



ダイキン工業株式会社

2024年3月期第2四半期決算説明会

2023年11月8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]	2024 年 3 月期第 2 四半期決算説明会
[決算期]	2024 年度 第 2 四半期
[日程]	2023 年 11 月 8 日
[ページ数]	48
[時間]	12:30 – 14:07 (合計：97 分、登壇：30 分、質疑応答：67 分)
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	5 名 代表取締役社長兼 CEO 十河 政則 (以下、十河) 専務執行役員 空調営業本部長 船田 聡 (以下、船田) 常務執行役員 化学事業担当 平賀 義之 (以下、平賀) 執行役員 グローバル戦略本部担当 上原 章司 (以下、上原) 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



[アナリスト名]*	ゴールドマン・サックス証券	諫山 裕一郎
	JP モルガン証券	佐野 友彦
	三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券	佐々木 翼
	野村證券	前川 健太郎
	モルガン・スタンレーMUFG 証券	井原 芳直
	UBS 証券	水野 晃
	ジェフリーズ証券	福原 捷
	シティグループ証券	グレース・マクドナルド

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読され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、2024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、メールでご案内しておりますとおり、当社のホームページ、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、専務執行役員 空調営業本部長 船田聡、常務執行役員 化学事業担当 平賀義之、執行役員、グローバル戦略本部担当 上原章司、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。司会進行は、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きました後、質疑応答とさせていただきます。終了時刻は14時を予定しております。

それでは十河社長、よろしくお願いいたします。

十河：皆さん、こんにちは。今日にご参加いただきありがとうございます。早速ですが、私から決算状況と今期の見通し等について説明させていただきます。

昨日発表いたしましたとおり、上期は、世界各地で需要が想定以上に悪化するということではありましたが、拡販、シェアアップをはじめとした重点施策を徹底して実行したことでマイナス影響を跳ね返して、売上高・営業利益ともに為替効果を除いた実質ベースで前年度を上回って、5月に公表した計画値も上回り、過去最高業績を更新することができました。

下期も、欧州のヒートポンプ暖房給湯の需要回復の遅れ、米国の住宅投資の減少懸念など、不透明な経営環境が続くことから、年間の営業利益計画は現公表をいったん据え置くことといたしましたけれども、現在、重点テーマの施策をさらに積み増して実行していくことで、営業利益4,000億円を上回るべく取り組んでいるところであります。第3四半期の時点であらためて数字をお示したいと思っています。

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



当社がこれまで培ってきた強みであります販売網、商品開発力、供給力などを活かして、常に市場の変化、市場の先を読んで、先手先手で新たな発想や思考で挑戦テーマを生み出して、実行してまいりたいと思っています。

上期決算につきまして、詳細は後ほど宮住から説明いたしますが、売上高、営業利益ともに当初計画を上回って、売上高は2兆2,252億円、営業利益は2,357億円と増収増益となりました。

上期の当社を取り巻く事業環境は、空調事業、化学事業ともに需要が停滞し、当初想定していた以上に厳しいものとなりましたが、その中であって、各地域、各事業で堅調な市場や商品を見極めて販売拡大に努めたこと、戦略的売価施策の徹底、ソリューション事業の強化、さらにはコストダウンの徹底等、事業環境の変化に対して臨機応変に重点施策を積み増してまいりました。

特に、米国の住宅用ユニタリーの環境プレミアム商品になります「Fit」ですとか、業務用アプライド空調、欧州でも業務用の販売を拡大したことで、厳しさをはね返して最高業績につなげることができたと思っております。

下期計画を必達し、さらに年間計画の上振れを目指す上で、重点ポイントとしているところを4点ほどお話しさせていただきたいと思っております。

まず一つ目は、米国空調事業です。DNA社は上期、主力の住宅用ユニタリーが流通在庫の影響で出荷が減少しましたが、高付加価値商品の拡販ですとか、売価施策の徹底によって、売上高は前年を上回って、かつ収益力を強化することができました。

Fitをはじめとする環境プレミアム商品の販売も、前年比169%と大きく拡大しました。現在、環境プレミアム事業の強化を進めておるところでありまして、販社買収による販売力強化に加えて、戦略商品であります高効率インバータユニタリーFitを、今は高級ゾーンでありますけど、普及ゾーンに当たるGoodmanブランドでも販売を開始したところでもあります。

併せて、インバータ機の普及に向けたトレーニングや研修施設の充実等によって、それを扱えるディーラー育成も加速しているところでもあります。

また、アプライド空調のDAA社においても、上期はデータセンター向けなどで大きく販売を伸ばすことができました。データセンターですとか工場向けに、機器に加えてサービス、さらには省エネなどの提案を加えたソリューション事業の強化に取り組んでいるところでもあります。

現在進めておりますメキシコ新工場も、12月以降順次立ち上がる予定でありまして、供給力強化によって、今期のチラー事業の収益力向上ですとか、来期以降の環境プレミアム事業の拡大につなげていけると思っております。

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



二つ目は、欧州空調事業であります。暖房事業については、ガス価格の下落ですとか、イタリアの補助金制度の変更ですとか、ドイツでの環境規制強化の前倒しを受けたボイラーの駆け込み需要が発生したこと等々の影響を受けて、今、足元の勢いが減速しておりますけれども、脱炭素に向けた中長期的な流れは変わらず、需要減速は一時的なものだと捉えています。

従って、ポーランド新工場についても計画どおりに進めておりまして、来年 24 年 6 月には試運転を開始し、10 月から操業を開始する予定であります。

欧州のヒートポンプ暖房市場に対しては、米国 Carrier 社によるドイツの Viessmann 買収など、各社も積極的に投資し、参入してきております。競争は激化しておりますけれども、逆に言うと、それだけ魅力のある市場とも言えるのではないかと捉えています。

当社もシェアアップに向けて、各国での販売店開発、据付工事やサービス力の強化、商品ラインナップの拡充など、将来に向けて必要な体制強化を進めているところであります。

またヨーロッパでは観光客が戻って、ホテル、レストラン、カフェなど、こうした業務用市場は回復傾向にあります。さらには、工場やデータセンター向けなど、アプライド空調も回復しております。省電力、省エネを切り口とした提案により、販売拡大につなげていけると思っています。

三つ目は、中国空調事業です。ゼロコロナ政策が解除されて、この上期は 3 年ぶりに生産・販売活動が全面展開できるようになりましたけれども、不動産市況の回復が遅れていることに加えて、消費が冷え込んで、経済の先行きは不透明で、見通すことは難しい状況にあります。

当社はそのような中であっても、オンラインからプロショップへの誘導など、強みとしてきたあらゆる販売手法を実行し、上期の住宅用マルチエアコンの販売は前年比 106%と伸ばすことができました。

高付加価値商品の販売拡大に加えて、売価施策の徹底ですとか、コストダウンの成果によって、中国空調事業として、引き続き高い利益水準を維持しております。

住宅用マルチは、これまで販売してきたストック情報とプロショップを軸とした強固な販売網を活かして、リフォームですとか中古物件の更新ニーズの獲得に取り組んでいきたいと思っています。

空調、換気、ヒートポンプ床暖房に、省エネ、空気質提案などのソリューションサービスを組み合わせ提案する、『Daikin Care 中央空気システム』という新たなシリーズも投入しているところでありまして、そうしたことも活用して販売拡大につなげてまいりたいと思っています。

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@scriptsasias.com



中国の業務用市場でも、カーボンニュートラル政策の推進を背景に、政府物件ですとか、工場、グリーンビルなどの市場が拡大してきております。省エネを切り口とした新商品、新システムの投入などによって、高収益の維持拡大を図ってまいります。

最後になりますけれども、アジアの中でとりわけ好調なインドの空調事業について少しお話をさせていただきます。インドは、将来の一大拠点に成長させることを目標に、販売・サービス網の強化、それから R&D 機能の拡充、エンジニアなどの人材育成を進めているところであります。

南部の新工場については、今年 8 月に予定どおりルームエアコンの量産を開始いたしました。今後は業務用の販売拡大に加えて、供給力を活かした住宅用の拡販、地方都市での新規販売ルートの開発に取り組むことなどによって、大幅な販売拡大につなげてまいりたいと思っています。また、輸出の拡大に向けて、新商品開発や販売店のトレーニングにも取り組んでいるところであります。

私からの説明は以上とさせていただいて、後ほど、本日出席している役員も含めて、皆さんからの質問にお答えしたいと思います。

阪本：続いて、宮住執行役員、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@scriptsasias.com



I. 2024年3月期第2四半期決算 決算概要

売上高・営業利益とも計画を上回った。為替影響を除く実質ベースで増収増益を確保し、過去最高業績を更新。

各地域で需要が低迷する厳しい事業環境のなか、当社は、カーボンニュートラル・省エネに資する商品・サービスの提案強化、ソリューション事業の拡大、戦略的売価施策、変動費コストダウンや固定費削減等の施策を徹底し、業績を拡大。

- ✓ 空調事業：中国・アジアで販売を拡大。日本・米州・欧州でも、需要が厳しいなか、堅調な市場を見極めた提案営業の強化に努め、増収増益。
- ✓ 化学事業：需要減速の影響を大きく受けるなか、需要が好調な半導体製造装置向けの高機能材料での拡販・売価施策により、増益基調を維持。

(億円)	2022年度	2023年度上期		前年度比
	上期実績	計画 (5月公表)	実績	
売上高	20,198	20,900	22,252	110%
営業利益 (利益率)	2,217 (11.0%)	2,270 (10.9%)	2,357 (10.6%)	106%
経常利益 (利益率)	2,227 (11.0%)	2,180 (10.4%)	2,211 (9.9%)	99%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,564 (7.7%)	1,500 (7.2%)	1,530 (6.9%)	98%
USドル/円	¥134		¥141	
ユーロ/円	¥139		¥153	
中国元/円	¥19.9		¥19.8	

為替影響 (対前年度)
 売上高 +915億円
 営業利益 +80億円

為替影響除く前年度比
 売上高 106%
 営業利益 103%

3

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

3ページをご覧くださいませでしょうか。売上高・営業利益とも計画を上回り、為替影響を除く実質ベースでも増収増益を確保し、過去最高業績を更新いたしました。

各地域で需要が低迷する大変厳しい事業環境となりましたが、当社は、カーボンニュートラル・省エネに資する商品・サービスの提案強化、ソリューション事業の拡大、戦略的売価施策、コストダウンや固定費削減などの施策を徹底し、業績を拡大いたしました。

経常利益は、主に金利上昇の影響により減益となりましたが、計画に対しては31億円上回ることができました。

為替の実績は、ドル141円、ユーロ153円、中国元19.8円。対前年の為替影響につきましては、売上高で915億円のプラス、営業利益で80億円のプラスとなりました。

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@scriptasia.com



事業セグメント別実績

(億円)		上期実績		
		2022年度	2023年度	前年度比
全社	売上高	20,198	22,252	110%
	営業利益 (利益率)	2,217 (11.0%)	2,357 (10.6%)	106%
空調	売上高	18,542	20,560	111%
	営業利益 (利益率)	1,929 (10.4%)	2,051 (10.0%)	106%
化学	売上高	1,313	1,248	95%
	営業利益 (利益率)	258 (19.7%)	278 (22.3%)	108%
その他	売上高	343	444	130%
	営業利益 (利益率)	30 (8.7%)	28 (6.3%)	94%

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業は空調事業に含む。

4

4 ページでございます。事業セグメント別の実績でございます。

空調事業は中国、アジアで販売を拡大したことに加え、日本、米州、欧州でも、堅調な市場を見極め、差別化商品・サービスの拡販に努めたことで、増収増益となりました。

化学事業は、需要減速の影響を大きく受ける中、需要が好調な市場での拡販や売価効果の取り込みにより、増益基調を維持しております。

為替影響額については、空調事業で売上高 874 億円のプラス、営業利益で 59 億円のプラス、化学事業で売上高 40 億円のプラス、営業利益 22 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)	2022年度上期	2023年度上期	利益影響額
	130	110	
売上高	20,198	22,252	+2,054
売上原価	13,412 (66.4%)	14,424 (64.8%)	▲1,012
粗利益	6,785 (33.6%)	7,828 (35.2%)	+1,042
販売費及び一般管理費	4,569 (22.6%)	5,470 (24.6%)	▲901
営業利益	2,217 (11.0%)	2,357 (10.6%)	+141
営業外損益	10	▲147	※1 ▲157
経常利益	2,227 (11.0%)	2,211 (9.9%)	▲16
特別損益	66	49	※2 ▲17
税金等調整前四半期純利益	2,292 (11.3%)	2,259 (10.2%)	▲33
法人税等	683	677	+6
税負担率	29.8%	30.0%	
非支配株主に帰属する 四半期純利益	45	53	▲7
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,564 (7.7%)	1,530 (6.9%)	▲34

()内は対売上高比率

※1 営業外損益の主な増減内訳

為替差益	▲82 (109→27)
受取利息	+16 (53→69)
支払利息	▲121 (83→204)
インフレ会計調整額	▲8 (47→56)
[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	▲18 (71→53)
-----------	-------------

5

5 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おります。

コストダウンの推進により原価率の引き下げに努めましたが、販管費率は上昇をしております。これは研究開発費、減価償却費などの先行投資に加えまして、労務費が増加したことによるものでございます。

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



連結貸借対照表

(億円)	2022/9月末	2023/9月末	増減		2022/9月末	2023/9月末	増減
手元資金	7,072	7,088	+15	仕入債務	3,673	3,295	▲378
売上債権	64日 7,123	62日 7,562	+439	有利子負債	7,998	10,056	+2,058
棚卸資産	79日 8,755	89日 10,810	+2,055	(有利子負債比率)	(18.8%)	(21.1%)	
固定資産	15,168	17,474	+2,307	その他	8,005	8,541	+536
投資有価証券	1,832	1,938	+106	負債計	19,676	21,891	+2,215
その他	2,571	2,826	+255	自己資本計	22,392	25,294	+2,902
				(自己資本比率)	(52.7%)	(53.0%)	
				新株予約権	32	39	+7
				非支配株主持分	420	472	+52
				純資産計	22,844	25,805	+2,961
資産合計	42,520	47,697	+5,176	負債・純資産計	42,520	47,697	+5,176

※有利子負債の明細

	2022/9月末	2023/9月末	増減
短期借入金	1,480	3,793	+2,313
CP	300	1,166	+866
社債	1,900	1,400	▲500
長期借入金	3,110	2,249	▲861
リース債務	1,208	1,447	+239
合計	7,998	10,056	+2,058

6

6 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。

新工場の建設など設備投資を積極的に行っているため、有利子負債が増加しております。

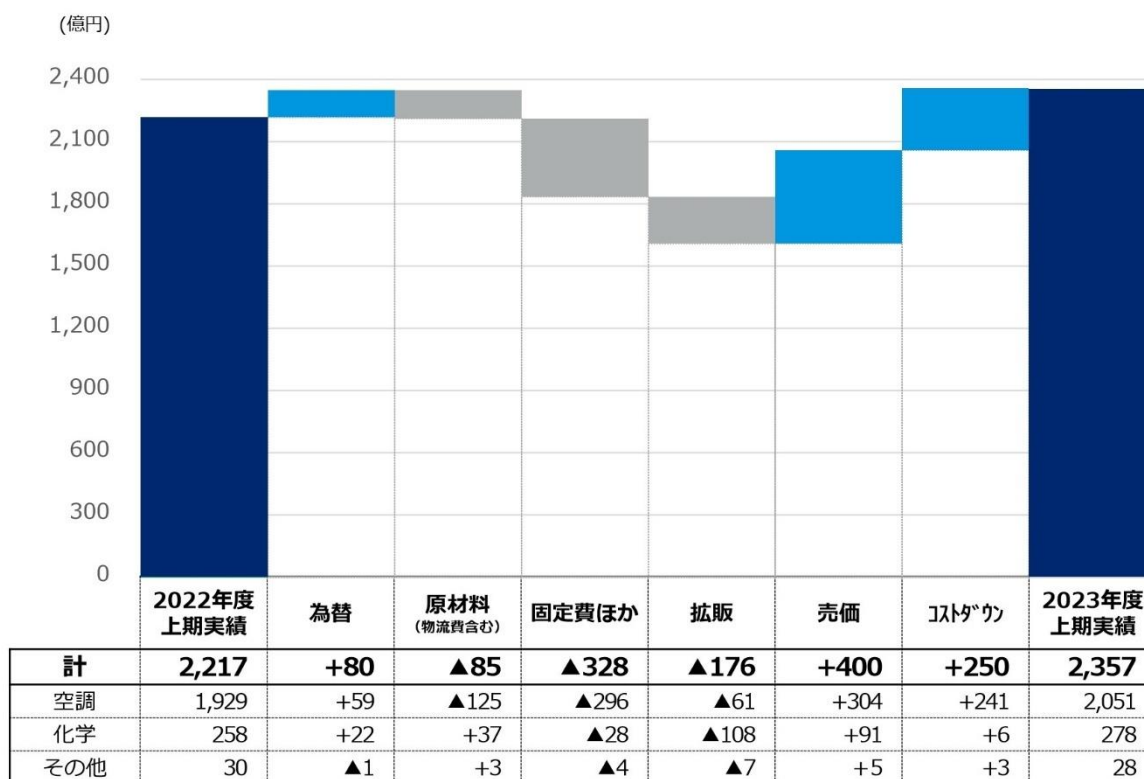
また、在庫につきましては、コロナ禍でサプライチェーンが混乱したことに対応して戦略在庫を厚めに構える方針をとっていたため、保有日数が長くなっております。今期からは在庫削減の方針に切り替えており、各地域で在庫の内容を精査し、適正水準に戻してまいります。

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



営業利益増減分析-実績の対前年度比



7

7 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ございます。

需要低迷の影響を大きく受けましたが、売価施策、コストダウンの徹底、採用の抑制や経費削減など固定費の効率的な運用に努め、マイナス影響をカバーいたしました。

なお、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銅で 70 億円のプラス、アルミで 50 億円のプラス、鉄鋼は影響なし、樹脂他で 315 億円のマイナス、物流費で 70 億円のプラ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. 2024年3月期通期業績計画 全社業績計画

今期取り組む重点テーマの施策の上積みにより、想定以上の需要減少の影響を跳ね返し、過去最高業績の達成をめざす。

- ✓ 欧州ヒートポンプ暖房需要の回復遅れ、米国の金利上昇に伴う住宅投資の減少への懸念、家電製品など耐久消費財の需要低迷など、経営環境は厳しさを増す見込み。
- ✓ 当社の強固な販売網、地域ニーズに即した商品開発力を活かし、シェアアップを図る。戦略的売価施策、抜本的なトータルコストダウンなどにより、短期利益を確保する。
- ✓ カーボンニュートラルやエネルギーソリューションを切り口とした事業の拡大に努めるとともに、工場の新設や能力増強、研究開発、商品開発などの成長投資、IT・デジタルへの先行投資などを着実に実行する。

(億円)	2022年度実績			2023年度	2023年度			
	上期	下期	年間	年間計画 (5月公表)	上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
売上高	20,198	19,618	39,816	41,000	22,252	20,148	42,400	107%
営業利益 (利益率)	2,217 (11.0%)	1,554 (7.9%)	3,770 (9.5%)	4,000 (9.8%)	2,357 (10.6%)	1,643 (8.2%)	4,000 (9.4%)	106%
経常利益 (利益率)	2,227 (11.0%)	1,436 (7.3%)	3,662 (9.2%)	3,800 (9.3%)	2,211 (9.9%)	1,589 (7.9%)	3,800 (9.0%)	104%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,564 (7.7%)	1,014 (5.2%)	2,578 (6.5%)	2,640 (6.4%)	1,530 (6.9%)	1,110 (5.5%)	2,640 (6.2%)	102%
USD/円	¥134	¥137	¥135		¥141	¥135	¥138	
ユーロ/円	¥139	¥143	¥141		¥153	¥145	¥149	
中国元/円	¥19.9	¥19.6	¥19.8		¥19.8	¥19.5	¥19.6	

為替影響除く前年度比 為替影響 (対前年度)

売上高 104% 売上高 +850億円
営業利益 106% 営業利益 +20億円

8

8 ページをご覧ください。通期業績計画については、先ほど十河からご説明したとおりであります。

下期の営業利益を当初計画から引き下げておりますが、現時点で年間計画を慎重に見ているためであり、需要減の影響を跳ね返してさらに高い業績を目指して取り組んでまいります。

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



事業セグメント別業績計画

(億円)		2022年度 実績	2023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	39,816	22,252	20,148	42,400	107%
	営業利益 (利益率)	3,770 (9.5%)	2,357 (10.6%)	1,643 (8.2%)	4,000 (9.4%)	106%
空調	売上高	36,298	20,560	18,300	38,860	107%
	営業利益 (利益率)	3,245 (8.9%)	2,051 (10.0%)	1,404 (7.7%)	3,455 (8.9%)	106%
化学	売上高	2,634	1,248	1,352	2,600	99%
	営業利益 (利益率)	454 (17.2%)	278 (22.3%)	197 (14.6%)	475 (18.3%)	105%
その他	売上高	884	444	492	940	106%
	営業利益 (利益率)	72 (8.1%)	28 (6.3%)	42 (8.5%)	70 (7.4%)	97%

9

9 ページをご覧ください。セグメント別の業績見通しについては記載のとおりです。

為替影響額については、空調事業で売上高 809 億円のプラス、営業利益は 7 億円のプラス、化学事業で売上高 40 億円のプラス、営業利益で 15 億円のプラスと見ております。

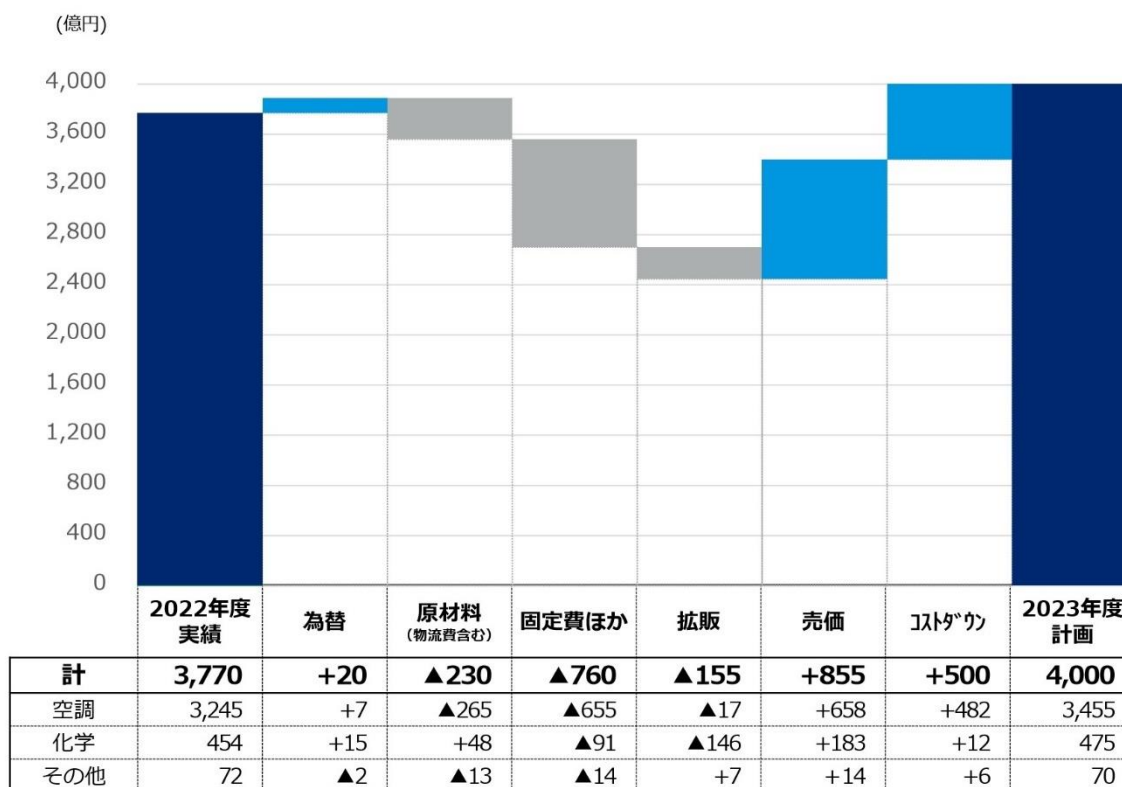
空調セグメントの営業利益を当初計画から 15 億円減額しておりますが、主な要因は、欧州ヒートポンプ暖房の需要がまだ戻っておらず、現時点では慎重に見ているためです。

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



営業利益増減分析-年間計画の対前年度比



10

10 ページは、年間計画の営業利益の対前年増減分析です。

下期も需要低迷の影響を大きく受けますが、拡販シェアアップに加え、売価施策やコストダウンを徹底することで、需要減の影響を跳ね返したいと考えています。

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70億円のプラス、アルミで70億円のプラス、鉄鋼で30億円のプラス、樹脂他で555億円のマイナス、物流費で120億円のプラスと見込んでおります。

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

地域別売上高の推移-空調事業

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業含む

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2019年度上期		2020年度上期		2021年度上期		2022年度上期		2023年度上期		2023年度計画 (今回公表)	
	日本	107%	2,687	93%	2,508	109%	2,728	102%	2,792	105%	2,945	107%
欧州	113%	1,887	98%	1,857	139%	2,584	118%	3,050	108%	3,283	103%	6,800
中国	96%	1,994	91%	1,814	134%	2,432	110%	2,664	101%	2,703	100%	4,300
米州	108%	3,694	93%	3,439	129%	4,439	155%	6,885	119%	8,190	114%	15,200
アジア	106%	1,487	76%	1,125	117%	1,313	155%	2,039	107%	2,171	104%	4,300
オセアニア	90%	337	106%	358	130%	467	133%	619	100%	620	96%	1,240
中近東	92%	220	84%	185	144%	266	161%	429	136%	582	103%	1,000
アフリカ	86%	37	84%	32	157%	50	132%	65	100%	65	84%	120
計	105%	12,344	92%	11,317	126%	14,279	130%	18,542	111%	20,560	107%	38,860
海外売上高比		78%		78%		81%		81%		86%		85%
USドル/円		¥109		¥107		¥110		¥134		¥141		¥138
ユーロ/円		¥121		¥121		¥131		¥139		¥153		¥149
中国元/円		¥15.7		¥15.3		¥17.0		¥19.9		¥19.8		¥19.6

11

11 ページをご覧ください。空調事業の地域別売上高の推移です。

主要各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につきましては、欧州 97%、中国 102%、米州 113%、アジア 104%となっております。

年間計画は記載のとおりです。為替影響を除く実質の売上高前年比につきましては、欧州 98%、中国 101%、米州 112%、アジア 107%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



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)	2019年度上期		2020年度上期		2021年度上期		2022年度上期		2023年度上期		2023年度計画 (今回公表)	
	日本	98%	262	72%	188	145%	272	127%	346	97%	335	104%
米州	91%	213	76%	161	124%	200	142%	285	78%	223	88%	520
中国	92%	179	109%	196	128%	250	119%	297	92%	274	95%	530
アジア	91%	114	88%	100	126%	126	137%	172	92%	158	107%	370
欧州	68%	123	79%	97	170%	166	125%	206	122%	252	104%	440
その他	93%	8	49%	4	143%	6	115%	6	88%	6	77%	10
計	89%	900	83%	746	136%	1,019	129%	1,313	95%	1,248	99%	2,600
海外売上高比		71%		75%		73%		73%		73%		74%
USドル/円		¥109		¥107		¥110		¥134		¥141		¥138
ユーロ/円		¥121		¥121		¥131		¥139		¥153		¥149
中国元/円		¥15.7		¥15.3		¥17.0		¥19.9		¥19.8		¥19.6

※その他=オセアニア、中近東、アフリカ等

12

12 ページでございます。化学事業の地域別売上高の推移です。

為替影響を除く実質の売上高前年比は、米州 74%、中国 93%、欧州 110%となっております。

年間計画は記載のとおりです。為替影響を除く実質の売上高前年比は、米州 86%、中国 96%、欧州 102%を計画しております。

幅広い材料で流通在庫調整の動きが強まる中で、下期は、半導体製造装置向けの高機能材料といった需要が好調な商品の増産を急ぎ、販売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@scriptasia.com



Ⅲ. 事業/地域別概況 空調事業-日本

上期の概況

住宅用の業界需要は、耐久消費財の買い控えの影響を受け、前年度を下回った。業務用の業界需要も、店舗・オフィスの需要回復が遅れ、前年度を下回った。当社は、高付加価値商品を中心としたユーザー提案の強化を行い、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：電気料金の上昇や省エネニーズの拡大を背景に、『うるさらX』を中心にユーザー提案を強化したことにより、シェアアップ。
- ✓ 業務用：高い省エネ性と優れた施工性を併せ持つ「FIVESTAR ZEAS」、『machiマルチ』を拡販。空気清浄機能・除菌機能を付加する『UVストリーマ除菌ユニット』などを組み合わせたシステム提案に注力。

下期の施策

エネルギー価格高騰を背景に、全商品群で電気代削減提案を推進する。

住宅用：省エネ性を高めた新商品を投入。『うるさらX』など高付加価値商品の拡販、シェアアップをめざす。

業務用：省エネ性・施工性を高めた新商品を投入。販売店開発により営業力を強化し、「FIVESTAR ZEAS」など高付加価値商品の販売拡大、シェアアップをめざす。また、ビルの省エネ提案など、ソリューション事業にも注力。

前年度比 (台数ベース)		上期 実績	年間 計画
住宅用	業界	91%	93%
	当社	94%	98%
業務用	業界	99%	102%
	当社	96%	104%
アプライド	業界	117%	116%
	当社	126%	121%

*アプライドは売上高ベース

13

13 ページでございます。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、日本の空調事業でございます。

業界需要が前年を下回る中、当社は戦略的売価施策の徹底と、省エネニーズに対応した高付加価値製品のユーザー提案の強化により、売上高は前年を上回りました。

下期は、省エネ性・施工性を高めた差別化新商品を投入し、拡販、シェアアップに努めるとともに、ビルの省エネ提案などソリューション事業にも注力し、事業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@scriptsasias.com

空調事業-米州

上期の概況

住宅用で業界需要が停滞するなか、需要が堅調な業務用市場での販売拡大、買収した会社を活用した販売強化に加え、売価施策の着実な実行もあり、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用ユニット：猛暑効果もあり、流通在庫の状況は徐々に改善されたが、長引くインフレや住宅ローン金利の上昇などによる業界需要の回復遅れにより、販売は前年度を下回った。
- ✓ ダクトレス：VRVは、強化した販売網を活用し拡販・シェアアップ。RA/SKYは、住宅用市場の需要低迷の影響を受け、前年度を下回った。
- ✓ アプライド：市場が堅調に推移するなか、製造業・データセンター向けに強みを持つ販売代理店を活用し、機器を拡販。ソリューション事業でも、買収した計装・エンジニアリング会社を活用して販売を伸ばし、売上高は前年度を大きく上回った。

下期の施策

住宅用ユニット：環境プレミアム商品「Fit」のラインアップを拡充。新たにインフレ抑制法(IRA)[※]の適用対象になる高効率の「Fit」を一部地域で投入。インバータ搭載商品を扱える販売店の開発・育成に注力し、さらなる拡販を目指す。

ダクトレス：販売網の開拓・強化やオンライン販売の展開により、シェアアップを図る。

アプライド：需要が堅調な製造業・データセンター向けに機器を拡販するとともに、サービス人員の拡充・強化に努め、ソリューション事業を拡大。

※インフレ抑制法(IRA) …Inflation Reduction Act

前年度比 (台数ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用ユニット	78%	91%	92%
ダクトレス	RA/SKY	90%	100%
	VRV	104%	116%
アプライド	154%	116%	137%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

14

14 ページをご覧ください。米州空調事業です。

住宅需要が停滞する中、販売力強化、環境対応商品の拡販に取り組んだことに加え、売価効果もあり、売上高は前年を上回りました。

住宅ユニットは、長引くインフレや住宅ローン金利の上昇による需要停滞の影響を受けましたが、猛暑の追い風もあり、流通在庫の状況は改善に向かっております。

Daikin North America 社の売上高は、現地通貨ベースで前年比 105%となりました。主力の住宅ユニットの販売が落ち込みましたが、環境プレミアム商品「Fit」の拡販による販売ミックスの改善、売価施策の徹底に加え、買収による新規連結効果もあり、増収を確保いたしました。

アプライドは、需要が堅調な製造業・データセンター向けに機器の販売を伸ばしたことに加え、ソリューション事業でも、買収した計装・エンジニアリング会社を活用して販売を伸ばしました。

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@scriptsasia.com



下期は、「Fit」のラインアップ拡充を図るとともに、インバータ機を扱える販売店の開発・育成に注力します。また、一部地域では、インフレ抑制法の適用対象となる高効率の「Fit」も投入してまいります。

空調事業-中国

上期の概況

ゼロコロナ政策が解除され、3年ぶりに生産・販売活動を全面的に展開。不動産市況の回復が遅れているなか、住宅用を中心に販売を拡大し、売上高は前年度を上回った。営業利益は、高付加価値商品の拡販、コストダウンの取組みにより、高水準を維持。

- ✓ 住宅用：ユーザーダイレクトのオフラインの小売販売に、ショールームを活用したライブ放送、Web広告、SNSなどオンラインを組み合わせた、当社独自の販売活動が売上拡大に貢献。空調・換気・ヒートポンプ床暖房に、省エネ・空気質提案などのソリューションサービスを組み合わせた住宅用マルチエアコンの新シリーズ「Daikin Care中央空気システム」を投入し、販売を拡大。
- ✓ 業務用：カーボンニュートラル政策の推進による政府物件、工場、グリーンビルなどの市場の伸びを受けて、省エネを切り口とした新商品を投入。
- ✓ アプライド：インフラ関連・半導体関連など成長分野に資源を投入したことに加え、保守・メンテナンス事業を強化。

下期の施策

不動産市況の回復が遅れていることに加え、消費の冷え込みもあり、厳しい事業環境が継続。ユーザーへの直接販売に資源を集中し、当社独自のソリューション提案による差別化や、顧客ごとのきめ細かな販売活動によって拡販を図る。

- ✓ 住宅用：新規住宅市場からリフォーム・中古住宅市場にリソースをシフト。オンラインとオフラインを組み合わせた販売活動のさらなる強化を図る。
- ✓ 業務用：ビル・工場向けなど、カーボンニュートラルを背景に需要が拡大する市場に注力する。

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	105%	100%	111%
業務用	95%	102%	106%
アプライド	100%	100%	100%

15

15 ページをご覧ください。中国空調事業です。

ゼロコロナ政策の解除を受け、生産・販売活動を3年ぶりに全面展開し、売上高は前年を上回りました。不動産市況の回復は遅れておりますが、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、営業利益は高水準を維持しております。

住宅用マルチエアコンの販売は前年比106%となりました。昨年は上海ロックダウンの影響が大きかったわけですが、好調だった2021年度上期と比較しても、それを上回る実績、103%となっております。

不動産市況の低迷に加えて個人消費の冷え込みもあり、下期も厳しい事業環境となる見込みであります。ユーザーダイレクトの小売販売にオンラインを組み合わせた販売活動を推進するとともに、

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



省エネや空気質の改善提案など、ソリューションサービスを組み合わせた提案営業を強化し、住宅用マルチエアコンを中心に販売確保に努めてまいります。

空調事業-欧州・中近東・アフリカ

上期の概況

インフレに対応する金融引き締め政策の継続により景気が低迷し、厳しい事業環境。住宅用とヒートポンプ暖房で、需要が減少するなか、高付加価値商品の販売と売価施策の徹底に努めた。また、業務用・アプライドで販売を拡大。地域全体の売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：南欧での猛暑効果もあり、フランス・スペインで販売を伸ばしたが、需要減少の影響を大きく受けた。
- ✓ 業務用：オフィスや店舗などの省エネニーズを取り込み、VRVの販売を拡大。
- ✓ H/P暖房：ガス価格の下落やイタリア等の補助金制度の変更の影響を大きく受け、販売が減少。
- ✓ アプライド：R32小型INVチラーなど環境対応商品の販売を拡大。
- ✓ 冷凍・冷蔵：フードリテールチェーンの需要回復の遅れにより、販売が低迷。

下期の施策

住宅用：高い省エネ性を訴求し、暖房用途での拡販を図る。

業務用：環境・省エネを切り口に、オフィス・ホテルへの提案営業を強化し、需要回復を捉える。

H/P暖房：ガス価格下落や補助金制度変更を踏まえた買い控えなど、厳しい事業環境が続くが、市場の状況を見極め、高付加価値商品の投入、販売店の開発強化に取り組む。

アプライド：需要が堅調な大型物件向けに販売を拡大。

冷凍・冷蔵：CO2冷媒を採用したショーケースなど、環境対応商品のソリューション提案を強化。

前年度比 (台数ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	81%	81%	88%
業務用	SKY	101%	105%
	VRV	101%	105%
H/P暖房	73%	73%	88%
アプライド	131%	115%	123%
冷凍・冷蔵	67%	95%	93%

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

16

16 ページをご覧ください。欧州・中近東・アフリカ空調事業でございます。

金融引き締め政策の継続により景気が低迷する厳しい事業環境となっております。当社は、住宅用とヒートポンプ暖房の需要減少の影響を受けましたが、高付加価値商品の販売、売価施策の徹底に努めたことに加え、業務用・アプライドで販売を拡大し、地域全体の売上高は前年を上回りました。

住宅用は、フランス・スペインで拡販しましたが、需要減少の影響を大きく受けました。

業務用は、オフィス、店舗市場で省エネニーズを取り込み、VRV の販売を伸ばしました。

ヒートポンプ暖房は、ガス価格の下落やイタリアなどでの補助金制度変更により需要が想定を大きく下回り、販売減となりました。

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



空調事業-アジア・オセアニア

上期の概況

インフレに伴う消費低迷の影響により需要が減速する厳しい事業環境のなか、販売店の開発・支援に努めたこと、インドでの販売が好調を維持したことにより、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：需要減速の影響により地域全体の販売は前年度並み。インドで、これまで拡充してきた販売網を活用し、大きく拡販。タイでも、気温上昇の追い風もあり販売を拡大。
- ✓ 業務用：物件着工の遅延・中止が続くなか、販売店の開発・支援により、需要を着実に受注につなげ、販売を拡大。
- ✓ アプライド：商業施設・工場向けの需要を捉え機器を拡販。また、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：101% インド：128% ベトナム：99%
マレーシア：99% インドネシア：113% タイ：127%

下期の施策

住宅用：インドでは、地方都市での販売網拡充を加速するとともに、新工場稼働（2023年8月）による供給力を活かし、拡販。インドネシア・マレーシアなどインバータ普及率の低い地域で、コスト競争力の高いインバータ機の販売を促進。若年層のニーズを捉えた商品開発、販売活動を展開。

業務用：ビルオーナーへの直接提案、更新物件の探索により、拡販をめざす。省エネ、IAQ、保守・メンテナンスなど付加価値の高いソリューション提案を強化。

前年度比 (台数ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	102%	111%	117%
業務用	SKY	107%	111%
	VRV	113%	116%
アプライド	123%	107%	124%

※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。アジア・オセアニア空調事業です。

インフレに伴う消費低迷の影響により需要が減速する厳しい事業環境の中、各国で販売店の開発・支援に努めたこと、またインドで販売が好調を維持したことにより、地域全体の売上高は前年を大きく上回りました。

下期も、コスト競争力の高いインバータ機の普及拡大や、業務用でのソリューション提案の強化、インド新工場の供給力を活かした拡販などにより、事業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@scriptasia.com

化学事業

上期の概況

半導体製造プロセス向け、自動車分野、化成品での需要減少に加え、それに伴う流通在庫調整の影響を受け、売上高は前年度を下回ったが、需要が好調な市場での拡販や売価施策により増益。

- ✓ フルオロカーボンガス：需要が比較的堅調であったことに加え、売価施策の効果も取り込み、前年度を大きく上回った。
- ✓ 樹脂・ゴム
 - フッ素樹脂：自動車分野やLANケーブル向けなど情報通信分野で需要が減速したものの、半導体製造装置向けの需要が好調に推移したことにより、前年度を上回った。
 - フッ素ゴム：自動車分野の需要減速により、前年度を下回った。
- ✓ 化成品ほか：表面防汚コーティング剤や撥水撥油剤、半導体製造プロセス向けエッチング剤などの需要の落ち込みにより、前年度を大きく下回った。

下期の施策

半導体分野では、製造プロセス向けの需要低迷が続くなか、需要が好調な製造装置向け材料の供給力強化により、拡販。

自動車分野では、EVの需要の高まりに対応し、リチウムイオン電池向け正極用バインダー、シール材の用途開発を強化。

撥剤は、テキスタイル市場向けに環境先進商品を拡販。

前年度比 (売上高ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
合計	95%	97%	99%
ガス	126%	103%	111%
樹脂・ゴム	100%	98%	104%
化成品ほか	75%	91%	82%

18

18 ページをご覧ください。

化学事業は、半導体製造プロセスや自動車、化成品向けの需要減少と、それに伴う流通在庫調整の影響を受け、売上高は前年を下回りました。一方、需要が好調な市場での拡販、売価施策により、営業利益は前年を上回りました。

フッ素樹脂は、自動車向けや、LAN ケーブルなど情報通信分野向けの販売が減少しましたが、半導体製造装置で使用される高機能材料の販売が好調に推移し、売上高は前年を上回りました。

フッ素ゴムは、自動車市場の減速の影響を大きく受けました。

化成品は、エッチングガス、表面防汚コーティング剤、撥水撥油剤の販売が落ち込みました。

下期は、半導体分野で、需要が好調な製造装置向け材料の供給力強化により拡販するとともに、環境対応商品の需要の高まりに対応し、EV 用リチウムイオン電池向けのバインダーやシール材の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

米国で低収益事業からの撤退を進めたことによる販売減が影響し、売上高は前年度を下回った。

- ✓ エアフィルタ：需要が堅調に推移するなか、米国・欧州・日本で、病院・製薬・データセンター市場向けに高機能フィルタの販売が伸長。アジアでは、半導体向け投資の減速により販売が減少。
- ✓ P&I※：油田向け特殊フィルタの販売が好調に推移。アフターサービス事業へのリソースのシフトなど事業体質の改善に努めた。

※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

下期の施策

エアフィルタ：各地域で、半導体・製薬・データセンターなどハイエンド市場で拡販するとともに、生産性改善やコストダウンに注力。

P&I：アフターサービスなど好調な事業に注力。集塵機向けで、商品力の強化により拡販をめざす。

19

19 ページをご覧ください。

フィルタ事業は、各地域で高機能フィルタの販売を伸ばしましたが、米国で低収益事業からの撤退を進めたことによる販売減の影響により、売上高は前年を下回りました。

下期も、引き続き需要が堅調な半導体工場、製薬工場やデータセンターなどのハイエンド市場で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：建機・車両用は、日本・米国向けの販売が減少した。産業機械用は、国内市場の需要が減少したものの、欧米向けの販売が拡大。売上高は前年度を上回った。

特機事業：コロナ禍での需要増の反動により、酸素濃縮装置・パルスオキシメータともに販売が減少。売上高は前年度を下回った。

電子システム事業：品質課題の解決、設計開発期間の短縮、コストダウン支援といった顧客ニーズに合致した設計・開発分野向けデータベースシステムの販売が増加したことに加え、データサイエンスソフトの販売増もあり、売上高は前年度を上回った。

下期の施策

油機事業：カーボンニュートラルの加速や省エネニーズの拡大を背景に、建機・産機ともに拡販。

特機事業：中国で、酸素濃縮装置のオンライン販売や地方代理店の開拓を加速。

電子システム事業：製造業のR&D支援、建設業向けのソリューション提案を強化。

20

20 ページをご覧ください。

油機事業は、産業機械用で欧米向けの販売が拡大し、増収となりました。

特機事業は、コロナ禍での需要増の反動により、酸素濃縮装置やパルスオキシメータの販売が減少し、減収となりました。

電子システム事業は、製造業の設計・開発分野向けデータベースシステムの販売を伸ばし、増収となりました。

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240円（中間120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。

		2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 (予想)
1株当たり 配当金	中間	80円	80円	90円	100円	120円
	年間	160円	160円	200円	240円	240円
1株当たり 純利益	上期	405.1円	289.2円	475.3円	534.3円	522.7円
	年間	583.6円	534.0円	743.9円	880.6円	901.9円
(参考) DOEの推移		3.3%	3.0%	3.2%	3.3%	3.0%

21

21 ページをご覧ください。

中間配当の金額及び期末配当予想については、いずれも変更はございません。経営環境の先行きが不透明ではありますが、業績拡大に努め、株主の皆様へ報いたいと考えています。

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



《補足データ》 為替前提

為替レート

	2022年度実績			2023年度		
	上期	下期	年間	上期実績	下期計画	年間計画
USドル	134円	137円	135円	141円	135円	138円
ユーロ	139円	143円	141円	153円	145円	149円
中国元	19.9円	19.6円	19.8円	19.8円	19.5円	19.6円
タイバーツ	3.8円	3.9円	3.9円	4.1円	3.6円	3.8円
豪ドル	94円	92円	93円	93円	87円	90円

為替感応度（1円の変動による営業利益への影響）

	2023年度計画
USドル	22億円※
ユーロ	9億円

※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。

22

22 ページをご覧ください。為替の 23 年度上期実績及び 23 年度下期の前提レートについては記載のとおりです。

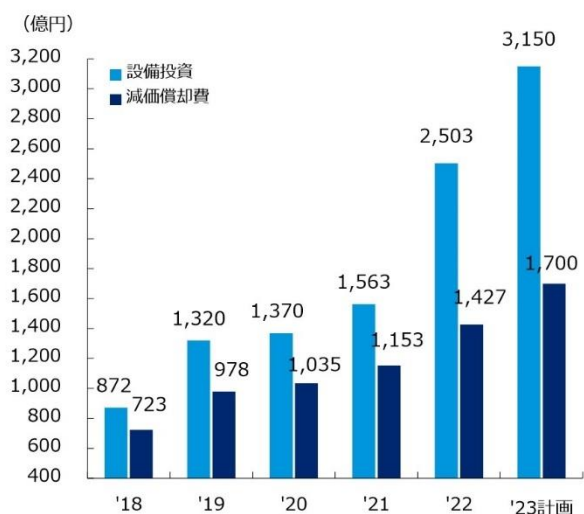
為替感応度は営業利益に対して、対ドル 1 円の変動で 22 億円の影響、対ユーロ 1 円の変動で 9 億円の影響と試算しております。

サポート

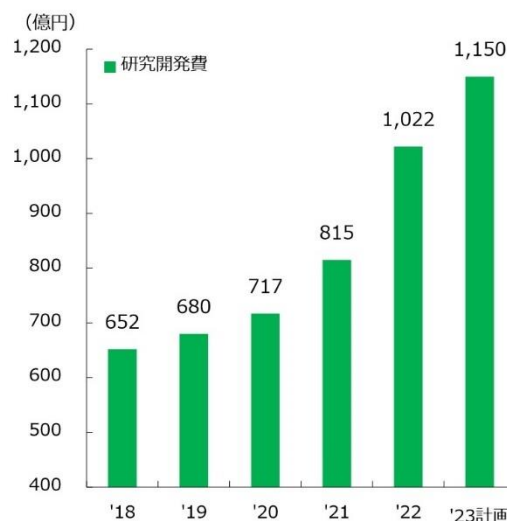
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasiasia.com

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)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
設備投資	540	633	648	950	1,504
減価償却費	461	503	557	679	809
研究開発費	336	330	387	476	598

23

23 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とおりでございます。年間計画はいずれも変更しておりません。

足元の事業環境が厳しい中でも、将来の成長・発展に向けた生産能力増強投資や研究開発投資、デジタル投資を着実に実行したいと考えています。

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。

既に多くの方に挙手をいただきまして、ありがとうございます。順番に当てさせていただきますけれども、時間に限りがございますので、一度のご質問につきましては2問まで、簡潔にお願いできますと幸いです。ご協力のほどよろしくお願いいたします。

それでは、ゴールドマン・サックス証券の諫山様、ご質問をお願いいたします。

諫山 [Q]：ゴールドマン・サックス証券、諫山でございます。アメリカについて、2問伺わせていただきます。

1問目、宮住さんのプレゼンのときにも言及がございました、DNA社が前年比105%の増収ということだったので、こちらの伸びの内訳をいただくことはできますでしょうか。第1四半期は前年比102%だったので、上期累計で105%ということは、2Qだけだったら107%とか、108%とか、そういうような数字なのかなと思うのですが、この良くなっている部分の要因が何なのかを特に伺いたいと思っております。

アメリカの経営環境というか、空調の市場環境は、メーカーさんによって跛行色はありますけれども簡単ではなかったと思うので、在庫状況が改善している点であるとか、製品構成が良くなった点など、どの辺りが特に良かったのかなというのを定性的にご教示いただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

宮住 [A]：DNAの、ローカルベースでの前年比105%増収の内訳ということで、ブレイクダウン申し上げます。

まず、数量ベースではマイナス18ポイントでございます。それに対しまして、売価でプラス3ポイント、商品構成その他でプラス16ポイント、あと買収でプラス4ポイントということでございます。

商品構成他のところで16ポイントと上げているわけですが、その内容については大きく三つでございます。一つは、収益性の高い更新向けの販売増の寄与、二つ目が自前卸ルートでの販売構成比のアップ、三つは商品ミックスの改善、そういったことで16ポイントのアップということでございます。

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@scriptsasias.com



諫山 [Q]：169%という、Fit を中心とした環境プレミアム商品の販売増というのはすごくプラスの話だと思うのですが、今も構成比がアップした恩恵があるというお話がありました。

DNA のうち、あるいはユニタリーのうち、この環境プレミアム商品の販売増というのは上期でどれぐらいだったのか、通期でどれぐらいを計画しているのか、おおまかな数字でもいいのでいただくことはできますでしょうか。

宮住 [A]：住宅用ユニタリー全体の中での Fit の販売構成比は、まだ 5%程度というレベルでございます。このポジションを上げていくことで利益率を上げていくことになろうかと思えます。

諫山 [Q]：二つ目の質問が、その利益率のところですか。これだけ値上げをやって、製品構成も良くなっていて、ボリュームがまだ落ちてはいるけれど、上期の結果は思っているよりも良かったということで、米州は収益性が上がっていると期待しております。米州の利益率の、上期の現状について質問させてください。

併せてですが、今回、アメリカは数字が結構いいのではないのかなと思っているのですが、生産調整を踏まえても、ある程度利益を出すことができているのかということについて伺いたいと思っております。アメリカの収益性について、よろしくをお願いします。

十河 [A]：アメリカの DNA の営業利益率は、上期は非常に高いところでありまして、11.5%です。年間については、下期は少し厳しめに 10%弱ぐらいのところで見込んでいます。

諫山 [Q]：すごく高い数字ですけど、十河社長のご想定に対しては売価が良かったのでしょうか。あとは、在庫調整を踏まえてもこれができたというのは何が良かったのでしょうか。

十河 [A]：一つは、高付加価値商品の拡販です。Fit をはじめとした高付加価値商品を拡販できたことと、二つ目は、売価施策です。それから、工場でのコストダウン等々も寄与したと思っておりますし、収益力が強化されてきたのではないかと考えています。

Fit は、先ほど申し上げたように対前年 169%の販売増ですが、まだまだこれは伸ばしていけると考えています。今、年間で 13 万台強ぐらいの販売計画ですけど、中期経営計画「FUSION 25」ではこれを 50 万台ぐらいまで伸ばそうとしています。そうすると、さらなる収益性の向上が見込めますし。RA と QA についても、来年からメキシコでの生産になりますし、VRV についても、アジアからの輸入から、アメリカでの現地生産に切り替えようとしていますから、そうしたことも将来的には収益性改善に寄与するのではないかと考えています。

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。

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



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]：JP モルガンの佐野と申します。2 問お願いします。

1 点目は、欧州のヒートポンプの現状認識について教えてください。需要が上期で 27%落ちていますが、各国でさまざまな動きがあろうかとお見受けしますので、御社の主要な地域で、各国でどんな需要のばらつきがあるか、その中で御社のシェアがどのようになっているか、こういったところについてのご説明をいただけますでしょうか。お願いします。

宮住 [A]：欧州のヒートポンプ暖房給湯の市場の動向は、先ほど申し上げましたとおり、非常に厳しい状況が続いています。

大きく二つの理由がございます。一つは、補助金削減の動きというのがイタリア、フランスを中心に起こっていること。それと、昨年の夏に急騰した天然ガス価格が足元では大体ピーク時の 80% ぐらいまで下がっているため、消費者の中で、ヒートポンプ暖房から燃焼暖房への置き換えはまだいい、というマインドが出ていることです。

地域別で申しますと、イタリアでは補助金が大幅にカットされたため大きく落ち込んでいます。フランスにつきましても補助金削減の動きがあるので少し厳しいものがあります。

一方で英国につきましては、逆に補助金が少し増額されるような話もあり、ヒートポンプ暖房の需要が少し強いということで、地域によって跛行色がある状況でございます。

佐野 [Q]：シェアについてはいかがでしょうか。

宮住 [A]：当初大体 20%ぐらい行きたいと申し上げていたのですが、今足元の状況はなかなか厳しく、概ね 15%から 20%の間ぐらいのところにあるのかなと試算をしております。

佐野 [Q]：2 点目も欧州のヒートポンプについて、戦略を教えてくださいたいのですが。

ベルギーでテンポラリーの方々の方々の部分の契約を続けられないなどコスト削減にもしっかり対応している一方で、戦略としては業務用に欧州のヒートポンプをさらに拡販していく動きですとか、ポーランド工場の操業といったお話もありました。中長期的な強い需要に対して、この一時的な需要減を、利益面、成長投資も含めてどのようにコントロールしようとされているのか。

3 カ月前との変化も含めて、今一度こういった取り組みに関してお話いただけますでしょうか。

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



十河 [A]：ヒートポンプ暖房は、今言ったように非常に厳しい状況にはあるのですが、中長期的には先ほど申し上げたとおり、成長市場にあるということで、投資しようとしているものについては緩めるつもりはなく、それは展開していこうと思っています。

足元の今期の短期的な取り組みについては、何よりも販売店開発の強化です。上期もやってきたところですが、下期も引き続きこれに取り組むことが重要なポイントの一つだと思っています。それと、1店当たりの受注量の拡大です。いわゆるISSの向上の取り組みです。

上期に戦略的新商品をたくさん上市しましたが、これの徹底訴求をして、1店当たりの売上をどう上げていくか。状況が各国によって違うので、その状況に応じた販売店支援の強化も重要と考えています。

もう一方で、空調販売店の暖房店化です。われわれは空調販売店の開発をずっと行ってきたものですから、それと同様に暖房を扱う店の店づくりが重要で、そういった取り組みをやっているところです。住宅用の事業が中心で、かつ据付技術とかサービス力のある優良販売店は、空調店で約500店ぐらいあるのですが、その1店1店を暖房の取り扱いができるように開発しているところです。10月末時点で約1割強の開発をして、新規受注にもつなげています。そうしたことも強化策の一つではないかと思っています。

あるいは、太陽光ですとか、電力会社とか、いわゆる異業種との連携強化も図っています。

この下期は厳しい状況にありますが、そうした政策を徹底してやることにより、売上につなげていきたいと思っています。

佐野 [M]：分かりました。ありがとうございます。私からは以上です。

阪本 [M]：ありがとうございます。では次に、三菱UFJモルガン・スタンレー証券、佐々木様、お願いいたします。

佐々木 [Q]：三菱UFJの佐々木と申します。私からも2点お願いします。

一つ目が、売価について確認をさせてください。今回公表した計画では営業利益4,000億円を据え置かれておりますけれども、従来計画と比べると価格を200億円程度引き上げられていると思います。一方、原材料の計画を見ると、90億円増額になっています。つまりインフレが鎮静化する中、前よりも値上げが難しくなると思うのですが、そうした中でもしっかりと値上げが実現できているところが利益につながっていると言えると思います。

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@scriptsasias.com

そこで質問なのですが、具体的にどのような地域で期初計画に対してしっかりと値上げができているのか。また、インフレが沈静化する中でどうやって値上げが実現できているのか、もう少し詳しくご解説いただけないでしょうか。よろしくお願いいたします。

宮住 [A]：売価施策ということで申し上げますと、昨年来値上げをしてきております。

地域ごとにいいますと、まずアメリカでは、まだインフレ基調が強いので、ある程度値上げが浸透する状況が続いております。アメリカはインフレ体質の国ということもありますので、ある程度価格浸透はしやすいという状況は変わっていないと考えております。

アメリカの先行きについて、これまでの過剰貯蓄がなくなり、購買力が落ちるといような観測も出ておりますが、他社の動向を睨みながら値上げは継続していきたいと考えております。

ヨーロッパについてもインフレが亢進しているので、投資、消費マインドの落込みにより、少し値上げがしにくい状況になってこようかとは推測しております。

日本につきましては、過去からデフレ基調の国ということもあって、なかなか値上げが浸透しにくいということがあります。機器だけでなくシステム提案をすることにより付加価値を上げて商品の差別化を図り値上げをしていくといった、そうした売価施策を徹底していく方向になろうかと思えます。

十河 [M]：それぞれの地域の事業を担当している役員が来ていますから、アジアと日本については担当役員からお答えしたいと思います。

上原 [A]：ご質問ありがとうございます。アジアの空調事業を担当しております、上原でございます。

ご指摘のとおり、アジアにおきましては、インフレではありますが、逆にインフレが影響して、どちらかというと安いものが売りやすい市場になっていると見ており、他社を含めて売価が下がるような傾向にあります。

ダイキンにおきましては、今期はインドネシアとフィリピンで売価を上げているのですけれども、それ以外の国については22年度から据え置きとしています。22年度も4月からというよりは、期の途中で値上げしておりますので、23年は売価を据え置くことで、年間の売価効果が出て、22年に比べて売価アップしているということでございます。

あと、アジアの場合はインバータ化、つまり高付加価値商品へのシフトにおいて、販売の単価を上げることが実質は値上げということになっております。アジアの状況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@scriptsasias.com



船田 [A]：日本国内の営業を担当しております、船田です。ご質問ありがとうございます。

日本につきましては、なかなか価格転嫁が難しいところがあるのですが、業務用につきましては、昨年の10月以降値上げをしております。ただ、業務用の製品といいますのは、足が長い製品が多くて、実際の値上げは年明けの23年になってからの値上げが中心になっております。現状はそれにより大体10%ぐらいのアップが業務用にできております。

それから、家庭用につきましては、毎年秋のモデルチェンジを進めておまして、そこで大体5~6%、価格アップをさせていただいております。特に円安基調もございますので、受け入れられているということだと思います。

そして、給湯のエコキュートにつきましては、この23年の3月に10%の値上げをさせていただいております。今、その拡販をしておるところでございます。

併せて、業務用では単純な機器販売ということではなくて、省エネ性の高い製品、付加価値の高い製品の構成比アップや、計装を絡めたシステム提案ということでのトータルでの価格アップを図っておる最中でございます。私からは以上でございます。

十河 [A]：ここ数年、われわれは戦略的売価施策ということを重要な施策の一つに掲げて取り組んできていますので、各地域ともライバル動向、市場動向を見ながら、その上でしっかりと売価施策を取ってきて、今回はそれを利益に結び付けられているということだと考えています。

佐々木 [Q]：2点目の質問です。在庫の状況について確認させてください。

アメリカで流通在庫が減ってきているというお話がありましたが、アメリカの市場における現在の在庫の状況について、もう少し具体的に教えていただけないでしょうか。また、グローバルでアメリカ以外の地域でも販売が厳しい状況にありますので、ヨーロッパですとか、アジア、中国などでの在庫の状況についても、可能でしたら教えていただけないでしょうか。よろしくお願いします。

宮住 [A]：アメリカのDNAの在庫の状況ということで申し上げますと、9月の段階でもまだ少し残っております。前年比で大体104%程度で、今年の4月には前年比で120%程度あったので漸減傾向にあるわけですが、在庫がはけるにはまだ少し時間を要するとは思っています。

アメリカの景気の動向と在庫状況はシンクロするわけですが、在庫水準が下がってきている傾向にあるのはアメリカ、特にDNAということです。

国内については船田が詳しいと思いますので、船田からご説明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@scriptsasias.com



中国につきましては、どうしても不動産市況が厳しいということがありますので、なかなか在庫がはけない状況が続いており、定量的な数字は手元にありませんが、在庫は少したまっているということでございます。

船田 [A]：日本国内では、家庭用の流通在庫につきましては、期初には前年比 120%ぐらいと多めにあったのですが、9 月末の段階では量販店の流通在庫も含めまして、前年比の 87%まで落ちております。それ以外の卸ルートについても前年を上回っておりますけれども、ルームエアコン全体では前年を割っているところまで、上期では流通在庫も減っております。

十河 [A]：昨年までは、むしろ戦略的に在庫を積み増すという施策で来たわけでありまして。

在庫が膨らめば金利負担も増えるものですから、在庫削減の取り組みは、今年から具体的に各地域別に目標値を定めて取り組んでいるところです。目下、その取り組みによって、通常在庫については大きく削減できていますし、旧型在庫についても計画どおり進捗しています。

ただ、戦略在庫については足元、欧州のヒートポンプ暖房と、それからアメリカの DNA の需要減があって、それに伴う減産対応が一部追いついていないこともあり、引き続き在庫削減に取り組んでいるところです。

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。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。私からは 2 点お願いいたします。

まず 1 点目、欧州のヒートポンプ暖房についてです。補助金の状況につきましては、イタリアは年内、段階的にカットしていくという話でしたので、しばらくまだ足元は厳しいのかなと思っています。

中期で見たとき、成長軌道に回復してくるシナリオ、こういったタイミングで見込めるのか。投資のところも特に変えないということでしたので、中計の成長の見方も維持されているとは思いますが、回復のタイミングやドライバーというものをどのように考えておけばいいのか、ヒントをいただければというのが 1 点目です。お願いいたします。

十河 [A]：この辺はなかなか難しい判断になると思うのですが、大きな流れとしては、来年以降ぐらいに回復基調に行くのではないかと捉えています。ただ、これは欧州経済がどうなるかということによります。今まで欧州経済を引っ張ってきたドイツが、ここに来て非常に厳しい中にあり、その要因は、中国への輸出が滞っているなどいろんな要素があると思います。

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@scriptsasias.com



いろんな要素が複雑に絡み合っているのですが、なかなかそう簡単ではないと思うのですが、欧州の大きな流れは環境規制です。環境規制については、欧州は緩めることなく、ますます規制強化の方向に入っています。2030年には、新しい燃焼暖房式はもう使えなくなるので、そういう流れの中で、中長期では大きな成長市場だと捉えています。

具体的に来年度どの程度の数字で行くかについては、今年度の下期をやり切った上で、その状況を見ながら来年の目標を定めたいと思っている、それが正直なところです。

前川 [Q]：あともう一つは、御社もそうですが、各社ヒートポンプについてはキャパシティを増やしていったらと思います。キャパシティが立ち上がって供給量が増えると、需要と供給のバランスにより価格が下がるリスクがないのか、競争リスクがないのかということもよく議論になりますが、これについての考え方を教えてください。

できるだけ早めにキャパシティが上がるほうがもしかすると有利かもしれませんので、能力増強投資も前倒しで進められるところがあれば進めていくのでしょうか。能力増強と価格競争リスクについても、今のお考えを教えてくださいいただけます。

十河 [A]：今、冷媒を使ったヒートポンプについては、チェコ等で増産を計画していますが、それは予定どおり進めていこうと考えています。それからポーランドについては、自然冷媒、いわゆるプロパン R290 を来年から立ち上げていこうと考えており、それに向けての戦略的な工場ですから、予定どおりやっけていこうと思っています。

競争は激化すると思っているのですが、一つは、ライバルよりも差別化商品、お客さんに受けるような高性能なヒートポンプ、それをどの程度のスピードで投入できるかどうかだと思います。

それから、先ほど言ったように販売網の強化です。もう一つ非常に重要な要素として、サービス網の強化があります。普通の空調と違いまして暖房の場合は、特に寒いところは、それが止まってしまうと大変なことになるので、サービス強化はライバルとの差別化の一つになります。

それから、あとは据付工事です。燃焼式の据付工事業者はたくさんヨーロッパにあるのですが、ヒートポンプを扱える工事業者はすごく多いわけではないです。これも今、戦略的備えとしてUKでは、燃焼式のサービス会社を買収し、ヒートポンプが扱えるように教育をしているところです。UKから始めました据付工事業者の教育ですが、同様にイタリア、フランス、ドイツ等々で横展開をしていこうと進めています。

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@scriptsasias.com



今、例えばヒートポンプ暖房の一式を住宅に導入するためにかかる費用を 100 とすると、据付工事費は 200 場合によっては 300 ぐらいします。このように工事費が非常に高いのが一つのポイントになっていますので、いかに省施工型のものができるかも差別性の一つだと思っています。今言ったような観点でライバルに差をつけていきたいと考えています。

前川 [Q]：2 点目ですが、各地域、米州もそうだったのですが、アプライドが今期は比較的伸びていると思っております。これは製造業やデータセンター向けの拡販ができているところなのか、もしくはこれまで若干アプライドの需要が去年は低かったので、遅れて良くなっている部分があるのか。

ソリューションも含めて、御社独自の対応も含まれていると思いますので、アプライドが各地域で伸びている背景、地域ごとに違うかもしれませんが補足いただきたいのと、その持続性、来年度に向けて、まだこの成長は持続するのか。この辺りもヒントをいただければと思います。よろしくお願いします。

十河 [A]：アプライドについては、全世界的にまだまだ伸びる市場ではないかと思っています。とりわけ今年好調なのはアメリカです。昨年も随分引き合いはあったわけでありまして、サプライヤーさんに少し調達の問題がありまして、十分に部品が調達できず、せっかくの引き合いを受注に結ばませんでした。つまり、引き合いが随分たまってたわけですね。その問題を昨年、すべて手を打って解決できましたので、今順調に伸ばすことができます。

データセンター向けには、昨年二次側のところを買収しました。熱源に加えて、われわれが強い二次側を持つことによって、ソリューションの提案力が随分強まり、データセンターもアメリカは非常に大きく受注しています。データセンターについては全部横展開できるので、それを全世界に今横展開しているところです。

工場向けも含めてカーボンニュートラルに対するニーズが非常に高まってきて、アプライドについては今のようなカーボンニュートラルに向けていけるようなソリューション提案をすることによって、まだまだ伸ばしていけるのではないかと考えています。

前川 [M]：よく分かりました。どうもありがとうございます。

宮住 [A]：1 点補足します。ヒートポンプ暖房のヨーロッパの市場の見方という先ほどのご質問をよく受けますので、いつもこういう答え方をしております。ご参考までに申し上げます。

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



ヨーロッパのヒートポンプ暖房の市場は、プロダクトライフサイクルで見ると今成長期に入っている認識をしております。成長余地の大きい市場ということでいろんなプレーヤーが今入ってきているわけです。

従って、まず投資競争になってきています。その結果として、今おっしゃったように、供給過剰で需給が緩むのではないかと、当然そういう懸念がございます。

ただ一方で、先行優位の市場と見ておりますので、まず、今の間に収益基盤をつくってシェアを取っていくことが後になって楽になる、そういう認識でおります。Carrier が Viessmann を買収したのは、まさしくそういう背景があると認識をしております。

結局投資力のないプレーヤーは淘汰されていくと見ておりますので、今、足元では成長市場に対する先行投資を各社やってきている状況だと思います。言い換えますと、収益性よりも収益基盤の強化に軸足を置く展開が、この2~3年は続くだろうと想定しております。

前川 [M]：詳細について、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。では次に、モルガン・スタンレーの井原様、お願いいたします。

井原 [Q]：1点目に、御社の在庫について、コメントいただければと思います。

コロナ前と比べて、在庫がかなり増えていると思います。もちろん為替の換算差もありますし、事業規模も拡大していらっしゃるのでも増えてくるのは分かるんですけど。

先ほどのお話だと、この在庫の中に戦略的なものとそうでないものがある、これから下げていかれるという話ですが、1~2年かけてこれぐらいに戻していこうとか、適正在庫の目標として定量的にお示しいただける水準があれば教えていただけますでしょうか。

十河 [A]：2023年3月末で、金額ベースでいうと9,900億円ぐらいの在庫があります。これを、今年度中に1,000億円程度引き下げたいと考えています。いわゆる通常在庫、旧型在庫です。戦略在庫についても、一部削減すべく、今取り組んでいるところです。

通常在庫の削減と合わせて、各部門には、戦略在庫へのメス入れを指示しています。戦略在庫の名のもとに持ち過ぎない、オンデマンドで確実に売っていく。差別性をもって、ライバルより良いものをどう売っていけるかという、そういうこととの兼ね合いで、在庫をどう抱えるかを考えなければならぬと思っています。

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



あとは、リードタイムをどこまで短縮できるかも重要です。中長期的な取り組みとしては、今、SCMの改革を進めています。出荷ベースではなしに、実販ベースのデータに基づいて、そこから調達、生産し、物流に流せるようなシステムづくりを進めているところです。そういったものも活かしながら、この在庫をどう減らすかということに取り組んでいます。

井原 [Q]：この1,000億円削減のターゲットに対して、上期の段階で大体どれくらい進捗されているかというイメージはございますか。

十河 [A]：足元では、まだそんなに削減はできておりません。上期で取り組みを進めてきて、下期から確実に減らしていこうという、そういう計画です。

井原 [Q]：在庫削減に伴う稼働の低下影響は、増減分析でいうと拡販の中に織り込んでいるという理解で大丈夫でしょうか。

宮住 [A]：はい。

井原 [Q]：2点目に、原材料影響の見通しについて教えてください。銅やアルミ、鉄については、年間の対前年比の影響で見るとプラスに転じてきていると思うのですが、樹脂他のところだけがまだ550億円という、かなりマイナスの数字を見込んでいらっしゃるかと思います。恐らく半導体ですとか、電子部品等も入っていらっしゃるかと思うのですが、樹脂他についても、他の材料と同じように、今後プラスに戻していけるのか、それとも簡単にはプラスに持って行けそうにないのか。550億円のマイナス影響はかなり大きいので、この辺りの見方について教えていただけませんかでしょうか。

宮住 [A]：そこは少し不透明な状況というのが正直なところでございます。

十河 [A]：銅、アルミについては、確実に軟化効果を取り込んでこられたと思っています。

一方で、ガス、オイル、それに関連するような樹脂製品というものの価格が想定以上に上がってきているということで、これに対してどういう手を打っていくべきかについて、施策を具体的に詰めているところです。

井原 [M]：分かりました。ご説明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。では次に、UBS証券の水野様、お願いいたします。

水野 [Q]：UBSの水野と申します。二つお願いします。

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



今期から来期の北米の利益率に関して考えたいので、お伺いします。一つが、値上げのところですが、特に伺いたいのが、北米における冷媒シフトのインパクトです。ここに対応する方針ですか、そこでの値上げの効果をコメントする空調機器企業が増えているように感じます。

R32 がこれから普及していくと思うのですが、それが御社の今期から来期にかけての値上げ、規模の拡大、しいては収益の改善につながるきっかけになり得るのか。具体的には、競争優位性が高い製品の拡販ということで直接的な効果があるかもしれませんし、間接的にも、例えば R32 を使う企業が増えていった場合に、サプライチェーンが現地で構築されていって、調達コストが下がるなど、ビジネスがしやすくなるといったことはあるか。

冷媒という観点で、今期、来期にかけて北米の収益性にインパクトがあるか、ご意見があれば教えてください。お願いします。

十河 [M]：冷媒の規制の北米の動向については、平賀から答えます。

平賀 [A]：冷媒規制ですけれども、まだ先行き不透明なところがあり、今は地域にもよるのですけれども、GWP750 が一つのボーダーになっています。これからどんどん削減されていくという中で、われわれがいかにか GWP750 のものを継続していけるのか、また自然冷媒など他のものを検討しなければならないのかとなっていきます。

われわれとしては、GWP の規制値が 750 である期間、R32 の良いところを訴求し、普及させていくという考えであります。

十河 [A]：もう少し明解にお答えしますと、2025 年からは冷媒の GWP 規制値は 750 になります。従って、今は米国市場では主に 410A を使っていますけれども、410A は使えないということになるので、R32 に開発を全て切り替えているところです。25 年までに全て R32 に切り替えて、商品を出していこうというとしています。

当然 R32 に切り替えると開発費用や投資もかかるものですから、それについては当然売価等々で跳ね返していこうということです。

それからもう一つは、ライバルの動向です。われわれは R32 について仲間づくりのためにいろんな活動をやっていきますけれども、なかなかそうはいかないところもあります。むしろライバルは GWP 規制値 500 を意識して、冷媒としては 454B を推進しているところもあります。

ただ、R32 は単一冷媒ですから、回収、再利用も含めたトータルコストでいうと、非常にいい冷媒なので、そういった点を業界や関連環境団体にも説明し、R32 を長く使えるようにといった活動もしているところです。

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@scriptsasias.com



水野 [Q]：もう一つが、これも北米のところでの収益に関連してくるところですが。販売チャネルの戦略に関して、フォローアップをお願いいたします。

まず、数字の確認ですが、今日もコメントがありました自前ルート、それに対してマルチブランドを持っている販売店、その二つの販売チャネルの比率は、社内でどのように数字を把握しているのかを教えてください。

その上で確認したいのが、3カ月前はマルチブランドの販売チャネルで厳しい競争環境があったというのが決算後の取材でお伺いしていますが、状況が改善したのかという点です。

自前の販売チャネルに関して、今回、増収、ミックスの改善の中でもそこが効いてきているということだと思うのですが、Fitの拡販などが今後進んでいったときに、高付加価値製品の販売が増え、自前ルートでお客さんに御社の製品をアピールして拡販を進めていく、そうなったときに必然的に自前ルートの比率が高くなって、収益性の改善にもつながる、そういうシナリオは描けるのかヒントをください。お願いします。

十河 [A]：ざっくりとした数字ですが、自前卸が60%で、他人卸といいますか、独立卸が40%ぐらいの比率になっています。当然、自前卸は、われわれの販売戦略も理解し、そういった方針に沿ってやっていますので、利益率の高いところでやってくれていることになります。

一方で、他人卸は売しやすいものを売ってしまい、どうしても売価の安いものが多くなるという傾向もあるのですが。しかしながら、必ずしもそうではない傾向になってきています。

先般、アメリカの大手の卸の方とも話をしましたが、彼らも、これからの時代は差別性のあるものが欲しいということで、いわゆる環境プレミアム商品を扱ってもっと伸ばしたい、そうすることが卸にとっても利益の向上にもなるということを書いていました。

われわれは、Fitについてはプレミアムゾーンだけでなく、Goodmanブランド、いわゆる普及ゾーンにも展開しようとしています。彼らはもっとこれらを扱って売っていきたいという状況です。

われわれはアメリカ市場において、インバータ、ヒートポンプ、それから低GWPといった環境商品の市場をどんどんこれからつくっていきこうとしています。今言ったように、自前卸も他人卸、独立卸も、そういう傾向の中で自分たちも伸ばしていきたいということになっている中、いかに戦略を具体的施策に落とし込んで、スピードを上げてやるかが重要だと考えています。

水野 [M]：ご丁寧なご説明ありがとうございました。またお願いします。

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

阪本 [M]：ありがとうございました。では、残りお時間が限りございますので、申し訳ございませんが、あとお二方のみで終了させていただきます。ジェフリーズ証券の福原様、お願いいたします。

福原 [Q]：ジェフリーズの福原です。質問二つございます。

1 点目、御社のマーケットシェアのことについてです。先ほど、欧州ではヒートポンプのシェア目標が 2 割ぐらいだが、足元 15% というコメントがありました。気になっているのは、どこがシェアを取っていますでしょうか。

それから、先行優位というコメントもあったのですが、今後、シェアを挽回する方法として、どういったことが考えられますでしょうか。よろしくをお願いします。

宮住 [A]：ヒートポンプ暖房給湯市場、足元としては大体さっき 15% から 20% の間と申し上げました。大体 17% 近辺というのが足元の状況です。当面 20% を目標にシェアを拡大していくということとあります。

先ほど申し上げましたとおり、今、欧州のヒートポンプ暖房給湯市場は少し踊り場にあり、その理由は先ほど申し上げた二つが要因です。ここからまだ積極投資していくことで、当然シェアを取りに行きます。

欧州のヒートポンプ暖房でいうと、主戦場はドイツでございますので、ドイツで販売の基盤を固めていくことが非常に重要になると考えています。当然ドイツの燃焼系の暖房メーカーが非常に強いチャンネルを持っているので、当社としても、燃焼暖房系の販売チャンネルを取っていくことが、これからの成長に向けてのドライバーになるとは考えております。

十河 [A]：今、宮住が答えましたが、私は、シェアだけ取りに行くな、売価を下げるなど言っています。売価をちゃんと維持して利益も上げながら、その中でシェアをどう上げていくか。これはヨーロッパのヒートポンプ暖房だけではなく、ここ数年全拠点に対して方針として出していることです。ですから、戦略的売価施策と拡販、シェアアップ、この両方を重点施策として打ち出してやっているところです。

今、ヨーロッパのヒートポンプのシェアについて、足元は 17% ぐらいですけど、20% 強に挑戦していいのではないかと。そのためには、先ほど申し上げたように、ドイツ、フランス等々での販売店開発、販売網をいかにもう一段と強くするか、それから 1 店当たりの販売量、いわゆる ISS をどう増やしていけるか。そのためには販売店への他にないような販促支援も重要な施策だと思います。

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@scriptsasias.com



それから、われわれの強みである空調店で、暖房をもっと扱えるように強化していく等々の取り組みでシェアアップを図ろうとしています。当然、差別化商品のスピードのある開発投入も、その施策の一つです。

福原 [Q]：2点目の質問です、今度は中国になります。今回、中国の年間売上計画を前回の102%から今期101%にされています。小さい修正ではございますけれども、修正された理由のニュアンスとしては、環境が厳しくなっていることがメッセージなのか、それとも、ただ単に精査した結果だけなのか。

それと、先ほど上期、住宅用マルチが106%だったのですが、こちらの年間の計画はございますでしょうか。

十河 [A]：中国は、いわゆる不動産市場は非常に低迷していて、非常に厳しい市場にあることは皆さんもご存じのとおりだと思います。いつになったら不動産市場は良くなるかは、今、なかなか見通せません。誰が思うにも不動産市場は今のままで行けば、まだまだこの低迷は続くのではないかという見方になると思います。

そのような状況の中で、われわれが先ほどから申し上げている、オンライン、オフラインを活用した販売、住宅マルチの新商品の投入、それから Daikin Care サービスという新しい住宅マルチのシステム商品の取り組みを今日説明しましたけど、それらの取り組みの結果、この上期も厳しい中売上と利益を達成しましたし、下期も同様にそういった厳しさの中、高収益を維持していくところがあります。今後ともそういった取り組みを着実にやっていきたい。

来年については、現段階ではなかなかまだ見通せないのが正直な状況です。

宮住 [A]：数字を少し申し上げます。住宅マルチの年間売上ですが、大体102%から105%で計画をしております。

福原 [M]：分かりました。ありがとうございます。以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、最後の質問者様とさせていただきます。シティグループ証券のマクドナルド様、お願いいたします。

マクドナルド [Q]：時間の関係で、簡単に。

一つは、今日のヒートポンプの暖房市場の話がありましたが、数週間前に現地のコンサルタントと話して、供給過剰の心配もあるし、新規参入シェアもあるし、御社だけではなく他のメーカーも設

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



備投資の計画を修正しないというところですので。結局、売価の動向を考えると、もしかしたら5年以内に40%ぐらい下落するのではないですか。

結局、消費者のマインドも結構へこんでいまして、カーボンニュートラルや脱炭素という話いろいろあるのですが、安いもののほうがいいのではないですか。そうすると、ダイキンはどのようにして売価施策を維持するのか、コメントをいただけますか。

現地では値崩れのリスクを相当気にしていますので、社長が売価を維持したいとおっしゃっていますが、本当は無理ではないですかと思っているのですが、いかがですか。

十河 [A]：おっしゃるとおりで、いかに顧客に価値を認めてもらえるような商品を出せるかどうかということが重要だと思います。高性能で省電力にもつながるといって、そういうものをライバルより先んじて出せるかどうか、われわれはそういう商品開発を今までしてきました。

今度はベルギーのゲントにR&Dセンターをつくっています。実験棟は既にできましたけど、全ての研究開発の建物が完成するのは来年です。そうした構えで、さらなる差別化商品を生み出していけると考えています。当然、開発技術の人材力等の強化もやっているところでして、これはかなりライバルよりも強い構えだと思っていますし、さらにもう一段と差別化商品が生み出していけるのではないかというのが、1点目です。

2点目は、これも先ほど一部申し上げたかと思うのですが、商品よりも工事代のほうが高いのでこの工事代をいかに下げていけるかどうかです。われわれは自ら燃焼式の暖房工事を行っている店を買収し、これをヒートポンプ暖房の扱える店にして、いかに安い省施工も含めたものに展開できるかどうか、この辺りも重要な観点ではないかと思っています。まずは今、UKから取り組んでいますが、同時にドイツ、フランス等々で、この買収を仕掛けて同時にスピードを持って横展開していくことが重要だと思います。

そういった取り組みによって、ある程度の価格を維持しながらシェアアップを図っていけるのではないかと思っています。

マクドナルド [Q]：話を聞くと、空調店で働いている人たちは、そう簡単に空調からヒートポンプに据え付けできないと言われて、もっとモジュール生産、設計変更などもっと構造を変えないといけなくと言われていきます。ヨーロッパで一つのネックなのは、据付工事業者そのものが足りていません。御社だけではなくて、業界全体にこの辺がもうちょっと力を入れられないといけなくと思います。

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@scriptsasias.com

十河 [A]：おっしゃるとおりで、業界全体として、他社もそういう取り組みを行っています。特に
燃焼暖房のメーカーが今、燃焼暖房からヒートポンプ暖房に事業構造を切り替えようとしています
けれども、彼らもそこが大きな課題だと思っていて、そういう取り組みをやろうとしているわけ
です。

ただ、うちはライバルのそういう動きに対して一歩先んじた取り組みをどこまでやれるかどうかと
いうことで、今取り組んでいるとご理解いただきたいと思います。

マクドナルド [Q]：イギリス政府もカーボンニュートラルの戦略が後ろ倒しにしようとする動きも
あります。イギリスでそんなに長期的な期待はしないほうがいいと思います。

十河 [A]：システムとしては結構いいシステムなので、一度お使いいただけたらと思います。よろ
しく検討をお願いします。

マクドナルド [Q]：最後に一つだけ。諫山さんの質問で、アメリカの利益率の話がありました。
DNA の上半期が 11.5%、では米州全体の上半期の実績はいくらですか。また、去年の DNA の利益
率が確か 11%から 12%ぐらいと聞いたので、前年に比べると DNA の利益率はあまり変わっていな
いという認識ですが、いかがですか。

宮住 [A]：米州全体には DNA と DAA に加えて、フィルタや中南米の数字も入ってきますので、そ
こはなかなか二桁に行きにくいのが足元の状況です。この傾向は多分もう少し続くと思っていま
す。

DNA だけで言いますと、昨年大体 11%から 12%と言っておりましたけれども、流通在庫の問題等
もありまして、少しマージンが下押しされています。米州全体で 25 年には 10%というラインは目
指していきたいと考えております。

十河 [A]：今、足元米州全体で 7%弱ぐらいだと思います。

DAA の収益が少し向上していますけれども、前から申しているように、まだまだそこはちょっと時
間がかかる問題で、これからメキシコ工場での生産等がプラスに寄与してくると思います。あとソ
リューション比率も、今年目標は 40%ぐらいですけど、上期は 36~37%ぐらいまで来ていると
思います。これを年間で 40%ぐらいに持っていくことによって、ソリューション比率が上がれば
収益は上がりますから、25 年に 10%は確実にやっていけると考えて取り組んでいます。

マクドナルド [M]：分かりました。今日はありがとうございました。

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



阪本 [M]：ありがとうございました。では、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、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

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、すべて利用者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利用者が被った損害、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

