



2015年3月期(平成26年度)  
決算説明資料

2015年5月13日

**ダイキン工業株式会社**

## I . 2015年3月期決算概要

- ・2015年3月期全社業績・・・・・・・・・・・・・・・・P.4
- ・損益計算書・・・・・・・・・・・・・・・・P.5
- ・営業利益増減分析(対前年比較)・・・・・・・・P.6
- ・貸借対照表・・・・・・・・・・・・・・・・P.7
- ・部門別売上高／営業利益・・・・・・・・P.8
- ・地域別売上高の推移・・・・・・・・P.9-10
- ・部門別業績の概況・・・・・・・・ P.11-17

## II . 2016年3月期業績見通し

- ・2016年3月期全社業績見通し・・・・・・・・ P.19
- ・2016年3月期全社業績見通しのポイント・・・・P.20
- ・全社業績見通し(上期・下期別)・・・・・・・・ P.21
- ・営業利益増減分析(年間計画の対前年比較) ・・・・ P.22
- ・部門別業績見通し・・・・・・・・ P.23
- ・部門別経営計画・・・・・・・・P.24-29

## III . 補足データ・・・・・・・・P.30-33

# I . 2015年3月期決算概要

※14年度より会計方針を一部変更(売上高計上基準を出荷基準から納品基準へと変更)したことに伴い、13年度実績については、各財務数値の遡及修正を行っております。

# ■2015年3月期全社業績



米国・中国・アジアを中心に海外空調事業を拡大、過去最高の売上高・営業利益を更新。中国の経済成長鈍化、欧州の景気回復遅れ、日本の消費増税の反動減などの影響を受ける厳しい状況のなか、販売力・営業力の強化、高付加価値商品の投入、売価政策の徹底、トータルコストダウンの推進により、空調事業の収益力を向上、為替の円安効果も取り込み、大幅な増益につなげた。  
 戦略経営計画FUSION15の営業利益目標(1,900億円)を1年前倒しで達成。

(億円)	2013年度 実績	2014年度		前年比
		計画(11月公表)	実績	
売上高	17,877	19,500	<b>19,150</b>	107%
営業利益 (利益率)	1,565 (8.8%)	1,900 (9.7%)	<b>1,906</b> <b>(10.0%)</b>	122%
経常利益 (利益率)	1,556 (8.7%)	1,890 (9.7%)	<b>1,942</b> <b>(10.1%)</b>	125%
当期純利益 (利益率)	928 (5.2%)	1,130 (5.8%)	<b>1,197</b> <b>(6.2%)</b>	129%

為替影響(対前年度)  
 売上高 : +860億円  
 営業利益 : +100億円

## ■為替レート

USD/円	100	106	<b>110</b>	—
ユーロ/円	134	137	<b>139</b>	—

## ■主な経営指標

	2013年度	2014年度
ROA	4.9%	5.6%
ROE	13.1%	13.1%
FCF	+869億円	+521億円

# ■ 損益計算書



(億円)	2013年度	2014年度	対前年増減
	147	107	
売上高	17,877	<b>19,150</b>	+1,273
売上原価	12,194 (68.2%)	<b>12,651</b> (66.1%)	+458
粗利益	5,683 (31.8%)	<b>6,499</b> (33.9%)	+816
販売費および一般管理費	4,118 (23.0%)	<b>4,593</b> (24.0%)	※1 +475
営業利益	1565 (8.8%)	<b>1906</b> (10.0%)	+341
営業外損益	▲10	<b>+36</b>	※2 +46
経常利益	1,556 (8.7%)	<b>1,942</b> (10.1%)	+387
特別損益	▲15	<b>▲17</b>	※3 ▲3
税引き前当期利益	1541 (8.6%)	<b>1925</b> (10.1%)	+384
法人税等	560	<b>680</b>	+120
税負担率	36.3%	<b>35.3%</b>	
少数株主持分	54	<b>49</b>	▲5
当期利益	928 (5.2%)	<b>1197</b> (6.2%)	+269

## ※1 販売費および一般管理費の主な内訳

労務費 +136      販売促進費 +24  
 製品発送費 +113      研究開発費 +21  
 サービス費 +56 (うちリコール費用 +25)

## ※2 営業外損益の主な内訳

為替差益 +25 (+5 → +30)  
 金利 +20 (▲51 → ▲31)

## ※3 特別損益の主な内訳

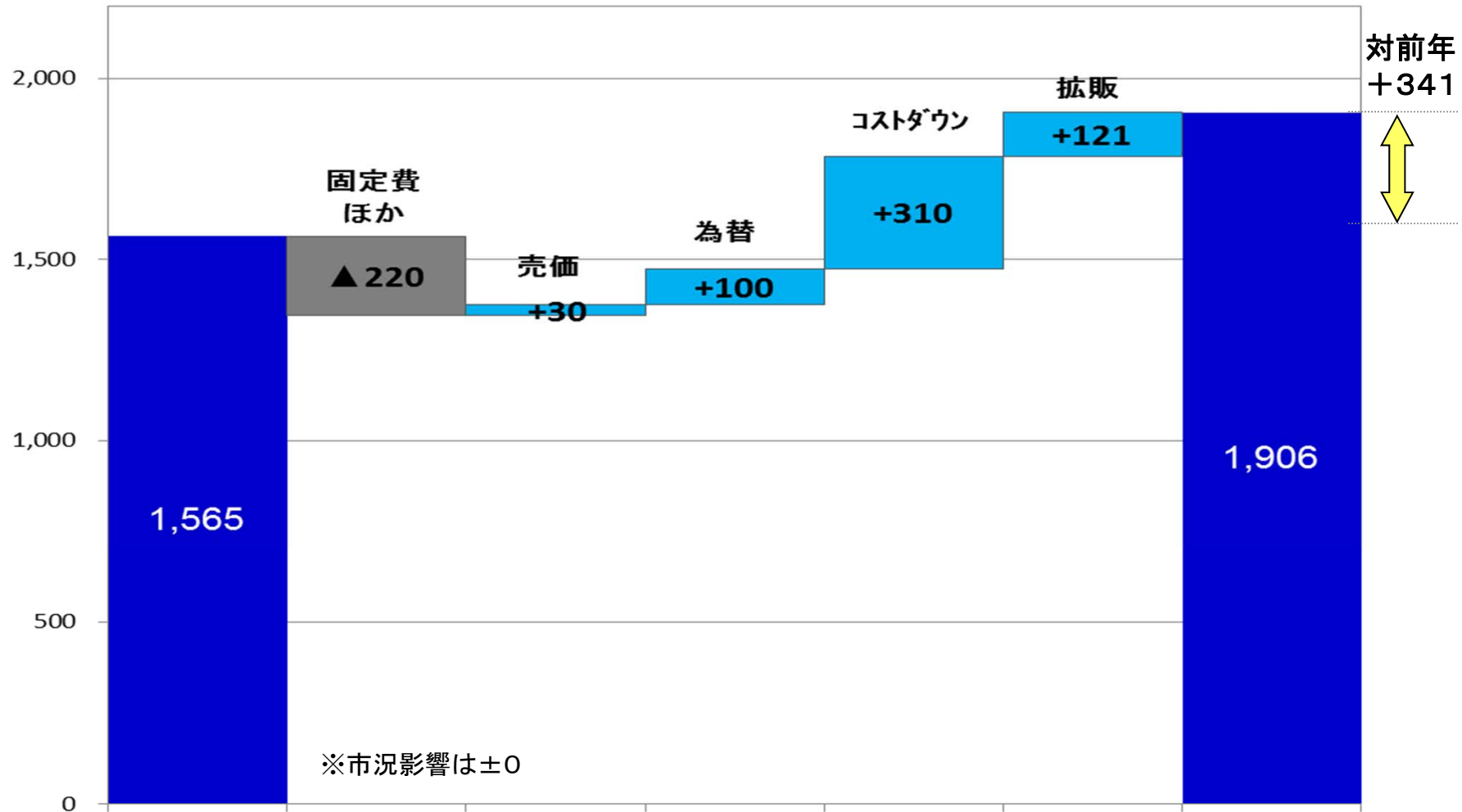
投資有価証券売却益 +40  
 固定資産減損損失 ▲46  
 投資有価証券評価損 +15 (▲15 → 0)

( )内は対売上高比率

# ■ 営業利益増減分析(対前年比較)



(億円)



<参考> 13年実績  
 14年度 13年度  
 計画 営業利益  
 (11月公表) 1,565

固定費ほか  
 ▲265

売価  
 +80

為替  
 +40

コストダウン  
 +310

拡販  
 +170

14年実績  
 14年度  
 営業利益  
 1,900

# ■貸借対照表



(億円)	2014/3月末		2015/3月末		増減		2014/3月末		2015/3月末		増減
手元資金		2,573		<b>2,869</b>	+297	仕入債務		1,621		<b>1,539</b>	▲81
売上債権	65日	3,176	68日	<b>3,545</b>	+369	有利子負債		6,897		<b>6,578</b>	▲319
棚卸資産	65日	3,176	68日	<b>3,542</b>	+366	リース債務		43		<b>46</b>	+4
固定資産		8,455		<b>9,245</b>	+790	(有利子負債比率)		(34.5%)		<b>(29.3%)</b>	
投資有価証券		1,586		<b>2,058</b>	+472	その他		3,320		<b>3,993</b>	+673
その他		1,154		<b>1,381</b>	+227	負債計		11,880		<b>12,157</b>	+277
資産合計		20,119		<b>22,640</b>	+2,521	自己資本計		8,019		<b>10,247</b>	+2,229
						(自己資本比率)		(39.9%)		<b>(45.3%)</b>	
						新株予約権		8		<b>10</b>	+2
						少数株主持分		212		<b>226</b>	+14
						純資産計		8,239		<b>10,483</b>	+2,244
						負債・純資産計		20,119		<b>22,640</b>	+2,521

左肩の数字は保有日数

## ※有利子負債の明細

(億円)	2014/3月末	2015/3月末	増減
短期借入金	433	<b>419</b>	▲14
CP	0	<b>160</b>	+160
社債	1,500	<b>1,400</b>	▲100
長期借入金	4,964	<b>4,599</b>	▲365
合計	6,897	<b>6,578</b>	▲319

## ■部門別売上高／営業利益



(億円)		2013年度 実績	2014年度		
			計画(11月公表)	実績	前年比
全社	売上高	17,877	19,500	<b>19,150</b>	<b>107%</b>
	営業利益 (利益率)	1,565 (8.8%)	1,900 (9.7%)	<b>1,906</b> (10.0%)	<b>122%</b>
空調	売上高	15,972	17,450	<b>17,109</b>	<b>107%</b>
	営業利益 (利益率)	1,398 (8.8%)	1,690 (9.7%)	<b>1,705</b> (10.0%)	<b>122%</b>
化学	売上高	1,406	1,500	<b>1,496</b>	<b>106%</b>
	営業利益 (利益率)	143 (10.2%)	180 (12.0%)	<b>166</b> (11.1%)	<b>116%</b>
その他	売上高	499	550	<b>545</b>	<b>109%</b>
	営業利益 (利益率)	24 (4.8%)	30 (5.5%)	<b>36</b> (6.6%)	<b>151%</b>

# ■地域別売上高の推移-空調事業



※冷凍機事業、フィルター事業含む

(単位: 億円) ※左肩の数字は前年比	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度		2015年度計画	
	<b>日本</b>	112%	3,646	107%	3,886	106%	4,115	106%	4,377	94%	4,134	104%
<b>ヨーロッパ</b>	97%	2,138	90%	1,935	95%	1,830	127%	2,322	98%	2,271	97%	2,200
<b>中国</b>	125%	1,621	116%	1,875	111%	2,073	139%	2,875	110%	3,170	110%	3,500
<b>アメリカ</b>	104%	897	105%	943	110%	1,036	351%	3,633	121%	4,407	113%	4,970
<b>アジア</b>	132%	1,095	102%	1,119	122%	1,363	132%	1,794	117%	2,105	112%	2,350
<b>オセアニア</b>	101%	399	85%	338	105%	356	118%	419	104%	436	101%	440
<b>中近東</b>	101%	180	138%	249	142%	354	128%	453	106%	479	115%	550
<b>アフリカ</b>	96%	70	98%	69	106%	72	138%	100	106%	106	104%	110
<b>計</b>	111%	10,046	104%	10,414	108%	11,200	143%	15,972	107%	17,109	108%	18,420
海外売上高比	64%		63%		63%		73%		76%		77%	
為替レート(USドル/円)	86円		79円		83円		100円		110円		115円	
(ユーロ/円)	113円		109円		107円		134円		139円		125円	
(中国元/円)	13.0円		12.4円		13.3円		16.4円		17.7円		18.5円	

# ■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	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度		2015年度計画	
日本	137%	469	103%	482	89%	431	88%	379	104%	394	100%	395
アメリカ	122%	271	113%	305	102%	311	122%	380	112%	426	115%	490
中国	142%	192	138%	265	96%	254	131%	332	102%	340	106%	360
アジア	150%	107	140%	150	75%	113	134%	151	111%	168	113%	190
ヨーロッパ	122%	99	116%	115	101%	116	122%	141	112%	158	105%	165
その他	85%	11	119%	13	158%	20	116%	23	43%	10	—	—
計	133%	1,148	116%	1,329	94%	1,244	113%	1,406	106%	1,496	107%	1,600
海外売上高比	59%		64%		65%		73%		74%		75%	
為替レート(USドル/円)	86円		79円		83円		100円		110円		115円	
(ユーロ/円)	113円		109円		107円		134円		139円		125円	
(中国元/円)	13.0円		12.4円		13.3円		16.4円		17.7円		18.5円	

## 日本

住宅用の業界需要は、夏季の天候不順と消費増税後の需要回復遅れにより前年割れ。

業務用の業界需要は、消費増税の反動減があったものの、設備投資の増加や改正省エネ法を機とした政府の投資支援策に支えられ、前年並みとなった。

当社は、

『うるさら7』や『FIVE STAR ZEAS』など、住宅用・業務用ともに高付加価値商品の拡販に注力。円安による調達コスト増の影響を極小化すべく、売価政策およびコストダウンを徹底し、収益を確保。

<日本空調業界・当社出荷台数>

(千台)		13年度	前年比	14年度	前年比
住宅用	業界	9,423	111%	8,094	86%
	当社	—	100%	—	84%
業務用	業界	833	107%	839	101%
	当社	—	100%	—	96%
エコキュート	業界	460	103%	415	90%
	当社	—	90%	—	87%

## 北米

堅調な内需を背景に景気が回復するなか、販売店ごとのきめ細かな販売施策を展開。主力の住宅用ユニタリーの拡販およびグッドマン社販路でのダクトレス（VRV）の販売拡大により、売上は前年を上回った。

- ・ダクトレスは、グッドマン社販売網の活用、SEの確保・育成など販売力・営業力の強化を推進。住宅用・業務用ともに大きく拡販した。
- ・住宅用ユニタリーは、アメリカ北東部を中心とした夏季の天候不順の影響を受けたが、省エネ規制値引き上げ（SEER13→SEER14）に伴う駆け込み需要の取り込みやインバータを搭載したプレミアム商品の投入により大きく販売が伸長。
- ・アプライドは、エアハンドリングユニットを中心に高付加価値機器の販売を伸ばし、前年を上回った。

<北米製品別販売状況(台数ベース)>

		(前年比)	13年度	14年度
ダ ク ト レ ス	住宅用(RA)		126%	121%
	業務用	SKY	127%	128%
		VRV	104%	127%
住宅用ユニタリー			108%	118%
アプライド			108%	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

## 中国

政府系や大型不動産物件などの新築物件の市場が低調に推移したが、依然として一般消費は堅調であった。当社は住宅市場、業務用市場で小売・街売を中心に販売を拡大した。

- ・小売・街売向け専売店「プロショップ」を中心に中国全域で販売網を拡大し、住宅用マルチエアコンを中心に販売を大きく伸ばした。
- ・アプライドは、需要の伸びが鈍化する中、ターボ冷凍機やエアハンドリングユニット等の機器の拡販、サービス事業の拡大に努めた。
- ・工場の内作率引き上げ、上海R&Dセンターを活用した部品の現地調達などを軸にさらなるコストダウンを推し進め、収益力を向上。

<中国市場別販売状況[売上高(現地通貨)ベース]>

(前年比)	13年度	14年度
住宅用*	124%	112%
業務用	93%	93%
アプライド	113%	104%

※住宅用マルチエアコン含む

# ■部門別業績の概況-空調事業



## 欧州

(中近東、アフリカを含む)

EU経済の回復遅れ、需要最盛期での南欧の天候不順、トルコ・ロシアなど新興地域での景気停滞や地政学的リスクの影響を大きく受け、欧州地域全体の売上高は前年を下回った。

- ・住宅用は、デザイン性に優れた高付加価値商品の拡販、ボリュームゾーン商品の販売強化に努めたが、主力市場である南欧での冷夏影響やトルコでの景気減速、冷夏の影響を大きく受けた。
- ・業務用は、きめ細かな販売店フォロー・受注活動に継続して取り組み、特に建築需要が回復基調にあるイギリス・ドイツを中心にVRVを拡販。
- ・暖房事業は、ヒートポンプ式住宅温水暖房機で、環境規制強化による需要拡大を捉え、主力市場であるフランスを中心に販売が拡大。
- ・中東での販社設立、アフリカでの代理店網整備など事業基盤構築を推進し、拡販に努めた。

<欧州製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		13年度	14年度
住宅用(RA)		116%	89%
業務用	SKY	113%	97%
	VRV	106%	104%
暖房		105%	104%
アプライド		112%	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

## ■部門別業績の概況-空調事業



### アジア・オセアニア

事業拡大の原動力である販売店開発を強かに押し進めたことに加え、新冷媒R32を採用した省エネ差別化商品の投入により販売を伸ばし、地域全体の売上高は前年を大きく上回った。

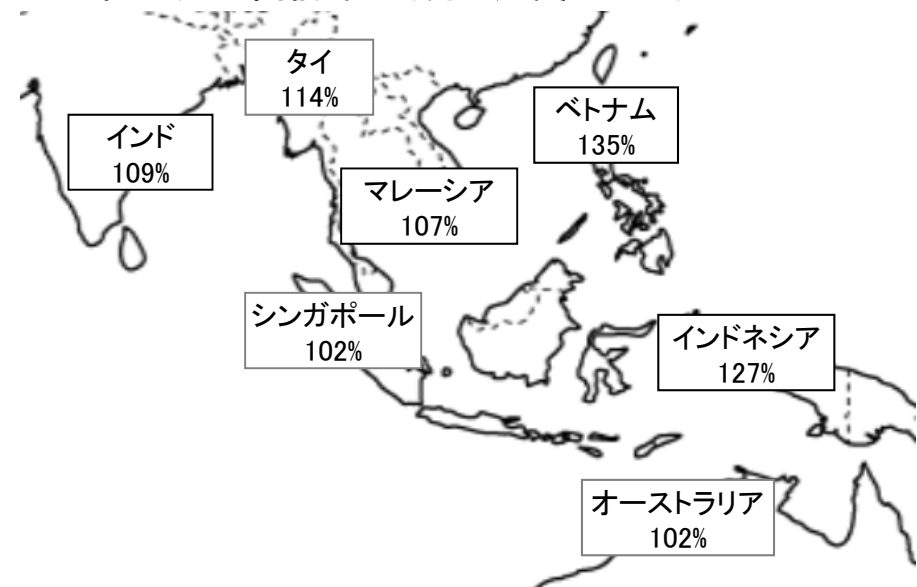
・オーストラリア・シンガポールでの販売が堅調に推移。

タイでは、下期以降、政情に落ち着きが出始めるなか、きめ細かな顧客訪問活動に取り組み、前年を上回った。

・インドでは、経済成長の鈍化、通貨安の影響があるなか、販売網拡充、VRVの拡販、現地ニーズに対応した新商品の投入などにより収益を拡大。

・ベトナム・インドネシア・マレーシアは、住宅用に加え、業務用でも大きく拡販。ベトナムでは売上高No.1を達成。

＜主な国の売上高前年比(現地通貨ベース)＞



## 化学事業

中国における鉄道・通信等を中心とするインフラ需要の全般的な減速や、米国でのLAN電線向けフッ素樹脂の需要伸び悩みなどはあったが、自動車向けフッ素ゴムや撥剤、表面防汚剤の販売が好調に推移。固定費削減や製造コストダウンを引き続き強力に推進し、増収増益となった。

- ・ガスは、国内・中国・アジアでの需要減および売価維持に伴う販売抑制により、前年を下回った。
- ・樹脂・ゴム
  - フッ素樹脂は、中国の市況悪化の影響を受けたが、米国での自動車向け等で拡販。
  - フッ素ゴムは、米国・アジアなど自動車向けに販売を伸ばした。
- ・化成品は、撥水撥油剤がアジア・欧州・米国で販売を拡大。スマートフォン向け表面防汚剤(オプツール)でも大きく販売が伸長。

＜フッ素化学製品販売状況(売上高ベース)＞

(前年比)	13年度	14年度
全フッ素化学品	113%	107%
ガス	103%	78%
樹脂・ゴム	117%	105%
化成品ほか	109%	117%

### その他事業

#### 油機事業:

建機向け油圧機器は、製造販売一体となったグローバル展開により、国内・米国で販売が伸長。産業機械向け油圧機器も、国内で大きく拡販したことにより、売上は前年を大きく上回った。

#### 特機事業:

防衛省向けの砲弾開発品および航空機部品の受注増に加え、在宅酸素医療用機器の販売が拡大したことにより、売上は前年を上回った。

#### 電子システム事業:

研究開発支援システム(ビジュアルR&D)での電機・機械市場の攻略、設備CADの拡販により、売上は前年を上回った。

## Ⅱ. 2016年3月期業績見通し

# ■ 2016年3月期全社業績見通し



世界経済の緩やかな拡大が見込まれるなか、米国とアジアを中心に空調事業を拡大。中国と欧州の景気下振れリスク、為替がユーロ安、新興国通貨安(ドル高)により損益にマイナス影響となるなか、引き続き、強靱な販売網の構築、売価政策の徹底、固定費削減など強固な事業体質づくりを加速。厳しい事業状況のなかでも大きく増益し、FUSION15の総仕上げの年とする。

(億円)	2014年度 実績	2015年度 計画	前年比	FUSION15 目標
売上高	19,150	20,600	108%	20,500
営業利益 (利益率)	1,906 (10.0%)	2,120 (10.3%)	111%	1,900 (9.3%)
経常利益 (利益率)	1,942 (10.1%)	2,100 (10.2%)	108%	— —
当期純利益 (利益率)	1,197 (6.2%)	1,300 (6.3%)	109%	— —

為替影響(対前年度)  
売上高 : ±0  
営業利益 : ▲70億円

## ■ 為替レート

USドル/円	110	115	—	95
ユーロ/円	139	125	—	125

- 空調事業は、地域ごとに市場の変化に対応した販売戦略を展開。
  - 北米では、省エネ規制強化に伴う反動影響が予想されるなか、グッドマン社の事業拡大や販売シナジーの創出、アプライドでもサービス体制を強化することで販売を伸ばし、2020年の北米No.1実現のための足がかりとする。
  - アジアでは、RA・VRVの拡販に加え、アプライド事業拡大の基盤を確立。幅広い商品ラインアップで一気に事業拡大を図る。
  - 中国では、よりきめ細かな販売網構築、地方拡大を推進。顧客に様々な生活スタイルを提案する『ニューライフマルチシリーズ』を軸に、新たな市場を創造する。
  - 日本では、大都市での集中拡販によりシェアアップを図るとともに、環境規制の強化を機に、省エネ機器販売から周辺サービスまで新たなビジネスモデルを構築。
- 米国グッドマン新工場、テクノロジー・イノベーションセンター(日本)など、大型先行投資を実行し、さらなる競争力の強化を図る。

## ■ 全社業績見通し(上期・下期別)



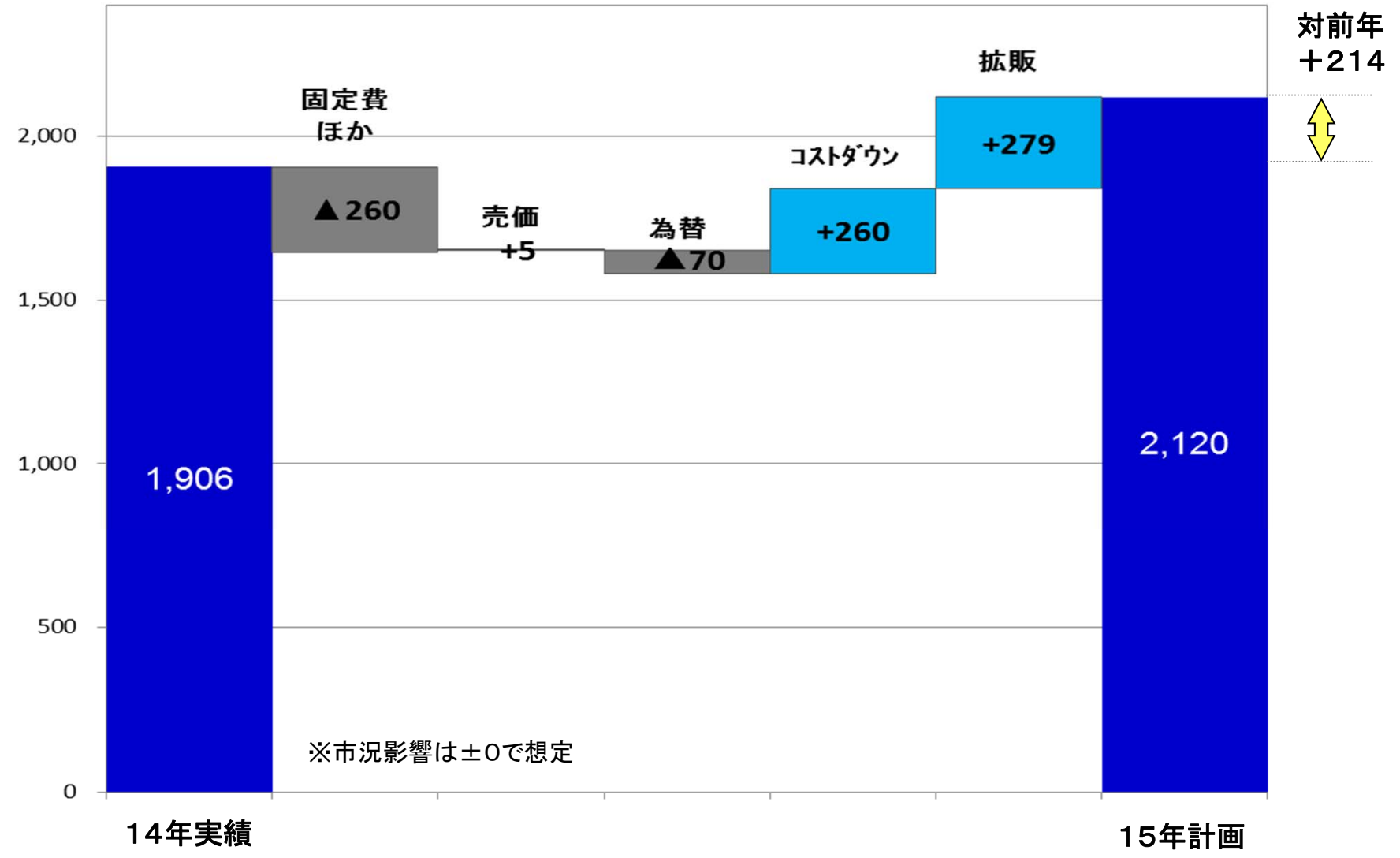
(億円)	2014年度実績			2015年度計画		
	上期	下期	年間	上期	下期	年間
売上高	9,742	9,409	19,150	<b>10,700</b>	<b>9,900</b>	<b>20,600</b>
営業利益 (利益率)	1,134 (11.6%)	772 (8.2%)	1,906 (10.0%)	<b>1,250</b> (11.7%)	<b>870</b> (8.8%)	<b>2,120</b> (10.3%)
経常利益 (利益率)	1,148 (11.8%)	794 (8.4%)	1,942 (10.1%)	<b>1,250</b> (11.7%)	<b>850</b> (8.6%)	<b>2,100</b> (10.2%)
当期純利益 (利益率)	757 (7.8%)	440 (4.7%)	1,197 (6.2%)	<b>820</b> (7.7%)	<b>480</b> (4.8%)	<b>1,300</b> (6.3%)

### ■ 為替レート

USDドル/円	103	117	110	<b>115</b>
ユーロ/円	139	139	139	<b>125</b>

# ■ 営業利益増減分析(年間計画の対前年比較)

(億円)



## ■部門別業績見通し



(億円)		2014年度 実績	2015年度 計画	前年比
全社	売上高	19,150	20,600	108%
	営業利益 (利益率)	1,906 (10.0%)	2,120 (10.3%)	111%
空調	売上高	17,109	18,420	108%
	営業利益 (利益率)	1,705 (10.0%)	1,870 (10.2%)	110%
化学	売上高	1,496	1,600	107%
	営業利益 (利益率)	166 (11.1%)	210 (13.1%)	127%
その他	売上高	545	580	106%
	営業利益 (利益率)	36 (6.6%)	40 (6.9%)	112%

## 日本

地域最寄化・密着営業の強化により、販売店開発、市場開発を加速させ販売力の抜本改革を図るとともに、引き続き売価政策を徹底し、売上・利益を拡大する。

- ・住宅用は、フラグシップ機である『うるさら7』を中心とした高付加価値商品の拡販に加え、ボリュームゾーン商品でコスト競争力を強化し、シェアアップをめざす。
- ・業務用では、『FIVE STAR ZEAS』『Eco-ZEAS80』など省エネ差別化商品の販売拡大に注力。オリンピックに向けて首都圏での大拡販を図る。環境規制(フロン排出抑制法、改正省エネ法)を機に、省エネ機器販売から周辺サービスまで新たな価値を提供し、シェアアップをめざす。

＜日本空調業界・当社出荷台数＞

(千台)		15年計画	前年比
住宅用	業界	8,000	99%
	当社	—	110%
業務用	業界	837	100%
	当社	—	105%
エコキュート	業界	379	91%
	当社	—	90%

＜日本空調需要関連指標＞

(前年比)	13年度	14年度	15年度予測
個人消費支出	+2.5%	▲2.9%	+1.9%
住宅着工戸数	+10.6%	▲11.0%	+2.6%
民間設備投資	+4.0%	▲0.0%	+3.2%
業務用建築着工面積 (3,000㎡未満) ※1-12月	+6.3%	▲4.5%	+2.0%

## 北米

主力の住宅用ユニタリーでのシェア拡大、ダクトレスの拡販を加速させるとともに、ライトコマースシャル市場での事業展開を本格化。

2020年北米No.1をめざし、事業領域の拡大・シナジー創出を強力に推進。

- ・ダクトレスは、市場が継続的に成長するなか、販売チャネルの新規開拓によるVRVの拡販、ミニスプリット(RA、SKY)のコスト競争力強化により、さらなる事業拡大をめざす。
- ・住宅用ユニタリーは、グッドマンの強みであるローコスト生産力を活かし、ボリュームゾーン市場でのシェアアップをめざすとともに、規制値の引き上げにより高まる省エネニーズに応え、インバータダクトユニタリーを中心とした省エネ差別化商品を投入する。
- ・アプライドは、SEの育成、商品ラインアップの拡充に加え、サービス体制の構築、パーツの自前販売店の新設など、ソリューション事業を加速。メキシコなど中南米でも事業拡大に取り組む。

＜北米製品別販売計画(台数ベース)＞

		2015年度	
		需要	当社計画
ダクトレス	(前年比) 住宅用(RA)	116%	135%
	業務用	SKY	111%
		VRV	115%
住宅用ユニタリー		100%	103%
アプライド		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

## 中国

空調事業環境は厳しい状況が続くなか、中国全土に展開する専売・小売主体の独自の販売網を活かし、住宅用市場向けに住宅用マルチエアコンを拡販。開発・生産・販売・サービスが一体となり、引き続き利益を拡大する。

- ・住宅用市場では、小売・街売向け専売店「プロショップ」の強みである提案力・工事力を活かし、顧客に様々な生活スタイルを提供する『ニューライフマルチシリーズ』で提案型営業を強化。
- ・業務用市場では、物件が減少するなか、差別化新商品の投入、ボリュームゾーン向け商品の投入による二極化戦略で、ビルから一般店舗まであらゆる市場で販売を伸ばす。
- ・トータルコストダウン(工場での内作化、現地調達など)のより一層の推進により、収益性を向上。
- ・地方拡大に重点を置いた新規販売店の開発に加え、経営指導から人材育成に至るきめ細かなサポートにより、一店一店の質的強化を図ることで、中国全土に強靱な販売網を作り上げる。

<中国市場別販売計画[売上高(現地通貨)ベース]>

(前年比)	2015年度	
	需要	当社計画
住宅用※	100%	110%
業務用	95%	102%
アプライド	100%	106%

※住宅用マルチエアコン含む

## 欧州

(中近東、アフリカを含む)

EU経済の回復遅れなど不安定な事業環境が続くが、国別の競合・市場動向を踏まえたきめ細かい販売戦略を実行し、強靱な販売網を構築。固定費削減や製造コストダウンなど事業体質の強化と併せ、収益確保に努める。

- ・EU地域では、引き続き各国別に徹底したライバル戦略を展開。地域密着型商品のラインアップ、ボリュームゾーン商品のコスト競争力を強化。
- ・トルコでは、販売網強化によるRAの一層の拡販に加え、暖房商品の販売立ち上げ、中央アジアへの輸出事業拡大を推進。中東では、各国の販売店開発を加速させ、業務用空調の拡販を図る。
- ・暖房事業は、ヒートポンプ式住宅温水暖房機の新商品投入による拡販、各国のニーズに合わせた燃烧暖房商品のラインアップ拡充により、一層の売上拡大を図る。

<欧州製品別販売計画(台数ベース)>

		2015年度	
		需要	当社計画
(前年比)			
住宅用(RA)		103%	114%
業務用	SKY	103%	118%
	VRV	104%	109%
暖房		106%	124%
アプライド		103%	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

### アジア・オセアニア

ここ数年の事業急拡大の原動力である販売店開発を引き続き強化するとともに、販売提案力の高い中核的な主力店づくりを本格化させ、強靱な販売網で大拡販を図る。

タイ・インドで売上高No.1をめざす。

- ・RAは、地域ニーズにマッチした冷房専用インバータ機などの差別化商品を投入。ボリュームゾーンのインバータ化をリードし、拡大する需要を取り込む。
- ・新興地域を中心に急拡大する住宅建設需要を取り込み、豊富な品揃えを武器に住宅用マルチエアコンなど高付加価値商品の拡販を図る。
- ・大型物件でのさらなる需要創造を図るべく、VRVの新商品投入に加え、スペックイン人員の増強、VRVとアプライドのハイブリッド提案の強化に注力。
- ・チラー・二次側機器の商品ラインアップを拡充し、アプライド事業の基盤を確立。

## 化学事業

需要拡大の見込める市場での差別化商品の拡販、固定費削減、コストダウン、在庫削減に努めるとともに、米国・欧州・アジアでの事業を拡大。

- ・自動車・半導体など好調分野での販売拡大、用途開発を図る。  
情報端末分野では、表面防汚剤(オプトール)の販売に加え、他のフッ素材料の用途開発を推進する。
- ・米国と欧州の拠点が連携し、商品毎に戦略を共有化。ソルベイ社の欧州ガス事業買収を機にさらなる欧州での事業拡大を図るとともに、米国・アジアでも、徹底したエンドユーザーマーケティングにより、大きくシェアアップをめざす。

<フッ素化学製品販売計画(売上高ベース)>

(前年比)	2015年度	
	需要	当社計画
全フッ素化学品	102%	107%
ガス	104%	91%
樹脂・ゴム	102%	112%
化成品ほか	102%	103%

## その他事業

- ・油機事業は、国内産業機械・建機向け市場での拡販、グローバル展開の強化を図る。
- ・特機事業は、防衛省からの受注が減少するが、在宅酸素医療用機器の日本・中国での拡販に努める。
- ・電子システム事業は、研究開発支援システム(ビジュアルR&D)、設備CADの新商品を中心に拡販を図る。

## Ⅲ. 補足データ

## ■ 為替前提



### ■ 為替レート(円対主要通貨)

	13年度実績			14年度実績			15年度計画
	上期	下期	年間	上期	下期	年間	
USドル	99円	102円	100円	103円	117円	110円	115円
ユーロ	130円	139円	134円	139円	139円	139円	125円
タイバーツ	3.2円	3.2円	3.2円	3.2円	3.6円	3.4円	3.5円
中国元	16.1円	16.7円	16.4円	16.6円	18.8円	17.7円	18.5円
豪ドル	94円	93円	93円	96円	96円	96円	92円

### ■ 為替感応度

	15年度計画
<b>USドル</b>	<b>*12億円</b>
<b>ユーロ</b>	<b>4億円</b>

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

### [参考] 為替レート(主要通貨間)

	13年度実績	14年度実績	15年度計画
ユーロ/USドル	1.34	1.26	1.09
USドル/インドルピー	59.9	60.6	64.0
USドル/インドネシアルピア	10,916	12,036	12,500
USドル/ブラジルレアル	2.25	2.48	2.70
豪ドル/タイバーツ	29.1	28.2	26.3

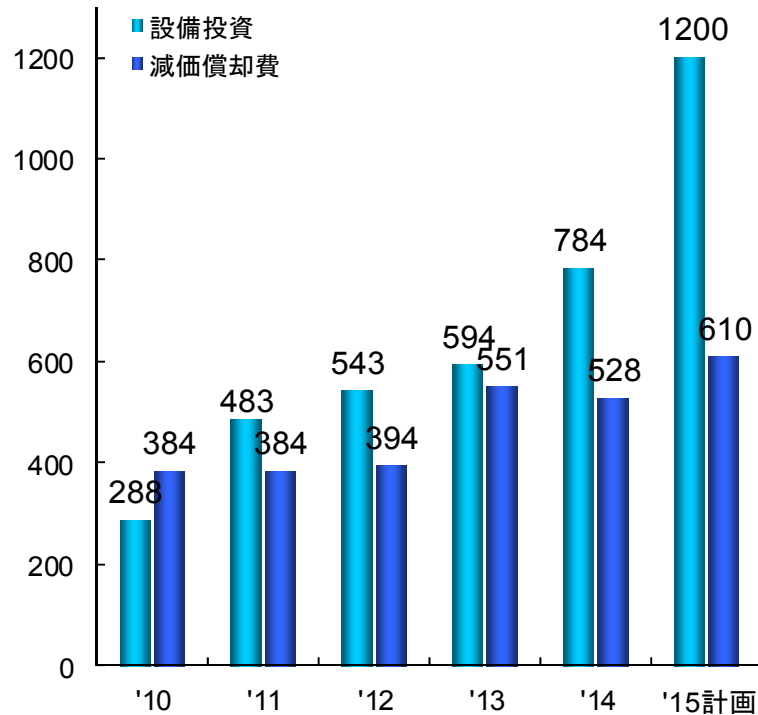
# ■ 設備投資・減価償却費、研究開発費の推移



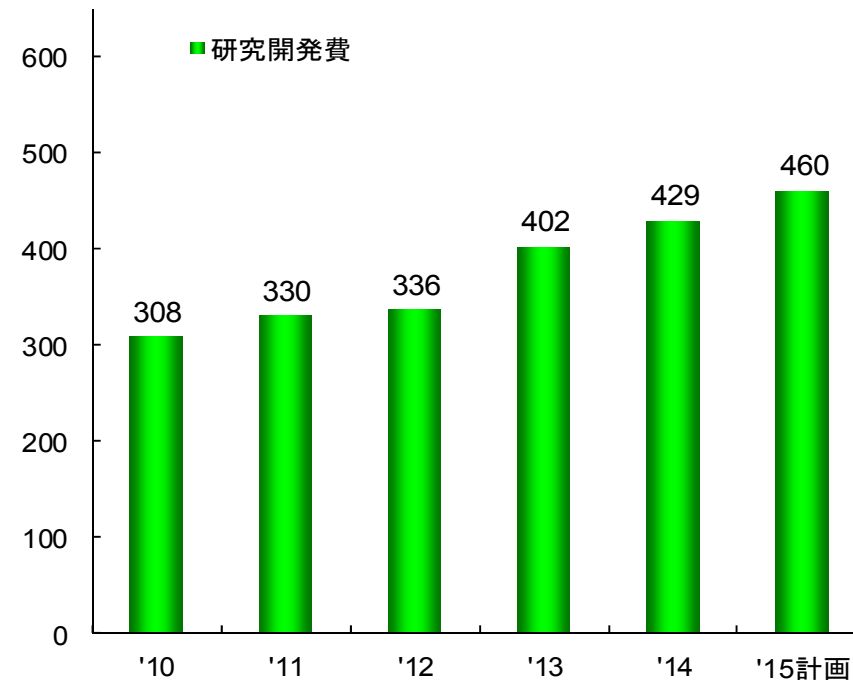
## 設備投資・減価償却費

## 研究開発費

(億円)



(億円)



(億円)	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度実績	15年度計画
設備投資	288	483	543	594	784	1,200
減価償却費	384	384	394	551	528	610
研究開発費	308	330	336	402	429	460

## ■配当金について



- 業績が好調に推移したこともあり、今期の1株当たり配当金は、前年より50円増配、現公表から30円増額の年間100円（普通配当90円、創業90周年記念配当10円）を予定
- 次期配当については、普通配当20円増配の年間110円（中間55円、期末55円）を予定

### 【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ていくことで、株主還元の一層の充実を図っていく。

		10年度	11年度	12年度	13年度	14年度(案)	15年度(予定)
1株当たり 配当金	中間	18円	18円	18円	23円	40円	55円
	年間	36円	36円	36円	50円	100円	110円
1株当たり 当期純利益	上期	18.8円	96.4円	30.9円	203.0円	259.3円	281.0円
	年間	68.1円	141.4円	149.7円	318.3円	410.2円	445.5円

参考)	13年度	14年度(案)	15年度(予定)
DOEの推移	2.1%	3.2%	3.1%



# 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。