

株式会社AIRMAN

IRに関するお問い合わせ
経営企画室
TEL 0256-93-5571
https://www.airman.co.jp

INTEGRATED REPORT 2026



We are the Power

AIRMAN

常に新しい価値を追求し、社会と産業の発展に貢献する企業へ。

経営理念

- お客様第一の信念に徹し、社会の発展に貢献する。
- 物心ともに豊かで、公平な働きがいのある会社とする。
- 国際的感覚をもち、経営の革新と技術の開発に努める。

行動指針

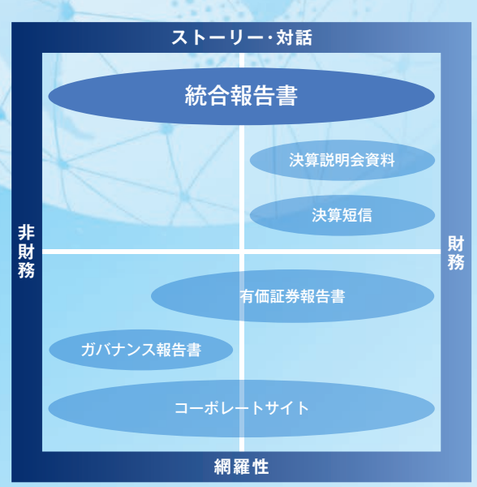
社会倫理を尊重し

- いつもお客様の身になって行動しよう。
- 知恵と心掛けと行動力をもって働こう。
- みんなで、すぐれた品質の個性ある商品を創りだそう。

表紙について

今回の表紙には、2026年3月より始動した「4本部体制」を象徴する各本部長を「4人のAIRMAN」として登場させています。4つのチカラが結集し、組織の枠を越えたシナジーを生み出すことで、持続的な企業価値向上と新たな社会価値の創出へと加速してまいります。中面には各本部長のインタビュー記事を掲載しています。

AIRMANの情報開示体系



当社は、統合報告書を情報開示体系における最上位開示資料と位置づけています。経営企画室にて制作し、経営会議、取締役会で報告を行う対象書類としました。統合報告書では企業価値向上に向けたストーリーを重視し、本統合報告書には掲載しきれない網羅性が高い情報は、上記の位置づけ図のとおり各種開示書類・Webに掲載しています。

編集方針

本統合報告書は、ステークホルダーの皆さまに、財務情報に加え、理念、経営戦略、ESG（環境・社会・ガバナンス）等の非財務情報を含めた統合的な視点で当社の活動を分かりやすく報告することを目的としています。なお、編集にあたっては、IFRS財団が推奨する「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省の「価値協創ガイダンス」などを参考にしています。

AIRMAN INTEGRATED REPORT 2026

CONTENTS

AIRMANの価値創造

3 価値創造の軌跡
5 当社のビジネス
7 世界へ羽ばたくAIRMAN
9 トップメッセージ
13 価値創造プロセス
15 経営資本の強化
17 2030年度の目指す姿とロードマップ
19 中期ビジョン2027
21 管理本部長メッセージ
23 海外営業本部長メッセージ
25 生産本部長メッセージ
27 国内営業本部長メッセージ

経済価値の創出

29 At a Glance
30 セグメント別戦略
国内建設機械
海外建設機械
国内産業機械
33 サステナビリティ
35 環境への取り組み
37 研究開発
39 人材戦略

経営基盤の強化

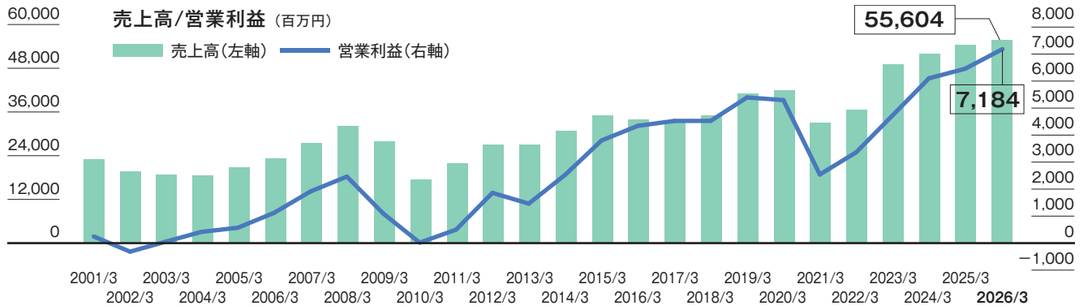
41 コーポレート・ガバナンス
45 機関投資家×社外取締役座談会

価値創造の成果

49 財務・非財務指標
51 会社概要・株式情報

技術で時代を創り、世界へ挑み続けるAIRMAN

1938年の創業以来、当社は社会の要請と向き合いながら、独自の技術とモノづくり力を磨いてきました。
環境変化や危機を成長の機会と捉え、国内外へ価値を広げ続けています。



1938年 » 1965年


定置式往復動コンプレッサ

当社は1938年の設立と同時に、定置式往復動コンプレッサの製造・販売を開始しました。戦後は、建設・土木工事需要の拡大を見据え、小型高速往復動ポータブルコンプレッサを開発。1940年代後半には海外への納品を開始し、外国製品に劣らない優れた性能が高く評価されました。

1955年には国産初となるロータリコンプレッサを開発し、ダム建設工事現場などで採用されたことを契機に、「エアマン」ブランドを全国へと広げました。1964年には世界最大規模のコンプレッサ工場を完成させ、生産技術力を大きく強化しました。

1966年 » 1975年


エンジン発電機

ドルショックやオイルショックの影響により、多くの公共事業や工事が中止され、厳しい経営環境が続いた時代でした。当社は、以前から進めていた設備合理化により、生産技術力の向上と原価低減を実現し、外部環境の影響を最小限に抑えることができました。

また、年間300台規模のコンプレッサを輸出するなど、輸出先は30数か国に及び、エアマンの海外展開が本格化した時期でもありました。製品開発面では、他社に先駆けてロータリコンプレッサやスクリュコンプレッサの開発を推進し、1971年にはエンジン発電機を発売しました。

1976年 » 1985年


吉田工場完成

低成長時代を打開すべく、製品の多角化、産業機械部門の強化、輸出の拡大を進めました。全国的に省エネルギー意識が高まり、騒音問題が社会課題となる中、こうした社会要請に応える製品として、スクリュコンプレッサ時代の幕開けとなる「PDS175S」を発表しました。

一方、国内建機販売体制の再編を目的に、全国の有力建機販売会社が参画する登録販売店組織「エアマン会」を発足。1980年には吉田工場が完成し、同年、新潟証券取引所に株式を上場しました。さらに1981年にはミニバックホーを発売しました。

1986年 » 1995年


TPS導入後の生産ライン

「お客さまが望む高品質な製品を、タイムリーに提供する」という考えのもと、オーダー完全対応型の生産システムを構築し、数々の経験と改善を重ねる中で、当社独自の生産手法「TPS方式」として確立しました。

バブル景気の追い風を受け、1991年には過去最高となる売上高400億円を達成しましたが、その後は主力である建設用コンプレッサの需要減少により、長期的な停滞期に入りました。

この間、サービス専業の子会社「株式会社エーエスシー」を設立し、川下領域での収益獲得を目指す体制を構築。また、建設機械分野における環境規制への対応が本格化し、その対応には多くの時間と労力を要しました。

1996年 » 2005年


東京証券取引所市場第二部上場

バブル崩壊後の需要低迷や公共投資の削減により、引き続き厳しい経営環境が続きました。2001年には、抜本的な構造改革として「経営健全化計画」に着手し、グループ会社及び生産設備の再編、人事制度の見直し、他社との協働など、幅広い改革を推進しました。

営業面では、海外仕向地の拡大や現地代理店網の整備、輸出製品のラインアップの拡充を進め、海外市場におけるマーケティングを強化。国内ではお客様相談室を開設し、お客さまとのコミュニケーションの充実を図りました。この間、2000年には東京証券取引所市場第二部上場。

2006年 » 2010年


高所作業車

事業を支えるパートナー企業との連携を一層強化するため、従来分かれていた販売店組織とレンタル会社組織を統合し、新たな「エアマン会」を発足しました。

製品開発面では、オイルフェンス一体型発電機の開発に成功するとともに、コンプレッサにおいても世界市場を視野に入れた開発を推進しました。そして、「高所作業車」を発売、製品領域を拡大しました。

新たな成長に向けた取り組みを進める中、リーマンショックによる世界的な金融危機の影響を受けましたが、多様化する顧客ニーズへの対応や生産システムの高度化を目的として、新基幹システムへの移行を実現しました。

2011年 » 2015年


AIRMAN USA CORPORATION（AUC）

2011年に発生した東日本大震災により、生産活動は大きな影響を受け、加えて電力不足への対応も求められました。2013年には、新型ロータである「ASロータ」を搭載したコンプレッサ新シリーズの販売を開始。また、本社工場敷地内に新塗装工場が竣工、カチオン電着塗装、省エネ、環境改善、産廃量削減、生産力アップを実現しました。

2014年には東京証券取引所市場第一部への指定変更を果たし、海外展開では「AIRMAN USA CORPORATION（AUC）」を設立し、北米市場への進出を本格化。2015年にはリークガード発電機シリーズを発売しました。

2016年 » 2026年



社名変更広告

2016年には、世界初となる「屋外設置型 インバータ制御仕様オイルフリースクリュコンプレッサ SMAD22VD」を発売しました。2017年には、高所作業車において4.0mから9.9mまで全15機種のラインアップが完成。リークガード発電機では待望の大型機を投入するとともに、IoTソリューションビジネスを開始しました。

その後、新型コロナウイルス感染症の影響を受けながらも、環境対応製品を中心とした新製品開発や、北米をはじめとする海外展開の拡大を継続。2025年には社名を「北越工業株式会社」から「株式会社AIRMAN」へ変更し、新たなスタートを切りました。

2026年4月には、経営効率の向上と顧客サービスの強化を目的として、完全子会社であるイーエヌシステム株式会社を吸収合併し、グループ経営基盤の一層の強化を図りました。

一貫体制で、国内外の多様な産業に価値を届ける

独自の空気圧縮技術を基盤に、研究開発から生産、販売、サービスまで一貫した体制を構築し、多様な産業分野に製品を提供しています。
環境負荷低減や省エネを重視し、グローバル市場での競争力強化を目指しています。

バリューチェーン

研究・開発

新たな価値を創出する先進的な研究開発

省エネ・環境負荷低減を重視し、スクリュコンプレッサや発電機などの技術革新を推進。油圧・制御・電子技術を融合し、騒音・振動低減や持続可能性に配慮した製品開発を行い、提案型の新市場創出を目指しています。

生産

柔軟性と持続可能性を備えた生産体制の構築

国内外の営業拠点と開発・製造部門を結ぶ情報オンラインシステムにより、顧客の要望に応える柔軟な仕組みを確立しています。多様な製品群を効率的に生産し、環境負荷低減を考慮したプロセスを採用することで、柔軟かつ持続可能な生産体制を確立しています。

販売

顧客起点で価値を提案する戦略的な営業活動

国内外ネットワークを活用し、建設・産業機械から多様な分野へ製品を供給。マーケティングと技術を融合した提案型営業で顧客ニーズを先取りし、ブランド価値と競争力を高める戦略を展開しています。

サービス

製品の長期価値を支える安心で充実したサポート

製品の販売後も顧客満足を重視したサービス体制を整備。全国の営業所やカスタマーサポート部門を通じて、メンテナンスや修理対応を迅速に実施します。部品供給や技術相談など、顧客の運用コスト低減に寄与するサービスを提供し、長期的な信頼関係を構築。これにより、製品のライフサイクル全体で価値を提供する体制を確立しています。

主要製品



エンジンコンプレッサ

ディーゼルエンジンを動力源として空気を圧縮し、高圧の圧縮空気を供給する機械です。電源が確保できない建設現場や道路工事、災害復旧などで広く利用されます。圧縮空気は空圧工具や塗装機器、解体機械などの動力源として使われ、過酷な環境で重宝されます。



エンジン発電機

ディーゼルエンジンを動力源とし、電力を供給する機械です。電力の供給がない場所や停電時の非常用電源として、建設現場や工場、イベント会場などで広く利用されます。世界各国の排気ガス規制や騒音対策など環境対応型モデルも展開。



高所作業車

建設現場や設備工事での安全かつ効率的な高所作業を目的とした垂直昇降型作業車です。バッテリーで電動モータを駆動し、昇降・移動します。各種安全装置を標準搭載し、足回りも床面への負荷が少ないタイヤ駆動、現場での機動性が高いクローラ駆動を取り揃えています。

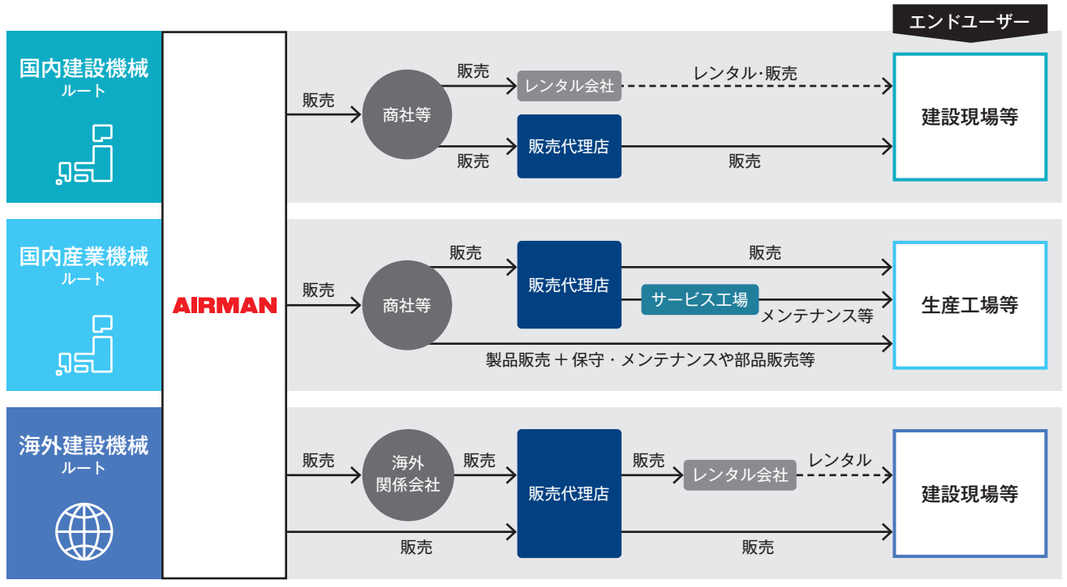


モータコンプレッサ

電動モータで駆動するコンプレッサで、工場設備へ安定した圧縮空気を供給します。信頼性の高い圧縮空気供給を実現し、製造業や医療・食品業界など幅広い分野で活躍する製品です。屋内・屋外設置型やインバータ制御、オイルフリータイプなど用途に応じた選択が可能です。

販売ルート

全国の商社・販売代理店を中心に構築されており、レンタル会社や産業機器商社等を通じて供給されています。また、エンドユーザーとの関係強化や海外輸出ネットワークの整備で、国内外で幅広い顧客に対応しています。



特集

世界へ羽ばたくAIRMAN

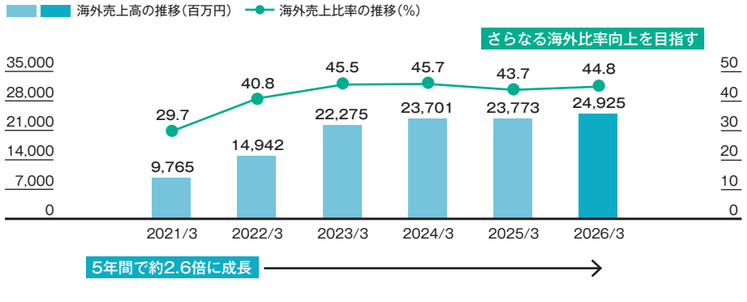
世界の社会インフラを支えるグローバルブランド

AIRMANは、エンジン発電機やエンジンコンプレッサをはじめとする建設・産業機械を世界各国へ提供しています。国内で培った高品質・高耐久・低燃費技術を基盤に、北米、アジア、中近東、オセアニアなど世界各地域のニーズに応じた製品・サービスを展開しています。近年は単なる製品販売にとどまらず、各地域の販売代理店やレンタル会社との連携強化、アフターサービス網の充実、環境対応製品の開発を推進し、グローバル市場における持続的な成長を目指しています。

販売国・地域
世界各地

海外売上比率
44.8%
(2026年3月期)

海外売上高前年比 +4.8%
北米売上高前年比 +22.5%



AIRMANが世界で選ばれる理由

環境対応技術	現地ニーズへの最適化	レンタル市場への対応力	高品質・高信頼性	グローバルサービス
低燃費・低排出ガス化による環境負荷低減	地域ごとの規制や使用環境に応じた製品開発	レンタル会社の要望に応じた製品開発	過酷な環境下でも安定稼働する高い品質と耐久性	各地域の販売・サービスネットワークによる迅速なサポート

止まれない現場に、AIRMANがいる。

AIRMANは日本で培った高品質・高耐久技術を武器に、世界各地の建設、インフラ、エネルギー、レンタル市場で存在感を高めています。「作業を止めることのできない現場」には、「壊れない機械」が求められており、AIRMANの製品は世界中の「止まれない現場」で活用されています。

地域とともに成長するAIRMAN

北米
レンタル市場を起点とした事業拡大

世界最大のレンタル市場を有する北米では、発電機・コンプレッサを中心に事業を拡大しています。北米総代理店であるANAとの協業による大手レンタル会社との関係強化に加え、環境規制に対応した製品の投入やサービス力向上により、市場シェア拡大を目指しています。


データセンターの建設で使用される発電機


石油掘削等で使用されるコンプレッサ

アジア・中近東
成長市場への挑戦

急速な都市化やインフラ整備が進むアジア・中近東地域では、現地パートナーとの協業を強化しながら販売網を拡大しています。地域特性に応じた製品提案を通じて、新たな需要の創出を目指します。


シップヤードで使用されるコンプレッサ


鉱山で使用されるコンプレッサ

世界へ広がるAIRMANネットワーク



グローバル成長を支える重点施策

販売力強化	・重点地域への経営資源投入 ・販売チャネルの拡大 ・代理店へのサポート・関係強化
サービス力向上	・グローバルアフターサービス網の強化 ・部品供給体制の充実 ・新たなサービスマンの採用
技術開発	・環境対応製品の開発 ・大手顧客専用機の開発 ・デジタル技術活用による付加価値向上

AIRMAN Global Vision

世界中の現場で信頼されるブランドへ

AIRMANは、モノづくりで培った技術と品質を強みに、世界各地の社会インフラ整備や産業発展を支えていきます。地域ごとのニーズに寄り添いながら、環境負荷低減と事業成長の両立を実現し、世界中のお客さまから選ばれるグローバルブランドを目指します。

トップメッセージ



2年目を迎えた「中期ビジョン2027」のもと、急伸する北米事業と国内産業機械ビジネスをドライバーに、持続的な企業価値向上と社会課題の解決の両立を目指します

代表取締役社長　佐藤 豪一

ブランド統合と新社名浸透がもたらした確かな手応えと波及効果

当社は2025年4月、北越工業株式会社から「株式会社AIRMAN」へと社名を変更いたしました。70年以上にわたりグローバル市場で親しまれてきた製品ブランド「AIRMAN」と企業名を一元化したことで、社名変更から1年余りが経過した現在、企業としての認知度が着実に高まっていることを肌で感じています。

この認知度向上に向けたブランディング活動の一環として、地元・新潟県を中心にテレビCMやWebCMを展開いたしました。「AIRMAN」というキャラクターを使った企画は、「炎上するのではないか」と心配するほど思い切った内容でしたが、予想をはるかに超える反響をいただきました。「新潟広告賞」WEB部門での銀賞受賞に加え、アジア太平洋地域を代表するクリエイティブアワード「Spikes Asia 2026」のCreative B2B部門でショートリストに選出されるなど、ローカル向けの展開でありながら海外からも高い評価をいただけたことは嬉しい誤算でした。

また、そのキャラクターが地元である燕三条地域のカプセルトイの景品に採用されたり、小さな子どもたちがCMを真似る動画が会社に届くなど、次世代を担う子どもたちにも「AIRMAN」という名前が親しまれつつあります。

こうした社外からの温かい反響は、新卒採用における認知度向上にとどまらず、社員のモチベーションや働きがいの向上にも直結しています。今後も、私自身がステークホルダーの皆さまとの飾らない対話を大切にしながら、「AIRMAN」ブランドの浸透と企業価値の向上に努めていきます。

創立以来の強みと「開かれた組織風土」が生み出す価値創造力

事業環境がめまぐるしく変化する現代において、当社が持続的な成長を遂げるための原動力は、創立以来培ってきた「変化への対応力」と「開発スピード」、そしてそれらを支える組織風土にあります。

経営トップとして私が最も大切にしているのは、「風通しの良い会社」であることです。マネジメント層から一般社員に至るまで、誰もが言いたいことを自由に発言できる環境こそが、会社を確実に良くしていくと信じています。ただし、自由に発言できる分、自らの言葉と行動にはしっかりと責任を持つ。このバランスが気持ちよく機能する組織を目指しています。

当社の強みである開発力や品質も、こうした組織風土から生まれています。例えば、お客さまと接する営業部門からは「もっと早く対応できないか」と厳しい要求が来ますが、モノづくりの現場である生産部門には「そう簡単にはいかない」という現場の事情があります。この両者が、ただ反発するのではなく、相互理解を深めながら活発な議論を重ねる。この健全な議論と泥臭いプロセスを経るからこそ、お客さまに信頼いただける「AIRMAN品質」が生み出せるのです。

ひたむきにモノづくりと向き合いながらも、言うべきことは言い合い、互いに高め合う。この風通しの良い組織の力を最大限に引き出すことで、激しい環境変化にもスピーディに対応し、当社のさらなる成長へとつなげていきます。

2025年度（2026年3月期）業績の振り返り：過去最高益の達成

中期経営計画「中期ビジョン2027」の初年度となった2026年3月期の連結業績は、売上高556億円、営業利益71億円、経常利益80億円、親会社株主に帰属する当期純利益55億円となり、すべての利益項目において過去最高を更新する着地となりました。

この実績の背景には、為替の追い風に加え、北米市場において現地の有力代理店との連携を一層深め、大手広域レンタル会社をはじめとする新規開拓・取引拡大に果敢に切り込めたことがあります。また国内市場においても、厳しい環境下でありながら仕入れコストの精査と適正な販売価格の維持に努め、確実な収益を確保してきました。

短期的な市場の波に過度に惑わされることなく、中長期の成長軌道を見据えて掲げた重点施策を一つひとつ着実に実行してきたことが、今回の最高業績という成果に結実したと捉えています。

2026年度（2027年3月期）業績見通しの修正とその背景

一方、「中期ビジョン2027」の2年目にあたる2026年度（2027年3月期）の通期連結業績見通しにつきましては、中東情勢の悪化に伴う原材料価格の高騰、人件費や経費の継続的な上昇などを勘案し、当初、売上高585億円、営業利益56億円と

する増収減益の計画を公表しておりました。

しかしながら、その後の市場環境の変化及び第1四半期の業績動向を踏まえ、通期連結業績予想を売上高602億円、営業利益83億円へ上方修正しました。以下、その主な要因についてご説明します。

中東情勢の不安定化などを背景とする原材料価格の上昇や、中近東・アジアを中心とした北米以外への販売減少といった下振れ要因はありました。一方で、北米向け出荷が想定を上回って推移したことに加え、米国の関税政策を見据えて実施した価格改定による利益率の改善、関税の還付及び税率低下による負担軽減、足元の円安効果が、業績の上振れに寄与しました。この結果、売上高、利益ともに、「中期ビジョン2027」の目標を1年前倒しで達成できる見通しとなりました。

組織再編を通じたグローバル展開の加速と事業ポートフォリオ戦略

今後の持続的成長に向け、当社は2026年3月に全社的な組織再編を実施し、「国内営業本部」「海外営業本部」「生産本部」「管理本部」の4本部体制へ移行しました。

この組織再編の最大の狙いは、意思決定のスピード向上と、成長領域への経営資源の集中にあります。特に海外営業本部を独立させたことで、海外市場に精通した人材が適切な権限を持ち、地域ごとに異なるニーズや変化に対して、現場主導で柔軟かつ迅速な決断を下せる体制を整えました。

中長期の事業戦略においては、この海外事業を全社の成長ドライバーと位置づけております。北米を最重点市場として注力すると同時に、アジア・オセアニア地域での事業基盤整備を加速させます。上海では合弁会社が持つ生産機能の活用、北米では現地工場の準備を進めており、中長期的には地産地消も視野に入れるなど、地域ごとの特性に合わせた戦略を展開いたします。また、2025年12月に市場投入した「リーファーコンテナ用発電機」を通じて、新たな市場への参入を進め、海外市場における需要の取り込みと事業領域の拡大を図ります。

一方、国内事業においては、高い市場シェアを誇るエンジンコンプレッサの強固な顧客基盤を堅持しつつ、バイオ燃料対応発電機や高所作業車の拡販を推進いたします。産業機械事業においても、モータコンプレッサのシェア拡大や、導入後のメンテナンスや部品供給を担うアフターマーケットビジネスの開拓を進め、安定したストック型収益構造を構築していく方針です。

国内事業で適正な価格とシェアを維持して着実に収益基盤を固め、そこで生み出したキャッシュを原資に、市場規模の大きい海外事業で成長を牽引していく。この明確な役割分担のもと、全社的な利益率の底上げを図ります。

持続的成長に向けた投資戦略とキャッシュアロケーション

当社は、中長期的な企業価値向上のため、バランスの取れた戦略的なキャッシュアロケーションを推進します。「中期ビジョン2027」の3年間においては、生産能力の増強や開発力の強化に向けた設備投資・研究開発に約98億円、M&Aなど事業ポートフォリオの再構築に約64億円、株主還元に約100億円を振り向けるとともに、事業継続に必要な運転資金として約120億円を確保する計画です。

設備投資や研究開発におきましては、単なる維持更新にとどまらず、将来の市場を創造するための攻めの投資を強化します。具体的には、脱炭素社会の実現を見据えた「水素専焼コンプレッサ・発電機」など次世代製品の早期実用化に向け、新設する専用試験棟・研究開発エリアへの資金投下を集中させています。あわせて、多品種少量生産という当社の生産構造に合致した自動化・省人化設備の導入、並びに全社的なDX推進による生産・顧客データの一元管理と業務効率化を進めます。

また、自社リソースのみによるオーガニック成長に加え、当社の要素技術や販売網とシナジーの高い企業とのM&Aやアライアンスについても補完する手段として位置づけ、事業ポートフォリオの補強と新たな成長基軸の獲得を目指します。

株主還元におきましては、当社はこれまでも高い還元水準を維持してきましたが、今後も着実な利益成長に応じた成果の分配を基本方針とします。成長に必要な内部留保と投資計画の妥当性を明確に示し、余剰キャッシュについては配当及び自己株式取得を通じて株主の皆さまへ迅速に還元いたします。成長投資による資本効率の向上と、透明性の高い情報開示を通じて、企業価値、株主価値の向上へと確実につなげていきます。

サステナビリティ経営とサステナブルな社会の実現

1938年の創業以来、地域社会とともに歩み、産業インフラの発展を支えてきた当社にとって、自然環境及び社会の持続可能性に貢献することは、私たちが果たすべき重要な使命です。

当社は、事業活動そのものが環境課題の解決に直結するモノづくりを目指しています。製品の使用過程におけるCO_2排出量を大幅に削減するバイオ燃料対応発電機や次世代エネルギーとして期待される水素活用の研究など、環境適合型製品の開発を進めています。また、自社工場における生産プロセスの省エネルギー化、環境負荷物質の削減、サプライチェーン全体での持続可能性の追求を強化しています。

同時に、当社自身の持続可能性を高めるため、組織基盤の強化にも注力しております。最大の資産である「人的資本」の価値を高めるため、多様な人材が能力を発揮できるダイバーシティ&インクルージョンの推進、成果と挑戦に公正に報いる人事評価制度の再構築、安全で健康的な労働環境の整備を進めております。

ガバナンス面においては、取締役会の実効性向上、リスク管理体制の高度化、コンプライアンスの徹底を通じて、あらゆるステークホルダーから長期にわたって信頼していただける透明性の高い経営体制を構築します。

ステークホルダーの皆さまへ：不変の理念を胸に未来へ

当社には、時代を超えて受け継がれてきた不変のDNAがあります。それが「お客様第一の信念に徹し、社会の発展に貢献する」「物心ともに豊かで、公平な働きがいのある会社とする」「国際的感覚をもち、経営の革新と技術の開発に努める」という当社の経営理念です。

この理念には、顧客志向の徹底、社会への貢献、強い信頼関係に基づく組織運営、グローバル市場での挑戦、そして絶え間ない技術革新という、当社の存在意義のすべてが凝縮されております。どのような時代を迎えても、この理念こそが私たちの意思決定の原点であり、常に立ち返るべき指針です。

株式会社AIRMANは、長年培ってきたブランドの力を新社名のもとで最大限に発揮し、国内での強固な収益基盤と海外での力強い成長を両立させることで、さらなる高みへと躍進してまいります。

激動の時代にこそ、
経営理念に立ち返る



価値創造プロセス

AIRMAN VISION 2030

常に新しい価値を追求し、社会と産業の発展に貢献する企業へ。

外部環境

- ■ 環境問題の深刻化・自然災害の増加
- ■ グローバル経済の発展
- ■ インフラ整備需要の増加
- ■ 地政学リスクの高まり
- ■ 少子高齢化・労働人口の減少

インプット

財務資本
強固な財務基盤
総資産 656億円
自己資本比率 68.5%

製造資本
グローバルな拠点展開
設備投資額 12億円
生産拠点数 2拠点

知的資本
顧客ニーズに応える開発力
研究開発費 6億円
特許保有件数 203件
(注) 本社工場における数値

人的資本
自由闊達な企業風土
従業員数 820名
女性社員比率 18.4%
中途採用比率 43.9%

社会関係資本
価値創造のためのパートナーシップ
取引先・地域・行政との連携

自然資本
資源の有効活用
エネルギー使用量/生産金額 6.83kL/億円
廃棄物全体のリサイクル率 88.9%

※インプットは2026年3月期の数値
※エネルギー使用量/生産金額、廃棄物全体のリサイクル率は単体の数値
※生産拠点数は、単体の数値

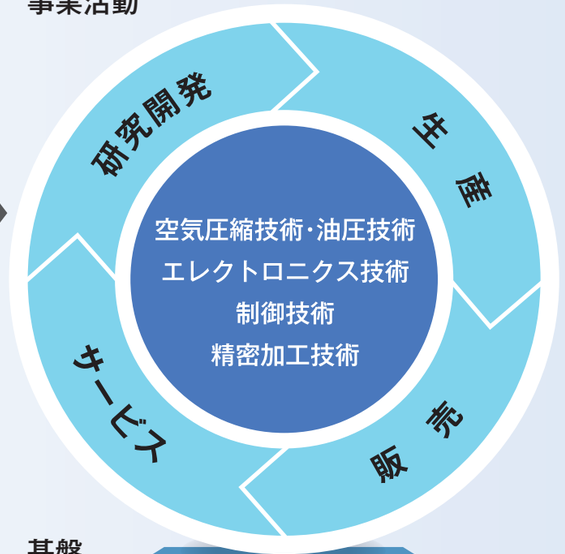
ビジネスモデル・基盤

戦略

中期ビジョン2027
—さらなる飛躍に向けた改革期間 —

マテリアリティ

事業活動



基盤

- サステナビリティ基本方針
- コーポレート・ガバナンス
- 経営理念・行動指針

アウトプット

コア成長領域

海外建設機械ルート


エンジン
コンプレッサ


エンジン発電機

国内産業機械ルート


モータコンプレッサ

安定基盤領域

国内建設機械ルート


エンジン
コンプレッサ


エンジン
発電機


高所作業車

ポテンシャル領域

■ 実証試験機 ■ 量産モデル


■ 水素専焼エンジン
コンプレッサ


■ 水素専焼エンジン発電機


■ 水素燃料電池式発電装置


■ バイオ燃料エンジン発電機

アウトカム

株主・投資家

- 株主価値向上
- 建設的な対話
- 適切な投資機会

お客さま

- 高品質製品による安全性・信頼性・効率性
- 安全・快適な作業環境

サプライヤー

- 価値共創
- 責任ある調達
- 公正・透明・適正な取引

従業員

- 誇りを持って働ける会社
- 公正な処遇・人権の尊重
- 実りある成長機会

地域・社会・自然

- 地域振興・雇用機会創出
- 環境負荷の低減

経営資本の強化

AIRMANは、財務資本・製造資本・知的資本・人的資本・社会関係資本・自然資本の6つの資本を重要な経営資源と位置づけています。これらの資本をバランスよく活用・強化しながら事業活動を推進することで、新たな価値を創出し、持続的な成長と企業価値の向上を目指しています。

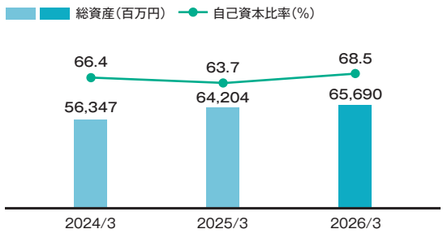
財務資本

強み

総資産656億円、自己資本比率68.5%に示される安定した財務基盤を有し、事業環境の変化や不確実性に対応できる財務健全性を維持しています。これを基盤に、研究開発、生産設備、人材育成、海外展開などへの投資余力を確保し、中長期的な企業価値向上に向けた経営資源の配分を進めます。

主な指標

取り組み
- 戦略的な資源配分
- 競争力強化への投資
- 財務健全性と対話の充実



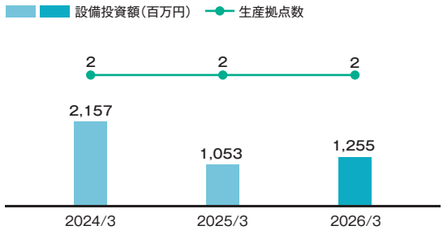
製造資本

強み

設備投資額12億円、生産拠点2拠点を基盤に、建設機械・産業機械の多様なニーズに対応する製造体制を構築しています。長年培った製造ノウハウと品質管理体制を活かし、幅広い製品を安定供給することで、国内外のお客さまの安全性・信頼性・効率性を支えています。

主な指標

取り組み
- 生産体制の強化
- 安定供給への取り組み
- 現場価値を高める製品づくり



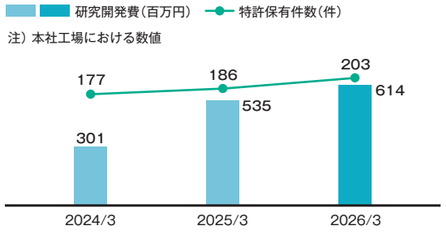
知的資本

強み

研究開発費6億円、特許保有件数203件に示される開発力と技術蓄積を有しています。空気圧縮、油圧、エレクトロニクス、制御、精密加工などの技術を組み合わせ、顧客ニーズを製品価値へつなげることで、性能・耐久性・安全性・使いやすさを追求しています。

主な指標

取り組み
- 製品開発力の強化
- 現場起点の価値創出
- 次世代技術への挑戦



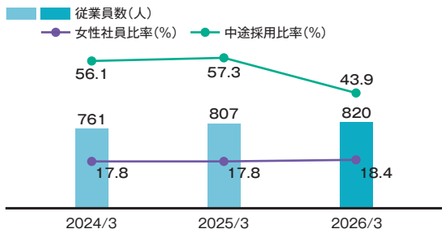
人的資本

強み

従業員数820名、女性社員比率18.4%、中途採用比率43.9%に示される多様な人材基盤を有しています。現場に根ざした知識・技能と挑戦する姿勢を強みに、各部門が連携し、技術や技能の継承と新たな価値創出を支えています。

主な指標

取り組み
- 人材育成の推進
- 専門性と技能の向上
- 多様性と働きやすさの向上



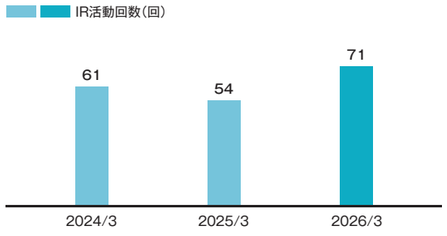
社会関係資本

強み

お客さま、サプライヤー、地域・社会、株主・投資家など、多様なステークホルダーとのパートナーシップを有し、事業の安定と成長を支えています。信頼関係やサプライチェーンとの協働、地域・行政・業界との連携を通じて、持続的な価値創造につなげています。

主な指標

取り組み
- 顧客との信頼強化
- 責任ある調達の推進
- 地域・株主との対話充実



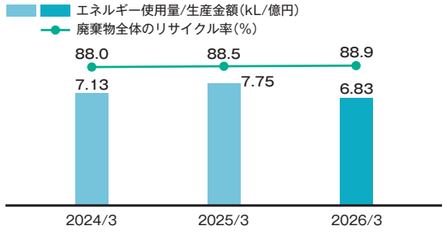
自然資本

強み

エネルギー使用量6.83kL/億円、廃棄物リサイクル率88.9%に示される資源の有効活用と環境負荷低減に取り組む基盤を有しています。製造段階の環境負荷低減に加え、省エネルギー・低騒音など環境に配慮した製品を通じて、お客さまの環境対応にも貢献します。

主な指標

取り組み
- 環境負荷の低減
- 環境対応製品の開発
- 脱炭素社会への貢献



AIRMANの歩みとこれから

中期ビジョン2024

基盤固めと成長の加速を図る

1. コア成長分野　2. 安定収益基盤の確保
3. サステナビリティ（環境対応）を三本柱に展開

施策の主な成果と課題

1 コア成長分野

海外（特に北米）	▪ 代理店協業・広域レンタル深耕により体制を構築、**エンジンコンプレッサ/エンジン発電機の拡販**を推進。 ▪ 2025年3月期は**レンタル各社の在庫稼働率低下による在庫調整**の影響で一部目標未達。
国内産業機械 モータコンプレッサ	▪ 拡販施策により**国内シェア目標15%を概ね達成**。一方、**PDCA管理・顧客管理の仕組み化に課題**が残存。

2 安定収益基盤の確保

エンジン コンプレッサ	▪ 工法変化等で総需要は縮小も、**国内No.1シェアを維持**し収益を安定確保。
エンジン発電機	▪ 販路開拓で**国内シェア25%前後を維持**。さらなる拡販が継続課題。
高所作業車	▪ **国内No.1維持**も、**安価な海外製品の参入による競争激化**で環境は厳しめ。

3 サステナビリティ（環境対応）

既存製品の省エネ化、水素・バイオ燃料対応の製品開発を推進

▪ バイオ燃料エンジン発電機の実証試験開始、水素燃料製品の開発着手など。

排気ガスなどによる環境汚染予防への配慮の継続

中期ビジョン2027

さらなる飛躍に向けた改革期間

主要な成長戦略

成長戦略 1

北米市場における成長

販売代理店との連携を強化し、北米市場における大手広域レンタル会社との取引を拡大。

成長戦略 2

その他海外市場における成長

主要な成長ドライバーとしては北米となるが、将来的な成長を見据えてオセアニア市場やアジア市場での存在感も高める。

成長戦略 3

国内産業機械向けの展開強化

モータコンプレッサを中心に、エンドユーザーとの関係性を直接的に構築可能な産業機械向けの市場への展開を強化。
顧客管理の徹底と、メンテナンス需要の大きい中型機以上の拡販を通じて、事業の収益力を高める。

成長戦略 4

その他施策

国内建設機械ルートに関しては成長戦略の実現のための原資として活用。また、将来の成長に向けた新製品の開発は継続。

財務戦略・株主還元の明確化

1 財務戦略

資本コスト・資本効率の意識
- 資本コストは約9%と想定し、ROE（自己資本利益率）は2028年3月期に12%以上を目標。
- PBR（株価純資産倍率）は1倍超を維持し、資本コストを上回る資本収益性を実現。

キャッシュアロケーション方針
- 中期経営計画期間（2026年3月期～2028年3月期）における営業キャッシュフローは190億円を見込む。
- 現預金水準の適正化を図りつつ、成長投資・株主還元・運転資金にバランスよく配分。
- 成長投資（設備投資・M&A等）や事業ポートフォリオ再構築に積極的に資金を投下。

設備投資・SDGs投資
- 本社・工場の設備更新や生産能力増強、品質向上、環境負荷低減（SDGs関連）などに重点投資。
- 3か年で合計約100億円規模の設備投資を計画。

2 株主還元

総還元性向の大幅引き上げ
- 従来の総還元性向45%から70%へ引き上げ、3年間で100億円規模の株主還元を実施予定。
- 配当と自己株式取得を組み合わせて還元を強化。

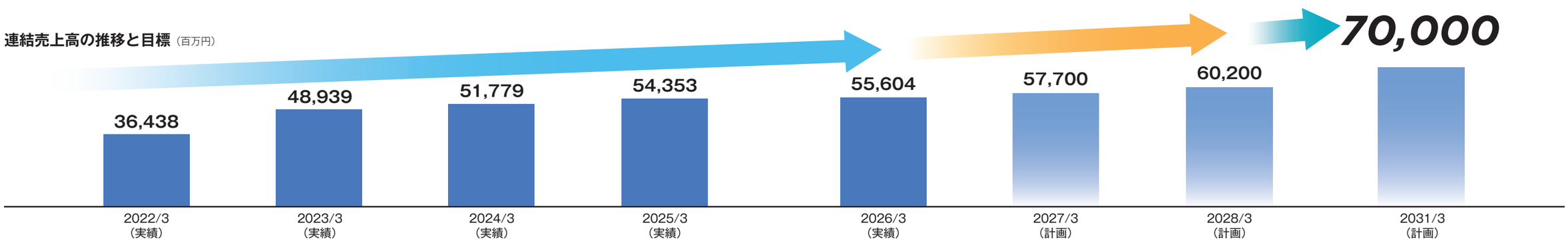
ROE目標と株主価値向上
- 2028年3月期のROE目標12%以上を掲げ、企業価値の最大化を目指す。
- 資本コストを意識した経営を徹底し、株主・投資家への還元と成長投資の両立を図る。

AIRMAN VISION 2030

AIRMAN VISION 2030は、社会や産業の発展に貢献し続けるための長期ビジョンです。
2030年度に向けて、グローバルな成長とサステナビリティ経営を両立し、企業価値の最大化を目指します。

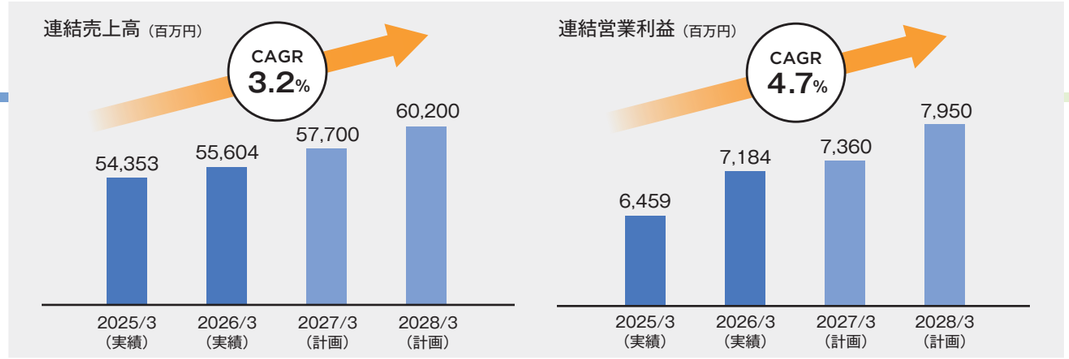
目標	**連結売上高700億円の達成** **建設・産業機械分野でのリーディングカンパニーとしての地位確立**
成長戦略	**事業ポートフォリオの再構築** コア事業への積極投資と、成長ポテンシャルの高い新規分野への戦略的投資を推進 **持続可能型製品の開発** 水素専焼エンジンコンプレッサ・発電機やバイオ燃料発電機など、脱炭素社会に向けた新製品を市場投入 **グローバル展開の強化** 北米・アジアを中心とした海外市場でのシェア拡大
サステナビリティ	**CO_2排出量削減、資源循環、生物多様性保全など、ESG課題への積極的な取り組み**
人的資本・ガバナンス	**公平な人事制度と多様性推進、グローバル人材の育成** **コーポレート・ガバナンスの強化による経営基盤の安定化**
株主還元・財務戦略	**営業キャッシュフローを原資に、成長投資と安定した株主還元（配当・自己株式取得）を両立**

連結売上高の推移と目標（百万円）



次の成長領域を切り拓く

AIRMANは、2030年度に向けて「AIRMAN VISION 2030」を掲げ、グローバルな成長とサステナビリティ経営の両立を目指しています。その中間ステップとなる「中期ビジョン2027」では、長期目標の達成に向けた改革期間と位置づけ、4つの成長戦略を中心に事業基盤の強化を進めています。北米市場での存在感拡大や、アジア・オセアニアを含む海外市場の開拓、国内産業機械向け事業の収益力強化など、地域と事業の両面でポートフォリオの進化を図っています。また、既存事業のキャッシュ創出力を活用しつつ、新製品開発や環境対応技術への投資も継続。開発・生産・販売・サービスが一体となった総合力を武器に、持続的な成長と企業価値向上を目指して進化を続けています。



成長戦略 1 北米市場における成長

販売代理店との連携を強化し、北米市場における大手広域レンタル会社との取引を拡大。

新中期経営計画における成長戦略

1 前中期経営計画に引き続き、北米大手広域レンタル会社との取引拡大及び新規開拓
2 北米の販売増を踏まえ生産能力増強

2027年度

北米大手広域レンタル会社各社の時間使用率は、一定程度改善してきたと判断

2025年4月

2024年度以前

コロナ後の販売増により、北米大手広域レンタル会社では在庫が過多に。結果としてレンタル品の時間使用率が低下し、市場が一時停滞、当社の販売も減少

北米での市場シェア拡大の背景

- 製品価格は高いものの競合他社に比べ品質が高く、壊れにくい
- 結果、ユーザーから見たメンテナンスの頻度が下がり、サポート費用等を抑制可能
- 顧客満足度の向上とも合わせて結果的にパフォーマンスが高い点が評価

成長戦略 2 その他海外市場における成長

主要な成長ドライバーとしては北米となるが、将来的な成長を見据えてオセアニア市場やアジア市場での存在感も高める。

オセアニア市場





1 第2ブランドの展開によるエンジンコンプレッサの拡販

第2ブランドの展開により、急拡大している建機レンタル会社へのエンジンコンプレッサの拡販を加速

2 E-BOSS Hybridを活用して市場を開拓

北米での差別化要因となっているE-BOSS Hybrid（バッテリストレージ付きエンジン発電機）による展開をオセアニア地域でも展開

アジア市場

エンジンコンプレッサ	6%程度の市場成長率	当社シェア25～30%程度

既存市場に加えて、インドネシアなどの需要開拓を行い、さらなる成長を目指す

エンジン発電機	5%程度の市場成長率	当社シェア3%未満

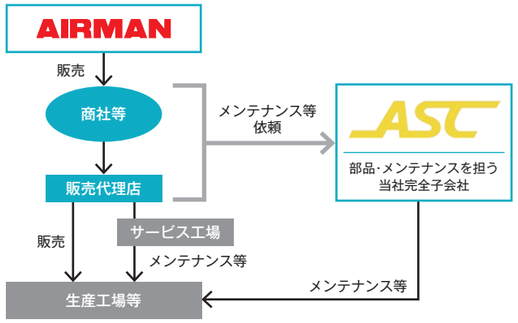
エンジン発電機に関しては価格競争が厳しく、現状では安価な中国製品が席巻

一方、高品質なものを求める層は3割程度存在すると認識
顧客の深掘りにより市場シェアを高めるとともに、販売が増加傾向にあるフィリピンでの拡販を狙い、市場での存在感を高める

成長戦略 3 国内産業機械向けの展開強化

モータコンプレッサを中心に、エンドユーザーとの関係性を直接的に構築可能な産業機械向けの市場への展開を強化。
顧客管理の徹底と、メンテナンス需要の大きい中型機以上の拡販を通じて、事業の収益力を高める。

国内産業機械ルート



工場などに設置する国内産業機械ルートでは、製品納品時に点検を実施するために使用環境や使用状況を把握しやすい

モータコンプレッサをきっかけとして産業機械ルートから入り、部品・メンテナンス収益やモータコンプレッサ以外の需要等も獲得し、収益拡大と利益率の向上につなげる。

実施する施策

人員拡充によるきめ細かい営業	産業機械ルートからの製品販売の拡充
メンテナンス事業の強化	顧客管理を徹底しメンテナンス事業の収益力を高める

成長戦略 4 その他施策

国内建設機械ルートに関しては成長戦略の実現のための原資として活用。また、将来の成長に向けた新製品の開発は継続。

国内建設機械ルート

- エンジンコンプレッサの市場は縮小傾向にあるものの、すでに製造メーカーは少なく競争は限定的
- 原材料高の懸念はあるが、適切に価格転嫁を図り、将来の成長に向けた各投資の原資として活用
- 高所作業車は、新製品の開発、異業種への展開を行い、売上増加を目指す

高所作業車▶



▼エンジンコンプレッサ



▼エンジン発電機



新製品展開

- 環境対応需要を捉えるための新製品や、当社技術を活かした新製品の開発等、長期的な収益拡大に向けた研究開発を継続

▼バイオ燃料発電機



▼水素専焼エンジンコンプレッサ



- 次期開発の水素燃料電池式発電装置にHonda製燃料電池モジュールの採用を決定





管理本部長メッセージ

生産能力の増強から人的資本・ガバナンスの強化まで、経営基盤の最適化を通じて持続的な企業価値向上を支える



執行役員　管理本部長　**笠輪 信彦**

経営と事業の現場を支える「サービス部門」としての管理本部

管理本部は、財務、総務、法務、経営企画、人事など、グループ全体の経営基盤を支える機能を担っています。当本部の特長は、グループ全体を俯瞰し、中立的な立場から経営と事業のベクトルや優先順位を客観的に評価できる点にあります。この役割から「コントロールタワー」と称されることもありますが、私自身は管理本部を社内外に対する「サービス部門」と位置づけています。

社内に対しては、事業部門が迅速かつ的確に意思決定を行えるよう生産性の向上や業務基盤の整備をサポートし、社外に対しては、当社の成長戦略や施策の進捗・成果をステークホルダーの皆さまへタイムリーかつ透明性高く発信していくことが使命であると考えています。

４本部体制に移行したのも、社内においては、意思決定の迅速化や専門性の向上、責任範囲の明確化といった観点からというのはもちろんのこと、そうすることで特に営業部門社員の負荷を低減したいのと、モチベーションを上げてもらいたいという思いからでした。また、社外に対しては、海外営業本部及び産機営業部の独立という中期ビジョンの重点施策に合わせた組織体制とすることで、ステークホルダーの皆さまに施策の進捗と成果をよりわかりやすく正確にタイムリーに情報発信できると考えています。

ただし、こうした組織再編は施策のひとつであり、さまざまな課題を解決するための「準備」が整ったに過ぎません。今後も、事業を推進する実行部隊が成果を発揮できるよう、資金・人材・組織体制のあらゆる側面から支援を続けていきます。

旺盛な需要に応える生産能力増強と投資計画の再構築

「中期ビジョン2027」の開始から1年が経過し、北米市場における需要の急増や、新製品であるリーファーコンテナ用発電機の展開など、当社が注力すべき成長機会がより明確になってきました。一方で、この想定を上回る需要に対し、生産能力が十分に追いついていないという課題も顕在化しています。

この課題に対しては、全社で取り組む重要課題として、短期と中長期の双方から対策を進めています。短期的には、ボトルネックとなっている塗装工程の改善や工場の稼働時間の拡大など、既存ラインの稼働体制の抜本的な見直しを行っています。中長期的には、北米を中心とした海外市場の成長に対応する生産設備投資を軸としつつ、事業領域の拡張や相乗効果が期待できるM&Aやアライアンスも重要な選択肢として取り入れ、投資効率を踏まえて検討を進めています。

IT分野への投資においても、設計・生産・販売・アフターサービスにわたる製品データの一元管理を推進しています。製品ライフサイクル全体を可視化し、AIを活用したリアルタイム分析を導入することで、品質向上と生産性の改善を図るとともに、顧客接点における新たな付加価値の創出を目指します。

こうした事業環境の変化に伴い、中期ビジョン策定時に想定していた資金計画の見直しにも着手しました。当初は現中計期間の3年間で、設備投資に98億円、M&Aや新規展開に64億円を見込んでいましたが、2030年度以降のあるべき姿を見据え、投資の配分やタイミングを整理し、より実効性の高い資金計画へと再構築を進めています。

成長投資に重点を置いた資金配分と資本効率の最適化

財務戦略においては、これまで資本効率を意識したキャッシュアロケーションを基本としてきました。しかし、足元の旺盛な需要を考えると、この成長機会を確実に捉え、収益基盤を拡大することが中長期的な企業価値向上において最も重要であると判断しています。そのため、安定的な株主還元を維持しながらも、成長投資に重心を置いた資金配分へとシフトすることを検討しています。

また、資本効率の向上に向けたグループ経営の効率化施策として、完全子会社であったイーエヌシステム株式会社の統合を実施し、経営資源の集約を進めました。さらに、将来的な成長戦略との整合性を高めるため、これまで指標としてきたROEや総還元性向といったKPIについても見直しを進めています。目先の数値にとらわれることなく、新たな組織体制や投資戦略と整合したKPIを再設定し、成長投資の成果を着実に収益化することで、最適な事業ポートフォリオを構築していきます。

人的資本の強化とガバナンス体制の高度化

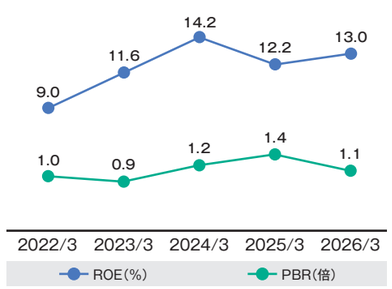
戦略を実行する「人」の強化、及びグローバル展開を支える「ガバナンス・リスク管理」は、当社の成長を持続可能なものとするための欠かせない土台です。

人的資本の面では、自律的な組織運営を支える環境整備を進めています。福利厚生の拡充として総合福利厚生サービスを導入し、学習機会の提供や多様な働き方の支援を行うことで、社員エンゲージメントの向上と人材の定着を図っています。また、管理職に対して自社株を活用したインセンティブ報酬制度を運用し、株価や業績に対する意識を高め、経営目線の共有を促しています。

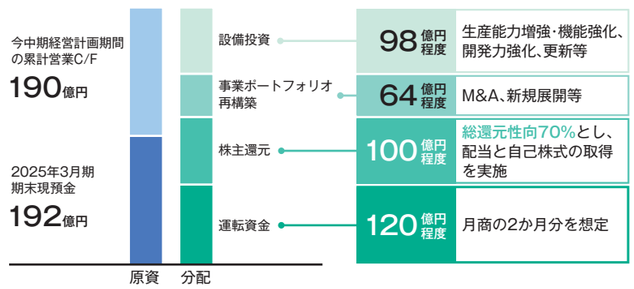
ガバナンスとリスク管理においては、グローバルでの事業拡大に伴う地域固有のリスクに対し、グループ全体としての統制を堅持しつつ、適切なリスクテイクが可能な体制の整備を急いでいます。取締役会においては、実効性評価の結果を踏まえて議案の整理や権限の明確化を行いました。これにより、議論の質と意思決定の速度を向上させ、重要な戦略課題により多くの時間を割ける体制を構築しています。

管理本部は今後も、生産能力の拡充、成長重視の資金配分、DXによる業務基盤の刷新、人的資本の強化、そしてガバナンスの高度化を一体的に推進し、ステークホルダーの皆さまの期待に応える持続的な企業価値の向上を実現してまいります。

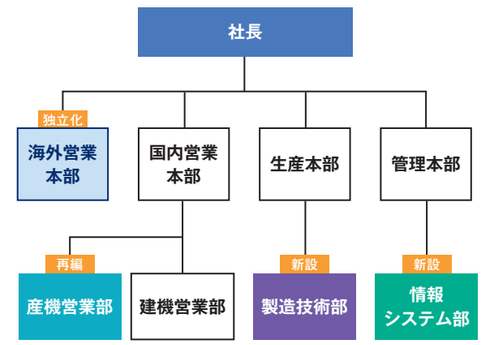
当社のROE及びPBRの推移



キャッシュアロケーション方針（2026年3月期～2028年3月期）



組織体制の改革



４本部制の意義

- 本部間の連携を強め、重要課題を共有
- 施策の立案・実行と全社の意思決定を迅速化
- 環境変化に柔軟に対応し、安定した会社運営を継続

産機営業部 産業機械分野を深耕	■産機営業部を設置し、専門性を高めることで市場のシェア拡大を目指す
製造技術部 設備投資の立案・実行推進	■大規模な設備投資を検討・推進
情報システム部 DXを推進	■DXやIT分野への施策推進を迅速化・強化

海外営業本部長メッセージ

最大の成長市場である北米でのシェア拡大と、グローバルな供給体制の強化で目標達成を牽引する

執行役員　海外営業本部長　**吉田 寛**



新体制のスタートと、海外事業が担う役割

　このたびの組織再編により、新たに海外営業本部が独立しました。これは私自身が以前から会社に希望を出していた体制でもあり、「ようやく海外事業単独の組織体制になった」というのが率直な思いです。これまで海外部門は国内営業本部の中にありましたが、独立したことで、海外事業の業績に対して単独で責任を負う体制が整いました。当社では、国内事業が収益を支え、海外事業が最大の成長ドライバーとして全社の成長を牽引するという役割分担が明確になっています。もちろん、私一人の力で成し遂げられるものではなく、各本部や現場のメンバーが同じベクトルを持ち、チーム一丸となって目標に向かうことが不可欠です。今回、各本部と同じ立場で協議できるようになったことで、経営レベルでのスピーディな意思決定が可能となっています。





北米大型イベント向け電源供給を支えるAIRMANエンジン発電機

北米市場の旺盛な需要と、最優先課題である「供給能力の拡充」

　当社の最重要マーケットである北米市場では現在、発電施設の老朽化やデータセンターの急増、さらには大型のインフラプロジェクト等を背景に、すぐに電力を供給できるディーゼル発電機への需要が高まっています。北米では物価高を背景とした適正な価格転嫁も市場に受け入れられており、為替の追い風も相まって、当社にとって堅実に利益を確保できるチャンスを迎えています。しかし、この大きなビジネスチャンスの中で、私たちは「生産能力の限界」という最大の壁に直面しています。主力の本社工場（新潟県燕市）はフル稼働状態にありますが、現地の旺盛な需要に対して供給が追いついていません。当社が長年培ってきた「在庫は悪」という過去の生産方式のままでは、この急速な市場拡大を勝ち抜くことはできません。経営方針の転換を伴ってでも、戦略的な在庫の確保や、生産能力の大幅な拡充を、全社一丸となってスピーディに進めていく必要があります。

地産地消（現地生産）の推進と、新たなパートナーシップ

　北米市場でのシェアをさらに伸ばしていくためには、当社単独での投資スピードには限界があります。今後の成長を加速させるためには、これまでにない投資が必要となる可能性もあり、現在の体制だけでは資金面・スピード面の双方で機会損失を生みかねません。そこで、強固な信頼関係にある米国の代理店との連携はもちろんのこと、外部の知見や資金を持つパートナーとの協業も積極的に模索しています。また、現在の北米における販売ボリュームの大きさや、将来的な輸送コスト、国内に生産拠点が集中することによる災害リスクなどを考慮すると、将来的にはJV（合弁会社）の設立や現地生産への投資も進めていくべきだと考えています。

グローバル展開と各エリアにおける「即納体制」の構築

　北米以外の地域においても、シェア拡大に向けた取り組みを進めています。中南米ではメキシコやパナマ、中近東・アフリカではドバイ、東南アジアではマレーシアの子会社を活用し、それぞれ現地の倉庫に在庫を持つことで、お客さまの需要に対してすぐに製品をお届けできる「即納体制」の構築を検討・推進しています。これらの地域では、技術力を上げている中国メーカーなど新興勢力の台頭も顕著になっており、厳しい価格競争も発生していますが。しかし当社の製品は「故障しにくく長持ちする」「中古市場での再販価格が高い」という圧倒的な特長があります。初期費用だけで比較されるのではなく、導入後のメンテナンスを含めた「ライフサイクルコスト」の低さを丁寧に説明し、各国の代理店とともにAIRMAN製品の強みをしっかりと伝えていくことで確固たる地位を築いていきます。

柔軟な組織づくりと次世代人材の育成

　これらのグローバル展開を支えるのは「人」です。当社の海外子会社（米国、オランダ、マレーシア、中国）は、現地の文化を尊重し、状況に応じて柔軟な働き方を取り入れていることもあり、非常に低い離職率を維持しています。例えば米国の子会社では、生産部門の従業員には週4日勤務制を導入し、オフィスチームにはリモートワークを引き続き継続するなど独自の働き方改革が定着しており、米国子会社では立ち上げ当初から10年以上、オランダ子会社では30年以上勤続している社員も少なくありません。今後は、定期的なオンラインミーティングを通じたコミュニケーションをさらに深めるとともに、既存社員の海外拠点への出向などによって経験値を高め、グローバル人材の育成を進めます。また、将来の海外事業を牽引できるマネジメント層の中途採用にも力を入れ、次世代の組織づくりに取り組みます。

ステークホルダーの皆さまへ

　海外市場、特に北米市場には依然として大きな成長余地があり、このエリアの成長だけでも全社目標に大きく貢献できるポテンシャルを秘めています。生産能力の拡充という足元の課題をスピーディに解決し、「AIRMAN VISION 2030」で掲げた連結売上高700億円という目標に向けて、海外営業本部を筆頭に全社が一丸となって着実に実績を積み上げてまいります。当社のさらなるグローバル成長にぜひご期待ください。

AIRMAN USA CORPORATIONより、謹んでご挨拶申し上げます。

　AIRMAN USA CORPORATIONには、社員が長く安心して働き続けられる職場風土が根付いています。私自身も2027年2月で勤続12年を迎え、同僚たちもそれぞれの節目を重ねながら、日々会社を支えています。経営陣の手厚い支援、高い職業倫理、そして工場やオフィスを含む各部門の円滑な連携は、業務を着実に前進させる大きな力となっています。オフィスには互いを尊重し、自由に意見を交わせる文化があり、困難な状況でも自然に助け合える関係があります。また、本社をはじめ、日本・米国の仲間とも拠点を越えて協力し、ひとつのチームとして歩めていることは、私にとって大きな誇りです。AIRMAN USA CORPORATIONを支えるすべての仲間に、心から感謝しています。



William Coates
Plant Manager（工場長）

生産本部長メッセージ

「安全・品質・生産」の好循環のもと、組織再編と設備投資を通じた生産能力の高度化を図り、グローバル需要に応える強固なモノづくり基盤を構築する



執行役員　生産本部長 兼 開発部長　**増田 功**

生産本部の行動指針：「安全・品質・生産」の一体的推進と組織力の最大化

生産本部は、開発・製造・調達・品質保証を含む、当社の価値創造の根幹である「モノづくり」の全工程を統括しております。生産本部長として、私は日頃の合同朝礼などを通じて社員に直接語りかけています。その中で、モノづくりの精神的な支柱として最も大切にしている行動指針は、次の3点に集約されます。

第1に、「安全・品質・生産」の推進です。安全を最優先とし、社員の就業環境の改善を図ることが品質の安定に直結し、品質の安定が生産性の向上をもたらします。このモノづくりの基本となる好循環を構築することこそが、当社の企業価値向上の原動力となるものです。

第2に、「部門間連携による生産性の最大化」です。開発・調達・製造・品質保証のそれぞれにおいて高い専門性を有する各部門が壁を越えて緊密に連携することで、全社的な生産効率の最大化を図ります。

第3に、「やり遂げた先にある真の価値」の追求です。一度設定した課題や定めた計画を中途半端で終わらせることなく、最後までやり切ることが、お客さまからの高い信頼や評価へと結びつき、ひいては個人の成長と組織力の向上につながります。

この3つの姿勢を徹底し、全員参加で高品質なモノづくりを追求していきます。

2026年4月の組織再編：子会社統合と「製造技術部」独立の狙い

当社グループは「AIRMAN VISION 2030」において、2030年度に連結売上高700億円達成を目標に掲げています。この中長期目標の達成に向け、2026年4月、高所作業車の製造・販売を手掛けてきた完全子会社であるイーエヌシステム株式会社を吸収合併し、生産体制を再編しました。

間接部門を統合する一方で、製造部門については、コンプレッサや発電機を製造する「第一製造部」と、高所作業車を専門に扱う「第二製造部」にあえて分割したままとしています。工場が離れており製品特性も異なるため、無理に統合するよりも従来どおりの生産体制を維持する方が効率的であるとの判断によるものです。その一方で、製品ごとの需要の波に合わせて、両部門間で柔軟に人員を配置転換できる仕組みを整え、全社的な生産効率の向上を図っています。

さらに、今回の組織再編における重要な施策のひとつが、「製造技術部」の新設です。2030年度の売上高700億円という目標を達成するためには、需要拡大に応える中長期的な設備投資の立案と実行が不可欠です。製造技術部は、この大規模な設備投資を推進するとともに、生産プロセスの抜本的な改善を主導する専門組織として、当社の生産能力の拡充と高度化を牽引していきます。

供給能力不足の解消と次世代技術への挑戦

現在、生産本部が直面している喫緊の課題は「生産能力の増強」です。北米市場をはじめとする世界的な需要の急伸に対し、現状の供給体制が追いつかず、機会損失が生じるリスクが高まっています。この課題に対し、先の組織再編を活かした人員配置を最適化しています。加えて、既存ラインの稼働体制を抜本的に見直し、供給量の最大化に全力を注いでいます。

同時に、将来の成長軸となる次世代技術の開発・実証も加速させています。特に脱炭素社会の実現に向けた水素関連製品の開発においては、業界団体と協調した規制緩和への働きかけを進めるとともに、2026年度から2027年度にかけて社外での実証試験にも取り組みます。水素市場が本格的に立ち上がるタイミングを見据え、市場において最も優位なポジションを確保できるよう、先行して技術の確立を進めていきます。

人的資本の育成と技能伝承の仕組みづくり

当社の製造現場には多くの若手社員が在籍しており、組織全体のパフォーマンスを高めるためには彼らの育成と自律的な組織運営が欠かせません。この課題に対応するため、各部門に組織づくりを主体的に牽引できる部長陣を新たに配置しました。単なる座学にとどまらず、実務を通じて経験値を高められる仕組みをつくり、若手が主体的に挑戦・成長できる環境を整えています。

また、ベテラン技能者が長年培ってきた高度なノウハウや知見を組織の資産として継承するため、各種作業標準、指導書、マニュアル類の体系的な整備及びデータベース化を進めています。作成にとどめることなく、必要な情報に誰もが容易にアクセスできる仕組みを構築することで属人化を防ぎ、若い世代がタイムリーに知識と技能を獲得できる環境を整えています。

今後は、他部門との人事交流も積極的に行い、多角的な視点を持つ次世代のモノづくり人材の育成を通じて、組織全体の成長につなげていきます。

サプライチェーンの強靭化とリスク管理

製品の安定供給を維持するため、サプライチェーンの強靭化にも注力しています。電子部品等の廃番や生産中止、地政学リスクに伴う調達遅延に対し、調達先の多角化や海外調達の活用を進めるとともに、リスクを先取りした迅速な対応を徹底しています。

また、調達コストの変動や品質管理の難易度上昇に対処するため、可能な範囲で重要部品の「内製化」を進め、自社工場における適正な部品在庫政策と組み合わせることで、不測の事態への対応力を高めています。さらに、こうした自社の取り組みに加え、長年にわたり当社を支えていただいている「エアマン協力会」をはじめとする取引先・協力工場の皆さまとのパートナーシップを深めることも不可欠です。当社と取引先・協力工場の皆さまとの連携をより強固なものとし、盤石な調達・生産基盤を維持していきます。

当社は今後も、過去の成功体験に満足することなく、全社員が失敗を恐れず新たな課題に挑戦する精神を持ってモノづくりに向き合っていきます。掲げた目標の達成に向けて一つひとつの施策を確実に実行し、持続的な企業価値の向上に貢献するとともに、次世代を担う新しい力とともにさらなる成長を目指してまいります。



新潟本社・工場

国内営業本部長メッセージ



4本部体制への移行と産機営業部の独立により、収益基盤の維持とストック型ビジネスの拡大を図る

執行役員　国内営業本部長 兼 建機営業部長　**高井 一嘉**

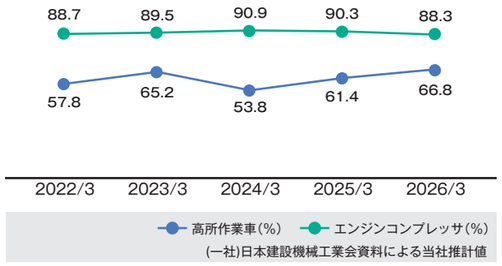
全社の収益を支える基盤と新体制による意思決定の迅速化

当社の収益を支えてきたのは国内事業です。先人たちが事業基盤を築き上げてきた国内市場は成熟傾向にあり、主力であるエンジンコンプレッサの総需要台数も減少傾向にあります。しかし、売上の根幹を支える基盤事業としての位置づけは今後も変わりません。これまで築き上げてきた顧客基盤とトップシェアを維持し、安定した収益を創出し続けることが国内営業本部の使命です。

2026年3月、当社は地域別の営業体制と直接販売部門の区分を再編し、「建機営業部」と「産機営業部」の2部体制へと移行しました。同時に全社でも「国内営業本部」「海外営業本部」「生産本部」「管理本部」の4本部体制がスタートしています。この組織再編により、月1回開催される本部長会議を通じて、経営会議等の前段階で各本部間の情報共有や連携を図ることが可能となりました。製品軸での顧客対応を行いやすい体制を整えるとともに、意思決定のスピードを速めています。

エンジンコンプレッサと高所作業車は国内トップシェアを維持。当社の強固な事業基盤を支える主力製品です。

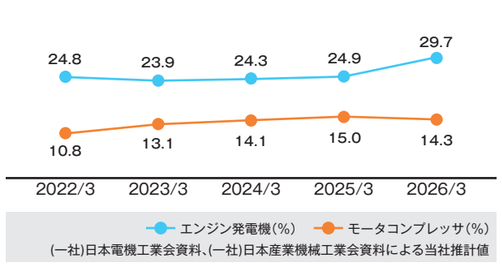
国内シェア推移



(一社)日本建設機械工業会資料による当社推計値

モータコンプレッサとエンジン発電機のシェアは、概ね上昇傾向にあります。今後も国内産業機械ルートでの拡販を強化し、さらなるシェア拡大を目指します。

国内シェア推移



(一社)日本電機工業会資料、(一社)日本産業機械工業会資料による当社推計値

建設機械事業：適正利益の確保と新製品・新分野の開拓

主力である建設機械事業では、エンジンコンプレッサや高所作業車の国内総需要が減少傾向にあります。足元では広域レンタル会社等による買い控えの動きも見られ、市場は一時的な踊り場を迎えています。こうした環境下では、無用な価格競争を避け、シェアの維持と適正な収益性の確保を両立させていく方針です。同時に新たな用途の開拓も進めています。エンジン発電機では、養鶏・養豚などの農林畜産業界向け非常用電源需要の取り込みや、バイオ燃料対応モデルの提案を通じてシェア拡大を図ります。また、これまで当社シェアが比較的低かった大型発電機の領域にも注力していきます。高所作業車については、競合が激化する中で既存のカタログ製品の販売にとどまらず、現場のニーズを捉えた新たな派生製品の開発を生産本部と密に連携して進めています。すでに開発を進めている機種もあり、順次市場への投入を計画しています。今後は「待ち」の営業から脱却し、開発部門とともに売れる商品を作る「マーケットイン」のモノづくりを推進します。

産業機械事業：専門性の向上とストック型ビジネスの拡大

今後の国内事業における成長領域となるのが、モータコンプレッサなどを扱う産業機械事業です。現在、エンジンコンプレッサとモータコンプレッサの出荷量の差が縮まりつつあり、産業機械への期待は非常に高まっています。建設機械営業が比較的短期で商談が完結するのに対し、産業機械営業ではお客さまの事業内容や設備計画を深く理解し、膨大な書類作成や長期的な提案が求められます。今回、産機営業部を独立させたのは、この「似て非なる」営業特性の違いを踏まえ、担当者の適性を見極めながら専門性を高めるためです。産業機械事業の特徴は、販売後に純正部品の供給や定期メンテナンスが確実かつ継続的に発生するストック型ビジネスである点です。今後は、メンテナンスを担う完全子会社の株式会社エーエスシーとの連携を深めます。2025年10月に導入した顧客管理台帳を活用し、点検実施率の向上を図ります。あわせて、サービス技術職の増員を進め、トータルメリットを訴求してリピート受注を獲得する体制を構築します。また、従来アプローチが不足していた設備コンサルティング会社や未取引の販売店への営業を進め、工場や設備の設計段階から当社製品を指定していただくための営業活動を強化します。新たに開発したリーファーコンテナ用発電機についても、まずは国内で安定した稼働実績を積み、将来的な海外展開への情報収集や足場固めにつなげていきます。さらに、有力パートナー企業とのOEM供給体制も堅調に推移しており、これらの実績を含めて産業機械市場での存在感を高めていきます。

人的資本の強化と組織的営業への転換

今後の事業運営において、人材の確保・育成と属人的な営業スタイルからの脱却を重要な課題として認識しています。現状の営業体制は個人のマンパワーに頼る部分が大きく、担当者のスキルによって成果に差が生じやすいという課題があります。今後は個人のスキルに過度に依存するのではなく、経営企画部門等とも連携しながら、AIやDXツールを活用して情報の集約・分析を進めます。そのうえで、組織的な営業戦略を構築していきます。また、産機営業部を対象とした外部講師による専門研修を導入するなど、社員のスキルアップに向けた取り組みも始めています。さらに、営業職の離職要因の多くが「転勤」にあるという実態を踏まえ、全国16か所の営業拠点において、管理本部と連携しながら、人材が定着しやすいエリア採用の導入など、時代に即した人事施策を検討していく考えです。中途採用を含めた優秀な人材の確保と定着を推進し、組織基盤を強化します。

ステークホルダーの皆さまへ

国内営業本部は、建設機械・産業機械の販売を通じてエンドユーザーの皆さまの声を直接受け止める「現場の最前線」です。国内市場でのトップシェアを維持しながら、製品の販売にとどまらない提案型営業を推進することで、付加価値を高めていきます。今後も「中期ビジョン2027」の計画遂行と「AIRMAN VISION 2030」の達成に向け、当社グループの成長を支える土台として、安定した収益の創出と顧客基盤の維持・拡大に努め、ステークホルダーの皆さまの期待に応えてまいります。

At a Glance

売上高	営業利益	経常利益
556億円	71億円	80億円
純利益	**総資産**	**純資産**
55億円	656億円	451億円
研究開発費	**設備投資費**	**従業員数**
6億円	12億円	820人

製品シェア



エンジンコンプレッサ



エンジン発電機



高所作業車

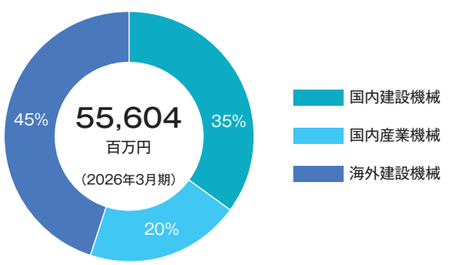


モータコンプレッサ

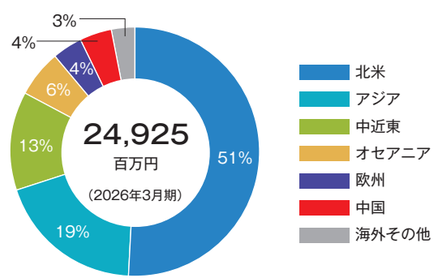
国内シェア			
1位 88.3%	2位 29.7%	1位 66.8%	4位 14.3%

世界シェア	
2位 18.6%	8位 3.2%

セグメント別売上高構成



海外・地域別売上高構成



セグメント別戦略

国内建設機械

国内建設機械ルートは、エンジンコンプレッサ、高所作業車、エンジン発電機を中心に展開しています。レンタル会社や販売代理店を主な販路として、建設・土木・設備工事などに製品を提供し、特にエンジンコンプレッサと高所作業車で高い市場シェアを有しています。同事業を安定収益基盤と位置づけ、市場環境の変化を踏まえて製品競争力と営業力を高め、創出した収益を成長戦略の原資として活用し、企業価値向上につなげていきます。

リスク

- 市場や工法変化の進展によるエンジンコンプレッサ市場の縮小
- 建設現場の人手不足による工事計画の停滞に伴う、高所作業車需要の減少
- 安価な海外製品流入で価格競争が激化するリスク

機会

- CO_2排出量・削減量モニタ付エンジン発電機による差別化
- バイオ燃料対応発電機など環境配慮型製品への需要拡大
- 大型エンジンコンプレッサの新規投入による更新・入れ替え需要の獲得

市場環境・当期業績

当期の国内建設機械市場は、建設機械需要が減少傾向にある中、製品ごとに販売動向が分かれました。エンジンコンプレッサは、総需要が大きく減少した影響を受け、出荷が減少しました。一方、エンジン発電機は、販売戦略が功を奏し、広域レンタル会社向けを中心に販売が伸長しました。高所作業車は、総需要が前年を下回ったものの、建設需要の旺盛さを背景に堅調に推移しました。これらの結果、国内建設機械の売上高は19,626百万円となり、前期比3.6%減となりました。

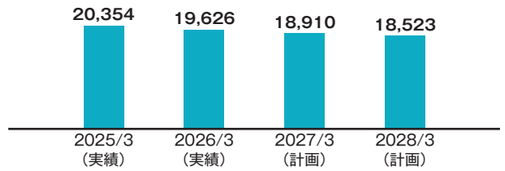
今後の課題・戦略

今後は、国内建設機械需要の減少傾向や、人手不足・原材料高騰を背景とした工事計画の停滞に加え、工法変化や安価な海外製品の流入による価格競争の激化など、厳しい市場環境が続くことを想定しています。

エンジンコンプレッサは、大型機種の後継機投入により更新・入れ替え需要の獲得を図るとともに、高い市場シェアを活かし、収益基盤の維持・強化に取り組みます。エンジン発電機は、CO_2排出量・削減量モニタ搭載機やバイオ燃料対応発電機など、環境対応を訴求できる製品で差別化を図ります。高所作業車は、小型機での強みを維持しながら、中・大型機種の拡販や機能強化によりシェアの維持・拡大と収益力の向上を図ります。

国内建設機械事業は当社グループの安定収益基盤であり、創出した収益を成長分野への投資原資として活用することで、グループ全体の持続的な成長を支えていきます。

売上高（百万円）



前年からのアップデート：中期ビジョン2027の具体化

1 環境対応製品の強化	CO_2モニタ搭載機やバイオ燃料対応発電機など、高付加価値製品による差別化を推進。
2 発電機販売領域の拡大	未納入レンタル会社の開拓を進め、新規顧客獲得による販売拡大に取り組む。
3 エンジンコンプレッサの競争力向上	大型機種後継開発や製品改良を進め、市場シェアの維持・拡大を図る。
4 高所作業車の事業領域拡大	新たな用途展開や販売チャネル拡大を進め、市場環境の変化に対応。

Topics

バイオ燃料エンジン発電機を市場に投入

当社は、建設現場における脱炭素化ニーズの高まりを受け、バイオ燃料対応発電機の開発を進めています。内部部品の仕様を見直し、バイオ燃料使用時の信頼性向上を図るとともに、CO_2排出量・削減量を表示する機能を搭載し、使用時の環境負荷低減効果を可視化します。今後は対象機種を順次拡大し、環境配慮型製品のラインアップ拡充を進めていきます。



セグメント別戦略

海外建設機械

海外建設機械ルートでは、エンジンコンプレッサ、エンジン発電機を中心に、販売代理店やレンタル会社を通じて、北米、アジア、中近東、オセアニアなどの建設・土木・資源開発をはじめとする幅広い現場に製品を提供しています。各国・地域で異なる市場特性や環境規制、顧客ニーズに対応しながら、現地パートナーとの連携強化、製品ラインアップの拡充、サービス体制の整備を進めています。
当社グループは、「中期ビジョン2027」において、海外建設機械ルート、特に北米市場を将来のコア成長領域と位置づけています。国内市場の成熟を踏まえ、北米を中心とする新規販路の開拓と市場シェアの拡大を進めるとともに、アジアやオセアニアなどにおける事業基盤の強化に取り組んでいます。

リスク

- 各国・地域の建設需要・設備投資需要の変動による売上減少
- 為替変動及び関税による収益圧迫
- 中東情勢をはじめとする地政学上の不確実性
- 原材料価格、エネルギー価格、国際物流費の高騰
- 現地人材不足による販売・メンテナンス提供力低下
- 競合他社との価格競争激化
- 各国の規制強化・認証取得へのコスト増加

機 会

- インフラ投資拡大による需要拡大（北米、アジア、中近東など）
- 省エネ・高効率・高品質などの高付加価値機器への需要拡大
- 現地サービス体制の強化による顧客との継続的関係の構築
- IoT技術を活用した遠隔監視・サービスの強化
- 脱炭素社会への対応製品や環境負荷低減製品の開発による需要拡大
- 新規販売代理店の開拓と販売ブランド及び販売チャネルの拡充

市場環境・当期業績

海外建設機械の売上高は24,925百万円（前期比4.8%増）となりました。北米では、レンタル会社によるエンジン発電機の在庫調整が落ち着き、販売が回復基調で推移したほか、エンジンコンプレッサの出荷が大きく伸長しました。一方、中国を含むアジア向けの出荷は低調に推移しましたが、北米販売の増加でこれを補い、海外の建設機械事業全体の売上は過去最高を更新しました。

利益面では、原材料価格の高騰や米国関税の影響がありましたが、販売価格への転嫁が寄与し、利益を確保することができました。

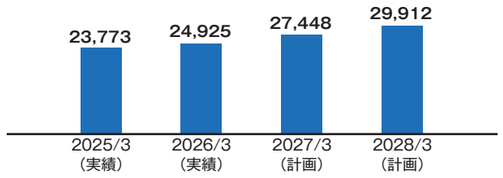
今後の課題・戦略

今後も北米を最重要市場と位置づけ、販売代理店との連携を一段と強化し、大手広域レンタル会社との取引拡大を進めます。アジアでは、既存販売代理店との関係強化に加え、新たな市場で販売代理店の開拓を進め、オセアニアでは、複数ブランドの展開などを通じて販売機会の拡大を図ります。中近東については、地政学上のリスクを慎重に見極めながら、エンジンコンプレッサ及びエンジン発電機の需要獲得に取り組みます。

また、市場ごとのニーズや規制に対応した高付加価値製品、環境負荷低減製品の開発・投入を進め、価格だけに依存しない競争力の向上を図ります。さらに、海外事業の拡大に対応するため、生産能力の増強、開発力の強化、品質向上に向けた投資を継続します。

原材料価格や関税、物流費などのコスト上昇に対しては、原価低減活動と販売価格への適切な転嫁を進め、同時に、製品構成の改善、現地サービスの拡充、部品・保守収益の獲得を通じて、売上高の拡大だけでなく、海外事業の収益力向上にも取り組んでいきます。

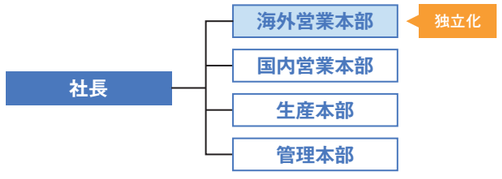
売上高（百万円）



Topics

海外営業部を本部として独立化

グローバル戦略を加速させるため、営業本部の中にあった海外営業部を海外営業本部として独立させることで、意思決定の迅速化とリソースの集中を図ります。



国内産業機械

国内産業機械では、工場設備として使用されるモータコンプレッサを中心に、エンドユーザーとの関係構築を進めています。製品納入時や点検時に把握できる使用環境・稼働状況を顧客管理に活かし、更新提案、保守、部品供給までを一体で展開することで、本体販売に依存しない継続的な収益基盤の構築を目指します。今後は、産業機械専任営業体制、エーエスシーとの連携、サービス人員・協力工場ネットワークの拡充を進めます。特にメンテナンス需要の大きい中型機以上のモータコンプレッサ拡販を強化するとともに、顧客管理台帳を活用した顧客情報の蓄積・分析により、リピート受注や更新需要の獲得に取り組みます。さらに、リーファーコンテナ用発電機・高所作業台など、既存技術を活かした新領域への展開も進め、国内産業機械ルートを将来のコア成長領域として育成してまいります。

リスク

- 専任営業・技術営業人材の不足、1台売りの営業負荷
- 顧客管理・メンテ情報の未整備による部品・サービス流出
- 価格競争や競合の省エネ提案により、既存顧客の囲い込みが進みにくいリスク

機 会

- 産業機械専任営業37名体制による新規開拓の加速
- エーエスシー・販売促進部と連携したメンテナンス収益の拡大
- 顧客管理台帳/定額メンテナンスによる囲い込み
- 中型機以上・リーファーコンテナ用発電機などのシェア拡大余地

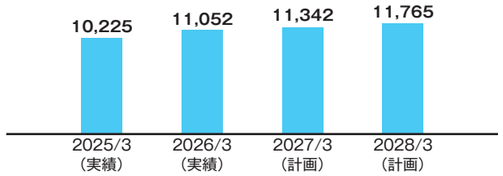
市場環境・当期業績

国内建設機械は人手不足や原材料高騰による工事進捗の鈍化により弱含みですが、生産工場向けのモータコンプレッサ市場は概ね横ばいで推移しています。一方、インバータ機・オイルフリー機など高付加価値機種への需要が高まり、金額ベースでは拡大余地があります。2026年3月期は産業機械事業が増収増益となり、モータコンプレッサ売上高は前年比約1%増。国内シェアは14～15%、年間約2,800台水準です。1%のシェアアップには約280台の新規獲得が必要であり、専門営業力と保守チャネルの継続強化が重要です。

今後の課題・戦略

13年ぶりに建設機械と産業機械を分離し、産業機械専任営業を37名体制へ拡充しました。コンサルタント会社・設備設計会社への形式指定営業、商社・代理店との協働、コベルコOEMを含む販売拡大を進めます。エーエスシー・販売促進部・産業機械営業部門で顧客管理台帳を整備し、3,000時間/6,000時間の定額メンテナンスやリース提案を組み合わせ、ストック収益化を図ります。点検時期・新車入れ替え時期を主治医のように管理し、「次もAIRMAN」につなげる体制づくりを進めます。

売上高（百万円）



専任営業 37名体制 | **国内シェア 14～15%** | **販売台数 約2,800台** | **部品・サービス高収益化**

Topics

手押し式高所作業台ENHLシリーズの需要拡大

工場や物流、車両整備などの現場では、高所作業時の安全確保に対する意識が一段と高まっています。当社の手押し式高所作業台ENHLシリーズは、作業者の安全性と作業効率の向上に貢献する製品として、高所現場での整備、清掃、点検、工場保全など幅広い用途で引き合いが増加しています。背景には、安全対策を将来への投資と捉え、専用予算を確保する企業が増えていることがあります。また、現場で扱いやすい手押し式であることも評価され、導入検討の裾野が広がっています。展示会などでの認知向上も販売拡大を後押ししており、今後も用途や業種の分析を進め、販売店との連携を強化しながら、安全で働きやすい現場づくりに貢献してまいります。



サステナビリティ

サステナビリティ基本方針

■ 私たちは、国際ルール、法令を遵守し、公正、誠実に業務を遂行します。
■ 私たちは、人権を尊重し、児童労働・強制労働は行いません。
■ 私たちは、ステークホルダーとの関係を大切にし、適時かつ適正な情報開示を行います。

この方針に基づき行動するとともに、サプライチェーン全体に浸透するべく、取り組んでまいります。

当社は、社会や地球環境との調和を図りながら、製品やサービスを通じて世界の人びとに喜びや豊かさ、幸福感を提供し続けていくことを目指しています。これらを実現するために、適正な企業統治のもと、社会から信頼される企業として、革新的な製品やサービスを通じ、社会の課題解決と持続的発展に貢献していきます。なお、事業環境の変化等に伴い、2022年に策定したマテリアリティをあらためて見直し、以下の表に整理しました。

サステナビリティ委員会の設置について

当社グループは、取締役会がサステナビリティをめぐる課題に対応するために、中長期的な企業価値向上の観点から、任意の諮問機関「サステナビリティ委員会」を設置し、これらの課題に積極的・能動的に取り組んでおります。

サステナビリティ委員会は、代表取締役社長を機関の長として構成しており、策定した方針に基づき、サステナビリティをめぐる課題に対応する戦略を策定・推進する役割を担っております。

また、サステナビリティ委員会は、気候変動を含めた重要なリスクや機会等について審議・監督を行い、必要に応じて取締役会へ報告し、サステナビリティ課題と全社的な経営戦略の統合を図るとともに、取締役会にて議論・検討することにより、取締役会の監督が適切に行われる体制を整備しております。

マテリアリティの特定

AIRMANは、持続可能な社会の実現と中長期的な企業価値向上を両立させるため、社会課題と事業の関係性を整理し、重要課題（マテリアリティ）を特定しています。外部環境や社会的要請を踏まえつつ、当社の強みや経営戦略、ステークホルダーの期待を総合的に考慮し、経営において優先的に取り組むべき課題を明確化しています。

社会課題の抽出
GRIスタンダードやSDGsをはじめとする国際的な基準を参照し、気候変動、環境規制の強化、人口構造や産業構造の変化など、事業を取り巻く外部環境を踏まえ、社会や市場が直面する課題を幅広く抽出。

当社視点
抽出した社会課題について、当社の事業内容、技術力、経営戦略との関連性や、事業機会・リスクの観点から評価し、AIRMANとして取り組む意義や影響度を整理。

ステークホルダー視点
お客さま、取引先、従業員、地域社会、株主など多様なステークホルダーの期待や関心を踏まえ、社会的影響度や要請の大きさを評価し、重要性の高い課題を抽出。

マテリアリティの特定
社会課題の重要性と当社にとっての経営上の重要性を総合的に評価し、経営戦略と連動させる形でマテリアリティを特定。

マテリアリティ	SDGs目標	リスク	機会	主な取り組み
環境保全への取り組み	7 12 13	■ 気候変動対応や環境規制強化に伴うコスト増加 ■ 省エネルギー・脱炭素への対応遅れによる競争力低下 ■ 環境配慮不足による企業評価・ブランド価値の低下	■ 環境対応技術・省エネ技術の高度化による他社との差別化 ■ エネルギー使用削減によるコスト削減・収益性向上 ■ 環境先進企業として顧客・投資家からの信頼獲得	**工場の省エネルギー化** ---- 使用電力量の「見える化」による重点管理、休日の待機電力削減。DX活用による生産性向上とエネルギー原単位改善 **再生可能エネルギー導入** ---- 水力発電によるCO_2フリー電力、太陽光エネルギーの活用 **排出物・廃棄物削減** ---- 汚泥排出方法の見直し、設備・工程改善による廃棄物発生抑制 **緑化推進活動** ---- 工場内「ふるさとの森」づくりによる生物多様性・環境意識向上
次世代製品の開発	8 9 17	■ 環境規制・市場変化への対応遅れ ■ 技術革新の停滞による競争優位性の喪失 ■ 海外市場における技術・規制対応リスク	■ 脱炭素・省エネ市場の拡大による新需要獲得 ■ 新市場・新用途の開拓 ■ 知財戦略による市場独占・参入障壁構築	**水素・バイオ燃料製品の開発** -- 水素専焼エンジンコンプレッサ、水素燃料電池式発電装置、バイオ燃料対応発電機の研究開発・実証試験を推進 **高効率・省エネ技術** ---- 新歯形設計によるエアエンドの超高効率化、インバータ制御や次世代制御による最適運転を実現 **新市場向け製品** ---- リーファーコンテナ用発電機の性能向上・市場投入を進め、国内実績を基盤に海外展開を検討 **知財戦略の実践** ---- 次世代製品・海外関連技術を中心に特許・意匠出願を強化し、知財保有件数（国内外 特許/意匠/商標）を2024年度393件から2027年度415件へ拡大予定 **研究開発体制の強化** ---- 技術開発部門を新設し、グループ会社とも連携した研究開発体制を構築。水素技術試験場を新設、次世代製品の開発を加速
海外展開の強化	8 9 17	■ 海外市場の法規制・商習慣への対応不足 ■ 代理店・パートナーとの関係悪化 ■ 為替変動・地政学リスク ■ 海外向け製品の品質・仕様不適合	■ 新興国・海外市場の需要獲得 ■ 事業ポートフォリオの改革による安定成長 ■ 海外でのブランド力のさらなる向上 ■ グローバル人材による多様性創出	**代理店との関係強化** ---- 定期的な情報共有・技術研修・共同マーケティングを通じ、販売力と信頼関係を強化 **海外向け製品開発** ---- 現地の使用環境・法規制・顧客ニーズに対応した製品ラインアップの開発 **M&A・資本業務提携** ---- 現地企業との提携により、販売網・サービス体制・人材を迅速に拡充 **グローバル人材育成** ---- 海外駐在・現地採用・語学教育を通じ、海外事業を担う人材を育成
人的資本経営の推進	3 5 8	■ 少子高齢化による労働力不足 ■ 技能・ノウハウの断絶 ■ モチベーション低下による人材流出 ■ 多様性不足による組織硬直化	■ 働きやすい環境整備による採用競争力の強化 ■ 若手育成・技能継承による技術力の強化 ■ 多能工化による事業運営の柔軟性向上 ■ ダイバーシティ推進によるイノベーション創出 ■ 戦略的人材配置による事業効率向上	**若手育成・技能継承** ---- 若手社員への段階的教育プログラムやOJTを通じ、熟練社員の技能・ノウハウを体系的に継承 **多能工化の推進** ---- 製造現場における複数工程対応を可能にする教育を実施し、柔軟な人員配置と生産性向上を実現 **ダイバーシティの推進** ---- 女性・外国人・キャリア採用の拡大、管理職登用の促進、女性活躍推進に関する研修の実施 **働きやすい職場環境整備** ---- 製造現場の自動化を推進し、年齢・性別を問わず作業しやすい環境を整備。働き方改革や安全・健康への配慮を通じた定着率向上 **戦略的人事管理** ---- 65歳以上の雇用制度導入や、海外戦略を見据えた人員再配置。将来の組織体質強化を見据えた新入社員の計画的配属
高品質な製品の安定供給	9 12	■ 製品品質・安全性の問題による信頼低下 ■ 納期遅延による顧客信頼の喪失 ■ サプライチェーンの寸断 ■ 生産設備・資材の老朽化	■ 高品質・安定供給による信頼強化・受注拡大 ■ 生産性向上による収益性改善 ■ サプライチェーン強化による事業安定性向上 ■ ブランド力向上による新規受注	**品質管理の徹底** ---- 品質マネジメントシステムを確立・運用し、製品品質の維持・向上を継続的に改善 **クレーム削減活動** ---- 不良要因の分析と再発防止策を講じ、不良率・クレーム件数の低減を推進 **生産性・能力向上** ---- 生産ラインの改善や設備投資により、稼働率向上と納期遵守を実現 **サプライチェーン管理** ---- サプライヤーとの定期的な情報共有や品質基準のすり合わせ
風通しの良いガバナンス体制	8 16 17	■ 情報の分断による経営判断の遅れ・誤り ■ コンプライアンス違反・不祥事の顕在化 ■ 海外拠点・グループ会社の統治不全 ■ 従業員エンゲージメントの低下	■ 迅速かつ質の高い意思決定の実現 ■ 現場知見を活かした新規事業・M&A機会の創出 ■ ステークホルダーからの信頼獲得 ■ 社員の主体性・組織活性化の促進	**情報集約・数値管理** ---- 経営企画室が中心となり、各部門・グループ会社の業績・KPIを一元管理し、経営会議へ定期的に報告 **全社横断的な情報共有** ---- 部門間会議やプロジェクト横断ミーティングを定例化し、現場課題や改善提案を経営層と共有 **提案制度の運用** ---- 社員からのボトムアップ提案を受け付け、実行状況や成果を社内で可視化 **ガバナンス・内部統制強化** ---- コーポレートガバナンス・コードに則ったガバナンス体制の構築、内部統制システム基本方針の運用、情報セキュリティ規程の整備 **海外拠点対応** ---- 海外拠点の事業計画進捗を定期的にモニタリングし、現地経営と本社の連携を強化

環境への取り組み

地球温暖化や資源制約が深刻化する中、当社は企業活動のあらゆる場面で環境負荷の低減に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。当社の主力製品であるエンジンコンプレッサ及びエンジン発電機は、ディーゼルエンジンを駆動源としており、運転時にCO_2を排出します。このため、製品の使用段階におけるCO_2排出量の低減は当社にとって最重要課題のひとつとなりますが、当社単独の取り組みだけでは、その効果は非常に限定的であり、対応型原動機の開発や対応エネルギーのインフラ整備等に大きく左右されます。

当社は、こうした外部環境の変化を注視しつつ、新技術を確実に製品へ適用できるよう、研究開発及び技術基盤の強化を図ってまいります。次世代に向けた環境配慮型製品の取り組みについては、後述の研究開発のページでご紹介します。

また、製品の生産・輸送に伴うCO_2排出量の削減についても、2050年度カーボンニュートラルの実現に向け、継続的な取り組みを推進しています。中期ビジョン2027における施策の推進により、2026年3月期のCO_2排出量(Scope1,2)は2014年3月期比67%削減となり、日本政府が掲げる削減目標(2014年3月期比:2031年3月期は46%減、2036年3月期では60%減)を上回る水準を達成しました。

一方で、2026年4月の子会社吸収合併に伴い、CO_2排出量の算定対象となる事業活動の範囲が拡大したことから、2027年3月期におけるScope1,2のCO_2排出量は増加する見込みです。

今後は統合後の事業所を含め、中期ビジョン2027の取り組みにより購入電力の再生可能エネルギー化や太陽光発電設備の導入拡大などを計画的に推進し、生産能力の強化と環境負荷低減の両立を図ることで、日本政府が掲げる削減目標を見据えながら、CO_2排出量の削減に継続して取り組んでまいります。

取り組み分野		2050年目標	重点取り組み項目
気候変動	1	製品から排出されるCO_2排出量の削減	■ 製品の燃費改善 ■ 電動化、ハイブリッド化製品のラインアップ拡大 ■ CN(カーボンニュートラル)燃料などエネルギーの多様化に対応する技術開発
	2	事業拠点におけるCO_2排出量の削減	■ 生産活動で排出されるCO_2を削減(t-CO_2/売上) ■ 物流活動で排出されるCO_2を削減 ■ 太陽光発電設備の導入 (今後も順次設置) 製品ストックヤード屋上に設置した太陽光発電設備 
資源循環	3	地球に存在する限りある資源の有効活用と循環利用の促進	■ 製造段階における、人体に有毒な危険物の削減 ■ 製品、製造段階におけるリサイクル率の向上
生物多様性	4	多様な植物や生物が生息できる環境を維持し、地域とのコミュニケーションを促進	「ふるさとの森」づくりの継続的な維持管理

Scope3への対応

当社では、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量削減に向けて、Scope3排出量の把握と削減に取り組んでいます。特に、購入する原材料や部品に由来する排出量については、調達先との連携や環境負荷の低い材料の活用に向けた検討を進めています。

Scope3 カテゴリー1(購入した製品・サービス)に関する取り組み

グリーン調達

当社は、環境負荷低減の観点を踏まえた調達活動を推進しています。調達先とのコミュニケーションを通じて、環境に関する取り組みや低炭素材料に関する情報収集を行うとともに、品質、供給安定性及び経済性とのバランスを考慮しながら、環境負荷低減につながる調達のあり方を検討しています。

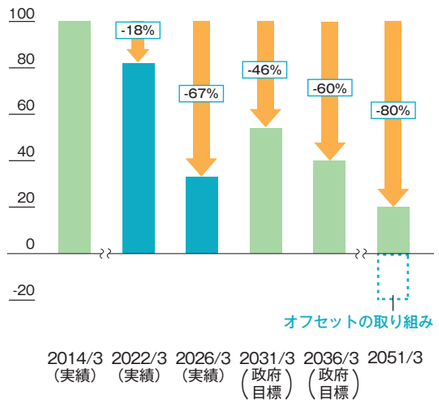
低炭素鋼材の活用

原材料調達段階における温室効果ガス排出量削減の取り組みの一環として、鉄鋼メーカーが提供する低炭素鋼材を展示会出展機の一部に採用しました。これは、環境負荷の低い材料の活用可能性を検証するための取り組みです。

当社では、低炭素鋼材をはじめとする環境配慮型材料について、製品特性や供給体制などを踏まえながら活用の可能性を検討しており、今後もScope3排出量の削減に向けた取り組みを進めてまいります。

Scope1,2に対する状況

Scope1,2のCO_2排出量(2014/3比)

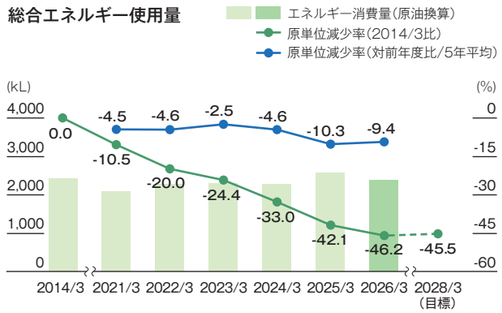


当社は2005年にISO14001の認証を取得し、以降、環境に関する取り組みの継続的なマネジメントを行ってまいりました。現在は中期ビジョン2027で設定した目標の達成に向けた施策を推進しており、当社が重要項目と位置づける①総合エネルギー使用量、②CO_2排出量、③廃棄物排出量、④リサイクル率の推移を以下に示します。

1 総合エネルギー使用量

省エネ型設備への更新、設備稼働のスケジュール管理、稼働条件の最適化等に継続的に取り組んだ結果、2026年3月期において、減少率(2014年3月期比)46.2%を達成しました。

総合エネルギー使用量



原単位減少率実績(対前年比 5年平均)

-9.4%(規制値:-1.0%以上)

省エネ法「事業者クラス分け評価制度」で7年連続Sクラスを達成中です。

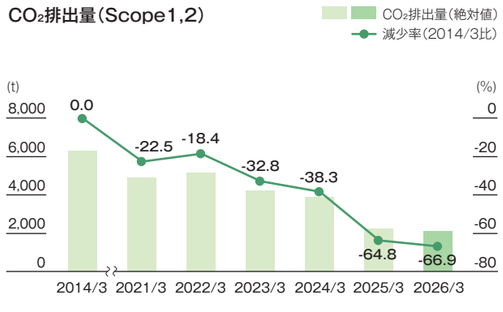
原単位減少率(2014年3月期比)

2026年3月期 実績	-46.2%
中期ビジョン2027 目標(2026年3月期~2028年3月期)	-45.5%

2 CO_2排出量(Scope1,2)

昨年度と同様に、2026年3月期も政府目標(2036年3月期:2014年3月期比60%減)の水準を維持しています。事業活動範囲の拡大により2027年3月期は増加見込みですが、中期ビジョン2027の活動によりCO_2排出量を適切に維持・管理できるよう取り組んでまいります。

CO_2排出量(Scope1,2)



CO_2排出量絶対値(2014年3月期比)

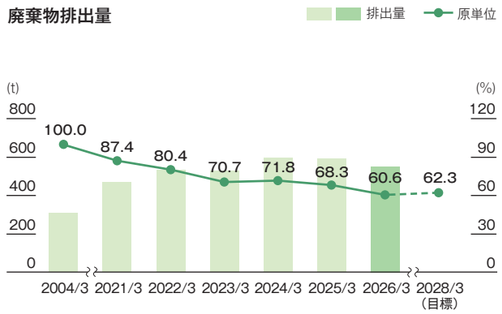
2026年3月期 実績	-66.9%
中期ビジョン2027 目標(2026年3月期~2028年3月期)	-64.8%(維持管理)

中期ビジョン2027では維持管理項目としますが、継続して太陽光発電設備の導入を進めていきます。

3 廃棄物排出量

2026年3月期は、塗装プラントにおける前処理工程の変更により排出量低減の効果が見られました。今後も中期ビジョン2027の活動によって排出量の削減に取り組んでまいります。

廃棄物排出量



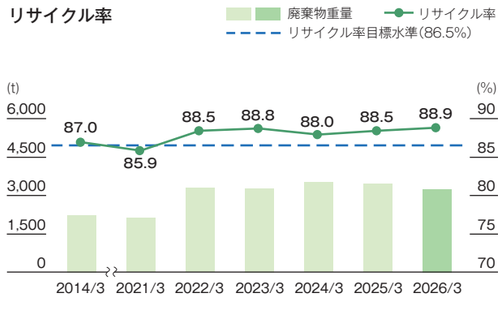
原単位減少率(2004年3月期比)

2026年3月期 実績	-39.4%
中期ビジョン2027 目標(2026年3月期~2028年3月期)	-37.7%

4 リサイクル率

次世代製品の開発案件等により一部不確実性はあるものの、リサイクル率86.5%以上の維持・管理を継続して進めてまいります。

リサイクル率



リサイクル率

2026年3月期 実績	88.9%
中期ビジョン2027 目標(2026年3月期~2028年3月期)	86.5%以上の維持管理

研究開発

研究開発の基本方針

当社は、建設機械、産業機械、海外事業、新市場の各事業分野において、開発資源の有効活用と事業性に関する課題の解決を図るべく、営業部門と連携しながら研究開発テーマの優先順位を戦略的に決定し、研究開発を推進しています。特に、中長期的な企業価値の創出に資する取り組みとして、サステナビリティ及び脱炭素社会の実現に貢献する次世代製品の開発に注力しています。

製品開発における5本の柱

持続的な成長と社会課題への対応を目指し、当社では製品開発の方向性として「5本の柱」を設定しました。これにより、水素関連製品やバイオ燃料対応製品、エアエンド（圧縮機本体）の高効率化、次世代省エネ制御システム、ハイブリッド・電動化、新市場参入製品など、重点領域を明確化し、技術革新と事業拡大を加速させています。

製品開発 5本の柱

1 水素関連製品の研究開発と事業化

水素専焼エンジンや水素燃料電池など、水素を活用した次世代製品の研究開発と実証試験を推進し、社会実装・事業化を目指します。

2 バイオ燃料対応製品の早期市場投入

バラフィン系やFAME系などのバイオ燃料に対応したエンジン発電機等の製品開発が完了し、市場投入を進めます。

3 エアエンドの超高効率化・新省エネ制御の追求

スクリュロータの新しい歯形設計や次世代制御などによる、エアエンドの超高効率化、省エネ性能の向上を図ります。

4 ハイブリッド・電動化の検討

ハイブリッド式発電機や電動化技術の開発を進め、ユーザーメリットと環境対応を両立させます。

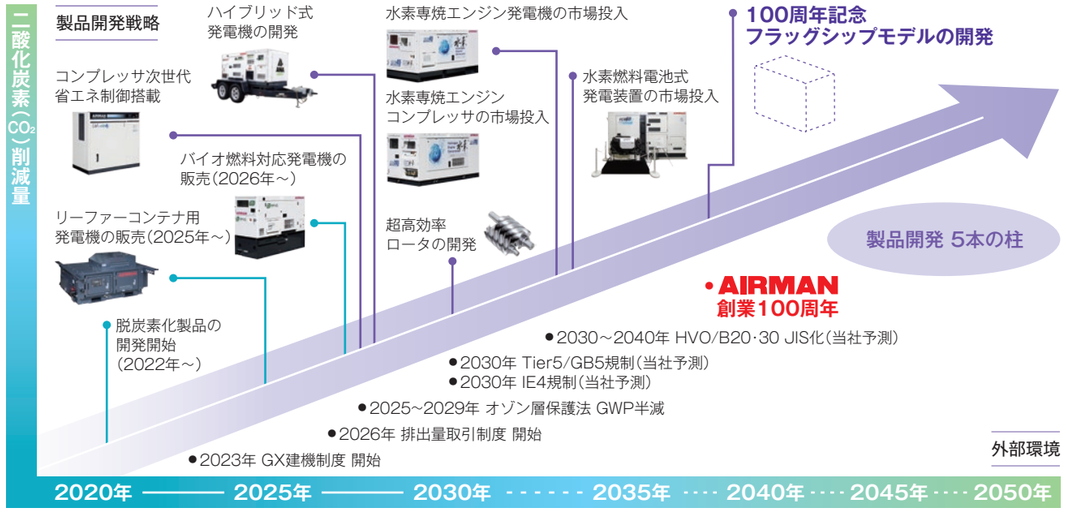
5 新市場への参入製品の開発

リーファーコンテナ用発電機など、従来とは異なる新たな市場・販路に向けた製品開発を推進し、次期の成長の中核となる事業を創出します。

次世代製品　開発ロードマップ

サステナビリティ委員会にて脱炭素社会の実現に向けて取り上げた「技術的な機会とリスク」をTCFDの視点を取り入れ外部環境を分析しながら、マーケティング戦略と製品開発戦略の両面から脱炭素・低炭素製品の研究開発を中長期的に推進しています。

下図は、これらの方針に基づく次世代製品の開発ロードマップを示したものです。



研究開発の成果と投資状況

当社では、持続可能な成長と競争力強化を目指し、積極的な研究開発投資を行っています。これまでに、次世代技術や新製品の開発を通じて多くの成果を上げており、設備投資や人的資本への投資も着実に拡大しています。

以下に、研究開発の主な成果と投資状況についてご紹介します。

主な成果

■ SHS265LC-501　水素専焼エンジンコンプレッサ

当社が2024年より開発を進めている水素専焼エンジン搭載コンプレッサは、2025年に出力向上を実現し、社内での性能評価及び信頼性検証を完了しました。2026年は市場実証試験の段階へ移行し、9月より福島で実際の使用環境における運用データの収集と性能検証を進めています。



■ SDG13/25/45　バイオ燃料対応発電機

当社はバイオ燃料に関する評価試験及び複数回にわたる実証試験を実施しました。その結果、HVO（Hydrotreated Vegetable Oil）やGTL（Gas to Liquids）といったパラフィン系燃料に加え、FAME（脂肪酸メチルエステル）系のReESEL燃料にも対応可能なエンジン発電機を開発し販売を開始しました。各バイオ燃料の特性を調査し、燃料系統をバイオ燃料に対応した仕様へ改良し、さらに操作盤には使用する燃料に応じたCO_2排出量及び削減量を表示する機能を搭載しています。



SDG45LX　量産モデル



CO_2 表示装置

■ PDSG750LVR-5C6

当社は業界に先駆け、油分の流出防止機能を備えたオイルフェンス一体型エンジンコンプレッサのシリーズ展開を推進してまいりました。新たにPDSG750LVR-5C6を開発しラインアップに加えることで、お客さまの多様なニーズにお応えできる製品群をさらに拡充しました。



■ SMWD200S-6E

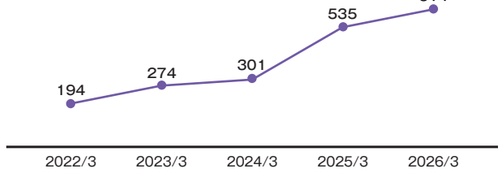
オイルフリーモータコンプレッサは22～160kWクラスを展開していますが、市場シェア拡大に向けて、ラインアップを拡充する屋外設置型・水冷式200kWオイルフリーコンプレッサSMWD200S-6Eを新たに開発しました。



研究開発費

研究開発費への投資は、近年急速に増加しています。新技術や次世代製品の開発を加速させるため、積極的な資源投入を継続しており、これにより当社の競争力と持続的成長の基盤が一層強化されています。

研究開発費の推移（百万円）



新開発試験場の建設

製品の規制強化に加えユーザー要求の高度化により、製品の複雑化・多機能化が進み、設計検討及び評価試験の工数が増加しています。このため、水素製品を含む新製品の開発・試験の効率化を目的として、開発機の新たな試験・評価設備の導入を計画的に進めています。





◀ 開発試験場（第一期工事完工）

本ページで紹介した研究開発の取り組みと成果は、当社が持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指して積み重ねてきたものです。今後もサステナビリティ委員会のもと、脱炭素社会への貢献や新たな市場ニーズへの対応、そして技術革新を推進し続けることで、社会課題の解決と企業としてのさらなる成長を両立させていきます。研究開発への継続的な投資と人材育成を通じて、これからも社会とお客さまに信頼される価値を創出してまいります。

人材戦略

人材に関する基本的な考え方

当社は、100年企業に向かって成長を続けるにあたり、最も重要なステークホルダーのひとつである「社員」が誇りを持って働ける会社となることを目指しております。経営理念と行動指針のもと、社員一人ひとりの存在と組織のあり方を見つめ直し、「人事ビジョン」を策定、5つの基本方針に沿って取り組みを推進してまいります。



モチベーション

「社員一人ひとり高いモチベーションを持って組織の士気を高める」ことを基本方針とし、公平な人事制度の構築やエンゲージメント調査の実施を推進しています。2025年度は、2024年度に開始した新人事制度定着のため、研修を実施。育児休業取得率は女性100%、男性70.8%、育児目的休暇制度の取得率は62.5%と高い水準を維持しています。

実施項目及び目標

- 公平な人事制度の構築
  - 育児休業取得率
    - 目標とする指標：女性 100%維持／男性 10%以上
  - 育児目的休暇制度の取得率
    - 目標とする指標：対象者の60%以上
- エンゲージメント調査の実施

人材育成

「社員一人ひとりが成長し、成長を実感できる環境を整備・改善する」ことを掲げ、階層別教育体系の整備やジョブローテーションの実施、高年齢者を育成担当として活用しています。2025年度は知識・スキル習得を目的とした階層別研修や、若手社員・管理職とのコミュニケーションを重視した研修を実施。幅広い業務経験・マルチスキル化を目的とした配置転換や、65歳以上の雇用制度による若手社員への教育も推進しています。

実施項目及び目標

- 階層別教育体系の整備
- 人材育成を目的としたジョブローテーションの実施
- 高年齢者を育成担当として活用

多様性

「人材の多様性を推進し、異なる価値観が会社を成長させる」ことを基本方針とし、女性の採用と管理職への登用、外国人の採用と管理職への登用、中途採用比率の向上に取り組んでいます。2025年度の女性社員比率は18.4%（対前年同期+0.6ポイント）、中途採用比率は43.9%（対前年同期△13.4ポイント）となっています。

実施項目及び目標

- 女性の採用と管理職への登用
  - 女性社員比率
    - 目標とする指標：女性 22.7%（製造業平均）
- 外国人の採用と管理職への登用
- 中途採用比率の向上

グローバル

「海外展開拡大を見据えた人事対応」を掲げ、現地法人の事業規模に対応した人事・配置と人事ローテーション、即戦力となる人材の中途採用を推進。2025年度は海外戦略に対応した人事異動を進めました。

実施項目及び目標

- 現地法人の事業規模に対応した人事・配置と人事ローテーション
- 即戦力となる人材の中途採用

人事・配置

「戦略的・育成的観点での人事・配置を実現する」ことを掲げ、事業戦略と連動した人事・配置の構築、人事異動の検討に必要な人事情報の整備、本部間・部門間の人事異動を計画的に実施。将来的な組織体質の強化を見据えた新入社員の配属や人事情報データベースの運用開始、各本部間における人事異動の実施及び将来的な幹部候補の育成を進めています。

実施項目及び目標

- 事業戦略と連動した人事・配置の構築
- 人事異動の検討に必要な人事情報の整備
- 本部間・部門間の人事異動を計画実施

人事制度

当社は、2024年4月に「未来志向で、公平な働きがいのある会社」をコンセプトとした新たな人事制度をスタートさせました。このコンセプトは4つのキーワード（Challenge、Career、Diversity、Fair）を推進することによって確立されます。

Challenge

挑戦を応援し、新たな役割や技術・製品・事業などへの挑戦を評価する組織文化を構築する。

Career

職務特性や職責を明確にして自己成長を意識できるようにするとともに、個性や適性を活かした配置によりモチベーションを高める。

Diversity

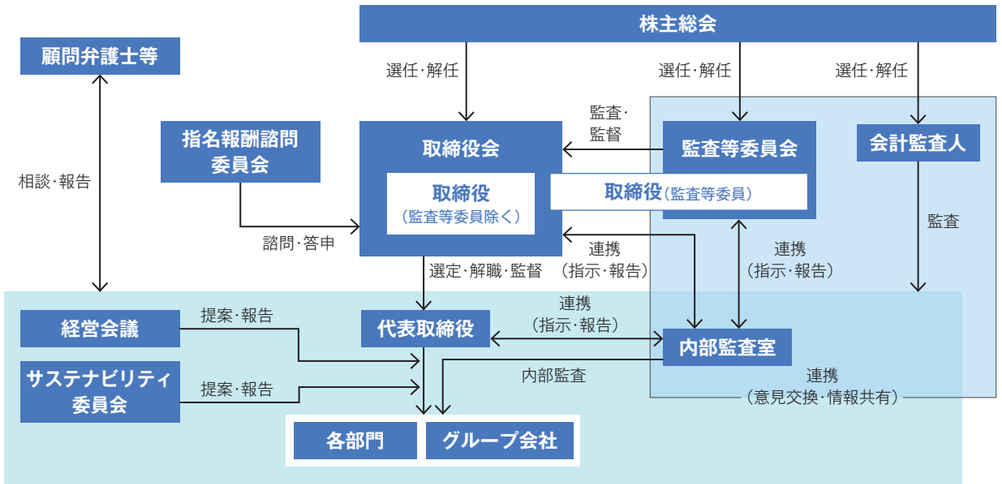
ライフイベントや年齢・性別など個人属性で業務が限定されないよう、多様な人材を各部門で登用しイノベーションの創出につなげる。

Fair

役割や成果貢献の違いに基づき、より分かりやすい公平な視点で評価を行う。

コーポレート・ガバナンス

当社は、法令遵守をはじめとし、企業倫理の重要性と経営の健全化を経営の最重要課題のひとつとして位置づけております。企業としての社会的責任を認識し、株主をはじめ、すべてのステークホルダーから一層信頼される企業を目指して、公正で透明性の高い経営の実現に向けてコーポレート・ガバナンスに取り組んでおります。



各会議体について

	構成メンバー		役割・目的
1 取締役会	8名	社内取締役 4名 社外取締役 4名	取締役（監査等委員であるものを除く。）4名及び監査等委員である取締役4名の合計8名で構成され、原則として月1回の定例取締役会のほか、必要に応じて臨時取締役会を開催し、さまざまな視点からの検討と意見交換を踏まえたうえで、法令、定款及び取締役会規則に定められた経営に関する重要事項を決定するとともに、業務執行の状況を監督してまいります。さらに、経営会議を毎月実施し、グループ全体の業務執行状況を把握し、速やかに経営判断を行い情報開示に反映することとしております。
2 監査等委員会	4名	社内取締役 1名 社外取締役 3名	常勤の監査等委員である取締役1名と東京証券取引所に独立役員として届け出た社外取締役（以下、「独立社外取締役」という。）である監査等委員3名で構成されております。監査等委員である取締役は、監査等委員会が定めた監査計画及び職務分担に従い取締役会などの重要会議に出席し、取締役の職務並びに業務執行について確認するほか、各部門及び子会社への往査、使用人との面談、稟議書など決裁書類やその他重要事項の閲覧などを通じて監査を実施することとしております。
3 指名報酬諮問委員会	5名	社内取締役 1名 社外取締役 3名 執行役員 1名	経営の透明性・客観性を高める観点から、任意の諮問機関「指名報酬諮問委員会」において取締役候補者の指名並びに役員報酬について審議しております。なお、客観性並びに透明性の確保の観点から、同委員会は過半数が独立社外取締役で構成される旨、「指名報酬諮問委員会規程」において規定しております。
4 サステナビリティ委員会	4名	社内取締役 3名 執行役員 1名	サステナビリティをめぐる課題への対応と中長期的な企業価値向上の観点から、任意の諮問機関「サステナビリティ委員会」において、策定した方針に基づき、サステナビリティをめぐる課題に対応する戦略を策定・推進しております。また、気候変動を含めた重要なリスクや機会等について審議・監督を行い、必要に応じて取締役会へ報告し、サステナビリティ課題と全社的な経営戦略の統合を図るとともに、取締役会にて議論・検討することにより、取締役会の監督が適切に行われる体制を整備しております。
5 経営会議	11名	社内取締役 4名 執行役員 7名	取締役会で定められた基本的方針と計画に基づき、会社全般にわたる業務運営に関して実務上の事項を審議するとともに、重要事項について、取締役会に上申または答申する機能を有する経営に関する会議です。

役員一覧



	佐藤 豪一	長沢 徳巳	金子 克	稲田 和男	金井 潤一	齋藤 貴加年	檜山 ゆりか	渡邉 菜穂子
現役職	代表取締役社長	常務取締役経営企画担当	取締役サステナビリティ推進担当	社外取締役	取締役常勤監査等委員	社外取締役（監査等委員）	社外取締役（監査等委員）	社外取締役（監査等委員）
取締役在任年数	5年	3年	4年	1年	4年	5年	1年	1年
年齢	満55歳	満59歳	満58歳	満63歳	満65歳	満53歳	満56歳	満45歳
企業経営	●	●	●	●		●		
財務・会計	●					●		
法務・リスク	●				●	●		●
開発・技術			●		●			
生産・調達			●		●			
営業・マーケティング		●					●	
人事・労務	●			●				
グローバル				●		●	●	

(注) 1. 各人に主に期待する専門性を最大4項目まで記載しております。
2. 上記一覧表は、各人の有するすべての経験や専門性を表すものではありません。
3. 各人の年齢は2026年6月26日時点のものです。

執行役員の氏名等（2026年3月31日現在）

地位	氏名	担当及び重要な兼職の状況
執行役員	笠輪 信彦	管理本部長
執行役員	高井 一嘉	国内営業本部長兼建機営業部長
執行役員	増田 功	生産本部長兼開発部長
執行役員	吉田 寛	海外営業本部長
執行役員	捧 徹哉	株式会社エーエスシー代表取締役社長
執行役員	藤浪 陽一	国内営業本部販売促進部長
執行役員	本島 秀章	国内営業本部産機営業部長兼東日本産機グループ長

社外取締役の選任理由

稲田 和男	稲田和男氏は、他社における海外での経営者としての実績があり、特に途上国の発展に貢献する事業の推進など国際的な経験と幅広い見識を有しており、当社の経営に対する助言や業務遂行の監督に十分な役割を果たしていただけるものと判断し、選任しました。
齋藤 貴加年	齋藤貴加年氏は、公認会計士としての豊富な経験と専門的な知識だけでなく、会社経営の知識・経験を有しており、それらを当社のコーポレート・ガバナンスの強化に活かしていただくことを期待し、選任しました。
檜山 ゆりか	檜山ゆりか氏は、マーケティングの専門家として他社で培ってきた豊富な知識と経験、中小企業診断士としての専門的な知見を活かして、多様な視点から当社経営への監督、助言等をいただくことを期待し、選任しました。
渡邉 菜穂子	渡邉菜穂子氏は、弁護士としての豊富な経験と専門的な知識を有しており、それらを当社のコーポレート・ガバナンスの強化に活かしていただくことを期待し、選任しました。

コーポレート・ガバナンス

議題

報　告	月次の業績、業務執行の進捗及び状況、取締役会実効性評価結果、政策保有株式についての保有の合理性等
決　議	事業報告及び計算書類の承認、自己株式の取得、株主還元施策及び株式報酬制度の導入、重要な契約及び設備投資の承認、組織・人事に関する重要事項、重要な社内規程及び内部統制関連方針の制定・改廃等

当社の役員に対するトレーニングの基本的な方針

① 取締役は、その役割・責務を適切に果たすために、当社の経営戦略、業績、財務状態、コーポレート・ガバナンス及び法令遵守その他の職務執行に必要な知識の習得及び継続的な更新、研鑽に努める。

② 当社は、個々の取締役に対し、就任時及び就任以降も継続的に、職務遂行に必要な情報や知識の提供、必要かつ適合したトレーニングの機会の提供、斡旋、その費用の支援を行う。

取締役会実効性評価

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現するため、毎年、取締役会全体の実効性について分析・評価を実施しています。2025年度は外部専門機関による第三者評価を実施し、アンケート調査や個別インタビュー等を通じて取締役会の運営や議論の状況を検証しました。その結果、中長期的な経営課題に関する議論の拡充や事務局機能の強化など、取締役会の実効性向上が確認されました。一方で、企業価値向上に向けた中長期戦略の議論深化や後継者計画の高度化など、新たな課題も認識しており、継続的な改善に取り組んでいます。

1. 強み・改善点	2. 課題	3. 取り組みの方向性
・中長期的な経営課題や戦略テーマに関する議論機会が拡大した。 ・議事運営や事務局機能の改善により、取締役会運営の実効性が向上した。 ・幹部人材育成の取り組みや社外取締役の積極的な提言が進展した。	・長期ビジョンを踏まえた中長期戦略や事業ポートフォリオに関する議論の深化。 ・付議事項・報告事項の見直しによる重要議題の審議時間の拡充。 ・後継者計画の高度化及び取締役会の多様性・知見の充実。	・中長期的な経営課題を計画的に議論する仕組みを強化する。 ・付議基準や報告事項を見直し、戦略議論の質の向上を図る。 ・後継者育成や役員トレーニングを充実させ、ガバナンスのさらなる高度化を推進する。

役員報酬

基本的な考え方・方針

株主総会で決議された報酬総額の限度内において、指名報酬諮問委員会の答申結果をもとに、世間水準及び経営内容、従業員給与とのバランスを考慮し、取締役（監査等委員である取締役を除く。）の報酬については取締役会により、監査等委員である取締役の報酬については監査等委員の協議により決定します。

また、報酬の種類は、固定報酬・業績連動報酬（賞与・非金銭報酬等）に分けられますが、社外役員は独立かつ客観的な立場から経営の監督及び利益相反の監督を行うため、賞与の支給及び役員株式給付規程に基づくポイントの付与（非金銭報酬）は行わないこととしております。

プロセス

個人別の報酬額については、取締役会決議に基づき代表取締役社長がその具体的な内容について委任を受けるものとし、その権限の内容は、各取締役の基本報酬の額及び各取締役の担当事業の業績を踏まえた賞与の評価配分とします。取締役会は、当該権限が代表取締役社長によって適切に行使されるよう、指名報酬諮問委員会に原案を諮問し答申を得るものとし、上記の委任を受けた代表取締役社長は、当該答申の内容に従って決定をします。なお、非金銭報酬等である業績連動型株式報酬等は、指名報酬諮問委員会の答申を踏まえ、取締役会で取締役個人別の割当株式数を決議することとしています。

	方針	取締役（監査等委員及び社外取締役を除く/3名） 割合	取締役（監査等委員及び社外取締役を除く/3名） 支給額（千円）	取締役監査等委員（監査等委員/1名） 割合	取締役監査等委員（監査等委員/1名） 支給額（千円）	社外取締役（4名） 支給額（千円）
固定	各役員の担当領域の規模・責任やグループ経営への影響の大きさなどに応じた役位及び職務等を勘案し、世間水準及び経営内容、従業員給与とのバランスを考慮した相応な金額	約40-50%	66,900	約55-65%	12,900	22,950
業績連動 賞与	過去の支給実績、世間水準、経営内容及びその他諸般の事情を勘案し、企業業績と企業価値の持続的な向上に対する動機付けを図るため、連結業績（営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益）の達成度等に応じた金額	約20-30%	43,200	約30-35%	7,200	-
業績連動 非金銭	当社が定める役員株式給付規程に従って、職責、業績（連結売上高、連結営業利益、連結売上高営業利益率、連結ROE）に対する達成度等に応じたポイントを付与し、累積したポイント数（株式数）に相当する当社株式等を信託を通じて給付	約20-30%	30,244	約5-10%	3,327	-
総額		100%	140,344	100%	23,427	22,950

政策保有株式の保有方針

当社は、事業の円滑な推進や取引関係の維持・強化を目的として政策保有株式を保有しています。保有の合理性については、毎年取締役会で個別銘柄ごとに経済的効果や将来性を定量・定性両面から検証し、企業価値向上に資すると判断した場合のみ保有を継続します。合理性が認められない場合は、縮減を進める方針です。今後も透明性の高い開示と、資本効率の向上を意識した保有方針の見直しを継続します。

コンプライアンス

当社は、法令遵守と企業倫理を経営の根幹に据え、持続的な企業価値向上を目指しています。金融商品取引法に基づく有価証券報告書の開示に加え、内部統制報告書を整備し、経営の透明性と健全性を確保しています。取締役会の監督機能を強化し、リスク管理・情報管理規程の改訂を通じて、ガバナンス体制の充実を図っています。

また、社内外に通報窓口を設置し、従業員が不正や不適切な行為を安心して報告できる仕組みを構築しています。弁護士事務所と連携した外部窓口も運用し、早期是正と再発防止に努めています。さらに、ステークホルダーとの信頼関係を重視し、適時・適正な情報開示を徹底しています。取引条件の公正性を確保し、少数株主を含むすべての利害関係者の利益を尊重します。

当社は、人権尊重を基本とし、児童労働・強制労働を排除しています。多様性を尊重し、能力に応じた公平な登用を推進しています。これらの方針は、全従業員に周知し、企業文化として浸透させることで、社会的責任を果たし、持続可能な成長を実現します。

リスクマネジメント

当社は、経営の健全性と持続的成長を支えるため、リスクマネジメント体制の強化に努めています。経営環境や市場動向の変化、為替・原材料価格の変動、法規制や天災など、多様なリスクを特定し、全社的なリスク管理規程に基づき、各部門が主体的にリスク低減策を講じています。また、リスク管理の状況は定期的に取締役会で報告・審議され、迅速な意思決定と対応を実現しています。

特に、サプライチェーンの寸断や原材料調達の遅延など、事業継続に直結するリスクに対しては、BCP（事業継続計画）の強化や複数調達先の確保など、実効性ある対策を推進しています。さらに、内部統制システムの整備・運用を通じて、財務報告の信頼性確保と不正防止にも注力しています。

リスクマネジメントは、経営層から現場まで一体となって取り組むべき重要課題と位置づけ、全従業員への教育・啓発活動も継続的に実施しています。今後も、社会やステークホルダーの期待に応えるべく、リスク感度を高め、変化に柔軟かつ迅速に対応できる体制を維持・発展させていきます。

機関投資家×社外取締役座談会

資本市場の期待に応えるガバナンスでAIRMANの成長を支えていく

2026年6月25日、企業価値向上に向けた対話の深化を目的に、機関投資家と社外取締役との座談会を実施いたしました。
3名の機関投資家をお迎えし、4名の社外取締役と企業価値向上に向けた課題や今後の取り組みについて、
活発な議論を行いました。



機関投資家

株式会社いちよし経済研究所
企業調査部　研究員
河野 佑策　様

岡三にいがた証券株式会社
エクイティ情報部　次長
原田 俊介　様

農林中金バリューインベストメンツ株式会社
執行役員 企業投資部長
宮嶋 仁志　様

社外取締役

社外取締役（監査等委員）
齋藤 貴加年

社外取締役（監査等委員）
檜山 ゆりか

社外取締役（監査等委員）
渡邉 菜穂子

社外取締役
稲田 和男

中期ビジョンの進捗と今後の課題

原田様（岡三にいがた証券）　中期ビジョンの1年目が終わった時点での評価についてお聞かせください。

稲田　中期ビジョン初年度については、良好なスタートを切ることができたと認識しています。今後も中期ビジョンの達成に向け、課題を的確に捉えながら、取締役会での提言を通じて貢献していきたいと考えています。

成長戦略では、北米市場でのさらなる成長に加え、アジアや中近東など新たな海外市場の開拓も重要です。地域ごとの市場特性やリスクを踏まえ、幅広い選択肢を提示することで、社内議論の活性化に貢献していきます。また、国内市場についても成長余地があると認識しており、これまで培ったネットワークや知見を活かし、事業成長につなげていきたいと考えています。

原田様（岡三にいがた証券）　社外取締役の皆さまが認識されているAIRMANの課題についてお聞かせください。

稲田　主な課題は3点あります。1点目は、グローバル人材の確保・育成です。海外事業の拡大に向け、営業・技術部門を含めた人材基盤の強化が必要です。

2点目は、生産体制の強化です。需要を確実に取り込むため、市場動向を踏まえた柔軟な生産体制の構築が重要です。

3点目は、変化に対応し挑戦する企業文化の醸成です。環境変化を機会と捉え、新たな挑戦を続ける風土づくりが必要だと考えています。

檜山　大きく2点あります。1点目は、国内建設機械市場の成長が鈍化する中で、成長余地の大きい産業機械市場でのシェア拡大です。製品販売だけでなく、部品供給やメンテナンスなどのサービスを充実させ、顧客との長期的な関係強化を図ることが重要です。

2点目は、海外事業ポートフォリオの強化です。北米市場の成長機会を確実に取り込む一方で、アジアなど新興市場への展開も進め、地域バランスの取れた事業基盤を構築する必要があります。

齋藤　私は海外で会計事務所を経営してきた経験を踏まえ、会計面と経営面の両方の視点から取締役会で提言を行っています。会計面では、国内における資材高騰に対し、顧客との良好な関係を維持しながら適正な価格転嫁を進め、利益率を確実に確保できているかを注視しています。海外では、北米はもちろん、オーストラリア、東南アジア、中近東なども視野に入れ、どこに実需があり、どう獲得していくかという「受注の精度」を高めることを重視しています。受注情報の確度を高めることが、事業計画や予算の正確性に直結するためです。

また経営面では、再生可能エネルギーをはじめとする新エネルギー分野への対応を重要テーマと捉え、研究開発予算の適正な配分や開発の進捗について担当者と対話を重ねています。今後も現場の実態に即した提言を通じて、中長期的な企業価値向上に貢献してまいります。

渡邉　AIRMANは、国内建設機械を中心とした従来の事業基盤に加え、北米事業の拡大や国内産業機械分野への展開などにより、大きな変革期を迎えています。私は弁護士の立場から、こうした事業領域の広がりに伴うリスクマネジメントの高度化を重要な課題と捉えています。海外事業では、法規制や輸出入規制、債権管理など新たなリスクへの対応が求められます。また、工場向け製品やリーファーコンテナ用発電機など新たな事業領域では、従来とは異なる製品リスクへの備えも必要です。これまでも各部門において適切なリスク管理が行われていますが、今後の事業拡大を見据え、各部門の知見をより横断的に共有し、既存のリスク管理体制をさらに高度化する体制の構築も重要だと考えています。

原田様（岡三にいがた証券）　スキルマトリックスを見ると、生産・調達や開発・技術分野に専門性を持つ社外取締役がいないように見受けられます。こうした領域の議論はどのように深めていますか。

齋藤　ご指摘のとおり、社外取締役に技術分野の専門家はおりません。そのため、常勤監査等委員や担当執行役員から専門的な説明を受け、理解を深めたうえで議論を行っています。

社外取締役としては、専門領域そのものに踏み込むのではなく、外部の視点や経営的な観点から提言を行い、社内の専門性と組み合わせることで、質の高い意思決定につなげています。

価値創造につながる提言

河野様（いちよし経済研究所）　社外取締役の皆さまが、持続的な企業価値向上に向けて、現在どのようなテーマに着目し、どのような提言を行っているのかをお聞かせください。

稲田　中国メーカーの日本市場参入への対応や、国内産業機械事業の競争力強化について議論を重ねています。市場環境の変化を踏まえ、製品開発や顧客管理の高度化など、成長につながる仕組みづくりを提言しています。

檜山　設備投資については、単なるコスト削減ではなく、生産性向上やDX推進など、将来的な価値創出につながる投資であるかという視点で議論しています。また、製品品質がブランド価値に与える影響を踏まえ、レピュテーションリスクについても取締役会で共有し、平時からの情報管理の重要性を提言しています。

齋藤　利益率の変動要因や海外事業の受注予測精度について、数字の背景まで深掘りすることを重視しています。代理店との関係強化や情報共有体制の改善を通じ、より精度の高い事業計画につなげることが重要だと考えています。

渡邉　法務面では、事業領域や海外展開の拡大に伴い、規程整備や契約管理、対外的な情報発信のあり方などについて、その整備・運用状況を確認し、必要な提言を行っています。成長戦略を足元から支える基盤として、「守りのガバナンス」の強化を提言しています。

河野様（いちよし経済研究所）　齋藤様にお伺いします。海外事業の受注精度について、予算と実績の乖離を生む主な要因は何だとお考えでしょうか。

齋藤　最大の要因は、海外市場における受注情報の正確性です。海外では顧客や代理店の動きが国内以上にダイナミックであり、情報の精度が低くなりがちです。一方で、慎重になりすぎると事業機会を逃すというジレンマもあります。

そのため、代理店との信頼関係をさらに強化し、必要な情報がタイムリーに収集できる体制を構築することが重要です。その基盤として、海外で活躍できるグローバル人材の育成・増強が不

機関投資家×社外取締役座談会

可欠であり、これらの課題は相互に密接に関係していると考えています。

河野様（いちよし経済研究所） 海外での代理店管理やネットワーク構築という観点では、総合商社のノウハウを活用する可能性についてはいかがでしょうか。

齋藤 極めて有効な視点だと考えています。総合商社は海外での代理店活用や現地関係者との関係構築において高度なノウハウを有しており、その知見を吸収することは非常に重要です。海外事業が急速に成長する中、国内事業と同等の精度で受注予測を行える協力体制を整えるためにも、商社の知見やネットワークを積極的に取り入れていく必要があると考えています。

AIRMANの競争優位性と成長戦略

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） 皆さまが認識されているAIRMANの競争優位性についてお聞かせください。

檜山 最大の競争優位性は、長年培ってきたスクリュロータの開発力と生産技術を基盤としたエンジンコンプレッサ事業です。国内で高いシェアを有し、海外でもブランドを確立しています。

また、建設市場で培った技術力や顧客基盤を活かし、発電機分野など新たな領域への展開も進めています。既存の強みを新



株式会社いちよし経済研究所
企業調査部　研究員
河野 佑策　様





市場へ展開できることが、AIRMANの成長の源泉です。

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） その強みを活かした海外市場における成長機会と課題についてお聞かせください。

稲田 海外市場には大きな成長余地がある一方、地域ごとに市場特性やリスクが異なるため、それらを踏まえた戦略が重要です。社外取締役として外部の知見を活かし、意思決定に貢献していきたいと考えています。

中近東市場については、現在は北米市場への供給体制強化が優先ですが、中長期的には復興需要やインフラ整備による成長の可能性があると考えています。将来的な市場参入に向け、情報収集や市場分析を進め、必要に応じて現地パートナーの活用を検討するなど、機会を確実に捉えられる体制づくりが重要です。

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） 北米市場についてもう1点お伺いします。現地の大手レンタル会社との接点やニーズの把握については、基本的には現地販売子会社を通じて行っているのでしょうか。それとも、本社が直接対話を行う場面もあるのでしょうか。

稲田 基本的には販売会社を通じた展開ですが、エンドユーザーへの認知向上に向け、販売会社と連携した啓発活動を進めています。実際のユーザーにAIRMAN製品の価値をご理解いただくことが需要拡大につながると考えています。今後は、大手レンタル会社での採用実績を基盤に、中堅レンタル会社への展開も進めていきます。

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） 中長期的な企業価値向上に向けた重要課題や、資本政策についてのお考えもお聞かせください。

齋藤 重要な経営課題は、海外展開を含めた収益性の向上、市場シェアの拡大、そして開発力の強化であると認識していま



岡三にいがた証券株式会社
エクイティ情報部　次長
原田 俊介　様

す。これらについては、売上高やROEといった指標だけでなく、より具体的なKPIも設定し、目標を明確にしたうえで取り組むことが重要です。

また、株主還元についても重要なテーマと考えています。配当水準や自己株式の活用を含め、企業価値向上につながる資本政策を継続的に検討していく必要があると考えています。

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） 資本効率や市場との対話という観点でお伺いします。東証の市場改革に関連して、TOPIX（東証株価指数）の構成銘柄から除外されるリスクについて、取締役会ではどのような議論がなされていますか。

齋藤 この点についても、取締役会で議論を重ねています。市場環境の変化により求められる水準は高まっていますが、重要なのは企業価値を着実に高めることです。仮に一時的な変化があったとしても、中長期的な成長を通じて市場から評価される企業を目指していきたいと考えています。

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） 最後に、ブランド価値向上が企業価値向上にどのようにつながるとお考えでしょうか。

檜山 ブランド価値を高めるには、「守ること」と「知ってもらうこと」の両方が重要です。製品性能だけでなく、メンテナンス体制や部品供給など、長期的な信頼につながる価値を発信することが重要です。株主、顧客、採用候補者など幅広いステークホルダーにAIRMANの価値を伝えることで、企業価値向上につながると考えています。

成長投資を支えるガバナンスと市場との対話

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） 成長投資を促進する「攻めのガバナンス」において、社外取締役としてどのように関与されますか。

渡邉 近年のコーポレートガバナンス・コードの要請や市場からの期待を受け、社外取締役には執行側を監督する「守り」の役割に加え、成長投資を後押しする「攻め」の役割も強く求められていると認識しています。

私たちは業務執行を直接担う立場ではありませんが、「監督と助言」を通じて経営の意思決定に関与しています。取締役会では、投資案件が戦略や資本効率に合致しているか、リスクが適切に管理されているかを検証するとともに、実行後も継続的なモニタリングを行い、必要に応じて軌道修正を促すことで企業価値向上に貢献していきます。

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） 仮に事後モニタリングの結果、投資計画が期待した成果を上げていない、あるいは十分な効果が確認できないと判断された場合、社外取締役としてどのような対応を取られますか。

渡邉 その場合には、投資を継続するか、別の成長投資へ振り向けるか、あるいは株主還元を含めた資本配分を見直すか、その時々の状況を踏まえて検討していくことになると考えています。重要なのは、投資後も効果を客観的に検証し、必要に応じて柔軟に見直していくことだと考えています。

齋藤 ここで、機関投資家・アナリストの皆さまにお伺いしたいと思います。当社が持続的に企業価値を高め、市場から評価されるためには、どのような取り組みが重要だとお考えでしょうか。また、資本政策や情報開示を含め、改善すべき点や避けるべき行動があれば率直なご意見をいただければ幸いです。



農林中金バリューインベストメンツ株式会社
執行役員 企業投資部長
宮嶋 仁志　様

宮嶋様（農林中金バリューインベストメンツ） まずは企業価値そのものを着実に高めていくことが重要だと考えています。そのうえで、社外取締役の皆さまには、株主と同じ目線で企業価値向上に向き合うという意味でも、自社株保有について検討いただくことも一案ではないかと考えています。株主と同じ視点を持つことで、より長期的な視点で経営を監督し、企業価値向上に貢献いただけるのではないかと思います。

河野様（いちよし経済研究所） 事業環境や成長ステージに応じた柔軟な資本政策も重要だと考えています。成長投資だけでなく、投資機会や事業環境を踏まえながら、株主還元を含めた最適な資本配分を検討していくことが必要ではないかと考えています。

原田様（岡三にいがた証券） 投資家の皆さまとの対話を通じて、AIRMANの強みや成長戦略を継続的に発信することも重要です。中期経営計画の背景や具体的な取り組みまで丁寧に伝えることで、市場の理解がより深まると考えます。

齋藤 貴重なご意見をありがとうございます。いただいたご提言を踏まえ、投資家との対話や情報発信をさらに充実させ、企業価値の向上に取り組んでまいります。

財務・非財務指標

主な経営指標の11か年サマリー（連結）

		2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2026/3
損益計算書												
売上高	百万円	34,005	33,436	35,022	41,015	41,765	32,993	36,438	48,939	51,779	54,353	**55,604**
営業利益	百万円	4,343	4,525	4,526	5,395	5,296	2,540	3,362	4,729	6,102	6,459	**7,184**
営業利益率	%	12.8	13.5	12.9	13.2	12.7	7.7	9.2	9.7	11.8	11.9	**12.9**
経常利益	百万円	4,313	4,551	4,693	5,643	5,460	2,919	4,048	5,397	7,304	6,828	**8,014**
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	2,703	3,035	3,229	3,759	3,620	1,943	2,742	3,765	5,083	4,767	**5,596**
包括利益	百万円	2,198	3,124	3,604	3,290	3,255	2,370	2,516	4,102	5,736	5,617	**6,917**
1株当たり当期純利益	円	91.81	103.24	109.96	128.10	123.46	67.16	95.53	132.95	181.62	172.16	**204.99**
貸借対照表												
純資産額	百万円	19,302	21,678	24,542	26,711	28,886	29,962	31,303	34,194	37,575	41,040	**45,188**
総資産額	百万円	32,277	34,680	39,406	43,389	44,663	43,379	45,827	53,237	56,347	64,204	**65,690**
1株当たり純資産額	円	652.57	734.36	832.21	906.57	981.44	1,036.37	1,097.97	1,206.75	1,347.30	1,486.10	**1,670.64**
自己資本比率	%	59.5	62.2	62.0	61.3	64.4	68.8	68.0	63.9	66.4	63.7	**68.5**
ROE（自己資本利益率）	%	14.5	14.9	14.0	14.7	13.1	6.6	9.0	11.6	14.2	12.2	**13.0**
ROA（総資産経常利益率）	%	13.2	13.6	12.7	13.6	12.4	6.6	9.1	10.9	13.3	11.3	**12.3**
キャッシュ・フロー※												
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	1,218	4,619	3,025	3,324	4,260	4,099	2,276	2,869	3,970	3,910	**-2,377**
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-748	-981	-150	-1,816	-2,429	-2,017	-615	-867	-2,757	-1,084	**-1,478**
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-1,565	-1,214	502	-1,429	-1,496	-1,731	-2,222	-158	-2,489	4,371	**-3,382**
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	4,094	6,740	10,162	10,285	10,672	11,049	10,613	12,509	11,324	18,915	**11,786**

※遡及修正前の数値

非財務データ

		2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2026/3
環境							
エネルギー使用量/生産金額	kL/ 億円	10.20	8.94	8.03	7.13	7.75	**6.83**
二酸化炭素排出量/生産金額	t/ 億円	21.96	19.71	14.28	12.75	6.70	**5.97**
電力使用量/生産金額	MWh/ 億円	28.03	24.72	21.82	20.68	19.71	**18.54**
電力の再エネ投入率	%	–	–	46.6	52.2	96.7	**100.0**
廃棄物排出量/生産金額	t/ 億円	2.28	2.10	1.84	1.87	1.78	**1.58**
廃棄物全体のリサイクル率	%	85.9	88.5	88.8	88.0	88.5	**88.9**
コピー用紙削減量	枚	13,272	11,507	13,224	24,410	57,300	**26,600**

（注）本社工場における数値

			2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2026/3
社会								
従業員数	男性	（単体） 人	388	385	398	405	433	**439**
	女性	（単体） 人	73	70	71	79	84	**90**
新卒採用数	男性	（単体） 人	18	16	23	21	23	**27**
	女性	（単体） 人	2	0	2	4	5	**2**
男性の育児休業取得率		（単体） %	7.7	5.9	12.5	50.0	50.0	**58.8**
中途採用比率		（単体） %	23.1	27.3	21.9	41.9	48.1	**21.6**
女性の管理職比率		（単体） %	0.8	0.8	0.8	1.6	1.6	**2.2**
外国籍の従業員数		（単体） 人	5	4	4	4	5	**6**
特許保有件数		件	142	147	156	177	186	**203**

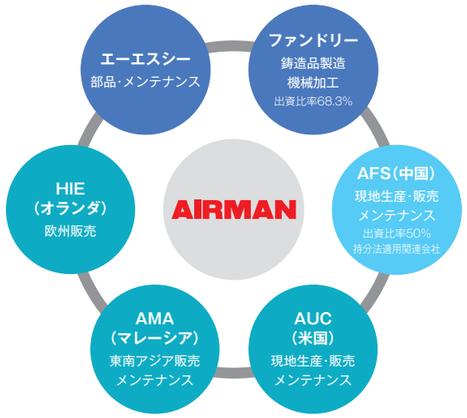
（注）本社工場における数値

会社概要・株式情報

会社概要

商号	株式会社AIRMAN AIRMAN CORPORATION
ブランド名	AIRMAN（エアマン）
設立	1938年5月15日
事業所	本社　〒959-0293 新潟県燕市下粟生津3074 TEL 0256-93-5571（代） 東京本社　〒160-0023 東京都新宿区西新宿1-22-2 新宿サンエービル8階 TEL 03-3348-7251（代）
事業内容	エンジンコンプレッサ、モータコンプレッサ、 エンジン発電機、高所作業車などの製造・販売
工場設備	ケーシング加工ライン、スクリュロータ加工ライン、 板金加工ライン、塗装ライン、総組立ライン
資本金	34億1,654万円
売上高	556億円（2026年3月期連結）
決算期	3月31日
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場

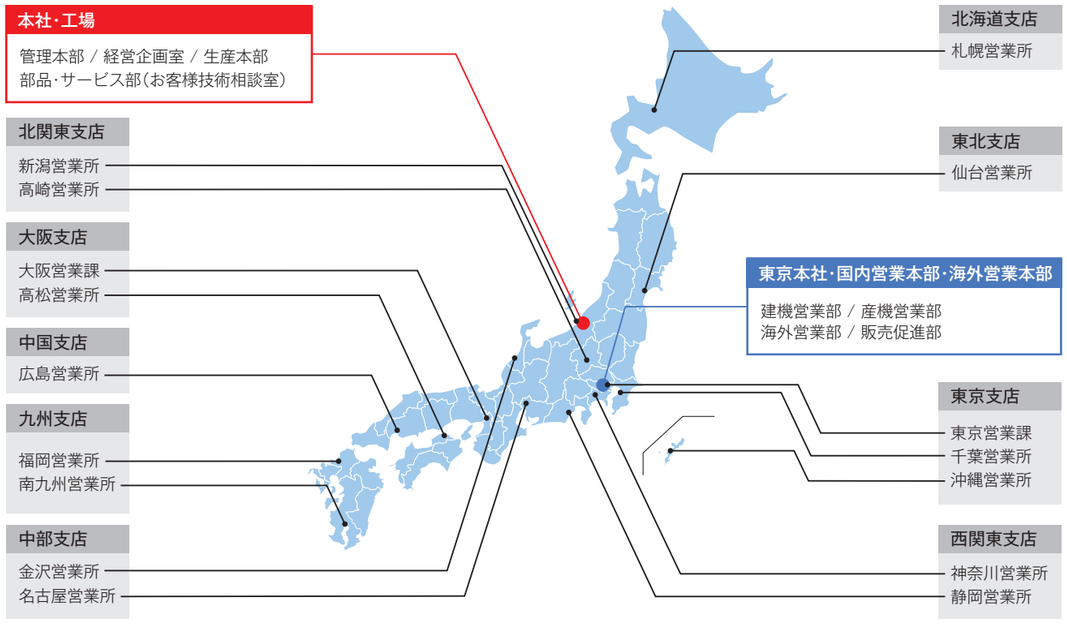
関係会社



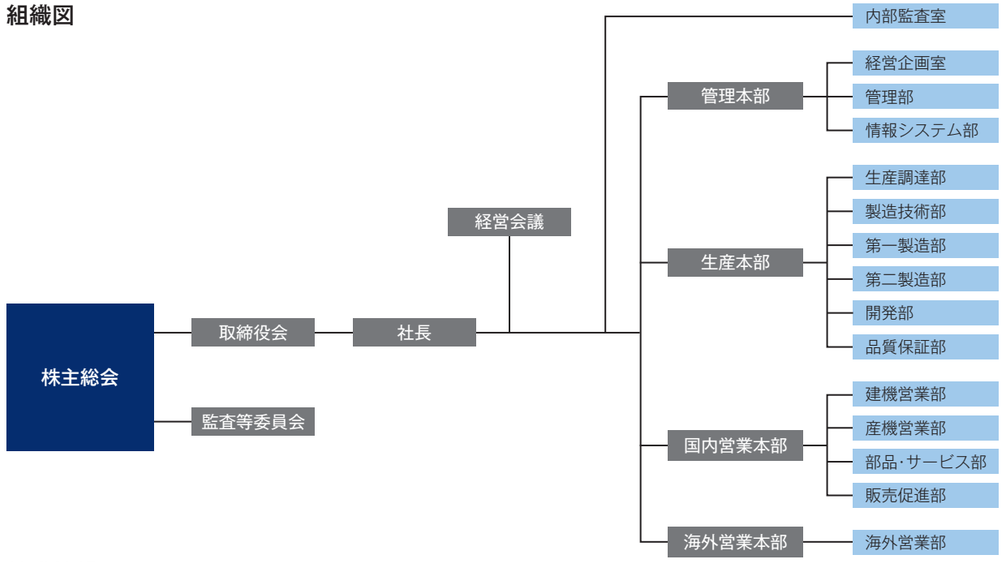
● 国内連結対象　● 海外連結対象　● 海外非連結

HIE	HOKUETSU INDUSTRIES EUROPE B.V.
AMA	AIRMAN ASIA SDN. BHD.
AUC	AIRMAN USA CORPORATION
AFS	上海復盛埃爾曼機電有限公司 （AIRMAN-FUSHENG SHANGHAI ELECTROMECHANICAL CO., LTD.）

事業所一覧



組織図



株式情報 （2026年3月31日現在）

株式の状況

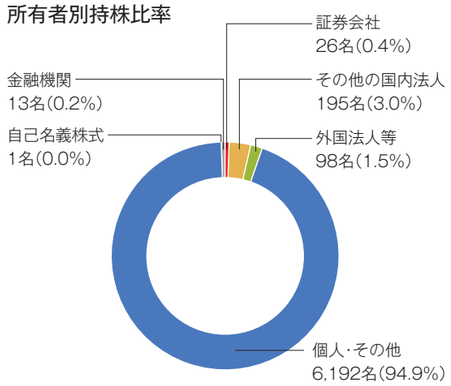
発行可能株式総数	50,000,000 株
発行済株式の総数	30,165,418 株 （自己株式 2,606,306 株を含む）
株主数	6,525 名

大株主（上位10名）

株主名	持株数（千株）	持株比率（%）
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	2,586	9.38
バイオグリーン有限会社	2,444	8.87
GOLDMAN, SACHS&CO. REG	2,150	7.80
千代田産業株式会社	1,748	6.34
佐藤美武	1,442	5.24
AIRMAN持株会	1,077	3.91
CITCO TRUSTEES (CAYMAN)LIMITED SOLELY IN ITS CAPACITY AS TRUSTEE OF THE VPL1 TRUST	1,000	3.63
株式会社みずほ銀行	932	3.39
株式会社第四北越銀行	932	3.38
NORTHERN TRUST CO.(AVFC) RE NON TREATY CLIENTS ACCOUNT	782	2.84

（注）1. 当社は、自己株式を2,606,306株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。なお、自己株式には「株式給付信託（BBT）」、「株式給付信託（J-ESOP）」及び「株式給付信託（従業員持株会処分型）」制度の信託財産として、㈱日本カストディ銀行（信託Ｅ口）が保有する当社株式620,207株は含まれておりません。
2. 2024年１月11日付で公衆の縦覧に供されている大量保有報告書の変更報告書において、株式会社ヴァレックス・パートナーズが2024年１月４日現在で以下の株式を所有している旨が記載されているものの、当社として当事業年度末現在における実質所有株式数の確認ができませんので、上記大株主の状況には含めておりません。なお、その大量保有報告書の変更報告書の内容は次のとおりであります。
大量保有者　株式会社ヴァレックス・パートナーズ
住所　東京都中央区日本橋茅場町一丁目6-17
保有株券等の数　株式　4,177,800株
株券等保有割合　13.85%
3. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

所有者別持株比率



所有株式数別持株比率

