



2020年3月期 決算説明資料

2020年5月13日

ダイキン工業株式会社

I . 2020年3月期決算概要	P. 3
II . 2021年3月期業績計画	P. 8
III . 事業/地域別概況	P. 13
IV . 株主還元	P. 21
《補足データ》	

I .2020年3月期決算概要 ■ 全社実績



第3四半期までは、日本・米国での暖冬による需要減や半導体市場の回復遅れ、為替のマイナス影響の拡大など、厳しい事業環境にあるなか、通期計画に対して順調に進捗。第4四半期に入り、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により経済活動が止まり、販売面での影響を受け、通期業績は増収減益となった。空調事業は、各地域で高付加価値商品の拡販に努めたが、中国での新型コロナウイルスの感染拡大による影響が大きく、増収減益となった。化学事業は、半導体・自動車市場の需要減の影響により、減収減益となった。

(億円)	2018年度	2019年度		前年度比
	実績	計画	実績	
売上高	24,811	26,100	25,503	103%
営業利益 (利益率)	2,763 (11.1%)	2,850 (10.9%)	2,655 (10.4%)	96%
経常利益 (利益率)	2,771 (11.2%)	2,850 (10.9%)	2,690 (10.5%)	97%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	1,890 (7.6%)	1,950 (7.5%)	1,707 (6.7%)	90%

USドル/円	¥111	¥109	¥109
ユーロ/円	¥128	¥121	¥121
中国元/円	¥16.5	¥15.5	¥15.6

■ 為替影響(対前年度)

売上高	▲750億円
営業利益	▲200億円

■ 主な経営指標

	2018年度	2019年度
ROA	7.3%	6.4%
ROE	13.9%	12.0%
FCF	▲98億円	1,256億円

※連結子会社のフランダース社ののれんおよび顧客関連資産について236億円の減損損失を計上しています。

■ 事業セグメント別実績

(億円)		2018年度	2019年度		
		実績	計画	実績	前年度比
全社	売上高	24,811	26,100	25,503	103%
	営業利益 (利益率)	2,763 (11.1%)	2,850 (10.9%)	2,655 (10.4%)	96%
空調	売上高	22,222	23,530	23,091	104%
	営業利益 (利益率)	2,376 (10.7%)	2,490 (10.6%)	2,362 (10.2%)	99%
化学	売上高	2,008	1,940	1,799	90%
	営業利益 (利益率)	325 (16.2%)	300 (15.5%)	238 (13.2%)	73%
その他	売上高	581	630	613	105%
	営業利益 (利益率)	61 (10.4%)	60 (9.5%)	55 (9.0%)	91%

■ 連結損益計算書

(億円)	2018年度	2019年度	利益影響額
	108	103	
売上高	24,811	25,503	+692
売上原価	16,122 (65.0%)	16,654 (65.3%)	▲532
粗利益	8,689 (35.0%)	8,849 (34.7%)	+160
販売費及び一般管理費	5,927 (23.9%)	6,194 (24.3%)	※1 ▲267
営業利益	2,763 (11.1%)	2,655 (10.4%)	▲107
営業外損益	+8	+35	※2 +27
経常利益	2,771 (11.2%)	2,690 (10.5%)	▲80
特別損益	▲18	※3 ▲128	▲111
税金等調整前当期純利益	2,753 (11.1%)	2,562 (10.0%)	▲191
法人税等	796	790	+7
税負担率	28.9%	30.8%	
非支配株主に帰属する 当期純利益	66	65	+2
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,890 (7.6%)	1,707 (6.7%)	▲183

※1 販管費の主な増減内訳

労務費	▲159
のれん償却費	▲37
研究開発費	▲17
サービス費	▲7
製品発送費	▲3

※2 営業外損益の主な増減内訳

受取利息	+9 (+71→+80)
補助金収入	+7 (+26→+32)

※3 特別損益の主な内訳

投資有価証券 売却益	+108
減損損失	▲236

()内は対売上高比率

■ 連結貸借対照表

(億円)	2019/3月末	2020/3月末	増減
手元資金	3,678	3,708	+30
売上債権	<u>66日</u> 4,478	<u>63日</u> 4,408	▲71
棚卸資産	<u>64日</u> 4,364	<u>62日</u> 4,338	▲26
固定資産	11,011	11,226	+215
投資有価証券	2,050	1,573	▲476
その他	1,429	1,422	▲7
資産合計	27,009	26,675	▲334

	2019/3月末	2020/3月末	増減
仕入債務	2,045	1,898	▲147
有利子負債	5,856	5,538	▲318
(有利子負債比率)	(21.7%)	(20.8%)	
その他	4,639	4,613	▲26
負債計	12,540	12,049	▲491
自己資本計	14,161	14,350	+189
(自己資本比率)	(52.4%)	(53.8%)	
新株予約権	17	19	+2
非支配株主持分	291	257	▲33
純資産計	14,468	14,626	+157
負債・純資産計	27,009	26,675	▲334

有利子負債の明細

	2019/3月末	2020/3月末	増減
短期借入金	1,361	489	▲871
CP	100	0	▲100
社債	1,100	900	▲200
長期借入金	3,184	3,391	+207
リース債務	112	758	+646
合計	5,856	5,538	▲318

※2019年度第1四半期から、海外子会社で新リース基準(IFRS16)を適用した影響により、有形固定資産及びリース債務が増加しています。

■ 営業利益増減分析 - 実績の対前年度比

(億円)

2,800

2,700

2,600

2,500

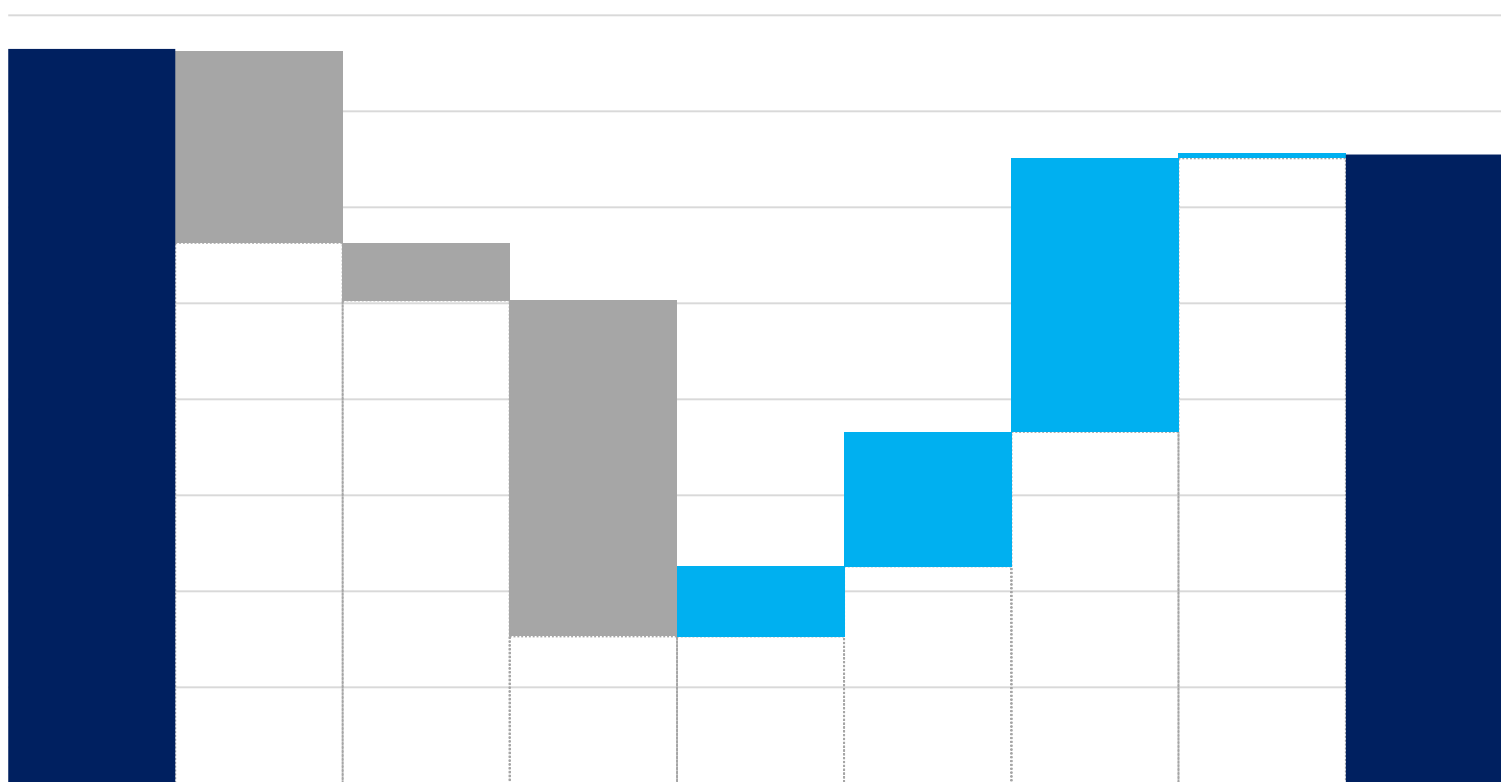
2,400

2,300

2,200

2,100

2,000



	2018年度 実績	為替	関税	固定費ほか	拡販	売価	コストダウン	原材料	2019年度 実績
計	2,763	▲200	▲60	▲350	+73	+140	+285	+5	2,655
空調	2,376	▲187	▲60	▲322	+148	+165	+266	▲25	2,362
化学	325	▲13	—	▲25	▲69	▲25	+15	+30	238
その他	61	—	—	▲3	▲6	—	+4	—	55
計画	2,763	▲215	▲60	▲390	+302	+160	+290	—	2,850

Ⅱ.2021年3月期業績計画 ■ 全社業績計画



新型コロナウイルスの影響を見通すことは困難。あらゆるケースを想定し、守りと攻めの両面の施策を用意。状況に応じた柔軟な対応を行い、経営計画も1ヶ月、2ヶ月単位で、都度、見直していく。

新型コロナウイルスの影響の極小化に向け、地域・事業・商品別にきめ細かく対策を講じていく。販売力・営業力強化によるシェアアップ、高付加価値商品・差別化新商品の投入、売価施策の徹底、固定費圧縮を含むトータルコストダウンをより一層推進する。また、収束後を見据え、空気質・換気への関心の高まりを捉え、新商品開発やソリューション提案をグローバルに展開。

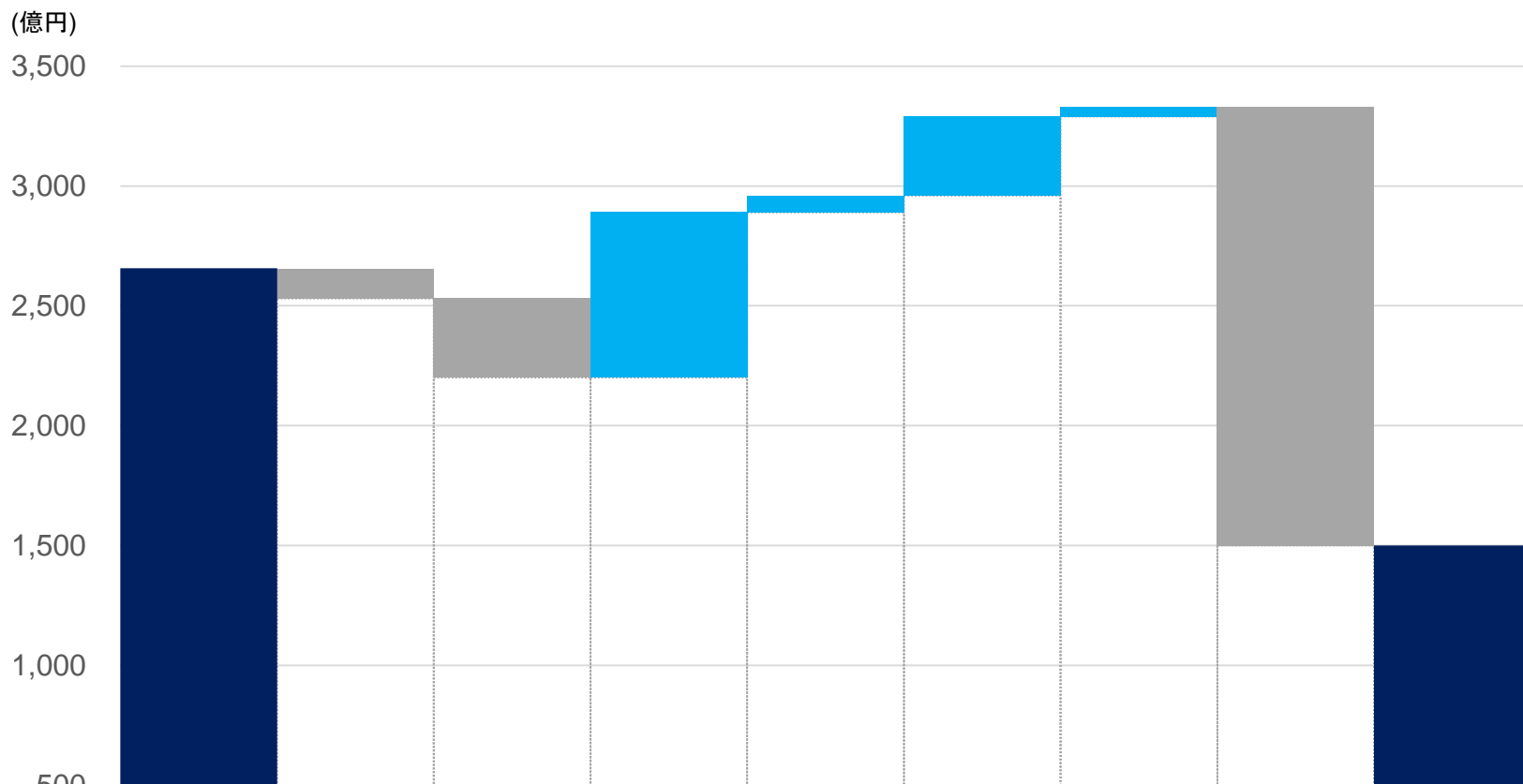
(億円)	2019年度実績			2020年度計画					
	上期	下期	年間	上期	前年度比	下期	前年度比	年間	前年度比
売上高	13,542	11,961	25,503	10,700	79%	12,600	105%	23,300	91%
営業利益 (利益率)	1,683 (12.4%)	972 (8.1%)	2,655 (10.4%)	400 (3.7%)	24%	1,100 (8.7%)	113%	1,500 (6.4%)	56%
経常利益 (利益率)	1,701 (12.6%)	990 (8.3%)	2,690 (10.5%)	400 (3.7%)	24%	1,100 (8.7%)	111%	1,500 (6.4%)	56%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	1,185 (8.8%)	522 (4.4%)	1,707 (6.7%)	230 (2.1%)	19%	770 (6.1%)	147%	1,000 (4.3%)	59%
USドル/円	¥109	¥108	¥109					¥108	
ユーロ/円	¥121	¥121	¥121					¥120	
中国元/円	¥15.7	¥15.5	¥15.6					¥15.7	

○為替影響(対前年度)

売上高 ▲360億円
営業利益 ▲125億円

(億円)		2019年度	2020年度	
		実績	計画	前年度比
全社	売上高	25,503	23,300	91%
	営業利益 (利益率)	2,655 (10.4%)	1,500 (6.4%)	56%
空調	売上高	23,091	21,310	92%
	営業利益 (利益率)	2,362 (10.2%)	1,460 (6.9%)	62%
化学	売上高	1,799	1,540	86%
	営業利益 (利益率)	238 (13.2%)	40 (2.6%)	17%
その他	売上高	613	450	73%
	営業利益 (利益率)	55 (9.0%)	0 (-%)	-

■ 営業利益増減分析 - 計画の対前年度比



	2019年度実績	為替	固定費ほか	拡販	売価	コストダウン	原材料	新型コロナウイルス	2020年度計画
計	2,655	▲125	▲330	+690	+70	+330	+40	▲1,830	1,500
空調	2,362	▲125	▲310	+661	+70	+307	+40	▲1,545	1,460
化学	238	—	▲20	+27	—	+20	—	▲225	40
その他	55	—	—	+1	—	+3	—	▲60	0

■ 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		2016年度		2017年度		2018年度		2019年度		2020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	101%	4,169	104%	4,317	104%	4,493	107%	4,817	103%	4,944	95%	4,700
ヨーロッパ	111%	2,513	100%	2,505	120%	3,011	110%	3,322	114%	3,799	97%	3,700
中国	99%	3,136	95%	2,971	115%	3,420	100%	3,422	89%	3,061	100%	3,050
米州	113%	4,963	103%	5,134	111%	5,695	113%	6,456	109%	7,040	89%	6,300
アジア	113%	2,377	98%	2,329	108%	2,514	111%	2,802	105%	2,949	85%	2,500
オセアニア	108%	470	109%	512	144%	737	106%	782	94%	736	75%	550
中近東	113%	540	92%	497	114%	569	93%	531	90%	478	92%	440
アフリカ	106%	112	78%	87	104%	91	99%	90	93%	83	84%	70
計	107%	18,280	100%	18,354	112%	20,529	108%	22,222	104%	23,091	92%	21,310
海外売上高比		77%		76%		78%		78%		79%		78%
USドル/円		¥120		¥108		¥111		¥111		¥109		¥108
ユーロ/円		¥133		¥119		¥130		¥128		¥121		¥120
中国元/円		¥18.9		¥16.1		¥16.8		¥16.5		¥15.6		¥15.7

■ 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		2016年度		2017年度		2018年度		2019年度		2020年度計画	
	日本	101%	398	105%	419	112%	468	118%	552	91%	502	81%
米州	104%	445	94%	420	101%	426	110%	469	94%	441	88%	390
中国	100%	339	92%	312	124%	385	94%	363	93%	337	89%	300
アジア	110%	184	97%	178	127%	226	119%	270	95%	256	86%	220
ヨーロッパ	156%	247	93%	229	136%	312	108%	337	74%	250	90%	225
その他	99%	10	107%	10	134%	14	124%	17	75%	13	—	—
計	109%	1,623	97%	1,568	117%	1,831	110%	2,008	90%	1,799	86%	1,540
海外売上高比		75%		73%		74%		72%		72%		74%
USD/円		¥120		¥108		¥111		¥111		¥109		¥108
ユーロ/円		¥133		¥119		¥130		¥128		¥121		¥120
中国元/円		¥18.9		¥16.1		¥16.8		¥16.5		¥15.6		¥15.7

19年度概況

住宅用の業界需要は、下期に消費増税に伴う駆け込みの反動があったことに加え、暖冬の影響もあり、前年度を下回った。当社は、室内機内部の洗浄機能を搭載したフラグシップ機『うるさらX』やデザイン性と機能性を追求した『risora』、寒冷地向けの商品など、幅広いラインアップで需要を捉え、シェアを拡大。

業務用の業界需要は、学校空調の特需により、前年度を上回った。当社は、『FIVE STAR ZEAS』や『machiマルチ』、『MULTI CUBE』などの販売を強化。収益性を重視した販売戦略をとったことにより、業界の伸びを下回った。アプライドは、R32機をはじめとする高付加価値商品を拡販。

20年度計画

学校空調の特需が一巡することに加え、新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、需要は減少。空気質への関心が高まるなか、換気機能の訴求により高付加価値商品の販売を拡大し、シェアアップと収益性の向上を図る。需要の変化に即応する柔軟な生産体制を構築するとともに、販売店支援の強化を推進。

(需要前提:コロナウイルス感染拡大の影響は、第1四半期にある程度収束、上期中は影響が残る)

前年度比 (台数ベース)	2019年度		2020年度	
	業界	当社	業界	当社
住宅用	98%	99%	85%	95%
業務用	108%	101%	81%	86%
アプライド※	94%	101%	86%	94%

※アプライドは売上高ベース

19年度概況

堅調な個人消費が需要を下支えするなか、販売網の拡充、商品開発の強化、サービス事業の拡大を推進。売価効果もあり、売上高は前年度を上回った。

- ▶ 住宅用ユニタリーは、自前販売店網の拡充、ディーラーの育成・支援を推進。自前販売店網での販売が堅調に推移した。
- ▶ ダクトレスは、住宅用市場でRAのローコストモデルの販売を拡大。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、販売網強化や商品ラインアップの拡充による機器の拡販に加え、サービス事業を拡大。

20年度計画

新型コロナウイルスの影響拡大により、個人消費・設備投資が低迷し、景気が悪化。

需要が落ち込むなか、住宅用ユニタリーで更新用に特化した新商品を投入、売価施策を実行することに加え、WEBを活用したディーラーへの技術サポートを強化し、シェアアップを図る。グッドマン社新工場の生産性向上、固定費削減により、利益率の向上をめざす。

(需要前提: 第1四半期に大きく落ち込み、第2四半期から徐々に回復、影響は年間を通して残る)

前年度比 (台数ベース)	2019年度		2020年度	
	当社	需要	当社	需要
住宅用ユニタリー	104%	86%	90%	
RA、SKY	115%	95%	94%	
VRV	103%	86%	88%	
アプライド※	119%	94%	106%	

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

19年度概況

市場の変化に対応した品揃えの強化、地方都市での販売店開発に加え、原材料市況の軟化効果の取り込み、内作・自動化などのコストダウンを推進。第3四半期まで、対前年度で増収増益（現地通貨ベース）であったが、第4四半期に入り、新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受け、2月は生産・販売活動を停止、3月は市場が停止状態となり、販売が減少した。

- 住宅用市場では、成長が見込める地方都市で独自専売店「プロショップ」の開発を推進。中高級住宅向け商品に加え、一般住宅向けの商品ラインアップを拡充した。
- 業務用市場では、機器販売からソリューションビジネスへの転換を加速。機器のIoT化を推進し、保守・メンテナンス事業を拡大。成熟市場である都市部で、更新需要の獲得に努めた。
- アプライド市場では、情報通信分野など、需要が拡大する市場での提案営業を推進。

20年度計画

引き続き、地方都市での販売店開発、IoT商品の拡販、運転データを活用した保守・メンテナンス事業の拡大に注力するとともに、新型コロナウイルスの感染拡大を機に急速に変化する市場に対応。市場の回復状況を見極め、事業拡大をめざす。

（需要前提：4月以降、徐々に回復基調）

- 当社の強みであるオフラインの販売店網とインターネットを組み合わせた販売モデルを展開。
- ビル・店舗・住宅など、市場ごとの空気質ニーズ（洗浄・換気・除菌）に対応する品揃えを強化。

前年度比 (現地通貨ベース)	2019年度		2020年度	
	当社	需要	当社	需要
住宅用	97%	90%	95%	90%
業務用	90%	95%	98%	90%
アプライド	95%	90%	91%	90%

19年度概況

欧州で、環境意識の高まりを捉え、高付加価値商品の販売を拡大。2月下旬以降、イタリアを中心に新型コロナウイルスの感染拡大による影響を受けたが、AHT社の新規連結効果もあり、地域全体の売上高は前年度を大きく上回った。

- 住宅用は、R32機をはじめとする高付加価値商品を拡販。フランス・ドイツでは、夏季の熱波の影響もあり、前年度に引き続き販売が大きく伸長。
- 業務用は、欧州で、VRVの再生冷媒を使用した差別化商品や省冷媒機種を拡販。SKYでも、R32機の販売が伸長。
- 暖房事業は、ヒートポンプ式温水暖房機器の幅広い品揃えを活かして好調な需要を捉え、シェアを拡大。フランスでは、燃焼式からの置換えを促進するインセンティブも追い風となり、販売が大きく伸長。
- アプライドは、他社に先駆けて市場投入したR32チラーを大きく拡販。

20年度計画

都市封鎖など経済活動の制限により、需要は減少。
住宅用・業務用ともに、環境対応商品の販売を拡大。
暖房事業は、ヒートポンプ式温水暖房機器の環境性能を訴求し、シェアアップを図る。

冷凍・冷蔵事業は、ザノッティ社およびAHT社と一体となり、コールドチェーン全体での事業展開を加速。CO2冷媒など環境対応の差別化商品の投入を推進。

(需要前提: 上期は大きく落ち込み、第3四半期以降徐々に回復)

前年度比 (台数ベース)	2019年度		2020年度	
	当社	需要	当社	
住宅用	103%	72-82%	87%	
業務用	SKY	101%	73-83%	88%
	VRV	106%	71-81%	88%
暖房	124%	95-105%	115%	
アプライド※	106%	72-82%	94%	

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

19年度概況

各国で、大都市から地方都市まで販売網を拡充するとともに、サービス体制の強化、営業人員の増強を推進。特にインドでは、地域別のニーズを捉えた差別化商品を拡販。売上高は前年度を上回った。

- 住宅用は、インド・タイ・インドネシアなどで冷専インバータ機をはじめとする差別化商品の販売を拡大。
- 業務用は、用途に合わせた提案営業を推進するとともに、販売店の育成に注力。インド・タイ・ベトナム・インドネシアを中心に各国で販売を伸ばした。
- アプライドは、製品供給力の強化や販売店の育成により、販売を大きく伸ばした。

■19年度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:102% インド:107% ベトナム:105%
 タイ:115% マレーシア:103% インドネシア:115%

20年度計画

3月中旬より新型コロナウイルスの影響が拡大し、需要が落ち込む。

引き続き、差別化商品の拡販、販売店の拡充・育成に注力。商品の安定供給、技術・販促支援、WEBを活用した研修の充実など、販売店との関係強化に取り組み、シェアアップをめざす。

(需要前提:上期は大きく落ち込み、第3四半期以降徐々に回復)

前年度比 (台数ベース)		2019年度		2020年度	
		当社	需要	当社	需要
住宅用		106%	80%	87%	
業務用	SKY	106%	85%	92%	
	VRV	111%	92%	97%	
アプライド		120%	66%	83%	

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

19年度概況

半導体・自動車市場を中心とした需要減の影響や、欧州での冷媒ガスの販売減の影響により、売上高は前年度を下回った。

- フルオロカーボンガスは、欧州で、前年度の旺盛な需要の反動による流通在庫滞留の影響が長引き、販売が減少。
- 樹脂・ゴムは、世界的な半導体・自動車市場の需要減の影響が大きく、販売が減少。
- 化成品は、半導体市場の需要減によりエッチング剤の販売が減少。撥水撥油剤は、中国・米国の需要が伸びず、販売が減少。表面防汚コーティング剤『オプツール』でも販売が減少。

20年度計画

半導体市場の回復遅れや自動車市場の減速に加え、新型コロナウイルスの影響拡大に伴う個人消費や（需要前提：上期は大きく落ち込み、第3四半期以降徐々に回復）設備投資の冷え込みにより、需要が大きく落ち込む。5Gの導入などによるIT化の加速、オンライン学習やテレワークの増加を捉え、半導体・情報通信分野でのシェアアップを図るとともに、次世代自動車のリチウムイオン電池材料向けを中心としたスペックイン活動を強化。

前年度比 (売上高ベース)	2019年度		2020年度	
	当社	需要	当社	需要
全フッ素化学品	90%	80%	86%	
ガス	73%	60%	60%	
樹脂・ゴム	92%	80%	88%	
化成品ほか	93%	86%	90%	

19年度概況

収益力強化に向けた生産体制の再編、営業体制の強化を進めてきたが、米国・日本・欧州など各地域で売上高は前年度を下回った。減収が続く米国で、中期的な事業計画を慎重に見直し、無形固定資産を減損処理。

- エアフィルタは、米国で、生産の立て直しに努めたが、供給遅れの影響により販売が減少。欧州・中国で、競争激化により販売が減少。日本でも、半導体市場の需要減少の影響を受け、販売が減少。
- P&I※では、厳しい需要環境の中、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が、販売が減少。

20年度計画

世界的に高まる空気質への関心の高まりを捉え、空気・空間に関わる社会課題を解決する取り組みを強化する。米国での生産性の改善やコストダウンに取り組むとともに、高性能フィルタやクリーン機器向けなど高付加価値商品の営業力強化に努める。

- 米国で、インターネットを活用した住宅用高性能エアフィルタを拡販。
- 欧州で、病院・製薬などハイエンド市場向けや、食品工場向けの製品を拡販。
- 中国で、殺菌・抗菌効果を訴求し、IAQ商品を拡販。
- P&Iでは、アフターサービス事業を拡大するとともに、トータルコストダウンを推進。

19年度概況

◇油機事業

建設機械向けに販売が伸長したが、日本を中心に産業機械向けの需要が減少し、減収。

◇特機事業

防衛省向けに販売を拡大したことに加え、在宅酸素医療用機器でも拡販し、増収。

◇電子システム事業

製造業の業務効率化を支援する商品やCG制作システムの販売を拡大し、増収。

20年度計画

◇油機事業

日本・北米を中心に、設備投資の落ち込みから大幅な需要減少が見込まれ、収益が悪化。事業体質の強化に向け、営業・マーケティング活動の強化、コストダウンの推進を図る。

◇特機事業

日本・中国で、在宅酸素医療用機器の拡販を図る。

◇電子システム事業

CADやCGソフトなど、需要が堅調な市場で販売を拡大。

- ◆ 今期の1株当たり配当金は、現公表通り、160円(中間80円、期末80円)を予定。
- ◆ 次期配当については未定。

【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。

		2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度 (案)
1株当たり 配当金	中間	55円	60円	65円	70円	80円
	年間	120円	130円	140円	160円	160円
1株当たり 当期純利益	上期	274.6円	330.1円	347.1円	385.8円	405.1円
	年間	469.2円	526.8円	646.5円	646.4円	583.6円
(参考) DOEの推移		3.4%	3.6%	3.4%	3.5%	3.3%

■ 為替レート（円対主要通貨）

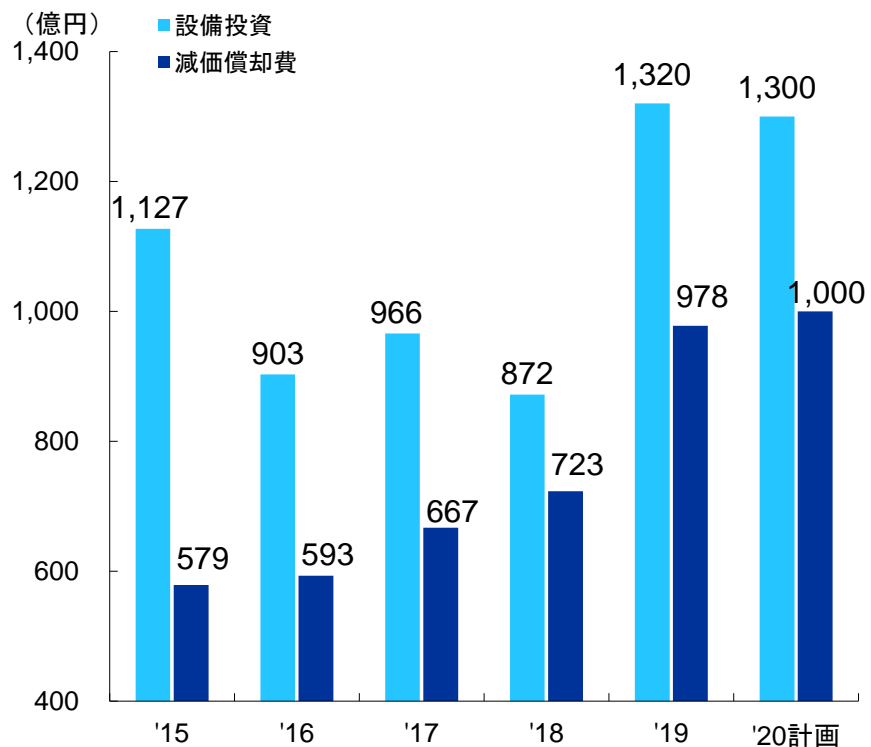
	2018年度実績			2019年度実績			2020年度 計画
	上期	下期	年間	上期	下期	年間	
USDドル	110円	112円	111円	109円	108円	109円	108円
ユーロ	130円	126円	128円	121円	121円	121円	120円
タイバーツ	3.4円	3.4円	3.4円	3.5円	3.5円	3.5円	3.6円
中国元	16.8円	16.2円	16.5円	15.7円	15.5円	15.6円	15.7円
豪ドル	82円	80円	81円	75円	73円	74円	66円

■ 為替感応度（1円の変動による営業利益への影響）

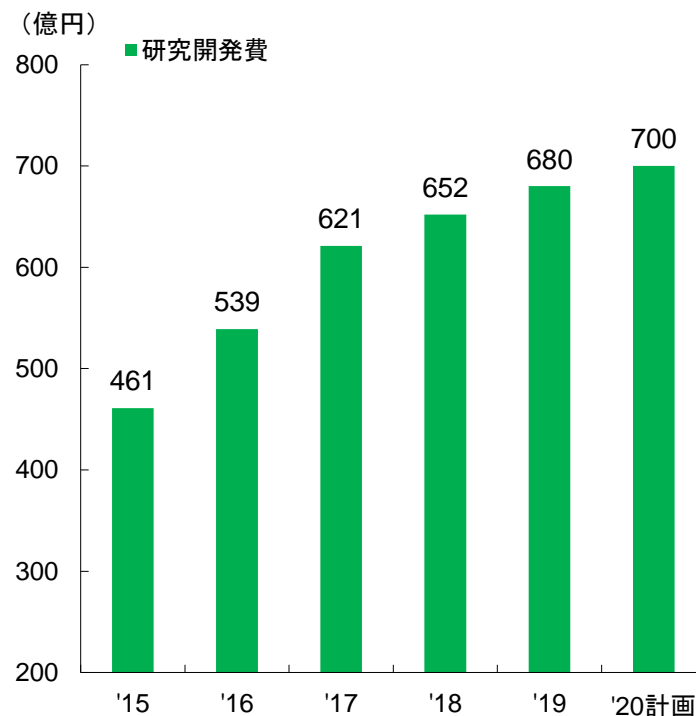
	2020年度計画
USDドル	13億円※
ユーロ	4億円

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

設備投資・減価償却費



研究開発費



■ 新型コロナウイルスの影響 - 生産・販売活動の現況

空調事業

【日本】	
生産活動	通常操業
販売活動	在宅勤務を基本とし、電話やオンラインによる活動を継続
【米州】	
生産活動	グッドマン社新工場で一時的に操業停止(4/1~21)、現在は操業再開
販売活動	・外出禁止令が継続 ・電話やオンラインによる活動を継続
【中国】	
生産活動	<ul style="list-style-type: none"> ・主要工場で春節の休暇を延長、現在は操業再開 ・サプライヤーの稼働状況に合わせた生産を実施
販売活動	<ul style="list-style-type: none"> ・大都市での出社制限や据付工事の制約あり ・SNSやテレワーク活用による顧客とのコミュニケーションを継続
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p><参考:工場の操業状況></p> <ul style="list-style-type: none"> ・上海工場(業務用)、蘇州工場(住宅用): 2/10再開 ・武漢工場(アプライド): 3/23再開 </div>	
【欧州】	
生産活動	イタリアのアプライド工場で一時的に生産を停止(3/23~4/6)、現在は操業再開
販売活動	<ul style="list-style-type: none"> ・各国で都市封鎖、外出制限が継続(一部解除) ・イタリアで物流機能が低下 ・在宅勤務を導入し、電話やオンラインによる活動を継続
【アジア・オセアニア】	
生産活動	一部の国で一時的に工場を閉鎖、現在は操業再開
販売活動	<ul style="list-style-type: none"> ・各国で都市封鎖が継続 ・在宅勤務を導入し、電話やオンラインによる活動を継続
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p><参考:工場の操業状況></p> <ul style="list-style-type: none"> ・マレーシア(アプライド): 3/18~4/19閉鎖 ・インド(住宅用、業務用): 3/22~5/3閉鎖 ・ベトナム(住宅用): 4/1~4/19閉鎖 </div>	

化学事業

生産活動	一部地域(イタリア・アメリカ)で短期間工場を閉鎖、現在は操業再開
販売活動	都市封鎖や外出禁止令が出ている地域では、電話やオンラインによる活動を継続



ダイキン工業株式会社

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。