



2020年3月期 第1四半期
決算説明資料

2019年8月6日

ダイキン工業株式会社

■第1四半期決算概要

過去最高の売上高・営業利益を更新。

空調事業は、日本・米州・欧州・アジアで販売を拡大。景気が減速する中国でも、市場の変化に対応した品揃えの強化により、現地通貨ベースで増収増益となった。

化学事業は、情報通信分野で販売を拡大したが、半導体・自動車市場の減速影響により、売上高は前年度を下回った。

為替のマイナス影響を受けるなか、トータルコストダウンの推進、売価施策の徹底により、収益を確保。

引き続き成長投資を実行しながら、事業環境の変化に機動的に対応し、通期計画を上回る業績の達成をめざす。

(億円)	1Q実績(4-6月)		
	2018年度	2019年度	前年度比
売上高	6,568	6,813	104%
営業利益	831	896	108%
(利益率)	(12.7%)	(13.2%)	
経常利益	855	898	105%
(利益率)	(13.0%)	(13.2%)	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	596	631	106%
(利益率)	(9.1%)	(9.3%)	

USD/円	¥109	¥110
ユーロ/円	¥130	¥123
中国元/円	¥17.1	¥16.1

2019年度計画			
上期	前年度比	年間	前年度比
13,900	107%	26,700	108%
1,640	102%	2,850	103%
(11.8%)		(10.7%)	
1,640	101%	2,850	103%
(11.8%)		(10.7%)	
1,140	101%	1,930	102%
(8.2%)		(7.2%)	

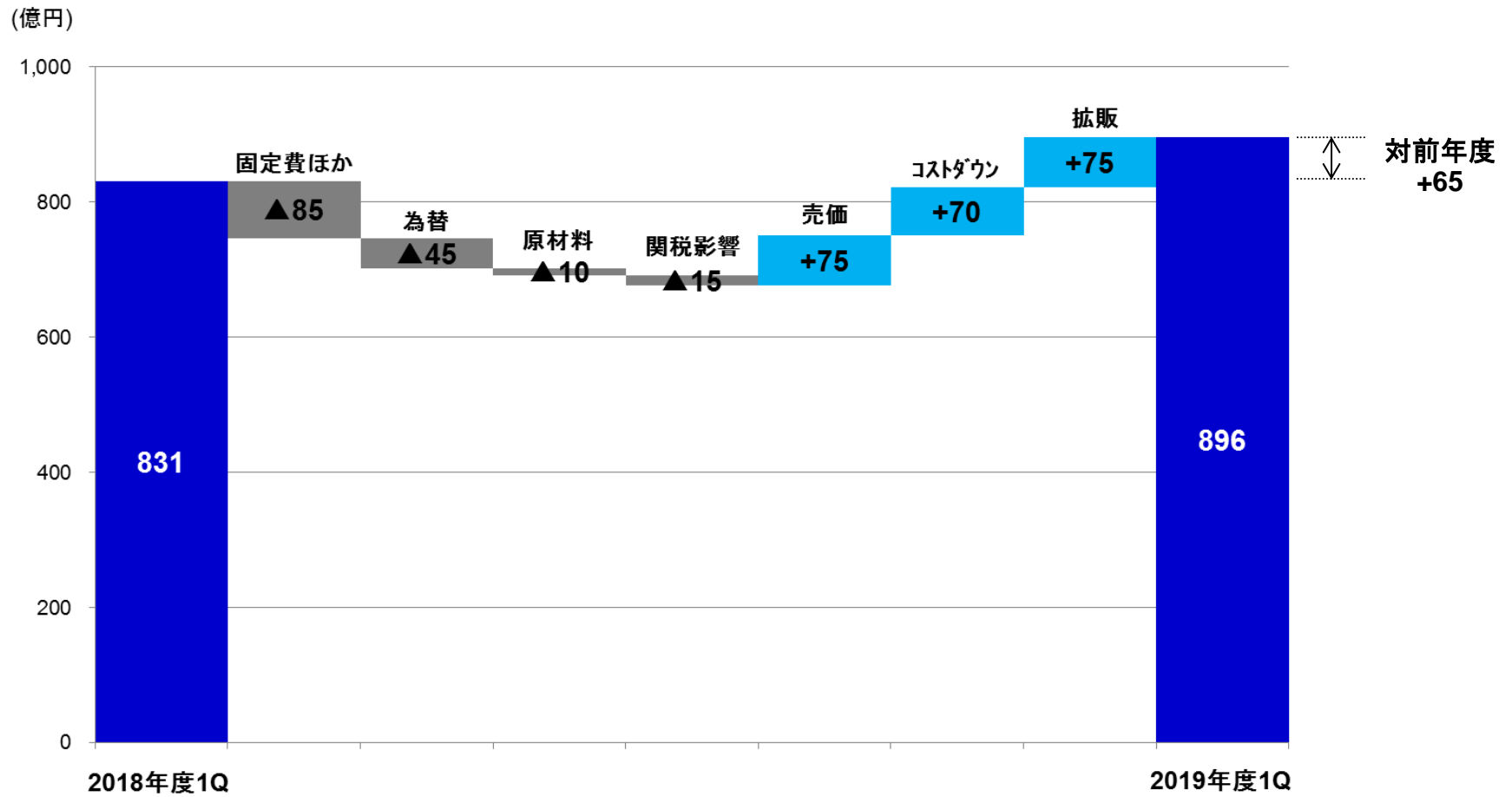
○為替影響(対前年度)
 売上高 ▲155億円
 営業利益 ▲45億円

¥108
¥125
¥16.2

(億円)		1Q実績(4-6月)		
		2018年度	2019年度	前年度比
全社	売上高	6,568	6,813	104%
	営業利益 (利益率)	831 (12.7%)	896 (13.2%)	108%
空調	売上高	5,951	6,253	105%
	営業利益 (利益率)	741 (12.4%)	825 (13.2%)	111%
化学	売上高	501	443	88%
	営業利益 (利益率)	80 (15.9%)	63 (14.2%)	79%
その他	売上高	116	118	101%
	営業利益 (利益率)	11 (9.3%)	8 (7.0%)	76%

年間計画	
2019年度	前年度比
26,700	108%
2,850 (10.7%)	103%
23,970	108%
2,460 (10.3%)	104%
2,100	105%
330 (15.7%)	101%
630	108%
60 (9.5%)	99%

■ 営業利益増減分析



■地域別売上高の推移-空調事業

※冷凍・冷蔵機事業、フィルタ事業含む

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2015年度1Q		2016年度1Q		2017年度1Q		2018年度1Q		2019年度1Q		2019年度計画	
	日本	97%	947	104%	989	106%	1,051	108%	1,136	112%	1,274	104%
ヨーロッパ	94%	576	121%	698	103%	717	122%	874	107%	938	117%	3,900
中国	108%	1,031	89%	918	115%	1,057	110%	1,167	96%	1,124	99%	3,400
米州	118%	1,381	97%	1,337	115%	1,540	110%	1,690	107%	1,807	110%	7,100
アジア	115%	656	109%	714	100%	711	109%	775	107%	828	112%	3,150
オセアニア	108%	102	117%	120	122%	147	125%	183	92%	169	102%	800
中近東	129%	120	102%	122	94%	115	92%	106	91%	97	100%	530
アフリカ	99%	22	75%	16	103%	17	116%	19	82%	16	100%	90
計	108%	4,835	102%	4,915	109%	5,354	111%	5,951	105%	6,253	108%	23,970
海外売上高比		80%		80%		80%		81%		80%		79%
USドル/円		¥121		¥108		¥111		¥109		¥110		¥108
ユーロ/円		¥134		¥122		¥122		¥130		¥123		¥125
中国元/円		¥19.6		¥16.5		¥16.2		¥17.1		¥16.1		¥16.2

■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)	2015年度1Q		2016年度1Q		2017年度1Q		2018年度1Q		2019年度1Q		2019年度計画	
	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高
日本	106%	93	97%	90	119%	107	115%	123	103%	126	103%	570
米州	122%	98	84%	83	129%	107	106%	113	95%	108	101%	475
中国	114%	74	108%	80	110%	88	111%	98	90%	88	108%	390
アジア	125%	40	90%	36	140%	50	123%	61	87%	53	107%	290
ヨーロッパ	149%	56	106%	59	100%	59	171%	102	63%	64	111%	375
その他	105%	2	133%	2	132%	3	152%	4	81%	3	—	—
計	119%	362	97%	350	118%	414	121%	501	88%	443	105%	2,100
海外売上高比		74%		74%		74%		75%		71%		73%
USドル/円		¥121		¥108		¥111		¥109		¥110		¥108
ユーロ/円		¥134		¥122		¥122		¥130		¥123		¥125
中国元/円		¥19.6		¥16.5		¥16.2		¥17.1		¥16.1		¥16.2

日本

住宅用の業界需要は、4-5月の気温上昇もあり、省エネ商品への買い替えが進み、前年度を上回った。

業務用の業界需要は、堅調な設備投資に加え、学校空調の特需もあり、前年度を大きく上回った。

当社は、住宅用・業務用ともに、徹底した売価施策と販売拡大を両立。

住宅用は、AI技術を活用して自動運転を行う『うるさら7』やデザイン性と機能性を追求した『risora』など、高付加価値商品を拡販。

業務用は、『FIVE STAR ZEAS』や『Eco-ZEAS』に加え、屋外での暑さ対策に有用な『アウタータワー』など、差別化商品の販売を強化するとともに、学校空調需要にも対応。収益性を重視した販売戦略により、業界の伸びは下回った。

アプライドは、R32機をはじめとする高付加価値商品の販売を拡大。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1Q 実績
住宅用	業界	113%
	当社	114%
業務用	業界	124%
	当社	112%
アプライド	業界	111%
	当社	112%

※アプライドは売上高ベース

米州

個人消費が景気拡大を牽引し、需要は堅調に推移。販売網の強化や売価施策、サービス事業の拡大に取り組み、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- 住宅用ユニタリーは、流通在庫が高水準で推移したことで、販売は前年度を下回った。米国南部地域での販売は堅調であったが、米国北西部やカナダでは天候不順もあり、好天に恵まれた前年度を下回った。
- ダクトレスは、RA/SKYで、最大市場である北東部を中心に住宅用市場で販売を拡大。VRVでは、ユーザーダイレクトの営業活動を強化。
- アプライドは、商品ラインアップの拡充による機器の拡販に加え、サービス事業も拡大。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1Q 実績
住宅用ユニタリー		96%
ダクトレス	RA/SKY	110%
	VRV	112%
アプライド		107%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン

※VRV・・・業務用マルチエアコン

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

中国

米中貿易摩擦による景気減速や政府の新築住宅抑制策により、厳しい市場環境が続くなか、市場の変化に対応した品揃えの強化や地方都市での拡販を推進。原材料市況の軟化効果を取り込むとともに、固定費削減や内作化・自動化などのコストダウンに努め、現地通貨ベースで増収増益となった。

- 住宅用市場では、成長が見込める地方都市に販売資源をシフトし、独自専売店「プロショップ」を拡充。中高級住宅向け「ニューライフマルチシリーズ」に加え、一般住宅向けの商品ラインアップを拡充し、販売を伸ばした。
- 業務用市場では、新築の大型物件の需要が減少するなか、飲食店などの店舗物件やリニューアル物件の堅調な需要を獲得。成熟市場である大都市では、インターネットを活用して顧客と繋がる「インテリジェントVRV」で更新需要を捉え、販売を拡大。
- アプライド市場では、データセンター向けなど、需要が拡大する分野での提案営業を推進。チラーを中心とした機器の拡販に加え、サービス事業でも販売を拡大。

〈市場別販売状況(現地通貨売上高ベース)〉

(前年度比)	1Q 実績
住宅用※	104%
業務用	100%
アプライド	102%

※住宅用マルチエアコン含む

欧州・中近東・アフリカ

欧州で、堅調な個人消費を背景に、環境対応商品の販売が好調に推移。トルコの通貨安による影響をカバーし、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- 住宅用は、イタリア・スペインで4-5月に天候不順の影響を受けたが、フランス・イギリスを中心に、R32機など高付加価値商品を拡販。
- 業務用は、SKYのR32機やVRVの省冷媒機種の販売を拡大。
- 暖房事業は、R32を採用したヒートポンプ式温水暖房機器の品揃えを強化し、販売を大きく伸ばした。
- アプライドは、他社に先駆けて市場投入したR32を採用したチラーの販売が伸長。最大市場である中東やドイツを中心に、販売を大きく伸ばした。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1Q 実績
住宅用(RA)		101%
業務用	SKY	100%
	VRV	102%
暖房		124%
アプライド		115%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン

※VRV・・・業務用マルチエアコン

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

アジア・オセアニア

各国で大都市から地方都市まで販売網を拡大。サービス体制の強化、営業人員の拡充に取り組み、売上高は前年度を上回った。

- 住宅用は、タイ・ベトナムを中心に冷専インバータ機など差別化商品を拡販。インドでも、地方都市での販売網構築を加速し、販売を大きく伸ばした。
- 業務用は、販売店の育成に注力するとともに、スペックイン活動を強化。ベトナム・マレーシア・インドを中心に各国で販売を伸ばした。
- アプライドは、保守・メンテナンスなどサービス事業の拡大により販売を大きく伸ばした。

■売上高上位国の前年度比(現地通貨ベース)

インド:117% ベトナム:107% タイ:115%
マレーシア:109% インドネシア:106%
オーストラリア:97%

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1Q 実績
住宅用(RA)		109%
業務用	SKY	106%
	VRV	107%
アプライド		138%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン

※VRV・・・業務用マルチエアコン

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

半導体・自動車市場の需要減少や、前年度の欧州での冷媒ガスの価格高騰の反動により、対前年度で減収となった。

- フルオロカーボンガスは、前年度の旺盛な需要の反動を受けた欧州で、流通在庫の滞留に伴い販売が減少し、売上高は前年度を下回った。
- 樹脂・ゴム
 - ーフッ素樹脂は、米国でLANケーブル向け、アジア・欧州で汎用電線や家電電線向けに販売を伸ばしたが、世界的な半導体関連の需要減少により、売上高は前年度を下回った。
 - ーフッ素ゴムは、米国・欧州・中国の自動車市場で需要減少の影響を受けた。
- 化成品は、半導体市場の需要減少により、エッチングガスの販売が減少。表面防汚コーティング剤『オプツール』も販売が減少。撥水撥油剤は、アジアで販売が好調であったが、その他の地域で販売が減少。化成品全体の売上高は前年度を下回った。

〈製品別販売状況(売上高ベース)〉

(前年度比)	1Q 実績
全フッ素化学品	88%
ガス	77%
樹脂・ゴム	93%
化成品ほか	87%

エアフィルタは、主力の米国・欧州での販売減により、売上高は前年度を下回った。P&I※では、厳しい需要環境が続くなか、アフターサービス事業の拡大を中心に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



予測に関する注意事項

本資料は情報提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。本資料(業績計画を含む)は、現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその確実性・完全性に関する責任を負いません。ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願い致します。本資料の見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断により生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。