



2014年3月期(平成25年度)
第3四半期決算説明資料

2014年2月10日

ダイキン工業株式会社

I . 第3四半期決算概要	P.3-4
II . 部門別業績	P.5-14
・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	
・部門別業績の概況	
III . 補足データ	P.15-16
・設備投資、減価償却費、研究開発費	

I . 第3四半期決算概要

■ 第3四半期決算概要



空調事業は国内、中国、アジアで販売が好調に推移、米国でもグッドマン社の新規連結も含めて急拡大。売価政策に加え、コストダウンなど収益力強化の徹底、円安効果の取り込みにより、化学事業の減益をカバーし、全社業績は大幅な増収・増益となった。

(単位: 億円)	3Q(10-12月)			3Q累計(4-12月)			13年度年間計画	
	12年度	13年度	前年比	12年度	13年度	前年比	11月公表	前年比
売上高	2,863	4,114	144%	9,363	13,329	142%	17,700	137%
営業利益 (利益率)	106 (3.7%)	288 (7.0%)	272%	611 (6.5%)	1,196 (9.0%)	196%	1,400 (7.9%)	158%
経常利益 (利益率)	156 (5.5%)	306 (7.4%)	196%	627 (6.7%)	1,201 (9.0%)	191%	1,360 (7.7%)	144%
四半期純利益 (利益率)	105 (3.7%)	157 (3.8%)	149%	195 (2.1%)	740 (5.6%)	379%	800 (4.5%)	184%

為替レート

1USD	¥81	¥100	—	¥80	¥99	—	¥97
1EUR	¥105	¥137	—	¥102	¥132	—	¥128

*為替影響(対前年度)

3Q(10-12月) 売上高: +540億円
営業利益: +35億円

3Q累計(4-12月) 売上高: +1600億円
営業利益: +120億円

Ⅱ. 部門別業績

■部門別売上高/営業利益



(単位: 億円)		3Q(10-12月)実績			3Q累計(4-12月)実績			13年度年間計画	
		2012年度	2013年度	前年比	2012年度	2013年度	前年比	11月公表	前年比
全社	売上高	2,863	4,114	144%	9,363	13,329	142%	17,700	137%
	営業利益 (利益率)	106 (3.7%)	288 (7.0%)	272%	611 (6.5%)	1,196 (9.0%)	196%	1,400 (7.9%)	158%
空調	売上高	2,517	3,687	146%	8,219	12,042	147%	15,800	141%
	営業利益 (利益率)	97 (3.8%)	265 (7.2%)	275%	503 (6.1%)	1,119 (9.3%)	223%	1,225 (7.8%)	173%
化学	売上高	266	342	129%	851	971	114%	1,400	113%
	営業利益 (利益率)	12 (4.6%)	23 (6.6%)	187%	107 (12.5%)	69 (7.1%)	65%	150 (10.7%)	91%
その他	売上高	80	84	105%	294	316	108%	500	108%
	営業利益 (利益率)	▲ 3 —	0 (0.2%)	—	2 (0.5%)	7 (2.3%)	466%	25 (5.0%)	204%

■ 地域別売上高の推移-空調事業



(単位: 億円) ※左肩の数字は前年比	09年度1-3Q		10年度1-3Q		11年度1-3Q		12年度1-3Q		13年度1-3Q		13年度 3Q(10-12月)		13年度計画 (11月公表)	
	日本	86%	2,443	109%	2,658	107%	2,838	108%	3,055	103%	3,151	112%	1,003	104%
ヨーロッパ	75%	1,665	94%	1,572	94%	1,483	88%	1,302	130%	1,692	137%	531	125%	2,285
中国	87%	974	126%	1,228	120%	1,475	109%	1,610	148%	2,382	154%	765	137%	2,830
アメリカ	58%	646	104%	674	105%	709	107%	762	365%	2,782	296%	749	342%	3,540
アジア	78%	608	134%	816	104%	847	113%	956	140%	1,339	131%	418	135%	1,840
オセアニア	99%	291	103%	300	83%	250	100%	250	122%	305	127%	112	124%	440
中近東	62%	122	106%	130	130%	169	141%	238	135%	322	133%	87	134%	475
アフリカ	72%	57	91%	52	92%	47	98%	46	150%	69	148%	21	124%	90
計	79%	6,806	109%	7,429	105%	7,818	105%	8,219	147%	12,042	147%	3,687	141%	15,800

海外売上高比	64%	64%	64%	63%	74%	73%	73%
為替レート 1USD	¥94	¥87	79円	¥80	¥99	¥100	¥97
1EUR	¥133	¥113	111円	¥102	¥132	¥137	¥128

グッドマン社1-3Q実績

売上高 1,782億円(前年比109%)

※前年比は現地通貨ベース

※為替影響を除く実質前年比

	3Q累計	3Q期間	年間計画(11月公表)
ヨーロッパ	100%	105%	104%
中国	116%	122%	116%
アメリカ	295%	240%	292%
(除くグッドマン社)	106%	98%	119%

■ 地域別売上高の推移-化学事業



(単位:億円) ※左肩の数字は前年比	09年度1-3Q		10年度1-3Q		11年度1-3Q		12年度1-3Q		13年度1-3Q		13年度 3Q(10-12月)		13年度計画 (11月公表)	
	日本	69%	235	145%	340	102%	348	89%	309	84%	261	97%	92	89%
アメリカ	70%	148	127%	189	108%	205	102%	210	121%	255	116%	80	127%	395
中国	72%	90	147%	133	152%	201	84%	170	141%	239	174%	92	126%	320
アジア	69%	46	166%	77	148%	113	67%	76	130%	99	146%	35	146%	165
ヨーロッパ	67%	54	130%	70	110%	77	96%	74	130%	97	147%	33	116%	135
その他	94%	9	82%	7	120%	9	122%	11	199%	21	345%	11	—	—
計	70%	583	140%	816	117%	953	89%	851	114%	971	128%	342	112%	1,400
海外売上高比	61%		58%		64%		64%		73%		73%		73%	
為替レート 1USD	¥94		¥87		¥79		¥80		¥99		¥100		¥97	
1EUR	¥133		¥113		¥111		¥102		¥132		¥137		¥128	

※為替影響を除く実質前年比

	3Q累計	3Q期間	年間計画(11月公表)
アメリカ	98%	94%	113%
中国	95%	137%	111%
ヨーロッパ	99%	110%	101%

■ 部門別業績の概況 - 国内空調



国内

住宅用の業界需要は、住宅着工数の伸長や節電意識の浸透による省エネ商品への買い替えに加え、消費税増税前の駆け込み需要もあり、前年を上回った。

業務用の業界需要は、設備投資や建築着工の回復基調に支えられ、堅調に推移。

当社は、

- 一円安による調達コストのマイナス影響はあったが、高付加価値商品の拡販に注力するとともに、引き続き売価政策、コストダウンを徹底することにより利益確保に努めた。
- 一住宅用は、フラグシップ機である新冷媒HFC32(R32)を採用した『うるさら7』を中心とした省エネ差別化商品の販売拡大が大きく寄与した。
- 一業務用は、店舗・オフィス用エアコンとして業界で初めて新冷媒HFC32(R32)を採用した『FIVE STAR ZEAS』を投入。優れた省エネ性および環境性を訴求した高付加価値商品を中心に拡販に取り組んだ。

<国内空調業界・当社出荷台数>

(千台)		2013年度					
		上期実績	前年比	1-3Q実績	前年比	年間計画 (11月公表)	前年比
住宅用	業界	5,788	104%	7,372	107%	8,727	102%
	当社	—	97%	—	100%	—	98%
業務用	業界	436	100%	622	103%	806	103%
	当社	—	97%	—	99%	—	99%
エコキュート	業界	213	96%	328	98%	420	94%
	当社	—	80%	—	85%	—	85%

■ 部門別業績の概況 - 欧州空調



欧州 (トルコ、中近東、アフリカを含む)

EU経済に回復の兆しが見え始めたことに加え、トルコをはじめとする新興市場の堅調な需要が続く中、販売網の再強化に取り組み、EU域・新興地域ともに売上は前年を上回った。

- ・住宅用は、南欧を中心としたボリュームゾーン商品の拡販策を積極的に展開し、イタリアでの販売が好調に推移。トルコ・ロシアでも市場開拓を進め、売上を伸ばした。
- ・業務用は、新興市場を中心にボリュームゾーン商品の展開を進めたことや、トルコでのVRV拡販により、前年を上回った。
- ・ヒートポンプ式住宅温水暖房機は、中欧・イタリア・スペイン・イギリスなどでの販売店開発が進み、前年を上回った。

<欧州製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)	2013年度				
	上期実績	1-3Q実績	年間計画(11月公表)		
			需要	当社計画	
住宅用	125%	116%	102%	120%	
業務用	SKY	107%	112%	102%	113%
	VRV	102%	100%	101%	108%
暖房	108%	103%	108%	114%	
アプライド	106%	103%	102%	113%	

※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

■ 部門別業績の概況 - 中国空調



中国

空調需要が低調に推移する中、比較的需要在堅調な小売・街売に注力するとともに、アプライド市場でも売上を伸ばし、全体の売上は前年を上回った。

- ・地方都市や大都市郊外を含む中国全域で小売販売店網の拡大を進め、2013年4月にフルモデルチェンジした新製品を武器に大きく拡販。住宅用マルチの販売が引き続き好調に推移。
- ・空気清浄機もPM2.5問題を契機に拡大した需要を取り込み、売上を大幅に伸ばした。
- ・アプライドは、ターボ冷凍機・エアハンドリングユニット等の機器拡販やサービス事業の拡大、海外への輸出強化により、売上を大きく伸ばした。

蘇州工場を中心に、ローカル原材料の採用拡大や市況軟化の取り込みといったコストダウンの取り組みを推進し、収益力強化に努めた。

＜中国製品別販売状況(台数ベース)＞

(前年比)		2013年度			
		上期実績	1-3Q実績	年間計画(11月公表)	
				需要	当社計画
住宅用		102%	102%	106%	136%
業務用	SKY	104%	114%	98%	111%
	VRV	105%	113%	104%	105%
アプライド		120%	116%	107%	114%

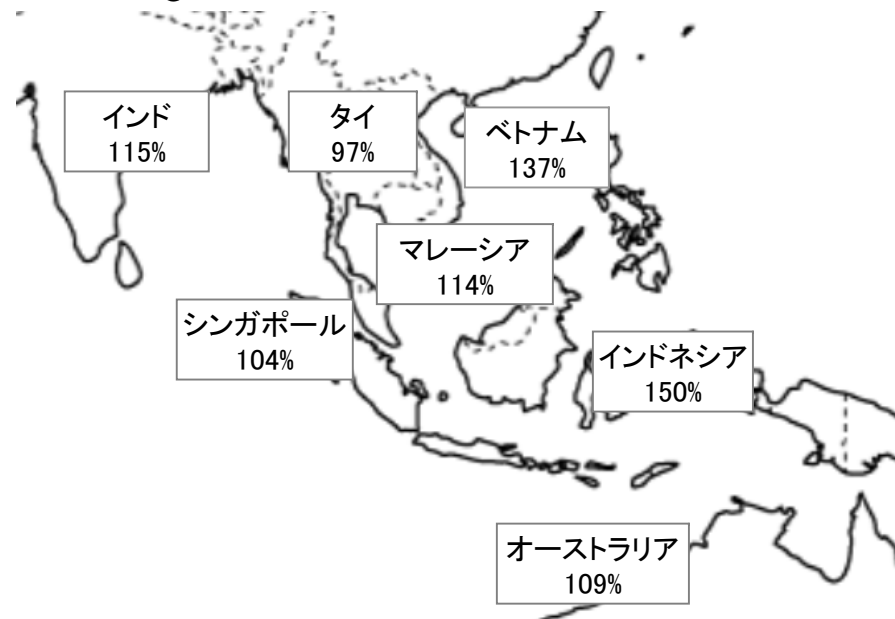
※SKY・・・中小型パッケージエアコン
 ※VRV・・・ビル用マルチエアコン(住宅用マルチエアコン含む)
 ※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

アジア・オセアニア

インド・ベトナム・インドネシアなど、販売網構築を進めてきた新興国において住宅用が販売を大きく伸ばし、アジア・オセアニア地域全体の売上高は前年を大きく上回った。

- ・成熟市場であるオーストラリア、シンガポールの販売は堅調に推移。
オーストラリアでは、昨年からの販売強化策が奏功し、収益力の高い業務用(SKY、VRV)で販売を拡大。
- ・タイは景気減速や政情不安の影響により販売が鈍化。

<主な国の1-3Q売上高前年比(現地通貨ベース)>



■部門別業績の概況 - 北米空調



北米

・アプライド

ー建築着工は回復傾向を見せるも、アプライド市場は依然厳しい中、販売店開発による機器拡販、アフターサービス事業の強化により売上を拡大。

・住宅用ユニタリー(グッドマン社)

ー住宅市場が回復する中、省エネ性をアップさせた商品の拡充により、新築市場や集合住宅など多世帯向け更新市場において売上を伸ばした。

・ダクトレス

ー住宅用は、住宅着工の回復にともなう需要を取り込み、売上を拡大した。
 ー業務用は、VRVが学校向けや政府関係物件の受注を伸ばし、売上を大きく伸ばした。

<北米製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		2013年度				
		上期実績	1-3Q実績	年間計画(11月公表)		
需要	当社計画					
ダクトレス	住宅用(RA)	102%	123%	103%	136%	
	業務用	SKY	105%	121%	108%	118%
		VRV	116%	116%	124%	124%
住宅用ユニタリー		109%	109%	108%	109%	
アプライド		109%	107%	101%	111%	

※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、住宅用ユニタリーは売上高(現地通貨)ベース

■ 部門別業績の概況 - 化学事業



国内市場の需要低迷が続く中、中国でのインフラ投資関連や海外での自動車関連など好調分野での拡販に努めたことに加え、円安による為替換算の効果もあり、売上は前年を上回った。

- ・樹脂・ゴムは、
 - －中国、米国では、鉄道・通信を中心とするインフラ投資の改善や自動車・航空機向けの堅調な需要に支えられ、前年を上回る売上を達成。
 - －国内は、半導体分野などの需要回復の遅れにより、売上は前年を下回った。
 - －ゴムは、自動車向けに海外での販売を拡大。
- ・化成品は、撥水撥油剤が中国での衣料用途向けの販売を伸ばしたが、オプツール（表面防汚コーティング剤）や半導体用のエッチング剤で販売が伸び悩んだ。
- ・ガスは、中国での競争が激化する中、アジアを中心に販売を伸ばした。

売価が軟調に推移する中、自動車・半導体分野における高付加価値商品の拡販、中国向け汎用商品の供給力向上を活かした拡販とともに、固定費削減を中心としたトータルコストダウンに努め、収益確保を図る。

＜フッ素化学製品の販売状況(売上高ベース)＞

(前年比)	2013年度			
	上期実績	1-3Q実績	年間計画(11月公表)	
			需要	当社計画
全フッ素化学品	108%	114%	103%	113%
ガス	89%	108%	102%	95%
樹脂ゴム	115%	121%	103%	116%
化成品ほか	102%	104%	103%	111%

Ⅲ.補足データ

■ 設備投資、減価償却費、研究開発費



(億円)	2012年度実績		2013年度	
	1-3Q	年間	1-3Q実績	年間計画 (11月公表)
設備投資	405	543	433	650
減価償却費	285	394	400	430
研究開発費	253	336	295	350



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。