

ダイキン工業株式会社 2021年3月期業績見通しについて
アナリスト・機関投資家向けテレフォンカンファレンス 質疑応答
(2020年10月5日)

Q：上期は、各国の移動制限やロックダウンなどによるサプライチェーンへの影響を想定し、製品供給に影響が出ないように在庫を厚めに構えていたと思うが、現在の在庫水準はどのような状況か。下期以降の販売をどう見ているかと合わせて教えてほしい。

A：住宅用空調機器は、主にアジア・オセアニアで在庫の水準が高いが、現在、計画に沿って在庫調整に入っている。一方で、北米は、ヒューストンの工場の操業を一時停止した影響で在庫水準が低く、来年の販売拡大に向けて、稼働率を上げて在庫を積み増すことが課題となっている。それ以外の地域は問題ない。業務用空調機器は、需要・販売ともに厳しい状況にあり、慎重に在庫調整を行っていく。病院、飲食店、小売店では換気ニーズが高まっており、換気機能をセットにした提案営業を行うことで需要を掘り起こし、販売を伸ばすチャンスはあると考えている。

Q：上期と下期の売上高計画が同水準であるにも関わらず、下期の営業利益率が上期に比べ大幅に下がるのはなぜか。利益確保に向けた固定費削減などに取り組んでいる効果は含まれていないのか。

A：商品構成の変化と固定費のアンバランスが主な要因。商品構成では、利益率が高い業務用の需要が厳しく、販売数量が落ちていることの影響が大きい。固定費は、通常経費の圧縮に取り組んでおり、計画にも織り込んでいるが、削減幅は上期に比べ小さい。第1四半期にあったようなロックダウン下での経費の自然減が下期にはないことに加え、将来の成長に向けた先行投資は積極的に行っていく方針であるため、固定費の絶対額は対前年増加を計画している。

Q：業績の通期見通しについて、セグメント別に分けるとどうなるか。

A：空調事業は、年間売上高 2 兆 1,900 億円、営業利益 1,880 億円。化学事業は、年間売上高 1,600 億円、営業利益 80 億円。その他事業は、年間売上高 500 億円、営業利益 20 億円。

Q：営業利益 2,000 億円以上の達成に挑戦していくことについて、どのようなポイントで通期見通し 1,980 億円から利益を積み増す余地があると考えているか。

A：欧州での空気清浄機やヒートポンプ暖房の販売拡大を図りたい。欧州では、通常、空気清浄機の年間販売台数は 1 万台程度だが、今期は 5 万台を計画している。さらなる販売拡大につなげられるよう、増産体制を整える検討を進めている。また、ヒートポンプ暖房については、環境規制強化により、フランスから始まった燃焼暖房からヒートポンプ暖房への置き換えへの補助金制度が広がりつつある。コロナ禍からのグリーンリカバリーの動きもあり、もう一段の販売拡大をめざしたい。

Q：今後のM&Aについて、コロナ禍において考え方に変化はあるか。

A：事業強化の絶好のチャンスと捉えて、M&Aや提携連携にも資金を振り向けていく。主なテーマとしては、商業用冷設や暖房などの新事業領域や、ソリューション事業への構造転換に必要な分野で考えている。例えば、商業用冷設事業では、欧州で事業基盤を固めたいと考えており、ショーケース市場の7割を占めるリモートタイプの商材が必要と考えている。また暖房事業は、ヒートポンプ暖房の販売が好調な欧州で、販売網・サービス網の強化に向け、顧客基盤を充実させたいと考えている。アプライド事業についても、米州でサービスコントラクトを買収しており、収益性の高いサービス事業の割合を引き上げていく。

Q：緊急プロジェクトや体質改革に向けた取り組みにより、来年度以降の固定費水準はどうなっていくか。

A：現状、当社の売上高固定費比率は、他社製造業に比べ1%程度高いと認識している。中期的に2~3%程度引き下げることが目標に検討を進めている。今年は短期対策として、リモートワークやオンラインの活用、販促費の削減など、通常経費を抑制している。さらに、人員の再配置、不採算商品の見直し、集中購買の拡大など、様々な切り口で全社を挙げて進めていこうとしている。

Q：次期戦略経営計画 FUSION25 での営業利益率の目標は、15%~20%を目標にするシナリオはあるか。

A：FUSION20での営業利益率目標12%に対し、次に目指すべき姿として15%という考えは一つあると思うが、まずはこのコロナ禍を乗り越えるべく、いち早く販売を回復させ、過去最高業績を更新することをターゲットに施策を詰めている。次期戦略経営計画の策定は着実に進めているが、具体的な数値目標については、現状はあまりにも不確定要素が多く、もう少し慎重に考えたい。

Q：グローバルでの環境規制強化の動きについて。

A：環境規制は当社にとって追い風であるという捉え方をしている。当社は、環境負荷の高い事業を行っているという認識のもとに、気候変動など環境課題に大きく貢献できる企業でありたいと考えている。同時にこれを事業拡大のチャンスと捉え、いかに両立するかという考え方でFUSION20を進めてきた。今後、環境課題解決の重要性はさらに高まると考え、FUSION25では、これを中核テーマに位置付けて検討を進めている。例えば、欧州での燃焼暖房からヒートポンプ暖房への置き換えを促進するための商品開発強化に加え、省エネ商品の販売拡大や、エネルギーソリューション事業も加速させたい。

以 上