

**ダイキン工業株式会社 2016年3月期決算
アナリスト・投資家様向け説明会 質疑応答
(2016年5月11日、東京)**

Q：マクロ経済の動向を踏まえた中国の空調事業戦略について。

A：2016年度の中国のGDP成長は減速する見通しであり、足元の不動産投資の回復も遅れている。当社は、小売・街売向け専売店「プロショップ」の強みである提案力・工事力を生かし、引き続き住宅用マルチエアコンの拡販を図るとともに、業務用市場でも、新型圧縮機を搭載したVRVや、店舗・一般事務所の更新需要に対応した新商品を投入し、販売の拡大をめざしていきたいと考えている。

Q：アジアの成長持続に向けた投資の考え方について。

A：アジアでは、販売が急速に拡大しており、生産能力の増強が目下の課題となっている。具体的には、タイ、インド、マレーシアの生産工場のカパ増強に取り組んでおり、今後さらに生産拠点を新設することも検討している。

Q：米国グッドマン社買収によるシナジー計画の達成度について。

A：当初計画通り、3年累計で240億円（営業利益ベース）のシナジー創出を達成した。テーマ別には、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は、当初計画から施策を積み増しするなど順調に進捗した。販売面でのシナジーは、少し進捗が遅れているが、2016年度以降、ダイキンの技術力を生かした新商品の投入、住宅用プレミアムゾーンでの販売拡大を加速させていきたいと考えている。

Q：米国新工場建設や現地開発の強化などにより、コストメリットはどの程度出ると考えているか。

A：数値目標を具体的に示すことは控えさせていただいたが、グッドマン社の強みとダイキンの生産技術を生かした効率改善の取り組みを推進し、生産能力と生産性を大きく向上させる。

Q：長期的にダイキンのビジネスモデルを考えた時、サービス事業の構成比をどのようにしていきたいと考えているか。

A：サービス事業を拡大することは大きなテーマの一つだと考えている。アフターサービスだけでなく、保守・メンテナンス契約や、省エネルギーのソリューション提案などでいかに事業展開できるかが鍵になる。

以 上