

空調冷熱システム事業戦略

2015年11月24日

常務執行役

リビング・デジタルメディア事業本部長

杉山 武史

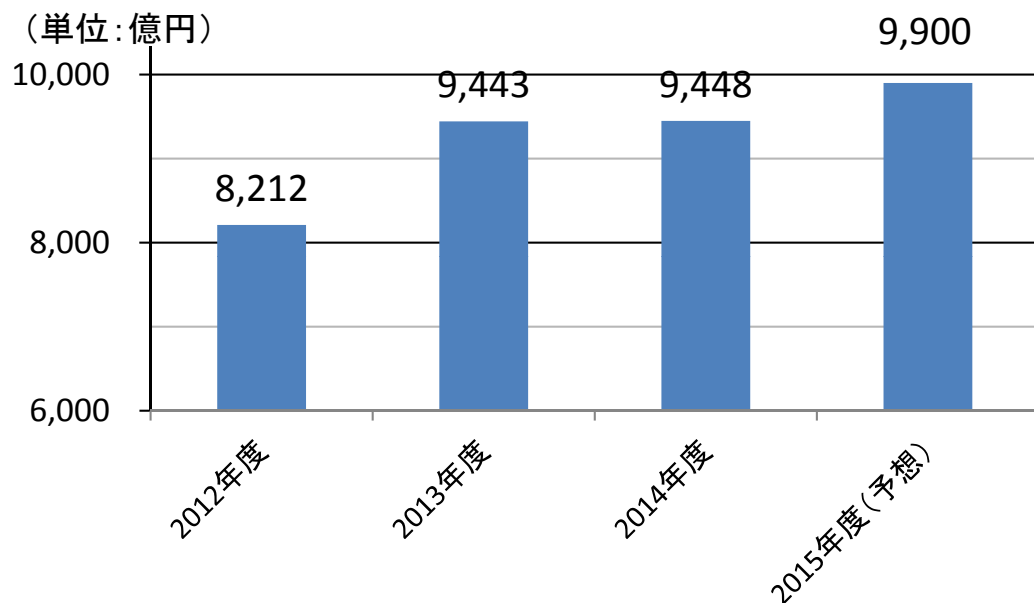
三菱電機株式会社

目次

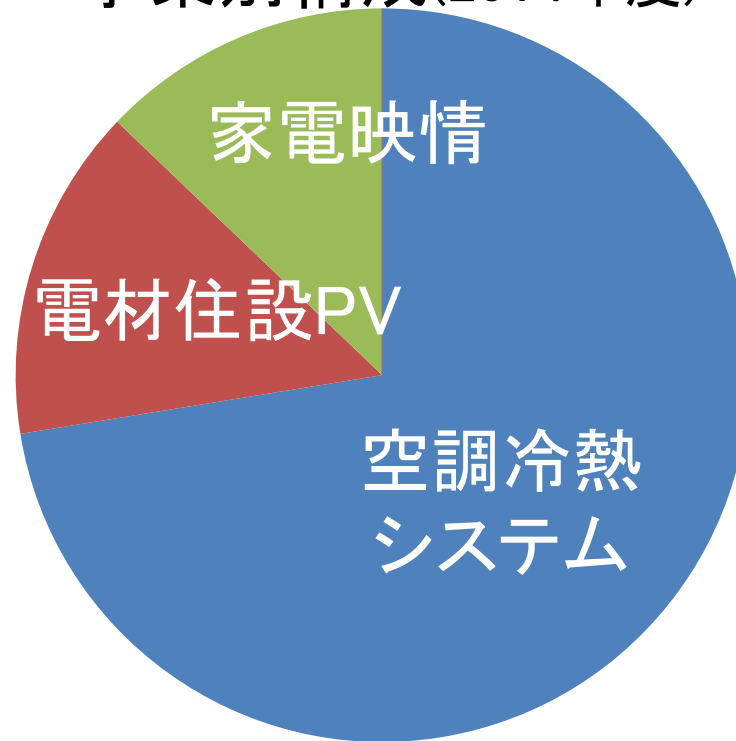
1. 家庭電器事業概要、事業の位置づけ
2. 空調冷熱システム事業戦略
3. 市場環境
4. 当社の強み
5. 事業戦略(事業ユニット別)
6. エリア別市場戦略
7. 開発・製造戦略

1. 家庭電器事業概要、事業の位置づけ

売上高推移



事業別構成(2014年度)



空調冷熱システム

- ルームエアコン(RAC)
- パッケージエアコン(PAC)
- ビル用マルチエアコン(VRF)
- 産業冷熱(冷凍・冷蔵機器)
- チラー*1
- 圧縮機 他

電材住設PV

- 換気・送風機 (住宅用・業務用)
- 電気温水器
- IHクッキングヒーター
- ランプ・照明器具 他
- 太陽光発電システム (家庭用・業務用)
- パワーコンディショナー 他

家電映情

- 冷蔵庫
- 液晶テレビ
- ジャー炊飯器
- 業務用プリンター
- ディ스플레이ウォール 他
- 掃除機
- レンジグリル
- 空質アメニティ商品 他

*1 チラー:ビルや工場など大型施設用の空調等に用いる冷温水供給装置

1. 家庭電器事業概要、事業の位置づけ

「グローバル環境先進企業」を目指して

環境エネルギー関連事業・社会インフラシステム関連事業のさらなるグローバル展開

重電システム

- **電力システム**
発電システム、系統変電システム、受配電システム、粒子線治療装置等
- **交通システム**
鉄道車両用インバーター、主電動機、トレインビジョン、鉄道車両用空調装置、車両統合管理システム、列車運行管理システム等
- **ビルシステム**
エレベーター、エスカレーター、ビルマネジメントシステム等
- **公共システム**
水環境システム、防災システム等

産業メカトロニクス

- **FAシステム**
シーケンサ、ACサーボ、数値制御装置、産業用ロボット、レーザー加工機、配制御機器等
- **自動車機器**
スタータ、オルタネータ、カーマルチメディア、電動パワーステアリング等

全社
8つの成長
牽引事業

情報通信システム

- **宇宙システム**
人工衛星、管制局等
- **通信システム**
光通信システム、無線通信システム、衛星通信システム等
- **映像監視システム**
CCTV、カービジョン等
- **ITソリューション**

電子デバイス

- **パワーデバイス**
SiCモジュール、IGBTモジュール等
- **高周波・光デバイス**
GaN高周波デバイス、GaAs高周波デバイス、光通信用デバイス等
- **TFT液晶モジュール**

家庭電器

- **空調冷熱システム**
ルームエアコン、パッケージエアコン、ビル用マルチエアコン、チラー等
- **住宅設備**
スマート電化、照明機器、HEMS等
- **キッチン家電・生活家電**

2. 空調冷熱システム事業戦略

三菱電機経営方針

～バランス経営の継続と持続的成長のさらなる追求～

成長性

- 強い事業の成長加速
- グローバル展開の拡大
- 新たな強い事業の創出
- ソリューション事業の強化

～もう一段高いレベルの成長へ～

2020年度までに達成すべき
成長目標

連結売上高 5兆円以上
営業利益率 8%以上

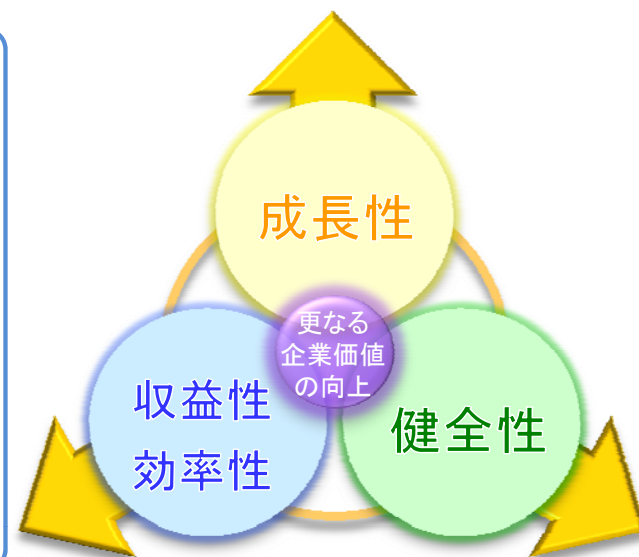
～変革への挑戦～

変革へ挑戦し続け、次の地平を拓く

空調冷熱システム事業方針

～中期的視点に基づくグローバル成長戦略の推進～

- グローバル5極体制の構築・強化(日本・欧州・米国・中国・アジア)
- 新興市場への本格的取り組み(中東・アフリカ・中南米)
- 当社の強みである省エネ・直膨式空調^{*1}事業のさらなる強化
- 水方式空調^{*2}・産業冷熱分野へのグローバルでの取り組み
- 循環型事業(保守・サービス・エネルギーマネジメントシステム(EMS))展開加速



*1 直膨式空調: 冷媒を循環させて冷房や暖房をする空調方式

*2 水方式空調: 冷温水を循環させて冷房や暖房をする空調方式

2. 空調冷熱システム事業戦略 - 2020年度に向けた成長戦略スローガン -

Advance & Innovation 2020 (AI20)

数値目標：連結売上高1兆円



Advance

既存事業の強化・拡大

ローカライゼーションの推進

- ① 地域毎個別のバリューチェーン確立
- ② 地産地消の推進

Innovation

新規事業の創出・強化

ソリューションの強化

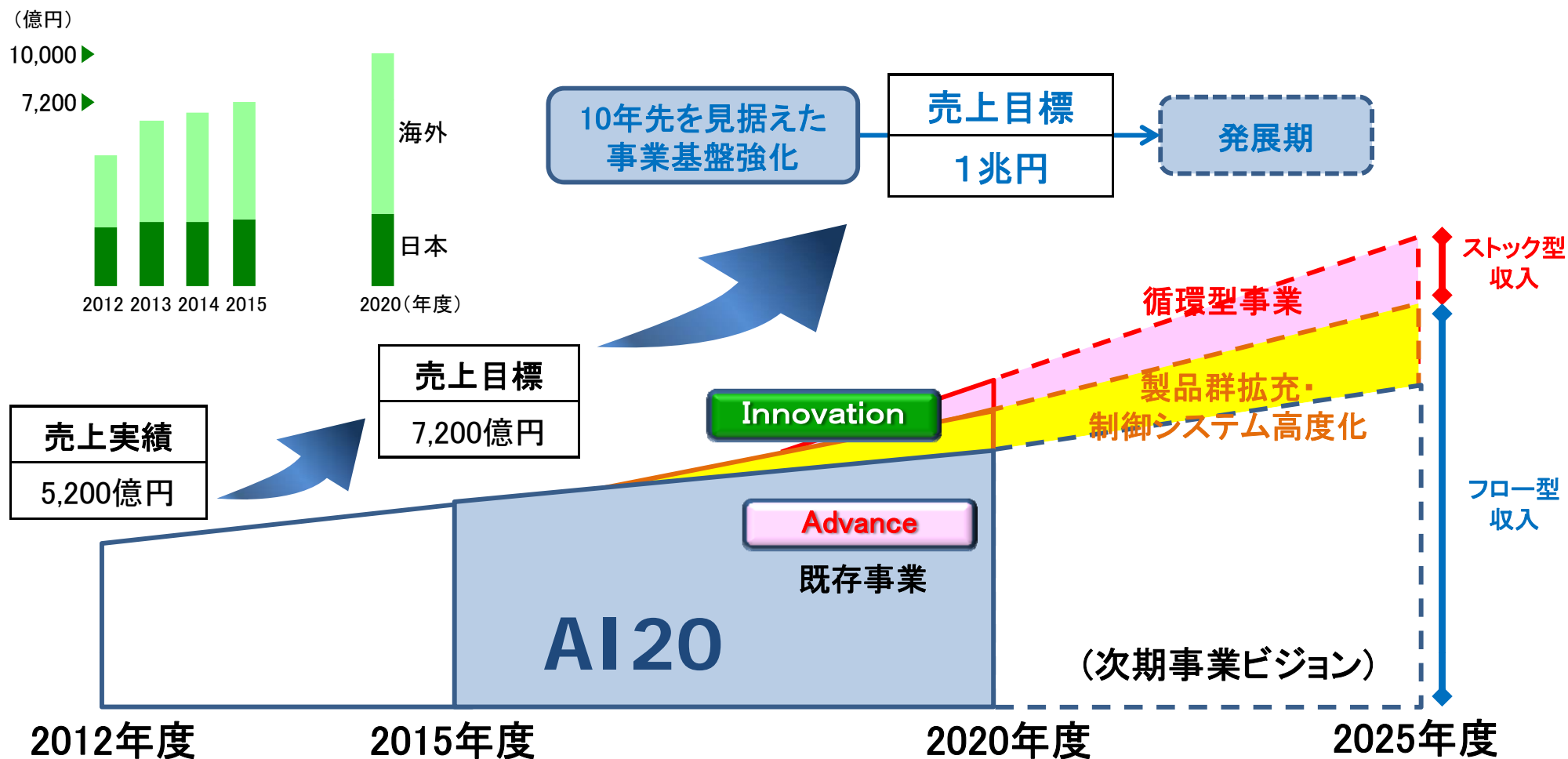
- ① 製品群拡充(直膨+水方式)・制御システム高度化
- ② 循環型事業の展開

個々のお客様ニーズへの対応力・提案力強化

*1 AHU: Air Handling Unit、外部熱源装置から供給される冷温水を用いて温度・湿度を調整する空調機

2. 空調冷熱システム事業戦略 - AI20の事業ビジョン -

■ 既存事業の強化・拡大 **Advance** と新規事業の創出・強化 **Innovation** により、空調冷熱システム事業の次の地平を拓く



2. 空調冷熱システム事業戦略 - AI20の戦略ポイント -

市場環境

- 各国での環境規制強化に伴う安全・省エネ製品へのニーズの高まり
- 新興国を中心とした空調冷熱需要の拡大
- 競合他社の買収・合併・業務提携を通じた事業領域拡大による競争環境激化

当社の強み

- 高性能・高効率デバイスと高度な制御技術
- 先進コア技術を取り入れた製品開発・製造技術
- 住宅から産業冷熱までの幅広い製品・システムラインアップ
- 総合電機メーカーならではの営業・技術・システム統合力

事業基盤強化に向けた戦略ポイント

- 現地に根付いたエリア別市場戦略推進体制の強化
- 幅広いニーズに応える製品開発・製造能力の拡充
- グローバルでの人的投資・設備投資の積極拡大
- 協業・M&Aの活用によるマーケット・事業領域拡大の加速

3. 市場環境 -環境規制・技術動向-

- 世界的に省エネ規制・冷媒規制が加速するも、具体的な基準は国別に異なる
- 経済力・気候風土・文化の違いにより空調冷熱機器に要求される性能・機能・コスト条件が大きく異なるため、グローバル展開に向けては個別ニーズにきめ細かく対応する開発力強化が不可欠
- 省エネ視点からITを活用したEMSや設備運用管理に対するニーズが拡大

省エネ規制動向(例:RAC)

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
日本	APF 規制					
欧州	SEER・SCOP 規制					規制値UP予定
北米	SEER・HSPF 規制		SEER・HSPF 規制値UP			
中国	APF規制					
アジア (タイ)	EER規制 (一定速向け)		CSPF基準施行 (インバーター向け)			

冷媒規制

主要動向	
先進国	低GWP冷媒化 *GWP:地球温暖化係数
【日本】	フロン排出抑制法施行(2015年4月)
【欧州】	Fガス規制強化(2015年1月)
新興国	脱HCFC冷媒
オゾン破壊の無い冷媒(HFC)への転換加速	
HCFC:Hydro Chloro Fluoro Carbon オゾン層を破壊する塩素:Chloroを含む冷媒 HFC:Hydro Fluoro Carbon(塩素を含まない)	

* APF:Annual Performance Factor(通年エネルギー消費効率)、SEER:Seasonal Energy Efficiency Ratio(期間エネルギー利用効率)、SCOP:Seasonal Coefficient Of Performance(成績係数)、HSPF:Heating Seasonal Performance Factor(暖房期間エネルギー消費効率)、CSPF:Cooling Seasonal Performance Factor(冷房期間エネルギー消費効率)

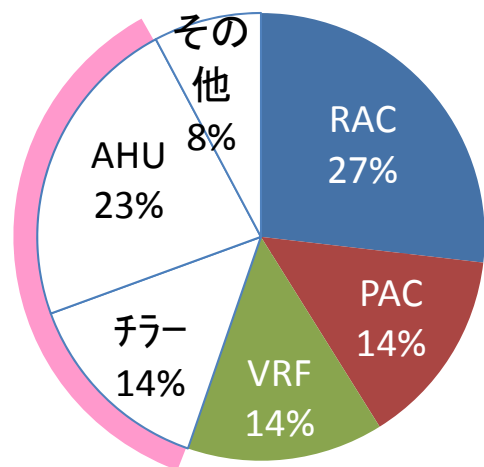
3. 市場環境

－ エリア別需要構造(2014年度) －

【凡例】需要規模

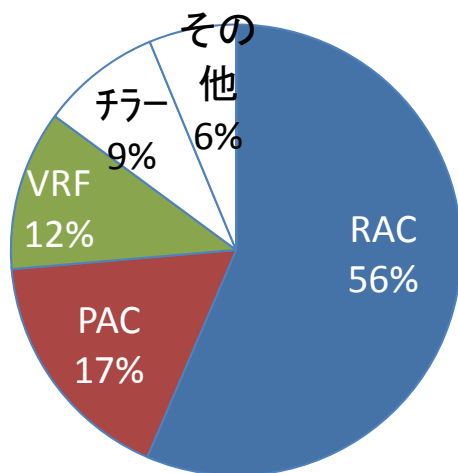
2012年⇒2014年

欧州



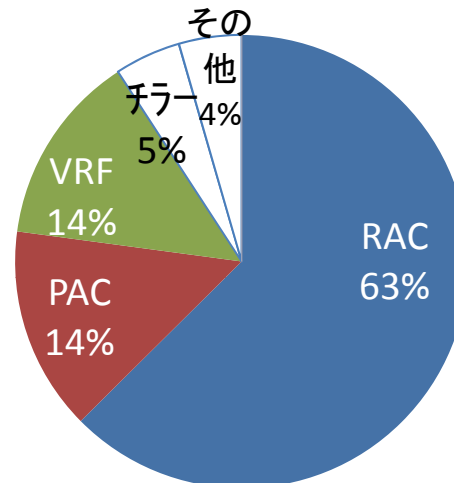
1.3 ⇒ 1.3兆円

中国



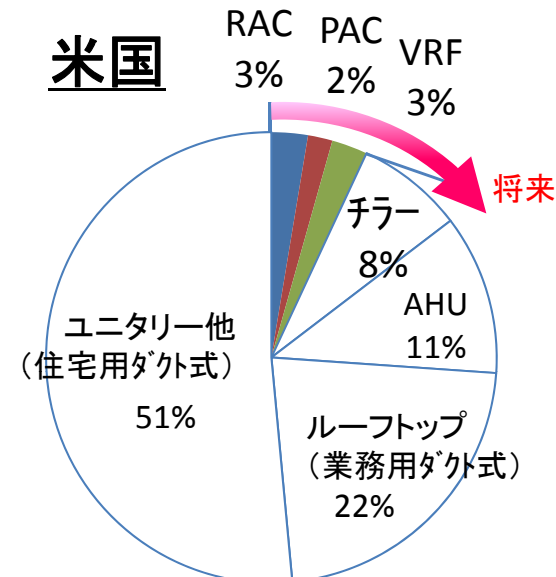
3.1 ⇒ 3.8兆円

日本



1.3 ⇒ 1.3兆円

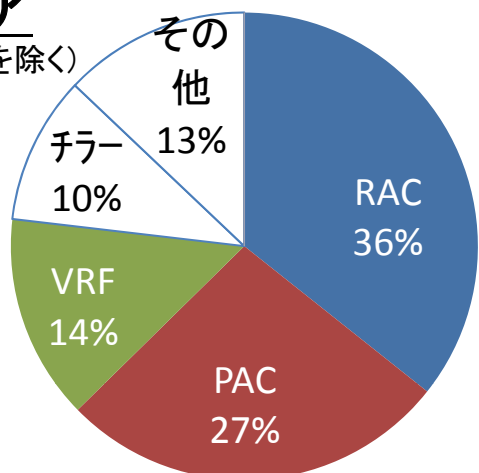
米国



1.4 ⇒ 1.5兆円

アジア

(日本・中国を除く)



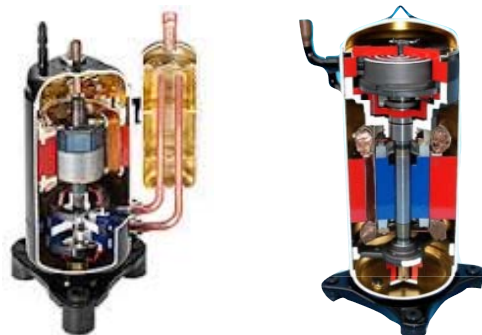
1.0 ⇒ 1.2兆円

- グローバル空調冷熱需要は14年度で約11兆円
- 当社がグローバルに展開しているRAC・PAC・VRFは、日本・中国・アジアで需要の大半を占める
- 欧州ではチラー・AHUの構成比も高い
- 米国ではダクト式空調が主流も省エネ意識の高まりを背景にダクトレス式空調(RAC・PAC・VRF)が急速に成長中
- 経済発展と共に中国・アジアでの需要が急増

4. 当社の強み —先進コア技術—

高い性能・省エネ性を実現する高性能・高効率デバイスと最先端技術

高効率・高性能 インバーター圧縮機



ロータリー

スクロール

高効率・高静音 ファン、モーター



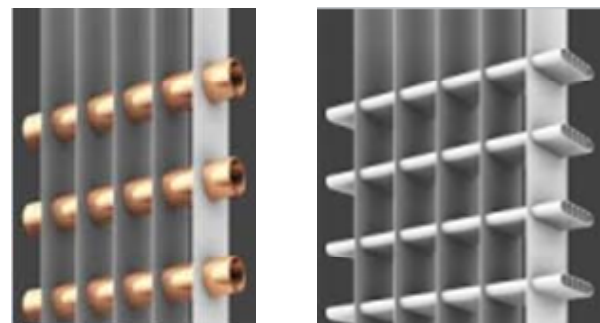
パーソナルツインフロー

ポキポキモーター

高効率制御 パワー半導体



扁平管熱交換器



銅円管(従来)

アルミ扁平管

世界初^{*1}

4. 当社の強み —先進機能(RAC)—

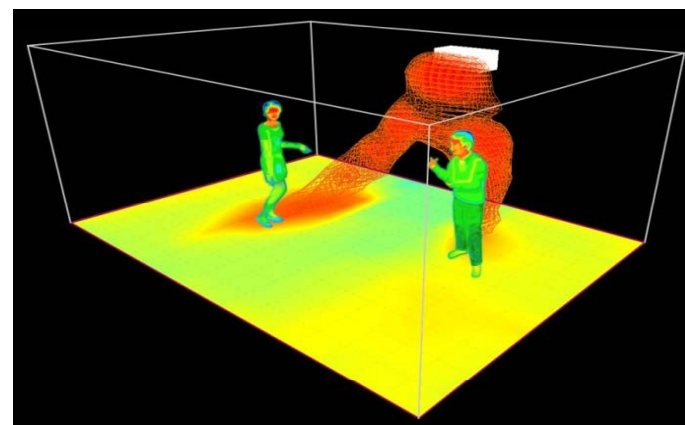
＜室内機の構造を約50年ぶりに一新＞

2つのファンで、家族一人ひとりの快適を創り出すエアコン

霧ヶ峰 ADVANCE



FZシリーズ



温度の感じ方の違う家族一人ひとりの快適性と省エネ性の両立を実現するため、世界初となる左右独立駆動の「パーソナルツインフロー」を搭載したエアコンを新開発

1968年
当時
世界初^{*2}



従来(ラインフローファン)



今回(パーソナルツインフロー)

*1 2015年10月30日発売時点、家庭用エアコン室内機において、当社調べ

*2 2015年8月時点、当社調べ

4. 当社の強み — 先進機能 (RAC・PAC・VRF) —

独自技術

ズバ暖シリーズ

独自技術のフラッシュインジェクション回路^{*1}を搭載し、業界に先駆けて低外気温時の暖房能力確保と省エネ性能を実現した製品を幅広くラインアップ (外気温-15°Cでも定格能力キープ)

ご家庭に



ズバ暖 霧ヶ峰 (RAC)

事務所・店舗に



ズバ暖 スリム (PAC)

ビルや大規模物件に



ズバ暖 マルチY (VRF)

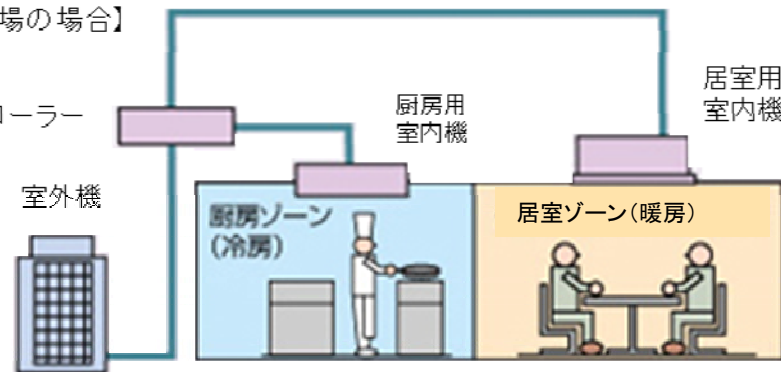
業界唯一

シティマルチR2 (VRF)

独自の2管式冷媒回路により一台の室外機で冷房と暖房の同時運転が可能、配管本数や接続箇所を大幅に削減できる2管式は当社のみ^{*2}

【冬場の場合】

分流
コントローラー



*1 2015年8月時点、当社調べ、フラッシュインジェクション回路: 圧力が高く、密度の濃い冷媒を圧縮機に注入し冷媒循環量を確保する為の回路 (ズバ暖スリム以上の大型機種にのみ使用)

*2 2014年12月時点、当社調べ

5. 事業戦略(事業ユニット別)

事業ユニット		戦略の方向性
ブランド価値向上、付加価値・差別化製品のグローバル展開加速		
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; display: inline-block; color: red; font-weight: bold;">Advance</div> 既存事業 の強化・拡大	(1) RAC	◆付加価値製品を軸としたラインアップのグローバル展開加速 ◆ブランド価値向上(最先端モデル投入・広告宣伝強化) ◆アジアを中心とした新興国での規模拡大
	(2) PAC・VRF	◆市場ニーズに適應する独自製品(ズバ暖・R2等)の開発・展開による差別化推進 ◆新築需要が増加する新興国での業務用空調規模拡大
	(3) 産業冷熱 (冷凍・冷蔵機器)	◆日本国内の強い事業基盤を活用 (生産地から流通、倉庫、小売店舗まで幅広い分野に対応)
	(4) 圧縮機	◆先進コア技術による性能改善強化 ◆欧州・米国・中国の空調機メーカーへの販売拡大
大型業務用空調への本格参入・拡大、循環型事業の基盤構築		
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; display: inline-block; color: white; font-weight: bold;">Innovation</div> 新規事業の 創出・強化	(5) チラー	◆高効率チラーの海外展開 ◆デルクリマ社との統合による大型業務用空調事業への本格参入・拡大
	(6) 循環型事業	◆空調冷熱機器の保守・管理技術強化等の事業基盤構築 ◆当社ビルシステム・FAシステム事業との連携による循環型事業の強化・拡大 ◆デルクリマ社の制御面とのシナジーによる循環型事業強化

Advance

5. 事業戦略 - (1)RAC -

付加価値製品を軸としたラインアップ拡充

- 「新たな価値軸」の創出・展開
 - ・高性能・デザインモデルの市場浸透加速
 - ・デザイン戦略の適応範囲拡大
 - ・寒冷地戦略のさらなる加速・ラインアップ拡充
- 総合戦略(デラックス(DX)・ミドル(MID)・スタンダード(STD))のさらなる進化
 - ・DX: 省エネトップクラスと一歩先を行くセンシング技術(ムーブアイ極)の継続進化
 - ・MID・STD: 大容量化とコンパクト化の両立

ラインアップ構成

高性能モデル
デザインモデル
ズバ暖(寒冷地向け)
デラックス
ミドル
スタンダード



グローバルでの規模拡大

- 高性能・デザインモデルの海外展開
- ズバ暖の海外寒冷地域への展開
- 省エネ・冷媒規制に対応する新興国向け冷房専用インバーターモデルの開発・展開
- マルチタイプエアコンによる家まるごと提案(米国)



ブランド価値向上

- 国内での広告宣伝強化
- 新興国でのブランド認知度向上

Advance

5. 事業戦略 - (2) PAC・VRF -

差別化推進

- 日本：高付加価値・オンリーワン機種販売
拡大による高シェア維持
- 欧州：独自製品(ズバ暖・R2・HVRF^{*1})と制御
で差別化を図り規模拡大

新興国等での需要取り込み

- アジア：旺盛な新築需要に対応する
冷房専用モデルでの規模拡大
- ロシア：ズバ暖等暖房能力強化
モデルでの規模拡大

Innovation

新事業参入

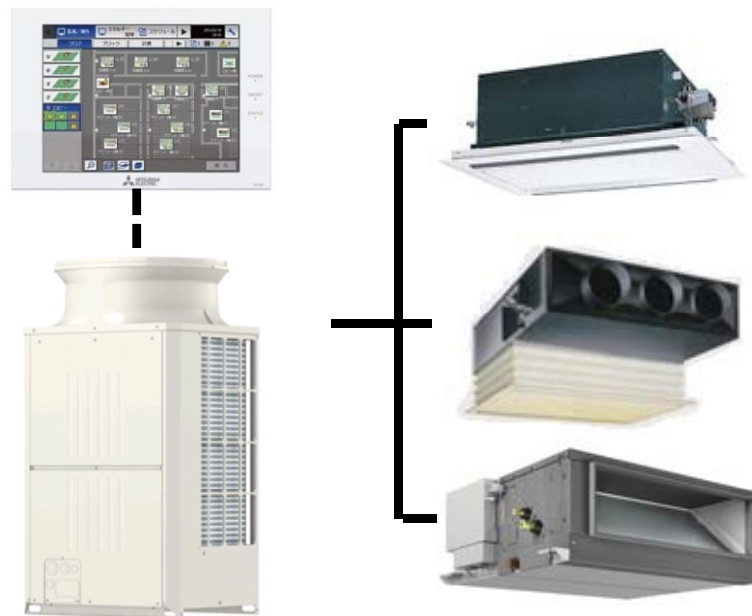
- 米国：グリーンヘック社のAHUと当社VRFの
連携により換気を含めた省エネ型ビル
空調のトータル提案を強化

PAC: **Mr.SLIM**



VRF: **CITY MULTI**

集中コントローラー(AE-200J)



*1 HVRF: ハイブリッドVRF、水方式空調とVRFの機能を合わせたハイブリッド機種

5. 事業戦略 - (3) 産業冷熱(冷凍・冷蔵機器) -

Advance

日本国内の強い事業基盤を活用

- フロン排出抑制法対応、および2020年のHCFC冷媒全廃に向け、HFC冷媒機器への更新需要を取り込む
(既設配管流用可能なワイドリプレースコンデンシングユニットの機種拡充 等)
- 海外(アジア等)へ展開



コンデンシングユニットシリーズ

Advance

5. 事業戦略 - (4) 圧縮機 -

先進コア技術による性能改善および事業拡大

- 当社が保有するロータリー・スクロール・スクリュー方式のHFC冷媒・インバーター化対応機種の開発加速
- 欧州・米国・中国の空調機メーカーへの販売拡大



ロータリー



スクロール



スクリュー

Advance

日本

規模拡大

- 東京オリンピック・パラリンピックに向けた空調設備の新規・更新需要に対応した業界トップクラスの性能・省スペースを誇るモジュールチラー「コンパクトキューブ DT-R」の投入

Innovation

グローバル

大型業務用空調への本格参入・拡大

- 高効率チラーの海外展開
- 欧州を主体にデルクリマ社製チラーを自社販路で販売
- 当社の先進コア技術(圧縮機・ファン等)を活用したデルクリマ社との共同開発チラーの早期市場投入

5. 事業戦略 - (5)チラー -

空冷モジュールチラー：
コンパクトキューブ DT-R



デルクリマ(クリマベネタ社製)
チラー



Innovation

5. 事業戦略 – (6) 循環型事業 –

国内

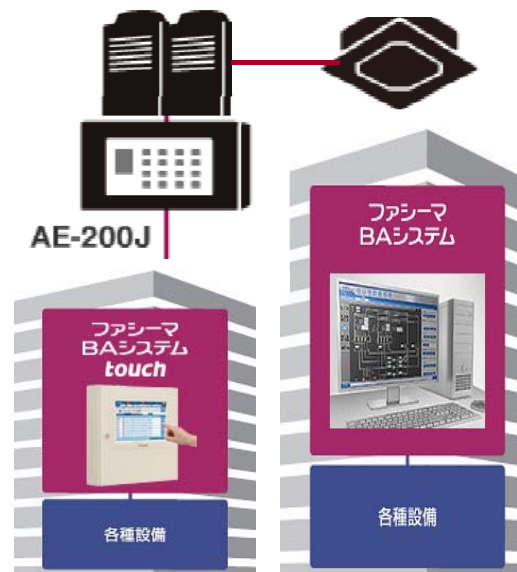
- 当社ビルシステム・FAシステム事業との連携による循環型事業の強化・拡大

【具体例】

- ・ビル設備運用システム&プランニング「facima」(ファシーマ)での空調機省エネ運転制御
- ・空調、冷凍、冷蔵設備の遠隔管理サービス「く〜るリモートメンテナンス」による見守り

海外

- 欧州・米国での循環型事業強化・拡大
 - ・欧州：遠隔監視・保守事業 (イタリア：RMI*1 / 英国：MELCLOUD)
 - ・米国：省エネ型ビル空調システムの提案
- デルクリマ社の制御とのシナジーによる循環型事業強化



く〜るリモートメンテナンス

(三菱電機ビルテクノサービス(株))



MELCLOUD



*1 RMI: Remote Monitoring Interface

参考：デルクリマ社買収進捗状況および買収による事業効果

進捗状況

- 一部の国/地域で独占禁止法手続きの審査継続中。手続き完了次第、クロージング（74.97%株式取得）を実施し、公開買い付け手続きを開始予定。

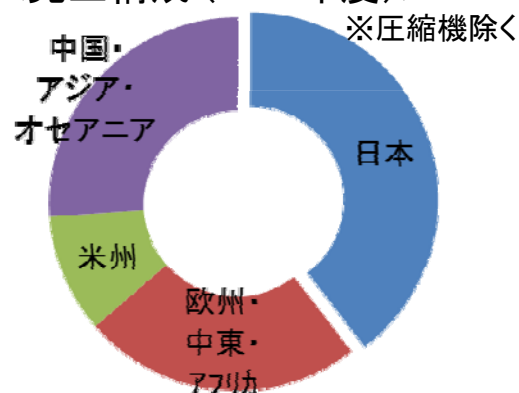
事業効果

- 現時点で見込まれる以下効果を基に今後デルクリマ社との協議を通じて、さらなるシナジー効果の積み上げを図る。
 - (1) チラーを中心としたグローバル大型空調冷熱システム事業基盤の確保
 - ・2014年度事業規模：488億円（前年比106%）、営業利益率：約12%
 - (2) 製品補完による双方の販路でのクロスセル
 - (3) 当社の先進コア技術（圧縮機・ファン等）を活用した共同開発チラーの早期市場投入
 - (4) 双方強みである制御システムの連携で、総合的な循環型事業の展開加速
 - (5) 双方の製造拠点の有効活用によるグローバル最適生産体制の構築
 - 買収完了後、8～9年以内での投資回収を目指す

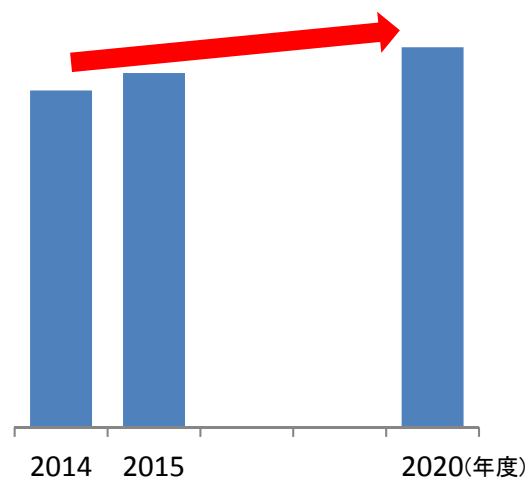
6. エリア別市場戦略 - 日本 -

中期目標

<売上構成 (2014年度)>



<売上推移 (2014-2020年度)>



2020年度売上目標：
対2014年度比約1.2倍

基本方針

(1) 付加価値・差別化製品の販売拡大によるプレゼンス向上、ブランド価値強化

(2) 総合空調冷熱メーカーとして、空調製品群に加え、チラー・産業用冷熱機器事業の強化

(3) 循環型事業の強化・拡大

取り組み

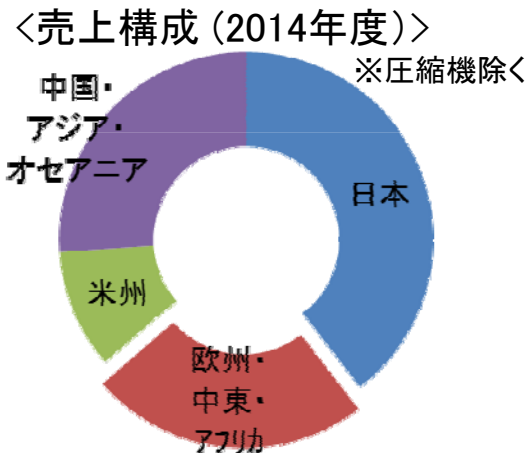
- ・リニューアール需要対応製品の開発強化推進
- ・グローバルな使用環境に適合する製品開発・先行投入 (ex. 低外気対応、高外気対応)
- ・広告宣伝強化によるブランド訴求力向上と非価格競争力の強化

- ・業界トップクラスの性能・省スペースを誇るモジュールチラーの市場投入
- ・東京オリンピック・パラリンピック需要の確実な取り込みに向けた営業体制整備
- ・食品流通関連ビジネスへのシステム対応力向上

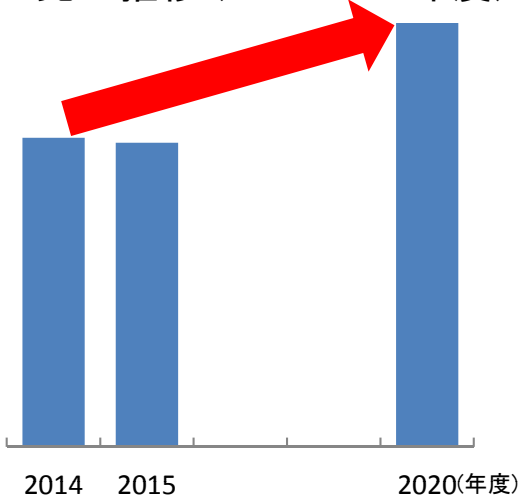
- ・当社ビルシステム・FAシステム事業との連携強化

6. エリア別市場戦略 - 欧州・中東・アフリカ -

中期目標



<売上推移 (2014-2020年度)>



2020年度売上目標：
対2014年度比約1.5倍

基本方針

(1)既存事業拡大および
デルクリマ社買収による
事業領域拡大で
欧州No.1を目指す

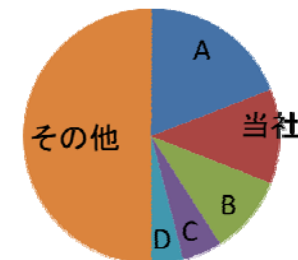
(2)新市場での販路拡大

(3)地域ニーズに対応する
Air to Water(暖房・給湯
システム(ATW))事業
開拓推進

取り組み

- ・当社は現状2位
- ・デルクリマ社との統合
による製品群拡充・
販路拡大および循環型
事業の強化・拡大

<マーケットシェア (M/S)>
(2014年度)



* RAC・PAC・VRF・チラー
(当社推定)

- ・トルコ代理店クリマプラス社買収・統合
- ・ロシア現地法人設立・営業開始
- ・ノルウェー代理店買収(新支店として営業開始)
- ・南アフリカ支店設立・営業開始
- ・サウジアラビアへの再参入
(2014年からVRF販売開始)

- ・英国スコットランドの
「住宅型評価施設」
を活用し、ATWの
開発を推進

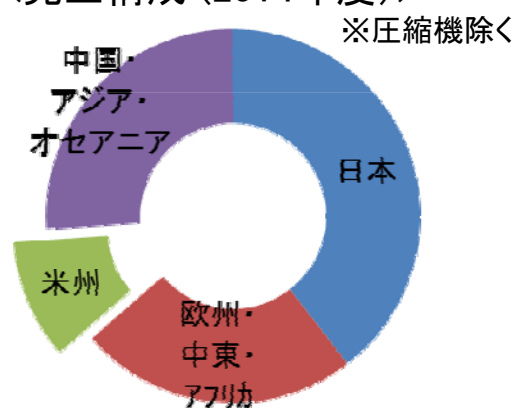


空調冷熱向け住宅型評価施設
(英国スコットランド)

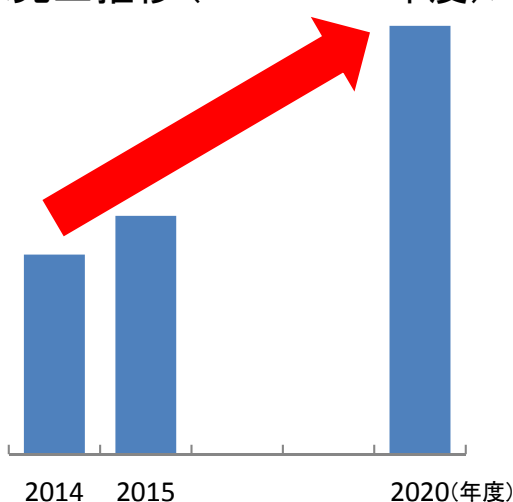
6. エリア別市場戦略 - 米州 -

中期目標

〈売上構成 (2014年度)〉



〈売上推移 (2014-2020年度)〉



2020年度売上目標：
対2014年度比約2倍

基本方針

(1)ダクトレス式空調
(既存事業)を強化し
M/S No.1堅持、
地域マーケティング強化・
米国独自製品導入により
事業拡大

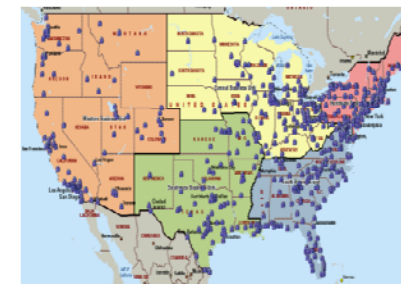
(2)現行販売網維持・強化
および新興市場の開拓
推進

(3)米国空調文化との融合
によるダクト式空調領域
への事業拡大(踏み込み)

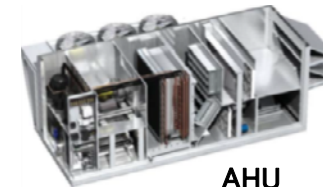
取り組み

- ・米国エンジニアリングセンターでの米国独自製品開発加速
- ・メキシコ工場での米国向けVRF室内機生産開始(2013年)
順次生産機種拡充・規模拡大

- ・米国1,300拠点展開中の代理店・工事店網維持・強化
- ・販路強化による中南米拡大



- ・業務用市場:グリーンヘック社のAHUと当社VRFの連携で換気を含めた省エネ型ビル空調のトータル提案を強化・推進
- ・住宅市場:ユニタリー市場に対応するためマルチポジション室内機を開発



AHU

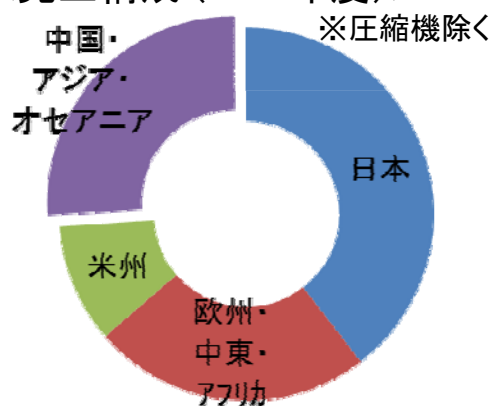


マルチポジション室内機

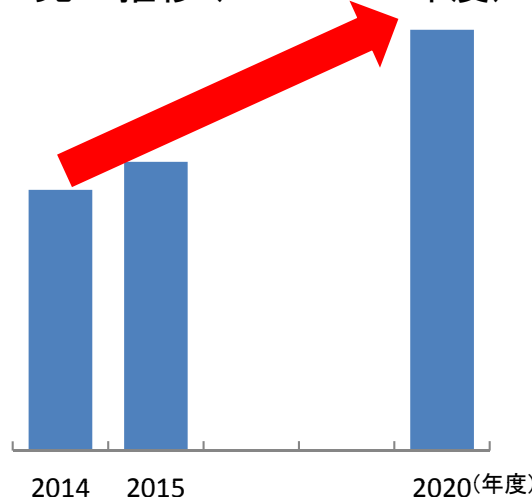
6. エリア別市場戦略 - 中国・アジア・オセアニア -

中期目標

<売上構成 (2014年度)>



<売上推移 (2014-2020年度)>



2020年度売上目標：
対2014年度比約1.7倍

基本方針

(1)中国での高級ブランド・プレゼンス堅持・強化

(2)タイ・シンガポール・オセアニア市場での高いM/S 堅持と需要拡大が見込まれるアジア新興国(インド・インドネシア・ベトナム)での販売拡大

(3)業務用空調事業拡大に向けた営業体制強化

取り組み

・中国専用モデル等、付加価値・差別化製品の継続投入



中国専用モデル

・アジア専用省エネ普及機投入による規模拡大
 ・アジア新興国での総合販社立上げによる販路拡大、広告宣伝強化でブランドイメージ・認知度向上
 ・急増するアジア需要拡大対応のためタイ工場の生産・供給体制拡大

・「ASC(アジアサポートセンター)」活用によるアジア全体の技術・サービスサポート体制拡充
 ・タイ販売会社にて人材育成・総合提案力強化を目的とした研修センター「Advance & Innovation Center」を開設

7. 開発・製造戦略

－ ローカライゼーションの推進 －

Advance

地域毎個別のバリューチェーン確立

地域に根差したマーケティングによりニーズを取り込み、地域最適製品の開発推進

- 海外拠点：各地域毎のニーズや規格に基づく製品企画・自主開発
 - ・米国・欧州の研究拠点、米国・タイ・中国のR&Dセンターを活用し、海外全生産拠点での自主開発力を強化
 - 例えば、タイ工場では現地営業と設計部門の地域対応開発プロジェクトチームによるアジア地域ニーズを反映した製品開発を推進中

- 国内工場：全世界向け新技術開発
 - ・冷熱システム製作所（和歌山）・静岡製作所に新棟建設し、設計・開発能力拡充による基盤強化と付加価値・差別化製品の開発加速

- グローバル開発人員強化（2020年度に対2013年度比約1.5倍）
 - ・研修教育体制および設計インフラ強化・グローバル開発IT化推進



冷熱システム製作所
「技術棟」建設



静岡製作所
「空調開発設計・評価棟」建設

Advance

7. 開発・製造戦略 - ローカライゼーションの推進 -

地産地消の推進

- 供給リードタイム短縮による天候等需要変動に即応可能な生産体制構築
(1) 市場隣接拠点への生産移管加速

【生産移管実行例】

- ① 日本→海外: グローバル向けVRF室外機を冷熱システム製作所からタイ工場へ移管(2014年10月)
- ② 海外→海外: 米国向けRACをタイ工場からメキシコ工場へ移管(2014年10月)

(2) 日本向け製品は過去から一貫して国内生産継続

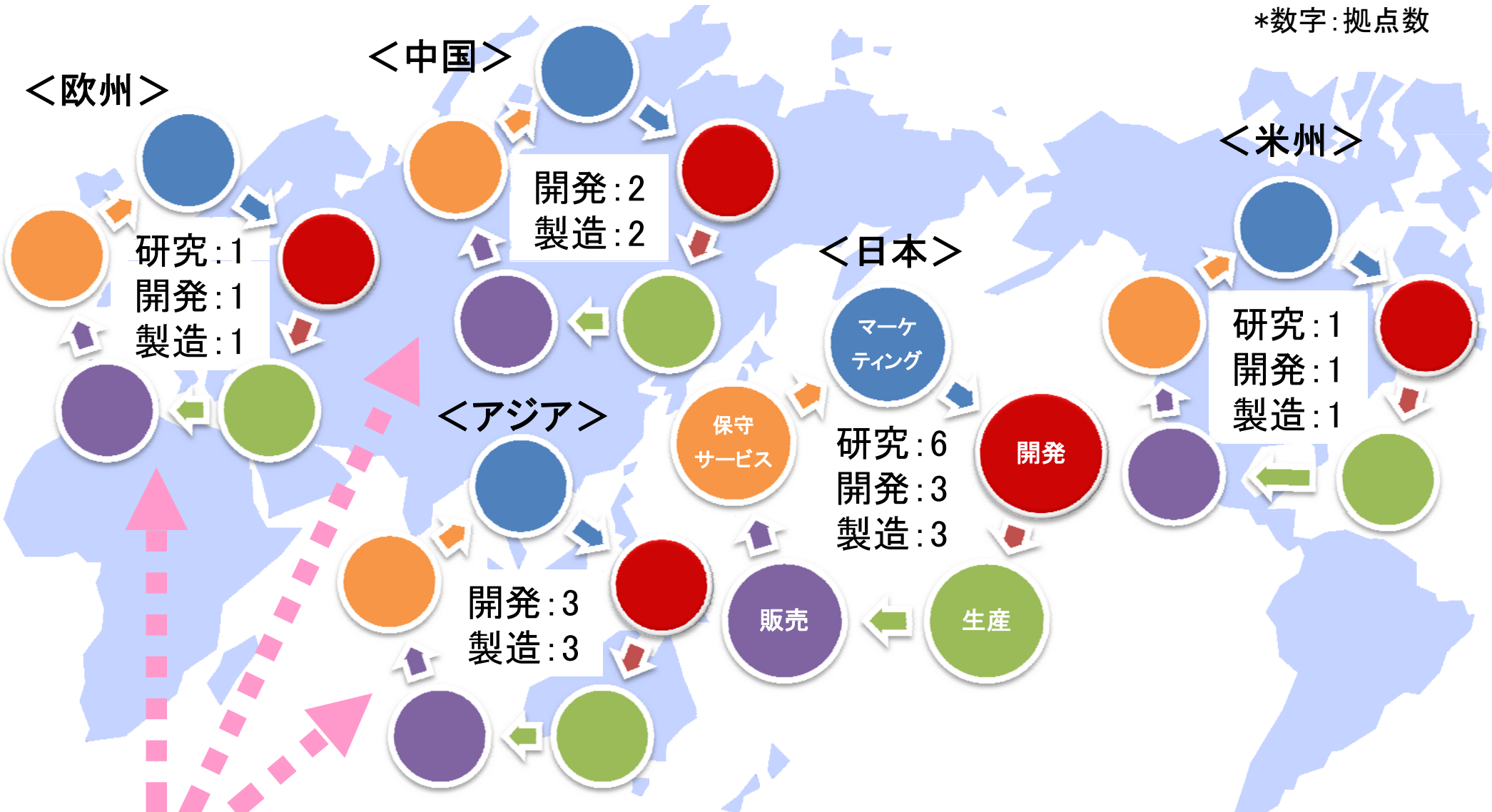
- グローバル生産・供給拠点の整備強化
 - ・北米市場拡大を見据え、メキシコに生産工場立上げ(2013年10月)
 - ・アジア市場拡大を見据え、タイ工場での物流合理化および生産能力増強(2018年度700万台^{*1}体制)
 - ・当社5ヶ国10製造拠点に加え、デルクリマ社3ヶ国12製造拠点を活用

*1 室内機・室外機合計

7. 開発・製造戦略

- グローバル5極のローカライゼーション体制 -

*数字: 拠点数



デルクリマ社: (イタリア、中国、インド) 3カ国 12拠点

参考：開発・製造・販売強化事例(2013年度以降)

DELCLIMA

デルクリマ社(イタリア)
子会社化(予定)

投資額 約902億円



三菱電機コンシューマー・プロダクツ(タイ)社
新建屋の稼働開始
2015年7月

投資額 約100億円



静岡製作所
「空調開発設計・評価棟」建設
2019年6月稼働予定

投資額 約50億円



冷熱システム製作所
「技術棟」建設
2016年春稼働予定

投資額 約40億円



三菱電機ヨーロッパ
ノルウェー支店設立
2015年10月



三菱電機カンヨンワタナに研修センター
Advance & Innovation Center開設
2015年8月



三菱電機ヨーロッパ
南アフリカ支店
業務開始
2015年6月



ロシア現地法人営業開始
2014年10月



トルコ空調冷熱事業
代理店クリマプラス社
統合2014年7月



メキシコで
空調機器生産開始
2013年10月



スコットランドに
評価施設開設
2013年7月



三菱電機米国空調冷熱部門
新事務所稼働
2013年4月

Changes for the Better

今回公表する業績予想は、当社が現時点において合理的と判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は見通しと大きく異なることがあります。

なお、業績に影響を及ぼす変動要因のうち、主なものは以下のとおりですが、新たな要因が発生する可能性もあります。

- ① 世界の経済状況・社会情勢並びに規制や税制等各種法規の動向
- ② 為替相場
- ③ 株式相場
- ④ 製品需給状況及び部材調達環境
- ⑤ 資金調達環境
- ⑥ 重要な特許の成立及び実施許諾並びに特許関連の係争等
- ⑦ 環境に関連する規制や問題の発生
- ⑧ 製品やサービスの欠陥や瑕疵等
- ⑨ 訴訟その他の法的手続き
- ⑩ 急激な技術変化や、新技術を用いた製品の開発、製造及び市場投入時期
- ⑪ 事業構造改革
- ⑫ 情報セキュリティー
- ⑬ 地震・台風・津波・火災等の大規模災害の発生
- ⑭ テロ・戦争、新型インフルエンザ等の感染症の流行等による社会的・政治的混乱の発生