

2013年3月期(平成24年度)
決算説明資料

2013年5月9日

ダイキン工業株式会社

2013年3月期決算説明資料

I . 2013年3月期決算概要

2013年3月期全社業績	P.4
2013年3月期決算のポイント	P.5
損益計算書	P.6
営業利益増減分析(対前年比較)	P.7
貸借対照表	P.8
部門別売上高/営業利益	P.9
部門別業績の概況	P.10-16

II . 2014年3月期全社業績見通し

2014年3月期全社業績見通し	P.18
2014年3月期全社業績見通しのポイント	P.19
全社業績見通し(上期・下期別)	P.20
営業利益増減分析	P. 21
部門別業績見通し	P. 22
部門別経営計画	P. 23-29

(参考資料)	P.31-35
--------	---------

I . 2013年3月期決算概要

■ 2013年3月期 全社業績



(億円)

	2011年度 実績	2012年度		前年比
		計画(現公表)	実績	
売上高	12,187	12,700	12,909	106%
営業利益 (利益率)	812 (6.7%)	870 (6.9%)	886 (6.9%)	109%
経常利益 (利益率)	818 (6.7%)	820 (6.5%)	941 (7.3%)	115%
当期純利益 (利益率)	412 (3.4%)	220 (1.7%)	436 (3.4%)	106%
1株当り配当金	36円	36円	36円	—
DOE	2.1%	—	1.9%	—

■ 為替レート

ドル/円	79	80	83	—
ユーロ/円	109	100	107	—

■ 主な経営指標

	2011年度	2012年度
ROA	3.6%	3.5%
ROE	8.3%	7.8%
FCF	▲ 350億円	+357億円※
DVA	▲ 56億円	▲ 56億円

DVA=ダイキン流EVA

※グッドマン社買収除くベース

為替影響(対前年度)

売上高 : +200億円
営業利益 : +5億円

欧州空調需要の低迷、半導体を中心とするフッ素化学需要の回復遅れなど、厳しい事業環境の中、国内の節電意識の浸透を捉えた差別化商品の拡販、グローバルで好調な地域・製品の大拡販、全社をあげた固定費削減により、3期連続の増収増益を達成

- 空調事業では、国内での高付加価値商品の拡販、中国およびインド・ベトナム・トルコなどの新興国での事業拡大により売上を伸長
- 中国では不動産市況の低迷や不買運動の影響もあったが、小売向け販売へのシフト、地方都市での拡販、上海など成熟都市での更新需要の獲得により計画を上回る売上、利益を達成
- 短期利益確保に向け、売価政策の徹底、欧州をはじめ全社をあげての固定費の効率化などトータルコストダウンを徹底
- 空調グローバルリーディングカンパニーに向けて、グッドマン社の買収、新興国での販売網構築、新冷媒(R32)搭載のエアコンの開発など、戦略経営計画FUSION15で掲げた重点施策を相次いで実行

■ 損益計算書



(億円)

	2011年度	2012年度	対前年増減
	<u>105</u>	<u>106</u>	
売上高	12,187	12,909	+722
売上原価	8,468 (69.5%)	9,029 (69.9%)	+561
粗利益	3,719 (30.5%)	3,880 (30.1%)	+161
販売費および一般管理費	2,907 (23.9%)	2,994 (23.2%)	※1 +87
営業利益	812 (6.7%)	886 (6.9%)	+74
営業外損益	+5	+55	※2 +50
経常利益	818 (6.7%)	941 (7.3%)	+123
特別損益	▲12	▲127	※3 ▲115
税引き前当期利益	806 (6.6%)	815 (6.3%)	+9
法人税等	359	343	▲16
税負担率	44.6%	42.1%	
少数株主持分	34	36	+2
当期利益	412 (3.4%)	436 (3.4%)	+24

()内は対売上高比率

※1 販売費および一般管理費の主な内訳

人件費+67, アフターサービス費▲20
研究開発費+18, 製品発送費+14

※2 営業外損益の主な内訳

為替差損益+68
持分法投資利益▲19

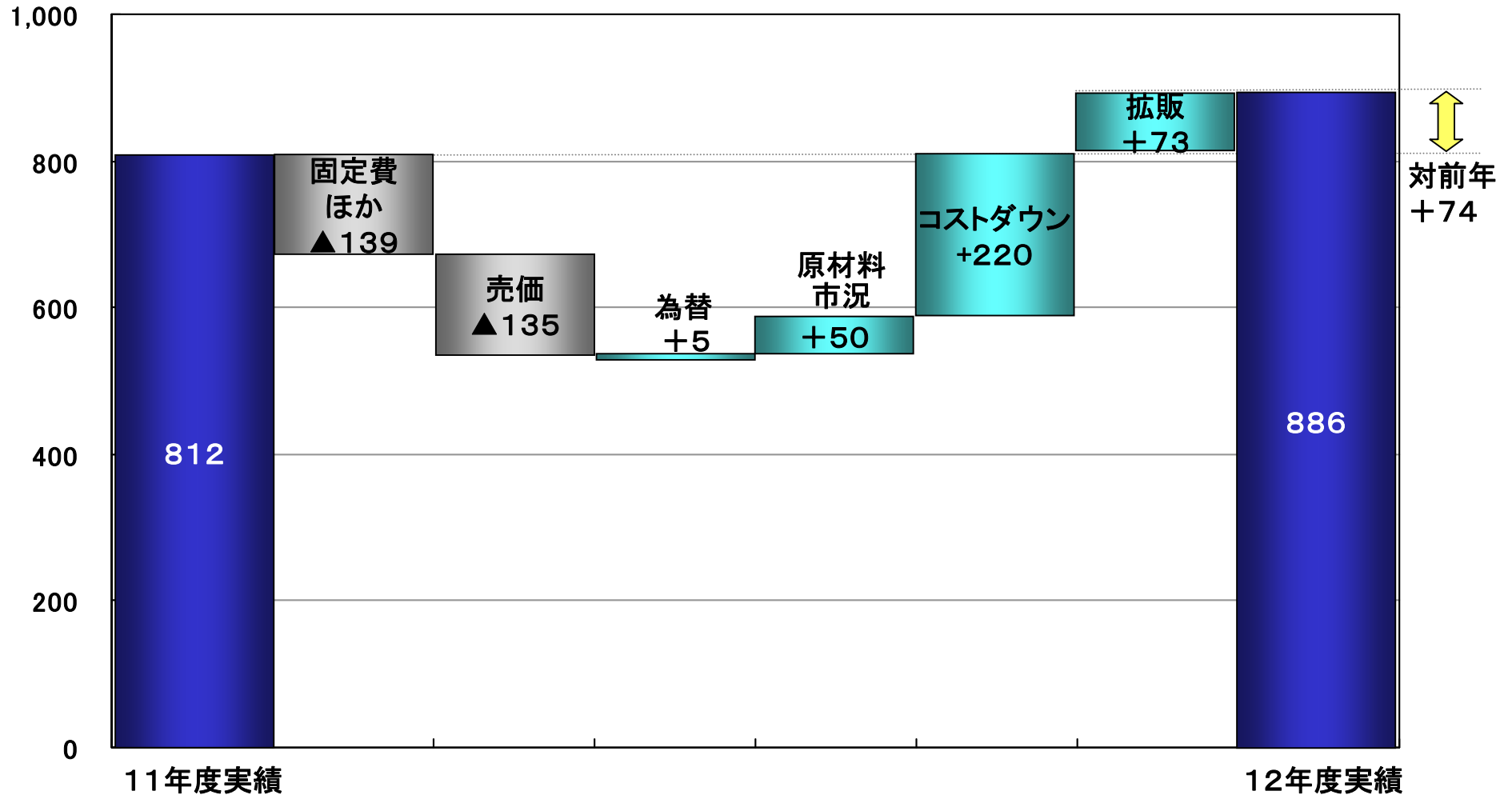
※3 特別損益の主な内訳

投資有価証券評価損▲108(▲19⇒▲127)

■ 営業利益増減分析(対前年比較)



(億円)



<参考>
12年度
計画
(11月公表)

11年度
営業利益
812

固定費
ほか
▲174

売価
▲100

為替
▲55

原材料
市況
+70

コスト
ダウン
+250

拡販
+67

12年度
営業利益
870

■ 貸借対照表



(億円)

	2012/3月末	2013/3月末	増減		2012/3月末	2013/3月末	増減
手元資金	1,356	1,856	+500	仕入債務	1,101	1,274	+173
売上債権	63日 2,091	74日 2,633	+542	有利子負債	3,858	7,025	+3,167
棚卸資産	73日 2,436	81日 2,852	+416	リース債務	40	34	▲6
固定資産	4,048	7,851	+3,803	(有利子負債比率)	(33.6%)	(40.7%)	
投資有価証券	889	1,069	+180	その他	1,446	2,666	+1,220
その他	785	1,098	+313	負債計	6,446	10,998	+4,552
				自己資本計	5,023	6,181	+1,158
				(自己資本比率)	(43.3%)	(35.6%)	
				新株予約権	15	13	▲2
				少数株主持分	121	165	+44
				純資産計	5,159	6,360	+1,201
資産合計	11,606	17,358	+5,752	負債・純資産計	11,606	17,358	+5,752

左肩の数字は保有日数

○Goodman社の連結による影響

	連結前	連結後
売上債権	69日	74日
棚卸資産	75日	81日
有利子負債比率	28.8%	40.7%

Goodman社連結額

売上債権	191億円
棚卸資産	210億円
総資産	4,254億円
ネットデット	1,268億円

※ネットデット=有利子負債－現預金

※有利子負債の明細

	2012/3月末	2013/3月末	増減
短期借入金	674	634	▲40
CP	231	19	▲212
社債	1,000	1,500	+500
長期借入金	1,954	4,872	+2,918
合計	3,858	7,025	+3,167

■ 部門別売上高/営業利益



(億円)

		2011年度 実績	2012年度		
			計画(現公表)	実績	前年比
全社	売上高	12,187	12,700	12,909	106%
	営業利益 (利益率)	812 (6.7%)	870 (6.9%)	886 (6.9%)	109%
空調	売上高	10,414	10,950	11,200	108%
	営業利益 (利益率)	602 (5.8%)	675 (6.2%)	709 (6.3%)	118%
化学	売上高	1,329	1,250	1,244	94%
	営業利益 (利益率)	202 (15.2%)	180 (14.4%)	165 (13.3%)	82%
その他	売上高	444	500	465	105%
	営業利益 (利益率)	9 (1.9%)	15 (3.0%)	12 (2.6%)	144%

■ 部門業績の概況(空調事業)



国内

- ・住宅用は、節電意識の浸透による省エネ空調機器へのニーズの高まり、新築住宅着工の伸長に好天が加わり、業界需要は前年を上回った。

当社は、新冷媒R32を世界で初めて採用し「省エネ大賞」を受賞した『うるさら7』や、使いやすさと快適性にこだわった『ラクエア』など高付加価値商品の拡販に努め、業界の伸びを上回った。

- ・業務用は、今年に入り設備投資が鈍化したが、節電ニーズの高まりと政府の補助金の効果もあり、業界需要は前年並みを維持。

当社は売価政策を徹底するとともに、省エネ性を高めた『スカイエア』、『Ve-up』シリーズなど差別化商品を軸に訪問・提案活動を強化し、大幅なシェアアップにつなげた。

<国内空調業界・当社出荷台数>

	(千台)	11年度	前年比	12年度	前年比
住宅用	業界	8,303	100%	8,521	103%
	当社	—	103%	—	106%
業務用	業界	779	105%	779	100%
	当社	—	103%	—	106%
エコキュート	業界	497	88%	447	90%
	当社	—	79%	—	79%

■ 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)

- ・景気低迷の影響により、空調需要は依然厳しい状況。
- ・南欧は需要最盛期の7月・8月が好天となり、一時的に空調市場が回復。下期も販売店への訪問活動を強化し、主要国での販売を伸ばしたが、景気後退の影響が大きく年間の住宅用売上は減少。
- ・業務用では大型物件が減少し、欧州主要国での販売が伸び悩む中、中東、トルコなど好調な地域での事業拡大を推進。全体では前年並みの販売を確保。
- ・暖房は主力のフランスでの需要低迷、イギリスも公団住宅向け需要が低迷する中、販売店、エンドユーザーへの販促活動を強化。中欧、イタリア、ギリシャなど周辺国でも販売拡大に努め、前年を上回った。
- ・収益力強化の一環として、物流やITなど間接業務の一元化など、固定費構造の改革に取り組んだ。

＜欧州製品別販売状況(台数ベース)＞

(前年比)		11年度	12年度
住宅用		87%	91%
業務用	SKY	79%	101%
	VRV	104%	101%
暖房		105%	106%
アプライド		119%	104%

売上高(億円)	2,253	94%	2,256	100%
現地通貨ベース		98%		102%

※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

■ 部門業績の概況(空調事業)



中国

- ・中国空調需要は景気の減速で前年割れ。
- ・大型不動産物件が減少し大都市での需要が減速したが、都市部郊外および地方都市での需要拡大は引き続き堅調に推移。
- ・当社は住宅用、業務用ともに小売向けの販売に注力し、一軒一軒のユーザーを訪問するなど、きめ細かな営業を徹底することで売上を伸長。
- ・住宅用マルチエアコンの販売網を中国全域へ拡大するとともに、中国独自の商品開発による豊富な品揃えで市場を開拓。ルームエアコンでも、新しい販売網の構築や新商品の投入を進め、販売は前年を上回った。
- ・業務用は、金融引き締めの影響を受けたものの大都市中心部から郊外、中西部・内陸部への販売店開発を展開し、引き続き大きく伸ばした。
- ・アプライドは、市場が横ばいの中、販売網の強化と商品ラインアップの拡充により、チラーやファンコイルユニットの売上が拡大。サービス事業も順調に伸長。

<中国製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		11年度	12年度
住宅用		130%	101%
業務用	SKY	120%	136%
	VRV	124%	108%
アプライド		141%	115%

売上高(億円)	1,875	116%	2,073	111%
現地通貨ベース		121%		103%

※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

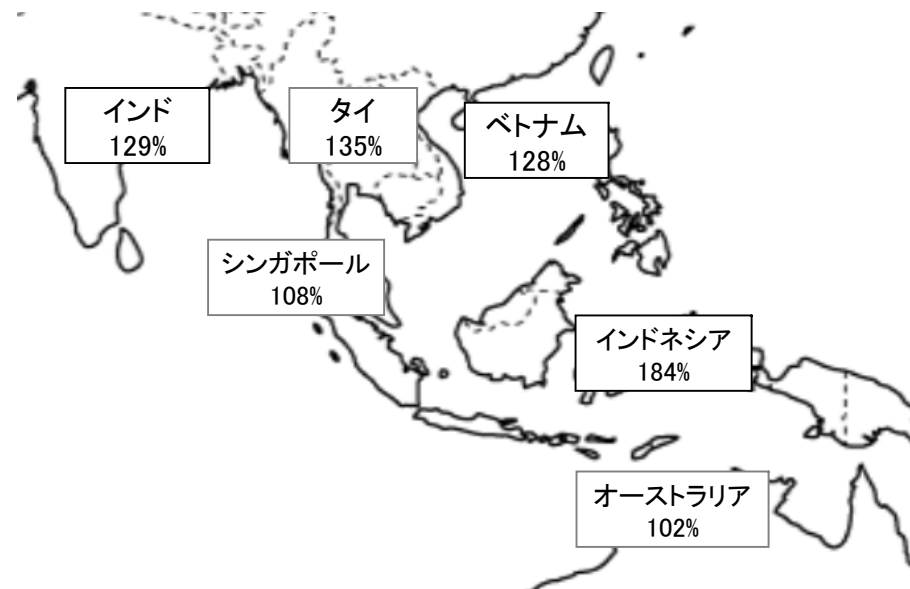
■ 部門業績の概況(空調事業)



アジア・オセアニア

- ・洪水の復興需要、好天影響により販売が好調だったタイに加え、販売店開発が進んだインド・ベトナム・インドネシアなど新興国での販売網強化と販売拡大により、地域全体の売上高は前年を大きく上回った。
- ・インドでは、従来のVRV、チラーに加え、RAの現地生産を開始し、短納期物件の取り込みとコストダウンにより、収益性向上に努めた。
- ・オーストラリアは景気低迷と天候不順の影響を受けたが、業務用の営業活動を強化したことによりVRVの販売を伸ばし、売上高は前年を上回った。

<主な国の売上高前年比(現地通貨ベース)>



■ 部門業績の概況(空調事業)



北米

- ・アプライドは、需要が横ばいで推移する中、サービス体制の充実を含む販売網の強化により、省エネ製品(磁気軸受ターボ・空冷チラーなど)を拡販。
 - ・ダクトレスは、VRVでは個別空調ニーズの高い公共物件は減少したが、販売代理店や建築関係者への認知度向上活動を強化し、前年を上回った。
- SKYでは住宅用・小規模店舗用の新規ルートへの出荷が好調に推移し、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)		11年度	12年度
住宅用		91%	150%
業務用	SKY	102%	224%
	VRV	126%	109%
アプライド		117%	104%
売上高		943	1036
現地通貨ベース		114%	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

化学事業

- ・半導体・液晶関連需要の低迷、フルオロカーボンガスの売価ダウンの影響により、減収減益。
- ーフッ素樹脂は米国LAN電線をはじめグローバル電線市場では堅調に推移。半導体市場は需要が低迷
フッ素ゴムも自動車需要の減少などにより、販売が減少
- ータッチパネルに用いられる表面防汚コーティング剤(オプツール)は売上大幅増
撥水撥油剤は中国、アジアの衣料向け需要減
- ーフルオロカーボンガスは中国、アジア、日本での市況軟化に伴う売価ダウンの影響で、前年より大幅減

<フッ素化学製品の販売状況(売上高ベース)>

(前年比)	11年度	12年度
ガス	136%	63%
樹脂ゴム	117%	96%
化成品ほか	107%	103%
売上高(億円)	1,329	1,244
現地通貨ベース	116%	94%
	120%	92%

その他事業

油機事業:

国内、海外の建機向け油圧機器の需要が堅調に拡大、米国向け産業機械も堅調に推移したものの、国内・欧州・アジア市場の産業機械の需要が低迷し、売上は横ばい。

特機事業:

防衛省向け砲弾の受注の増加により前年を上回った。在宅酸素医療用機器も好調に推移。

電子事業:

設計開発分野向けデータベースシステムの販売増により、前年を上回った。

Ⅱ．2014年3月期全社業績見通し

2014年3月期全社業績見通し



(億円)

	2012年度 実績	2013年度 計画	前年比
売上高	12,909	17,600	136%
営業利益 (利益率)	886 (6.9%)	1,250 (7.1%)	141%
経常利益 (利益率)	941 (7.3%)	1,200 (6.8%)	127%
当期純利益 (利益率)	436 (3.4%)	640 (3.6%)	147%

グッドマン社13年度計画

売上高 2,060億円
 営業利益率 13%
 ※のれん代、その他無形固定資産などを償却後の営業利益は135億円

■為替レート

ドル/円	83	95	—
ユーロ/円	107	125	—

※為替感応度(1円の変動による営業利益への影響)

2013年度計画

ドル * 5億円

ユーロ 3億円

*人民元、豪ドル、タイバーツを含む

FUSION15で掲げた重点施策は計画通り展開。この成果を収益力強化に結びつけ、FUSION15の定量目標達成を目指す

- 国内は、差別化商品の開発、拡販に加え、HVACソリューション事業(節電ビジネス、計装・保守・サービス事業)を本格化。
- 中国では、全製品を見直し1000機種を超えるモデルチェンジを実施。販売網を14,000店に拡充し、ボリューム市場での販売拡大。
- 欧州では、全12販社において、販売店開発の加速など、販売力を再強化し、高付加価値商品、ボリュームゾーン商品の両面からの拡販に取り組む。
- 新興国では販売網整備が進むトルコ、インド、インドネシア、ベトナムでの拡販を加速するとともに、中東、ロシア、ブラジル市場に参入。
- 化学事業は、需要回復が遅れる中、中国での他素材からフッ素への置換、複合技術(塗る・貼る・混ぜる)の提案、オプツール、ゼッフル、新冷媒(R32)、リチウムイオン電池向け材料などの環境商品を拡販。
- グッドマン社は商品ラインアップの強化と強力なディーラー網を活かした拡販策を展開し、新築市場への本格展開を図る。
- 運転資本の効率化によりFCFを極大化し、グッドマン社買収で悪化している(有利子負債比率の上昇)財務体質の改善に努める。

■ 全社業績見通し(上期・下期別)



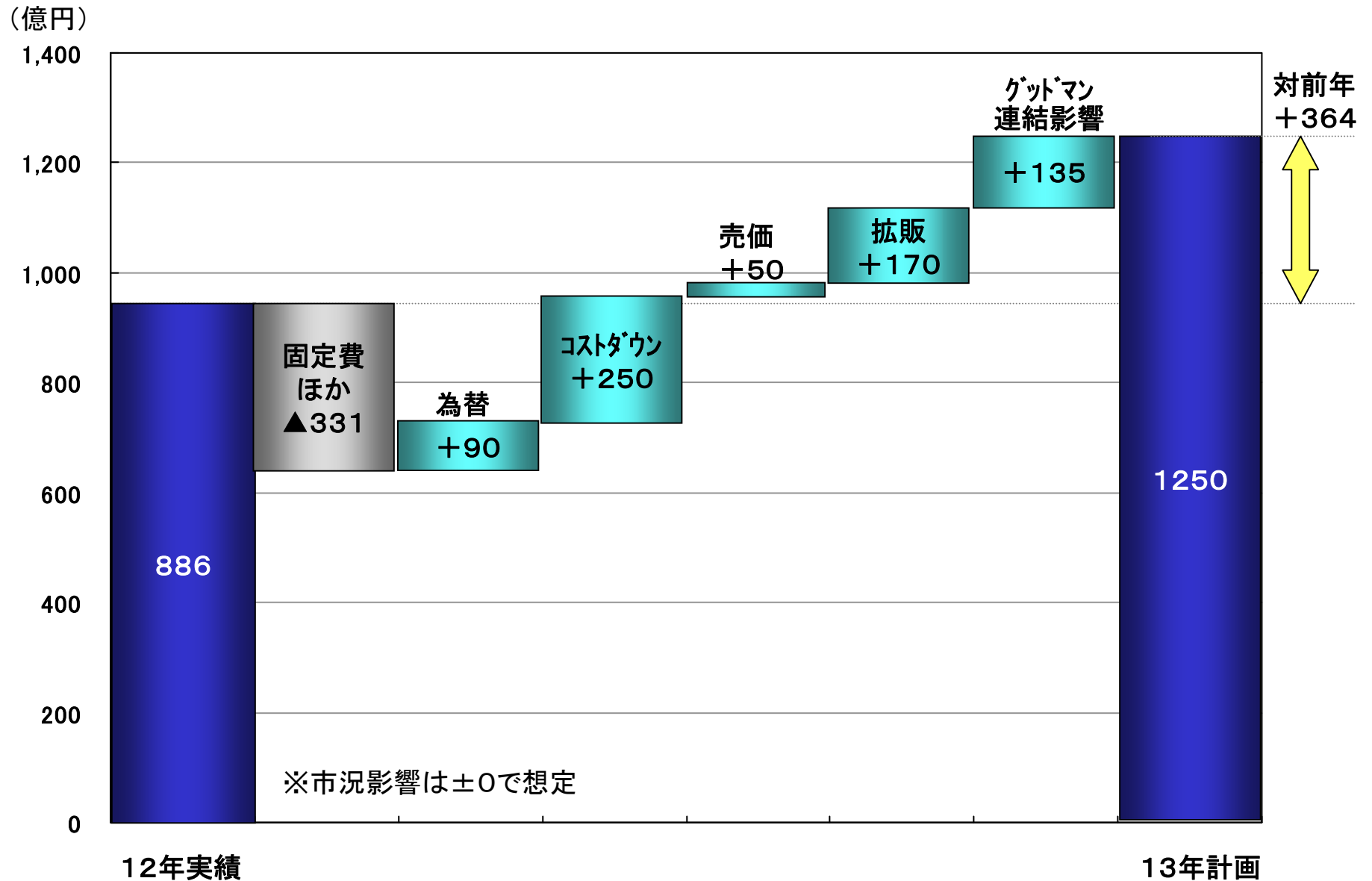
(億円)

	2012年度実績			2013年度計画		
	上期	下期	年間	上期	下期	年間
売上高	6,500	6,409	12,909	9,200	8,400	17,600
営業利益 (利益率)	505 (7.8%)	381 (5.9%)	886 (6.9%)	760 (8.3%)	490 (5.8%)	1,250 (7.1%)
経常利益 (利益率)	471 (7.2%)	470 (7.3%)	941 (7.3%)	740 (8.0%)	460 (5.5%)	1,200 (6.8%)
当期純利益 (利益率)	90 (1.4%)	346 (5.4%)	436 (3.4%)	420 (4.6%)	220 (2.6%)	640 (3.6%)

為替レート

ドル/円	79	87	83	95
ユーロ/円	101	113	107	125

■ 営業利益増減分析 -年間計画の対前年比較-



■部門別業績見通し



(億円)

		2012年度 実績	2013年度 計画	前年比
全社	売上高	12,909	17,600	136%
	営業利益 (利益率)	886 (6.9%)	1,250 (7.1%)	141%
空調	売上高	11,200	15,600	139%
	営業利益 (利益率)	709 (6.3%)	1,030 (6.6%)	145%
化学	売上高	1,244	1,500	121%
	営業利益 (利益率)	165 (13.3%)	195 (13.0%)	118%
その他	売上高	465	500	108%
	営業利益 (利益率)	12 (2.6%)	25 (5.0%)	204%

国内

「うるさら7」や「Eco-ZEAS80」などの差別化商品を拡販するとともに、組織改革後の新体制で、HVACソリューションビジネスの展開を加速
 売価政策の徹底により円安によるコストアップを吸収し、収益力アップ

- ・業務用では、『Eco-ZEAS80』など省エネ性の高い差別化商品の拡販と、循環型ビジネスの確立を目指した工事力・計装・サービス力の強化。
- ・住宅用は、他社に先行して新冷媒R32を採用した『うるさら7』や、簡単見守リモコンを採用した『ラクエア』など差別化商品を軸に、シェアアップを目指す。
- ・空気清浄機は、『うるおい光クリエール』のダブル方式(光速ストリーマ&アクティブプラスマイオン搭載)による高い性能を訴求し、PM2.5問題をきっかけに高まっている空気質への関心を追い風に、年間100万台販売に挑戦。

<国内空調業界・当社出荷台数>

	(千台)	13年計画	前年比
住宅用	業界	8,250	97%
	当社	—	97%
業務用	業界	779	100%
	当社	—	97%
エコキュート	業界	420	94%
	当社	—	86%

<国内空調需要関連指標>

(対前年伸び率)	11年度	12年度	13年度予測
個人消費支出	+1.5%	+1.4%	+1.4%
住宅着工戸数	+2.7%	+6.2%	+5.8%
民間設備投資	+4.1%	▲1.9%	+1.8%
業務用建築着工面積(3,000㎡未満)※1-12月	+1.0%	+8.9%	+2.0%

■ 部門別経営計画(空調事業)



欧州

需要が停滞する中「ライバルに打ち勝ち、収益を確保」という観点から、販売力、コスト競争力を変革し、高付加価値商品、ボリュームゾーン商品の両面からの拡販を目指すとともに、中期的な事業体質強化を図る

- ・全12販社において販売力を再強化。販売店の新規開発、提案営業を主体とした営業マンのスキルを強化し、新商品、高付加価値商品を中心にシェアアップを目指す。
- ・住宅用では、南欧でのボリュームゾーン市場の拡大をにらみ、イタリアでボリュームゾーン商品の販売地域を全土に拡大(今までは南部地域のみ)。スペインではSKYのボリュームゾーン商品を新たに投入。
- ・欧州開発センターの機能強化により欧州のニーズに合ったボリュームゾーン商品の品揃えを拡充。
- ・暖房事業は、欧州全体への拡大。
フランスでは、アルテルマの小型モデルの投入、営業・サービス体制の強化により新築住宅でのシェア拡大。
ドイツ、イタリアでは、ヒートポンプの新製品に加えて燃焼暖房商品を積極投入し、販路拡大。

＜欧州の製品別販売計画(台数ベース)＞

(前年比)	2013年度	
	需要	当社計画
住宅用	99%	122%
業務用	SKY	102%
	VRV	105%
暖房	108%	115%
アプライド	102%	113%

売上高(億円)	2,850	126%
現地通貨ベース		108%

※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

中国

需要回復の不透明さは残るが、強みを活かした最大限の拡販を図る
主力のVRV、住宅用マルチを中心に新製品を一気に投入し、蘇州工場の本格稼働を軸にコスト競争力を高め、収益力強化を目指す

- ・中国全土に展開する販売網を12,000店から、14,000店に拡充。市場の変化に即座に対応できる体制を構築。社員、販売店、サービス工事店をあわせた10万人を超える空調軍団で拡販に挑む。
- ・地方販売を加速。物件が減少する中でも、小売・街売に注力し売上拡大。
- ・13年3月に全商品(RA、住宅用マルチ、SKY、VRV)を見直し、1,000機種を超えるフルモデルチェンジを実施。業務用では、主力製品のVRVにおいて、圧倒的な省エネ性を実現した新製品『VRV-X』を開発し、シェアアップにつなげる。
- ・PM2.5問題をきっかけに急成長が想定される空気事業(空気清浄機、全熱交換器)で販売を拡大。
- ・成熟都市の更新需要を取り込むため、サービスが主体になり、更新・改装・工事付受注などのソリューションを切り口に機器販売を拡大。

＜中国の製品別販売計画(台数ベース)＞

(前年比)	2013年度	
	需要	当社計画
住宅用	100%	144%
業務用	SKY	123%
	VRV	108%
アプライド	107%	111%
売上高(億円)	2,720	131%
現地通貨ベース		114%

※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

アジア・オセアニア

重点市場であるインド、ベトナム、インドネシアでのより一層の拡販と収益力強化に取り組み、地域全体で大幅な売上増を目指す

- ・オーストラリアでは、引き続き需要環境は厳しいが、住宅用の商品ラインアップ強化を図るとともに、業務用空調拡販に向け、スペックイン活動を強化し、V字回復を目指す。
- ・タイでは、海外からの投資拡大やRA購買層の増加など、需要の力強い回復を捉えた拡販を目指す。
- ・インドにおいて、ルームエアコンの本格生産を開始。新冷媒R32搭載のルームエアコンもラインアップに加え、新規販売店開発やルート販売を加速し、需要が横ばいにある中、売上高を大きく伸ばす。
- ・ベトナムでは、販売店の新規開発や都市部から地方都市への展開を加速。政府の金融引き締め緩和も追い風に拡販に取り組む。
- ・インドネシアでは、買収による自前販社設立(12年6月営業開始)を機に急ピッチで販売店開発を加速。

北米-1

設備投資や政府支出については抑制傾向だが、省エネ機器へのニーズ拡大や新築住宅着工の底入れにより、空調市場はゆるやかに回復
販売網強化、商品拡充によりさらなる拡販を目指す

- ・アプライドは、中規模更新市場向けに競争力のある新商品を投入し、重点30都市での販売網の再強化を図り、機器拡販を図るとともに、サービス・ソリューション事業を拡大。
- ・ダクトレスは、省エネ空調としての市場認知度も高まっており、販売網強化、サービス体制の充実、品揃えの拡大によりさらなる拡販をめざす。

<北米の製品別販売計画(台数ベース)>

(前年比)		2013年度	
		需要	当社計画
ダ ク ト レ ス	住宅用(RA)	107%	119%
	業務用	SKY	108%
		VRV	111%
住宅用ユニタリー		103%	106%
アプライド		101%	111%
売上高(億円)		3,430	331%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン
 ※VRV・・・ビル用マルチエアコン
 ※ユニタリー・・・ダクト式エアコン
 ※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

北米-2(グッドマン社)

住宅市場の回復基調を捉え、当社の商品技術力とグッドマン社の強力なディーラー網を活かした拡販策を展開し、北米市場での省エネ商品の浸透を図る。住宅用、業務用空調市場における商品ラインアップの拡充、販売力の更なる強化を図り、北米空調No. 1の早期実現を目指す

<13年に実行する主なシナジーテーマ>

住宅用では、更新需要獲得に加え、高級機市場向け商品のラインアップを拡充し、新築市場での販売拡大を目指す。また、業務用ライトコマーシャル市場(中規模ビル向け)への本格参入を図る

- ーノンインバータ・ダクトユニットのプレミアム市場向け商品の販売 : 13年4月～
- ーグッドマン社の販路でのダイキンブランド商品(RA、VRV、ルーフトップ)の販売 : 13年5月～
- ーダクトユニットのプレミアム市場向け商品(インバータ・ダクトユニット)の販売 : 14年初旬
- ーVRVのグッドマン工場での現地生産 : 14年初旬
- ーグッドマン、マッケイの調達機能の統合、物流などのバックオフィス機能の効率化 : 順次実行中

化学事業

需要回復が遅れる中、他素材からフッ素への用途開発を加速し、複合技術の提案、環境商品の拡販を図る。あわせて好調な自動車関連商品の拡販とトータルコストダウン推進により、短期利益を確保

- ・公共投資の再開により需要増が見込める中国のインフラ関連で、ローカルメーカーに対抗したPTFEなど汎用樹脂のボリュームゾーン向け商品を拡販。複合技術（塗る、貼る、混ぜる）の用途開発を推進し、他素材からの置き換えを目指す。
- ・オプツール、ゼッフル、太陽電池向けフィルムなど独自の付加価値商品の拡販。
- ・売価政策の徹底、市況軟化を取り入れた原材料コストダウン、固定費圧縮を徹底

＜フッ素化学製品の販売計画（前年比）＞

（前年比）	2013年度	
	需要	当社計画
全フッ素化学品	105%	121%
ガス	105%	120%
樹脂ゴム	105%	124%
化成品ほか	104%	116%

売上高（億円）	1,500	121%
---------	-------	------

その他事業

- ・油機事業は、国内産機、建機向け市場での拡販、中国事業の強化を図る。
- ・特機事業は、防衛事業に加え在宅医療事業（酸素濃縮器）の拡販により売上を拡大。
- ・電子事業は、研究開発支援システム（ビジュアルR&Dシステム）での事業拡大し、自動車メーカー、建築業界などへ拡販。

(参考資料)

■ 地域別売上高の推移-空調事業



(億円)	2008年度		2009年度		2010年度		2011年度		2012年度		2013年度計画	
	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高
日本	99%	3,707	88%	3,248	112%	3,646	107%	3,886	106%	4,115	105%	4,340
ヨーロッパ	80%	2,721	81%	2,206	97%	2,138	90%	1,935	95%	1,830	127%	2,330
中国	102%	1,405	93%	1,300	125%	1,621	116%	1,875	111%	2,073	131%	2,720
アジア	98%	977	85%	828	132%	1,095	102%	1,119	122%	1,363	133%	1,820
アメリカ	103%	1,058	81%	859	104%	897	105%	943	110%	1,036	331%	3,430
オセアニア	78%	374	106%	395	101%	399	85%	338	105%	356	123%	440
中近東	123%	248	71%	177	101%	180	138%	249	142%	354	124%	440
アフリカ	114%	104	70%	73	96%	70	98%	69	106%	72	110%	80
計	94%	10,594	86%	9,086	111%	10,046	104%	10,414	108%	11,200	139%	15,600

※左肩の数字は前年比

海外売上高比	65%	64%	64%	63%	63%	72%
為替レート(ドル/円)	101円	93円	86円	79円	83円	95円
(ユーロ/円)	143円	131円	113円	109円	107円	125円

※為替影響を除く実質前年比

	2011年度	2012年度	2013年度計画
ヨーロッパ	94%	96%	109%
中国	121%	103%	114%
アメリカ	114%	105%	289%

■ 地域別売上高の推移-化学事業



(億円)	2008年度		2009年度		2010年度		2011年度		2012年度		2013年度計画	
日本	83%	415	82%	342	137%	469	103%	482	89%	431	96%	415
アメリカ	88%	265	83%	221	122%	271	113%	305	102%	311	135%	420
アジア	91%	80	89%	71	150%	107	140%	150	75%	113	155%	175
中国	103%	154	88%	135	142%	192	138%	265	96%	254	138%	350
ヨーロッパ	77%	94	86%	81	122%	99	116%	115	101%	116	121%	140
その他	669%	12	105%	12	85%	11	119%	13	158%	20	—	—
計	88%	1,019	85%	862	133%	1,148	116%	1,329	94%	1,244	121%	1,500

※左肩の数字は前年比

海外売上高比	61%	62%	59%	64%	65%	72%
為替レート(ドル/円)	101円	93円	86円	79円	83円	95円
(ユーロ/円)	143円	131円	113円	109円	107円	125円

※為替影響を除く実質前年比

	2011年度	2012年度	2013年度計画
アメリカ	123%	97%	118%
中国	145%	89%	120%
ヨーロッパ	121%	103%	103%

■ 為替レート



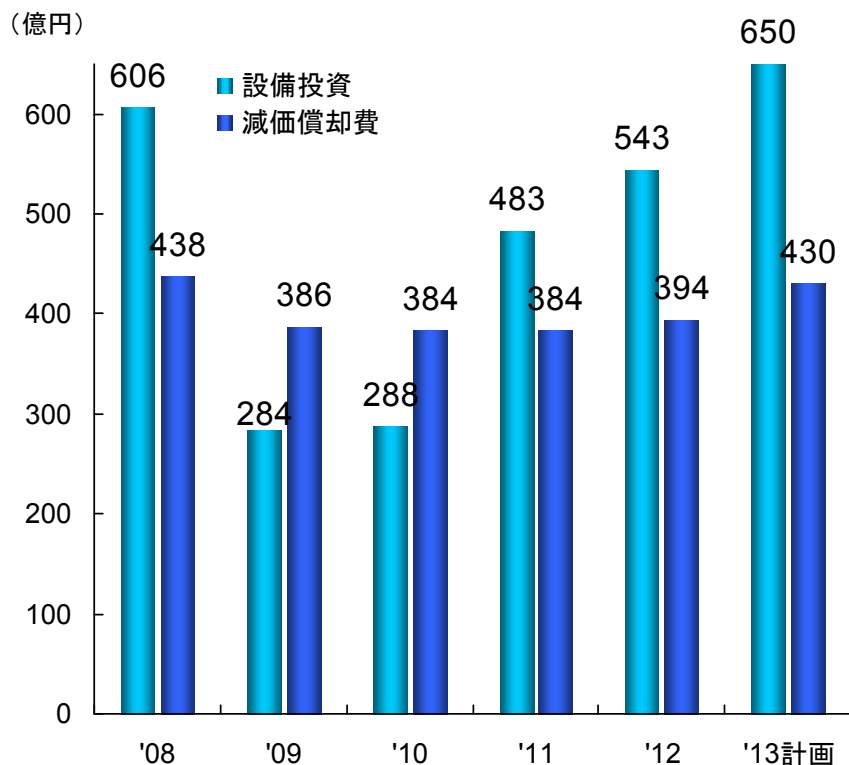
■ 為替レート

	11年度実績			12年度実績		
	上期	下期	年間	上期	下期	年間
ドル	80円	78円	79円	79円	87円	83円
ユーロ	114円	104円	109円	101円	113円	107円
タイバーツ	2.6円	2.6円	2.6円	2.5円	2.9円	2.7円
中国元	12.5円	12.3円	12.4円	12.6円	14.0円	13.3円
豪ドル	84円	81円	83円	81円	91円	86円

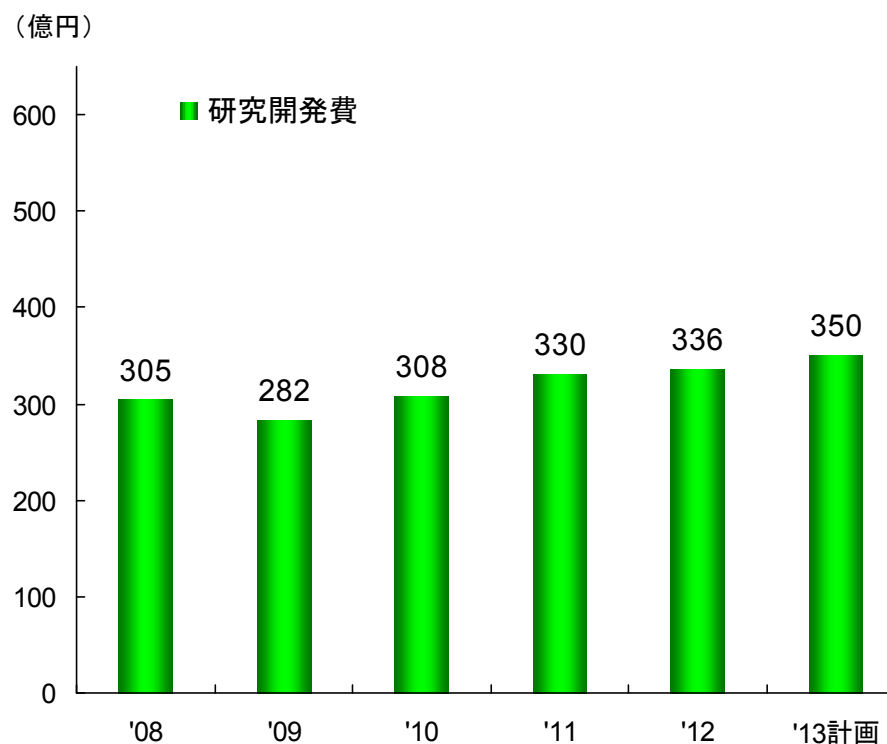
■ 設備投資・減価償却費、研究開発費の推移



設備投資・減価償却費



研究開発費



(億円)	08年間	09年間	10年度	11年度	12年度実績	13年度計画
設備投資	606	284	288	483	543	650
減価償却費	438	386	384	384	394	430
研究開発費	305	282	308	330	336	350

■ 配当金について



現公表通り、前年と同額の年間36円を予定
次期配当については、現時点で未定
第2四半期決算発表時(11月)に業績動向を踏まえ決定したい

		08年度	09年度	10年度	11年度	12年度(予定)
1株当たり 配当金	中間	19円	16円	18円	18円	18円
	年間	38円	32円	36円	36円	36円
1株当たり 当期純利益	上期	133.4円	34.7円	18.8円	96.4円	31.0円
	年間	74.5円	48.0円	68.1円	141.4円	149.7円

参考)DOEの推移	08年度	09年度	10年度	11年度	12年度予定
	2.2%	1.9%	2.1%	2.1%	1.9%

【当社の配当方針】

連結純資産配当率(DOE)2.0%以上を維持することを基本とし、連結業績、財務状況、資金需要等を総合的に勘案し、安定的に実施。

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。