

トップインタビュー

トータルソリューションのその先へ
顧客密着を強みに、工場全体の課題解決へ

代表取締役 社長執行役員 CEO

米田 剛

YONEDA Tsuyoshi

2024年4月の就任以来、私はほぼ毎月お客様の工場を訪問し、その数は2年間で160社を超えました。現場に赴き、肌で感じたのは、お客様の困りごとは、従来当社が担ってきたボイラを含むユーティリティ設備にとどまらず、生産現場に数多く存在するということです。そして、その課題解決のために当社が関わる領域は、生産の心臓部へと広がっています。現場の深い部分へ入り込み、品質の安定や省人化といった課題をお客様と共に解決していく中で、私たちが目指すべき姿は、工場全体の課題解決を担う企業へ進化することだと再認識しました。

ボイラ中心の会社から、工場の心臓部までを支える存在へ。現場でお客様と向き合い確信したミウラの次なる進化と、未来の姿について、詳しくお話ししたいと思います。

中期経営計画の現在地

工場全体へ領域を広げる中で、2026年4月よりCEO専任となられた意図を教えてください。

私はこれまでCTO（最高技術責任者）も兼務していましたが、当社が「ボイラ中心の会社」から「工場全体の課題を解決する会社」へと領域を拡大していく中で、技術開発とグループ全体の舵取りを経営トップが兼務することの限界を感じたことが率直な理由です。国内外でさらなる成長を遂げるには、単一の機器の性能向上だけでなく、大学や異業種企業との連携を通じて、熱、水、環境の技術を融合させたトータルソリューションを素早く現場へ実装していく必要があります。幸い頼もしい後任

Interview with the CEO

が育ってきましたので、技術開発は新CTOに委ね、私はCEOとしてグループ全体・工場全体の「最適化」を追求し、工場全体の課題解決を担う企業へと進化を加速させてまいります。

中期経営計画1年目の成果と、目標達成への手応えをお聞かせください。

中期経営計画1年目は売上収益以下すべての項目で過去最高を更新したものの、米国Cleaver-Brooks Company, Inc.（Cleaver-Brooks）や、マクロ経済が停滞する中国市場での苦戦が影響し、営業利益は当初、中期計画にやや届きませんでした。しかし、他の好調な地域でカバーしており、これはグローバルな地域分散によるリスクヘッジを効かせた当社の多角化経営の成果といえます。苦戦する中国市場でも景気回復を待つのではなく、古い設備の高効率化提案やコンプレッサー等周辺機器への顧客深耕を進め、着実に挽回を図っています。2028年3月期の目標達成に向け、打つべき手はしっかりと打っており、十分に到達可能な軌道にいると認識しています。

不変の成長メカニズムと、国内市場の変容

なぜ今「工場全体」への領域拡大を進めるのでしょうか。

当社の原点は、創業者の三浦保が小型貫流ボイラという新たな市場を創り上げたことにあります。さらに1972年には、機器が壊れる前に直す「ビフォアメンテナンス」の考え方に基づく保守契約制度を確立し、現在のストックビジネスの基盤を築きました。現在は、グローバルでの「面の拡大」と、工場全体へと対応範囲を広げていく「領域の拡大」を推し進めています。「強い機器の販売」に「ストック」を掛け合わせ、「面と領域で広げていく」ことこそが当社の成長メカニズムです。



国内市場に関しては、ボイラは高効率化や人口減少により稼働台数が減少傾向にあり、単体の販売台数だけで右肩上がりの成長は望めません。しかし、「熱」という広いくくりで捉え直せば景色は変わります。培ってきた温熱技術をベースに、ヒートポンプ等を活用した冷熱領域へソリューションを浸透させることで、ミウラが活躍できる市場は確実に拡大しています。競合が技術を磨く中、次なる成長を確かなものにするには、お客様の課題解決により深く関わりながら工場全体へ領域を広げ、圧倒的な優位性を創り出す必要があります。

預かる責任の高度化、生産の心臓部へ

工場全体へと進化する必要性を感じたきっかけを教えてください。

かつて私が現場で水処理設備の技術を担当していた頃、ボイラは正常に稼動していたものの、水処理設備の不具合で、工場全体の生産が停止する事態に直面したことがありました。この経験から、お客様が求めているのは機器ではなく、「熱」や「水」の安定供給を通じた工場運営だということを痛感しました。工場には、熱・水・電気・空気などのユーティリティ設備がありますが、これらの設備が一つでも止まれば、生産活動は一瞬で滞ってしまいます。だからこそ、ボイラ室を飛び出して工場全体へ領域を広げることは、ミウラにとって必然でした。

現場を回っていると、お客様が当社に対応を求める範囲が、従来のユーティリティ設備から工場の「生産現場そのもの」へと明らかに変わってきていることを実感します。例えば、ある老舗の食品工場では、これまで熟練の職人の経験や勘に頼っていた生産管理工程において、当社の自動化の技術を採用することで品質の安定化と省人化が可能になり、大変満足いただきました。また、ある酒類メーカーでは、製品の品質に直結する純水システムや、グリーン水素へのエネルギー転換の実証事業に関わらせていただきました。

これらは一例ですが、ミウラがお客様の「ユーティリティ設備から工場の心臓部である生産設備の領域へ浸透している」証左であり、同時に「責任の重さ」が増していることでもあります。生産活動を絶対に「止めてはいけない」という極めて高い要求水準の中で、当社はお客様の設備の安定稼働のみならず、生産品質そのものを支えることも求められているのです。

トータルソリューションの実践と進化

「まるごとメンテナンスサービス」を掲げてから1年。お客様から工場全体を一任される理由をどう捉えていますか。

「まるごとメンテナンスサービス」は、国内のお客様を中心にミウラが提供する『トータルソリューション』を実現するための具体的なサービスの一つです。

工場の製造ライン周辺には、水処理装置やコンプレッサーなど、「他社が納めた機器」が数多く稼働しています。ここからがミウラのユニークな点なのですが、ボイラを通じて信頼関係を築いたお客様に「周辺業務のアウトソーシング」として他社設備の機器も含めた一括管理を担う「まるごとメンテナンスサービス」を提供しています。

この1年間で、食品メーカーや飲料メーカーなど、品質と生産効率に極めて高い基準を持つ企業で、本サービスの導入が着実に進展しております。

工場全体を「まるごと」お任せしていただける根底には、国内の生産現場での深刻な「人手不足」と「コア業務への集中」という切実なニーズがあります。本来、工場の重要な使命は、品質の高い製品を安定してつくり出す生産活動です。しかし、工場全体を見渡すと複数の設備が別々の会社に管理されていることが多く、これまでは全体最適がうまく図れず、管理の手間も非常に煩雑でした。

しかし、当社が「まるごとメンテナンスサービス」として工場のユーティリティ設備・生産設備をできる範囲で一括管理すれば、お客様は煩雑な手間から一気に解放されることになります。つまり、ミウラが設備の自動化や保守点検、保全業務の支援を担うことで省人化が進み、お客様の貴重な人財は本来のコア業務に専念できるのです。ミウラがパートナーとして工場全体を任せていただける最大の理由は、こうした課題解決の積み重ねなのだと実感しています。



「まるごとメンテナンス」は、何が“まるごと”なのでしょうか。

私たちは、単に保守契約を結んだだけでは、「まるごと」とは言いません。工場全体を見守り、支え、改善してこそ「まるごと」なのです。具体的には、工場のさまざまな機器・設備とつながり、稼働状況の見える化や、遠隔支援を行う「見守りサービス」、メンテナンスや部品・薬品等の消耗品交換、さらには他社機器メーカーの設備も含めた保守・点検・修理を「まるごとメンテナンスサービス」として提供し、その基盤は確実に広がっています。

他社機器のメンテナンスを当社が担う際は、メーカーとの役割分担や保守責任の範囲など、慎重な検討が必要な課題もあります。そのため当社では、運用ルールを整備し、他社設備メーカーと個別に協議しながら連携体制を構築し、お客様にとって最適なサービスを提供しています。また2025年度は、まるごとビジネスを全社横断で推進する「まるごとビジネスブロック」を社内に新設しました。サービス開発から人財育成、運用体制の整備まで一体で進めることで、「まるごとメンテナンスサービス」の基盤づくりを加速しています。

さらに、2024年度は株式会社ダイキンアプライドシステムズに出資、2025年度にはミウラ環境エンジニアリング株式会社（旧：菱冷環境エンジニアリング株式会社）（▶P42）がグループに加わりました。これにより「まるごとメンテナンスサービス」の対象領域はさらに広がっています。ダイキンアプライドシステムズでは、クラウドを活用した業務用空調機器向けのフロン排出抑制法対応の点検・管理サービスの展開や省エネ提案、更新提案の活動が始まっています。ミウラ環境エンジニアリングとの連携はこれから本格化していく段階ですが、排水

処理分野でのニーズは非常に高いと感じています。

ルール整備やグループ各社との連携はまだ発展途上であり、今後の重要な課題ですが、目指す本質は変わりません。ボイラを起点に現場の深い部分へと入り込み、対応領域を工場全体へと着実に広げていく。このアプローチによってお客様を周辺業務から解放し、他社にはまねできないミウラ独自の強固なビジネスモデルを進化させていきます。

「トータルソリューション」が目指す価値についてお聞かせください。

市場環境やお客様を取り巻く経営課題は常に変化しています。人手不足やエネルギーコストの高騰などに加え、生産品目や生産量によりお客様が工場に求める価値や課題も変化します。つまり、一度システムを導入したからといって、永遠にベストな状態が続くわけではありません。複数の機器をセット販売して終わる「点」のビジネスではなく、工場運営や生産活動における課題をお客様と共有し、伴走しながら環境の変化に対応しベターな改善を続けていくこと。この「完成形のないパートナーシップ」こそが、当社の目指すトータルソリューションの真髄です。

ミウラが課題解決の起点としているのが、徹底した「現状の可視化」つまり「見える化」です。現場では、どの設備がどう稼働しているのか十分に把握できていないケースが少なくありません。例えば蒸気がどの工程でどれだけ使われているかを可視化しているケースはまれです。当社では省エネ診断などを実施し、設備の稼働状況を詳細にデータ化しています。客観的な「見える化」を行うことで初めて、熱ロスをはじめとする潜在課題が浮き彫りになるのです。現状を正しく把握することが、すべての改善のスタート地点となります。

現在もユーティリティ機器の稼働データを収集し、現状課題の「見える化」に役立てています。しかし、そのデータをお客様の生産性向上やコスト削減といった「お客様にとっての価値」に完全に結びつけられているか問われると、まだ十分とは言えません。なぜなら現時点で当社が把握できているのはボイラなどのユーティリティ側が中心だからです。真の全体最適は、生産設備側とデータまでつながって初めて見えてきます。裏を返せば、ここにお客様の価値をさらに高められる伸びしろがあるということです。

さらに将来的には、AIを活用してお客様の工場運営の最適化を支援する領域まで進化させたいと考えています。例えば国内のリネンサプライ業界では、現場の生産性がベテラン工場長の暗黙知や経験に依存しているケースがなお多く見られます。こうした属人的暗黙知をAIによって可視化・システム化できれば、工場全体の運営最適化をお手伝いできる可能性があります。いずれは工場の過去の稼働データに加え、生産計画や気候データに至るまでAIで分析し、工場運営そのものを最適化させたいと考えています。

こうしたAI活用の可能性を広げるため、当社ではAIプロジェクトをスタートさせ、業務改善や生産性向上、事業変革に向けた取り組みとともにAIへの理解を深めています。

「顧客密着」を支える人財投資

短期的な利益率への懸念がある中で、今「人」への投資を強化する考えをお聞かせください。

国内事業は長年の蓄積によるストックビジネスに支えられているものの、海外事業はこれから「面」を拡大していく先行投資のフェーズにあります。国内と同等の利益率を今すぐ求めるのは現実的ではありません。短期的な利益率低下を懸念する声があることも理解していますが、中長期的なLTV（顧客生涯価値）を最大化するため、今は明確に「投資の時期」であると判断しています。「トータルソリューション」や「まるごとメンテナンスサービス」を拡大するには、お客様に寄り添い、現場の課題を深く理解できる「人」への投資が急務です。当社では、フィールドエンジニアがお客様に応え続けられる人財として活躍するまでに、相応の時間と経験の積み重ねを要します。数年後の成長を実現するには、今から採用と育成に取り組む必要があります。

近年はキャリア採用で新たな人財が多く入社しています。事業領域がますます広がる今だからこそ、当社の理念を共有し、お客様の課題解決に徹底的に向き合う文化を継承することが重要です。組織が拡大しても長年大切にしてきた本質を見失わず、全員が同じ方向を向いて課題解決に向き合うこと。それが、当社の成長を支える土台です。創業以来積み重ねてきた教育投資が現在の成長を支えているように、これからも未来への種まきを続けていきます。

「顧客密着（Close to Customers）」が、ミウラの強みとして発揮されているのは、どのような場面ですか。

「顧客密着」、つまりお客様に寄り添い、現場の課題を深く理解する最大の強みは、機器の稼働から保守に至るまでのライフサイクルコスト全体を最適化し、お客様にとって真の価値を創出する提案ができる点にあります。それを可能にしているのが、日々のメンテナンス等を通じて培われたお客様との信頼関係です。当社のフィールドエンジニアは頻繁にお客様の現場に足を運び、密接なコミュニケーションを重ねています。もちろん、単に「仲が良い」だけでは意味がありません。現場の些細な変化や悩みを真っ先に相談していただける関係性があるからこそ、お客様の真の課題を的確に引き出すことができるのです。そして、その課題に対し、データに基づく解決策を提示し、お客様の価値創出につなげる。この「顧客密着から課題解決まで」の反復が、当社の競争優位性の源泉だと考えています。

中計最終年度の目標達成、そしてその先に描く未来についてお聞かせください。

今後は国内・海外を問わず、これまで培ってきた「顧客密着」をさらに徹底します。なぜなら、お客様との接点を深め、価値を提供し続ける地道な取り組みの積み重ねこそが、中期経営計画達成への確実な道筋であると確信しているからです。

私たちが目指すのは、お客様から工場全体の課題解決を任せていただける存在になることです。現在、国内売上の60%弱を占めるボイラ事業の割合を、2030年代早期に50%にしたいと考えています。これはボイラ事業の縮小を意味するものではありません。「トータルソリューション」や「まるごとメンテナンスサービス」など周辺領域を成長させ、売上構成を変えていくということです。工場全体を任せていただくには時間を要するかもしれません。しかし顧客密着をさらに深化させ、お客様に「信頼されて工場の心臓部に近いところも預けていただける存在」になることが私たちの目指す姿です。グループ一丸となって、お客様にとってかけがえのないパートナーへと進化し続けます。



トータルソリューション

ミウラは、お客様のありたい姿の実現に向け、ユーティリティ設備から生産設備までを対象に、お客様とともに考え、ともに改善を重ねるトータルソリューションを提供。その実現を支えるのが、まるごとメンテナンスサービスです。

CUSTOMER'S VOICE

信頼を重ねてきた結果が「まるごとメンテナンスサービス」に

「まるごとメンテナンスサービス」の導入が進展してきているお客様の中から、メルシャン株式会社藤沢工場の長嶺様にお話しをうかがいました。

機器の導入後も一緒になって管理してくれるのはミウラならでは

ミウラさんとは、10年ほど前にボイラ5台を導入して以来のお付き合いです。私が2020年4月に藤沢工場へ着任した時には、まだ保守契約を結んでおらず、突発的な不具合への対応だけでは不安があったため、その時に保守契約を結ばせていただきました。

以前から温熱だけでなく冷熱にも実績があるとお聞きしていたので、設備に不具合が出た2024年にチラーの更新を相談し、2台を入れ替えました。さらに、それがうまくいったので、2026年にさらにチラー4台を追加導入しています。ミウラさんは設備導入後もしっかり見守りながら、一緒に管理してくれるので、信頼できるんですね。ですから、私としては「まるごとメンテナンスサービス」を導入したというよりも、そうした安心感の中で、徐々にお願いすることが広がって、気が付けば「まるごと」になっていた、というのが実感です。

チラー導入の決め手は、機器の信頼性と「見える化」

導入の決め手は、実績に基づく提案と導入後の継続的なサポートでした。2024年（初回導入）にあたっては、他工場での運用状況やエネルギー管理システムによる設備管理を確認し、その効果に納得して採用しました。その後の安定稼働と、ミウラさんの手厚いサポートもあり、2026年（2例目導入）につながりました。そしてもう一つが「見える化」です。それまで、現場に行かないと機器の状況が分からなかったのが、クラウド化によりスマホでも確認できるようになり、非常に便利になりました。

また、設備更新にあたっては、情報交換を重ねながら、適正な機器を、適正な規模・タイミングで導入することができました。導入前の現状分析から導入後の改善効果の提示まで、ここまで支援をしてくれるメーカーさんは、あまりないんですよ。

「ソムリエレポート」で具体的に改善提案

ボイラもチラーも導入後10年、15年と使い続ける機器ですから、導入前はもちろん、導入後にどう運用していくかが大事。安定的に運転できていることが大前提になりますが、どういう運転をしていくのか、どう改善していくのか、どうコストを抑えていくのかまで、ミウラさんは一緒に考えてくれる。実際のデータを見ながら「ソムリエレポート」で具体的な提案をしてくれるのです。もちろん、私の方からも必要なデータを提供し情報交換しながら進めています。その甲斐あって、2024年から定期的な提案を受け、冷水配管の改善などに取り組んだ結果、使用電力の削減やコストダウン、省エネルギーにつながっています。さらに設備の安定稼働のおかげで、工場の省人化にも役立っています。





メルシャン株式会社 藤沢工場
エンジニアリング環境安全部
長嶺 一成 様

メルシャン株式会社　藤沢工場

日本の食卓に寄り添うワインを次々と世に送り出し、日本のワイン市場を牽引してきたメルシャン。神奈川県にある藤沢工場は、メルシャンの酒類のうち約9割を生産している主力工場です。

こうした提案をいただけるのは、ミウラの皆さんがチームとなって日頃から当社工場に通い続け、機器のデータを詳細に管理・分析してくれているからだと思います。

さらなる省エネとカーボンニュートラルへ

工場全体のエネルギー管理に終わりはありません。今後も当社は、さらなる電力削減、省エネ、カーボンニュートラルを進めていきたいと思います。そのためにも、ミウラさんとの情報交換をさらに深めながらデータ解析を進めることで、「ソムリエレポート」の精度をこれまで以上に高めていけることを期待しています。

ミウラさんならではの誠実な対応は、お付き合いの当初から今も変わりません。今後もそうやって、一緒に考え、一緒に高め合っていけるような関係でありたいですね。

まるごとメンテナンスサービスによる価値創出



メルシャン株式会社 藤沢工場様を支える担当チーム

お客さまをチームで支えるミウラのトータルソリューション

長嶺様には、ミウラの機器だけでなく、メンテナンスを含めた継続的な管理についても評価いただいていると感じています。私を含むプロセスソリューション課が工場全体を俯瞰し、チラーに精通した食品機械システム設計課の木寺、営業担当の繁松、フィールドエンジニアの辻林が連携し、チームで対応しています。ボイラのメンテナンス時にはチラーの状態も確認し、その情報をチームで共有。長嶺様と相談しながら、その都度必要な対応を行っています。こうした日々の積み重ねが安心感につながり、信頼を深めていただけているのだと思います。



プロセス最適化
商材開発部　部長
プロセスソリューション課　課長
川崎 元樹



食品機械システム設計部
東日本食品機械システム
設計課　課長
木寺 宏彰　設備設計



湘南支店　支店長
繁松 俊幸　営業



湘南支店　湘南メンテナンス課
主任／フィールドエンジニア
辻林 優太　保守



海外事業戦略

世界の「土壌」に根づかせる、ミウラの顧客密着と未来への基盤投資

代表取締役 取締役会議長兼CGGO※
※ Chief Global Group Officer
宮内 大介
MIYAUCHI Daisuke

海外市場の「土壌」と、地域成長ステージ

海外市場の最前線と向き合う中で見えてきた課題や、今後の成長に向けた考え方について教えてください。

あらためて痛感したのは、地域ごとの「土壌の違い」です。日本の田んぼでは苗を植えれば米が育ちますが、海外は土壌も気候もすべて異なります。畑に苗を植え「なぜ米ができない」と言っても無理な話です。日本の成功モデルは、あくまでも一つの手本であり、そのままでは根付きません。現地組織が自らの土壌を理解し、その土地に合う作物や育て方を主体的に考え実践していかなければ、本当の成果には結びつかないのです。

ただし、地域ごとの課題や成長ステージは一様ではありません。中国や韓国では、既にボイラ周辺のサービスやソリューション提案へと発展しつつある一方で、米国では顧客との基本的な接点を再構築する段階にあります。こうした違いがある中で、特に米国市場で見えてきたのが、短期的な利益追求による顧客接点の希薄化という課題です。これは、The Cleaver-Brooks Company, Inc.（以下、Cleaver-Brooks）にも当てはまる課題でした。

Cleaver-Brooksは、長年にわたり地域に深く根差し、当社を支えてくださっている販売代理店を通じた営業を重視してきました。しかし、その先にいるエンドユーザー（顧客）と私たち自身がメーカーとして直接向き合う接点は、圧倒的に少ないままでした。そのため、本来であればビジネスモデルの核として地域密着のフロントに立つべき直営の販売子会社Cleaver-Brooks Sales and Service（CBSS）は、短期的な業績を意識しており、お客様との持続的な関係構築に必要なリソースを割くことができていませんでした。さらに、圧倒的なブランド力に支えられてきたこともあり、現場へ直接足を運び、お客様の課題に合わせたサービスを提案するというアプローチも十分には機能していませんでした。メーカーとしての太い動脈はあっても、お客様のもとへ直接、血液を送る毛細血管、つまり現場でのタッチ率（Cleaver-Brooks製品を導入していただいているお客様のうち、実際にコンタクトできている割合）が非常に低く、機能していない状態でした。

この毛細血管を再び機能させるため、まずは各地域における市場の発展段階を「ステージ」ごとに整理しました（図1）。例えば、米国はお客様との基本的な接点を再構築する「ステージ 0〜1」の段階にいます。中国や韓国は、ボイラ周辺のサービスへ横展開する「ステージ 1〜2」の移行期です。特に中国などでは汎用品で勝負すれば価格競争になり、地場メーカーには勝てません。ミウラが狙いを定めるべき対象は品質やサービスを重視するユーザー層であり、ハイエンドへのシフトが不可欠です。そして、日本はその先の、トータルソリューションという「ステージ 2〜3」を先行して進んでいます。だからこそ、世界を一くくりにして一律の改革を押しつけるのではなく、地域ごとのステージを正しく認識し、その土壌に適した戦略を働かせていくことが、持続的な成長の土台になります。

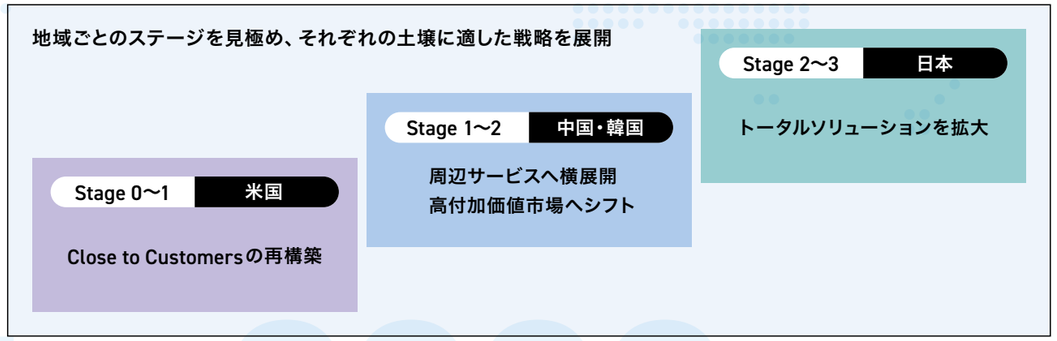
変化の始まりは、マインドセットの転換から

Cleaver-Brooksがグループ入りして約2年がたちました。実際に現場と向き合う中、この2年間で見えてきた変化や、変革の手応えについて教えてください。

一言で言えば、「オーナーシップが変わった」ということを、Cleaver-Brooksのメンバー自身が深く理解し、マインドセットが変化した2年間でした。グループ入りした当初は彼らも手探りでしたが、現在では当社の意図を理解した中長期的な投資計画が現地から上がってきています。これは、経営の基準が明確かつ本質的に変わってきた証拠と言えます。

一方で、課題も見えてきました。オーナーが変わる前の時期は、短期的な業績を重視する経営環境にあり、将

● 顧客密着型ビジネスモデルの発展ステージ （図1）



来を見据えた中長期的なR&D（研究開発）や設備投資、人財教育といった「未来への投資」よりも、単年度の指標が優先されやすい構造でした。買収前からある程度想定はしていたものの、基盤投資や顧客接点の強化は、考えていた以上に改善が必要でした。

今は、Cleaver-Brooksが「未来への投資を行って良いのだ」とマインドセットを転換したことで、ようやくさらなる進化へのスタート地点に立ったと感じています。市場からは「遅い」と思われるかもしれませんが、ここに至るまでの2年間は必要だったと考えています。

振り返れば、Cleaver-Brooksがグループ入りした最初の1年は、課題に対して「なぜそうなっているのか」という説明が中心でした。しかし今は違います。Cleaver-Brooksの現地メンバーと私たちが「一緒にもがいている」感覚があります。また、「Close to Customers（顧客密着）」という目指す方向についても、現地メンバーとの間で着実に共有が進んでいます。それこそが、一番大きな成果かもしれませんね。

販売代理店とのパートナーシップの再定義

昨年度掲げた「グローバルではなくユニバーサル」という考え方は、海外事業の現場にどのように根付き始めていますか。

「ユニバーサル」とは、地域ごとに異なる顧客ニーズに向き合いながら、顧客満足度を高めることです。お客様のメリットを追求する姿勢は世界共通ですが、お客様が「今、求めているもの」は地域の土壌やステージによって異なります。

しかし、私たちが最終的に目指しているゴールは、「ユーティリティ室の鍵を預けてもらえる会社になること」です。つまり、ボイラ単体ではなく、その周辺を含めた最適化全体について、「彼らに任せておけば安心だ」と信頼していただける土台を作らなければなりません。

そのためには、代理店との関係性の再定義が必要です。これまでメーカーは代理店を「製品を買ってリセールしてくれるお客様」と見る傾向にありましたが、ビジネスの源泉はエンドユーザーにしかありません。代理店をお客様と見るのではなく「代理店とメーカーが一つのチーム」として、エンドユーザーへ提供する付加価値を共に高める関係にならなければなりません。

こうしたアプローチは海外とも共有できる普遍的なものです。例えば米国の独立系販売代理店の多くは、ファミリービジネスとして何世代にもわたって事業を営んでいます。彼らは本来、短期利益ではなく地域で長きにわたって安定的に成長することを望んでおり、その思想はミウラとも共通しています。Cleaver-Brooks製品を扱う代理店は、同社ブランドへの信頼が非常に厚く、素晴らしいパートナーです。だからこそメーカーの最大の役割は、彼らに「保守や最適化のサービス」という武器を提供し、エンドユーザーへの提案をしやすくすることです。彼らの自立性と強みをリスペクトしながら、共に提供価値を高めていく。この「Close to Customers（顧客密着）」の哲学を共有し、当社グループと代理店が一体となった強固なパートナーシップの陣形を敷くことこそ、世界で勝つための第一歩です。

ライフサイクル価値と、未来への教育基盤投資

「ユーティリティ室の鍵を預かる」ために、Cleaver-Brooksで進めている取り組みについて教えてください。

「まずはタッチ率を上昇させること」を最優先のKPIに設定しています。

当社のビジネスは「お客様の設備のライフサイクルコストを下げることで、そのメリットをシェアしていただく」ことしかありません。例えばCleaver-Brooksは、これまでブランド力を強みとして機器を販売できていましたが、B to Bの産業用設備において「売って終わり」のモデルでは、いずれ価格競争に巻き込まれます。だからこそ、製品を販売した後も設備を守り続け、最終的にはユーティリティ室全体の最適化を提案する「BPO（ボイラプラント最適化）」構想への転換を打ち出しているのです。しかし、これはいきなり実現できるものではありません。BPOという高度な提案を行うには、まず我々自身がお客様の現場に足を運び、設備の実態を正しく把握するプロセスが不可欠です。その現場の実行度を測る絶対的な先行指標となるのが、タッチ率の向上です。現在は地域差があり、十分な水準とは言えません。この現状を現地としっかり共有した上で、タッチ率を確実に上昇させて、顧客密着を推進しています。

タッチ率は単なる訪問回数のノルマではなく、「いかにお客様の実態を深く把握し、長期的な信頼を勝ち取っているか」を測るためのバロメーターとなります。現場での具体的なアプローチとして、新たな点検・保守のアップグレードメニューなどを用いてお客様とより密接な関係を築き、まずはベースビジネスを確実に構築していく。その強固な土台があって初めて、エネルギーコストを根本から下げる細やかな調整や熱回収といったBPOへと深化できるのです。「ミウラグループに任せれば安心」と思っていただくため、こうしたノウハウを現場へ徹底して落とし込むことで、結果的に代理店の新たな収益源となる好循環を生み出せると考えています。

こうしたサービス化への転換には「人」を育てる投資が欠かせません。Cleaver-Brooksが当社グループに加わる前は、短期的な利益を追求せざるを得ない経営のもとでは、数億円規模の教育施設への投資は容易ではありませんでした。しかし、現場でお客様と向き合い、サービスを提供できる人財を育てずして、真のソリューション提案は実現できません。そこでCleaver-Brooksでは、2027年春の開設に向けて教育・トレーニング施設の整備を進めています。ここで育成される人財と、培われたサービスモデルは、今後さらに幅広い市場を開拓していく強靭な土台になるはずです。

「ベター」の追求と、進化への挑戦

市場からは「目に見える数字で成果を早く示してほしい」という声がありますが、改革の先にどのような未来を描かれていますか。

私は「ベストは求めていない」ということを現地メンバーにもよく伝えています。なぜなら「これがベスト」と思い込んだ瞬間に、思考も進化も止まってしまうからです。ある状況下でベストだったものが、環境が変わった先でもベストであり続けるとは限りません。常に現状を疑い、「ベター」を探し続けることが重要なのです。



Cleaver-Brooksは、間違いなく米国におけるトップレベルのボイラメーカーです。しかしミウラと出合い、お互いが「ミウラにもCleaver-Brooksにも良いものがあるな」と気づき、次のベターを一緒に模索し始めました。お互いが培ってきた強みをリスペクトし合いながら、新たな価値を生み出していく。伝統を受け継ぐというのは、過去に固執することではありません。根っこにある一番大切なものは決して変えずに、常にお客様への提供価値をアップデートし、変わり続けることなのです。

当社は今、現地メンバーと共にトライアンドエラーを繰り返しながら、その好循環の入口に立とうとしています。短期的に結果を刈り取る「狩猟型」のスピード重視のビジネスセンスを意識しながらも、お客様と長く伴走し続ける「農耕型」のアプローチですから、目に見える数字として成果が出るには少し時間がかかるかもしれません。田植えの時期は稼げないのが現実です。ただ、周囲から何を言われようとも、私が退いた後、そしてミウラが100年企業として成長していくその先の未来に、事業がもっと大きくなり、ミウラグループが持続的に繁栄していればそれでいいと考えています。現地メンバーとの「もがき」を乗り越えた先には、その歩みの正しさを短期的な成果でも示しながら、長期的な視点で当社を支持してくださる投資家の皆様に確かな成果でお応えできる、強固な未来が待っていると信じているからです。

The Cleaver-Brooks Company, Inc.

90年以上の歴史を持つ、米国のボイラメーカー

1931年の設立以来、Cleaver-Brooksはボイラ技術の開発を重ね、幅広い製品・サービスを展開してきました。長年培ってきた技術力と販売・サービス基盤を強みに、多様な熱需要に応えています。



設立年	1931年
所在地	米国 ジョージア州
事業内容	ボイラおよび関連製品の製造・販売・サービス
主要顧客市場	食品・飲料、化学、製造業、ヘルスケア、教育機関他

Cleaver-Brooksの強みが支える、熱ソリューションの領域

Cleaver-Brooksの幅広い製品ラインアップと技術力で、小規模な温水用途から大型プラント向けまで、ミウラグループの対応領域がさらに拡大しました。お客様のニーズに合った最適な熱ソリューションを提供します。



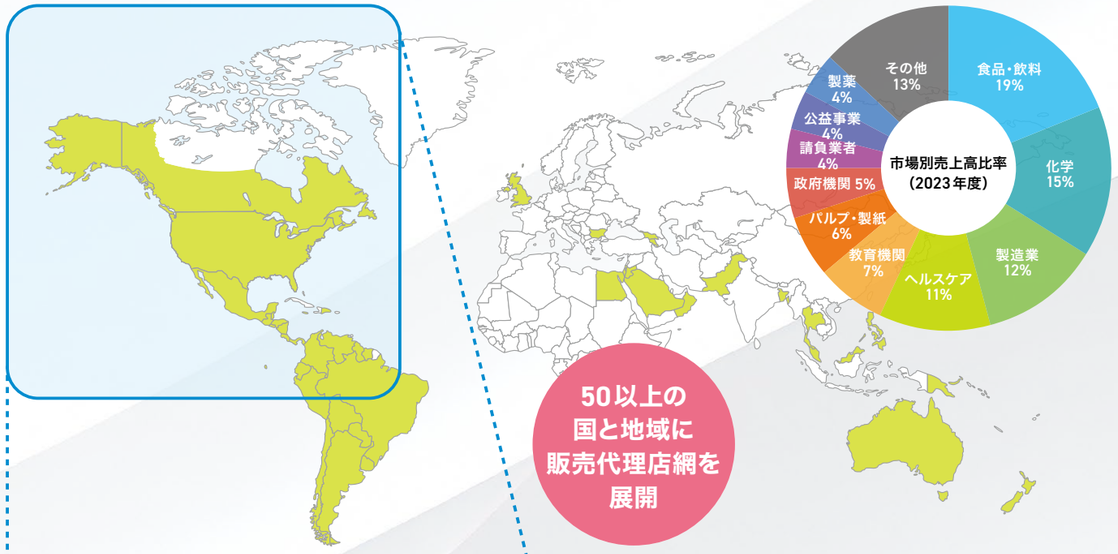
Cleaver-Brooksグループの専門ブランド

専門ブランド群が支える幅広い市場対応

CAMUS Hydronics Ltd. 温水ボイラ・給湯機器

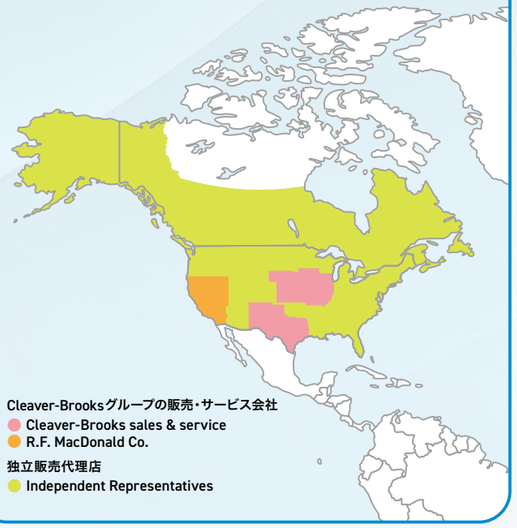
INDUSTRIAL COMBUSTION 産業用バーナ

お客様を支える強固な販売・サービス基盤



北米の販売・サービスネットワーク

米国・カナダを38社の販売代理店網でカバー



お客様への価値提供を支える強み

- 上位販売店との平均取引年数 50年以上
- Cleaver-Brooksによるサービス支援体制
- myBoilerRoomによるデジタルサポート

販売代理店の連携を支える
CBRA（Cleaver-Brooks Representative Association）

CBRAは、販売代理店間で販売・サービスに関する知見や成功事例を共有するとともに、市場の声をCleaver-Brooksへフィードバックするネットワークです。販売代理店とメーカーの連携を強化し、サービス品質の向上や顧客ニーズに即した提案活動を支えています。

ボイラ室の最適化を支援する
BPO（Boiler Plant Optimization）

ボイラ室全体の最適化を支援するサービスであるBPOを提供しています。販売・サービスネットワークと連携しながら、お客様の課題解決や安定稼働を支え、設備の運用状況に応じた改善提案を通じて、安全性・信頼性・効率性の向上に貢献しています。

長期成長戦略

前提となる事業環境予想

国内

■蒸気ボイラ市場は緩やかに縮小（2030年度以降加速）

省エネルギー化や設備の高効率化が進む中、主力の蒸気ボイラ市場は中長期的に緩やかな縮小が見込まれるが、今後も日本国内の産業現場の熱需要を支えるのは蒸気が主流であると見込まれる。

■脱炭素化は段階的に進展
（エネルギー転換には一定の時間を要する）

2030年までにグリーンエネルギーへの転換は段階的に進むと予想される中、省エネ提案による脱炭素への貢献が引き続き重要となる。当社は将来を見据え、ボイラのエネルギー全方位対応を進めている。

海外

■各国で異なる政策やエネルギー事情を背景に、市場環境や顧客ニーズが多様化

産業用エネルギー分野を取り巻く経営環境は変化しており、新燃料への対応や省エネルギー提案など、顧客課題に応じた技術力・提案力の重要性が高まる。

■各国のエネルギー事情に応じた脱炭素への取り組み

カーボンニュートラルに向けた活動の地域差が拡大。

基本的な考え方	グループ総合力を活かしたトータルソリューションの深化 ～顧客密着（Close to Customers）でお客様価値の最大化を目指して～
長期視点でのKPI	ROE向上・EPS成長

重点課題		主な取り組み
カーボンニュートラル	● お客様の設備更新とエネルギー転換の進展を踏まえた多面的な環境対応	● 補助金を活用しつつ、最適なエネルギーミックスの提案 ● 産官学での新燃料関連製品・システムの共同開発
グローバル化	● グローバル顧客への提案力強化・多国籍企業との取引拡大 ● カーボンニュートラルを意識した空白地帯への拠点展開	● 進出市場での日誌分析・省エネ診断の徹底 ● 海外グループ法人でローカルスタッフの幹部登用の推進 ● 海外グループ間の技術・営業シナジーの創出
ESGへの取り組み	E 既存製品の効率化および新燃料対応 S 多様な人財の育成と活躍推進 G 各部門・会議体を通じたモニタリング体制の強化	● 環境負荷低減製品の開発 ● 執行のスピード化に向けた権限委譲の推進 ● 事業戦略に関するKPIの設定・モニタリング

基本戦略

トータルソリューションの深化	ワンストップサービスの拡充	カーボンニュートラル商品開発	人財基盤強化
ユーティリティ領域からプロセス領域への拡大 × 省人化・自動化で人手不足解消	ワンストップサービスの拡充 ＋ まるごとメンテナンスサービスによる顧客接点の拡大	貫流ボイラの進化 ＋ エネルギー全方位対応（水素・アンモニア・合成メタン・電気等）の製品供給体制の構築	研修体系や人事考課・処遇、人財配置や登用の高度化、新人事制度の定着、専門性の高いフィールドエンジニア、熱ソムリエおよびグローバル人財の育成

さらなる成長に必要な事業領域の拡充と新事業展開の加速

サポート戦略（レバレッジ）

M&Aによる事業領域の拡大、事業提携による提供商品の拡充	研究開発・技術移転・ベンチャー投資
当社とのシナジー創出が期待できる事業領域への投資を推進 コンプレッサ・ヒートポンプ　ランドリー機器	既存事業の強化や新製品・新サービスの研究開発へ積極的に投資 新規事業・新サービス

DXをベースに基本戦略とサポート戦略の付加価値を拡大

DX推進

IoT基盤システムの強化		基幹システム再構築
● 顧客視点での見える化サービス ● データ分析・AI活用によるサービス高度化 ● 保守管理・機器運転の最適化	攻め × 守り	● 一元化された基幹データ ● 機器単位での構成部品管理 ● メンテナンスレポートのデジタル化

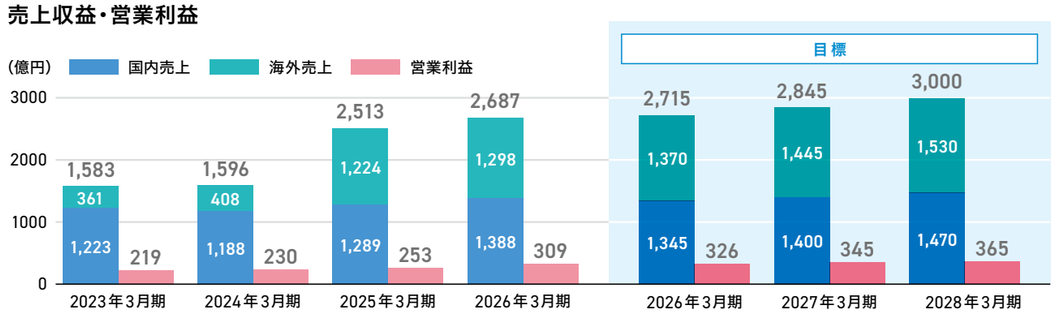
中期経営計画 2025-2027

2026年3月期実績と中期経営計画の進捗

中期経営計画2025-2027では、2028年3月期までの目標値を固定する方式を採用し、その実現に向けて取り組みを進めています。

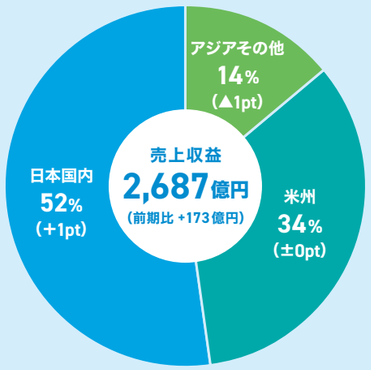
※2026年3月期より報告セグメントを「日本国内」「米州」「アジアその他」に変更しています。　※本ページの数値は全て連結ベース。

売上収益・営業利益



売上収益とセグメント利益の変化

売上収益構成比



セグメント利益（調整額除く）

日本国内	215億円	前期比 + 15億円
	利益率15.5%（± 0.0pt）	
米州	103億円	前期比 ▲ 15億円
	利益率11.3%（▲ 2.5pt）	
アジアその他	38億円	前期比 ▲ 2億円
	利益率10.0%（▲ 0.9pt）	
計（調整額除く）	357億円	
	利益率13.2%	

※利益率：セグメント利益率

売上収益の増加要因

日本国内

1,388億円

前期比 +99億円（+7.7%）

ボイラおよび関連機器、アクア機器、舶用機器で販売が堅調に推移したことやメンテナンス活動で、有償保守契約件数の増加・省エネ活動の推進により、売上が増加

米州

912億円

前期比 +50億円（+5.9%）

Cleaver-Brooksの業績反映期間が前年より長くなったこと（前年度10.5ヶ月）により売上が増加

アジアその他

386億円

前期比 +22億円（+6.2%）

独・CERTUSSの業績反映期間の影響（前年度11ヶ月）や、その他の国や地域でボイラ・販売が堅調に推移したことにより売上が増加

2027年3月期に向けた成長戦略と資本配分

ありたい姿

顧客密着型（機器販売+ストック収益化）× 対応領域拡大の好循環で
グローバルに成長し続けるトータルソリューション企業



グローバルトータルソリューション企業の実現へ

国内成長戦略

トータルソリューションの深化
まるごとメンテナンスサービスを軸に
顧客生涯価値（LTV）を最大化

アクア事業の拡大（純水・排水）
純水・排水ソリューションの提供強化により事業基盤強化

食品機械・メディカル市場の拡大
冷水・レトルト・洗浄滅菌分野で事業領域を拡大

人財・研究開発投資による成長基盤強化
脱炭素・DXに向けた研究開発・人財投資を推進

海外成長戦略

Close to Customers戦略の推進
顧客密着型の営業・サービス体制を強化し、
製品販売からソリューション提供まで顧客接点を拡大

Cleaver-Brooksの成長加速
品質・サービス拡充による事業基盤強化

CERTUSSとの連携
欧州市場を中心に機器販売の成長を加速

M&Aによる事業領域の拡大
製品・サービス領域の拡充を推進

キャピタル・アロケーション方針（2026年3月期～2028年3月期）

営業キャッシュフロー創出
1,200億円+α

→ 成長投資を最優先
630億円+α
M&A / 研究開発 / DX / 人財投資 / 海外展開

→ 利益成長
（EPS成長）

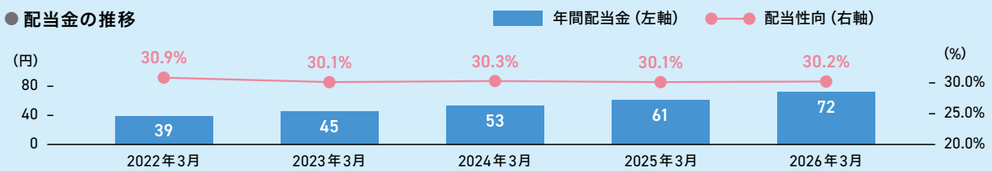
→ 株主還元
270億円+α

財務規律・株主還元方針	
自己資本比率	50% 目安
配当性向	30% 目安

株主還元

安定的な配当の継続を目指し、2027年3月期も増配を計画しています。

● 配当金の推移





財務担当役員メッセージ

未来の価値創造を見据え、最適な資本配分を追求します

取締役 専務執行役員 財務担当役員
廣井 政幸
HIROI Masayuki

なぜ成長投資と財務健全性の両立を実現できたのか

2025年度は売上収益、営業利益、当期純利益のいずれも過去最高を更新するとともに、中期経営計画2025-2027で想定していた営業キャッシュ・フローの見通しを増額するなど、財務面においても着実な進展を実現することができました。

その背景として、国内においてはお客様が抱えている問題を当社グループが解決するトータルソリューション提案活動の深化や、保守・点検を包括的に支援する「まるごとメンテナンスサービス」の提供を通じて、お客様とさらなる信頼関係を構築できたことが挙げられます。海外においては各国、各地域市場のお客様に最適な熱ソリューションを提供する「熱プロバイダー」としての事業拡大を推進しました。

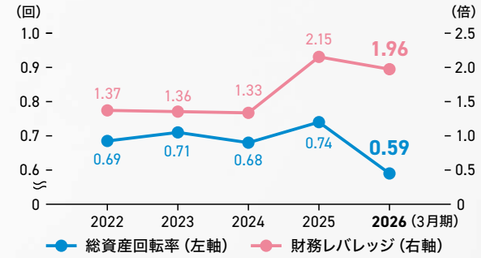
その結果、2025年度の売上収益は268,701百万円（前期比6.9％増）、営業利益は30,917百万円（前期比22.1％増）、連結当期純利益は27,621百万円（前期比20.7％増）といずれも過去最高を更新することができました。中期経営計画2025-2027で想定していた３年間の営業キャッシュ・フローの見通しも100億円増額し1,200億円としました。これらの成果は、増益効果に加え、CCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル）の改善などによるもので、当初計画を上回る営業キャッシュ・フローが創出できています。また、2024年度に実施したCleaver-BrooksやCERTUSSのM&A後も、財務健全性の確保を早期に実現し、自己資本比率は2026年3月期で51.0％まで回復しました。成長投資を進めながらも、財務の健全性を維持できていると考えております。

企業価値向上において財務が果たす役割とは

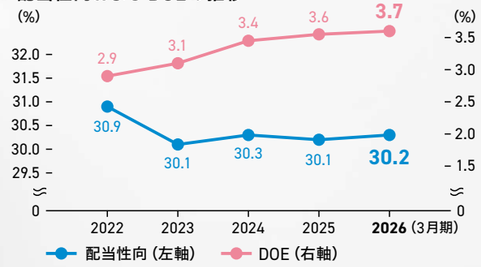
前述のとおり、当社はこれらのM&A実施後も営業キャッシュ・フローの創出力向上や財務健全性の確保を進めることができました。こうした事業環境や財務環境が変化する中で、財務に求められる役割も大きく進化していると感じています。

これまで当社は、資金調達、資金繰り、決算・開示、予算管理など企業活動を支える「守りの財務」が中心で、財務規律を維持し、安定した経営基盤を支えることを使命としてきました。しかし現在は、企業価値を向上させる「戦略財務」の重要性が高まっています。資本市

● 総資産回転率および財務レバレッジの推移

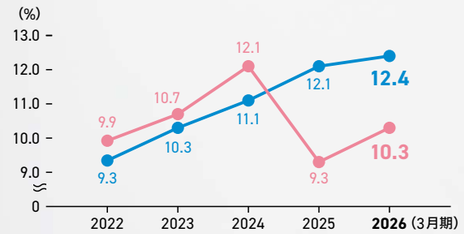


● 配当性向およびDOEの推移



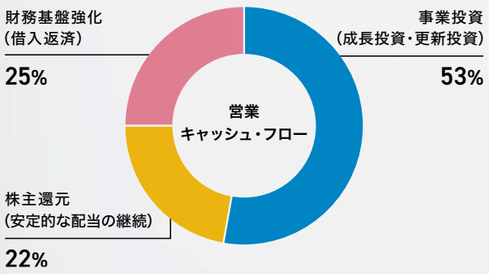
※ DOE：親会社所有者帰属持分配当率（連結）

● ROEおよび売上収益当期利益率の推移



※ 関連会社の持分法適用会社化にともない、遡及修正しています。

● キャピタル・アロケーション





場では、利益や売上規模だけでなく、資本コストを上回る収益性、資本効率、将来のキャッシュ創出力、さらには人的資本や知的資本といった無形資産への投資まで含めて評価される時代になりました。

こうした環境や資本市場の変化を踏まえると、これからの財務の役割は、企業価値の最大化に向けて限られた経営資源を最適に配分することにあると考えています。企業が生み出すキャッシュを、どの事業や成長領域に投資し、どのように株主還元へつなげるか。その判断が企業の将来価値を大きく左右します。

だからこそ、財務は経営戦略の策定段階から参画し、事業戦略と財務戦略を一体で設計していく必要があります。加えて、事業ポートフォリオの見直しやM&A、AIや人的資本への投資など、将来の競争優位を左右する重要な経営判断においても、資本コストや期待リターンの観点から経営陣に提言する役割が求められています。

ミウラの財務基盤を支えるもの

当社の財務における特徴は、単に足元の自己資本比率や手元資金の水準が良好ということではありません。当社の財務諸表が長年にわたり市場から高い評価を受けている背景には、「お客様との長期的な信頼関係を通じて継続的に価値を提供し、その対価として安定したキャッシュ・フローを創出する」という事業の根幹があります。当社は機器の販売だけでなく、その後の保守、メンテナンス、運用支援を通じてお客様との接点を維持しています。このようなビジネスモデルは、一過性の売上や利益ではなく長期的かつ安定的な収益基盤と価値提供を実現する当社独自のものです。つまり、これまで積み上げてきた顧客基盤が、景気変動や事業環境の変化への耐性となり、継続的で安定したキャッシュ創出力を支える当社の財務基盤となっているのです。

未来の価値創造に向け、いかに資本を配分するか

当社が投資判断や資本配分において最も重視するのは、短期的な利益成長ではなく、お客様との長期的な関係の構築・発展です。投資においては、必要に応じて財務レバレッジも活用しながら、研究開発、人財育成、生産能力強化、グローバル展開などの成長投資を推進し、熱・水・環境分野を中心にお客様への価値提供と関係性の深化を図ります。M&Aについては規模拡大を目的とするのではなく、ミウラの技術、販売網、メンテナンス網とのシナジーを通じて、お客様への価値創出力を高められる案件かどうかを重視しております。

また、将来の競争力の源泉は技術と人財にある、と考えておりますので、研究開発、人財育成やサービス体制の強化には継続的に資本を投入していきます。特に、省エネや脱炭素、水資源の有効活用に関する技術領域は、ミウラが社会課題の解決と成長を両立する上で重要な投資分野と位置付けています。もちろん、適切な株主還元も重要です。成長投資の成果を安定的な利益成長と

●資本経営の方針

成長投資の優先	中長期的な収益力向上につながる戦略投資（M&A、研究開発、人財育成、設備投資など）に対しては、投資効果を精査しながら最優先で資本を配分。
機動的な株主還元	自己資本比率の水準やキャッシュ・フローの状況を踏まえつつ、安定的かつ継続的な株主還元を実施。
財務の柔軟性確保	持続的な成長投資や事業環境の変化に対応できるよう、財務健全性の維持・向上に努める。

株主還元の充実という形で株主の皆様へお返しできるよう、グループ全体の財務状況を継続的にモニタリングしながら、規律ある資本配分を実践していきます。

持続的な成長に向けて

当社において、資本効率は投資を抑制するための指標ではなく、成長投資の質を高めるための経営指標としています。将来のキャッシュ・フロー創出に向けては、資本コストを意識しながら、収益性が資本コストを上回ると期待できる事業や投資案件へ重点的に経営資源を配分することが重要であると考えています。そのため、ROICやWACCについては、投資判断や事業評価を支える参考指標として活用していきます。

中期経営計画2025-2027では、安定した財務基盤を維持しながら成長投資を加速させることを重視しています。3年でEPS成長33%以上を目標とする中、財務健全性を維持しながら資本効率指標の活用を検証しています。

一方で、全社的な資本効率の向上のみを追求すると、将来の成長機会を逸する恐れがあります。そのため、投資案件や事業については、収益性・成長性・戦略的重要性を総合的に評価し、新規事業や成長分野への投資についても、中長期的な収益貢献を見据えて判断していきます。

中長期の価値創造において重要なのは、企業価値の持続的な向上が真の目的である点です。そのためには、成長機会に適切に投資しながら、資本コストを上回るリターンを創出し続ける必要があります。

投資家の皆様には、短期的な業績変動だけでなく、中長期的な未来の成長につながる投資の意義をご理解いただきたいと考えています。

今後も、お客様との長期的な信頼関係を通じて培ってきた安定的なキャッシュ創出力を基盤に、「今の利益」だけでなく「将来の価値」を見据えた経営を実践してまいります。



国内事業ポートフォリオ

お客様に応える力を高め、次の成長へ

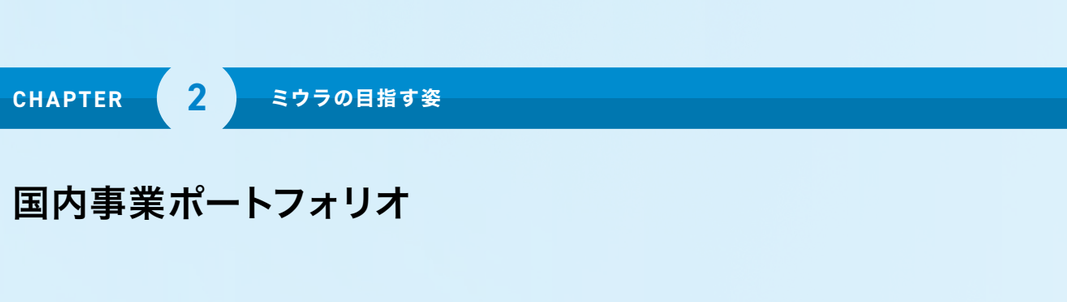


取締役 専務執行役員　国内販売統括本部 統括本部長　**河本 憲一**

当社の国内事業は、ボイラをはじめ、アクア、食品機械、メディカルなど、多様な事業展開が強みです。そして、私たちが目指すのは、それぞれの事業で培ってきた技術やサービスを掛け合わせ、お客様の課題に応えられる可能性をさらに広げていくことです。カーボンニュートラルや省エネルギー、水資源の有効活用、省人化など、お客様を取り巻く課題が複雑化する中、こうした強みを生かして課題解決により深く関わり、国内事業の新たな成長領域を切り拓いていきます。

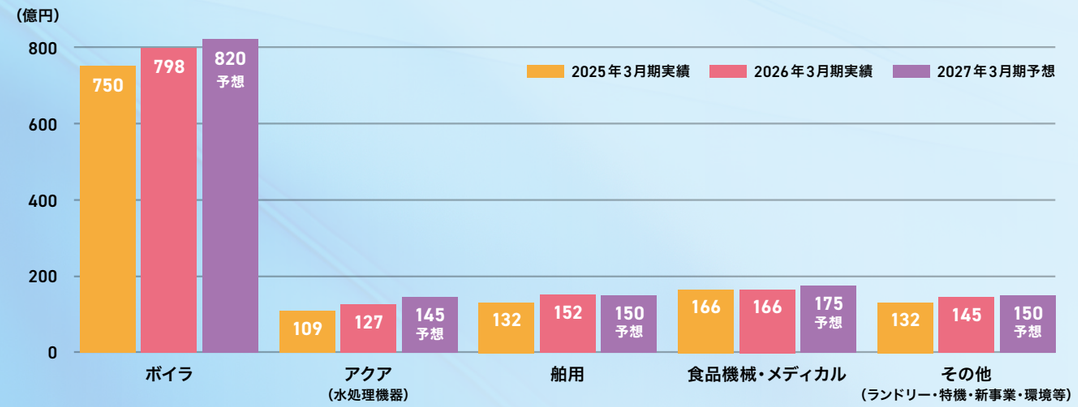
さらに、その成長を支える「まるごとメンテナンスサービス」の取り組みも、着実に広がっています。機器の導入後も、メンテナンスやエンジニアリングを通じて継続的につながり、設備の安定稼働や生産性向上を支えています。これからも、変化するお客様のニーズに応えることで、長期的な関係を築き、事業基盤をさらに強化してまいります。

■ 連結売上収益の構成　（国内売上高に占めるメンテナンス収益の比率は約35%を安定的に維持）



※Cleaver-BrooksおよびCERTUSS

■ 国内売上高の事業別構成の推移　（各事業には機器販売に加え、当該事業に係るメンテナンス収益を含みます）



ボイラ事業

ボイラ事業は、小型貫流ボイラで培った顧客基盤と技術力を強みに、工場の熱エネルギー供給を支える事業です。高効率化や省エネルギーへの対応に加え、アクア・食品機械・メディカルなどの各事業とも連携し、脱炭素や省人化を見据えたトータルソリューション提案を進めています。

成長を支える強み

- 小型貫流ボイラ市場で築いた高いシェアと顧客基盤
- 高効率ボイラを中心とする豊富な製品群と技術開発力
- ボイラを起点に、アクア・食品機械・メディカルなどを組み合わせて提案できる総合力
- 全国メンテナンス網を基盤とした診断・提案・エンジニアリング力
- 通信を活用した省人化・省力化への対応力

成長機会

- 脱炭素・省エネに向けた熱エネルギー最適化ニーズ
- 安定操業を支えるBCP対応製品・サービス需要
- 人手不足を背景とした省人化・デジタル化ニーズ

今後強化すること

- 脱炭素燃料対応商品の拡充
- 診断・提案・エンジニアリング人財の育成
- 施工管理者の確保・育成

留意すべき外部環境

- 国内ボイラ市場の縮小・成熟化
- 脱炭素化の加速による技術・燃料転換の進展
- 省人化対応領域における商品・サービス競争の激化

TOPICS

CN時代に対応する電気式小型貫流ボイラを開発

ボイラ事業では、水素ボイラやアンモニア燃焼技術、廃熱回収ボイラなど、カーボンニュートラルに向けた研究開発を進めています。CNエネルギーのインフラ整備には時間を要することから、グリーン電力を活用した電気ボイラへのニーズが高まっています。こうした中、関連規則の改正により小型貫流ボイラの大型化が可能となったことを受け、電気式小型貫流ボイラAE-900Aを開発しました。相当蒸発量900kg/hの出力を備え、2026年度中の販売開始を予定しています。



メンテナンス事業

全国に展開するフィールドエンジニアのサポート体制と、長年のオンラインメンテナンスで蓄積したデータと知見を強みに、故障を未然に防ぐ独自の保守契約を通じて、設備の安定稼働を支えています。さらに、省エネ提案や、工場全体を包括的に支援する「まるごとメンテナンスサービス」を強化しています。

成長を支える強み

- 全国約1,200名のフィールドエンジニアによるサポート体制
- 37年にわたるオンラインメンテナンスの実績
- 蓄積したデータと知見を生かした診断・提案力

成長機会

- 人手不足を背景とした設備管理の省人化・効率化ニーズ
- カーボンニュートラル・省エネへの対応ニーズ
- 工場設備の包括的な保全・管理ニーズ
- IoT・データ活用による設備管理高度化の進展

今後強化すること

- 「まるごとメンテナンスサービス」の拡大
- 「熱ソムリエ」などの専門人財の育成
- DX・データ活用による提案力の高度化
- 保守契約のさらなる拡大

留意すべき外部環境

- メンテナンス人財の確保・育成
- エネルギー・原材料・物流コストの高止まり
- 地政学リスクなどによる事業環境の不透明化

TOPICS

お客様の課題に応える「まるごとメンテナンスサービス」

人手不足や省エネなど、工場の設備管理におけるさまざまな課題の解決に向け、2025年4月より「まるごとメンテナンスサービス」を展開しています。ミウラ製品に加え、他社製品・設備も対象に、保守点検や設備保全業務の代行・支援など、工場全体の保守・管理・改善を「まるごと」サポートします。さらに、機器・設備をIoTシステムでつなぎ、稼働状況やエネルギー使用量を見える化。遠隔サポートや日常管理支援、収集したデータを活用した省エネ・コスト削減提案を通じて、お客様設備のさらなる安定稼働や業務負担軽減、生産性向上に貢献します。

アクア事業

ボイラ水処理の技術を基盤に、ろ過・純水などの用水処理へ領域を広げ、お客様の安定操業を支えています。水質センシング技術とIoTを活用し、用水・純水・超純水から排水処理まで、設備の安定運転、省人化、省エネルギーを支援。さらに、UV-LED水殺菌技術や、排水処理高度化を進め、用水から排水まで水処理全体のトータルソリューションを提供しています。

成長を支える強み

- 用水・純水・超純水・排水まで一貫した水処理技術
- 水質センシング技術と豊富な水分析・運転データ
- 標準規格設計力と豊富なEPC納入実績
- 水処理に特化したフィールドエンジニア育成
- 幅広い用途に対応する水銀フリー UV-LED水殺菌技術

成長機会

- 省人化・アウトソーシング・技術継承ニーズ
- 環境負荷低減ニーズの拡大
- 半導体・医薬分野などの超純水需要拡大
- 水銀フリー化に伴うUV-LED水殺菌需要の拡大

今後強化すること

- 排水処理DXによる技術継承・省人化・早期復旧
- 水質・運転データを活用した安定・省エネ・省コスト運転
- 超純水分野の分析設備・技術力強化
- UV-LED水殺菌装置のラインアップ・用途拡大
- 大型案件に対応する技術者の確保・育成
- 設計の自動化・標準化と用水事業の工期短縮

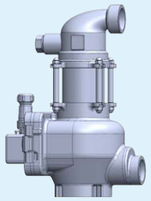
留意すべき外部環境

- 国内市場の成長鈍化・縮小・水処理技術の進化と競争激化
- 水処理・エンジニアリング人財の獲得競争
- 人手不足・技術継承難による設備・サービスへの要求高度化

TOPICS

幅広いニーズに対応
水銀フリー「UV-LED水殺菌装置」

日亜化学工業と当社の水処理技術を組み合わせた「UV-LED水殺菌装置」は、2026年には、最大処理水量2.5m³/hの「WV-2AF」を追加し、2.5〜25m³/hの4機種に拡充し、処理流量や設備規模に応じた機種選定が可能となりました。今後も用途拡大と水銀フリー社会の実現に貢献していきます。



WV-2AF
2.5〜25m³/hの
4機種をラインアップ

舶用事業

1967年に補助ボイラからスタートした舶用事業は、現在ではバラスト水処理装置やマイクロプラスチック回収装置、焼却炉、浄水器など、船舶の機関室を中心に幅広い製品を展開しています。開発から保守まで一貫して対応する「シップトータルソリューション」を強みに、「故障を未然に防ぐ」ビフォアメンテナンスを徹底。環境対応製品の開発・提供にも注力し、船舶の安定運航に貢献しています。

成長を支える強み

- 国内船主・造船所との信頼関係
- 国内外に展開するメンテナンス・サービス体制
- 熱・水・環境分野の幅広い商品と応用技術

成長機会

- ゼロエミッション化に向けた新燃料・省エネ需要の拡大
- 人手不足を背景とした船上労働の省力化・自動化ニーズ
- 船舶のデジタル化・IoT化による新サービス領域の拡大
- 海外での船舶建造量の増加による需要拡大
- 船舶の環境対応製品・技術への需要増加

今後強化すること

- 新燃料対応製品ならびに熱利用・省エネ技術の開発・市場投入
- IoT・AIを活用した自動化・故障予測とサポート強化
- 海外市場での競争力・商品ラインアップの強化
- グローバル人財・専門技術者の確保

留意すべき外部環境

- 国内外の造船・新造船需要の動向
- 環境規制や新燃料をめぐる市場環境の変化
- 原材料価格の高騰や海外製品との価格競争

TOPICS

アンモニアDF（Dual Fuel）ボイラ、
実用化に向け実機性能試験へ

船舶のゼロエミッション化に向けて開発を進めるアンモニアDFボイラは、小型試験機による燃焼基礎試験を経て、実機性能試験のフェーズへ移行しました。実機レベルの燃焼試験が可能な専用設備を整備し、アンモニア特有の燃焼課題に対して、燃焼技術からバーナ、火炉・缶体、安全性まで総合的に検証し、実用化に向けた開発を進めています。さらに、LNGやメタノールなどの多様な代替燃料に対応するボイラの市場供給を目指します。

食品機械事業

解凍、加熱調理、レトルト殺菌、冷却、チラー設備など、食品工場の生産工程を支える幅広い食品機械を提供しています。生産機器を中心として、ユーティリティを組み合わせたシステム提案を強みに、省力化・自動化や、省エネなど、食品工場のさまざまな課題解決に貢献しています。

成長を支える強み

- ボイラ事業で培った顧客基盤
- 熱・真空に関する技術
- 解凍から加熱調理、レトルト殺菌、冷却、チラー設備までをカバーする幅広い商品群
- 生産設備とユーティリティ設備を組み合わせたシステム提案力

成長機会

- 人手不足を背景とした省力化・自動化ニーズの拡大
- 省エネ・カーボンニュートラルへの対応ニーズの高まり
- フードロス削減を背景としたロングライフフード市場の拡大

今後強化すること

- 省人化・自動化に対応したトータルソリューションの強化
- ロングライフフード・高齢者食市場に向けた製品・装置の開発
- 管理栄養士と連携し、顧客ニーズに応える食品製造ソフトの開発
- ミウラIoTプラットフォームを活用した設備管理と「まるごとメンテナンスサービス」の展開
- エンジニアリング力の強化
- 他社との協業による事業領域の拡大

留意すべき外部環境

- 人口減少・少子高齢化による国内市場の縮小
- 市場変化に伴う既存装置メーカーのボーダレス化や新規参入の増加
- 海外現地メーカーの成長による競争環境の変化

TOPICS

冷却運転時に水・蒸気を使わない
学校給食向け真空冷却機

学校給食市場における省エネ・省力化のニーズに応え、ドライ真空ポンプ式真空冷却機「CMJ-QRC型」を開発しました。ドライ真空ポンプと冷凍機の採用により、冷却運転時に水や蒸気を使用せず、省エネ・省コストに貢献します。また、冷却槽を丸洗いできる洗浄ガンや自動蒸気殺菌機能、カートリッジ式軟水器を備え、衛生性の向上と日常の管理負担の軽減に貢献します。

メディカル事業

医療機関、医薬品・医療機器等メーカ、実験動物施設などに向けて、洗浄・乾燥・滅菌に関する機器・システムを提供しています。設計からメンテナンスまでの一貫体制によるアフターサービスの強みをベースとして、現在は、機器の自動化や通信システムによる効率化を展開中。

成長を支える強み

- 独自の洗浄・滅菌技術と豊富な知見・実績
- 設計からメンテナンスまでの一貫体制による充実したアフターサービス
- 機器の自動化や通信システムによる効率化の提案力

成長機会

- 院外滅菌の規制緩和による滅菌代行市場の拡大
- ミウラIoTプラットフォームを活用したサービス領域の拡大
- 人手不足を背景とした省人化・自動化ニーズの拡大
- 環境負荷低減ニーズの高まり

今後強化すること

- 自動搬送・自動管理による省人化・効率化システムの提案
- 自動ライン・大量処理に対応した商品の拡充
- ボイラ、水処理装置との連携による環境負荷低減トータルソリューション
- 独自技術を活かした海外市場の開拓

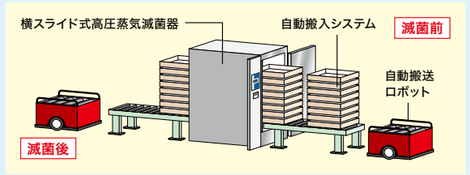
留意すべき外部環境

- 医療関連法規制への対応
- 医療機関等の経営環境の悪化
- 他社による類似製品開発・新規参入の加速

TOPICS

滅菌プロセスの完全無人化で省人化と品質向上を実現

人手不足への対応と安定した品質確保に向け、高圧蒸気滅菌器の自動化システムを構築しました。滅菌対象物の搬入・搬出から滅菌判定、データ管理までを一体で自動化し、生産管理システムとの連携により、人為的ミスを抑えながら、省人化と安定した品質を実現しました。



高圧蒸気滅菌器自動化システム

熱利用事業

ミウラが培ってきた顧客目線の技術とノウハウを活かし、冷水・温水・蒸気・圧縮空気など、工場で使用されるさまざまなエネルギーの効率的な利用を提案しています。ボイラやエアコンプレッサ、ヒートポンプなどを組み合わせたシステム提案により、お客様の省エネルギーと環境負荷低減に貢献しています。

成長を支える強み

- ボイラ事業で培った技術・提案力
- 産学連携や国内外の他社とのアライアンスを活かした開発力
- エネルギー診断による未利用熱の活用提案力
- エンジニアリング力

成長機会

- 省エネルギー・環境負荷低減ニーズの拡大
- 政府の脱炭素政策を背景とした商品開発と導入補助制度の活用
- ボイラシェアを活かした顧客接点の活用

今後強化すること

- 市場ニーズの変化を捉えた商品開発の迅速化
- コスト競争力の強化
- 廃熱活用とユーティリティの最適化による省エネシステムの構築
- クリーン燃料の普及を見据えた商品提案の強化

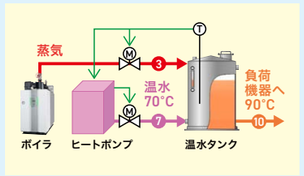
留意すべき外部環境

- 気候変動やエネルギー問題の深刻化
- 次世代エネルギーの不確実性とシナリオ変化
- 既存競合メーカーや新規参入企業との競争激化
- 革新的な脱炭素技術・燃料の出現

TOPICS

未利用熱を価値に変える、ミウラの廃熱活用提案

脱炭素化に向け、工場の廃熱を有効利用するニーズが高まっています。ミウラは、未利用熱の活用提案力とエンジニアリング力を活かし、廃熱の熱量や成分を測定。ヒートポンプなどを用いて、回収から搬送、利用まで、お客様の設備や用途に応じたシステムを提案しています。さらに、廃熱の温度や状態、時間変化などを見極め、最適なエネルギー利用につなげています。



ミウラのハイブリッドシステム

環境事業

環境事業では、ダイオキシン類などの有害物質の受託分析に加え、培った分析技術やノウハウを活かした分析製品の開発・提供を行っています。近年はPFAS（有機フッ素化合物）など新たな規制物質への対応や海外展開にも注力し、環境分析の高度化・効率化を通じて環境問題の解決に貢献しています。

成長を支える強み

- 国内トップクラスのダイオキシン類分析実績と高い市場シェア
- 極微量物質の高度な分析・前処理技術
- 受託分析で培った知見を生かした商品開発力

成長機会

- PFASなど新たな規制物質に対する分析ニーズの拡大
- 分析の迅速化・効率化ニーズの高まり
- 海外市場へのアプローチ強化

今後強化すること

- 分析ラボの省力化・自動化に向けた提案の強化
- 高付加価値商品の開発・投入
- 海外市場での製品展開・販売活動の強化
- 専門人財の育成と分析領域の拡大

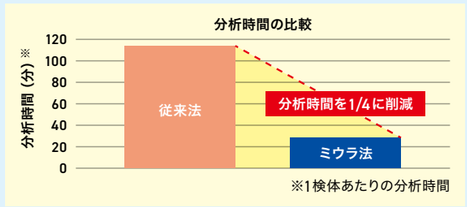
留意すべき外部環境

- 環境規制の緩和による既存分析市場の縮小
- 新規参入や競合他社との価格競争
- 模造品・特許侵害
- 自然災害・サイバー攻撃による事業活動への影響

TOPICS

PFAS分析の迅速化・効率化に貢献

PFAS分析需要の拡大を背景に、三浦環境科学研究所では従来法と同等以上の分析精度を維持しながら前処理時間を約1/4に短縮する独自の前処理技術を開発し上市しました。また、水質・土壌・活性炭など幅広い試料に対応するPFAS受託分析サービスを展開、分析の迅速化・効率化を通じて環境課題の解決と分析現場の付加価値向上に貢献していきます。



ミウラ環境エンジニアリング株式会社

水環境を創造し、持続可能な社会に貢献する総合水処理エンジニアリング会社

ミウラ環境エンジニアリング株式会社は、水処理施設の計画・設計・開発から施工、保守点検、水質分析までを一貫して担う総合水処理エンジニアリング会社です。さまざまな産業の排水処理に対応し、特にリネン業界では、排水処理・排水リユースに関する技術と実績を培ってきました。



事業概要・強み

50年以上の水処理の技術と実績
多様な排水処理・排水リユースに関する技術と実績。

設計・施工から保守点検、水質分析まで一貫対応
計画・設計・施工から保守点検、水質分析まで、一貫したサービス。

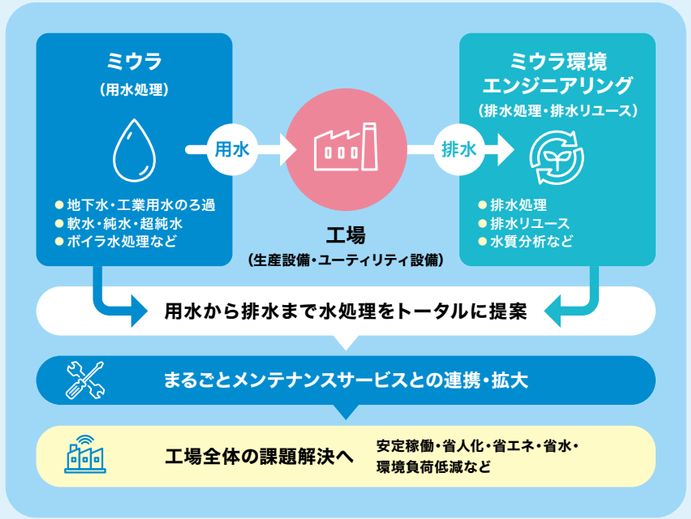
リネン業界での実績
業界独自の排水特性や要求水質に応じた提案力と豊富な実績。

排水リユースの提案力
排水特性や用途に応じた処理と、水の有効利用につながるリユースを提案。

用水から排水まで、水処理の提案領域を拡大

2025年10月にミウラ環境エンジニアリングがミウラグループに加わったことで、ミウラが得意とする用水処理に、同社の強みである排水処理の技術と運転ノウハウが加わりました。これにより、用水から排水まで、工場全体の水処理を見据えたトータルソリューションの提供を目指します。

さらに、両社の技術やサービス基盤を組み合わせ、「まるごとメンテナンスサービス」との連携を通じて、設備の安定稼働や省人化など、工場全体の課題解決に貢献していきます。



社長メッセージ

用水から排水まで、新たな価値を

代表取締役社長 高橋 正恭



ミウラグループの幅広い顧客接点と、当社が培ってきた水処理・環境分野の技術や現場力を組み合わせ、水処理全体を見据えた、より付加価値の高い提案につなげていきます。排水リユースや省エネルギー、省人化など、お客様が抱える課題に応える新たなソリューションの創出に挑戦し、水処理・環境分野で信頼される企業を目指します。