

**ダイキン工業株式会社 2019年3月期決算  
アナリスト・機関投資家向け説明会 質疑応答  
(2019年5月10日)**

**Q：戦略経営計画「FUSION20」のターゲットである2020年度営業利益3,480億円に対して進捗が遅れているのではないか。**

A：これまで成長投資やM&Aなど着実に実行してきており、取り組みとしては大きく遅れていないと認識している。2019年度、2020年度はこれまでの先行投資の刈り取りを実行していく年。米国・アジアを中心に大きく販売を伸ばしていくとともに、サービスソリューション事業、暖房事業や商業用冷設事業など事業領域の拡大も加速していく。米中間の関税問題、中国市場の減速、新興国の為替の悪化など、FUSION20後半計画の策定時点（2018年6月）には想定しきれなかった外部要因の影響は大きいですが、いち早く挽回策を打っていくことで、これらのマイナス影響を跳ね返していく。

**Q：事業領域の拡大に向けたエネルギーサービスソリューション事業と暖房事業の2020年度目標に対する進捗は。**

A：エネルギーサービスソリューション事業については、建物全体のエネルギー効率の向上など、アメリカを中心に省エネへの貢献に向けて事業拡大に取り組んでいるが、やや進捗は遅れている。スピードを上げて顧客基盤を拡大していくために、M&Aがキーとなると考えており、検討を進めている。暖房事業は、欧州の環境意識の高まりもあり、温室効果ガス排出抑制にも貢献できるヒートポンプ暖房の販売が順調に拡大している。

**Q：固定費について、2018年度実績が当初計画より圧縮された要因は。**

A：中国市場の減速を受け、営業利益計画の達成に向けて、案件ごとに費用を再度精査したこと、2019年度以降でも問題ない投資を一部延期するなどして固定費圧縮を行った結果。グッドマンの工場集約を延期したことも要因のひとつ。2019年度についても、臨機応変にコントロールしていく方針。

**Q：19年度の国内空調市場について、消費増税と学校空調需要の全体の需要への影響は。**

A：住宅用市場の業界需要は、昨年度が猛暑だったのに対し、今年度は平夏ベースで見ているので反動減を想定している。消費増税効果については、はっきりとは分からないが、駆け込み需要とその反動減で、年間では相殺されると想定している。業務用市場の業界需要の伸びの中身はほぼ学校空調需要であり、自治体の予算の状況からすると効果はほとんどが上期に出る見込み。

**Q：中国での金融子会社設立による新たな販売方法とはどのようなものか。**

A：現状、空調メーカーで取り組んでいる企業はなく、新たなビジネスとして切り開いていけると考えている。機器に加えて保守・メンテナンスも含め、月々で課金して利用してもらうシステムや、電子決済への対応など、拡販につなげる仕組みを構築していく。

**Q：次世代新冷媒の開発の状況はどうなっているか。**

A：各社で様々な取り組みがあるが、弊社は空調事業と化学事業（冷媒）をあわせ持つ唯一の会社として、業界をリードしていきたいと考えている。当面は R32 の普及により環境に貢献していくが、同時に、さらに低 GWP の次世代冷媒の開発にも取り組んでいる。

以 上