

2008年5月27日

戦略経営計画【目標年度：2010年度】

FUSION10（フュージョン・テン）後半計画を策定

地球環境問題への貢献と事業拡大の両面に重点を置いた見直し

ダイキン工業株式会社は、このほど2010年を目標年度とする戦略経営計画「FUSION10（フュージョン・テン）後半計画」を策定しました。

今回の計画は、2007年度に2008年目標をほぼ1年前倒しで達成できる見通しが立ったため、事業環境の変化を踏まえ立案してきたもので、地球環境問題への積極的な貢献とそれをチャンスとした事業拡大の両面に重点を置き、2010年の定量目標の設定と、それを実現するための戦略の具体化を行っております。

FUSION10の基本的な考え方やめざす方向に変わりはなく、引き続き「グローバルエクセレントを実現する企業価値の最大化」「2010年空調グローバルNO.1の実現」に向け、ダイナミズム溢れるチャレンジを展開してまいります。

1. FUSION10のめざす姿

「グローバルエクセレントを実現する企業価値の最大化」

「世界をリードするNO.1事業」

「技術革新による変化創造・価値創出」

「資本効率が高く強靱な収益力・財務体質」

「世界に誇る人基軸の経営」

後半計画の見直しの観点

- (1) 外部環境の変化を考慮した2010年度目標の具現化
- (2) 地球環境問題への社会的関心が高まる中、経営活動全体を環境の観点から見直し、「地球環境貢献目標」「環境戦略テーマ」として具体化
- (3) 空調、化学、育成事業の成長に向けた新たな戦略テーマの追加・充実

2. 2010年度目標の具現化

< 全社売上・利益目標 >

()内は2007年2月「FUSION10改定」発表時の目標

	2007年度実績	2010年度目標
売上高	1兆2,909億円	1兆9,000億円 (1兆7,000～1兆8,000億円)
営業利益 / 営業利益率	1,285億円 / 10%	1,900億円 / 10% (- / 10%超)

< 事業別売上・利益計画 >

		2007年度実績	2010年度目標
空調	売上高	1兆1,317億円	1兆7,000億円
	営業利益	1,246億円(11%)	1,720億円(10%)
化学	売上高	1,161億円	1,500億円
	営業利益	35億円(3%)	150億円(10%)
その他	売上高	431億円	600億円
	営業利益	4億円(1%)	30億円(5%)
全社合計	売上高	1兆2,909億円	1兆9,000億円
	営業利益	1,285億円(10%)	1,900億円(10%)

全社調整を含むため、部門別合計と全社合計は一致しません

< 財務目標 >

	2010年度目標
ROA	7.5%
ROE	15.0%
FCF	08～10年累計 +1,500億円
DVA	250億円

< 投資計画 >

2008～2010年3年累計 **2,300億円**

環境投資として260億円超を計画

主な大型投資：チェコ工場、タイ工場増産設備投資（約100億円）、インド工場設立（約40億円）、アプライド開発センター設立（約50億円）、化学E T F E生産増強投資（約70億円）

3. 環境貢献目標と環境戦略テーマ

グローバルエクセレントをめざす上での最重要課題は、地球環境問題への貢献とそれをビジネスチャンスとした事業拡大の両立と認識し、2010年を目標年度とした地球環境貢献目標と、環境戦略テーマを設定しています。

< 地球環境貢献目標 >

生産時の温室効果ガス総排出量を、ダイキングループ全体で、2010年度までに140万トン以下に削減（FUSION10スタート時の2005年度比で50%以上削減）

温室効果ガス：CO₂、HFC、PFC

< 環境戦略テーマ >

インバータ商品の全世界への普及・拡大
ヒートポンプ暖房による燃焼暖房市場への本格参入
エアネット活用による省エネソリューション事業の展開
環境貢献する商品群の拡充
空調機用冷媒に関わる取組み

4. 空調グローバルNO.1の実現に向けた戦略テーマ

OYL シナジーの創出を加速し、営業利益ベースのシナジーとして、2008年140億円をめざす

グローバルアプライド事業の基盤を活かし、後半3カ年で成果に結びつけ、2010年に売上高2400億円規模をめざす

格力電器との協業を起爆剤に普及機市場にインバータ機を浸透させる

日本、欧州、中国、アジア・オセアニアでの当社の地位を確固たるものとし、北米での事業基盤の確立、新興地域での本格参入により、空調分野でグローバルNO.1をめざす

欧州：環境配慮型商品の展開、中国：総合空調メーカーとしての確たる地位を確立

アジア・オセアニア：総合空調メーカーとして地域NO.1を実現

北米：販売ルートの構築・品揃えの充実による事業基盤の構築

新興地域：優先地域での戦略の具体化と成果創出を加速

日本：圧倒的NO.1ポジションの実現に向けた事業拡大

以上