では、2021年より重要課題（マテリアリティ）を検討し、「進化するものづくりへの貢献」、「環境マネジメントへの対応」、「人材の多様性の促進」、「ガバナンスの強化」の4項目を抽出しました。さらに、経営基本

方針の一つに「サステナブルな社会へ」を掲げ、TCFDへの賛同および情報開示対応をはじめとする環境マネジメント、取締役会の実効性の向上、コンプライアンス徹底等のガバナンスの強化の施策に取り組んできました。

とりわけ、特に力を注ぐべきと考えているのが当社の経営資源の中でも最も重要である人的資本の価値向上です。経営基本方針においても「人が成長できる企業へ」と題し、健康経営、ダイバーシティ&インクルージョンを進めています。今後はより従業員目線で労働環境の改善と成長機会の創出を実現していくため、従業員満足度調査も実施しました。その結果から得られた課題を踏まえ、より有効な人事評価制度や人材育成を確立していくことを目的に、人的資本に対する投資を拡大していく考えです。

さらなる変革へ

長期経営計画とソディックの未来を担う次世代リーダー

長期経営計画「Next Stage 2026 ~ Toward Further Growth ~」は、2018年初頭に当時の執行役員が中心になって策定しました。それから約5年が経過しましたが、その間に事業環境は激変し、当社グループはこれまでの事業の延長線にある成長を捉えるだけでは持続可能とはいえない状況になったと認識しています。産業界全体に目を向けると、企業変革を見事に成し遂げ、異業種への転換を成功させている企業もあります。自動車、スマートフォン等のIT機器、航空宇宙、医療機器など、当社の主要顧客の産業構造が大きく変化していく中で、今まで業界再編が活発でなかった工作機械業界においても、新しい流れが始まってきています。築いてきたコアテクノロジーを用いて異業種に参入するといったレベルの覚悟を持った企業でなければ、これからの厳しい経営環境を乗り越え、成長を続けることはできないと私は考えるようになりました。

そこで、これからもっと先、2030年以降のソディックの未来を担う、次世代のリーダー候補たる人材が中心となって、新たな長期経営計画の策定を始めました。

そこで議論の的になっているのは10年、20年後の未来予想図です。例えば、将来の工場の姿を描いてみると、コックピットのような管制センターから遠隔で機械と設備の管理を行い、生産現場は無人化されて、粛々と操業を続けているかもしれません。そうなれば、今の放電加工機の一つひとつに付属しているNCはいらなくなる可能性があります。ロボット、生産管理システムなどそれぞれの機器に付いているディスプレイも不要になり、照明すらいらなくなるかもしれません。

当社のマテリアリティの1つ目に「進化するものづくりへの貢献」を掲げていますが、ものづくりの現場が変わっていくにつれ、ソディックの経営や組織体制も変わっていくでしょう。昨年より組織改革を行っていますが、現在の事業の延長にない構想を具体化していくためには、さらなる組織再編に取り組む必要性が生じるかもしれません。

私たちの変革はまだまだ始まったばかりです。ソディックのこれからをさらに楽しみにしていただきたいと思います。



中期経営計画 2023-2025年

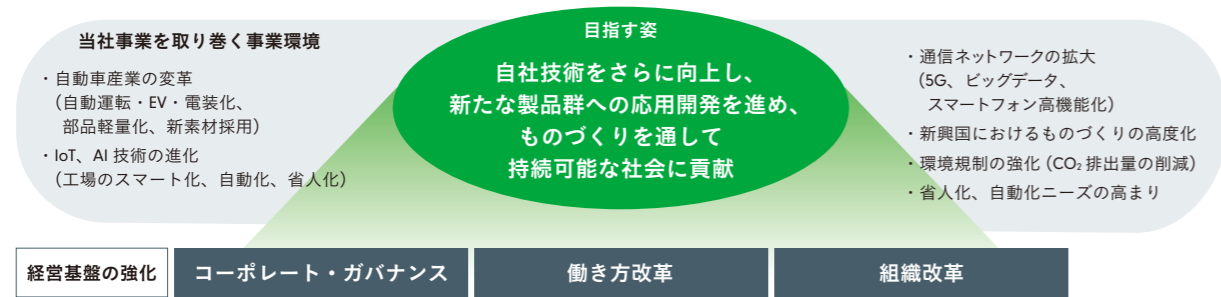
事業環境と当社がめざす姿

当社グループを取り巻く事業環境は、ものづくりのさらなる進化は継続するものの、部材不足やインフレ、原材料エネルギー価格高騰、地政学リスクなどにより依然として先行き不透明な状況が続くものと認識しています。

そのような中、ソディックグループは、「創造」「実行」

「苦労・克服」の精神のもと、自社技術をさらに向上して新たな製品群への応用開発を進め、ものづくりを通して持続可能な社会に貢献していくことをめざしています。現在、取り組む組織改革、働き方改革、ガバナンス向上により経営基盤を強化し、自動車産業の変革、DX化の加速などの機会を捉え、成長していきたいと考えています。

基本理念 ソディックグループは、「創造」「実行」「苦労・克服」の精神のもとに、お客さまへ最高の価値を提供し、「未来を創る」企業として社会の持続的な発展に貢献します



■ リスクと機会

機会	中国製造2025の盛り上がり	ものづくりの進化は継続 ・サステナビリティに関する関心 ・DX化の加速 ・通信量の増大
	サステナビリティ(ESG、SDGs、カーボンニュートラル等)への関心	
リスク	米中貿易摩擦	地政学的リスク ・サブプライチェーンの混乱、再編 ・新たな災害、感染症拡大リスク
	コロナ禍 サプライチェーン混乱 ウクライナ侵襲 インフレ	

経営基本方針

本中計では3つの基本方針に取り組んでいきます。製品の性能・品質の絶対的優位はもとより、DXにより顧客との新たな関係を構築し、ソリューションビジネスとアフタービジネスの強化を進め「お客様へ最高の価値を

提供していきます。また、健康経営、人的資本投資の強化により「人が成長できる企業へ」変革。環境管理の強化、当社のマテリアリティについての取り組みを進め「サステナブルな社会」をめざします。

お客様へ最高の価値を	<ul style="list-style-type: none"> 製品の性能・品質において絶対的優位性を確立 DXを駆使した顧客とのつながりを確立、推進 新しい技術分野の取り組みを通じたものづくりイノベーションの提供 	<ul style="list-style-type: none"> アフタービジネスの強化 ソリューションビジネスの創出、推進
人が成長できる企業へ	<ul style="list-style-type: none"> 健康経営宣言に基づく労働環境の改善と戦略的人事異動による社員一人ひとりの成長機会の創出 ノウハウの形式知化促進による若い世代への技術継承 次世代経営幹部、管理職者ならびに国内外で活躍できる若い人材育成の強化 人的資本投資の強化(待遇の改善、人材採用、人材育成) 	
サステナブルな社会へ	<ul style="list-style-type: none"> 環境管理の強化(環境配慮製品/サービス提供、カーボンニュートラル・TCFD提言への対応) リスクマネジメントやコンプライアンスの強化 マテリアリティの解決に向けた取り組みの強化 SDGsへの貢献 	

ものづくりの高度化によるハイエンド市場の伸び

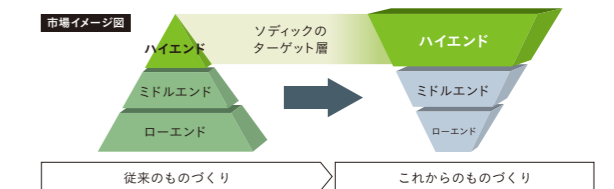
お客様環境においては、ものづくりの高度化がさらに進み、当社がターゲットとするハイエンド市場の規模が拡大していくことが予測されます。

例えば、自動車のEV化による当社への影響を見ていきますと、CASE^{※1}やGX^{※2}の潮流により脱ガソリン車の動きが一層高まっており、車両部材の軽量化や静粛性ニーズ、電気系部品の精密化ニーズの増加が見込まれます。モータインバータ、バッテリー、コネクタ、ECUなど、当社の得意領域とする精密金型・精密成形が必要なさまざまな部材が求められるでしょう。一方で、エン

ジン等の切削加工部品の需要が減ることは明らかですが、放電加工機への影響は限定的にとどまると予測しています。

※1 CASE=Connected, Autonomous, Shared/Service, Electric
※2 GX=Green Transformation

■ ものづくりの高度化



■ 例：EV化

	エンジン車	EV(電気自動車)	当社への影響
部品点数	約3万点	約2万点	プラス 当社の得意領域とする精密金型・精密成形が必要 ・モーターのコア材において需要増(モーターコア用放電加工機：AP350L) ・バッテリー製造のセパレータ金型等の需要増 ・インバータ用の半導体向け設備の需要増 ・軽量化や静粛性ニーズによる需要増 ・電気系部品の精密化による需要増
動力ユニット	ガソリンエンジン トランスミッション	モーター インバータ	
動力源	ガソリン シリンダ	バッテリー	マイナス エンジン等、切削加工部品が不要 ・放電加工機への影響は限定的
電気系部品	コネクタ	コネクタ 検知センサー ECU	
その他	放熱部品	放熱部品 ECUケース	

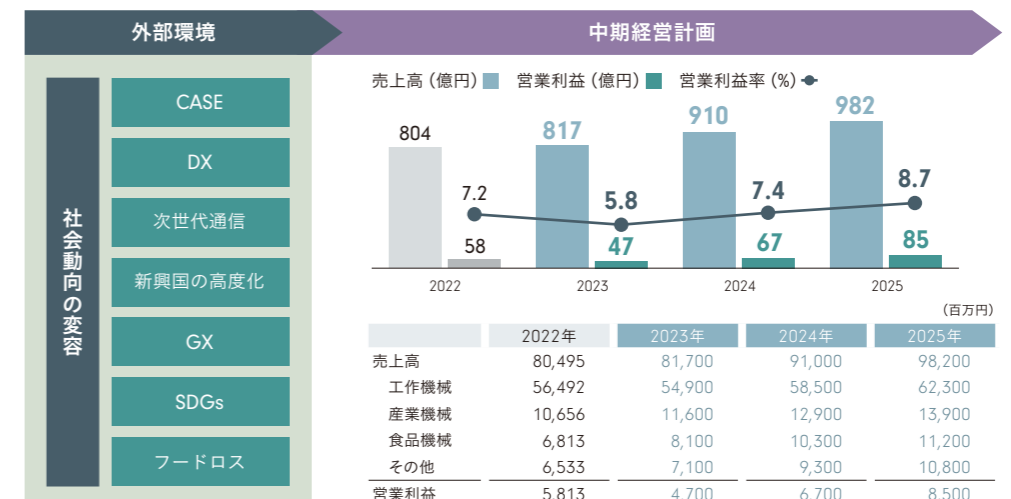
※ECU(Electronic Control Unit：電子制御するコンピューター)

経営目標〈3カ年〉

本中計の最終年度である2025年12月期には次の目標値を定めました。国内外のグループ各社が一丸となって、各目標の達成に取り組んでいきます。

■ 中期経営計画目標値 2025年12月期

売上高 982億円 営業利益 85億円



COOメッセージ

COO(最高執行責任者)

坏 祐次 あくつ ゆうじ

真のイノベーションを提供する企業へ。

ビジネスモデルを変革することが私のミッション

2022年11月よりソディックグループのCOOに就任しました。現在取り組んでいる企業変革の一環であるビジネスモデルの変革は戦略の要であり、「ソリューション事業の創出」、「アフターサービス事業の強化」、「DXの推進」を大きなテーマとしてこれを力強く推進することが私の大きな責務となっています。

私は入社4年後に渡米し、以来、トータルで人生の半分以上にあたる29年、米国で経験を積みました。米国をはじめ先進国の多くの企業では、機械の購入はボトムアップで決まります。現場が使いやすい機械を選びますからメーカーの切り替えは起こりにくい、そこでSodick, Inc.が考えたのがCS、つまり、カスタマーサポートで付加価値をつけて業界の中でソディックの評判を上げていく「アフターサービス事業の強化」戦略です。広大な

面積の北米市場では地域密着型サポートを望むユーザーが多く、自宅ベースのサポート要員も各地に数多く点在していますので、コミュニケーションツールとしてCRM(顧客管理システム)は欠かせないシステムとなっています。リモートコミュニケーションを駆使した展開により、CS事業の強化を強力に推進。「お客様に最高の価値、サポートを提供する」ことをめざし、IoT、CRMを利用して生産性を高め、質の高いCSを展開しています。

例えば、Sodick, Inc.の消耗品テレサービス(内勤営業員)は、CRM上の販売履歴から「そろそろお客様のワイヤ線とフィルターがなくなる頃だ」と把握し、最適な時期にお声がけします。このようにして、お客様企業の手手が不足する中、負荷の大きい在庫管理の業務をソディックがお手伝いしているのです。

Turnkey businessへの転換

もう一つ、ソディックグループが「お客様に最高の価値」をお届けするための要がソリューション事業の提供です。ソディックには放電加工機、高速マシニングセンタ、金属3Dプリンタ、射出成形機等、技術優位性を持つ機械のラインナップが充実していますが、それにソフトウェアやソリューション、リモートサービス、延長保証、メンテナンスプログラムなどさまざまな付加価値をつけて売るソリューションビジネス、つまり、米国でいう「Turnkey solution」を求めるお客様が近年、徐々に増えています。簡単にいうと、お客様から提示いただいた最終製品を製造するために必要なさまざまな設備を組み合わせる、それがTurnkey solutionです。メーカーとユーザー間のコラボレーションによって、進化するものづくりの世界を支えていくことが私たちソディック

のミッションなのです。

また、これらの価値を提供していくために欠かせないのが「DXの推進」です。国内ではすでにソディックからの発信力強化の取り組みがスタートしていますが、これは、ソディックブランドの認知と価値向上に向けて、当社の製品情報などを定期的に製造企業へ発信する仕組みです。さらに、市場の開拓に欠かせないものが、マーケティングオートメーションやSNSを通じたマーケティングのDXです。地政学リスクの高まりや急激なインフレなど市場の先読みが非常に難しくなっている今、世界の各市場やユーザーの動向をリアルタイムで把握し、的確に見極めることが非常に重要です。データを有効に活用し、事業展開を加速できるよう、これらのデジタルマーケティングについても積極的な投資を行っていきます。

重要課題は人財の強化

そして、このような事業改革という大目標に挑むには、オールソディックが一丸となって進んでいく必要があります。そのための最重要課題が優秀な人財を確保、育成していくことです。

私は、これまで米国でたくさんの人を採用してきましたが、米国では従来からジョブ型雇用が主流です。新規採用者には「あなたの仕事はこれです」というジョブディスクリプションの書類を渡し、個人の目標を設定して仕事をしてもらい、1年後に査定を行います。査定の結果をもとに本人と上司が面談をして、報酬額や次の目標を決めていきます。

社員は自分の成果を上司に直接アピールするので、一見、社員がとて有利益な仕組みに思えますが、会社は社員に生産性の改善を強く求めていくので、関係はWin-Winです。経営層だけでなく、社員も常に外部の事業環境にさらされながら、個人として成長をしていかなければなりません。

日本でも最近は専門性を活かす職においてジョブ型の就労が求められる傾向がありますが、これ自体、とても良いことだと思います。ただし、ジョブ型で個々の人財が成長していくにはしっかりとリーダーの存在が必要であり、日本の場合、そのような経験を積んだリーダーが少ないので、ジョブ型採用の導入にはまず管理職の育成を行っていかねばなりません。それも私が取り組むべき大変重要な役割の一つだと認識しています。

ここ数年、テクノロジーの進化や世界的事変の多発が影響し、世の中の常識が移り変わるスピードが非常に速くなっていますが、私はそのような変化を非常に楽しみに感じています。これに遅れることなく、ソディックグループがより速いスピードで進化していけると確信しているからです。



管理部門担当役員メッセージ

常務取締役
コーポレート部門統括担当
前島 裕史

資本効率を意識した経営を実践し 成長投資と株主還元の良い配分により 持続的な企業価値の向上をめざします。

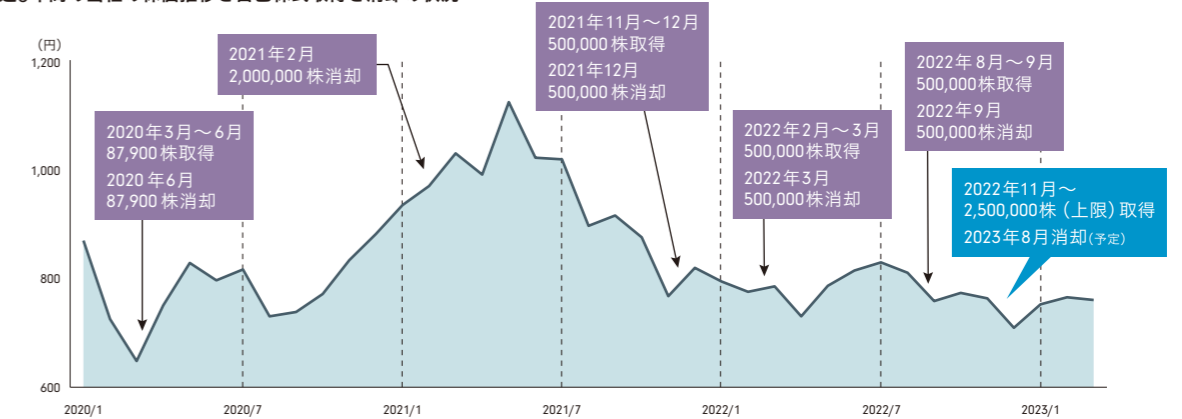
2022年12月期の投資・財務活動の振り返り

2022年12月期の設備投資は、タイで第2工場を拡張、中国に廈門新工場を建設したほか、国内では加賀事業所の拡張など生産能力の増強に加えて、中国・華南地区にテックセンターを新設しました。期初に41億円の設備投資を計画していましたが、実績はそれを上回って46億円となりました。その他、DX推進に向けた投資を積極的に行い、業務効率の改善に努めました。研究開発投資は、主に新製品の開発や金属3Dプリンタの研究開発を進め、前期と同水準で推移しました。

財務活動においては、2022年2月から3月に50万株の自己株式の取得と消却を実施しました。また、2022年8月から9月に50万株の自己株式の取得と消却を実施しました。さらに、2022年11月から250万株を上限として自己株式の取得を開始し、取得した自己株式は全て消却する予定です。

今後も、持続的な株式価値の向上のため、機動的な資本政策を講じていきます。

直近3年間の当社の株価推移と自己株式取得と消却の状況



今後の投資については、主力の放電加工機に加えて金属3Dプリンタ、高精密マシニングセンタ、射出成形機、食品機械(製麺機・米飯装置以外の新製品群)など、成長が見込める分野について引き続き研究開発投資を継続していきます。また、温室効果ガスや廃棄物を低減す

る環境配慮型製品の開発をさらに強化します。増産・合理化投資については、各工場でのDX推進や、加賀事業所の食品工場での生産能力増強投資を行い、2023年に新工場の竣工を予定しています。

長期財務目標

工作機械、産業機械事業は設備投資の需要動向に大きく左右されやすいというリスクを抱えていることから、リーマンショック以降、景気変動に備え十分な運転資金を確保するなど、財務体質の強化に取り組んできました。その結果、自己資本比率が業界大手の平均である55%を超過し、財務基盤の安定化も実現することができました。

今後はネットキャッシュプラスおよび自己資本比率50%以上の維持を方針とし、その上でより資本効率を意識した事業運営に取り組むと同時に、持続的な成長に

向けた投資を実施していく予定であり、指標として安定的にROE8%以上をめざします。

株主還元につきましては、将来の事業展開と経営体質強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定的かつ継続的な配当を実施するべく、DOE2%以上を基本方針としています。また、2022年11月に総還元性向^{※1}の目標を「30%以上」から「40%以上」に改訂し、株主還元を一層強化することで、さらなる株式価値の向上に努めてまいります。

長期財務目標(株主還元目標は2022年11月に改訂)

項目	資本効率	財務の健全性	株主還元
目標値	ROE 8%以上 (5年平均)	ネットキャッシュプラス 自己資本比率 50%以上	DOE 2%以上かつ 総還元性向 ^{※1} 40%以上
2022年実績	7.0%(5年平均)	ネットキャッシュ 3,381百万円 自己資本比率 58.5%	DOE 2.1% 総還元性向 40% ^{※2}

※1 総還元性向とは、親会社株主に帰属する当期純利益に対する配当額と自己株式取得の合計額の比率を表します。

当社における総還元性向の計算式：総還元性向 = $\frac{(n\text{年度の配当}) + (n+1\text{年度の自己株式取得額})}{n\text{年度の当期純利益}}$

※2 2022年は2022年度の配当金額+現在実施中の自己株式取得の2023年度見込(12月末の株価×取得見込の株数)

サステナブルな社会へ

近年、環境・社会・ガバナンスに配慮する企業を重視、選定する「ESG投資」が定着するなど、株式市場においてもサステナビリティへの関心の高まりが見られます。

当社グループにおいても、持続的な成長を続けるためにはサステナビリティを意識した経営が不可欠だと認識し、サステナビリティ経営を加速する目的で2021年に「サステナビリティ基本方針」を制定しました。さらには、4つのソディックのマテリアリティ(重要課題)を特定し、取り組み項目ごとのKPIを設けました。

推進体制としては、代表取締役社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置し、気候変動、カーボンニュートラル、人権、健康経営等の中長期的なテーマに対する対応方針や目標を決定し、ワーキンググループ・

各部門のサステナビリティ活動の進捗管理や課題等の議論を深めています。サステナビリティ委員会が中心となってPDCAサイクルを回すことで、全社で活動を推進しており、活動の進捗は取締役会に年4回以上報告され、必要に応じて内容の審議、対応を行っています。

ソディックのサステナブルな社会への取り組み

- 環境管理の強化(環境配慮製品/サービス提供、カーボンニュートラル・TCFD提言への対応)
- リスクマネジメントやコンプライアンスの強化
- マテリアリティの解決に向けた取り組みの強化
- SDGsへの貢献



カーボンニュートラルの実現に向けて

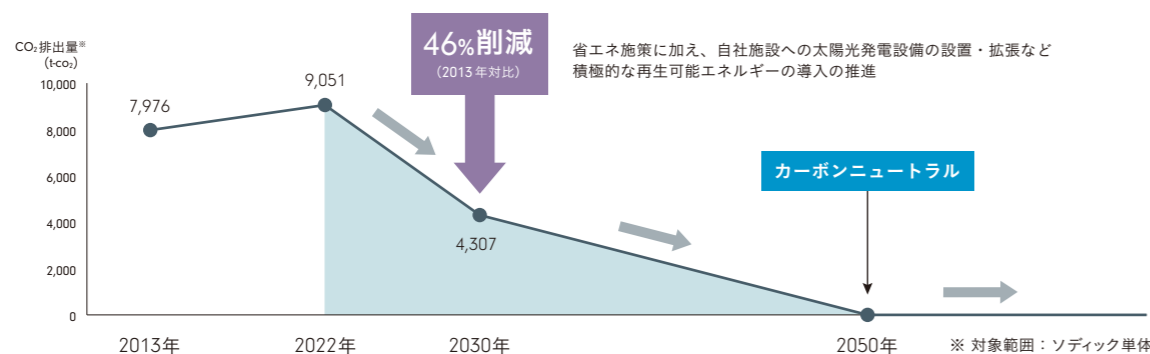
温室効果ガスの増加が地球環境に大きな影響を与えている状況のもと、カーボンニュートラルへの取り組みは企業活動を継続する上で重要な課題であると認識しています。

当社は、2022年12月に気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)提言への賛同を表明しました。また、気候変動によるリスクと自社の環境経営推進を評価・管理する指標として温室効果ガス排出量(Scope1,2)を設定しており、2030年に2013年比46%削減を目標と

して掲げています。

今後は、Scope3を含めた全体での温室効果ガス排出量削減への取り組みを推し進め、2050年までのカーボンニュートラルをめざしています。目標達成に向けては、自社施設への太陽光発電設備の設置・拡張など積極的な再生可能エネルギーの導入の推進に加えて、社会全体の脱炭素化に向け、自社製品の環境性能向上への技術開発に取り組んでまいります。

CO₂排出量実質ゼロに向けた削減イメージ



人が成長できる企業へ

当社は、人財が会社にとって最も大切な財産であり、未来へ向けた新たな価値創造の源泉であると考えています。従業員一人ひとりが会社とともに成長し、多様性を認め合い、いきいきと活躍できる職場環境・企業文化づくりのために、積極的な人材育成と採用への投資を実施しています。

2022年1月に健康経営宣言を制定し、従業員一人ひとりが心身ともに健康で成長し続けられるよう、職場環境の改善と健康づくりを積極的に推進しています。

人財戦略においては、ダイバーシティ&インクルージョンを推し進めることにより、変化し続ける社会や多様な

価値観に柔軟に対応しながら、変革を恐れずに挑戦できる「人財」を育成するための仕組みや環境づくりを強化しています。

加えて、ダイバーシティのワーキンググループを新設し、取り組みを推進しており、具体的には、男性の育児休業取得を推進するため、子どもが生まれるタイミングで対象者一人ひとりと面談を行い、さらに取得者の体験談を社内報にて発信する活動も行いました。女性活躍推進の観点からは、育児休業復帰後の時短勤務可能期間を延長(3歳になるまでを小学校6年生までに延長)しました。今後も、育児・介護等の両立支援の制度をさらに拡充していく予定です。

企業としての成長力を維持、向上していくには、従業員が日々の働きがいと当社事業の社会的意義やその価値を共有することで自律的に行動し、変化に対応する意欲を高めていくことが重要であると考えています。2022年は、人的資源に対する投資と施策を拡充し、給与水準の引き上げなどの待遇改善、研修制度の拡充、環境整備などを進めましたが、まだめざす姿とは乖離がある状況です。

具体的には、従業員満足度調査の実施によって浮き彫りとなった、全社的な連帯感や階層間の意思疎通、関連部署間の連携などのコミュニケーションについての課題があります。今後は「コミュニケーションの活性化」を重点課題とし、各種施策を実施することで、価値創造につながる企業風土の醸成に努めてまいります。

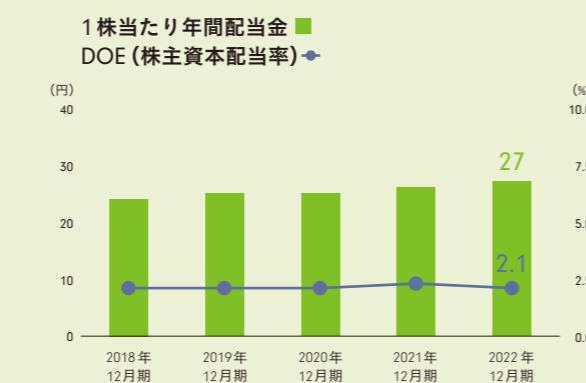
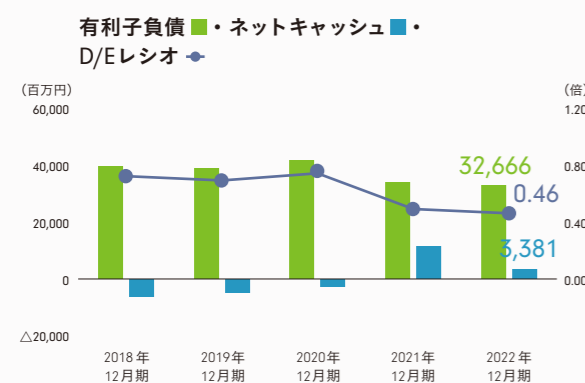
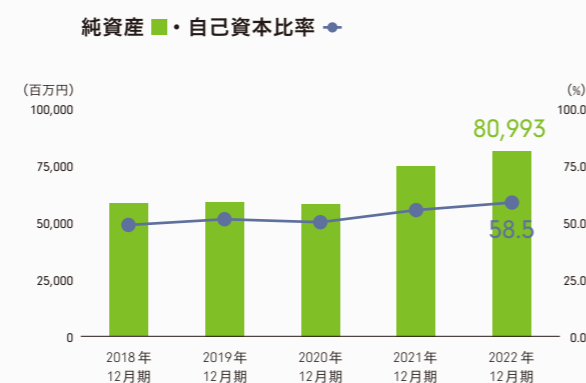
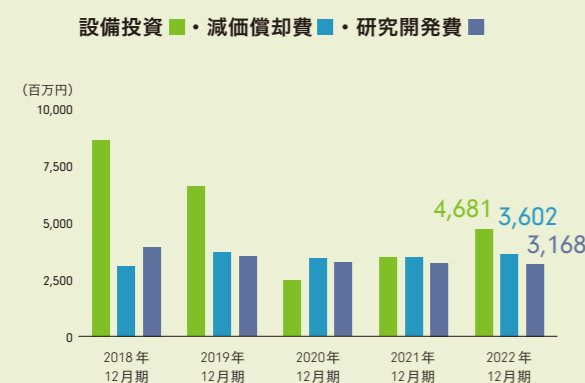
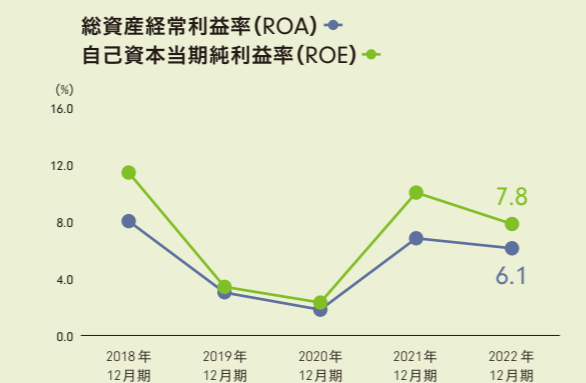
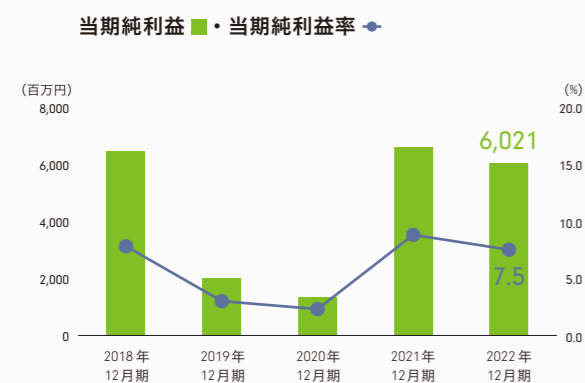
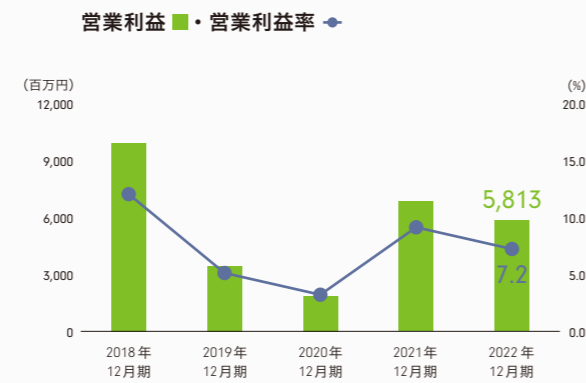
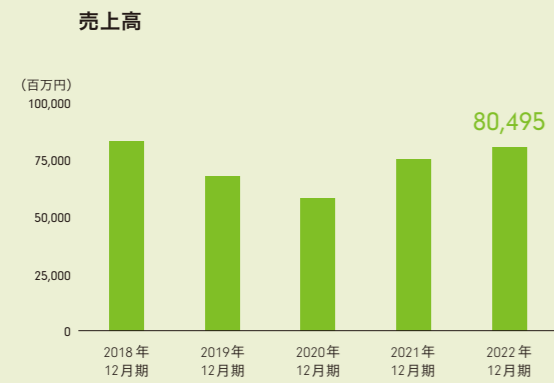


最後に

持続的な企業価値向上のためには、当社の事業の魅力や成長性について資本市場から理解されることが重要であると考えています。そのためには、お客様や株主、投資家をはじめとする、ステークホルダーの皆様

との対話が欠かせません。今後も積極的なIR活動を行うとともに、皆様との対話を通じて、企業力を磨き、企業価値の向上に努めてまいります。

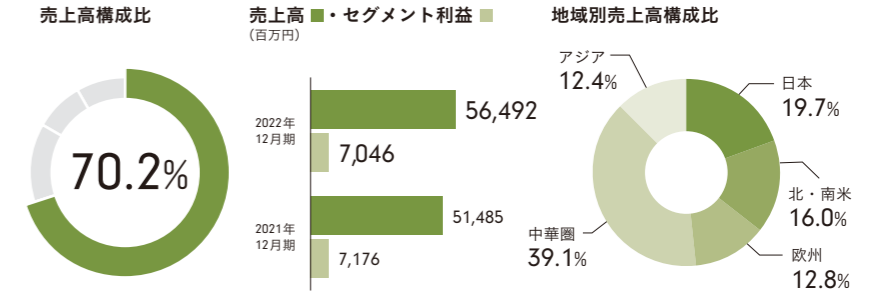
財務ハイライト



At a glance

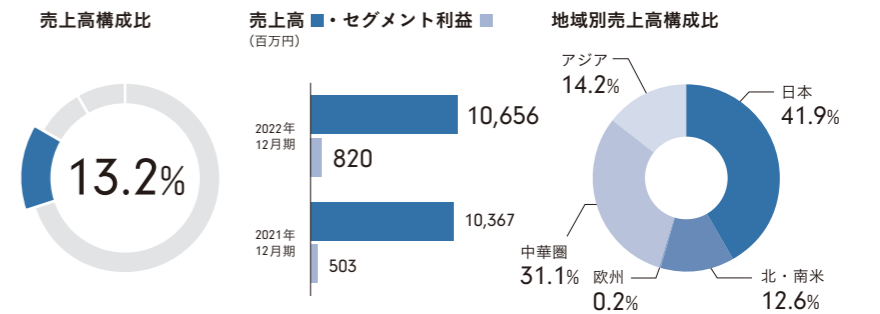
工作機械事業

中華圏における自動車、半導体関連での設備投資意欲の低下やウクライナ情勢等を背景とした物価高騰、サプライチェーンの混乱等の影響はあるものの、日本、欧米、アジアにおいては電子部品、半導体、EV関連向けを中心に堅調に推移しました。また、為替の円安影響もあり、売上高は前期比で増加しました。



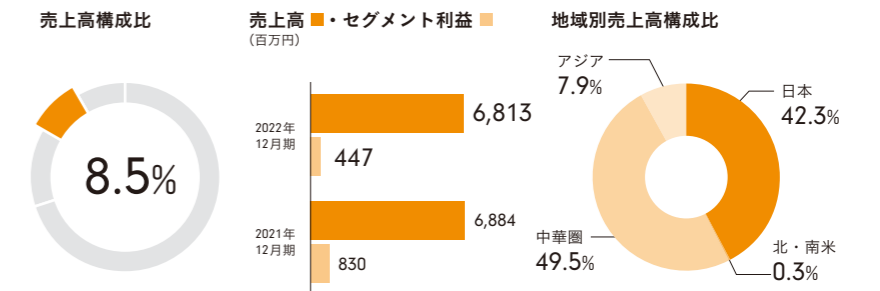
産業機械事業

国内においてEV関連向けの需要が堅調である一方で、スマートフォンの需要減少の影響もあり電子部品関係は低調となりました。また、各地域においても電子部品関連の需要減少による設備投資意欲の低下も見られましたが円安影響もあり、売上高は前期比で増加しました。



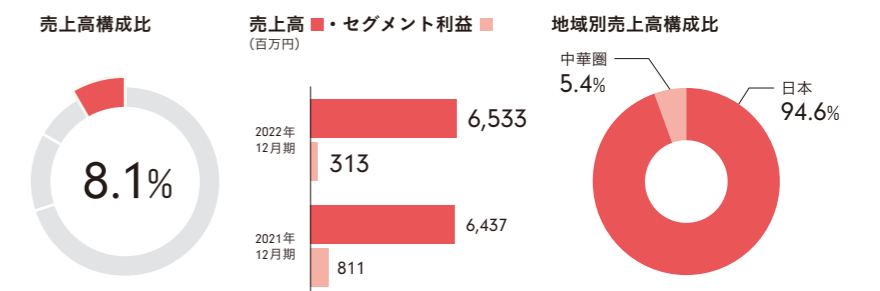
食品機械事業

中華圏での新型コロナウイルス政策による行動制限や世界的なインフレ等の影響を受けたお客様における設備投資意欲の低下も見られましたが、国内向けの製麺機関連設備や海外向けの無菌包装米飯製造装置等の需要が堅調に推移したことに加え、中華圏での無菌包装米飯装置の案件の進捗もあり、売上高は前期比で微減にとどまりました。



その他事業

金型成形事業においては自動車関連向けの需要が低調なため売上高は前期比微減となるものの、要素技術事業においては前期比で増加しました。また、サプライチェーンの混乱や材料費高騰に伴う原価高により利益率は低下しました。



セグメント別戦略

工作機械事業

世界首位級のシェアを持つ放電加工機をはじめ、精密マシニングセンタや金属3Dプリンタなど幅広いラインナップの製品を提供。自動車関連業界や、スマートフォンなどに代表されるエレクトロニクス関連業界など、幅広い分野で高い評価を獲得しています。

主な用途	金型製造、部品加工
主な顧客	自動車、IT、スマートフォン、電気電子部品、航空宇宙、医療機器など
主な製品	形彫り放電加工機、ワイヤ放電加工機、細穴加工機、金属3Dプリンタ、精密マシニングセンタ、CAD-CAM、電子ビーム

機会	リスク
<ul style="list-style-type: none"> 自動車産業の変革 (NEV・合成燃料・CASE・MaaS) 航空産業の復調 ものづくりの高度化に伴う高精度加工設備需要の拡大 省人化・自動化ニーズの高まり 省エネへの関心の高まり 	<ul style="list-style-type: none"> 金融引き締め政策と世界的なインフレ進行 急激な為替変動、リセッション・景気減速懸念 世界の金融機関の混乱 地政学的リスクの高まり 原材料高騰と部材供給不足、サプライチェーンの混乱 資源エネルギー、電力価格の高騰



事業戦略

機械+付加価値のソリューションビジネスの提供をめざす

工作機械事業はソディックの売上の7割近くを占める主力事業ですが、業績が景気変動に左右されやすいことや、放電加工機市場の成熟化の進行といった課題を抱えており、これらの課題を克服して新たな成長軌道にのせるため、ビジネスモデルの改革に取り組んでいます。

めざす姿は従来の機械販売のみでなく、お客様のものづくりをサポートする総合的なソリューションの提供とアフターサービス事業の拡充です。DXを駆使した半自動化、全自動化システムなど多岐にわたる提案、いわゆるTurnkey solutionの構築のため開発を進めています。さらにマーケティングやセールス支援システムなどを活用したリモートメンテナンスやアフターサービス事業、将来的には機械のサブスクリプションなども展開していきます。

新組織体制の浸透を進め、事業変革のスピードアップを図る

2022年からは、ビジネスモデルの変革をスピーディーに行っていくため、機能別組織から事業別組織へ組織体制を変更しました。これによって、企画・開発・製造・営業・サービスが一体となってお客様目線でのものづくり、ことづくりの開発強化に取り組んでいます。

DX推進によるCRMの導入・運用開始や、i Groove+ Editionに代表される“最速”と“エコ”を両立するものづくりの推進などすでにいくつか成果が上がっており、今後はさらに人材教育の強化、AIを利用した開発や加工条件データの取得などにも取り組んでいきます。

2022年
7月稼働



中国華南テックセンター
最速の技術サポートおよびアフターサービスを提供し、目覚ましい発展を遂げる華南地区の最先端技術の開発をリード

アフターサービス強化

2022年12月期の実績と今後の施策

日本、欧米、アジアの電子部品、半導体、EV関連の堅調で増収

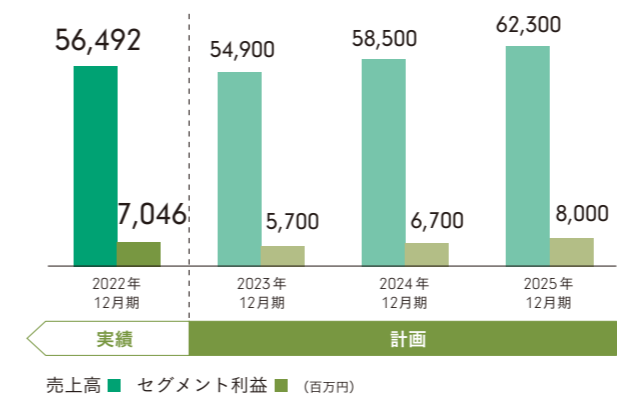
中華圏における自動車、半導体関連の設備投資意欲の低下やウクライナ・ロシア情勢等を背景とした物価高騰、サプライチェーンの混乱等の影響はあるものの、日本、欧米、アジアにおいては電子部品、半導体、EV関連向けを中心に堅調に推移しました。さらに為替の円安影響もあり、当セグメントの売上高は前期比で増加しました。今後も、ものづくりの高度化は継続するとみられ、高速・高精度加工のニーズの高まり、操作性向上、省エネ対応、長時間の安定加工や加工物の大型化・複雑化等も重要な機会と認識しています。中長期的に大きな成長が期待できる金属3Dプリンタ、精密マシニングセンタについても、技術開発や販売体制の強化により高付加価値加工ニーズを取り込んでいく考えです。

アフターサービスの向上と体制を強化し、事業規模拡大をめざす

中国・華南地区に当社グループ最大のテックセンターが竣工し、2022年7月から稼働しています。新拠点を核に汎用機だけでなくハイエンド機シェア拡大とアフターサービス事業の強化に取り組んでいます。多様化、高度化するお客様の加工ニーズに応えるべく、計画的な社内教育・トレーニングを実施し、優秀なサービスマンを積極的に育成、加工技術アフターサービス品質の向上を図ります。さらに、当社製品を継続して安定的に使用していただくための各種サポート体制も強化していきます。

また、国内においては同年7月、子会社であるソディックエフ・ティのEWS事業部(宮崎)を工作機械事業に統合しました。これはアフタービジネスの一气通貫体制確立を目的としたもので、ワイヤ、ガイド等の放電加工機消耗品の生産効率化、販売強化を図りました。加えて、高速マシニング機の主要装置であるスピンドルの内製工場立ち上げも行っており、スピンドル生産性と性能向上による販売競争力とシェア強化をめざします。

2022年実績と中期経営計画3カ年目標



“造形サイズの大型化”と“多品種粉末対応” “稼働率向上”を実現した金属3Dプリンタの新製品「LPM450」



小型放電加工機の新製品「AL40G」に、コンパクトな筐体にストックとロボットを収納した電極・ワーク搬送装置「SR12」を連携し、手軽に自動化をスタートできる

産業機械事業

産業機械事業では、プラスチックなどの資源の有効活用と環境に配慮した射出成形機の開発・製造・販売を手掛けています。プラスチック部品は、その軽量性や多機能性から、私たちの身近な一般消費財である家電、電気電子部品、自動車、医療などさまざまな製品に採用されています。

主な用途	プラスチック製品およびその他難材料、特殊材料、軽金属製品などの製造
主な顧客	自動車、IT、スマートフォン、電気電子部品、医療機器など
主な製品	横型射出成形機、縦型射出成形機、軽金属合金対応射出成形機、自動化対応射出成形生産システム、品質・生産管理ソフト

機会	リスク
<ul style="list-style-type: none"> 自動車産業・航空宇宙産業の変革（自動運転・EV・電装化、軽量化、新素材採用など） 通信ネットワークの拡大（5G、ビッグデータ、端末高機能化など） ものづくりの高度化に伴う高精度加工設備需要の拡大 省人化・自動化・環境配慮ニーズの高まり 高機能プラスチックやバイオプラスチック需要の高まり 	<ul style="list-style-type: none"> 紛争や輸出禁止措置による世界経済の停滞 射出成形機市場の価格競争の激化 景気変動による需要の増減 為替相場の大幅な変動 原材料高騰と部材供給不足



事業戦略

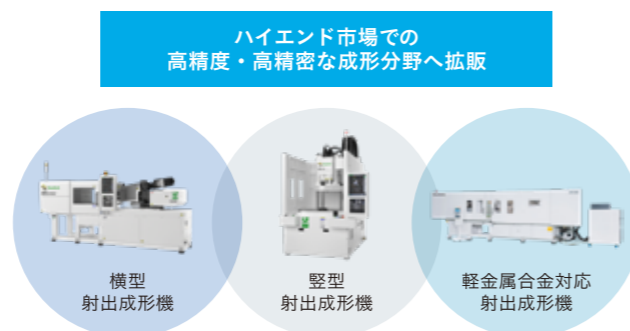
「深耕拡大」、「新規開拓」の大方針のもと、グローバルな視点で営業体制を強化

2022年からの新事業別体制によって、お客様からの声がサービスや営業を通じて技術関係部署へ直接フィードバックされるようになり、迅速に対応できるようになりました。

成形市場におけるチャレンジャーとして、独自技術V-LINE®をベースに優位性を持てる市場での「深耕拡大」と「新規開拓」を大きな方針に、国、地域、マーケットの違いに着目した販売戦術を立案し、伸びしろのある分野で拡大を図っていきます。得意分野である自動車向けの縦型成形機、北米や中華圏の医療関連市場など、グローバルな視点での営業体制強化が必要です。地域で括るだけでなく、お客様ごと、マーケットごとに機能できる組織をつくり上げていきます。

ハイエンド市場に加え、ボリュームゾーンにも環境配慮製品を拡販

強みを持つハイエンド市場での高精度・超安定な成形分野に加え、成形業界のボリュームゾーンへの拡販を行い、省エネニーズに応える電動成形機の販売を強化していきます。また、生分解性プラスチックや成形が難しいプラスチック樹脂への置き換えニーズに応え、バイオマス由来プラスチック成形の独自技術を開発しました。これまでに培ってきたプラスチック成形技術をベースに、あらゆる素材への対応につなげていきます。



2022年12月期の実績と今後の施策

国内外の市場はやや低調ながら、円安影響等によって増収を達成

国内のEV関連向け需要が堅調の一方で、スマートフォンの需要減少の影響もあり、電子部品関係の需要は低調となりました。また、各地域においても資材不足やインフレ等による設備投資意欲の低下も見られましたが、円安影響によって当事業全体の売上高は増加となりました。今後は、中華圏、アジア地域において、ものづくりの高精度化がさらに進展し、ソディックが得意とする超高精度の射出成形機の需要が高まることと予測されます。また、電力使用量や成形に伴う廃棄物の削減ニーズについても重要な機会と認識し、同事業を展開しています。

ソディックの成形機の価値を中華圏、欧州でさらに発展させる

2022年12月期は、サービス組織の再構築、ISO安全規格対応機のリリース等に取り組みました。そして、いよいよ稼働をスタートした厦門新工場は、市場競争力の強化を狙い、IoT・DXの活用による生産現場全体の最適化、「スマートファクトリー」化の実現をめざします。世界最大のマーケット中国においてこのような生産体制を整えたことで大なる飛躍が期待できます。まずは横型射出成形機2機種を生産し、徐々にラインナップを拡充していきます。

2023年12月期は新たなマーケットである欧州での販売路線の確立に着手しますが、市場特性が北南米と近いと、同地域での経験を活かして早期立ち上げをめざします。

これからのものづくりはますます多面的価値が要求されます。これまで評価されてきたソディックの成形機の価値をグローバルでさらに発展させていきます。

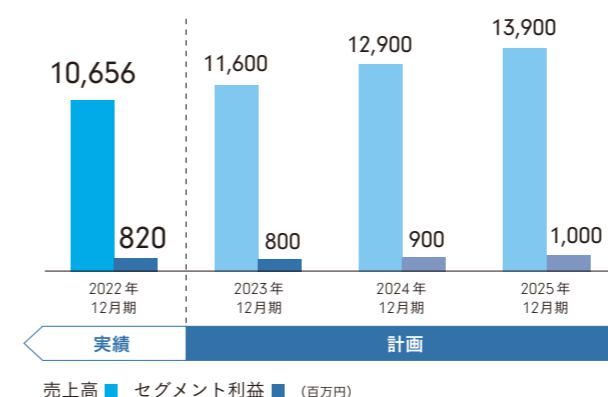


VR Gシリーズ「VR75G」ハイブリッド縦型ロータリ射出成形機の新製品。さらなる制御能力向上とハイサイクル化により電力消費量22%削減を実現



MS G2シリーズ「MS100G2」電動式射出成形機モデルを刷新。サーボモーター駆動方式で高精度の安定成形が可能となり、新コントローラーや高精度温度システムによって制御精度向上と温度制御を実現

2022年実績と中期経営計画3カ年目標



食品機械事業

食品機械事業は、製麺機、茹麺プラント、米飯装置など600機種以上の食品機械ラインナップの中から、コンビニやスーパーなどで売られている麺、惣菜、お弁当などの製造に最適な1台をお客様へご提案しています。また、安全・安心で健康なおいしい食文化を創造していくことにも貢献しています。

主な用途	生麺(うどん、そば、中華麺など)、冷凍麺、ロングライフ麺、無菌包装米飯、製菓、惣菜
主な顧客	大手食品メーカー、外食チェーン、冷凍食品メーカーなど
主な製品	製麺機、自動茹麺装置・蒸麺装置・殺菌装置、無菌包装米飯製造システム

機会	リスク
<ul style="list-style-type: none"> 中華圏・アジアの生活水準向上と低温物流インフラ、スーパー、コンビニ等の流通網拡大 無菌包装米飯の世界的な市場拡大(新規国・市場の増加) 労働者不足による生産現場の省人化・自動化ニーズの拡大 食品汚染対策の強化など食の衛生管理・安全性のさらなる向上 高品質な調理麺、惣菜ニーズの増加 	<ul style="list-style-type: none"> 国内食品市場、製麺、米飯分野への偏り 生産能力不足による機会損失 インフレによる部材価格の大幅な上昇

事業戦略

社会構造の変化を背景に拡大する市場や顧客課題を踏まえ、開発を加速

食品機械事業は、この数年、無菌包装米飯装置によって大きく売上を伸ばしました。次のターゲットは惣菜市场です。高齢・単身・共働き世帯の増加など社会構造の変化を背景に惣菜市场が拡大し、いまや10兆円超の規模となった一方で、フードロス削減への取り組みが急務となっています。ソディックが得意とする殺菌装置はこのフードロス削減に大きく貢献しており、さらなる技術改良を加えた新装置の開発を進めています。現状の惣菜調理工程では、加熱調理後に殺菌された食品を冷却するまでに時間がかかり、菌の発育に適した温度帯に長くさらされるといった課題があります。私たちはこの温度帯の時間が短くなるよう、減圧、真空保持、復圧の3ゾーンをコンベアで移動しながら冷却を行う新しいタイプの冷却室を設けた装置の開発に取り組んでいます。

10年、20年先の将来を見据え、グローバルな総合食品機械メーカーへ

また、10年後、20年後には少子高齢化による労働者不足という社会課題がより深刻化することは確実です。そのような事態に備え、食品工場の自動化に貢献する装置の開発にも取り組んでいます。

そして、総合食品機械メーカーとして食品業界全体をターゲットにした装置を市場に投入し、販売を拡大していきます。

麺、米飯、惣菜の三本柱を確立



米飯



麺



惣菜・菓子
パン他

※当社製品にて生産された食品

2022年12月期の実績と今後の施策

国内外での需要の拡大に対応していくため、設備増強を継続

中華圏でのゼロコロナ政策による行動制限や世界的なインフレの影響を受け、市場では設備投資意欲の低下が見られましたが、国内向けの製麺機関連設備、海外向けの無菌包装米飯製造装置等が堅調に推移し、売上高は微減にとどまりました。

今後は、国内の製麺、米飯製造での衛生面、省人化ニーズへの対応、惣菜、製菓、パン業界など幅広い分野での事業拡大を図ります。さらに、中華圏、アジアを中心とした海外市場では食の高品質化が進み、生麺や米飯の需要が高まると想定しています。当事業では、これらに対応する生産能力確保のため、2023年1月から廈門新工場が稼働するほか、加賀事業所でも2023年末の完成をめざして工場の拡張、改修を進めています。

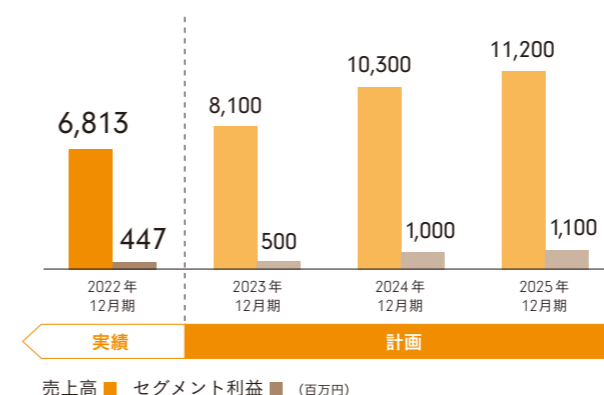
また、食品業界全体をターゲットとした装置を市場に投入していくため、加賀にある食品工場を第1種圧力容器認定工場とする認可取得に向けた申請を進めています。それと並行して圧力容器の内製化にも取り組み、試作機による評価を行っています。より多くの生産ができるようCO₂レーザー(金属加工設備)も整備しました。

2023年12月期は、本格的な事業領域拡大を推進

完成した廈門新工場では米飯・茹水洗などの大型装置も生産できるようになったことから、今後は中国・アジア市場向けの盤石な供給体制を構築していきます。

また、世界各地に市場を拡大していく目的で中国、タイ、ベトナム、アメリカなどの展示会への出展を計画しています。

2022年実績と中期経営計画3カ年目標



自動麺ほぐし・調味機「ネオマザール」が第19回「超」モノづくり部品大賞「機械・ロボット部品賞」受賞

従来、手作業だった調味液の添加・攪拌工程を無人化することで、雑菌および異物混入のリスクを低減。フードロス削減、省人化によるコスト削減などに貢献するとして高い評価を獲得



調理麺製造ライン用自動麺ほぐし・調味機「ネオマザール」



炊飯装置

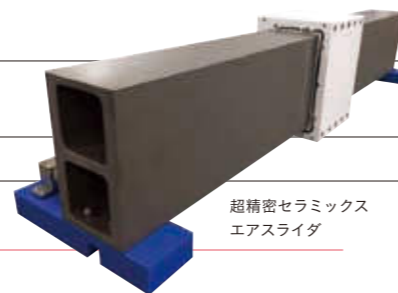


加圧加熱殺菌装置

その他事業

その他事業は、自動車向け精密コネクタなどの受託生産を行う金型成形事業、リニアモータやセラミックス部材など内製化プロセスから生まれた製品を販売する要素技術事業で構成されています。

主な用途	金型設計・製造、プラスチック成形品の生産、リニアモータ応用製品およびその制御機器・セラミックス製品・LED照明などの開発・製造・販売
主な製品	セラミックス、リニアモータ、LED照明



超精密セラミックス
エアスライダ

機会

- 自動車産業の変革(部品軽量化・電装化など)と需要の継続
- 半導体関連、半導体製造装置メーカー向けの継続的な需要

リスク

- 世界的な燃料高騰、原材料供給不足
- 半導体不足による生産調整
- 半導体製造装置の輸出規制

事業戦略

工作機械の内製化、独自技術により、他社にない開発の優位性を持つ

工作機械・産業機械との連携による上流から下流までの生産システムの自動化を実現。当社が内製化している独自技術を活用したセラミックス、リニアモータ、LED照明など幅広く展開しています。

グループの要素技術を活用し、収益力向上。金型成形は自動車向け以外にも開拓

金型成形事業では、これまでの車載製品向け以外への販路拡大をめざします。セル生産システムによる安定生産・省力化・原価低減を図るとともに、精密加工や金属3Dプリンタ加工技術の拡販も行っています。

セラミックス事業では、半導体製造装置向けセラミック部品、高付加価値製品の拡販を行っています。また、新材料・新製法の開発強化を図ります。

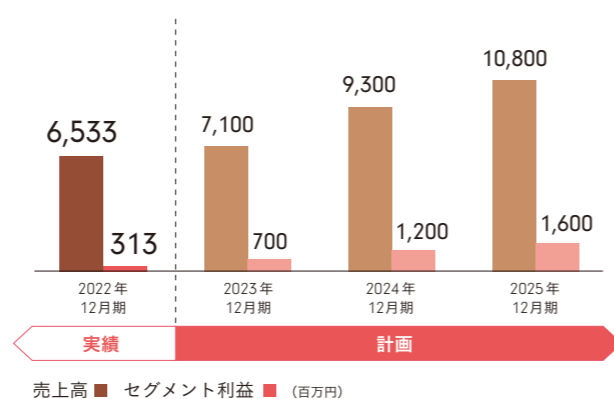
2022年12月期の実績と今後の施策

不透明な市況が続く見通し。顧客の分散化と新規開拓でリスクに備える

金型成形事業においてはサプライチェーン混乱の影響もあり、自動車関連向けの需要が低調で売上高が微減、セラミックの需要は半導体製造装置メーカー向けが堅調で、その他事業全体の売上高は微増でした。しかしながら、原材料高騰の影響により利益率は低下しました。

2023年12月期は、セラミックの需要はコロナ禍の半導体デバイス特需が反転して減少、金型成形は自動車関連の回復や成形アイテムの拡充などにより販売が拡大する見通しです。今後も不透明な市況は続きますが、顧客の分散化と新規開拓によりリスクに備えていく考えです。

2022年実績と中期経営計画3カ年目標



知的財産戦略

ソディックの知的財産戦略

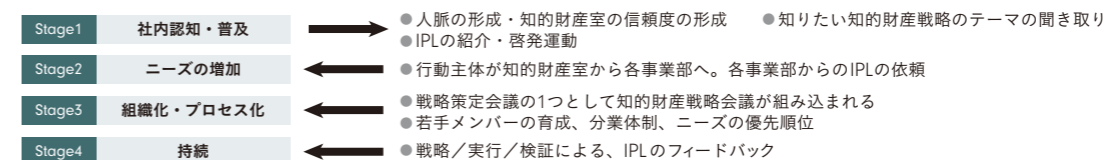
1. 知的財産権に対する考え方

知的財産権は、商品のコモディティ化を防ぎ、高価格を維持する利益の源泉と考えています。特に、グループが創業以来築いてきた経営資産であり、商品・役務の高品質をステークホルダーに期待させるソディックブランドと、当社商品を技術面で差別化する開発成果の権利化を重視しています。商標権も特許権も、輸出比率に応じて、グローバルに取得しておくことが権利の強化につながると考えています。そして、知的財産権は他社と競争するためのツールでなく、他社とさまざまな提携を検討するツールでもあります。

2. 攻めの知財

2022年から知的財産室では“攻め”の活動として、IPランドスケープ(以下、「IPL」という。)をスタートしました。“行動する知財”の精神のもとに、自社のコア技術を新たな製品群に活かす情報を事業部へグラフを用いて視覚的に示します。IPLは既存事業領域の方向性や新規事業領域を決定し、企業価値を効率的に高めることを目標としています。

IPLを社内展開する4つのステージを設定しました。事業の戦略、実行、検証を繰り返すことで市場動向をモニタリングしながらIPLにフィードバックを行い、知的財産戦略を当社の持続的な成長につなげたいと考えています。

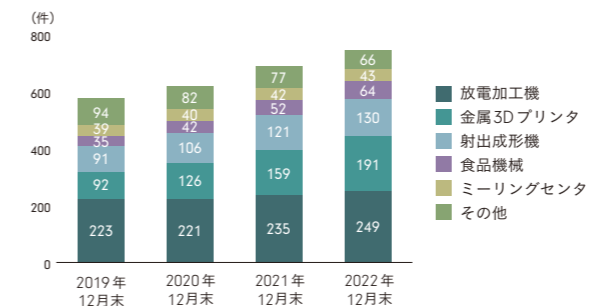


知的財産に関する目標・教育

2023年末に保有特許数を800件、外国比率50%の目標を掲げています。以後は外国比率をさらに大きくしていきます。特に、市場の急速な拡大が予想されプレイヤーが増えている金属3Dプリンタでは米国特許出願を重視しています。

研究開発人材には動画配信型と対面型の知的財産研修を実施しています。動画では、特許出願手続の社内手続、中国での権利取得、競合他社の特許検索方法、秘密保持契約の留意点等の学習コンテンツ、対面では実際に当社で権利化された発明を使用して改良発明を行うグループワークを開催しています。また、特許取得の意欲を高めてもらうため、出願、登録、実績評価時の3種類の報奨金を用意しています。

製品別特許保有数の推移

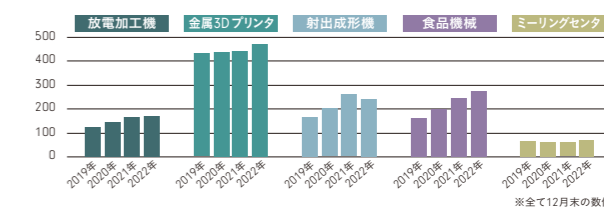


知的財産に対する評価

出願から数カ月後に特許出願の実施度・市場性・侵害発見の容易性に基づいて評価し、出願国などを決定しています。次に特許出願から6年後に業績および販売促進への貢献などを考慮して特許出願を評価しています。

特許評価にはさまざまな手法がありますが、当社は1) 残存期間が長い、2) 請求項の数が多、3) ファミリー出願の数が多、4) 発明を実施している方の価値が高い、との観点から価値を評価し、量だけでなく質の向上を図っています。

製品別特許価値の推移



知的財産室室長
瀬良 徹生

技術戦略

新しいものづくりの時代の到来。 お客様のものづくりの進化は、 これからもソディックが支えます。

「世の中にないものは自分たちで創る」 内製化で築いた技術と経験が強み

ソディックは工作機械から始まった会社であり、現在も売上の7割近くが放電加工機を中心とする工作機械です。多くの工作機械メーカーが主要な部品を外部から調達し、それらを組み上げて製品にしていますが、当社は非常に高い内製化率を特徴としています。これには、当社が担ってきた技術革新の歴史が関係しています。

当社の創業者古川利彦は1960年代に放電加工機の電極無消耗回路を発明し、これによって加工技術が大きく発展しました。その後、NC装置を放電加工機に搭載することで、加工から仕上げまでの自動運転を実現しました。それ以前の放電加工は、一つ目の電極で粗い加工を施し、その後、新しい電極に交換し加工エネルギーを徐々に下げながら細かい表面加工をするという、非常に工数が多く、手間のかかる技術でした。NC装置により大幅に生産性が上がり、放電加工機が爆発的に普及したのです。さらにその後も、ソディック

はリニアモータを独自開発し、1998年に世界で初めて放電加工機に取り入れ、ここでも性能向上を実現しました。これには私自身も携わりましたが、発売当初はリニアモータを否定していた競合他社が、10年後には搭載していたことをよく覚えています。

このように、放電加工機のバイオニアである当社は、現場のニーズに応える性能向上を実現しようとすると、外部調達した部品に限界があり、その性能が出せないという場面に何度も遭遇してきました。そこで、お客様の課題を解決するため「世の中にないものは自分たちで創る」という開発精神のもとで内製化を進めてきたのです。これによって蓄積した経験と幅広い技術は当社の大きな強みであり、いかに高い技術的なハードルがあっても「自分たちならできる」という自信となって今も開発者に根付いています。

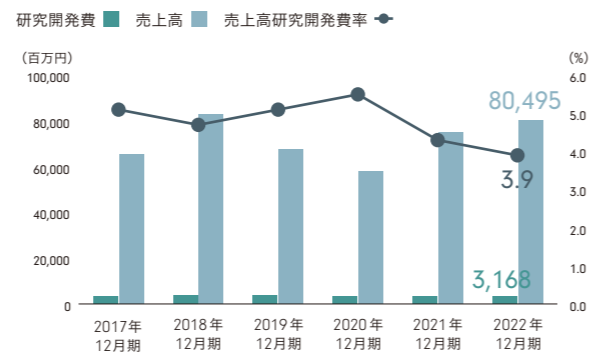
3つの事業部で製品開発。日本、米国、中国の研究開発拠点で、 先進技術、次世代技術に挑戦

当社の研究開発体制は、工作機械、射出成形機、食品機械の各事業部に研究開発部を設け、それぞれ製品開発を行っています。さらに、本社に隣接するアドバンスト研究センター、シリコンバレーのソディックアメリカ、上海ソディックにも研究開発機能を置き、先進のソフトウェア・ハードウェア、次世代技術等の中長期的な研究を進めており、そこで生まれた先進技術を競争力向上に活かしています。

研究開発人材は現在、国内約200名、海外約50名体制です。中長期の事業ビジョン達成に向けて、IoTなどのシステム開発、ソフトウェア開発の体制強化を図るため、人材育成とともに新たな人材確保に取り組んでいます。

また、研究開発投資は売上高の4~5%程度を目安とし、安定的に配分しています。

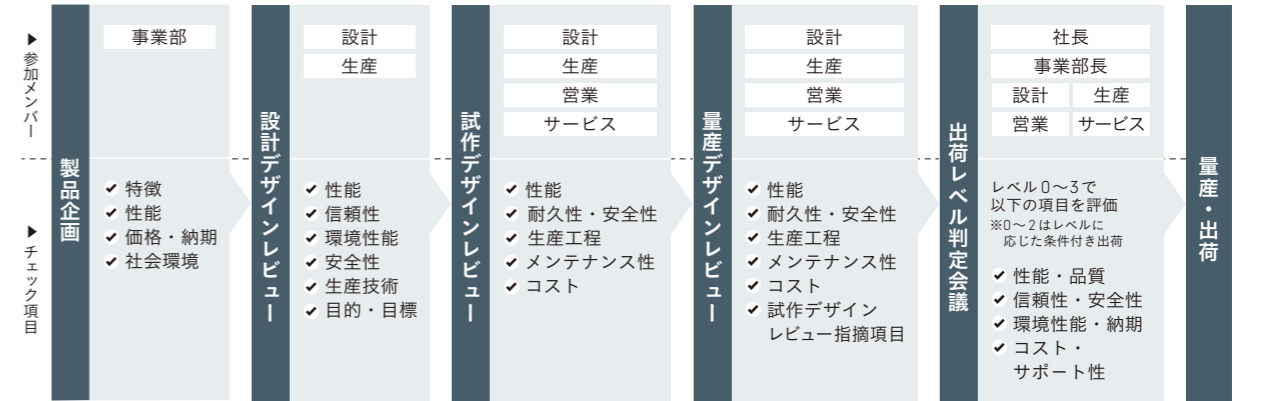
研究開発費の推移



事業部が中心となっていく製品開発は、設計、試作、量産の3段階のデザインレビューを経ています。さらに、製品発売の最終的な判断を行う出荷レベル判定会議を

設けており、社長以下バリューチェーンの各ステージの責任者が、お客様にお届けすることがふさわしい製品かどうかを厳しく評価しています。

製品開発フロー



「進化するものづくりへの貢献」 お客様が求める未来を私たちが実現していく

当社のマテリアリティとして「進化するものづくりへの貢献」を掲げていますが、お客様のものづくりは今後もずっと私たちが支えていくものと考えています。2014年に金属3Dプリンタ市場に参入し、新しい金型の作り方を提案しましたが、ものづくりはさらに新しい時代に向かっていきます。私たちは3つの事業領域において、新しい工法や生産プロセス革新を視野に研究開発を進めています。

食品機械ではパックご飯を製造する無菌包装米飯製造システムに強みを持っていますが、この殺菌技術の応用により、コンビニエンスストアなどで販売するおにぎりの消費期限を従来の18時間から36時間に延長することが可能になりました。これによってフードロスが大きく削減する効果が生まれています。

また、2022年のJIMTOFに出展したワイヤ放電加工機「AL600G i Groove+ Edition」は最先端機でありながら、

高い環境性能を実現しました。これは、放電加工機が消費する電力の約7割を占めるポンプの電力を約25%削減したことによるものです。展示会場において、多くのお客様がこの着眼点に驚かれ、高い評価をいただきました。

これからのものづくりに目を向けると、お客様の人材不足や技術継承の課題を解決するため、自動化、省人化がさらに求められると認識しています。これまでは、お客様の求める機械の性能を満たすための技術的ハードルをいくつも超えてきましたが、これからのハードルは、さまざまな機械と連携し、革新的なトータルソリューションを実現するためのIoTシステム、ソフトウェアの技術開発になるでしょう。ソディックではすでに、お客様の夢を実現するため、「世の中にないものは自分たちで創る」精神で、さまざまなデジタル技術の開発に力を注いでいます。

