

DAIKIN



2012年3月期(平成23年度)
第1四半期決算説明資料

2011年8月8日

ダイキン工業株式会社

2012年3月期第1四半期決算説明資料

- 第1四半期決算概要・・・・・・・・・・・・P.3
- 第1四半期部門別業績・・・・・・・・・・・・P.4—11
 - ・部門別売上高/営業利益
 - ・地域別売上高の推移—空調事業、化学事業
 - ・部門業績の概況

■第1四半期決算概要

○震災による部品不足問題は、集中的な対策*によりサプライチェーンをつなぎ、商品供給への影響を最小限に留めた。

*部品不足に対する集中的な対策

サプライヤの復旧支援、代替品の開発、開発期間前倒し、部品および商品在庫の精査とやりくり等

○電力不足による節電需要も取り込み、省エネ機器の拡販と節電ソリューションビジネスの拡大に注力。

○空調事業、化学事業ともに、アジアなど新興国需要の拡大を取り込み拡販。

○原材料市況の高騰に対しては、それを吸収する値上げを実施。

(単位:億円)

	1Q実績(4-6月)		
	10年度	11年度	前年比
売上高	2,609	2,977	114%
営業利益	157	204	130%
(利益率)	(6.0%)	(6.9%)	
経常利益	150	208	138%
(利益率)	(5.8%)	(7.0%)	
四半期純利益	66	125	188%
(利益率)	(2.5%)	(4.2%)	

11年度計画(6月公表)			
上期	前年比	年間	前年比
6,300	110%	13,100	113%
410	101%	850	113%
(6.5%)		(6.5%)	
410	105%	820	110%
(6.5%)		(6.3%)	
200	366%	410	206%
(3.2%)		(3.1%)	

為替レート

ドル/円	92	82	—
ユーロ/円	117	117	—

80
115

*為替影響(対前年)

売上高▲90億円、営業利益▲15億円

*上期および通期の業績予想は変更していない

(単位: 億円)

		2010年度 1Q実績	2011年度 1Q実績	前年比	2011年度 年間計画	前年比
全社	売上高	2,609	2,977	114%	13,100	113%
	営業利益 (利益率)	157 (6.0%)	204 (6.9%)	130%	850 (6.5%)	113%
空調	売上高	2,295	2,595	113%	11,260	112%
	営業利益 (利益率)	159 (6.9%)	166 (6.4%)	104%	700 (6.2%)	108%
化学	売上高	254	309	122%	1,400	122%
	営業利益 (利益率)	7 (2.6%)	43 (14.0%)	664%	140 (10.0%)	129%
その他	売上高	60	73	121%	440	107%
	営業利益 (利益率)	▲ 9 —	▲ 5 —	—	10 (2.3%)	—

■ 地域別売上高の推移-空調事業



<参考>6月公表

(単位:億円)	2007年度1Q		2008年度1Q		2009年度1Q		2010年度1Q		2011年度1Q		2011年度計画	
	日本	110%	919	101%	932	84%	780	103%	806	119%	956	104%
ヨーロッパ	212%	1,112	79%	883	68%	597	96%	576	106%	608	114%	2,440
中国	180%	247	124%	307	70%	214	145%	310	120%	371	120%	1,950
アジア	193%	220	126%	277	70%	194	126%	244	123%	302	125%	1,370
アメリカ	2440%	244	98%	240	82%	197	103%	202	107%	217	110%	990
オセアニア	145%	96	111%	107	77%	82	113%	93	86%	80	110%	440
中近東	430%	43	149%	64	50%	32	142%	45	103%	47	111%	200
アフリカ	225%	18	106%	19	126%	24	81%	19	80%	16	100%	70
計	170%	2,899	98%	2,829	75%	2,120	108%	2,295	113%	2,595	112%	11,260
海外売上高比	68%		67%		63%		65%		63%		66%	
為替レート(ドル/円)	121円		105円		97円		92円		82円		80円	
(ユーロ/円)	163円		163円		133円		117円		117円		115円	

※為替影響を除く実質前年比

	2010年度1Q	2011年度1Q	2011年度計画
ヨーロッパ	110%	106%	112%
中国	148%	125%	125%
アメリカ	108%	121%	119%

■ 地域別売上高の推移-化学事業



＜参考＞6月公表

(単位: 億円)	2007年度1Q		2008年度1Q		2009年度1Q		2010年度1Q		2011年度1Q		2011年度計画	
日本	105%	115	105%	121	53%	64	157%	101	116%	117	111%	520
アメリカ	86%	73	105%	77	60%	46	146%	67	86%	58	115%	310
アジア	106%	19	123%	24	63%	15	156%	23	182%	43	141%	150
中国	114%	27	121%	33	61%	20	182%	37	165%	60	154%	295
ヨーロッパ	148%	26	113%	29	46%	13	172%	23	124%	29	111%	110
その他	85%	0.2	753%	2	142%	3	87%	2	123%	3	143%	15
計	102%	260	110%	285	57%	161	157%	254	122%	309	122%	1,400

海外売上高比	56%	58%	60%	60%	62%	63%
為替レート(ドル/円)	121円	105円	97円	92円	82円	80円
(ユーロ/円)	163円	163円	133円	117円	117円	115円

※為替影響を除く実質前年比

	2010年度1Q	2011年度1Q	2011年度計画
アメリカ	154%	97%	123%
中国	190%	176%	160%
ヨーロッパ	201%	124%	109%

空調事業

国内

- ・業界需要は住宅用、業務用ともに節電ニーズによる省エネ製品への買い替え需要が高まり、当初見通しを上回る。
- ・住宅用は、省エネ性が高く当社の独自技術（「うるる加湿」「上下左右の4方気流」、「光速ストリーマ」）を搭載した高付加価値商品の拡販につとめた。
- ・業務用は、省エネ性の高い『Eco-ZEAS80』の拡販に加え、節電コントロールセンターを立ち上げ、全国400名規模の体制で節電ソリューション提案を展開中。

<国内空調 業界・当社出荷状況>

	(千台)	1Q実績	前年比
住宅用	業界	2,838	130%
	当社	—	126%
業務用	業界	223	123%
	当社	—	112%
エコキュート	業界	132	101%
	当社	—	94%

空調事業

欧州

- ・財政問題や天候不順もあり需要動向は厳しい中、イタリア・イギリスを中心に販売店フォローを徹底し、主力のVRV拡販に努め、ロシアや中欧での需要拡大を取り込んだ拡販策を展開し、売上高は前年を上回った。
- ・暖房事業は、主力市場であるフランスに加え、イギリスやドイツでの販売網整備を進め、前年を上回った。
- ・アプライド事業(大型空調)は、省エネ製品の拡販により売上を大幅に伸ばした。

<欧州製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		1Q 実績	年間計画	
			需要	当社計画
住宅用		119%	102%	103%
業務用	SKY	94%	105%	106%
	VRV	113%	107%	111%
暖房		112%	108%	126%
アプライド		121%	102%	112%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン

※VRV・・・ビル用マルチエアコン

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

空調事業

中国

- ・大都市の一部では金融引き締めの影響も見られるが、当社は需要拡大が続く中西部・内陸部で積極的な拡販策を展開し売上を伸ばした。
- ・業務用は、主力のVRVを中心に販売を伸ばした。
- ・住宅用は、省エネ規制強化によりインバータ機の需要が拡大し、大きく販売を伸ばした。
- ・アプライド(大型空調)事業は、ターボ冷凍機を中心にシェアアップを図り売上を伸ばした。
- ・市況高騰の影響を吸収するため、6月より全製品で値上げを実施。
- ・1-6月期も引き続き好調で、売上高は高い伸びを維持している。

< 中国製品別販売状況(台数ベース) >

(前年比)		1Q 実績	年間計画	
			需要	当社計画
住宅用		138%	108%	149%
業務用	SKY	110%	108%	131%
	VRV	116%	105%	115%
アプライド		165%	116%	124%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン

※VRV・・・ビル用マルチエアコン

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

空調事業

アジア・オセアニア

- ・タイ、マレーシアで天候不順の影響を受けたが、シンガポールおよびインド・ベトナムなど新興国での販売拡大により、同地域全体の売上高は前年を上回った。
- ・オーストラリアは、住宅着工の回復遅れ等により販売は前年を下回った。
- ・インド、ベトナムはこれまで行ってきた販売店開発や戦略商品の投入により、住宅用を中心に販売が好調で売上を大きく伸ばした。
(売上高の前年比: インド215%、ベトナム183%)

＜アジア・オセアニア製品別販売状況(台数ベース)＞

(前年比)		1Q 実績	年間計画	
			需要	当社計画
住宅用		139%	118%	129%
業務用	SKY	109%	109%	116%
	VRV	110%	121%	122%

※SKY…中小型パッケージエアコン

※VRV…ビル用マルチエアコン

北米

- ・アプライドの市場環境は厳しい中、高い省エネ性を誇る製品の拡販やサービス事業の拡大により売上高は前年を上回った。
- ・ダクトレスは、販売店の新規開発や支援強化が奏功し、学校など公共物件向けのVRVが好調に推移し、売上高は前年を上回った。

＜北米製品別販売状況(台数ベース)＞

(前年比)		1Q 実績	11年度	
			需要	当社計画
住宅用		114%	109%	118%
業務用	SKY	102%	110%	199%
	VRV	129%	127%	130%
アプライド		113%	99%	115%

※SKY…中小型パッケージエアコン

※VRV…ビル用マルチエアコン

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

化学事業

- ・拡販に加え、被災した鹿島製作所の復旧前倒しや、定期修繕の期間短縮など短期供給力の極大化、原材料市況の高騰を吸収する値上げを実施し、大幅な営業増益となった。
- ・アジアでの半導体関連需要、欧州での自動車関連需要が好調に推移。
- ・中国では、インフラ・環境投資の取り込みおよび積極的な用途開発（他素材からの切り替え）により売上高を大幅に伸ばした。
- ・スマートフォン等のディスプレイに用いられるオプトツール（表面防汚コーティング剤）は、国内を中心に販売を伸ばし、売上は倍増。
- ・ガスは、国内、中国、アジアで新冷媒の需要が増え、大幅に売上を伸ばした。

<フッ素化学製品の販売状況(売上高ベース)>

(前年比)	1Q 実績	年間計画	
		需要	当社計画
全フッ素化学品	122%	116%	122%
ガス	229%	116%	145%
樹脂ゴム	102%	113%	119%
化成品ほか	118%	—	119%



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。