



# 2022年3月期 決算説明資料

2022年5月11日

**I. 2022年3月期決算概要** . . . . . P. 3

**II. 2023年3月期業績計画** . . . . . P. 8

**III. 事業/地域別概況** . . . . . P. 14

**IV. 株主還元** . . . . . P. 22

《補足データ》

# I. 2022年3月期決算概要 ■ 全社実績

過去最高業績を更新し、売上高は初めて3兆円を突破。

新型コロナウイルスの感染再拡大・長期化に加え、原材料市況・物流費の高騰の影響を大きく受けるなか、2021年度の重点7テーマ（戦略的売価施策・拡販・シェアアップ、コストダウンなど）の成果創出により、マイナス影響を吸収し収益力を向上。下期以降も、原材料市況の高騰や物流の混乱が続き、地政学リスクが高まるなど、事業環境の厳しさが増すなか、迅速に二の手三の手を打ち、計画を上回る業績を達成。

- ✓ 空調事業は、空気・換気関連の新商品投入や販売力・営業力の強化によりシェアを拡大。米州・中国・欧州などで住宅用空調を中心に販売を拡大したことに加え、欧州ではヒートポンプ式温水暖房機器で好調な需要を捉えた。
- ✓ 化学事業は、半導体・自動車市場の需要回復を捉え、販売を拡大。原材料市況の高騰影響を受けるなか、売価効果もあり、増収増益。

(億円)	2020年度	2021年度		前年度比
	実績	計画	実績	
売上高	24,934	30,500	31,091	125%
営業利益	2,386	3,100	3,164	133%
(利益率)	(9.6%)	(10.2%)	(10.2%)	
経常利益	2,402	3,150	3,275	136%
(利益率)	(9.6%)	(10.3%)	(10.5%)	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,562	2,100	2,177	139%
(利益率)	(6.3%)	(6.9%)	(7.0%)	

USD/円	¥106	¥112
ユーロ/円	¥124	¥131
中国元/円	¥15.7	¥17.5

為替影響（対前年度）

売上高	+1,235億円
営業利益	+220億円

## ■ 事業セグメント別実績

(億円)		2020年度	2021年度		
		実績	計画	実績	前年度比
全社	売上高	24,934	30,500	31,091	125%
	営業利益 (利益率)	2,386 (9.6%)	3,100 (10.2%)	3,164 (10.2%)	133%
空調	売上高	22,738	27,720	28,285	124%
	営業利益 (利益率)	2,231 (9.8%)	2,775 (10.0%)	2,824 (10.0%)	127%
化学	売上高	1,642	2,135	2,124	129%
	営業利益 (利益率)	114 (6.9%)	265 (12.4%)	273 (12.9%)	240%
その他	売上高	554	645	682	123%
	営業利益 (利益率)	41 (7.5%)	60 (9.3%)	66 (9.8%)	161%

# ■ 連結損益計算書

(億円)	2020年度	2021年度	利益影響額
	103	125	
売上高	24,934	<b>31,091</b>	+6,157
売上原価	16,293 (65.3%)	<b>20,518</b> (66.0%)	▲4,225
粗利益	8,641 (34.7%)	<b>10,573</b> (34.0%)	+1,932
販売費及び一般管理費	6,255 (25.1%)	<b>7,410</b> (23.8%)	※1 ▲1,155
営業利益	2,386 (9.6%)	<b>3,164</b> (10.2%)	+777
営業外損益	16	<b>111</b>	※2 +95
経常利益	2,402 (9.6%)	<b>3,275</b> (10.5%)	+872
特別損益	▲17	<b>6</b>	※3 +23
税金等調整前当期純利益	2,385 (9.6%)	<b>3,281</b> (10.6%)	+895
法人税等	758	<b>1,028</b>	▲270
税負担率	31.8%	<b>31.3%</b>	
非支配株主に帰属する 当期純利益	65	<b>76</b>	▲11
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,562 (6.3%)	<b>2,177</b> (7.0%)	+615

## ※1 販管費の主な増減内訳

製品発送費	▲139
研究開発費	▲109
販促・広告宣伝費	▲95

## ※2 営業外損益の主な増減内訳

為替差益	+39 (5→45)
受取利息	+17 (65→82)
持分法による投資利益	+14 (0→14)

## ※3 特別損益の主な増減内訳

投資有価証券売却益	+54 (3→57)
減損損失	▲34 (▲2→▲37)

減損損失：業務用冷凍・冷蔵機器の製販子会社であるザノッティグループにおいて、買収当初に策定した事業計画を下回って推移していることにより無形固定資産を減損

# ■ 連結貸借対照表

(億円)	2021/3月末	2022/3月末	増減
手元資金	7,361	<b>8,176</b>	+815
売上債権	<u>69日</u> 4,683	<u>70日</u> <b>5,951</b>	+1,267
棚卸資産	<u>69日</u> 4,694	<u>79日</u> <b>6,715</b>	+2,021
固定資産	11,902	<b>13,217</b>	+1,315
投資有価証券	2,139	<b>2,002</b>	▲137
その他	1,618	<b>2,180</b>	+562
<b>資産合計</b>	<b>32,397</b>	<b>38,240</b>	<b>+5,843</b>

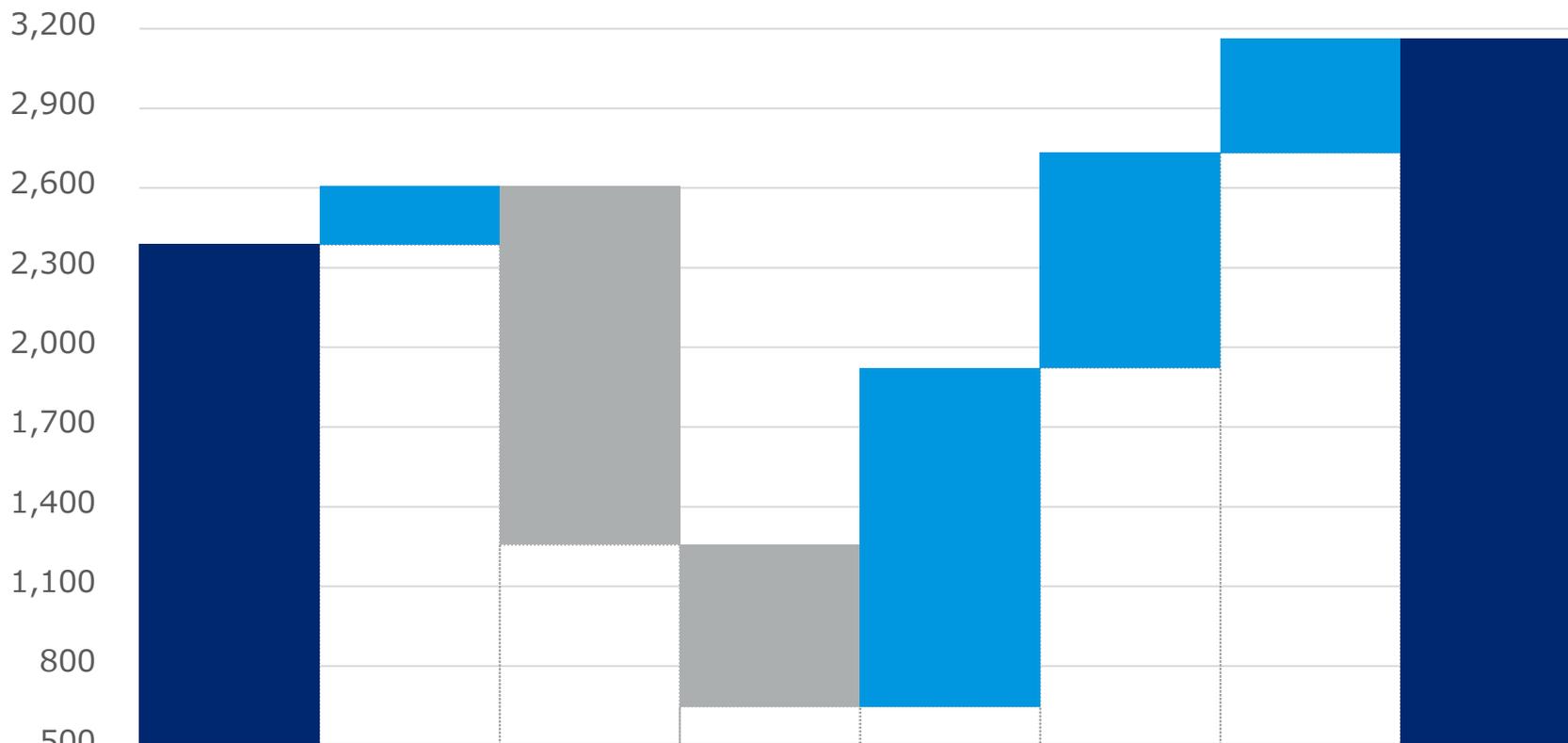
	2021/3月末	2022/3月末	増減
仕入債務	2,297	<b>3,026</b>	+729
有利子負債	7,512	<b>8,248</b>	+736
(有利子負債比率)	(23.2%)	(21.6%)	
その他	5,602	<b>6,885</b>	+1,282
<b>負債計</b>	<b>15,412</b>	<b>18,159</b>	<b>+2,747</b>
自己資本計	16,657	<b>19,697</b>	+3,040
(自己資本比率)	(51.4%)	(51.5%)	
新株予約権	20	<b>25</b>	+5
非支配株主持分	308	<b>359</b>	+51
<b>純資産計</b>	<b>16,985</b>	<b>20,081</b>	<b>+3,096</b>
<b>負債・純資産計</b>	<b>32,397</b>	<b>38,240</b>	<b>+5,843</b>

## 有利子負債の明細

	2021/3月末	2022/3月末	増減
短期借入金	408	<b>974</b>	+566
社債	1,400	<b>1,500</b>	+100
長期借入金	4,851	<b>4,751</b>	▲100
リース債務	854	<b>1,024</b>	+170
合計	7,512	<b>8,248</b>	+736

# ■ 営業利益増減分析-実績の対前年度比

(億円)



	2020年度 実績	為替	原材料 (物流費含む)	固定費ほか	拡販	売価	引当金	2021年度 実績
<b>計</b>	<b>2,386</b>	<b>+220</b>	<b>▲1,350</b>	<b>▲608</b>	<b>+1,275</b>	<b>+810</b>	<b>+430</b>	<b>3,164</b>
空調	2,231	+200	▲1,202	▲534	+1,071	+645	+413	2,824
化学	114	+20	▲140	▲66	+173	+162	+10	273
その他	41	-	▲8	▲8	+31	+3	+7	66

## Ⅱ. 2023年3月期業績計画 ■ 全社業績計画

経営環境は、新型コロナウイルス感染症の影響、地政学的リスクの高まりなど、引き続き不透明であることに加え、コストアップ要因（原材料市況のさらなる高騰、物流コストの上昇、人件費などインフレの高進）も過去に経験のないレベルまで悪化する見通し。

販売力、商品開発力、調達・供給力といった当社の強みを生かし、重点8テーマの徹底した実行により、コストアップ要因を打ち返し収益力を強化するとともに、イノベーションを推進し、過去最高業績の更新をめざす。

事業環境のさらなる変化を想定した経営の構えを取り、業績拡大を確実なものとする。

(億円)	2021年度実績			2022年度計画					
	上期	下期	年間	上期	前年度比	下期	前年度比	年間	前年度比
売上高	15,589	15,502	31,091	17,100	110%	16,700	108%	33,800	109%
営業利益 (利益率)	1,927 (12.4%)	1,236 (8.0%)	3,164 (10.2%)	2,000 (11.7%)	104%	1,400 (8.4%)	113%	3,400 (10.1%)	107%
経常利益 (利益率)	1,968 (12.6%)	1,306 (8.4%)	3,275 (10.5%)	2,030 (11.9%)	103%	1,420 (8.5%)	109%	3,450 (10.2%)	105%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	1,391 (8.9%)	786 (5.1%)	2,177 (7.0%)	1,400 (8.2%)	101%	880 (5.3%)	112%	2,280 (6.7%)	105%
USドル/円	¥110	¥115	¥112					¥116	
ユーロ/円	¥131	¥130	¥131					¥126	
中国元/円	¥17.0	¥18.0	¥17.5					¥18.3	

為替影響 (対前年度)

売上高 +200億円  
営業利益 ±0億円

# (参考) 2022年度の重点8テーマ

---

1. 戦略的売価施策
  2. 業務用空調強化策など、さらなる販売力強化
  3. 変動費コストダウンの極大化
  4. 物流コスト追加効率化策の実行
  5. 既存固定費の効率化
  6. 2023年度以降も見据えた、調達・供給力強化
  7. FUSION25重点テーマの加速と収益化
  8. 買収会社、大型設備投資の成果創出・収益化
- + 1 世の中の変化をチャンスに、当社の強みを活かし次の飛躍に繋げる  
チャレンジテーマ・イノベーションテーマ  
(カーボンニュートラル、デジタル)

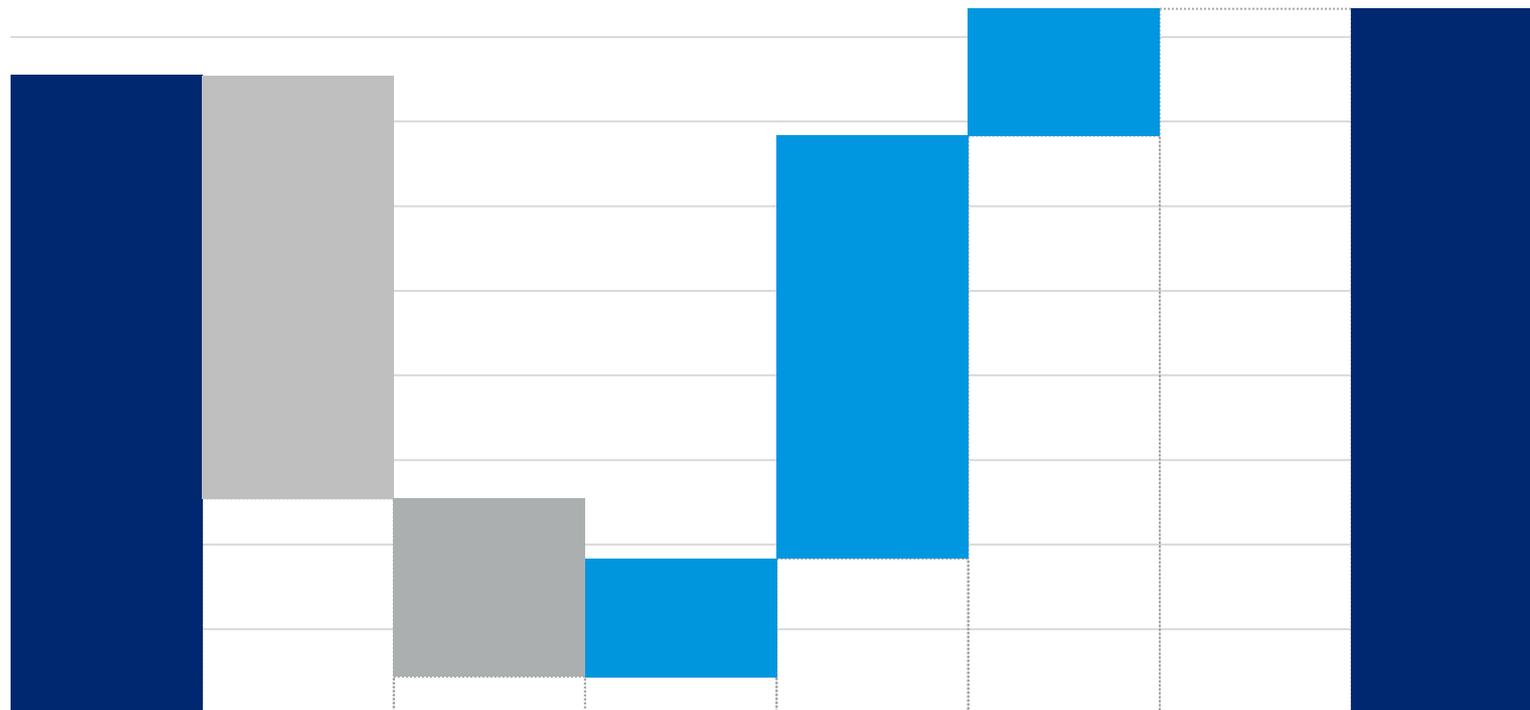
## ■ 事業セグメント別業績計画

(億円)		2021年度	2022年度	
		実績	計画	前年度比
全社	売上高	31,091	33,800	109%
	営業利益 (利益率)	3,164 (10.2%)	3,400 (10.1%)	107%
空調	売上高	28,285	30,470	108%
	営業利益 (利益率)	2,824 (10.0%)	3,020 (9.9%)	107%
化学	売上高	2,124	2,550	120%
	営業利益 (利益率)	273 (12.9%)	320 (12.5%)	117%
その他	売上高	682	780	114%
	営業利益 (利益率)	66 (9.8%)	60 (7.7%)	91%

# ■ 営業利益増減分析-年間計画の対前年度比

(億円)

3,600  
3,300  
3,000  
2,700  
2,400  
2,100  
1,800  
1,500  
1,200  
900



	2021年度 実績	原材料 (物流費含む)	固定費ほか	拡販	売価	為替	為替	2022年度 計画
<b>計</b>	<b>3,164</b>	<b>▲1,500</b>	<b>▲633</b>	<b>+419</b>	<b>+1,500</b>	<b>+450</b>	<b>±0</b>	<b>3,400</b>
空調	2,824	▲1,310	▲517	+332	+1,258	+433	±0	3,020
化学	273	▲175	▲103	+85	+230	+10	±0	320
その他	66	▲15	▲13	+3	+12	+7	±0	60

# ■ 地域別売上高の推移-空調事業

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業含む

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2017年度		2018年度		2019年度		2020年度		2021年度		2022年度計画	
	割合	売上高	割合	売上高	割合	売上高	割合	売上高	割合	売上高	割合	売上高
日本	104%	4,493	107%	4,817	103%	4,944	100%	4,960	<b>106%</b>	<b>5,239</b>	<b>105%</b>	<b>5,500</b>
欧州	120%	3,011	110%	3,322	114%	3,799	104%	3,945	<b>131%</b>	<b>5,187</b>	<b>106%</b>	<b>5,500</b>
中国	115%	3,420	100%	3,422	89%	3,061	107%	3,277	<b>130%</b>	<b>4,247</b>	<b>106%</b>	<b>4,500</b>
米州	111%	5,695	113%	6,456	109%	7,040	96%	6,748	<b>132%</b>	<b>8,898</b>	<b>112%</b>	<b>10,000</b>
アジア	108%	2,514	111%	2,802	105%	2,949	84%	2,478	<b>118%</b>	<b>2,935</b>	<b>109%</b>	<b>3,200</b>
オセアニア	144%	737	106%	782	94%	736	108%	795	<b>131%</b>	<b>1,045</b>	<b>101%</b>	<b>1,050</b>
中近東	114%	569	93%	531	90%	478	94%	448	<b>135%</b>	<b>607</b>	<b>99%</b>	<b>600</b>
アフリカ	104%	91	99%	90	93%	83	105%	87	<b>145%</b>	<b>126</b>	<b>95%</b>	<b>120</b>
計	112%	20,529	108%	22,222	104%	23,091	98%	22,738	<b>124%</b>	<b>28,285</b>	<b>108%</b>	<b>30,470</b>
海外売上高比		78%		78%		79%		78%		81%		82%
USドル/円		¥111		¥111		¥109		¥106		¥112		¥116
ユーロ/円		¥130		¥128		¥121		¥124		¥131		¥126
中国元/円		¥16.8		¥16.5		¥15.6		¥15.7		¥17.5		¥18.3

# ■ 地域別売上高の推移-化学事業

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2017年度		2018年度		2019年度		2020年度		2021年度		2022年度計画	
	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高								
日本	112%	468	118%	552	91%	502	84%	423	138%	584	116%	680
米州	101%	426	110%	469	94%	441	81%	356	116%	412	131%	540
中国	124%	385	94%	363	93%	337	120%	405	126%	512	119%	610
アジア	127%	226	119%	270	95%	256	90%	230	118%	270	133%	360
欧州	136%	312	108%	337	74%	250	88%	220	152%	335	107%	360
その他	134%	14	124%	17	75%	13	66%	8	130%	11	-	-
計	117%	1,831	110%	2,008	90%	1,799	91%	1,642	129%	2,124	120%	2,550
海外売上高比		74%		72%		72%		74%		72%		73%
USドル/円		¥111		¥111		¥109		¥106		¥112		¥116
ユーロ/円		¥130		¥128		¥121		¥124		¥131		¥126
中国元/円		¥16.8		¥16.5		¥15.6		¥15.7		¥17.5		¥18.3

# Ⅲ. 事業/地域別概況 ■ 空調事業-日本

## 21年度概況

住宅用の業界需要は、巣ごもり需要が一巡したことに加え、夏季の天候不順の影響もあり、前年度を下回った。当社は、給気換気と排気換気を切り替えられる『うるさらX』の新商品を投入。在室時間の増加による省エネ性への関心、空気質ニーズの高まりを捉え、拡販、シェアアップ。

業務用の業界需要は、経済活動の段階的な再開により、前年度を上回った。当社は、空調機と全熱交換器などの換気商材を組み合わせたシステム提案を強化し、拡販、シェアアップ。

アプライドは、R32チラーの販売を強化。

空気清浄機は、第2四半期以降、特別定額給付金による前年度の需要増の反動の影響を受けたが、商品ラインアップの拡充により、シェアを拡大。

## 22年度計画

住宅用は、換気・空気清浄機能を訴求し、高付加価値商品の販売を拡大。堅調な需要が見込まれる寒冷地域でも販売活動を強化し、さらなるシェアアップを図る。

業務用は、後付け設置が容易な全熱交換器や、ウイルスや菌の抑制効果が高いUVストリーマユニットのラインアップを拡充し、提案営業を強化。

空気清浄機は、引き続き住宅用で販売を拡大するとともに、病院や店舗向けなど、需要が拡大する業務用での拡販をめざす。

前年度比 (台数ベース)	2021年度		2022年度	
	業界	当社	業界	当社
住宅用	92%	106%	101%	102%
業務用	101%	112%	103%	103%
アプライド	101%	91%	103%	118%
空気清浄機	71%	84%	94%	119%

※アプライドは売上高ベース

# ■ 空調事業-米州

## 21年度概況

堅調な個人消費を背景に、住宅用市場を中心に販売を拡大するとともに、売価施策による効果を最大化。販売会社の買収効果もあり、売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ 住宅用ユニットは、製造人員の増加や離職率低下に向けた取組みを推進し、供給力を強化。インバータを搭載した商品の販売効果もあり、拡販。
- ✓ ダクトレスは、RA/SKYで、住宅用市場の旺盛な需要を捉え、販売を拡大。VRVは、住宅向けの販売が好調であったことに加え、業務用でも販売が伸長。
- ✓ アプライドは、市場別にソリューションビジネスを強化。需要の回復を捉え、チラーの販売を拡大。アフターサービス事業でも販売が伸長。

## 22年度計画

住宅用ユニットは、省エネ規制に対応した商品ラインアップの拡充、ディーラーへのサポート強化により、インバータを搭載した商品の拡販に注力。

ダクトレスは、買収した販売店へのサポートを強化し、北東部・北西部での販売を推進。

アプライドは、需要が堅調なデータセンター・工場・学校向けに機器の拡販に努めるとともに、サービス人員の増強・サービス網の拡充により、ソリューションビジネスを拡大。

前年度比 (台数ベース)		2021年度	2022年度	
		当社	需要	当社
住宅用ユニット		110%	95%	114%
ダクトレス	RA/SKY	143%	109%	115%
	VRV	118%	108%	117%
アプライド		112%	106%	121%

※アプライドは売上高（現地通貨）ベース

# ■ 空調事業-中国

## 21年度概況

個人消費は堅調に推移したが、下期以降、景気は減速。当社は、オフラインとオンラインを組み合わせた販売活動を推進し、空気・換気商品や環境政策に対応する高付加価値商品のラインアップを拡充し拡販。売上高は前年度を大きく上回った。原材料高騰・半導体不足などの影響を受けたが、コストダウン、固定費削減に取り組み、高利益率を維持。

- ✓ 住宅用市場では、独自専売店『プロショップ』での従来の販売にオンラインを組み合わせた販売活動を推進し、新規顧客の探索や更新需要の獲得に注力。ヒートポンプ式温水暖房機器などを合わせたシステム提案を強化し、住宅用マルチエアコンの販売を拡大。
- ✓ 業務用市場では、店舗・オフィス向けで、換気・洗浄を切り口に顧客との接点を拡大。機器の更新や追加購入の需要を取り込んだ。工場など大型物件向けでは、ソリューション提案による販売を強化。環境政策を背景に拡大する省エネ機器への更新需要を取り込み、販売が伸長。
- ✓ アプライド市場では、インフラ関連、半導体関連などの成長分野にリソースをシフトしたことに加え、保守・メンテナンス事業を強化。

## 22年度計画

上海のロックダウンによる影響を大きく受けるなか、機動的な生産・出荷の対応、サプライヤの支援に加え、ロックダウン解除後を見据えた拡販策を構える。

ユーザーダイレクトの提案営業を加速するとともに、換気・空気質向上や省エネへの関心の高まりを受け、商品・サービスのラインアップを拡充。

オンラインツールを活用した販売を加速し住宅用マルチエアコンの拡販に注力。業務用市場では、市場・顧客ごとにきめ細かなトータルソリューションを提供し拡販をめざす。

前年度比 (現地通貨ベース)	2021年度	2022年度	
	当社	需要	当社
住宅用	117%	102%	104%
業務用	108%	103%	105%
アプライド	104%	101%	101%

# ■ 空調事業-欧州・中近東・アフリカ

## 21年度概況

欧州は、11月以降、新型コロナウイルス感染症の再拡大により経済活動が制限されるなか、住宅用やヒートポンプ式温水暖房機器の販売を拡大。中近東でも、トルコを中心に各国で拡販。地域全体の売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ 住宅用は、フランス・スペインなどで夏季の天候不順の影響を受けたが、補助金制度によりイタリアの需要が好調であったことに加え、ギリシャなど欧州南東部での猛暑効果もあり、販売を拡大。
- ✓ 業務用は、病院・食品小売業向けの販売を強化。空気質の改善提案で顧客ニーズを捉え、拡販。
- ✓ 暖房事業は、ヒートポンプ式温水暖房機器の幅広い品揃えを活かし、フランス・イタリア・ドイツを中心に各国で販売が大きく伸長。
- ✓ アプライドは、工場・病院などの好調市場向けに、R32チラーやエアハンドリングユニットを拡販。
- ✓ 冷凍・冷蔵事業は、ワンストップソリューションの展開を加速。需要が堅調な食品小売業向けに拡販。

## 22年度計画

住宅用は、エネルギーコストの上昇による省エネ性への関心の高まりを捉え、高付加価値商品を拡販。

業務用は、環境・省エネを切り口に、オフィス・ホテル向けの需要回復を捉える。

暖房事業は、脱炭素に向けたヒートポンプ暖房の需要拡大を捉え、さらなるシェアアップを図る。

アプライドは、R32チラーのラインアップを拡充。

冷凍・冷蔵事業は、引き続き食品小売業向けに販売を伸ばすとともに、医療分野向けでの事業基盤の構築を図る。

前年度比 (台数ベース)		2021年度		2022年度	
		当社	需要	当社	当社
住宅用		107%	101%	103%	
業務用	SKY	112%	101%	102%	
	VRV	118%	102%	103%	
H/P暖房		165%	125%	145%	
アプライド		117%	105%	113%	
冷凍・冷蔵		127%	109%	121%	

※住宅用、業務用、H/P暖房、冷凍・冷蔵は欧州のみ  
※アプライド、冷凍・冷蔵は売上高(現地通貨)ベース

# ■ 空調事業-アジア・オセアニア

## 21年度概況

新型コロナウイルスの感染再拡大に伴う需要減少の影響を大きく受けるなか、独自の販売網の拡充、オンラインツールを活用した販売店支援を推進。アジアの行動制限の緩和が進んだ国や需要が比較的堅調なオセアニアでの拡販に加え、売価効果もあり、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用は、インドネシア・オーストラリアで販売を拡大。インドでも、販売店網の拡充、販売店との関係強化により拡販。マレーシアでは、第3四半期以降、行動制限の緩和が進み、販売が伸長。
- ✓ 業務用は、景気悪化による設備投資の鈍化、建設現場での労働者不足による着工遅れや工期延期が続くなか、需要が比較的堅調な公共施設向けに販売を拡大。
- ✓ アプライドは、保守・メンテナンスなどサービス事業に注力。

### ■ 売上高上位国の対前年度比（現地通貨ベース）

オーストラリア：120% インド：137% ベトナム：95%  
マレーシア：104% インドネシア：128% タイ：97%

## 22年度計画

需要の回復が見込まれるアジアで、生産体制を強化し販売拡大につなげる。

住宅用は、マレーシア・インドネシアなどインバータの普及率が低い市場を中心に、コスト競争力の高いインバータ機を投入し、普及を促進。

業務用は、商品力・提案営業を強化し、病院・学校など成長が見込まれる市場向けの販売に注力。

アプライドは、商品ラインアップの拡充、ソリューション事業の強化により、販売拡大をめざす。

前年度比 (台数ベース)		2021年度	2022年度	
		当社	需要	当社
住宅用		109%	109%	115%
業務用	SKY	114%	110%	113%
	VRV	111%	118%	120%
アプライド		114%	113%	141%

※アプライドは売上高（現地通貨）ベース

# ■ 化学事業

## 21年度概況

需要が好調な半導体・自動車市場を中心に、拡販・シェアアップ。売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ フルオロカーボンガスは、欧州で医療分野向けに用途を拡大し、販売が伸長。
- ✓ 樹脂・ゴム
  - －フッ素樹脂は、半導体市場や、LANケーブル向けなど情報通信市場で販売を拡大。各地域で前年度を上回った。
  - －フッ素ゴムは、自動車市場で販売を拡大。各地域で前年度を上回った。
- ✓ 化成品は、タブレットやスマートフォン向けの表面防汚コーティング剤で、前年度の好調な需要の反動により販売が減少。撥水撥油剤は、欧州・中国・アジアを中心に販売が伸長。エッチングガスは、半導体市場の需要回復を捉え、日本・中国で販売を拡大。

## 22年度計画

好調な需要が見込まれる半導体・自動車・情報通信市場を中心に、差別化商品の投入、供給力の強化により、拡販・シェアアップをめざす。

撥材で、食品やテキスタイル市場向けに、非フッ素材料を使った環境対応商品を投入。加工のしやすさや性能で差別化を図る。

EVや5Gの需要の高まりに対応し、リチウムイオン電池材料や情報通信市場を中心に用途開発を強化。

前年度比 (売上高ベース)	2021年度	2022年度	
	当社	需要	当社
全フッ素化学品	129%	112%	118%
ガス	129%	107%	111%
樹脂・ゴム	140%	114%	123%
化成品ほか	113%	109%	110%

# ■ フィルタ事業

## 21年度概況

欧米や日本を中心に需要が回復傾向にあるなか、安定した供給体制の構築、トータルコストダウン、感染症対策や空気質向上を追求した高付加価値商品の販売を推進。売上高は前年度を上回った。

- ✓ エアフィルタは、換気ニーズの高まりを受け、高性能フィルタや陰圧機など感染症対策商品の販売活動を強化。米国で、工場など業務用市場向けに販売が伸長。欧州で、製薬などハイエンド市場向けに拡販。日本で、好調な半導体市場向けに販売を拡大。
- ✓ P&I※では、需要が堅調な産業用集塵機向けに販売を拡大するとともに、アフターサービス事業へのリソースのシフトなど事業体質の改善に努めた。

## 22年度計画

エアフィルタは、半導体・製薬・食品市場向けに顧客ニーズに対応した高付加価値商品の拡販・シェアアップを図るとともに、生産性改善やコストダウンに注力し、収益性の向上に取り組む。

P&Iでは、安定した事業基盤の構築に向け、アフターサービス事業や固定費削減に取り組む。

# ■ その他事業

## 21年度概況

油機事業は、産業機械向け・建設機械向け油圧機器の需要回復を捉え、増収。

特機事業は、血中の酸素飽和度を測定できるパルスオキシメータや酸素濃縮装置の販売が伸長し、増収。

電子システム事業は、企業のIT投資の再開・強化を捉え、設計・開発分野向けデータベースシステムの販売が伸長し、増収。

## 22年度計画

油機事業は、産業機械・建設機械メーカー向けにスペックイン活動を強化。イタリアのデュプロマティック社の買収を機に、欧州市場での事業基盤を構築し、産業機械分野の環境貢献と事業拡大につなげる。

特機事業は、新型コロナウイルス感染拡大による医療機器の需要が一巡するなか、差別化商品の販売を強化し、シェアの拡大をめざす。

電子システム事業は、引き続き堅調な需要が見込まれる製造業・建設業向けに拡販を図る。

## IV. 株主還元

- ◆ 今期の1株当たり配当金は、前年度より40円増配、現公表から20円増額の年間200円（中間90円、期末110円）を予定。
- ◆ 次期配当については、年間200円（中間100円、期末100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、株主還元の一層の充実を図る。

		2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度 (案)	2022年度 (予定)
1株当たり 配当金	中間	65円	70円	80円	80円	90円	100円
	年間	140円	160円	160円	160円	200円	200円
1株当たり 当期純利益	上期	347.1円	385.8円	405.1円	289.2円	475.3円	478.3円
	年間	646.5円	646.4円	583.6円	534.0円	743.9円	779.0円
(参考) DOEの推移		3.4%	3.5%	3.3%	3.0%	3.2%	2.9%

# 《補足データ》 ■ 為替前提

## ■ 為替レート

	2020年度実績			2021年度実績			2022年度 計画
	上期	下期	年間	上期	下期	年間	
USドル	107円	105円	106円	<b>110円</b>	<b>115円</b>	<b>112円</b>	116円
ユーロ	121円	126円	124円	<b>131円</b>	<b>130円</b>	<b>131円</b>	126円
中国元	15.3円	16.1円	15.7円	<b>17.0円</b>	<b>18.0円</b>	<b>17.5円</b>	18.3円
タイバーツ	3.4円	3.5円	3.4円	<b>3.4円</b>	<b>3.5円</b>	<b>3.4円</b>	3.3円
豪ドル	73円	79円	76円	<b>83円</b>	<b>83円</b>	<b>83円</b>	80円

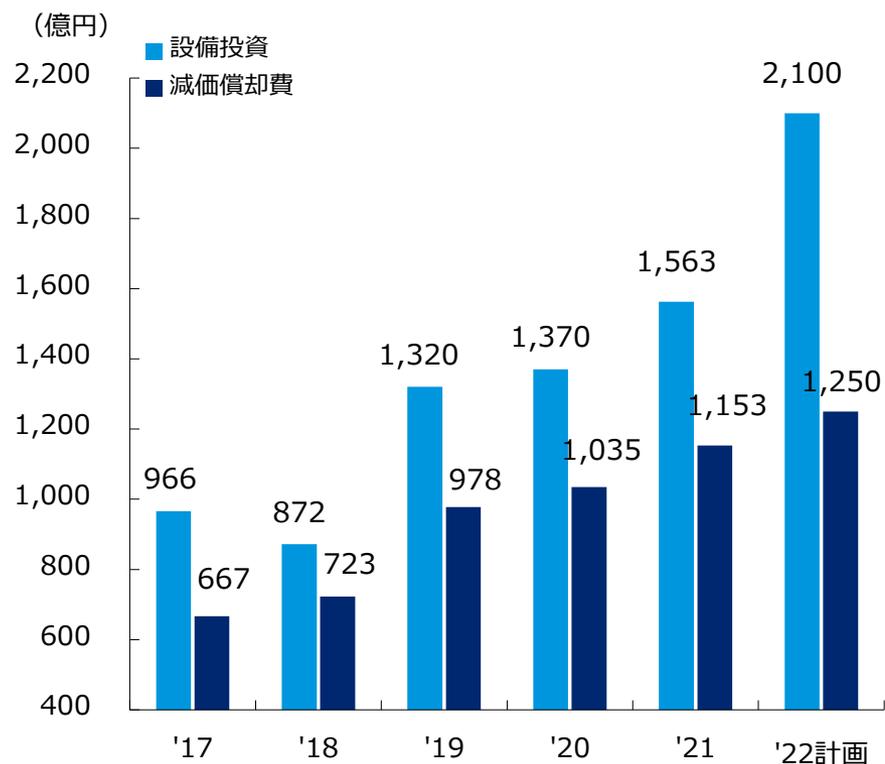
## ■ 為替感応度（1円の変動による営業利益への影響）

	2022年度計画
USドル	18億円※
ユーロ	8億円

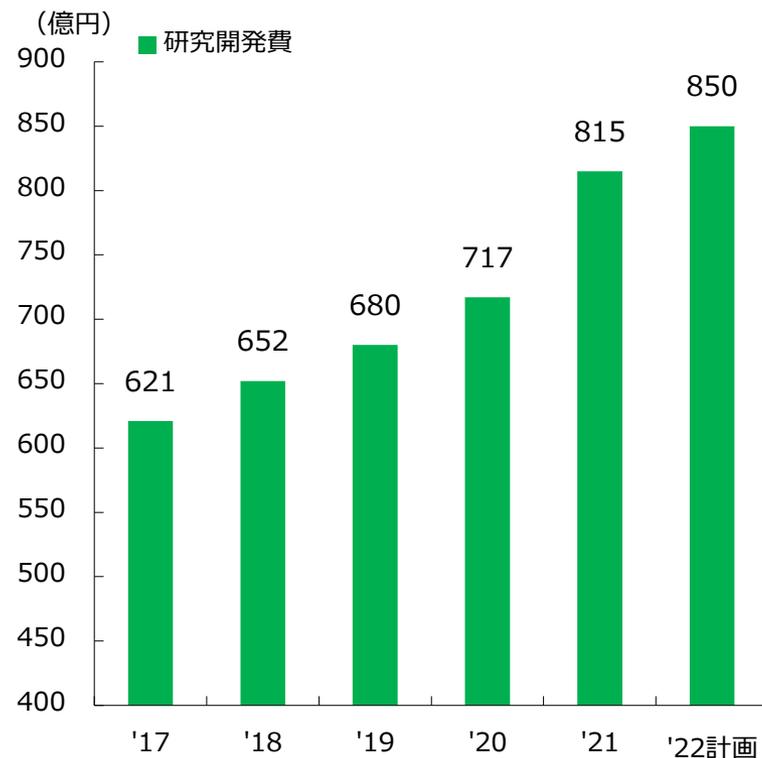
※タイバーツ、中国元、豪ドル等はUSドルと連動して変化することを前提としている。

# ■ 設備投資・減価償却費・研究開発費

## 設備投資・減価償却費



## 研究開発費





### **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。