

**ダイキン工業株式会社 2015年3月期決算
アナリスト・投資家様向け説明会 質疑応答
(2015年5月13日、東京)**

Q：地域別の空調事業の収益性について教えてほしい。

A：現地ニーズに対応した新商品の投入、売価施策の徹底、トータルコストダウンなど、地域ごとに独自の戦略を展開。グローバル各地域で収益力が向上している。

Q：中国空調事業の概況と今後の見通しについて教えてほしい。

A：市況は厳しい状況が続いているが、当社は小売・街売向け専売店の「プロショップ」を中心に、住宅用マルチエアコンの販売を大きく伸ばし、利益を拡大している。住宅用ルームエアコン市場は現在、流通在庫が大きく膨らみ、低価格での乱売合戦となっており、当社は特長のある新製品の投入や売価維持を徹底している。今後も、中国全土に展開する「プロショップ」を活かした提案型営業を強化するとともに、コストダウンを推進し、利益を拡大する。

Q：アメリカでの省エネ規制値引き上げ（SEER13 → SEER14）に伴う駆け込み需要はどの程度あったのか。また、駆け込み需要に伴う反動減を15年度計画にどの程度織り込んでいるのか。

A：駆け込み需要は、14年度第4四半期を中心に、売上高で100億円程度あったと見ている。今期、反動減は想定されるが、グッドマンの強みであるローコストでの生産力を活かし、ボリュームゾーンであるSEER14機種の販売拡大、シェアアップをめざす。

Q：グッドマン社のシナジー創出の進捗状況について教えてほしい。

A：調達機能の統合、物流やバックオフィス機能の効率化などの合理化によるシナジーについては、当初計画から施策を積み増しするなど順調に進捗している。販売面でのシナジーは、これから本格化させていく。具体的には、インバータ搭載の高効率住宅用ユニタリー（ダクト式の住宅用空調機器）、ダクトレス（ビル用マルチエアコン、ミニスプリット）などで大きく拡販する。

Q：ここ数年で、アジア・オセアニア地域の空調事業の収益性が大きく改善しているが要因は何か。

A：FUSION15の前半3カ年（11年度～13年度）を中心に推し進めてきた販売店開発の成果が、販売数量増として大きく出てきている。住宅用ルームエアコンでは、新冷媒HFC32(R32)を採用したインバータ搭載の差別化商品の投入、物量増に伴うコストダウン効果の取り込みなどにより収益性が向上。今後は業務用の販売拡大にも力を入れ、ビル用マルチエアコンを中心に各国で市場創造を図り、より一層の収益力強化をねらう。

Q：国内空調事業の売価施策について教えてほしい。

A：14年度は、消費増税の反動減など非常に厳しい事業環境のなか、販売数量よりも売価を守ることに重点を置いた。今年度は、15年4月に施行された改正省エネ法を機に新商品を投入し、適正な売価を維持すると同時に、販売力・営業力のさらなる強化を図りシェアアップをめざしていく。

Q：設備投資額の今後の見通しについて教えてほしい。

A：さらなる競争力の強化を図るべく、メリハリをつけた大型投資を実行する。15年度は、米国グッドマン社の新工場や、15年11月に開所予定の技術開発拠点「テクノロジーイノベーションセンター」など、将来の発展に向けた先行投資を実行する（15年度計画：1,200億円）。

以 上