



アネスト岩田 代表取締役 社長執行役員 CEO 三好 栄祐 氏

神阪 これまででは部分最適でやっていたのを全体最適でやっていくというコンセプトですね。企業は人材が重要です。人材育成や投資についてのお考えは。

三好社長 経営戦略に沿った人事施策を遂行するべく、人事総務部の中に、人事総務グループと販路人事グループを創設し、推進していきます。例えばM&Aに注力するためにはM&Aに精通したメンバーを入れていく。新卒採用に加え、即戦力となるキャリア採用の方を入れるなどの施策を進めています。神阪 マスタープラン遂行への意気込みを語ってください。

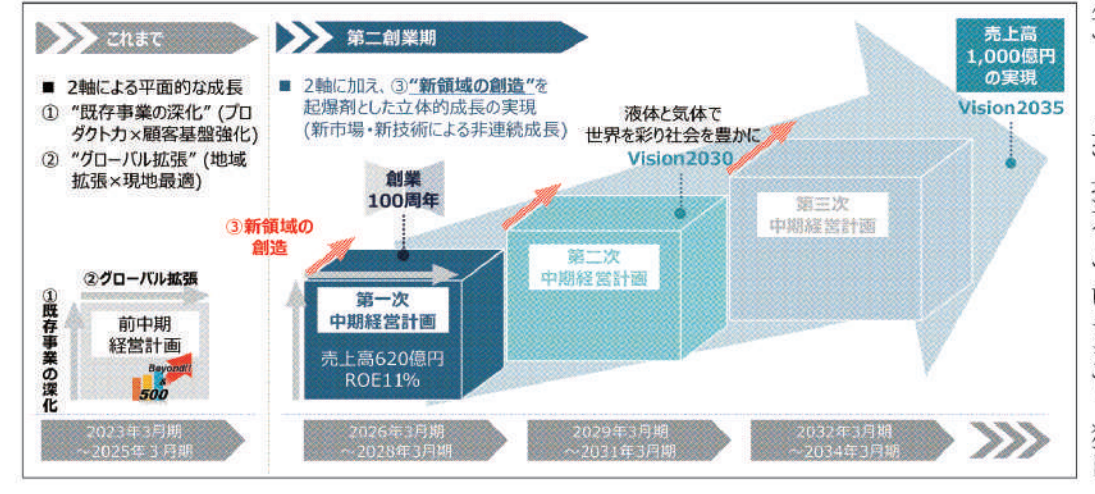
三好社長 創業100周年を「第二創業期」に位置付け、新領域の創出を起爆剤とした立体的な成長を実現して参ります。

2026年3月期末を第一次中期経営計画、2031年3月期末を第二次中期経営計画、2034年3月期末を第三次中期経営計画とし、2035年度の売上高1,000億円の実現を目指します。

これは上場企業として短期のP/Lにこだわりの既存事業の深化とグローバル拡張という平面的な成長を遂げてきたなかで、これからこの軸に加え、新市場、新技術によるV字的な成長果たします。中長期的な成長を表現する上で、投資家層皆さまの期待に応えてきた

### 100周年記念 対談企画

# 2035年度に売上高 1000億円 10年後も責任の持てる経営戦略を



いと思っています。会社として系統的に推進していくべき業務をき上げるのが経営者の責務です。

神阪 過去の延長線上に未来はありません。未来に何を残していくのか。何を糧に生きていくのか。それは当社の経営陣の責任です。また、次の世代を中心に考えることが重要なのではないですか。

日刊工業新聞社は2025年に100周年を迎え、組織は変わらなければなりません。そのために次の世代のアイデアや発想、創造力を引き出して、実現可能なものはカタチにしていける必要があります。

三好社長 今回のマスタープランは、RISERプロジェクトと称して、次の経営幹部になるであろう18名選出し、彼らが主体となり作成しました。また4月の全社で執行役員に30代後半の若手を抜擢して参ります。次世代を担って参ります。

去来、社員には感性磨く必要性を感じています。全社を巻き込むには社員の共感を得ることが重要であり、そのためには会社は変わらなければなりません。経営計画の執行は一部の社員だけでは成り立たない。全社員一丸となって、能動的に生産性の高い組織を自ら目指していきます。

一例ですが、昨年秋に開始した100周年事業の動向は社員にほとんど知らせていません。

神阪 将来的なモノづくりについてお話しください。

三好社長 AIやIoTは環境問題などと思えます。省エネがテーマです。小さなモーターや空気圧を発生させるような本体を開発しなければなりません。また電気自動車（EV）に対しても、我々はどう入り込んでいくのか、部品は通常の部品がEVになると約3万円になると言われます。

神阪 海外拠点の展開を含め、グローバルの成長戦略において、注力している重点エリアや分野は。

三好社長 売上高の約66%は既に海外で、これからは海外を成長ドライバーに置いていきます。先人たちの取り組みによって「出先」はしっかりと構築できているので、このように「武器」を載せていく戦略を描いて各エリアで勝ち進んでいくことが重要となります。

また、4月から世界を事業の親和性などで4エリアに分けてます。まずは欧州、南アフリカ、オーストラリア。次に日本とアジア。3番目は中国と東南アジア諸国連合（ASEAN）。4番目は米国とインドです。グローバル展開では各エリアに対する権限委譲がキとなります。また、当社は事業部を廃止しました。現地の21カ国を素早く取り上げて、日本の開発力で応えるスピード感を重視しています。

神阪 企業として、地域に貢献することも重要です。

三好社長 環境・社会・企業統治（ESG）経営や企業の社会的責任（CSR）活動を含め、地域社会に貢献しなければなりません。地域の方々の理解を得た上、個人投資家の方も増やしていきたいと思っています。

神阪 日刊工業新聞社では新聞をはじめイベントなど多様なメディアを展開しています。今後の情報発信の方向性やメディアとの関わり方についてお答えが求めています。

三好社長 メディアとの関係は縁の深いものにしていくことが重要だと思います。また、EVの新しい技術を取り入れた上で、バッテリー型のコンプレッサを開発するなど、省エネや環境配慮型の製品開発に力を入れています。

神阪 神阪 2026年の100周年は「第二創業期」と考えています。2035年のあるべき姿をVision 2035を掲げ、マスタープランを掲げて参ります。

神阪 本日のお話を聞いて、100周年を迎えたいに、新しいアネスト岩田のあるべき姿、目指すべき姿、ありたい姿をデザインし、動き出されているという印象を受けました。ありがとうございます。

アネスト岩田は5月1日に創業100周年を迎えた。1926年（大正15年）に岩田初太郎、岩田助蔵の兄弟が創設した町工場からスタート。スプレーガンやオイルフリースワロー、コンプレッサで日本初、世界初の製品を行い、市場をリードしてきた。現在では塗装機器やコンプレッサの分野でグローバルに事業を展開するトップメーカーだ。

創業100周年を「第一創業期」と位置付け、2035年のあるべき姿、Vision 2035を掲げ、マスタープランを策定した。2035年度に売上高1,000億円企業へ成長することを目標とする。次の100年に向けて変革と挑戦を進めるアネスト岩田の三好栄祐社長と日刊工業新聞社の神阪拓社長が、新たな価値の創造と未来について語った。



日刊工業新聞社 代表取締役社長 神阪 拓



の技術や研究開発力、マーケティング力を生かして、塗装機器や圧縮機、コンプレッサを主にした2事業でオーガニック成長を取り組んでいきたいと考えています。圧縮機はオイルフリースワローモデルの中大型化を計画しています。

直近では世界初となる中型のオイルフリースワローコンプレッサの市を予定しており、これが出てくれば市場の構造はパワコンや自動車などの工業分野に改めてチャレンジしていきます。また、工業塗料に特化している企業とのコラボレーションやM&Aを進めています。

この2事業のシナジーを最大限に発揮し、関わるエネルギーを減らすというよりもコントロールする。2035年を念頭に置き、2035年の姿をイメージし、エネルギーリソースを「メカ」を指します。

神阪 新領域についてお聞かせください。

三好社長 残り約300億円は新領域を創出していきます。新しいビジネスの創出や新たな付加価値を生み出すためにM&A合併・買収も積極的に行っています。またM&Aに対する体制や投資を確立し、実行していく専門人材も獲得していきたいと考えています。インオプティクスの新領域の創出や海外の重点エリアを中心とした販路拡大などを指しています。

神阪 新領域におけるBtoC領域での事業展開はどのように進めていきますか。

三好社長 2024年7月に新設した子会社である「ANEST IWATA AIR」により、2025年10月には、神奈川県藤沢市に自動車アフターサービスの専門店を開業しました。これまでの塗装機器メーカーとして培ってきた塗装技術を生かして、車両整備や板金塗装、カーコーティングのサービスを提供していきます。

この自動車アフターサービスの取り組みは海外でも展開していきたいと考えており、2026年秋には、イギリスでもオープンを予定しています。

神阪 海外拠点の展開を含め、グローバルの成長戦略において、注力している重点エリアや分野は。

三好社長 売上高の約66%は既に海外で、これからは海外を成長ドライバーに置いていきます。先人たちの取り組みによって「出先」はしっかりと構築できているので、このように「武器」を載せていく戦略を描いて各エリアで勝ち進んでいくことが重要となります。

また、4月から世界を事業の親和性などで4エリアに分けてます。まずは欧州、南アフリカ、オーストラリア。次に日本とアジア。3番目は中国と東南アジア諸国連合（ASEAN）。4番目は米国とインドです。グローバル展開では各エリアに対する権限委譲がキとなります。また、当社は事業部を廃止しました。現地の21カ国を素早く取り上げて、日本の開発力で応えるスピード感を重視しています。



# 大図鑑

ANEST IWATA Encyclopedia

100th Anniversary 1926-2026

皆様と共に歩んだ100年  
その軌跡をもとにつくり上げた

## Web大図鑑 公開中!

ここから読めます →



<https://www.anestiwata-corp.jp/100th-anniversary/>

皆様のおかげでアネスト岩田は2026年に創業100周年を迎えることができました。



ANEST IWATA 100th ANNIVERSARY 大図鑑

皆様と共に歩んだアネスト岩田100周年記念サイト