

環境システム事業

環境システム事業における戦略と主な施策の詳細はこちらのP.11-14をご覧ください。▶



環境システム事業は、「エネルギー」「空気」「水」を総合的にコントロールする環境制御技術の活用により、人々が快適に過ごすための環境づくり、ものづくりにとって最適な空調設備の設計や施工を行っています。
エンジニアリング企業として、技術力を向上するとともにグローバル化を推進することで、事業全体の付加価値を高めます。
2026年3月期から2028年3月期の3年間で、完成工事高、経常利益ともに着実に伸ばしていくことを目指します。

取締役専務執行役員 環境システム事業部長

祖父江 正

環境システム事業

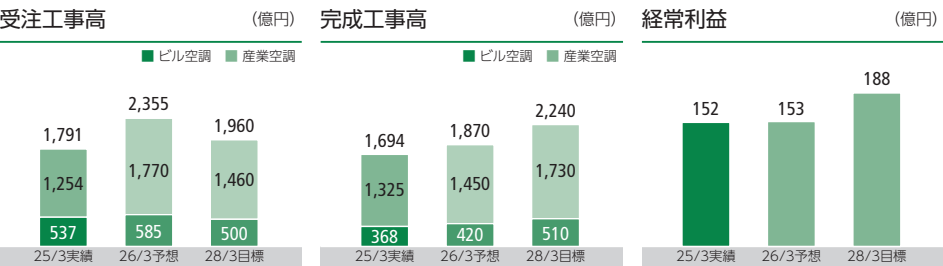
ビル空調

産業空調

3カ年の目標
(2028年3月期)

完成工事高
2,240億円

経常利益
188億円



3カ年計画の焦点―成長への布石

市場戦略	半導体:シリコンアイランド・東アジア戦略
「半導体・電子部品」市場におけるプレゼンスの維持・向上 (国内・海外)	電子部品:日系グローバル企業への対応力の強化
地域戦略	「日本」における事業基盤の強化
重点市場エリアにおけるプレゼンスの維持・向上	「ASEAN」における事業基盤の強化
技術戦略	エネルギーソリューションの高度化
カーボンニュートラルに向けたGXエンジニアリング技術開発の推進	資源循環対応の強化
	環境規制対応の強化

受注工事高は、25年3月期の1,791億円を28年3月期には1,960億円と9%増を、完成工事高は25年3月期の1,694億円を28年3月期には2,240億円と32%増を目指します。これにより、経常利益は25年3月期の152億円から28年3月期には188億円と、24%増にする目標を掲げています。

これらを達成するため、市場戦略、地域戦略、技術戦略の3つを策定しました。

市場戦略は、半導体や電子部品の国内外の市場において、プレゼンスの維持・向上を目指します。九州など半導体関連の投資の集中が見込まれる地域に、リソースを重点的に配分。協力会社を含めて、大型物件に対応できる体制を構築します。電子部品については日系グローバル企業への対応力を強化し、排水リサイクルシステムを生かした水再利用事業への参入、海外電気事業の強化などを目指します。地域戦略は、国内と

ASEANを重点市場エリアに設定。国内は、人的リソースを増強・最適化し、施工能力と工事量を反映した人員配置や組織体制を整備します。設計・施工段階の生産性をさらに向上し、協力会社との関係強化も進めます。ASEAN地域においては、海外拠点の統括機能を日本からシンガポールに移管してグローバル企業との接点を強化し、情報共有に加え、協働受注やプロジェクト対応を可能にする体制づくりなどを進めます。

技術戦略は、「GXエンジニアリング技術の開発」を中核に設定。半導体・バッテリー関連のソリューションを活かした顧客市場拡大、AI活用によるEMSシステムの進化などにより、エネルギーソリューションを高度化します。また、水処理領域への参入、溶剤回収・精製装置の開発などで資源循環対応を強化し、排気処理の非燃焼化やDACの空調システムへの導入などで環境規制対応強化を推進します。

塗装システム事業

塗装システム事業における戦略と主な施策の詳細はこちらのP.16-17をご覧ください。▶



塗装システム事業は、排気処理や気流制御など、空調設備事業で培ったコア技術をベースに発展してきました。
最高位の塗装品質が求められる自動車業界において50年以上の事業実績があり、シェアは国内第1位、世界第2位。近年では航空機や鉄道車両も手掛けています。
2026年3月期から2028年3月期の3年間で、経営資源の重点配分と海外グループ会社との連携、時代の変化を先取りした新たな技術開発などの相乗効果で、さらなる成長を目指します。

取締役専務執行役員 塗装システム事業部長

浜中 幸憲

塗装システム事業

プロセス

オートメーション

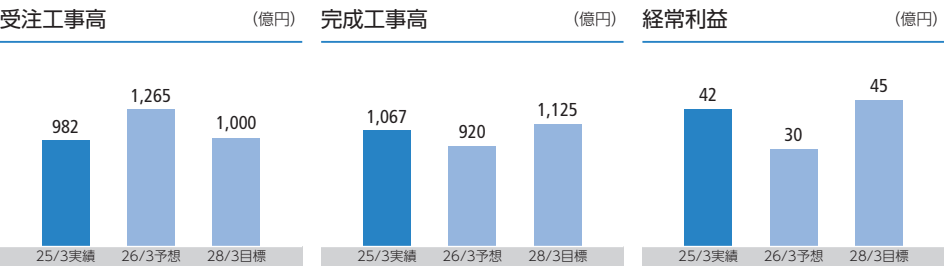
ラインビルド

ドライ加飾

3カ年の目標
(2028年3月期)

完成工事高
1,125億円

経常利益
45億円



3カ年計画の焦点―飛躍的成長への布石

市場戦略	グリーンファクトリー化:「ドライ加飾技術」実用化
「四輪」市場におけるプレゼンスの維持・向上	スマートファクトリー化:「オートメーション技術」の高度化
	「欧州顧客ポートフォリオ」の拡大
「非四輪」市場における事業機会の創出	塗装技術の他産業への展開
	産業空調領域のスマート化

完成工事高は25年3月期の1,067億円を28年3月期には1,125億円と5%増を目指します。これにより、経常利益は25年3月期の42億円から28年3月期には45億円と、7%増にする目標を掲げています。

これらを達成するための市場戦略として、四輪市場におけるプレゼンスの維持・向上、四輪以外の市場における事業機会の創出の計画をそれぞれまとめました。

四輪市場では、グリーンファクトリー化、スマートファクトリー化、欧州顧客の拡大を3本柱として進めます。グリーンファクトリー化は、お客さまが要求される仕様を当社のラボで実検証することで品質を見極めたライン導入の実現、ドライ加飾による量産技術確立による四輪車OEMへの積極展開などを実施。スマートファクトリー化は、塗装における高度な意匠実現・評価の実績を活かし、検査、研磨、マテリアルハンドリングへと事業

領域の拡大を目指します。欧州顧客の拡大に向けては、サプライチェーン全体での最適な受注体制を構築し、当社が内製で対応可能な領域を拡充します。

四輪以外の市場においては、鉄道や航空機に加え、他の製造業にもアプローチします。当社が磨いてきた塗装技術の他産業への展開に向け、小ロット生産現場のスマートファクトリー化の貢献、塗装・加飾技術が活かせる市場マーケティングを実施します。また、空調事業で培った環境提供技術をはじめ、コンサルティングからアフターメンテナンスまで一貫したサービスを提供できることをこれまで以上に訴求し、あらゆる産業でスマートファクトリーを実現することで、シェア拡大を目指します。