

**オムロン株式会社**  
**平成 24 年(2012 年) 3 月期 決算**  
**投資家様向け説明会 質疑応答**  
**(2012 年 4 月 27 日、東京)**

◆ 全社関連

- Q1: 戦略投資の配分(事業別内訳)は?前年度のように外部環境によって投資額は抑制するののか?  
A1: 注力するのはIA事業と新興国。外部環境の変化には優先順位をつけて柔軟に対応していく。
- Q2: 2012年度の売上総利益率改善の内訳、および、災害要因の解消による増加分はどの程度か?  
A2: 詳細は開示しないが、売上総利益率は0.7P改善する。内部努力では1P程度改善するが、事業ミックス悪化や為替影響でマイナスとなる。災害関連は2011年度に30億円程度あったが、2012年度にはプラス要因となる。
- Q3: 2012年度の配当はどのくらいになるのか?  
A3: 配当方針に沿って金額を決める。具体的にはまだ決定していないので、何とも言えない。
- Q4: タイ洪水の経験やBCPなどを踏まえて生産拠点の立地は今後どのように考えているのか?  
A4: 被災してもバックアップができるようにする。現在は日本と中国に大きな拠点があるが今後はBCPも考慮し、アジアも重要と考えている。

◆ IAB関連

- Q1: IABの中国、アジアの12年度の伸びの背景は?  
A1: 自動車、工作機械などの引き合いが強い。中国では金融引締めの影響が和らいでいくと見ている。
- Q2: 2012年度の売上は下期に大きく伸びるが、季節性があるのか?また新商品はいつ頃から効いてくるのか?  
A2: IABの業績に季節性はない。昨年度の上期は震災影響で売上が膨らんだ。新商品は下期から効いてくる。
- Q3: 2011年度の生産調整の発端となった在庫管理についてどのように変更・強化するのか?  
A3: 在庫の持ち方を変更する。また、市場状況の把握も強化し、実需動向が捉えられるようにする。
- Q4: 北米の2012年度の伸びはオイル&ガスか?  
A4: 2012年度はオイル&ガスでは伸びを見ていない。FAで伸ばしていく。

Q5: 通霊(トンリン)の買収効果はどのように見ているのか？

A5: 通霊はSEの会社なので、これだけで売上増は定量化できない。中国での提案力強化と商品力強化、さらにチャネルの整備の掛け算で今後売上を伸ばしていく。

◆ EMC関連

Q1: EMCの2012年度、上期から下期にかけて利益の上昇は何が要因か？

A1: IAB向けの内部売上であるFA関連を増加させる。

◆ AEC関連

Q1: AEC製品で今後伸びるのは何か？また、中国の現地メーカーへの浸透はどのようにしていくのか？

A1: 伸びるのはECU。電動パワステ(EPS)コントローラなど。中国メーカーには広州にある製造拠点を中心に独立系にもアプローチしていく。センシング&コントロール技術をもとに他社との差別化をはかり、EPSなど強い商品を開発し、お客様へ提案していく。

◆ HCB関連

Q1: 2011年度のHCBの利益率低下の要因は？また、今後どのように改善していくのか？

A1: 2011年度4Qは開発費増などにより利益率が低下した。今後は新興国での需要の伸びを見ており、血圧計や血糖計を拡大していく。利益面では部品の標準化などによりコストダウンをはかる。

Q2: HCBはBtoCとして成長ドライバーと見るが、ブランド戦略としての位置づけはあるのか？

A2: HCBは新興国売上比率が一番高い。オムロン全体のブランド戦略の元で本社と事業が一体となり、HCBをキーに新興国でのブランド浸透をはかる。

◆ 「その他」関連

Q1: 環境関連ビジネスは太陽光パネルなどの需要拡大で伸びるのか？

A1: 創エネとしては、太陽光パネル向けのパワコンを伸ばす。それ以外にも、電力の見える化や省エネコンポ・ソリューション、車載の環境対応車向け商品などを伸ばしていく。

Q2: 2012年度にその他事業の赤字幅が縮小するのは、どの事業の影響か？

A2: 主にMD事業。売上増とコスト削減の両方で赤字幅を圧縮していく。

\*\*\*\*\*