



AHT社の買収について

2018年11月26日

ダイキン工業株式会社

今回発表の骨子

- 欧州の冷凍・冷蔵ショーケースのリーディングカンパニーであるオーストリアのAHT社を881百万ユーロ（1,145億円）で買収する。本買収は、戦略経営計画「FUSION20」で掲げる商業用冷設事業強化の一環として実施するもの。
- 世界の食品に関する冷凍・冷蔵市場は約4兆円規模で、年5%の安定的な伸びが期待できる。そのうち小売店舗を中心とする「商業用」の市場が約50%を占める。特に、冷凍・冷蔵ショーケースは、顧客であるスーパーマーケットチェーンとの繋がりが深く、「商業用」ビジネスを拡大するための戦略商材。
- 欧州では、今後、中小型のスーパーマーケットやコンビニエンスストアの拡大、さらにネット事業者の食品小売市場への参入で市場拡大が見込まれる。また、世界の食料需要の拡大や、グローバルでのフードサプライチェーンの拡大により、食品の鮮度維持に不可欠なコールドチェーンの重要性が高まる。
- 今回の買収で、コールドチェーンの末端のショーケースが当社の商材に加わり、冷凍・冷蔵と空調を合わせた幅広い製品群をワンストップで提供できる。
- 今後は、環境対応で技術力のある企業にビジネスチャンスが広がる。省エネ規制が厳しく環境意識の高い欧州で、まずは事業の足場を固め、その上で、北米や、経済成長が著しいアジアにも本格展開していく。
- 将来的には、ダイキングループトータルでのシナジーを追求し、地球規模の課題に対して、ダイキンにしかできない貢献を果たしていく。

買収の概要

対象企業

AHT Cooling Systems GmbH（以下、AHT社）

買収価格

買収総額は**881百万ユーロ**（1,145億円 ※130円/1-€換算）
（AHT社の借入の借換分を含む）

投資回収期間

本件買収の投資回収期間は**約9年**を見込む

※9年の投資回収期間は、確実性の高いシナジーを前提としたものであり、さらなるシナジー創出も見込め、投資回収期間を短縮できるとみている

資金調達

手元資金と銀行借入により賄う予定。増資は行わない

スケジュール

今後、各国の独占禁止法の審査等、本件買収の為に必要な手続きを経た上で、2019年1月頃に完了予定

AHT社の概要

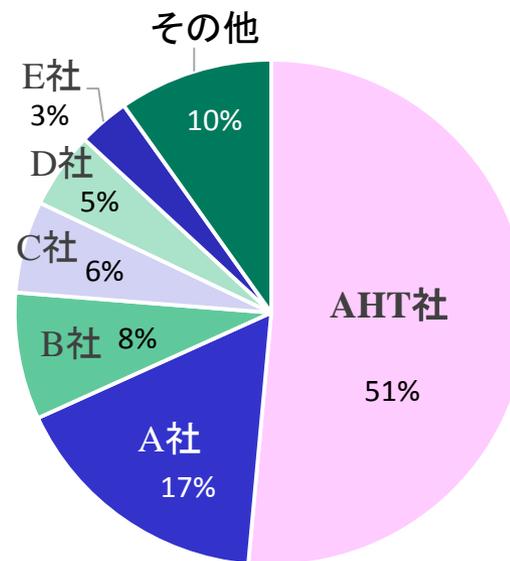
AHT社は、ショーケース市場に画期的な商品を投入し、急成長してきた

- 1983年設立。欧州のプラグイン型ショーケース市場でトップシェアを誇るショーケースメーカー。
- 店舗設計のノウハウと高い技術力を活かして大手スーパーマーケットチェーンなどの有力顧客を持つ。欧州を中心に、北米・アジアでも事業を展開。
- 欧州の小売店舗が多様化する中、店舗のレイアウト変更に対応できるショーケースなど、顧客ニーズに合わせた業界初の商品を次々と投入することで市場をリードし、急成長を遂げてきた。

基本情報

社名	AHT Cooling Systems GmbH
本社所在地	オーストリア、ロッテンマン市
出資者	Bridgepoint (以下、ブリッジポイント社)
従業員数	約1,600名 (2017年12月末時点)
代表者	マイケル・デイビイ会長
事業概要	冷凍・冷蔵ショーケースの製造・販売
売上高	2017年実績: 625億円 ※130円/ユーロ換算
生産拠点	オーストリア、米国、ブラジル、中国

■ 欧州プラグイン型ショーケース市場のシェア
【2017年度実績】



出典: IGD Retail Analysis 2017等を参照

冷凍・冷蔵市場の概要

食品に関する冷凍・冷蔵市場は約4兆円で、5%の安定的な成長が見込める市場
スーパー、コンビニ店舗数の拡大、ネット事業者の食品市場参入でさらに拡大

- 世界の食品に関する冷凍・冷蔵市場規模は約4兆円で、年5%の成長見込み。
そのうち商業用が約1.7兆円。
- 1.7兆円の商業用冷凍・冷蔵市場において、欧州は米国に次いで2番目の市場規模(5,000億円)。
- 欧州の商業用冷凍・冷蔵市場のうち、約半数(2,400億円)をスーパーマーケットチェーンが占める。
- 近年の傾向として、街中の中小型店舗、コンビニエンスストアの伸びが目立つ。

図1) 地域別商業用冷凍・冷蔵機器市場(単位:億円)

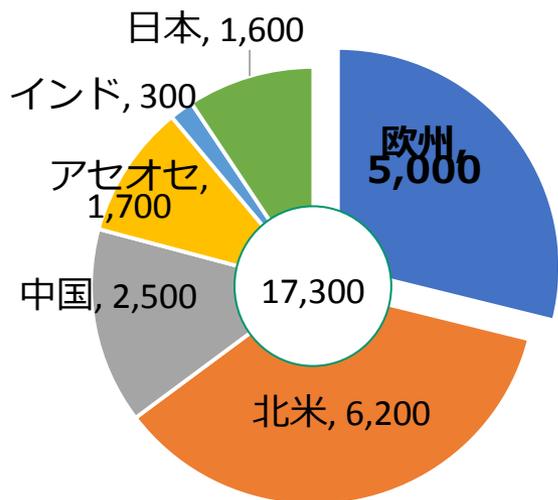
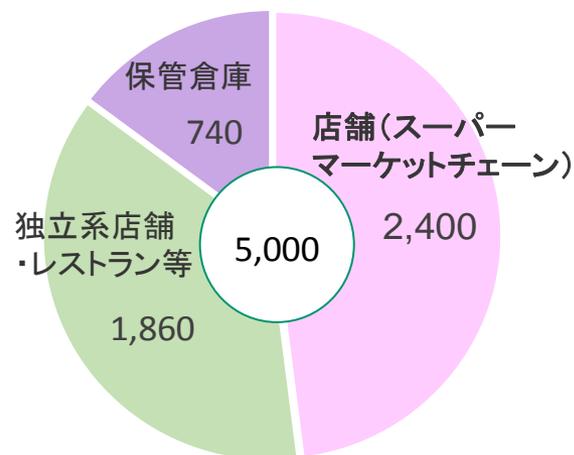


図2) 欧州商業用冷凍・冷蔵市場の用途別内訳(単位:億円)



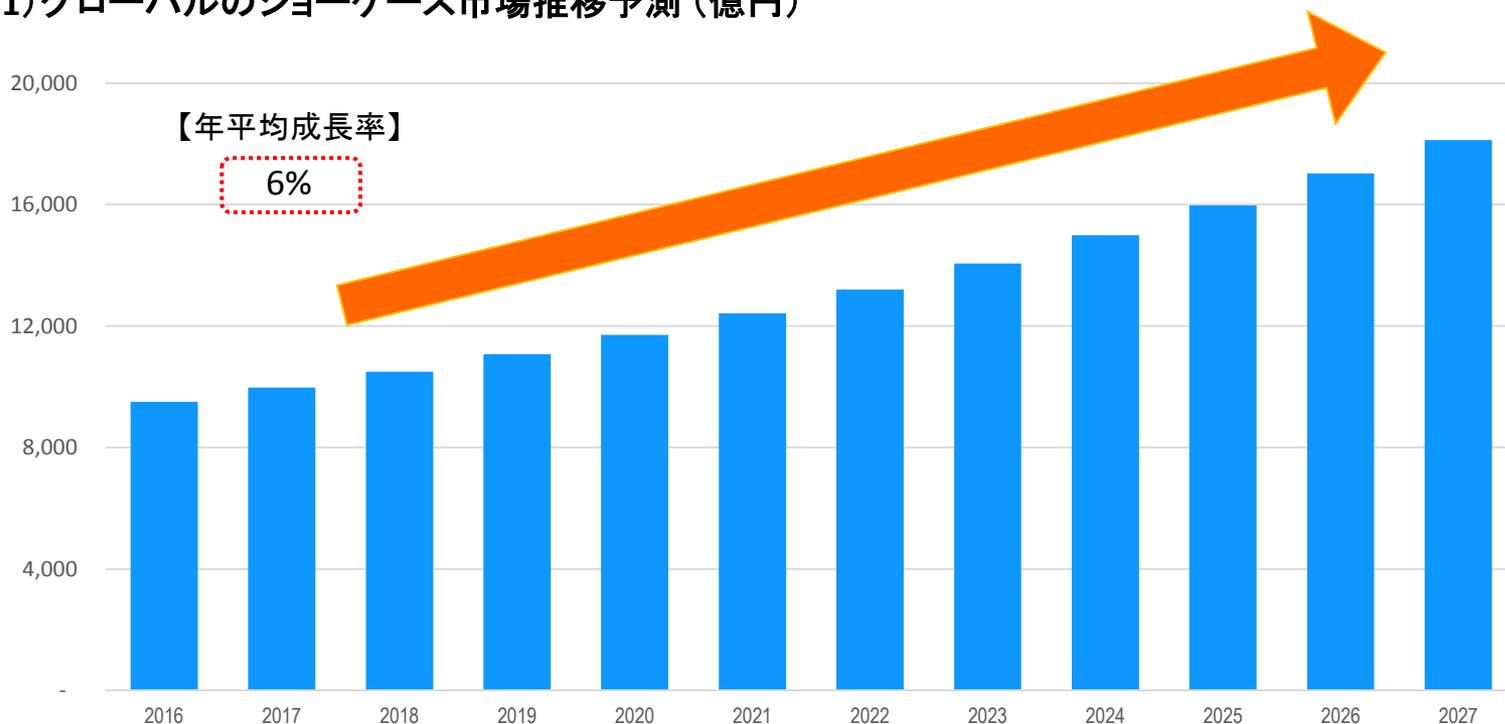
出典:2017年度Freedoniaを参照の上、当社調査

ショーケース市場の概要

ショーケースは店舗設備の要

- ▶ ショーケースは、今後年平均6%程度で成長する見込みで、今後も拡大が見込める**有望な市場**。
- ▶ さらに、ショーケースは、スーパーマーケットにとって**一番重要な店舗のデザイン要素**であり、かつ、ショーケース上の冷凍・冷蔵食品は**スーパーマーケットの利益の約半分を生み出す**ことから、**スーパーマーケットチェーンにとって設備の要**となっている。

図1) グローバルのショーケース市場推移予測 (億円)



出典: みずほ銀行, 富士経済等のレポート等を参照

ショーケースに関する2つの類型

■ショーケースのシステム構成

「プラグイン型(冷凍機ユニット内蔵型)」と「リモート型(冷凍機ユニット分離型)」の2種類がある。
現在の市場はリモート型が主流だが、プラグイン型の割合が拡大している。

【プラグイン型(冷凍機ユニット内蔵型)】



- : 冷媒配管、室外機が不要でレイアウト変更が容易
- : 更新・入替が容易(1台から可能)
- : 冷媒漏洩しにくい
- △: 棚スペースが少ない
- △: 室内への排熱処理(冷房負荷増)

【リモート型(冷凍機ユニット分離型)】



- △: 冷媒配管工事が必要
- △: 室内外機セットで設計・設置・修理・更新が必要
- △: 冷媒量が多い
- : 室内への排熱無し
- : 圧縮機がなく、静音・低振動。棚スペースが多い

■ショーケースの形状

店舗の壁に沿わせる**縦型**、フロア中央に置かれる**水平型**、両方を併せ持つハイブリッド型に大別される。
縦型が市場の**72%**を占め、**将来の伸びも最も大きい**と予測される。

<縦型>



<水平型>



<ハイブリッド型>



AHT社買収の意義

- AHT社が持つショーケースが加わり、食品の加工・貯蔵の現場から海上・陸上の輸送、店舗でのショーケースまで、食品のコールドチェーン全体をつなぐワンストップソリューションが実現可能に。欧州での商業用冷設事業は大きく進展。
- 冷凍・冷蔵機器だけでなく、空調機も合わせシナジーが見込める。店舗空間全体、エネルギー全体でトータルな提案が可能になり、空調と食品鮮度を保つための安定した冷凍・冷蔵環境をセットにした最適な省エネシステムをワンストップで提供するなど、当社が持つ省エネなどの環境技術を活かすことができる。
- 欧州で事業基盤を固め、将来的には当社のグローバルに展開する事業ネットワークを活用し、世界最大の冷凍・冷蔵市場である北米、経済成長が著しいアジアでも本格展開し、さらなる事業拡大が可能。

AHT社とダイキングループの補完関係

AHT社とは、販売面・生産面・開発面で補完関係にあり、商業用冷設市場でのプレゼンスを向上させることができる魅力的なパートナー

AHT社

【強み】

- ①冷凍機ユニット内蔵のプラグイン型ショーケースで、欧州における圧倒的な市場シェア
- ②大手スーパーマーケットチェーンとの信頼関係
- ③店舗に快適な空間を提案するノウハウ
- ④小型店舗の多様化に対応する商品開発力
- ⑤高い内製率とスケールメリットに裏打ちされたコスト競争力

【弱み】

- ①空調機は外部調達
- ②リモート型ショーケースの商品力
- ③グローバルでの事業展開力

ダイキン

【強み】

- ①業務用空調機、暖房機、冷凍機商品の豊富な商品ラインアップ
- ②インバータ、冷媒制御などの環境・省エネコア技術
- ③グローバル(特に北米・アジア)における事業基盤

【弱み】

- ①ショーケースの不在
- ②冷凍・冷蔵市場でのプレゼンスの低さ



買収により期待できるシナジー

買収により、ダイキンの冷凍・冷蔵事業の商品群にショーケースが加わり、店舗全体(冷凍・冷蔵+空調)の最適な省エネシステムをワンストップで提供することが可能になる

- AHT社とダイキングループトータルの商品を、双方の**既存顧客ルートで販売**
 - AHT社のプラグイン型ショーケースをザノッティ・ダイキンの取引先へ販売
 - ザノッティ社の業務用冷凍機やコントロール商材、ダイキンの空調機やヒートポンプ給湯温水器商品をAHT社の顧客(大手スーパーマーケットチェーン等)に販売
- また、低温と空調機をあわせて、機器の設置工事から、試運転・遠隔監視等の**サービス事業での拡大が見込める**
- 双方の技術・商品開発力を合わせた**環境性・省エネ性の高い新商品の開発**
- 生産拠点や倉庫・物流網の相互活用、ダイキン生産システムの導入による**生産性向上**。外部調達品のグループ内商材への切り替えや内製化による**コストダウン**
- ショーケースのほか低温機器と空調機を組み合わせた提案による店舗全体の**エネルギーソリューションの展開**

ダイキンが目指す冷凍・冷蔵事業発展の方向性

あらゆる形態・規模のスーパー店舗に対し、冷凍・冷蔵と空調の機器・サービス・監視や制御のワンストップソリューションを提供

コールドチェーンIoTクラウドシステム構築により生産・流通・消費者全てが繋がることで、
 ①消費者への食の安心・安全の提供、②スーパーマーケットチェーンによる個人を対象としたダイレクトマーケティングの伸展、③生産者とのPOSデータ共有によるフードサプライ全体の効率化による付加価値創造を目指す





注意事項

本資料は、情報提供を目的としており、当社株式の勧誘を構成するものではなく、いかなる投資家も本書に依拠して投資判断を行うことはできません。当社株式への投資を検討する投資家は、当社の有価証券報告書に含まれるリスク情報その他の情報を熟慮した上でかかる判断を行う必要があります。

本文書は多くのリスクおよび不確定要素を含むいくつかの将来に関する記述を含んでいます。多くの事項が当社の業績又は当社の属する産業に影響を与える結果、将来に関する記述で明示又は黙示に示される当社の業績と実際の将来の数値とは大きく異なることがあります。