



2013年3月期(平成24年度)
第1四半期決算説明資料

2012年8月7日

ダイキン工業株式会社

2013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—12
 - ・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



欧州での需要低迷、円高など厳しい事業環境の中で売上高、営業利益は増収増益

- 中国では中国全域での販売網拡大および、主力製品の拡販により売上を伸ばした。
- アジアではシンガポールやインド・ベトナムなどが堅調。特に復興需要が旺盛なタイで大きく伸長。
- 国内では節電需要の高まりにより、業務用を中心に省エネ機器の拡販が進んだ。

(単位:億円)

	1Q実績(4-6月)		
	11年度	12年度	前年比
売上高	2,977	3,138	105%
営業利益 (利益率)	204 (6.9%)	223 (7.1%)	109%
経常利益 (利益率)	208 (7.0%)	200 (6.4%)	96%
四半期純利益 (利益率)	125 (4.2%)	114 (3.6%)	92%

為替レート

ドル/円	82	80	—
ユーロ/円	117	103	—

*為替影響(対前年)
売上高▲115億円、営業利益▲20億円

<参考>

12年度計画(現公表)			
上期	前年比	年間	前年比
7,000	113%	13,800	113%
550 (7.9%)	115%	1,000 (7.2%)	123%
540 (7.7%)	116%	970 (7.0%)	119%
310 (4.4%)	110%	530 (3.8%)	129%

80
105

*上期および通期の業績予想は変更なし

■ 第1四半期 部門別売上高/営業利益



(単位:億円)

		2011年度 1Q実績	2012年度 1Q実績	前年比	2012年度 年間計画	前年比
全社	売上高	2,977	3,138	105%	13,800	113%
	営業利益 (利益率)	204 (6.9%)	223 (7.1%)	109%	1,000 (7.2%)	123%
空調	売上高	2,595	2,787	107%	11,700	112%
	営業利益 (利益率)	166 (6.4%)	186 (6.7%)	112%	755 (6.5%)	125%
化学	売上高	309	272	88%	1,600	120%
	営業利益 (利益率)	43 (14.0%)	41 (14.9%)	93%	230 (14.4%)	114%
その他	売上高	73	79	109%	500	113%
	営業利益 (利益率)	▲ 5 —	▲ 4 —	—	15 (3.0%)	176%

■ 地域別売上高の推移-空調事業



<参考>現公表

(単位:億円)	2008年度1Q		2009年度1Q		2010年度1Q		2011年度1Q		2012年度1Q		2012年度計画	
日本	101%	932	84%	780	103%	806	119%	956	105%	1,004	108%	4,200
ヨーロッパ	79%	883	68%	597	96%	576	106%	608	73%	444	101%	1,950
中国	124%	307	70%	214	145%	310	120%	371	*161%	598	123%	2,300
アジア	126%	277	70%	194	126%	244	123%	302	109%	327	121%	1,360
アメリカ	98%	240	82%	197	103%	202	107%	217	110%	239	111%	1,050
オセアニア	111%	107	77%	82	113%	93	86%	80	92%	74	118%	400
中近東	149%	64	50%	32	142%	45	103%	47	181%	85	149%	370
アフリカ	106%	19	126%	24	81%	19	80%	16	99%	15	102%	70
計	98%	2,829	75%	2,120	108%	2,295	113%	2,595	107%	2,787	112%	11,700

海外売上高比	67%	63%	65%	63%	64%	64%
為替レート(ドル/円)	105円	97円	92円	82円	80円	80円
(ユーロ/円)	163円	133円	117円	117円	103円	105円

* 中国(大金中国)は決算期変更のため
11年1Q(1-3月期)と12年1Q(4-6月期)の比較

〔参考〕大金中国の11年4-6月期と12年4-6月期比較
前年比113%(現地通貨ベース)

※為替影響を除く実質前年比

	2012年度1Q	2012年度計画
ヨーロッパ	83%	105%
中国	* 160%	119%
アメリカ	113%	110%

■ 地域別売上高の推移-化学事業



(単位: 億円)	2008年度1Q		2009年度1Q		2010年度1Q		2011年度1Q		2012年度1Q	
日本	105%	121	53%	64	157%	101	116%	117	83%	98
アメリカ	105%	77	60%	46	146%	67	86%	58	123%	71
アジア	123%	24	63%	15	156%	23	182%	43	54%	23
中国	121%	33	61%	20	182%	37	165%	60	83%	50
ヨーロッパ	113%	29	46%	13	172%	23	124%	29	98%	28
その他	753%	2	142%	3	87%	2	123%	3	72%	2
計	110%	285	57%	161	157%	254	122%	309	88%	272

<参考> 現公表

2012年度計画	
108%	520
131%	400
107%	160
143%	380
122%	140
—	—
120%	1,600

海外売上高比	58%	60%	60%	62%	64%	68%
為替レート(ドル/円)	105円	97円	92円	82円	80円	80円
(ユーロ/円)	163円	133円	117円	117円	103円	105円

※為替影響を除く実質前年比

	2012年度1Q	2012年度計画
アメリカ	125%	130%
中国	83%	140%
ヨーロッパ	110%	120%

■ 第1四半期部門業績の概況(空調事業)



国内

- ・設備投資、建築着工は緩やかに回復。節電ニーズの高まりにより、業界需要は業務用は前年を上回った。
住宅用は、前年の節電ニーズに伴う大幅な出荷の反動および天候不順による影響で業界需要は前年並みとなった。
- ・住宅用は、湿度コントロールによる体感温度の快適性と省エネ性を訴求した『うるるとさららRシリーズ』やリモコンの使いやすさと快適性を追求した『ラクエア』など高付加価値で省エネ性の高い新商品を拡販。
主要都市や量販店頭での節電イベントを実施、省エネエアコンの需要を最大限に取り込む販促施策を展開中。
- ・7月からの猛暑を追い風に出荷が増加。
- ・業務用は、工場や病院を中心に省エネ差別化新商品(『Eco-ZEAS80』『Ve-upIV』など)を拡販。
引き続き節電など当社独自のソリューションによる提案営業を継続中。

<国内空調 業界・当社出荷状況>

	(千台)	1Q実績	前年比	12年計画	前年比
住宅用	業界	2,788	98%	7,300	88%
	当社	—	99%	—	104%
業務用	業界	206	103%	800	97%
	当社	—	109%	—	102%
エコキュート	業界	110	84%	470	94%
	当社	—	77%	—	106%
売上高(億円)		1,004	105%	4,200	108%

■ 第1四半期部門業績の概況(空調事業)



欧州

(トルコ・中近東・アフリカを含む)

- ・金融危機の再緊張感による消費マインドの冷え込みにより依然厳しい状況が続く中、特にイタリア・スペインで住宅用を中心に販売減。きめ細やかな販売店フォローや受注活動展開によりイギリス・中欧では堅調に推移。
- ・6月後半からの気温上昇を追い風に住宅用の販売が回復。
- ・暖房事業は市場が低迷する中、販売網・サービス体制強化やROTEXルートでの拡販により前年を上回った。
- ・一方で、中期的な需要低迷に対応し、固定費削減や間接業務の見直しなど構造改革を継続し、収益確保に努めている。
- ・トルコでは、昨年買収した現地の空調機メーカーとのシナジー効果や販売網の再編により、大きく事業拡大。中近東でも業務用を中心に販売が伸長。

< 欧州製品別販売状況(台数ベース) >

(前年比)		1Q 実績	2012年度 通期		
			需要	当社計画	
住宅用		63%	97%	101%	
業務用	SKY	83%	101%	102%	
	VRV	102%	101%	110%	
暖房		102%	88%	115%	
アプライド		95%	95%	96%	
売上高(億円)		545	81%	2,390	106%
現地通貨ベース			83%		105%

※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

■ 第1四半期部門業績の概況(空調事業)



中国

- ・大都市では大型不動産、新築物件の需要が低迷しているが、都市部郊外や中西部・内陸では引き続き需要が拡大。
当社は、中国全域での販売網の強化により売上を伸ばした。
- ・住宅用は、AIR SHOPなどの住宅用専売の販売店も拡大。中国独自仕様の新商品投入や住宅用マルチエアコンの拡販により販売を伸ばした。
- ・アプライド(大型空調)事業は、ターボ冷凍機、チラーを中心に大幅に売上を拡大。
- ・蘇州新工場は4月より稼働開始。R&Dセンターの機能強化と合わせて、現地での開発、調達、生産までの一環体制によりコストダウンを推進中。

<中国製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)	1Q 実績	2012年度通期	
		需要	当社計画
住宅用	116%	94%	134%
業務用	SKY	102%	134%
	VRV	105%	111%
アプライド	122%	109%	117%
売上高(億円)	598	2,300	123%
現地通貨ベース	160%		119%

※大金中国の決算期変更によりデータの比較前提は下記の通り

→ 販売状況(台数ベース)は、11年4-6月期と12年4-6月期の比較

→ 売上高は、11年1Q(1-3月期)と12年1Q(4-6月期)の比較
参考)4-6月同期比較では前年比113%(現地通貨ベース)

※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

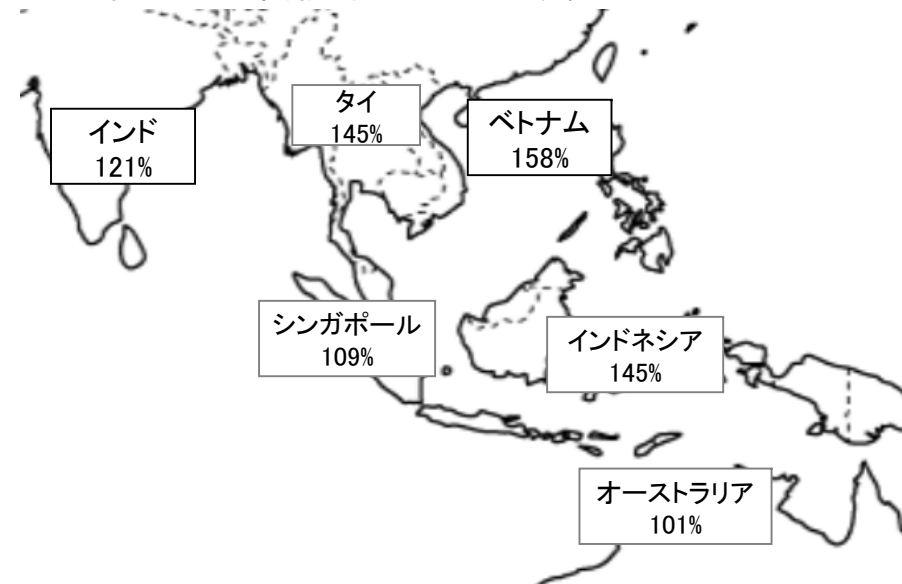
■ 第1四半期部門業績の概況(空調事業)



アジア・オセアニア

- ・シンガポールは業務用を中心に販売が堅調。タイは洪水からの復興需要により大幅に販売を拡大。
- ・需要拡大が続くインド、ベトナムなど新興国では販売網を拡大し、住宅用を中心に売上を伸ばした。
- ・インドネシアは、販売会社を設立し6月から本格的な営業活動を開始。
- ・オーストラリアは、昨年に引き続き需要低迷が続いているが、シーズンに向けて販売店のフォロー強化や販売網再構築に取り組み挽回に努めている。

<主な国の売上高前年比(現地通貨ベース)>



■ 第1四半期部門業績の概況(空調事業)



北米

- ・アプライドの市場環境は、需要が伸び悩んだものの、当社は省エネ性の高い製品チラーの新商品を拡販、サービス事業も伸長し売上を拡大。
- ・ダクトレスは、新規の販売網拡大に加え、前年の震災やタイ洪水影響による部品供給不足が解消したため前年を大きく上回った。

<北米製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		1Q 実績	2012年度通期	
			需要	当社計画
住宅用		212%	110%	139%
業務用	SKY	403%	110%	156%
	VRV	110%	127%	127%
アプライド		112%	102%	106%
売上高(億円)		239	1,050	111%
現地通貨ベース		113%		110%

※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

■ 第1四半期部門業績の概況(化学事業)



- ・国内、アジアでの半導体市場の鈍化や、中国の1-3月期の需要減、および液晶関連、ガス需要の減少で、市場環境は悪化し売上高は前年を下回ったが、収益力の高い製品の拡販や市況軟化の取り込みによるコストダウン、売価維持の徹底により利益確保につとめた。
- ・中国では、鉄道・電力などのインフラ投資の減少や輸出の不振により需要減。
- ・米国では、自動車市場およびLANケーブル市場向けの樹脂・ゴムの販売は順調に推移。
- ・特にガスは原材料市況の軟化に伴う売価ダウンと需要減少の影響で売上は大幅に減少。
- ・収益力の高いオプツール(スマートフォン等のディスプレイに使用される表面防汚剤)は、携帯メーカーの秋の新商品向けに販売が増加。
- ・環境分野等での用途開発、樹脂・ゴム製品のボリュームゾーンの展開加速により増収増益をめざす。

＜フッ素化学製品の販売状況(売上高ベース)＞

(前年比)	1Q		2012年度通期	
	実績		需要	当社計画
全フッ素化学品	88%		104%	120%
ガス	43%		78%	75%
樹脂ゴム	107%		105%	127%
化成品ほか	90%		—	128%
売上高(億円)	272	88%	1,600	120%
現地通貨ベース		88%		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。