



ダイキン工業株式会社

2023年3月期第2四半期決算説明会

2022年11月9日

イベント概要

[企業名]	ダイキン工業株式会社
[企業 ID]	6367
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2023 年 3 月期第 2 四半期決算説明会
[決算期]	2022 年度 第 2 四半期
[日程]	2022 年 11 月 9 日
[ページ数]	46
[時間]	10:30 – 12:04 (合計：94 分、登壇：37 分、質疑応答：57 分)
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	6 名 代表取締役社長兼 CEO 十河 政則 (以下、十河) 取締役 兼 副社長執行役員 グローバル戦略本部担当 峯野 義博 (以下、峯野) 専務執行役員 空調営業本部長 船田 聡 (以下、船田) 執行役員 化学事業担当 平賀 義之 (以下、平賀) 執行役員 コーポレートコミュニケーション担当 宮住 光太 (以下、宮住)

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



コーポレートコミュニケーション室 経営 IR グループ長

的場 一裕（以下、的場）

[アナリスト名]*	三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券	佐々木 翼
	ゴールドマン・サックス証券	諫山 裕一郎
	UBS 証券	水野 晃
	野村證券	前川 健太郎
	JP モルガン証券	佐野 友彦
	大和証券	田井 宏介

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



登壇

阪本：ただ今より、ダイキン工業株式会社、2023年3月期第2四半期決算説明会を始めさせていただきます。本日はお忙しい中、多数の方にご参加いただきありがとうございます。

説明資料につきましては、本日メールでご案内しておりますとおり、ホームページ、株主・投資家情報に掲載しております。必要な方はお手元にご用意ください。

それでは、本日の登壇者をご紹介します。

代表取締役社長兼 CEO、十河政則。取締役兼副社長執行役員 グローバル戦略本部担当、峯野義博。専務執行役員 空調営業本部長、舩田聡。執行役員 化学事業担当、平賀義之。執行役員 コーポレートコミュニケーション担当、宮住光太。以上、5名でございます。

進行は、経営 IR グループの阪本が務めさせていただきます。よろしくお願いいたします。

本日は、初めに、社長の十河よりお話をさせていただきました後、執行役員の宮住より決算の概要についてご説明させていただきます。

合わせて40分程度ご説明をさせていただいた後、質疑応答といたします。終了時刻は12時を予定しております。それでは、十河社長お願いいたします。

十河：皆さん、おはようございます。本日は多数の方がオンラインで参加いただいているようで、ありがとうございます。

また日頃は、当社の事業活動にご支援いただきまして、改めて厚くお礼申し上げます。それでは早速、私のほうからお話させていただきます。

昨日発表いたしました通り、上期は売上高、営業利益とも、過去最高の業績を更新し、為替効果を除く実力値においても増収増益を達成することができました。

また、年間計画についても、今期2度目の上方修正をして、過去最高をさらに更新する見通しであります。今期は経営環境の先行きが不透明な中であって、事業の上振れも下振れも、いろいろな可能性があるということで、そういったことに対応する複数のシナリオを想定して、マイナスについては跳ね返していく施策、プラス面はチャンスにしてより大きく伸ばすための施策を織り込んで、状況変化にスピーディに対応して、次々と先手先手で打ち手を打ってまいりました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



上期決算につきましては、後ほど宮住から詳細をご説明申し上げますけども、売上高、営業利益ともに、8月に上方修正をした計画を上回って、売上高は上期として初めて2兆円を超え、営業利益は2,217億円という結果になりました。

第2四半期以降、経営環境は世界的なインフレの加速や景気減速に伴う需要の悪化に加えて、ロシア・ウクライナ情勢を契機としたエネルギーコストの上昇等々、急激に変化してきております。

このような中において、当社は米国でヒューストン工場の供給力強化によって、住宅用ユニタリーの販売を伸ばしたこと、インバーター搭載の我々が「Fit」と呼んでおります商品ですが、この「Fit」をはじめとする環境プレミアム商品の販売が好調に推移したことや、好調な欧州ヒートポンプ暖房の拡販、さらにはアジア・オセアニアでの拡販・シェアアップに加えて、全ての拠点で売価施策の徹底もあって売上高を大きく拡大することができました。

また中国においても、上海ロックダウンの解除以降、いち早く生産・物流をフル稼働させたことで、6月以降の販売は前年を大きく上回る水準に回復いたしております。

化学事業も、好調な半導体や自動車市場向けで大きく伸ばしております。

過去に経験のないレベルのコストアップに対しても、いち早い差別化商品の投入等々による売価施策に加えて、グローバルでの変動費コストダウンや固定費削減の取り組みなど、「重点8テーマ+1テーマ」の実行を徹底したことで、為替を除く実質ベースでも増収増益を達成することができました。

年間計画につきましては、売上高3兆7,600億円に上方修正いたします。年間においても、為替を除く実力値で、過去最高業績を更新する大幅な増益をめざす計画であります。

下期以降、エネルギーコストの上昇やインフレによる広範囲に及ぶコストアップ、景気減速リスクの高まり等々、各地域で事業環境は急速に悪化してきておりますけれども、収益力強化に向けた追加売価アップ策、コストダウン、シェアアップに向けた販売力・商品力の強化、それから環境・省エネ対応をチャンスと捉えた事業拡大など、こうした変化に対して今後も先手先手で手を打って、スピードを上げて挑戦・実行してまいります。

今期は、「重点8テーマ+1テーマ」を設けて期初から業績の拡大と体質強化に取り組んでまいりました。先ほども触れましたけれども、戦略的売価施策やコストダウン、それから販売力・商品力の強化等々、その成果は確実に上がってきていると思っており、これまで進めてきた施策の手応えを感じているところであります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



下期以降も、引き続きこれらのテーマを完遂して、足元での環境変化に対しても、もう一段追加の手を打つことによって、為替に頼らずに今期計画を達成してまいります。

例えば、戦略的売価施策について申し上げますと、新商品投入に合わせた売価アップと、換気・除菌やIoTを活用したサービスの提案を行ったことで、上期は、米国や日本を中心に全地域で計画通りの成果を出すことができましたけれども、下期以降、エネルギー価格の上昇、部品値上げなどのコストアップ要因が顕在化する中であって、米国での環境プレミアム商品やアジアでのインバーター機など差別化商品による拡販シェアアップともう一段の追加値上げを実行していく予定であります。

変動費コストダウンについては、上期は、上海ロックダウンの影響で生産の継続や部品の確保、代替開発に集中して取り組んでまいりました。下期以降は、来年度を見据えて、基幹部品のコスト力強化と適用商品の拡大ですとか、グローバルでの工場設備の自動化、材料置換の取り組みの加速、コンカレント活動の推進など、全地域で生産性の向上やコストダウンの積み増しテーマを実行してまいります。

また、さらなる円安進行に対する追加のコスト対策の実行や部品の国内調達への切り替え実施等々、国内空調事業の収益向上の強化に向けてももう一段の取り組みを行ってまいります。

短期の業績拡大をめざすだけでなく、来年、再来年以降も見据えた飛躍の手も同時に打っていく予定であります。

足元のこの1カ月だけでも事業環境は刻々と変化しております。全世界的なインフレによる需要減退、円安進行によるコストアップなどのリスクが想定されております。

一方で、経営環境の変化は当社にとってリスクばかりではなく、事業拡大のチャンスでもあると私は思っております。リスクを極小化するだけでなく、ライバルに先んじて変化に対応することで、このチャンスを活かして事業拡大と体質強化につなげてまいりたいと思っております。

カーボンニュートラルやエネルギーコスト上昇を背景とする環境・省エネ対応のニーズは世界中で一層高まってきています。当社は、このような需要拡大をチャンスとするべく、生産能力増強や研究開発などの投資も加速させています。

例えば、生産能力については、2024年にかけて、各地域に次々と新たな生産工場が立ち上がる予定です。欧州のヒートポンプ暖房事業については、拡大する需要に応じていくために、ベルギー、チェコ、ドイツの既存工場の生産能力の増強に加えて、ポーランドの新工場設立を進めているほ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



か、ベルギーのアントワープにヒートポンプ暖房に特化した研究開発拠点の新設も進めているところでもあります。

米国では、インバーター搭載の住宅用ユニタリー「Fit」の現地生産を11月に開始したところですが、それに加えて、メキシコに米州向けの省エネ空調機器の現地生産拠点を設立いたします。

それからアジアでは、インドの新工場設立で、ルームエアコンの生産能力を現在の2倍まで増強します。今後、さらにアフリカ地域への供給も視野に入れてさらなる生産能力の拡大も検討してまいりたいと思っています。

中国は、広東省惠州に住宅用マルチを中心とする工場を新設し、中国国内におけるリスク分散という観点からも生産地分散を図ります。

今、インドの話をしてしまいましたが、インドは世界経済が不安定な中でも着実に経済成長しており、人口も2023年には14億人と、世界最大となる見込みであります。中間所得層が拡大し、富裕層世帯も増加しています。そうしたことから空調需要も大きな成長が見込まれております。われわれはこうした空調需要の大きな成長に対して、インドでもっと拡大路線を取っていかようとしています。インドには、本当に豊富なリソースがあります。とりわけIT関係の人材が豊富であり、こうした現地の豊富なリソースを活用して、インドをグローバルで生産・研究・開発・部品供給を担っていく一大拠点としていきたいと考え、今、構想を詰めているところです。

省エネニーズの高まりで、空調機器の能力だけでなく、このソリューションを展開することが一層重要になってきています。空調+換気+除菌です。こうしたことによって、安心・安全な空間の提案や遠隔監視などエアネットの新商品の展開ですとか、コネクテッド、いわゆるお客様とつながるソリューションですとか、サブスクモデル等々、こうした提案についても市場別用途別の提案を強化してまいりたいと思っております。

また、世界各国でのアドボカシー活動の強化、冷媒ガスの回収・再生事業の本格展開に向けても取り組みを加速しています。

当社は、空調専門メーカーとして、これまで長年にわたってインバーター、ヒートポンプや低GWP冷媒などの環境技術を追求し、その環境技術を生かした差別化商品をグローバルで展開してまいりました。

各地域で、ライバルも新たな戦略を打ち出してきておりますが、当社が築いてきた地産地消のビジネスモデルと求心力と遠心力を効かせた経営の実践、こうした独自の強みに加えて環境先進技術を

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



活かした事業展開によって、業績の拡大だけではなく、社会課題の解決貢献にもつなげてまいります。

来年は、戦略経営計画 FUSION25 の後半3カ年計画がスタートする年であります。これまで2年間の進捗を振り返ると同時に、事業環境の変化を受けて、見直すテーマですとか、追加する新たなテーマ等々、目下、検討を進めているところであります。また、定量目標につきましても、既に今期計画をやり切れれば23年目標を1年前倒しすることになります。最終年度25年度の目標引き上げも含めて社内での検討を進めているところであり、はっきりした段階で、改めて皆さんに説明させていただきたいと思っております。

私からの説明は、以上とさせていただいて、宮住が説明した後、皆さんからのご質問にお答えしたいと思っております。私から以上です。

阪本：続いて、宮住執行役員お願いいたします。

I. 2023年3月期第2四半期決算 決算概要

過去最高業績を達成。為替の影響を除き増収増益。

原材料市況・物流費の高騰、上海ロックダウン、地政学リスクの高まりなど、厳しい事業環境が継続。当社は、2022年度の重点テーマの実行を加速し、状況変化に機動的に対応することで、影響をカバー。

- ✓ 空調事業は、中国・日本を中心に、生産・供給面で上海ロックダウンによる影響を受けたが、米州・アジアで販売を拡大したことに加え、欧州でも、需要が好調なヒートポンプ式温水暖房機器の販売を伸ばした。
- ✓ 化学事業は、半導体・自動車市場の堅調な需要を捉え、増収増益。

(億円)	2021年度	2022年度上期		前年度比
	上期実績	計画 (8月公表)	実績	
売上高	15,589	18,100	20,198	130%
営業利益 (利益率)	1,927 (12.4%)	2,100 (11.6%)	2,217 (11.0%)	115%
経常利益 (利益率)	1,968 (12.6%)	2,130 (11.8%)	2,227 (11.0%)	113%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,391 (8.9%)	1,420 (7.8%)	1,564 (7.7%)	112%

USドル/円 ¥110
ユーロ/円 ¥131
中国元/円 ¥17.0

¥134
¥139
¥19.9

為替影響 (対前年度)

売上高 +1,850億円
営業利益 +180億円

3

宮住：宮住でございます。私からは第2四半期決算の概要につきまして、お手元の資料に沿って説明をさせていただきます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



3 ページをご覧ください。

2023 年 3 月期第 2 四半期決算は、上期で過去最高の業績となりました。

原材料市況、物流費の高騰や上海ロックダウンの影響を大きく受けましたが、状況変化に機動的に対応し、戦略的売価施策や販売力強化など、重点 8 テーマの実行を加速したことでマイナス影響をカバーいたしました。

為替の実績はドル 134 円、ユーロ 139 円、中国元 19.9 円。対前年の為替影響は売上高で 1,850 億円、営業利益で 180 億円のプラスとなりました。

為替の影響を除いても対前年で増収増益となっております。

(参考) 2022年度の重点8テーマ

1. 戦略的売価施策
 2. 業務用空調強化策など、さらなる販売力強化
 3. 変動費コストダウンの極大化
 4. 物流コスト追加効率化策の実行
 5. 既存固定費の効率化
 6. 2023年度以降も見据えた、調達・供給力強化
 7. FUSION25重点テーマの加速と収益化
 8. 買収会社、大型設備投資の成果創出・収益化
- + 1 世の中の変化をチャンスに、当社の強みを活かし次の飛躍に繋げる
チャレンジテーマ・イノベーションテーマ
(カーボンニュートラル、デジタル)

4

4 ページは、2022 年度に取り組む重点テーマの一覧でございます。

参考情報のために説明は割愛いたします。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



事業セグメント別実績

(億円)		上期実績		
		2021年度	2022年度	前年度比
全社	売上高	15,589	20,198	130%
	営業利益 (利益率)	1,927 (12.4%)	2,217 (11.0%)	115%
空調	売上高	14,279	18,542	130%
	営業利益 (利益率)	1,741 (12.2%)	1,929 (10.4%)	111%
化学	売上高	1,019	1,313	129%
	営業利益 (利益率)	155 (15.2%)	258 (19.7%)	167%
その他	売上高	291	343	118%
	営業利益 (利益率)	31 (10.7%)	30 (8.7%)	95%

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業は空調事業に含む。

5

5 ページをお願いいたします。事業セグメント別の実績でございます。

空調事業は、上海ロックダウンにより、中国国内だけでなく他地域でも、生産、供給面で影響を受けましたが、米州、アジアで販売を拡大したことに加え、欧州でも、需要が好調なヒートポンプ式温水暖房機器の販売を伸ばしました。

化学事業は、半導体、自動車市場の堅調な需要を捉え、増収増益となりました。

為替影響額については、空調事業で売上高 1,723 億円、営業利益 154 億円のプラス。化学事業で売上高 127 億円、営業利益 26 億円のプラスとなりました。

各事業の状況、空調事業の地域別の状況につきましては、後ほどご説明いたします。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



連結損益計算書

(億円)	2021年度上期	2022年度上期	利益影響額
	115	130	
売上高	15,589	20,198	+4,609
売上原価	10,104 (64.8%)	13,412 (66.4%)	▲3,308
粗利益	5,484 (35.2%)	6,785 (33.6%)	+1,301
販売費及び一般管理費	3,557 (22.8%)	4,569 (22.6%)	▲1,012
営業利益	1,927 (12.4%)	2,217 (11.0%)	+289
営業外損益	41	10 ※1	▲31
経常利益	1,968 (12.6%)	2,227 (11.0%)	+258
特別損益	3	66 ※2	+63
税金等調整前四半期純利益	1,971 (12.6%)	2,292 (11.3%)	+321
法人税等	537	683	▲146
税負担率	27.2%	29.8%	
非支配株主に帰属する 四半期純利益	43	45	▲2
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,391 (8.9%)	1,564 (7.7%)	+173

()内は対売上高比率

※1 営業外損益の主な増減内訳

インフレ会計調整額 ▲47
〔トルコのインフレ会計適用に伴う調整額〕

※2 特別損益の主な増減内訳

投資有価証券売却益 +69 (2→71)

6

6 ページです。連結損益計算書の主要項目の増減を記載しています。

販管費率は、先行投資などを実行しながら一般経費を効率的に運用したことで、対前年で引き下げることができました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



連結貸借対照表

(億円)	2021/9月末	2022/9月末	増減		2021/9月末	2022/9月末	増減
手元資金	8,073	7,072	▲1,001	仕入債務	2,544	3,673	+1,128
売上債権	60日 5,103	64日 7,123	+2,020	有利子負債	7,308	7,998	+690
棚卸資産	61日 5,180	79日 8,755	+3,574	(有利子負債比率)	(21.4%)	(18.8%)	
固定資産	11,879	15,168	+3,288	その他	6,013	8,005	+1,992
投資有価証券	2,202	1,832	▲370	負債計	15,866	19,676	+3,810
その他	1,745	2,571	+826	自己資本計	17,946	22,392	+4,446
				(自己資本比率)	(52.5%)	(52.7%)	
				新株予約権	27	32	+5
				非支配株主持分	344	420	+76
資産合計	34,182	42,520	+8,338	純資産計	18,317	22,844	+4,528
				負債・純資産計	34,182	42,520	+8,338

※有利子負債の明細

	2021/9月末	2022/9月末	増減
短期借入金	463	1,480	+1,017
CP	0	300	+300
社債	1,300	1,900	+600
長期借入金	4,687	3,110	▲1,577
リース債務	859	1,208	+350
合計	7,308	7,998	+690

7

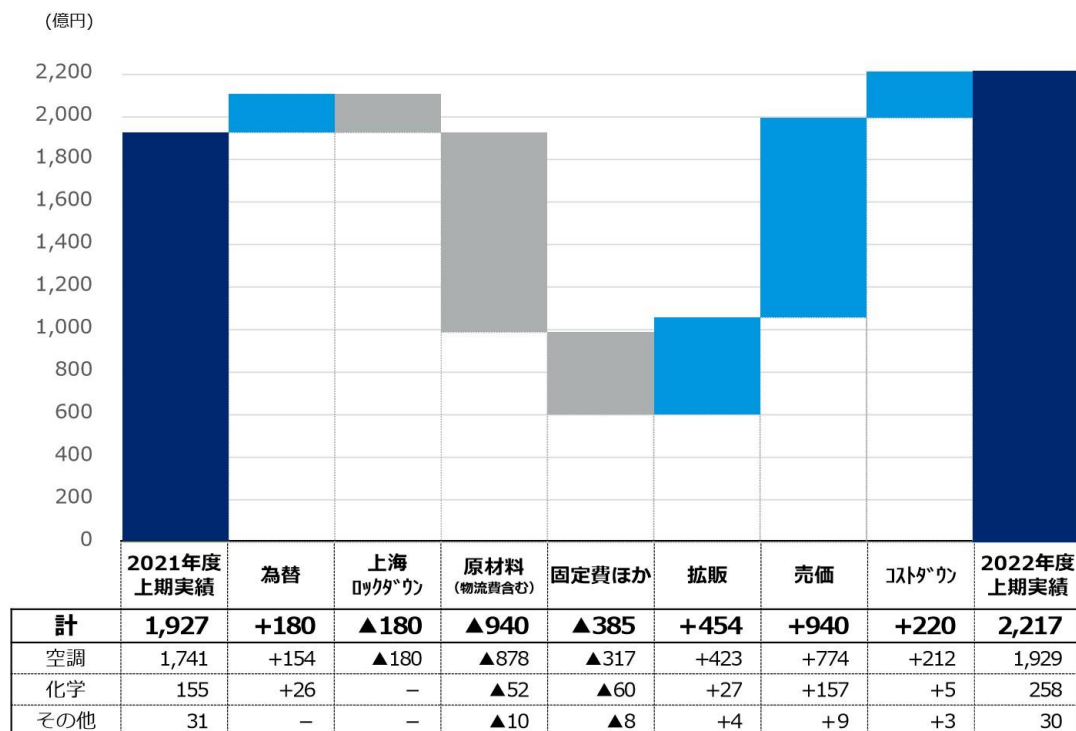
7ページでございます。連結貸借対照表の主要項目と有利子負債の明細について記載しております。

在庫の保有日数が長くなっておりますが、今後の販売拡大に備えた戦略在庫を構えていることに加えて、半導体、電子部品などの調達難に備えて部品確保を進めていることによるものであります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

営業利益増減分析-実績の対前年度比



8

8 ページをご覧ください。上期営業利益の対前年増減分析であります。

原材料市況、物流費の高騰や上海ロックダウンの影響を大きく受けましたが、拡販、売価施策、コストダウンによりマイナス影響をカバーしました。

なお、原材料市況、物流費高騰による空調事業への影響の内訳ですが、銅で150億円、アルミで100億円、鉄鋼で180億円、樹脂他で200億円、物流費で250億円のマイナスと試算しております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

II. 2023年3月期通期業績計画 全社業績計画

今期2度目の上方修正。為替のプラス効果に頼らずに、過去最高業績の達成をめざす。

- ✓ 顕在化しているリスク（世界的なインフレ高進、エネルギーコストのさらなる上昇など）に迅速に手を打ち、体質強化を図ることで、業績計画を必達。
- ✓ 事業環境は厳しさを増すが、重点テーマ（戦略的売価施策、販売力強化、コストダウンなど）のさらなる成果創出により、需要低迷やコストアップによるマイナス影響を極小化。
- ✓ 時代対応の課題をチャンスと捉え、ヒートポンプ暖房、エネルギーソリューション、空気・換気事業などで打ち手をより一層強化。

(億円)	2021年度実績			2022年度	2022年度			
	上期	下期	年間	年間計画 (8月公表)	上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
売上高	15,589	15,502	31,091	34,800	20,198	17,402	37,600	121%
営業利益 (利益率)	1,927 (12.4%)	1,236 (8.0%)	3,164 (10.2%)	3,500 (10.1%)	2,217 (11.0%)	1,413 (8.1%)	3,630 (9.7%)	115%
経常利益 (利益率)	1,968 (12.6%)	1,306 (8.4%)	3,275 (10.5%)	3,550 (10.2%)	2,227 (11.0%)	1,353 (7.8%)	3,580 (9.5%)	109%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,391 (8.9%)	786 (5.1%)	2,177 (7.0%)	2,300 (6.6%)	1,564 (7.7%)	786 (4.5%)	2,350 (6.3%)	108%
USD/円	¥110	¥115	¥112		¥134	¥125	¥129	
ユーロ/円	¥131	¥130	¥131		¥139	¥125	¥132	
中国元/円	¥17.0	¥18.0	¥17.5		¥19.9	¥18.0	¥18.9	

為替影響 (対前年度)

売上高 +2,050億円
営業利益 +180億円

9

9 ページをご覧ください。

業績見直しにつきましては、今期2度目となる上方修正を行い、年間の営業利益計画は3,630億円といたします。為替のプラス効果に頼ることなく、過去最高業績の達成を目指してまいります。

下期の為替レートは、ドルを除いて期初の前提を基本的に見直しておりません。今回、ドルの独歩高を反映して、ドルの前提レートにつきましては若干の円安方向に見直しております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



事業セグメント別業績計画

(億円)		2021年度 実績	2022年度 (8月公表)	2022年度(11月公表)			
				上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
全社	売上高	31,091	34,800	20,198	17,402	37,600	121%
	営業利益 (利益率)	3,164 (10.2%)	3,500 (10.1%)	2,217 (11.0%)	1,413 (8.1%)	3,630 (9.7%)	115%
空調	売上高	28,285	31,470	18,542	15,648	34,200	121%
	営業利益 (利益率)	2,824 (10.0%)	3,110 (9.9%)	1,929 (10.4%)	1,231 (7.9%)	3,160 (9.2%)	112%
化学	売上高	2,124	2,550	1,313	1,287	2,600	122%
	営業利益 (利益率)	273 (12.9%)	330 (12.9%)	258 (19.7%)	152 (11.8%)	410 (15.8%)	150%
その他	売上高	682	780	343	457	800	117%
	営業利益 (利益率)	66 (9.7%)	60 (7.7%)	30 (8.7%)	30 (6.6%)	60 (7.5%)	90%

10

10 ページをご覧ください。セグメント別の業績見通しでございます。

空調事業は、売上高は前回公表から 2,730 億円増額、営業利益は 50 億円増額。

化学事業は、売上高は前回公表から 50 億円増額、営業利益は 80 億円増額。その他事業は、売上高は前回公表から 20 億円増額、営業利益は増減なしとしております。

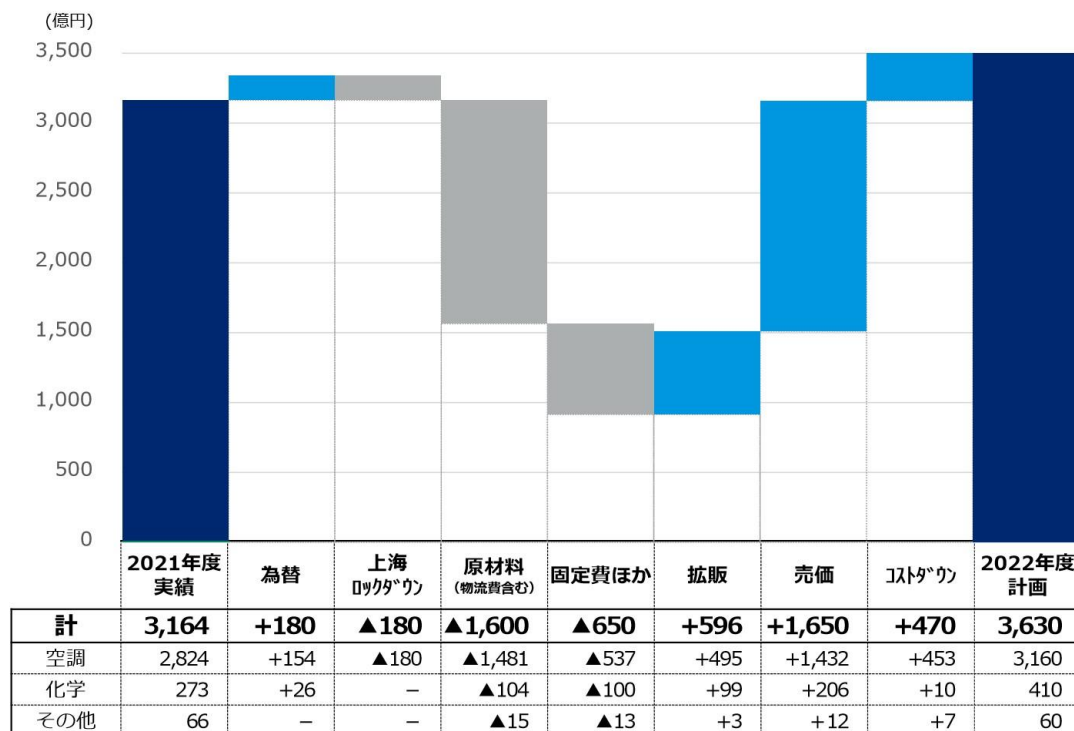
為替影響額については、空調事業で売上高 1,910 億円、営業利益は 154 億円のプラス。化学事業で売上高 140 億円、営業利益 26 億円のプラスを見ております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



営業利益増減分析-年間計画の対前年度比



11

11 ページをご覧ください。22 年度年間計画の営業利益の対前年増減分析です。

原材料、物流費のコストアップは、期初計画をさらに上回る見通しです。銅とアルミの市況は軟化しているものの、物流費の陸上運賃の高騰、資源エネルギー高を反映したサプライヤーの部品値上げといったマイナス影響が大きくなっています。

コストアップ要因に対しては販売計画を必達することに加えて、売価施策とコストダウンを上積みすることでマイナス影響の吸収に努めてまいります。

原材料市況、物流費の高騰による空調事業への影響の内訳ですけれども、銅で 150 億円、アルミで 100 億円、鉄鋼で 300 億円、樹脂他で 530 億円、物流費で 400 億円のマイナスと見込んでおります。

いつもご質問ございますので、少し補足いたします。

原材料市況と物流費の高騰影響は、上期で 940 億円のマイナスでございました。年間計画については、期初 1,500 億円のマイナス影響を想定しておりましたけれども、今回これを 1,600 億円マイナスの想定に見直しております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

足元では、銅、アルミの市況につきましては軟化傾向と見ております。

ヘッジも進めてまいりました。従って、今年度の年間の調達量に対しては、銅で94%、アルミで74%を既にヘッジしております。

昨年の下期は、銅、アルミ市況が高止まりしていたこともあり、今下期につきましては、対前年の利益影響はニュートラルということで見ております。来期分につきましては、銅、アルミとも、年間の約20%をヘッジしております。

今後につきましては、ヘッジ機会をタイムリーに見ていきたいと考えております。ターゲット価格として、銅で7,500ドル/トンとアルミで2,300ドル/トンということで今は考えております。

鉄鋼につきましては、期初の見込みから大きな変更はありません。

一方で、樹脂、その他の部材につきましては、やはりサプライヤーさんからの部品値上げによる影響が大きいということでマイナスを見ております。物流費につきましては、海上運賃は下落をしておりますが、陸上輸送のコストが上がっていると。特にアメリカを中心に上がっており、こういったことがマイナス要因かと考えております。

地域別売上高の推移-空調事業

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2018年度上期		2019年度上期		2020年度上期		2021年度上期		2022年度上期		2022年度計画 (今回公表)		2022年度計画 (5月公表)	
日本	108%	2,507	107%	2,687	93%	2,508	109%	2,728	102%	2,792	105%	5,500	105%	5,500
欧州	114%	1,666	113%	1,887	98%	1,857	139%	2,584	118%	3,050	112%	5,800	106%	5,500
中国	107%	2,079	96%	1,994	91%	1,814	134%	2,432	110%	2,664	108%	4,600	106%	4,500
米州	112%	3,414	108%	3,694	93%	3,439	129%	4,439	155%	6,885	139%	12,400	112%	10,000
アジア	111%	1,403	106%	1,487	76%	1,125	117%	1,313	155%	2,039	129%	3,800	109%	3,200
オセアニア	113%	373	90%	337	106%	358	130%	467	133%	619	115%	1,200	101%	1,050
中近東	95%	239	92%	220	84%	185	144%	266	161%	429	129%	780	99%	600
アフリカ	122%	43	86%	37	84%	32	157%	50	132%	65	95%	120	95%	120
計	110%	11,724	105%	12,344	92%	11,317	126%	14,279	130%	18,542	121%	34,200	108%	30,470
海外売上高比	79%		78%		78%		81%		81%		84%		82%	
USD/円	¥110		¥109		¥107		¥110		¥134		¥129		¥116	
ユーロ/円	¥130		¥121		¥121		¥131		¥139		¥132		¥126	
中国元/円	¥16.8		¥15.7		¥15.3		¥17.0		¥19.9		¥18.9		¥18.3	

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

12 ページをご覧ください。空調事業の地域別売上高は、全ての地域で前年を上回って推移いたしました。為替影響を除く実質の売上高前年比は、欧州は 111%、中国は 94%、米州は 127%、アジアは 138%となっております。

年間計画は、記載の通りでございます。

為替影響を除く実質の売上高前年比は、欧州は 111%、中国は 100%、米州は 121%、アジアは 123%を計画しております。

地域別売上高の推移-化学事業

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2018年度上期		2019年度上期		2020年度上期		2021年度上期		2022年度上期		2022年度計画 (今回公表)		2022年度計画 (5月公表)	
日本	115%	266	98%	262	72%	188	145%	272	127%	346	120%	700	116%	680
米州	114%	234	91%	213	76%	161	124%	200	142%	285	141%	580	131%	540
中国	107%	196	92%	179	109%	196	128%	250	119%	297	113%	580	119%	610
アジア	120%	126	91%	114	88%	100	126%	126	137%	172	133%	360	133%	360
欧州	135%	182	68%	123	79%	97	170%	166	125%	206	110%	370	107%	360
その他	135%	9	93%	8	49%	4	143%	6	115%	6	91%	10	-	-
計	117%	1,012	89%	900	83%	746	136%	1,019	129%	1,313	122%	2,600	120%	2,550
海外売上高比	74%		71%		75%		73%		73%		73%		73%	
USD/円	¥110		¥109		¥107		¥110		¥134		¥129		¥116	
ユーロ/円	¥130		¥121		¥121		¥131		¥139		¥132		¥126	
中国元/円	¥16.8		¥15.7		¥15.3		¥17.0		¥19.9		¥18.9		¥18.3	

※その他=オセアニア、中近東、アフリカ等

13

13 ページをご覧ください。

化学事業の地域別売上高は、全ての地域で前年を大きく上回って推移いたしました。為替影響を除く実質の売上高前年比は、米州は 117%、中国は 102%、欧州は 117%となっております。

年間計画は記載の通りです。

為替影響を除く実質の売上高前年比は、米州は 122%、中国は 105%、欧州は 96%を計画しております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



Ⅲ. 事業/地域別概況 空調事業-日本

上期の概況

上海ロックダウンの影響による供給不足、物価高騰による消費抑制、部材不足による工期遅延などで、住宅用・業務用ともに需要が低迷。当社は、供給力の維持に努めたことに加え、売価施策の効果も取り込み、売上高の確保に努めた。

- ✓ 住宅用は、給気換気と排気換気を切り替えられる『うるさらX』など差別化商品の販売を強化。省エネ性への関心、空気質ニーズの高まりを捉え、シェアアップ。空気清浄機は、コロナ禍での需要が一巡。
- ✓ 業務用は、施工性を向上したSKY・VRVと、全熱交換器・UVストリーマユニットなどの換気・除菌商材を組み合わせたシステム提案に注力。アプライドは、R32チラーなど環境対応機器の販売を拡大。

下期の施策

住宅用は、高い省エネ性に加え、換気・空気清浄機能やデザイン性を追求した高付加価値商品の販売を拡大。堅調な需要が見込まれる寒冷地域でも販売活動を強化し、さらなるシェアアップをめざす。空気清浄機は、ウイルスや菌の抑制性能を高めるUVストリーマ搭載のラインアップを拡充。

業務用は、新規販売店の開発を加速し、省エネ・換気の提案営業を強化するとともに、空調機を定額料金で提供するサブスクリプション型事業モデルの構築を図る。

前年度比 (台数ベース)		上期 実績	年間 計画
住宅用	業界	96%	95%
	当社	104%	102%
業務用	業界	98%	98%
	当社	97%	98%
アプライド	業界	104%	102%
	当社	117%	117%

※アプライドは売上高ベース

14

14 ページをご覧ください。ここから、空調事業の地域別の状況について説明いたします。

まず、日本でございます。上海ロックダウンの影響による供給不足、物価高騰による消費抑制、部材不足による工期遅延などで、住宅用、業務用ともに需要は低迷いたしました。

当社は供給力の維持に努めたことに加え、売価施策の効果も取り込み、売上高の確保に努めました。

住宅用は、『うるさら X』の換気機能を訴求した販売活動を強化し、在室時間の増加による省エネ性への関心、空気質ニーズの高まりを捉え、シェアを拡大いたしました。

業務用は、空調機と換気商材を組み合わせた提案営業に注力いたしました。

下期も需要低迷は継続すると見ておりますが、省エネ性や換気機能を追求した差別化商品の販売強化に加え、サブスク型の新たなビジネスモデルの構築に努めてまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

空調事業-米州

上期の概況

記録的なインフレや、部品不足による供給逼迫、労働者不足などの厳しい事業環境のなか、製品の安定供給に努め、販売は好調に推移。売価施策の着実な実行もあり、売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ 住宅用ユニタリーは、インバータを搭載した商品の販売強化に加え、ヒューストン工場の供給力強化により、拡販・シェアアップ。
- ✓ ダクトレスは、RA/SKYで、供給力の向上に努め、シェアアップ。VRVは、買収により販売網を強化し、大きく拡販。
- ✓ アプライドは、販売会社の新規連結効果に加え、サービス事業で拡販。

下期の施策

住宅用ユニタリーは、インバータを搭載した高付加価値商品「Fit」の現地生産を11月に開始。環境プレミアム商品の市場創造を加速する。

ダクトレスは、需要が拡大するRA/SKYの供給体制を強化。VRVでは、省エネ性を高めた新商品を投入。

アプライドは、需要が堅調なデータセンター・工場・学校向けに機器の拡販に努めるとともに、サービス人員の増強・サービス網の拡充により、ソリューションビジネスを拡大。

前年度比 (台数ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用ユニタリー	106%	95%	110%
ダクトレス	RA/SKY	109%	116%
	VRV	108%	116%
アプライド	123%	108%	129%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

15

15 ページをご覧ください。

米州空調事業は、記録的なインフレ、部品不足による供給逼迫など厳しい事業環境の中、製品の安定供給に努め、販売が好調に推移いたしました。売価施策も着実に実行し、収益性は向上しております。

住宅用ユニタリーは、インバータを搭載した商品の販売強化に加え、ヒューストン工場の供給力強化により、拡販・シェアアップいたしました。

ダクトレスは、買収した会社の販売網を活用し、VRV を大きく拡販いたしました。

ダイキンノースアメリカ社の売上高は、現地通貨ベースで前年比 129%となりました。

下期は、インバータ搭載の高付加価値商品「Fit」の現地生産を 11 月から開始することをきっかけに、環境プレミアム商品の市場創造を加速するとともに、サービス人員の増強、サービス網の拡充により、ソリューション事業の拡大を図ってまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



空調事業-中国

上期の概況

当社の生産拠点の中心である上海でのロックダウンにより4月・5月は生産・物流が停止、製品供給が滞り販売が減少。ロックダウン解除後は、いち早く生産・物流をフル稼働に回復させ、6月以降の販売は前年度を大きく上回り、上期の売上高は前年並みまで回復。営業利益は、原材料市況の高騰や半導体不足の影響を受けたが、高付加価値商品の拡販、コストダウン、固定費削減に取り組み、これまでの高水準を維持。

- ✓ 住宅用市場では、独自専売店『プロショップ』とオンラインを組み合わせた販売活動を加速し、住宅マルチエアコンを中心に新規顧客の探索や更新需要の獲得に注力。ロックダウン中は、オンラインを活用した販売・契約の促進に加え、サービス依頼へのオンライン対応を実施し、販売力を維持。顧客の空気質・環境への関心の高まりを背景に、空気・換気・エネルギー可視化・ヒートポンプ式温水暖房機器などのシステム商品の品揃えを拡充。
- ✓ 業務用市場では、店舗・オフィスで、換気・洗浄を切り口に顧客との接点を拡大。機器の更新・追加購入の需要を取り込んだ。大型ビル向けには、空気可視化・エネルギーソリューションなどの提案を強化。工場向けでは、エネルギー可視化による省エネ提案により、更新需要を獲得。
- ✓ アプライド市場では、インフラ関連、半導体関連など成長分野にリソースをシフトしたことに加え、保守・メンテナンス事業を強化。

下期の施策

景気の回復が遅れるなか、ユーザーへの直接販売の強みを活かし、顧客ごとにきめ細かな販売活動を推進。好調だった前年度を上回る売上高をめざす。

- ✓ 住宅用市場では、システム商品（空調・空気・暖房・IoTなど）のラインアップ拡充、オフラインとオンラインを組み合わせた販売活動の強化を図る。
- ✓ 業務用市場では、市場・顧客ごとにソリューションビジネスの展開を加速。カーボンニュートラルに向けたヒートポンプ市場の拡大や、エネルギーマネジメントの需要の高まりを捉える。

前年度比 (現地通貨ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	96%	90%	100%
業務用	94%	95%	101%
アプライド	101%	100%	101%

16

16 ページをご覧ください。

中国空調事業は、上海ロックダウンで4月、5月は生産・物流が停止し、販売が大きく減少いたしました。ロックダウン解除後はいち早く生産・物流を回復させ、6月以降の販売は前年を大きく上回りました。

原材料市況高騰や半導体不足の影響を受ける中、高付加価値商品の拡販、コストダウン、固定費削減に取り組み、営業利益は高水準を維持しております。

住宅用市場では、プロショップとオンラインを組み合わせた販売活動を加速し、新規顧客の探索や更新需要の獲得に注力しました。ロックダウンの影響が大きく、第1四半期の住宅用マルチの販売は大きく落ち込みましたが、6月以降回復し、上期累計では前年比97%となりました。

景気の回復が遅れる中、ユーザーへの直接販売の強みを生かし、下期も引き続き住宅用マルチエアコンの拡販に注力するとともに、空気質、エネルギーマネジメントへの関心の高まりに対応した商品、サービスのラインアップを拡充することで、市場、顧客ごとに最適なソリューションを提供し、好調だった前年を上回る売上高を目指します。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

空調事業-欧州・中近東・アフリカ

上期の概況

上海ロックダウンによる供給逼迫、物流網の混乱、エネルギーコストの高騰など厳しい事業環境。当社は、生販一体となった供給の継続、ヒートポンプ式温水暖房機器の拡販に注力したことに加え、売価施策の効果もあり、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用は、フランスで需要が低迷し販売減となったが、熱波が到来したイタリア・スペインなどで販売を伸ばした。
- ✓ 業務用は、スペックイン活動や納期フォローを徹底。
- ✓ 暖房事業は、ヒートポンプ式温水暖房機器の好調な需要が続くなか、イタリア・フランス・ドイツを中心に各国で大きく拡販。供給力の強化に向け、既存工場能力増強、新工場の建設を決定。
- ✓ アプライドは、工場・病院等の大型物件向けにエアハンドリングユニットを拡販。
- ✓ 冷凍・冷蔵事業は、物流の混乱に伴う部品不足により、生産面で影響を受け、販売が減少。

下期の施策

住宅用は、各国で販売活動を強化し、省エネ性・暖房機能を追求した高付加価値商品の拡販を図る。

業務用は、環境・省エネを切り口に、ホテルやレストランへの提案営業を強化し、更新需要を捉える。

暖房事業は、脱炭素に向けたヒートポンプ暖房の需要拡大を捉え、さらなるシェアアップをめざす。

アプライドは、R32チラーのラインアップを拡充。

冷凍・冷蔵事業は、食品小売業向けに販売拡大を図る。

前年度比 (台数ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	101%	102%	104%
業務用	SKY	101%	102%
	VRV	96%	107%
H/P暖房	145%	133%	155%
アプライド	118%	104%	115%
冷凍・冷蔵	94%	109%	105%

※住宅用・業務用・H/P暖房は欧州のみ
※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

17

17 ページをご覧ください。

欧州・中近東・アフリカ空調事業は、エネルギーコストや物流費の高騰、上海ロックダウンによる供給逼迫など厳しい事業環境が続く中、生販一体となった供給力の強化に取り組んだことに加え、売価効果もあり、地域全体の売上高は前年を大きく上回りました。

暖房事業は、カーボンニュートラルや省エネニーズの高まりを背景に、ヒートポンプ式温水暖房機器の好調な需要が続く中、商品ラインアップの拡充やサービス強化により各国で販売を大きく伸ばしました。供給力のさらなる強化に向け、既存工場能力増強に加え、ポーランドで新工場の建設を決定いたしました。

下期も環境・省エネを切り口に、住宅用、業務用ともに需要が堅調な市場で販売を伸ばすとともに、ヒートポンプ暖房で脱炭素に向けた需要拡大を捉え、さらなる拡販、シェアアップを目指します。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

空調事業-アジア・オセアニア

上期の概況

新型コロナウイルスによる行動制限の緩和により、住宅用・業務用ともに需要が回復。当社は、独自の販売網の拡充、オンラインツールを活用した販売活動を強化。主要各国での拡販に加え、売価施策の効果もあり、地域全体の売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ 住宅用は、インドで、販売店との関係強化や猛暑による需要の取り込みにより、大きく拡販。タイで天候不順の影響を受けたが、マレーシア、オーストラリアでも販売を拡大。
- ✓ 業務用は、建設現場での資材や労働者の不足による着工遅れや工期延長が続くなか、きめ細かな販売店支援により、需要の回復を確実に受注につなげ、拡販。
- ✓ アプライドは、保守・メンテナンスなどサービス事業に注力し販売を拡大。

■売上高上位国の対前年度比（現地通貨ベース）
 オーストラリア：118% インド：139% ベトナム：132%
 マレーシア：164% タイ：115% インドネシア：108%

下期の施策

住宅用は、マレーシア・インドネシアなどインバータの普及率が低い市場を中心に、コスト競争力の高いインバータ機を投入し、普及を促進。

業務用は、ウィズコロナで成長が見込まれる病院・学校・ホテル向けの販売に注力。省エネ、IAQ、保守など付加価値の高いソリューション提案を強化。

アプライドは、成長分野である公共施設向けの販売に注力するとともに、サービス網の拡充や商品力の強化により、販売拡大をめざす。

前年度比 (台数ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	117%	109%	111%
業務用	SKY	134%	115%
	VRV	134%	120%
アプライド	147%	76%	126%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

18

18 ページをご覧ください。

アジア・オセアニア空調事業は、新型コロナによる行動制限の緩和により、需要が回復する中、主要各国で拡販したことに加え、売価効果もあり、地域全体の売上高は前年を大きく上回りました。

住宅用は、タイで天候不順の影響を受けましたが、インドで1万店の販売店をつなぐオンライン販売管理システムを活用したことや、猛暑を背景とした需要拡大を取り組んだことにより、大きく販売を伸ばしました。

業務用は建設現場での資材、労働者不足による着工遅れや工期延長が継続する中、きめ細かな販売店支援により、回復傾向にある需要を確実に受注につなげ、販売を拡大いたしました。

下期も需要回復が見込まれる市場を見極め、コスト競争力の高い住宅用インバータ機の普及や業務用でのソリューション提案を加速してまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



化学事業

上期の概況

半導体・自動車市場を中心に販売を拡大。売価効果もあり、売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ フルオロカーボンガスは、好調な需要を捉え、欧州や日本を中心に拡販。
- ✓ 樹脂・ゴム
 - フッ素樹脂は、半導体・自動車市場やLANケーブル向けなど情報通信市場で販売を拡大。各地域で前年度を上回った。
 - フッ素ゴムは、需要が好調な自動車市場向けに販売を拡大。各地域で前年度を大きく上回った。
- ✓ 化成品ほか
 - 撥水撥油剤は、中国・米州で、テキスタイル・紙用途で拡販。
 - エッチングガスは、半導体市場の需要回復を捉え、日本・アジアを中心に拡販。
 - 表面防汚コーティング剤は、日本・米州で拡販。

下期の施策

引き続き好調な需要が見込まれる半導体・情報通信市場を中心に、差別化商品の投入、供給力の強化により、拡販・シェアアップをめざす。

EVをはじめとする環境対応商品の需要の高まりに対応し、リチウムイオン電池向けバインダーの販売拡大をめざす。

フッ素だけでなく非フッ素材料でも、用途開発を強化。

前年度比 (売上高ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
全フッ素化学品	129%	118%	122%
ガス	167%	114%	125%
樹脂・ゴム	133%	122%	125%
化成品ほか	112%	112%	114%

19

19 ページをご覧ください。

化学事業は、半導体・自動車市場を中心に販売を拡大したことに加え、売価効果もあり、売上高は前年を大きく上回りました。

ガスは、好調な需要を背景に、欧州、日本を中心に拡販しました。

樹脂は、半導体・自動車・情報通信市場向けに拡販。ゴムも、自動車市場向けに販売を伸ばし、いずれも各地域で前年を上回りました。

化成品は、エッチングガスや、テキスタイル・紙用途の撥水撥油剤の販売を伸ばしました。

下期は、引き続き好調な需要が見込まれる半導体、情報通信市場向けの販売に注力するとともに、EV など環境対応商品の需要の高まりに対応し、リチウムイオン電池向けバインダーの販売拡大を目指します。

また、フッ素だけでなく、非フッ素材料でも用途開発を加速してまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



フィルタ事業

上期の概況

経済活動の再開を背景に需要が緩やかに回復するなか、安定した供給体制の構築、トータルコストダウン、感染症対策や空気質向上を追求した高付加価値商品の販売を推進。
売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ エアフィルタは、米州で住宅用・業務用ともに拡販。アジア・日本で半導体・電子部品市場向けに販売が伸長。欧州では、省エネ・空気質ニーズの高まりを背景に高性能フィルタの販売が好調。
- ✓ P&I※では、原油やガス価格の高騰により設備投資が低迷するなか、需要が好調な欧州での集塵機向けに注力。

下期の施策

エアフィルタは、各地域で、半導体や製薬工場のクリーンルーム向けなど、需要が堅調な市場向けに拡販するとともに、生産性改善やコストダウンに注力。

P&Iでは、安定した事業基盤の構築に向け、アフターサービス事業の強化、固定費削減に取り組み、収益改善をめざす。

※P&I・・・ガスタービン、大規模プラント等の業務用集塵システム

20

20 ページをご覧ください。

フィルタ事業は、安定した供給体制の構築、トータルコストダウン、営業体制の強化など、事業体質の改善を図るとともに、省エネ・空気質ニーズの高まりを受け、各地域で高性能フィルタなど感染症対策商材の販売を伸ばし、売上高は前年を上回りました。

下期も引き続き、需要が堅調な病院や半導体工場、製薬工場向けに販売拡大を目指してまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

その他事業

上期の概況

油機事業は、産業機械向け・建設機械向けともに油圧機器の堅調な需要回復を取り込み、増収。

特機事業は、血中の酸素飽和度を測定できるパルスオキシメータや酸素濃縮装置は需要が一巡し、前年並み。

電子システム事業は、CG制作ソフトの販売が減少したが、企業のIT投資強化による設計・開発分野向けデータベースシステムの堅調な需要を捉え、前年並み。

下期の施策

油機事業は、工作機械・建設機械メーカー向けにスペックイン活動を強化し、さらなるシェアアップを目指す。産業機械分野では、買収したイタリアのデュプロマティック社と一体となって、環境貢献と事業拡大に努める。

特機事業は、医療機関向けにパルスオキシメータの新商品を投入するとともに、中国で、酸素濃縮装置のオンライン販売を強化。

電子システム事業は、設計・開発分野向けデータベースシステムの拡販を図る。

21

21 ページをご覧ください。

油機事業は、産業機械向け・建設機械向けともに、油圧機器の需要回復を取り込み、増収となりました。

特機事業は、採血せずに血中の酸素飽和度を測定できるパルスオキシメータや酸素濃縮装置の需要が一巡し、前年並みとなりました。

電子システム事業は、CG制作ソフトの販売が減少しましたが、製造業のIT投資強化による堅調な需要を捉え、前年並みとなりました。

下期も各事業で顧客ニーズを捉え、需要が堅調な市場での拡販を図ってまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

IV. 株主還元

年間220円（中間100円、期末120円）を予定。

【配当方針について】

安定的かつ継続的に配当を実施していくことを基本に、連結純資産配当率（DOE）3.0%を維持するよう努めるとともに、連結配当性向についてもさらに高い水準をめざし、株主還元の一層の充実を図る。

		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度 (予想)
1株当たり 配当金	中間	70円	80円	80円	90円	100円
	年間	160円	160円	160円	200円	220円
1株当たり 純利益	上期	385.8円	405.1円	289.2円	475.3円	534.3円
	年間	646.4円	583.6円	478.5円	743.9円	802.9円
(参考) DOEの推移		3.4%	3.3%	3.0%	3.2%	3.0%

22

22 ページをご覧ください。

期末配当予想を前回予想から 20 円増額の 120 円としております。これにより、当期の年間配当金は、前期実績から 20 円増配の 220 円となります。

なお、配当方針については変更ございません。

引き続き、安定的かつ継続的に配当を実施していくことを基本に、株主還元の一層の充実を図ってまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



《補足データ》 為替前提

為替レート

	2021年度実績			2022年度		
	上期	下期	年間	上期実績	下期計画	年間計画
USドル	110円	115円	112円	134円	125円	129円
ユーロ	131円	130円	131円	139円	125円	132円
中国元	17.0円	18.0円	17.5円	19.9円	18.0円	18.9円
タイバーツ	3.4円	3.5円	3.4円	3.8円	3.4円	3.6円
豪ドル	83円	83円	83円	94円	83円	88円

為替感応度（1円の変動による営業利益への影響）

	2022年度計画
USドル	18億円※
ユーロ	8億円

※タイバーツ、中国元、豪ドル等はUSドルと連動して変化することを前提としている。

23

23 ページをご覧ください。

為替の 22 年度上期実績、および 22 年度下期の前提レートについては記載の通りです。

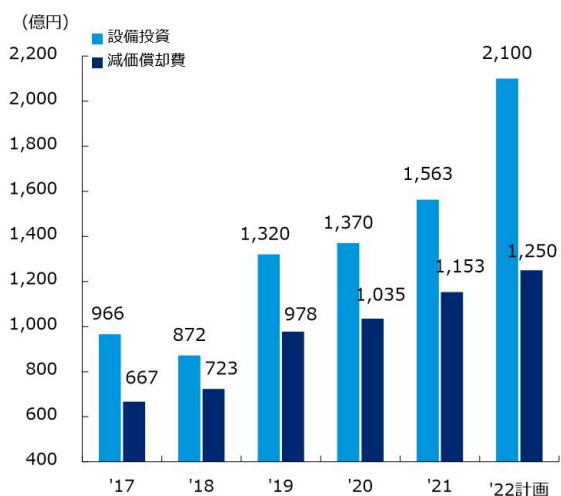
為替感応度は、営業利益に対して、対ドル 1 円の変動で 18 億円の影響、対ユーロ 1 円の変動で 8 億円の影響と試算しております。

サポート

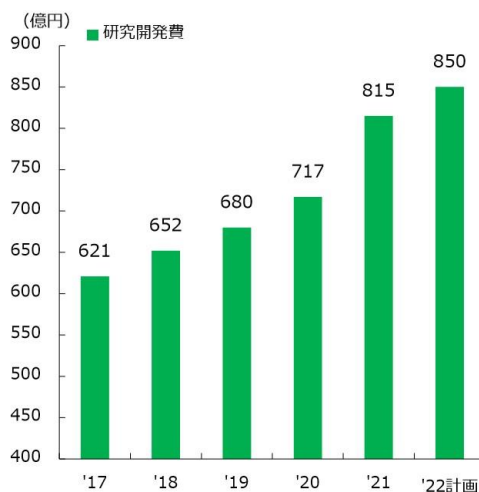
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

■ 設備投資・減価償却費・研究開発費

設備投資・減価償却費



研究開発費



<参考>上期実績の推移

(億円)	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
設備投資	398	540	633	648	950
減価償却費	357	461	503	557	679
研究開発費	317	336	330	387	476

24

24 ページをご覧ください。設備投資・減価償却費・研究開発費の上期実績は記載の通りです。

年間計画については、いずれも変更ありません。

さらなる事業拡大に向け、空調事業では、欧州ヒートポンプ暖房の生産能力増強と商品開発の強化、インド第3工場の建設、中国の惠州工場の能力増強、メキシコ工場の拡張などへの投資を行ってまいります。

化学事業では、半導体、電池向けの需要増に対応するべく、中国、米国での能力増強投資を積極的に実行してまいります。

私からの説明は、以上でございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

質疑応答

阪本 [M]：それでは、これより質疑応答の時間とさせていただきます。

それでは、三菱 UFJ モルガン・スタンレーの佐々木様、お願いいたします。

佐々木 [Q]：よろしくお願いいたします。三菱 UFJ の佐々木と申します。私から2つお願いできれば幸いです。どちらもコスト高騰と価格転嫁に対する質問になります。

1 問目が、今期、上期実績と通期って非常に価格転嫁が実現できていると思いますが、まずご実績として地域ですとか商材で、どのようなかたちで価格転嫁を実現できたか教えてください。その上で下期も結構、価格転嫁進めてくると思いますが、地域別に見ると、どういのかたちで下期以降も価格転嫁を進めるかっていうところを教えてください。

こちらが1 問目です。よろしくお願いいたします。

十河 [A]：全地域、全商品で、今年は上期から、戦略売価施策で値上げを積極的にやっており、上期については当初計画通り実行しました。下期についても今計画を進めて、この10月以降さらに値上げを遂行する予定で展開中であります。地域別の数字については、的場から説明いたします。

的場 [A]：的場でございます。今期は基本的には4月から5月にかけて、空調事業、各地域において値上げを実施しております。平均的なレベルでいうと、4%から5%というレベルでございます。それに続きます2次値上げ、追加値上げといえますか、それにつきましては地域ごと・品目ごとに展開していくという予定にしております、時期としましては、7月から10月にかけてでございます。

地域では日本と欧州、米州、あとアジアの地域ということで、それぞれ数パーセントのレベルです。若干、米州につきましては、値上げしやすい環境にあるということもありまして、数パーセントよりも高い水準を予定しております。

十河 [A]：地域別の数字はお答えできないですけれども、全体としての売価施策について、4月から5月にかけてやってきたこと、それからさらに下期に向けてもどう展開して+1,650億円につなげていこうとしているかの考え方は、今、申し上げた通りです。

佐々木 [Q]：分かりました。ありがとうございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



2 問目が、同じ価格の考え方ですが、過去 2 年間は本当にインフレーションが来たので、価格に対してコストがかなり持ち出しになってしまったところがあると思います。

今後例えば FRB が引き締めやっていますから、彼らの戦略がワークすると、インフレが沈静化して、いろんなものコストが下がっていくっていうのも見えてくると思うんですよね。実際、海上運賃とか銅、アルミなど下がってきてると思いますし。

その場合、お伺いしたいことは、ダイキンはこの価格を維持して、部材のコストの値下がりをやはり取り込むことができるのでしょうか。そうなった場合の御社の価格戦略は基本、価格を維持する方向になるのでしょうか。

そこに関して、今後のことで分からないことも多いと思いますが、インフレが沈静化した世界になった場合としてはどのようになるのか、今お考えのことを教えていただけないでしょうか。よろしくをお願いします。

十河 [A]：考え方で言いますと、一つは、今、景気減速による設備投資の低迷ですとか、それから消費者マインドの低下等々、売価を上げるってことはそう簡単ではない、難しくなることは当然想定されるわけでありまして。今おっしゃったように、インフレが沈静化してきたということになると、この 2 年間やってきたような売価施策を取れるのかと、当然そこは考えていかななくてはならないことだと思います。

一方で、やはり高付加価値の市場といいますか、ある程度付加価値のある、利益の出るような市場をどうわれわれは維持していくのかということも考えていかなくちゃいけないと思うんですね。本当に安い、利益の出ない市場にできてしまっているのかというのは、いつも意識として持っている課題でありまして。そういう意味では、やっぱり今の時代のニーズ変化を捉えた、そうした差別化商品の提供なり、サービスの提供をどうしていくかということが今後の重要な課題だろうと思っています。

もう少し具体的に言いますと、例えばカーボンニュートラルや低炭素化ですね。こうしたことに対する環境の商品をはじめとした価値のあるものをどう提案していくかという。さらにこのコロナでニーズが出てきた空気・換気等々、こうしたものもその一つではないかと思っています。

そうした意味で、本当にお客さんが望まれるような差別化商品、こうしたことを一つ武器にして、どういう市場を作っていくかってことが今後もますます重要になるんじゃないかと。それとの兼ね合いで売価施策は考えるべきじゃないかというのは私の考えです。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



佐々木 [Q]：そういう意味ですと、未来のため、分からないですが、基本はやはり高付加価値化をいかにつくれるかっていうところが、インフレにしろデフレにしろ、付加価値をダイキンが取り込むことであって、考え方としてはそれが実現できるのであれば、ある程度そのコスト、ないしは価格での付加価値を取り込めるだろう、こういう理解でよろしいでしょうか。

十河 [A]：そうですね。今日出席している副社長の峯野が、今アジア、オセアニア、インドを担当してまして、ここはまさに今インバーター化市場に転換して、よりわれわれ価値のある市場に変えていこうとしています。現状はまだノンインバーターのボリュームゾーンがたくさんある市場、かつ中韓メーカーもかなり熱心に入ってきてる市場です。私が今申し上げたことを、まさに今どう、こういう市場をやっていくか、少し彼から今の質問に対することを少し補足的に説明させていただければと思います。

峯野 [A]：峯野です。私からお答えさせていただきます。

おっしゃる通り、既にもう景気の後退は始まっているかなと実感をしております。ですから過去2年間のような売価アップというのはなかなかしんどいであろう、難しいだろうと思っています。

ただし、ご存じのように、アジアでは中間層、それから富裕層というのも同時に人口が増えておりますので、そういったところに新しいニーズ、特にインフレで電気代など非常に上がっております。そういったニーズに応えるようなものをうちとしては出していきたい。それがインバーター化でありまして、それを進めていくことで、お客様にマッチするような商品を出していくと。

そういう意味で、工場の強化もしておりますけれども、R&Dの強化もしております。今まで世界共通のベースモデルを展開し、同じような部品を使うことによって、スケールメリットでコストダウンをコストダウンを図ってきましたと。そういうやり方も続けますけれども、さらに一歩進化して、現地に合った商品を作っていきたいと思っています。

例えば、世界中で半分近いルームエアコンを売っているのはアジアなので、そこにマッチするようなもの、湿気が多いとか高温であるとか、全世界レベルでの開発ではなくて、そういったアジアのニーズに特化したところを押さえていこうと。それを適切に富裕層、中間層の方にも展開し、それに合わせて値上げをしていこうと考えております。

非常にボリュームゾーンが多い地域ですので、ここは価格も強くしていかなあかんと。中国、韓国メーカーとの戦いもありますので、そこは忘れずにそのボリュームゾーンでもしっかりとコストダウンをして戦っていくと。こういった2面作戦でやっております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



やはり工場の強化、キャパの強化とともに、R&Dの強化でニーズに合ったものを提供していくといったところが、これからの値上げのキーになると思っています。以上です。

佐々木 [M]：大変よく分かりました。どうもありがとうございました。

阪本 [M]：ありがとうございました。

次に、ゴールドマン・サックス証券の諫山様、お願いいたします。

諫山 [Q]：いつも大変お世話になっております。ゴールドマン、諫山でございます。1問目は、北米についてぜひご教示いただけないかと思っております。

1Qのときもそうでしたけれども、2Qの増収率、上期累計で27%、ダイキンNAで記録してらっしゃって、競合他社と比べてもやっぱり圧倒的だと思います。年間においても21%というのはやはり相当強い数字だと思うのですが。

改めて、この上期と通期の27%、21%を、売価とディストリビューターの買収であるとか、あとはオーガニックのボリュームの成長率というところで分けていただくことができますでしょうか。他社見ると、やっぱり供給制約とかもあって苦しい中、御社は圧倒的に強い数字を出してるのは素晴らしいなと思っているんですが。

やはり景況感がなんだってというようなお話があるので、これ、どこまで続くのかなと。ある意味、ディストリビューターの話とか御社、個社のものなので、来期にかけても心配しないでもいいのかなと思うのですが、もしかしたらオーガニックのボリュームがマイナスになる局面とかを想定しなきゃいけないのかなということも感じております。

この数字を分けるとともに今、北米について改めてどういうタイミングで減速するのか、打ち勝てるのかなんていうところもタッチしていただければ幸いです。よろしく申し上げます。

十河 [M]：数字のほうは先に宮住よりお伝えします。

宮住 [A]：宮住でございます。アメリカの市場、今後の成長の施策戦略ということですが、売価につきましては、確かにアメリカ、社会、他のところと比べると売価の浸透策はやりやすいと考えております。

ただ、インフレがかなり高い水準にあるということでもありますので、短期消費材に対する購買力も落ちてくるということも当然考えられます。やはり住宅金利も上がっているということもありまして、その部分は少し向かい風であります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ただ、それは先ほどからも説明しております通り、やはり高付加価値の商品を売っていくという。そこである程度高価格を維持していきたいと考えております。

オーガニックにどこまで成長できるかということでもありますけれども、以前、諫山様にはお話したことあるかと思えますけれども、グッドマン、DNA につきましては、生産・供給力と、あとそれを売っていくチャネルですね。販路。それが順調に拡大してきているということで、ある意味、規模の経済がうまく回っているという状況があるかと思えます。

そういった中でマクロ経済的な向かい風が強まってくるというわけではありますけれども、やはり販路を拡大していく、生産力も拡大していく、メキシコ工場も稼働していくというようなことで、どの地点までかということとはなかなか申し上げにくいんですけれども、ある程度オーガニックにも成長していけると考えています。

やはり課題はもう一つ、いわゆるソリューションですね。要するに、売ってから稼ぎ続ける事業モデルという、お客様を囲い込むという、その部分ですね。それはグッドマンというよりは、どちらかというといわゆるアプライドの世界があるわけですが、その部分も含めて北米では収益力を高めていくということになるかと思えます。

十河 [A] : 金利の上昇で、確かにアメリカの住宅市場は従来よりも厳しくなりつつあります。

ただ一方で、やっぱり省エネ、環境規制ですね。これが強化される中であって、やっぱりこの環境プレミアム商品ですね。これの需要はずいぶん伸びてきています。この10月足元も、ディー・エヌ・エーについては非常に堅調な進捗でありまして、予算よりも上回った進捗になってきています。

ただ11月以降これがどこまで続くかってことなんですけども。結論を申し上げますと、アメリカの住宅市場が厳しい中であっても、環境プレミアム商品ですね。インバーターですとかヒートポンプですとか、低GWP、こうしたものを生かした商品とビジネスは、ますますチャンスが来てるんじゃないかと。

われわれは、そうしたところを生産の強化、それから販売網の強化ですね。販売網については、これは積極的に今、買収も含めて展開しておりますけども、その買収も含めたディーラー網のさらなる強化、こうしたことによってアメリカはさらに伸ばしていけるんじゃないかと捉えています。

諫山 [Q] : ありがとうございます。定量化すると、確かアメリカって10%弱ぐらいの値上げがあって、買収効果でまた10%弱あって、残りの部分がオーガニックで、それは上期は伸びているけ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



れど下期は、今おっしゃったような商品投入でどうにかプラスにしたいとか、そんなイメージを持っておけばよろしいですか。

宮住 [A] : はい。そういうことで結構です。

諫山 [Q] : よく分かりました。ありがとうございます。

2つ目の質問は、すいません、似たようなことを中国でもぜひ伺わせていただきたいと思っております。中国の住宅マルチですね。

私の記憶違いでなければ、住宅マルチ、第1クォーターやっぱり2割近く落ちていたけれど、2Qで大きく挽回していて、先ほど宮住さんが多分97%とおっしゃったと思うので、1割強とか戻ってるんだらうなと思うのですが、これはシンプルにボリュームと考えてもいいのでしょうか。

年間100とおっしゃってるんで、下期も1桁プラスぐらいを織り込んでらっしゃるってことだと思うのですが、ボリュームなのか、売価なのか。中国もやっぱり景況感がどうのっていう話になってらっしゃるので、こちらについては、売価で結果としてプラスを維持できるというお考えなのか、施策がはまってボリュームとしてもまだ伸び続けているのか。

どちらが主で、この厳しい環境の中でも住宅マルチが伸び続けているのか、この背景を教えてくださいませんかと思っております。

宮住 [A] : そうですね。いわゆる数量効果なのか価格効果なのかということですが、下期の中国を見ますと、やはり景気の減速感が非常に強いと。不動産不況ということもかなり深刻化してるということになりますので。まずは、高付加価値のものを売っていくということで、価格をある程度維持しながら、まず数を売るという。

数を売るためにはやはり引き合い情報を早く取ることです。全体のパイが景気減速化でシュリンクするという状況がありますので、当然まず数を取りに行く、シェアを取りに行くということですね。

数量を押さえにいく、その上で価格をどうしていくかということは、基本的に維持はする。そこでどれぐらい値上げしていくかということは、仔細に市場の状況、お客様の状況、そういったところをつかんで機動的にやっていくといった運用になろうかと思えます。

諫山 [M] : 大変よく分かりました。どうもありがとうございました。

阪本 [M] : ありがとうございます。次に、UBS証券の水野様、お願いいたします。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



水野 [Q]：よろしくお願いします。まず一つ目が、全体感のところなんですが、会社側が今捉えているマーケット環境の実態をもう少し教えてください。

値上げ幅、下期も利益の階段チャートだけ見ると一応、表面上 4~5%の値上げの効果が織り込んであって、そこにおそらくシェアの上昇っていうのが、例えば仮に 1~2%程度入ってきたりしますと、米州を除くほぼ全ての主要な地域って、本当の数量ベースだけでいくと横ばいから微増、微減、マイナスっていう、そういう前提になるかなと思います。

一方で、十河社長も事業環境が変化してるっていうコメントもありましたので、実際そこまで今足元で環境が、数量ベースでは急激に悪くなっていると、われわれとしては捉えておくべきなのか。もしくはメッセージとしては、マーケットが伸びなくても何とか企業努力でプラス成長していきたいっていう、そういうメッセージ性のほうなのか、もしくは実態なのか。そこをちょっと分けてお話ししたいのと。

あと今回、マーケットで結構期待がされていた FUSION25 の見直しがなかったのも、ぜひもしヒントがあれば、23 年度なども少し見据えながらその辺のコメントいただけないかなと思っております。よろしくお願いします。

十河 [A]：分かりました。水野さんのこの質問というのは、われわれ経営陣が本当に重要な視点だと思って取り組んでいる観点の一つなんですよね。というのは、やっぱり売価施策でわれわれ積極的に戦略的売価施策で値上げをしてきましたけど、本当のところ、数量ですね。あるいはシェア、こういうところで本当にわれわれが勝っているのかどうかという。これも同時に見た上で、やっぱり拡販シェアアップ策ですね。これで台数、数量も上げていくということが同時にできないかということに取り組んできたということです。

そういう意味で、売価施策はかなり展開うまくできていると思うんですけども、数量、台数ベースですね。シェアアップ。これについても何とか今は維持してますけれども、もう一段数量を上げてく、シェアアップ上げていけないかということで、もう一回いろんなテーマを落とし込んで各地域別にこれを今展開しているところです。それが実情です。

水野 [Q]：分かりました。つまり今の段階では来期プラス成長ができるかどうかとか、そういうところまではちょっと言えない。頑張るっていうのは言えると思うんですが。

十河 [A]：いやいや。これは全体としてはそういうことなんですけども、各地域別に、先ほど申したように、リスクもあればチャンスもあるってことで。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



ですから各地域別にそうしたチャンスを当社の強みを生かして、どう数量と、それから台数シェアを上げながら、かつ売価施策を展開して金額をどう上げていってことを各地域別にむしろ細かく展開していると思っていただいたほうがいいと思うんですね。

ヨーロッパであれば、やっぱり環境規制が一番厳しいところですから、ヒートポンプ暖房のさらなる拡販をはじめとしてさらなるインバーターなど省エネ性を生かした商品なり、それを拡大していくってことですか。

あと今日、国内空調と、それからアジア・オセアニアの2人が出てきてますから、地域別に今おっしゃったところをどう展開しようとしてるかってことについて、事例として、ちょっと話した方が分かりやすいと思うので、2人からその話をしてもらいますので、それをお聞きいただいでご判断いただければと思います。

船田 [A]：日本国内を担当しております船田でございます。日本国内におきましては、やはりエネルギーコストが上がってたり、カーボンニュートラルの流れもあって、商品の省エネということに対する意識がお客様のほうが高くなっている。

そういう中でわれわれは、今回、業務用のパッケージエアコン等でも節電ということに力を入れてまして、リモコンであったり運転制御であったり、お金のかからない節電をしっかりと提案していこうということで進めております。

また空調機に関しては、日本国内に関しては、フロン点検がフロン排出抑制法の関係で必要になってきておりまして、従来はそれをお客様が人海戦術で点検しなければならないということがあったわけですが、われわれとしてはそれを遠隔制御で監視することで、お客様の工数をかけないというかたちでの提案を今進めさせていただいております。

それから世の中の的に ZEB、ZEH というものが進んできておりまして、本当にお客様自身がその省エネに対する意識が高くなっております。、、地域別にどれだけの電気代がかかっているか。これは各地域一律ではなくて、補正というのが入ってまして、各県によってその電気代の価格も変わってきているので、そういうものをきめ細かくユーザー様、そして流通様のほうにご提案して、それぞれの機種がいかにか得になるかということをいろいろ提案させていただいております。

また寒冷地に関しましては、本当にヒートポンプの暖房というものが、どんどん省エネ性、暖房性が上がってきておりまして、そこと燃焼系暖房の差をご提案させていただいて、トータルでのお得感をご提供しながら需要の拡大を図っていっております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



また先ほどの説明の中にも、サブスクということもございましたけれども、イニシャルでお金がなかなか出しにくいというお客様に対しては、お客様のニーズを聞きながら、そのお客様が月々でお支払いいただける金額を個別に設定させていただいたかたちでの月々支払いというものを、メンテナンスもセットで提案したり、併せてこれから補正予算で国からも補助金が出てきますので、それをわれわれがユーザー様、そして流通様と一緒にご提案させていただいて、背中の後押しをさせていただくような提案をすることで、価格を維持しながらしっかり需要を取り込むという動きを今進めておるところでございます。

十河 [A]：いわゆる台数とシェアにつきましては、国内では、住宅用で、この上期は21%強にシェアアップしています。それからさらに、われわれ今もう一段と挑戦しようとしているのは、やっぱり住宅用で圧倒的にナンバーワンになるということで、30%ぐらいは一つのターゲットにしてやろうじゃないかということで、その具体化を詰めてるところです。

業務用につきましては、去年はこれライバルが供給不足を起こしたなかわれわれは供給難を起こしませんでしたから、そういったこともあって圧倒的に伸ばすことができ、45%台のシェアを取ったわけですけども。1クォーター、2クォーターはライバルも供給の構えをしてきたこともあって、若干シェアを落としましたけど、それでも45%の高シェアを維持しているという状況です。これについても、もう一度シェアアップということで、50%ぐらいの挑戦にしていこうじゃないかということで国内については取り組んでるところです。

峯野 [A]：アジアは成長市場なんで、どこの点を捉えるかですけど、確かにコロナで20年、それから21年は一部ロックダウンの影響を受けた国がありますので、インドとかマレーシア、ベトナム、多くの国でロックダウンが起こって、そこから今V字回復してるんで、今年は物量がすごく増えたかたちになってますし、19年のコロナ前の数字に戻ったと思っております。ですから、また来年も2桁の伸びが見込めると思っております。

特にうちは今年、去年と、供給問題は私どもは四つの工場がございますので、他社さんよりはうまく回ったかなと。特に主力工場でありますタイには、いろんな部品のサプライヤーさんも40年近くやっておりますので、うまく対応していただいた。そういう意味で大幅なシェアアップをアジア全域でやったと思っております。当然、他社さんも立て直してこられておりますけれども、まだまだ部品の一部が足りないとか、そういった問題が起こっております。

そういった中でラッキーですけど、シェアを上げてきたと。来年はもっと大変しんどくなると思えますけど、その中でGDPが、各国によって違いますけども、5%から6%という平均で上がってくるということで、その伸びを取っていかうと。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



先ほど申しましたように、富裕層、それから中間層が伸びておりますので、そこにも焦点当てて戦っていきたい。そういう意味で、来年も2桁の伸びを期待しております。以上です。

十河 [A]：これ、アジアについても売価施策だけじゃなしに、やっぱりわれわれ台数を伸ばす、シェアを伸ばしているということをこだわってやってきています。アジアについては、各国全部全てナンバーワンを取ろうじゃないかという。

昨年、ナンバーワンにシェア取れなかったのは、タイとあとインドだけですね。あとは全部ナンバーワンですけど。今年はインドがナンバーワンになる、一応計画で、これは達成できると思います。残念ながらタイについては、少しいろんな課題があってナンバーワンにまだ現在なれてませんが、今年も、若干追いつかないかなと。これも今、手を打って、全ての地域でナンバーワンシェアを確保するというところで進めているところです。以上でよろしいでしょうか。

水野 [Q]：ご丁寧にありがとうございます。ごめんなさい、長いんですがもう一つお願いします。今、話題に上がりましたインドに関してお伺いさせていただきます。

今期、売上が1,000億超えると勝手に想像してます。これが会社側はどのようなタイムホライズンでどの程度の規模になると想像してるのかをお伺いしたいと思います。どんなことをイメージしてるかといいますと、中国と同じような軌跡を描くのかっていうところでした、ちょうど中国が10年前、大体2010年度に1,200億円程度の売上だったんですけども、10年遅れてインドがそこにやってきてる。人口って意味でいくと、中国を来年にも抜きつつある。

一方で、空調業界だけで見ると、普及率は中国が6割を超えていて、インドはまだ1割。でも中国は業務用がもともと多くて、インドはルームエアコンから入り始める。

そんな中で、インドが中国のように、今4,000億円程度の規模感ですけど、そういうタイミングにいついくのか。お答えの仕方をおまかせしますので、ちょっとビッグピクチャーになりますが、ご回答をお願いします。

十河 [M]：これは詳しくは担当してる、また峯野から答えますけどね。われわれは、世界の市場の今後を眺めたときに、やっぱりインドが最大の成長をする市場ではないかと、こういうふうに思っています。またその可能性も大いにある国だなと。今おっしゃったような人口だけの問題じゃないし、中間層、富裕層、これがどんどん膨らんでいくと。それから世界からいろんな投資が今インドに猛烈に入ってきてるという、そういったこともあって、本当に大きな可能性を占めた市場じゃないかと。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



私自身としては中国以上の市場にもできる可能性があると思ってます。数字等については、後ほどお答えさせていただきますけど、この間もインドの代表と少し話をしましたけど、将来的に売上で2,000億ぐらいの挑戦も可能じゃないかと思っております。

峯野 [A]：私のほうからお答えいたします。仰る通り、今年1,000億を超えると思っております。ルームエアコンだけの話で100万台を超えてナンバーワンになって、その他の業務用も圧倒的なナンバーワンを達成しております。ですから今年1,000億で、今タイムフレームでどんな感じで伸びるのかということですけど、一応、今の足元為替レートでいきますと、25年に2,000億円という目標を掲げております。

それに向かって、先ほど申しましたように、生産能力の強化と、それから圧縮機も関税がかかりますので、現地生産を来年の1月から始めようと思っております。それによって、一気に加速したいと思っております。

2030年にはインセンティブが出るPLIというシステムが去年から動き出したんですけれども、これは政府のお声掛けなんですけれども、大体、国内事業で目標は2,400万台。それから中国の一部を、先般の輸出を取りたいということで、1,600万台。2,400万と1,600万合わせて4,000万台の生産をしたいというのがインドの国家目標として挙げられております。それに基づいてインセンティブを今やったと。うちも申請いたしまして、すごい大きな額のインセンティブをこれから5年間かけていただいこうというかたちで置かれております。

ですから、社長が今申しましたように、中国以上に急激に伸びるんじゃないかと思ってます。それは住宅用のみならず業務用のビルマル、それからチラーも含めまして伸びるような市場になると思います。

ちなみに今は、先ほど申しました普及率ですけど、ルームエアコンは10%まだいっていませんので、大きな伸びが今後期待できると思います。

ちょっとこんなふうでよろしいかどうか分かりませんが、お答えいたします。

水野 [M]：どうもありがとうございます。またお伺いします。

阪本 [M]：ありがとうございました。

では次に、野村證券の前川様、お願いいたします。

前川 [Q]：野村證券の前川でございます。ご説明どうもありがとうございます。私は1点に絞りたいと思います。中長期の考え方について改めて教えていただきたいと思います。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



先ほど伺った通り、いろんな投資が動いていて、24～25年にかけてキャパシティが上がっていくと思うんですけど、そういった中で、先ほどインドについては2,000億円という数字もいただきましたが、全世界で見たときに、果たしてどれぐらい数量を上げていく余力が今見えてきているのか。つまりは25年度のところでの売上高につながるころかと思いますが、どの辺りを見通せるのかということと、あと来期ですね。

やはり需要環境のこの減速感がある一方で、コストの下落などもプラスにはあるとは思いますが、3年後、FUSION 後半に向けて利益の成長スピードは来期はいったん踊り場だけどそれ以降また伸びていくという絵になるのかどうか。それとも、やはり継続的に利益を伸ばしていくんだというお考えなのか、この辺りも含めて教えていただきたいと思っております。よろしくお願ひします。

十河 [A]：分かりました。FUSION25 の後半計画については今、数量ベースも含めて詰めているところでありまして、それについては、具体的にちょっと数字は、現段階ではまだ申し上げられないんですけど。いずれにしても、さらなる成長を目指していこうと。

ですから、当初設定した FUSION25 の数字については、23 年もそうですけども、大きく見直していこうとまずは思っています。その可能性もあると私自身は思っています。それは何よりもやっぱり、今日も一部お話ししましたが、今カーボンニュートラル、脱酸素が全世界的に大きく広がってきて、当社にとっては非常に期待数が広がってきているという。

FUSION25 の成長戦略テーマとして、われわれ三つ掲げました。

一つは、カーボンニュートラルをチャンスとした取り組みですね。二つ目は、新たに出てきた空気・換気ニーズですね。そういったことをどう取り込んでいくかという。さらには、ものからことへ。それから所有から利用へということで、いかに、いわゆる AI 等々、あるいはデータですね。こうしたことを活用したソリューションビジネスをどう伸ばしていくか。

この成長戦略 3 テーマについては大きく間違っていないと思いますし、その成長戦略に基づいて、この 2 年間展開できてきたのではないかと考えています。この後半についても、さらに数量ベースも含めてもう一段と強化して成長に向けてやっていこうと考えていますし、その手応えも感じてるところです。

営業利益率は、少し為替の影響もあって売上が伸びて、今年については若干下がる数字になってますけど、12%営業利益率に持っていききたいと。その目標については変えるつもりは現時点ではあり

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



ません。そこに向けて、さらに収益を上げていけるようなものに取り組んでいきたいと思っ
てます。

私からは、以上です。

前川 [Q]：今後投資が立ち上がっていく中で、固定費負担も当然ながら増えていくと思うんです
けど、そういったものの数量的な刈り取りは直ちにできるのかどうか。この点についてはいかがで
しょうか。

十河 [A]：先ほどこれ、空調の工場投資と言いましたけども、実は化学についても大きく工場の設
備投資を進めていこうと思っ
てまして。ちょっと厳密な数字が今手元にありませんけれども、ざっ
くり言うと今年か、さらに 23 年、24 年、25 年にかけて、多分 1,500 億から 1,600 億ぐらいの工
場の設備投資になるのではないかと
思っ
てますけど。その刈り取りを、どうしていか
かということが課題の一つでもあり
ますよね。

われわれ先行して、今チャンスが来
てるところを、生産の構えを早くしてこのチャンス
を逃がさないようやろうという構え
なんですけど。おっしゃる通り、この生産を構
えたが、販売が進まないな
ということになると大きな問題になる
ので、今からその生産の構えと同時
に販売の構え、これの強化と、製品
を作ったらいち早くそれを垂直立ち
上げができるような構えも同時に今
取っ
てるところです。

ですから、中にはアメリカのよう
に、先ほどもちょっと一部に申し上
げましたけども、この買収による販
売網のさらなる強化、生産力の強
化ということと同時に今先行して進
めてるところです。

変動費、コストダウン、それから
固定費の削減。それから、さらなる
売価施策等々によって収益性につ
いてもこだわって上げていこうと
思っ
てます。

前川 [M]：分かりました。どうも
ありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。
では次に、JP モルガン証券の佐野
様、お願いいたします。

佐野 [Q]：お世話になっており
ます。JP モルガン、佐野でござ
います。簡単に 2 点お願いしま
す。

中国の通期売上高計画が現地通貨
ベースで前年比 100%となってい
ますが、実際に下期走られてい
ていろいろな変動要因あると思
いますけれども、達成の感触が
おありかという短期的な質問と。

あと中長期的に、先ほどポスト
中国というかたちでインドとの比
較をされてましたけれども、株
市場だと御社の中国事業という
のがややリスクのよう
に見られる一方で、惠州工場の
新設など御社

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



としてはチャンスと見ておられるところがあるかなと思いますので、このギャップを埋めるためにも、来期以降の中国の戦略的な位置付けの再構築が必要になっている状況なのか等も含めてご回答いただければと思います。お願いします。

十河 [A] : 中国市場をどう見ていくかというのは極めて難しいところだなと思ってます。

一番重要なのは、事業環境の変化を鋭く捉えて、変化に対していかにスピードある対応をしていくかってことが、他の地域より一層肝要ではないかと捉えています。

いろんな見方ありますけども、例えば、更新市場は伸びつつあります。こうした市場がきめ細かく見ていかに変化してくるかですね。

さらに中国は、カーボンニュートラルに向けての施策を熱心にとってきてる市場でありまして、工場とかビルですね。こうしたところにカーボンニュートラルを契機とした市場の開拓というチャンスは出てきています。

それからあとは、やっぱりエネルギーマネジメントですね。これもずいぶん求められてきてることで、われわれ、中国についてはいち早くビルマルはインテリジェントビルマルと全部つないできました。そのつないだデータを生かしていかにお客さんにエネルギーマネジメントをはじめとした付加価値の高いものを提供できるかどうかですね。そうした切り口によって伸ばすこともできる、まだまだ可能性を持った市場ではないかと思っています。

ですから両面言いましたけども、この両面を見ながらいかに環境変化に対して素早いスピードある手を次々と打てるかどうか中国市場じゃないかと思っています。

佐野 [Q] : ありがとうございます。2点目が、アメリカについて教えてください。

今回の上期のアメリカ、グッドマンの利益率の状況と通期の見通しを教えてくださいたいのと、それからモンリオール議定書の危機管理体制等も含めて、冷媒に関しては御社の戦略、IRA も含めてだいたい生きてくるような感触を持っているんですけども。

こういったところのFitの投入の感触とかも含めて、今後の戦略の追い風となるようなところをどのように刈り取っていくのかという部分についても、収益性と絡めてお話をいただければと思います。これで最後です。お願いします。

宮住 [A] : アメリカグッドマンですね。利益率。ざっくり申し上げますと大体、上期で11%台だったと記憶しております。通期では、少しどうしてもエアコンという、業態の特性上少し下がりますので、10%いけるかどうかという、そういう水準になろうかと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



十河 [A]：アメリカではいわゆる省エネ環境規制。とりわけ今おっしゃられた冷媒ですね。これを戦略的にどうしていくかっていうのは非常に重要な課題だと思って取り組んでるところです。われわれアドボカシー活動もアメリカについてはかなり積極的に展開してきましたけど、結論から言うと、冷媒については今 R32 をもってアメリカを攻略していこうと思ってますけども。

ただライバルはそうじゃなしに 454B かな。この辺の仲間づくりをどうしていくかという辺りも含めて展開していくことが非常に重要なところに来てるんじゃないかと思ってます。

ただ、先ほどから申し上げてるように、この省エネ環境規制というのは、州によって、多少の動きは違いますけども、こうしたことに取り組む熱心な州というのは、どんどんどんどん増えつつあります。カリフォルニアは先鋭的な州でありますけども。その他の州についてもどんどんこういう取り組みが増えてきてると。

それから政権はどうなるか分かりませんが、今のカーボンニュートラル、こうした動きについては大きな流れは変わらないだろうと。

従って、どのメーカーよりもわれわれがインバーター、ヒートポンプ、それから低 GWP で先行することがアメリカ市場は非常に重要だろうと思います。

もともとアメリカ市場に展開したときに、当社の環境技術を強みとしてアメリカ市場を変えていこうと。今までのノンインバーターですね。それからいわゆるユニタリーという市場。これをわれわれダクトレスにすると、今言ったインバーター、それからヒートポンプ、こうしたものに変えていこうとしたので、まさにその流れが今来てるっていうことですね。一大チャンスとして、アメリカ市場をそういう市場に変えていこうと思ってます。以上です。

佐野 [M]：ありがとうございました。以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。他にもたくさんご質問頂戴しておりますけれども、時間の都合上申し訳ございませんが、次のご質問で最後とさせていただきます。

大和証券の田井様、お願いいたします。

田井 [Q]：田井です。15 ページと 17 ページにアメリカとヨーロッパの需要見通しの表をいただいとると思うんですけど。

5 月の需要想定と今の想定を比べて、アメリカとヨーロッパの状況に変化はありますか。今回発表の数字だけを見ると、需要は悪くなっていないのかなと思ったのですが、いかがですか。

宮住 [A]：欧米の需要については、期初からあまり大きな変化はないと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



ただ足元の景況感から言うと、今回発表した見通しより若干下振れる可能性はあるだろうなという感触は持っております。

田井 [A]：分かりました、ありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。以上をもちまして、決算説明会を終了させていただきます。最後までご参加いただきまして、誠にありがとうございました。

[了]

脚注

1. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com