ダイキン工業株式会社

2025 年 3 月期第 2 四半期決算説明会

2024 年 11 月 7 日

お知らせ

欧州の上期実績(スライド 16)の数字に誤りがございました。
修正後の数字につきましては、こちらをご確認ください。

イベント概要

[企業名]	ダイキン工業株式会社
[企業 ID]	6367
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2025 年 3 月期第 2 四半期決算説明会
[決算期]	2025 年度　第 2 四半期
[日程]	2024 年 11 月 7 日
[ページ数]	43
[時間]	10:30 – 12:01 （合計：91 分、登壇：35 分、質疑応答：56 分）
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	7 名 代表取締役社長 兼 COO　竹中　直文（以下、竹中） 取締役 兼 副社長執行役員 経理財務・予算担当 髙橋　孝一（以下、髙橋） 専務執行役員 国内空調事業担当　舩田　聡　（以下、舩田） 常務執行役員 化学事業担当　平賀　義之（以下、平賀） 執行役員 グローバル戦略本部担当　上原　章司（以下、上原） 常務執行役員 コーポレートコミュニケーション担当

		宮住　光太（以下、宮住）
	コーポレートコミュニケーション室 経営 IR グループ長	
		的場 一裕（以下、的場）

[アナリスト名]*	ゴールドマン・サックス証券	諌山　裕一郎
	JP モルガン証券	佐野　友彦
	野村證券	前川　健太郎
	モルガン・スタンレーMUFG 証券	井原　芳直
	ジェフリーズ証券	福原　捷
	岡三証券	諸田　利春
	BofA 証券	堀田　賢人
	大和証券	田井　宏介
	シティグループ証券	グレーム・マクドナルド

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読されたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

登壇

阪本：ただ今より、ダイキン工業株式会社、2025 年 3 月期第 2 四半期決算説明会を始めさせていただきます。本日はお忙しい中、多くの方にご参加いただきありがとうございます。

説明資料につきましては、メールでご案内しておりますとおり、当社ホームページ、株主・投資家情報に掲載しております。必要な方はお手元にご用意ください。

それでは、本日の登壇者をご紹介いたします。代表取締役社長兼 COO、竹中直文、取締役兼副社長執行役員、経理財務・予算担当、髙橋孝一、専務執行役員、国内空調事業担当、舩田聡、常務執行役員、化学事業担当、平賀義之、執行役員、グローバル戦略本部担当、上原章司、常務執行役員、コーポレートコミュニケーション担当、宮住光太、以上 6 名でございます。進行は、経営 IR グループの阪本が務めさせていただきます。よろしくお願いいたします。

本日は、初めに社長の竹中よりお話しさせていただきました後、副社長の髙橋より決算の概要についてご説明させていただきます。合わせて 40 分程度お時間いただきました後、質疑応答とさせていただきます。終了時刻は 12 時を予定しております。

それでは、竹中社長、お願いいたします。

竹中：竹中でございます。大多数の方が初対面だと思います。どうぞよろしくお願いいたします。まず、本日は本当にお忙しい中、多数のご参加をいただきまして、誠にありがとうございます。皆様には、日頃より弊社の事業活動にご支援を賜っておりまして、この場をお借りしまして厚く御礼を申し上げます。

さて、上期の決算でございますけれども、昨日発表いたしましたとおり、上期は需要の停滞やコストアップなどで想定以上に厳しい事業環境が続く中、カーボンニュートラルや省エネにつながる商品、サービスの提案強化による拡販・シェアアップ、また売価施策の徹底、トータルコストダウンなどの重点施策を徹底して実行したことで、売上高、営業利益ともに 5 月に公表いたしました計画値を上回って、過去最高業績を更新することができました。

下期も、米州の住宅用空調市場の回復遅れ、欧州のヒートポンプ暖房需要の低迷、中国の不動産不況に加えて、インフレによる調達部品の価格高騰や人件費の上昇といったコストアップが続くなど、厳しい事業環境が見込まれておりますが、環境変化をチャンスと捉えた重点テーマの実行を加

速し、施策の効果を最大限創出することで、上期に計画を上回った勢いを持続し、過去最高業績の達成を目指します。

今期、当社は創業 100 周年を迎え、次の 100 年に向かって全社一丸となってスタートを切りました。当社が長年培ってきました強みをしっかりと継承し、その上で新たな時代の変化に対して進化し続けなければなりません。

従来思考に陥らず、絶えず世の中の変化を先読みして、新たな打ち手を考え、それらを着実に事業現場に浸透させ、戦略実行のスピードを加速させることが私、COO としての役割だと考えております。

社長に就任してから、ちょうど丸 4 カ月でございますけれども、事業環境が目まぐるしく変化する中で、それぞれの現場に入り込み、打ち手を考え、その実行を引っ張ってまいりました。そのような中で、米国空調市場における R32 化、欧州ヒートポンプの中長期的な需要拡大、インドを中心とした新興国市場でのボリュームゾーンの拡大など、あらためて環境変化は次の成長に向けた絶好のチャンスであると感じております。

それらを実現するためには、当社優位な市場を各地域・事業で形成していくことと、かつその中でコストリーダーシップを確立すること、さらに差別化商品を次々と創出し続けていくことが重要だと考えております。

北米空調市場は、冷媒規制や省エネ規制の強化など、今、大きな変化の中にあり、当社が強みとしております R32 やインバータ機の普及の絶好のチャンスだと考えております。さらには、中国の住宅用マルチシステム、欧州のヒートポンプ暖房、インドのインバータ機など、当社優位な市場を形成していくことが重要であります。

市場が急成長していますインドを将来のグローバルサウスの要とし、新しい設計思想、ものづくりの考え方を採用し、コストリーダーシップにつなげていきたいと考えております。

これまで、ダイキンの成長の基盤となりましたのは、差別化商品をつくり出し、丁寧に価値を伝えながら販売していくという、モノ売りビジネスでございました。取り巻く環境の変化が大きく激しい中、従来延長線上の事業だけでは次の成長は望めないという危機感を持っております。

さらなる成長をつくっていくためには、FUSION 25 で掲げたように、付加価値のあるソリューション事業ですとか、冷媒をはじめとした回収再生事業などの循環型ビジネスなど、これからの時代に求められる新たな事業モデルを築き、経営の柱にしていきたいと考えております。

FUSION 25 最終年度の目標達成に向けまして、さらなる施策を検討し、徹底的に実行していくとともに、10 年先、20 年先を見据えて、FUSION 30 で取り組む新たなテーマづくりに取り組みます。

上期決算につきまして、詳細は、この後髙橋より説明いたしますが、売上高、営業利益ともに計画を上回り、売上高は 2 兆 4,931 億円、営業利益は 2,466 億円と、増収増益となりました。

今上期の当社を取り巻く事業環境は、当初想定した以上に厳しい状況が続きました。そのような中でも、北米におけるデータセンター向けや工場向けなど、アプライド空調で大きく販売を拡大した他、国内空調における猛暑効果の刈り取り、インドの販売拡大などでマイナス影響をカバーしたことで、第 2 四半期の 3 カ月間では対前年増益に転じ、上期での最高業績につなげることができました。

下期計画の必達と今後に向けてポイントとなるところを私からお話をさせていただきたいと思います。まず、皆様の関心が高い北米空調事業であります。住宅用ユニタリー事業で、第 1 四半期に R410A 機の供給に対応できず、シェアダウンする結果となりましたが、第 2 四半期以降、緊急増産の対応を取り、年内は続くと見ている駆け込み需要に対応しています。

一方で、当初から推進してきました新しい R32 機への置き換えに向けては、R32 機の差別性、優位性を武器に、一気呵成に販売を加速してまいります。R32 は、R454B と比べて、冷媒自体の価格が安く、効率が良いため充填量が少なく済むなど、コスト優位性があります。また、製品をコンパクト化できることや、冷媒配管が細いため工事の負担を軽減できるなど、ディーラーや工事業者にとってもメリットが大きいと考えております。加えて、「FIT」をはじめとする環境プレミアム商品についても、プレミアムディーラーの開発・育成を強化することで、販売台数を大きく伸ばしたいと考えております。

アプライド空調では、引き続きデータセンターや EV バッテリー、半導体製造業などの用途市場向けに販売が好調です。メキシコ新工場の生産立ち上げに伴う供給力アップとコストダウン効果の刈り取りで競争力をさらに高めます。

主要都市での自前販売網の構築を進めていることに加えまして、買収したカスタムエアハン会社の商材やエンジニアリング力・提案力も活かし、ソリューション事業の強化に取り組んでおり、既に基盤が整いつつあります。今年度、北米のソリューション売上高比率は 45%を目指しておりますが、FUSION 25 最終年度の目標は、50%からさらに引き上げたいと考えております。

次に、欧州ヒートポンプ暖房事業についてです。欧州ヒートポンプ暖房市場の回復は遅れており、従来の需要想定に戻るには 2 から 3 年かかると見ておりますが、中長期的な市場拡大は変わらないと考えています。

足元では少し変化も出てきております。例えばイギリスでは、カーボンニュートラル政策を進めるため、スコットランドで今年 24 年から新築でのガスボイラーの据付禁止、28 年以降は更新も禁止されるという動きや、イングランドでも来年 25 年 4 月以降は新築で据え付けが禁止となるなど、ヒートポンプ暖房の導入が後押しされ、販売を伸ばしています。

市場の回復期を見据え、サービス網の拡充に向けた暖房サービス会社の買収なども進めているところであります。また、ドイツでは冷媒の R290（プロパン）の採用が進んでおり、引き合いも出てきております。当社はポーランド工場で R290 機の生産を開始しております。

中国空調事業については、不動産市場は引き続き厳しい状況ですが、新築に比べて中古市場は堅調となっています。中古・リフォーム市場の更新需要に注力し、独自のソリューション販売やサービスメニューを充実することで、住宅マルチエアコンの競争力をさらに高めてまいります。

また、業務用でもカーボンニュートラルへの対応で堅調な工場用途などでソリューション事業を加速し、高収益を維持いたします。

また、好調なインドでは、Tier2 から Tier4 都市での販売店開発・育成を加速し、圧倒的な販売網を構築していきます。FUSION 25 最終年度の売上高目標は、従来 1,750 億円としていましたが、新たに 2,000 億円に目標を引き上げます。昨年稼働したスリシティ工場の生産能力増強を図るとともに、将来の市場拡大を見据えて、次の工場の新設も検討しています。

今年度は、利益率の改善に向けた重点テーマを掲げて取り組んでいます。特に設備投資や買収などの先行投資の成果創出や固定費構造の改革を着実に進めてまいります。

私からの説明は以上とさせていただきまして、本日出席しております役員も含めて、後ほど皆様からのご質問にお答えしたいと思います。以上でございます。

Ⅰ．2025年3月期第2四半期決算　決算概要

売上高・営業利益とも計画を上回り、過去最高業績を更新。

- ✓ 空調事業：欧州でヒートポンプ暖房の需要減少の影響を受けたことに加え、米州でも住宅用ユニタリーの販売が減少するなか、アプライド、業務用空調など需要が好調な事業や、インド・日本など好調な地域で販売を拡大。戦略的売価施策、トータルコストダウンを徹底し、需要のマイナス影響を極小化。為替影響を除く実質ベースで増収増益を確保。
- ✓ 化学事業：半導体製造装置向けの高機能材料や化成品の販売拡大につとめたが、半導体プロセス材料向けやLAN電線向けの需要回復遅れの影響を受け、増収減益。

（億円）	2023年度 上期実績	2024年度上期 計画（5月公表）	2024年度上期 **実績**	前年度比
売上高	22,252	23,000	**24,931**	112%
営業利益 (利益率)	2,357 (10.6%)	2,430 (10.6%)	**2,466** **(9.9%)**	105%
経常利益 (利益率)	2,211 (9.9%)	2,220 (9.7%)	**2,242** **(9.0%)**	101%
親会社株主に帰属する四半期純利益 (利益率)	1,530 (6.9%)	1,530 (6.7%)	**1,517** **(6.1%)**	99%
USドル／円	¥141		**¥153**	
ユーロ／円	¥153		**¥166**	
中国元／円	¥19.8		**¥21.2**	

為替影響（対前年度）
売上高　+1,320億円
営業利益　+120億円

3

阪本：続いて、髙橋副社長、お願いいたします。

髙橋：皆様、おはようございます。髙橋でございます。本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただきありがとうございます。

第 2 四半期決算の概要につきまして、資料に沿ってご説明させていただきます。

3 ページをご覧ください。空調、化学ともに厳しい事業環境が続いており、第 1 四半期は、皆さんご存じのとおり営業減益となりましたが、期初から取り組んでまいりました利益率改善に向けた施策を強化し、徹底実行することで、第 2 四半期は営業増益に転じております。その結果、上期業績は、売上高、営業利益とも計画を上回り、過去最高業績を更新することができました。

為替の実績は、1 ドル 153 円、1 ユーロ 166 円、中国元 21.2 円であります。対前年の為替影響は、売上高で 1,320 億円のプラス、営業利益で 120 億円のプラスとなりました。

事業セグメント別実績

(億円)		上期実績		
		2023年度	**2024年度**	前年度比
全社	**売上高**	22,252	**24,931**	112%
	営業利益	2,357	**2,466**	105%
	(利益率)	(10.6%)	**(9.9%)**	
空調	**売上高**	20,560	**23,165**	113%
	営業利益	2,051	**2,191**	107%
	(利益率)	(10.0%)	**(9.5%)**	
化学	**売上高**	1,248	**1,297**	104%
	営業利益	278	**262**	94%
	(利益率)	(22.3%)	**(20.2%)**	
その他	**売上高**	444	**469**	106%
	営業利益	28	**13**	48%
	(利益率)	(6.3%)	**(2.8%)**	

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業は空調事業に含む。

4

4 ページをご覧ください。事業セグメント別の実績です。空調事業は、欧州でヒートポンプ暖房の需要減少の影響を受けたことに加えまして、米州でも住宅用にユニタリーの販売が減少する中、アプライド、業務用空調など需要が好調な事業や、インド、日本など好調な地域で販売を拡大しました。

併せて戦略的売価施策、トータルコストダウンを徹底、実行したことで、需要のマイナス影響を極小化し、為替影響を除く実質ベースで増収増益を確保しました。空調セグメントとしては過去最高業績を更新しております。

一方、化学事業は、半導体製造装置向けの高機能材料や撥剤などの販売拡大に努めましたが、半導体製造プロセス向けや自動車分野の需要回復遅れの影響により、増収減益となりました。また、その他事業も油機事業で欧米の需要低迷の影響を受け、増収減益となりました。

為替影響額につきましては、空調事業で売上高 1,224 億円のプラス、営業利益 96 億円のプラス、化学事業で売上高 80 億円のプラス、営業利益 27 億円のプラスとなりました。各事業の状況、空調事業の地域別の状況につきましては、後ほど説明いたします。

連結損益計算書

（億円）	2023年度上期	2024年度上期	利益影響額
	110	112	
売上高	22,252	24,931	+2,679
売上原価	14,424	16,323	▲1,899
	(64.8%)	(65.5%)	
粗利益	7,828	8,608	+780
	(35.2%)	(34.5%)	
販売費及び一般管理費	5,470	6,142	※1 ▲672
	(24.6%)	(24.6%)	
営業利益	2,357	2,466	+108
	(10.6%)	(9.9%)	
営業外損益	▲147	▲224	※2 ▲78
経常利益	2,211	2,242	+31
	(9.9%)	(9.0%)	
特別損益	49	▲ 17	※3 ▲66
税金等調整前四半期純利益	2,259	2,225	▲35
	(10.2%)	(8.9%)	
法人税等	677	653	+24
税負担率	30.0%	29.3%	
非支配株主に帰属する四半期純利益	53	55	▲3
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,530	1,517	▲13
	(6.9%)	(6.1%)	

（　）内は対売上高比率

※1　販管費の主な増減内訳

研究開発費	▲63
製品発送費	▲39
販促・広告宣伝費	▲19

※2　営業外損益の主な増減内訳

為替差損益	▲148 (27→▲121)
受取利息	+29 (69→99)
支払利息	▲28 (204→232)
インフレ会計調整額	+15 (56→41)

［トルコのインフレ会計適用に伴う調整額］

※3　特別損益の主な増減内訳

投資有価証券売却益	▲16 (53→37)

5

5 ページは、連結損益計算書の主要項目の増減を記載しております。売上原価率は、原材料や部品の価格高騰により悪化いたしました。販管費率は、固定費構造の改革を進めたことで、一般経費について先行投資を実行しながら効率的に運用したこともあり、前年並みの水準を維持しております。

連結貸借対照表

（億円）	2023/9月末		2024/9月末		増減
手元資金		7,088		**8,272**	+1,185
売上債権	62日	7,562	**61日**	**8,304**	+743
棚卸資産	89日	10,810	**72日**	**9,795**	▲1,014
固定資産		17,474		**18,114**	+639
投資有価証券		1,938		**1,634**	▲303
その他		2,826		**3,183**	+358
資産合計		47,697		**49,304**	+1,607

	2023/9月末	2024/9月末	増減
仕入債務	3,295	**3,499**	+204
有利子負債 ※	10,056	**9,617**	▲439
（有利子負債比率）	(21.1%)	**(19.5%)**	
その他	8,541	**8,862**	+321
負債計	21,891	**21,978**	+86
自己資本計	25,294	**26,804**	+1,510
（自己資本比率）	(53.0%)	**(54.4%)**	
新株予約権	39	**44**	+5
非支配株主持分	472	**479**	+6
純資産計	25,805	**27,326**	+1,521
負債・純資産計	47,697	**49,304**	+1,607

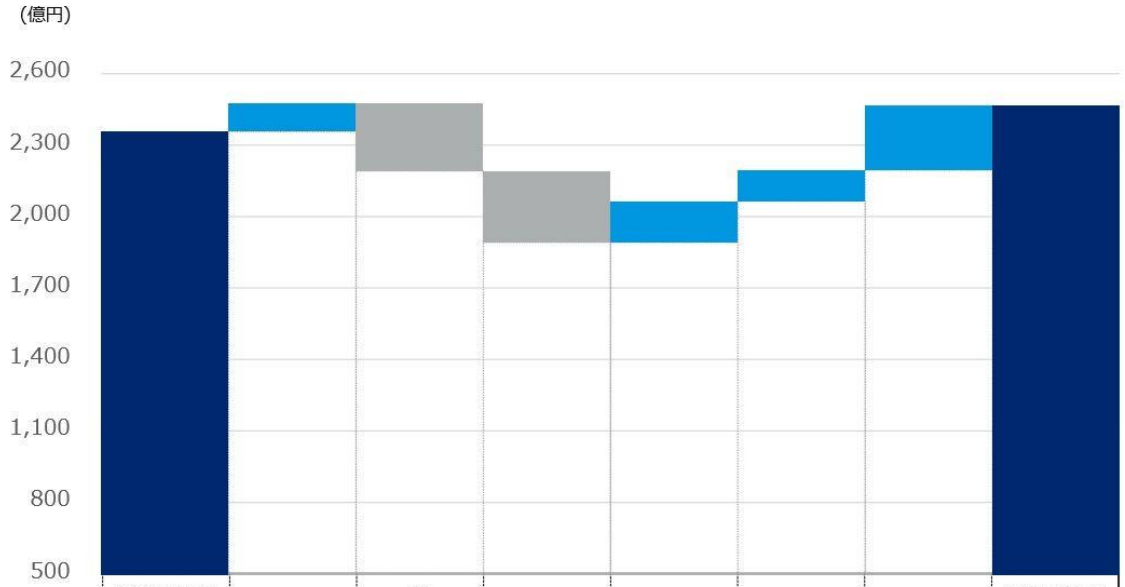
※有利子負債の明細

	2023/9月末	2024/9月末	増減
短期借入金	3,793	**1,865**	▲1,929
CP	1,166	**978**	▲188
社債	1,400	**1,900**	+500
長期借入金	2,249	**3,281**	+1,031
リース債務	1,447	**1,593**	+146
合計	10,056	**9,617**	▲439

6

6 ページは、連結貸借対照表の主要項目と有利子負債の明細について記載しております。金利負担の大きい国で借入金の返済を進め、有利子負債は減少しております。今期の重要課題であります在庫削減につきましては、生産調整を予定どおりに進めたこと、また、販売を拡大したことなどにより、保有日数は計画どおり短縮しております。引き続き、各地域の市場動向を見ながら在庫の内容を精査し、適正水準を目指してまいります。

営業利益増減分析-実績の対前年度比



	2023年度上期実績	為替	原材料（物流費含む）	固定費ほか	拡販	売価	ｺｽﾄﾀﾞｳﾝ	2024年度上期実績
計	**2,357**	**+120**	**▲285**	**▲300**	**+173**	**+130**	**+270**	**2,466**
空調	2,051	+96	▲285	▲268	+216	+119	+262	2,191
化学	278	+27	-	▲24	▲32	+7	+5	262
その他	28	▲3	-	▲8	▲11	+4	+3	13

7

7 ページをご覧ください。上期営業利益の対前年増減分析です。需要低迷の影響を大きく受けるなか、販売の拡大、売価施策やコストダウンの徹底、固定費の効率的な運用などに努め、マイナス影響を極小化しました。

なお、原材料市況・物流費高騰による空調事業への影響の内訳ですが、銅で 90 億円のマイナス、アルミで 10 億円のマイナス、鉄鋼で 10 億円のマイナス、樹脂ほかで 125 億円のマイナス、物流費で 50 億円のマイナスと試算しております。

Ⅱ．2025年3月期通期業績計画　全社業績計画

売上高・営業利益を上方修正。
米州の住宅用市場の回復遅れや欧州ヒートポンプ暖房需要の低迷、中国の不動産不況など、下期も厳しい経営環境が継続するが、利益率改善に向け、これまで取り組んできた重点テーマの成果創出を加速。需要減少やコストアップなどのマイナス影響を跳ね返し、過去最高業績の達成をめざす。

- ✓ 米州で住宅用ユニタリーの販売を拡大。冷媒規制に対応し、他社に先駆けてR32機を生産・販売。R410A機の増産ときめ細かな販売管理によりシェアを挽回。
- ✓ 当社の強固な販売網、地域ニーズに即した商品開発力を活かしシェアアップを図る。戦略的売価施策、抜本的なトータルコストダウンなどにより、短期利益を確保。
- ✓ 環境の変化をチャンスと捉え、アプライド事業や業務用ソリューション事業の拡大につとめるとともに、工場の新設や能力増強、研究開発、商品開発などの成長投資、IT・デジタルへの先行投資などを着実に実行。

(億円)	2023年度実績			2024年度	2024年度			
	上期	下期	年間	年間計画 (5月公表)	上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
売上高	22,252	21,702	43,953	45,400	**24,931**	**22,769**	**47,700**	**109%**
営業利益	2,357	1,564	3,921	4,250	**2,466**	**1,814**	**4,280**	**109%**
(利益率)	(10.6%)	(7.2%)	(8.9%)	(9.4%)	**(9.9%)**	**(8.0%)**	**(9.0%)**	
経常利益	2,211	1,334	3,545	3,900	**2,242**	**1,678**	**3,920**	**111%**
(利益率)	(9.9%)	(6.1%)	(8.1%)	(8.6%)	**(9.0%)**	**(7.4%)**	**(8.2%)**	
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,530	1,073	2,603	2,670	**1,517**	**1,153**	**2,670**	**103%**
(利益率)	(6.9%)	(4.9%)	(5.9%)	(5.9%)	**(6.1%)**	**(5.1%)**	**(5.6%)**	
USドル／円	¥141	¥148	¥145		**¥153**	**¥140**	**¥146**	
ユーロ／円	¥153	¥161	¥157		**¥166**	**¥155**	**¥160**	
中国元／円	¥19.8	¥20.5	¥20.1		**¥21.2**	**¥20.0**	**¥20.6**	

為替影響（対前年度）
売上高　+350億円
営業利益　▲30億円

8

8 ページをご覧ください。通期業績計画につきましては、先ほど竹中からご説明したとおり、上期営業利益が計画を上回った分、年間で残し、上方修正いたしました。下期も期初に想定していたような需要回復は見込めず、厳しい経営環境が継続する見込みであります。そのような中、当社は重点テーマに沿った打ち手を追加することで、成果創出を加速し、環境変化を捉えて、アプライド事業・業務用ソリューション事業など、好調な事業での取り組みを一層強化してまいります。

さらに、インドや日本など好調な地域でのさらなる販売拡大を進めることで、期初に立てた下期計画をやり切りたいと考えております。通期の営業利益計画 4,280 億円、これをやり切りまして、さらに高い業績を目指して取り組んでまいります。

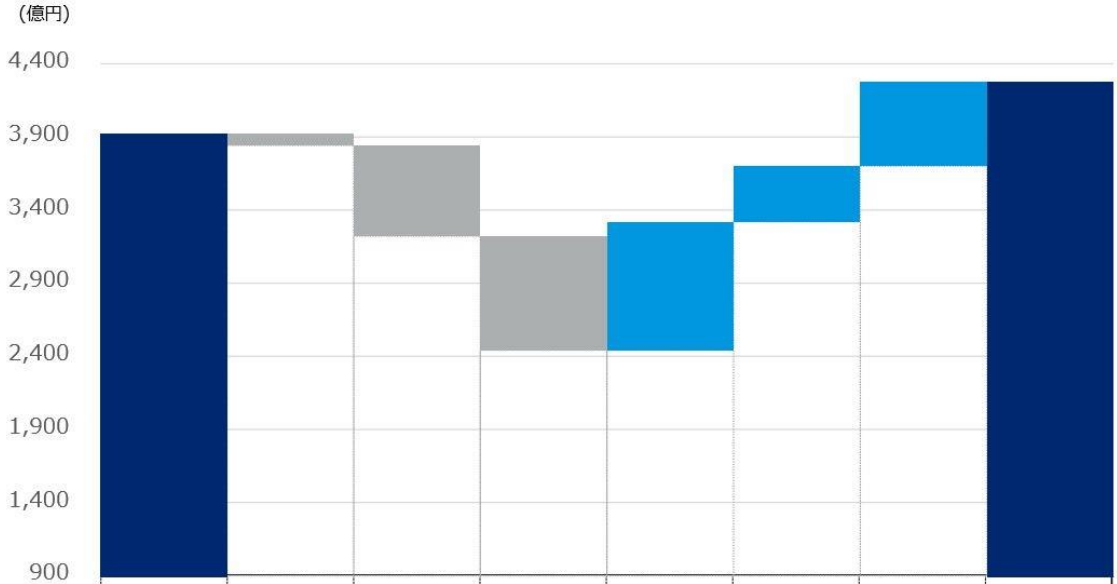
事業セグメント別業績計画

(億円)		2023年度 実績	2024年度(11月公表) 上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
全社	売上高	43,953	24,931	22,769	47,700	109%
	営業利益	3,921	2,466	1,814	4,280	109%
	(利益率)	(8.9%)	(9.9%)	(8.0%)	(9.0%)	
空調	売上高	40,288	23,165	20,755	43,920	109%
	営業利益	3,333	2,191	1,519	3,710	111%
	(利益率)	(8.3%)	(9.5%)	(7.3%)	(8.4%)	
化学	売上高	2,639	1,297	1,483	2,780	105%
	営業利益	515	262	258	520	101%
	(利益率)	(19.5%)	(20.2%)	(17.4%)	(18.7%)	
その他	売上高	1,026	469	531	1,000	97%
	営業利益	73	13	37	50	68%
	(利益率)	(7.2%)	(2.8%)	(6.9%)	(5.0%)	

9

9 ページをご覧ください。セグメント別の業績見通しについては記載のとおりです。為替の影響額でございますが、空調事業で売上高 395 億円のプラス、営業利益 12 億円のプラス、化学事業で売上高 50 億円のマイナス、営業利益 39 億円のマイナスと見ております。

営業利益増減分析-年間計画の対前年度比



	2023年度実績	為替	原材料（物流費含む）	固定費ほか	拡販	売価	ｺｽﾄﾀﾞｳﾝ	2024年度計画
計	**3,921**	**▲30**	**▲570**	**▲730**	**+829**	**+330**	**+530**	**4,280**
空調	3,333	+12	▲570	▲644	+723	+344	+512	3,710
化学	515	▲39	+10	▲70	+118	▲24	+10	520
その他	74	▲3	▲10	▲16	▲13	+10	+8	50

10

10 ページをご覧ください。年間計画の営業利益の対前年増減分析です。下期も需要低迷の影響を大きく受けますが、拡販・シェアアップに加え、売価施策やコストダウンを徹底することで、需要減、コストアップの影響を跳ね返したいと考えております。

原材料市況・物流費の高騰による空調事業への影響の内訳は、銅で 120 億円のマイナス、アルミで 20 億円のマイナス、鉄鋼で 20 億円のマイナス、樹脂ほかで 320 億円のマイナス、物流費で 90 億円のマイナスと試算しております。

地域別売上高の推移-空調事業

※パーセンテージは前年度比
※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業含む

(億円)	2020年度上期		2021年度上期		2022年度上期		2023年度上期		**2024年度上期**		**2024年度計画 (今回公表)**	
日本	93%	2,508	109%	2,728	102%	2,792	105%	2,945	**110%**	**3,238**	**108%**	**6,350**
欧州	98%	1,857	139%	2,584	118%	3,050	108%	3,283	**107%**	**3,506**	**104%**	**6,900**
中国	91%	1,814	134%	2,432	110%	2,664	101%	2,703	**96%**	**2,604**	**98%**	**4,500**
米州	93%	3,439	129%	4,439	155%	6,885	119%	8,190	**118%**	**9,632**	**114%**	**17,950**
アジア	76%	1,125	117%	1,313	155%	2,039	107%	2,171	**126%**	**2,732**	**116%**	**5,300**
オセアニア	106%	358	130%	467	133%	619	100%	620	**114%**	**707**	**108%**	**1,450**
中近東	84%	185	144%	266	161%	429	136%	582	**116%**	**674**	**99%**	**1,330**
アフリカ	84%	32	157%	50	132%	65	100%	65	**111%**	**72**	**93%**	**140**
計	92%	11,317	126%	14,279	130%	18,542	111%	20,560	**113%**	**23,165**	**109%**	**43,920**
海外売上高比		78%		81%		81%		86%		**86%**		**86%**
USドル／円		¥107		¥110		¥134		¥141		**¥153**		**¥146**
ユーロ／円		¥121		¥131		¥139		¥153		**¥166**		**¥160**
中国元／円		¥15.3		¥17.0		¥19.9		¥19.8		**¥21.2**		**¥20.6**

11

11 ページをご覧ください。空調事業の地域別売上高の推移です。為替影響を除きます実質の売上高前年比を申し上げますと、欧州 99%、中国 90%、米州 109%、アジア 120%となっております。年間計画は記載のとおりでございます。為替影響を除く実質の売上高前年比は欧州 101%、中国 100%、米州 113%、アジア 115%を計画しております。

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
※その他＝オセアニア、中近東、アフリカ等

(億円)	2020年度上期		2021年度上期		2022年度上期		2023年度上期		**2024年度上期**		**2024年度計画 (今回公表)**	
日本	72%	188	145%	272	127%	346	97%	335	**100%**	**334**	**102%**	**740**
米州	76%	161	124%	200	142%	285	78%	223	**86%**	**193**	**99%**	**480**
中国	109%	196	128%	250	119%	297	92%	274	**123%**	**337**	**116%**	**645**
アジア	88%	100	126%	126	137%	172	92%	158	**109%**	**172**	**114%**	**414**
欧州	79%	97	170%	166	125%	206	122%	252	**101%**	**255**	**98%**	**490**
その他	49%	4	143%	6	115%	6	88%	6	**119%**	**7**	**96%**	**11**
計	83%	746	136%	1,019	129%	1,313	95%	1,248	**104%**	**1,297**	**105%**	**2,780**
海外売上高比		75%		73%		73%		73%		**74%**		**73%**
USドル／円		¥107		¥110		¥134		¥141		**¥153**		**¥146**
ユーロ／円		¥121		¥131		¥139		¥153		**¥166**		**¥160**
中国元／円		¥15.3		¥17.0		¥19.9		¥19.8		**¥21.2**		**¥20.6**

12

12 ページをご覧ください。化学事業の地域別売上高の推移です。こちらも為替影響を除く実質の売上高前年比を申し上げますと、米州 80%、中国 115%、欧州 94%となっております。年間計画は記載のとおりであります。為替影響を除きます実質の売上高前年比は、米州 98%、中国 114%、欧州 97%を計画しております。

Ⅲ. 事業/地域別概況　空調事業-日本

上期の概況

住宅用の業界需要は、全国的に平均気温が高かったこと、賃金改善による消費マインドの回復により、前年度を上回った。業務用の業界需要は、大規模な再開発やオフィスビル・商業施設の新設・改修などの設備投資が増加し、前年度を上回った。
当社は、高付加価値商品の拡販に加え、売価効果もあり、売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ 住宅用：電気料金の上昇やエアコンの使用時間が大幅に増えたことを背景に、省エネ性が高い『うるさらX』のユーザー提案を強化。
- ✓ 業務用：高い省エネ性と施工性を兼ね備えた「FIVE STAR ZEAS」、小容量個別空調ニーズに対応する「machiマルチ」、既設の冷媒配管を利用しスムーズな空調機器更新が可能な「VRV Q」シリーズなど、高付加価値商品を中心にユーザー提案を強化。

下期の施策

住宅用：省エネ性が高い『うるさらX』など高付加価値商品の拡販、需要の増加が見込まれる寒冷地域で販売活動を強化。

業務用：「FIVESTAR ZEAS」など高付加価値商品の販売拡大に加え、ビルの省エネ提案などソリューション事業にも注力し、シェアアップをめざす。また、改正フロン排出抑制法の規制強化に先駆けてR32を採用したVRVを投入し、提案営業を行う。

前年度比（台数ベース）		上期実績	年間計画
住宅用	業界	109%	103%
	当社	102%	101%
業務用	業界	106%	105%
	当社	107%	106%
アプライド	業界	99%	103%
	当社	112%	116%

※アプライドは売上高ベース

13

13 ページをご覧ください。ここからは空調事業の地域別の概況について説明します。

まず、日本です。全国的な高気温や賃金改善によります消費マインドの回復、設備投資の改善などにより、住宅用・業務用とも需要は前年を上回りました。当社は、電気料金の上昇や省エネニーズの拡大を背景に、高付加価値商品の拡販に加え、売価施策を徹底し、売上高は前年を大きく上回りました。

下期も電気代高騰や法規制の強化を背景に、省エネ性・環境性を追求した差別化商品の販売強化に努め、住宅用・業務用とも拡販を目指してまいります。

空調事業-米州

上期の概況

冷媒のGWP値規制の変更による製品切り替えに伴い、現行冷媒機（R410A機）の在庫を確保する動きが強まり、住宅用の業界需要が急増。当社は、新冷媒機（R32機）への切り替えを他社に先駆けて準備していたため、R410A機の販売が減少した。アプライドでの拡販により、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用ユニタリー：R410A機の緊急増産対応でシェア挽回につとめたが、販売は前年度を下回った。環境プレミアム商品「Fit」は、複数ブランドでの展開により販売が大きく伸長した。
- ✓ ダクトレス：RA/SKYは自前卸で積極的な販売施策を実施したことで、販売が伸長。VRVは、プロジェクトの延期や、一部製品での部品不足の影響により、販売は前年度を下回った。
- ✓ アプライド：メキシコ新工場の立ち上げ、既存工場での生産能力増強により、需要が堅調なデータセンター、製造業、学校向けに機器を拡販。ソリューション事業でも、買収した計装・エンジニアリング会社を活用して販売を伸ばし、売上高は前年度を大きく上回った。

下期の施策

住宅用ユニタリー：R32機の生産・販売を計画通りに立ち上げ。R32機の優位性を流通に浸透させ、他社に先駆けて販売拡大を図る。「Fit」は販売店開発を加速し、拡販につとめる。R410A機の駆け込み需要は年末まで続く見通し。増産ときめ細かな販売管理により、シェアの挽回を図る。

ダクトレス：新規販売店の開拓や、既存販売店の育成により、ダクトレスを取り扱える販売網を拡充。RAでは、R32機の積極投入、施工性に優れた新商品の拡販や、オンライン販売の強化につとめる。

アプライド：需要が堅調なデータセンター・製造業向けに機器を拡販するとともに、サービス網やサービスメニューの拡充により、ソリューション事業を拡大。

前年度比（台数ベース）		上期実績	年間計画 需要	年間計画 当社
住宅用ユニタリー		**96%**	102%	107%
ダクトレス	RA/SKY	**109%**	107%	128%
	VRV	**90%**	103%	112%
アプライド		**131%**	111%	116%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

14

14 ページをご覧ください。米州空調事業は、GWP 値規制の変更による製品切り替えに伴い、現行冷媒 R410A 機の在庫を確保する動きが強まり、住宅用業界需要は急増いたしました。当社は、新冷媒 R32 機への切り替えを他社に先駆けて準備していたため、R410A 機の販売が減少いたしましたが、アプライド事業で大きく販売を伸ばし、売上高は前年を上回りました。

Daikin Comfort Technologies North America 社の売上高は、現地通貨ベースで前年比 99%となりました。R410A 機の販売減の影響が大きく、数量は前年を下回りましたが、環境性・省エネ性に優れた R32 機や環境プレミアム商品「Fit」の販売を伸ばし、前年並みの売上高を確保いたしました。

アプライドは、データセンターや製造業向けに機器の販売を伸ばし、ソリューション事業も順調に拡大しております。

下期は、住宅用ユニタリーで R32 機の生産・販売を計画どおりに立ち上げます。R32 機の優位性を流通に浸透させることで、他社に先駆けて拡販を図るとともに、「Fit」の販売店開発を加速し

てまいります。また、本年 12 月末までに駆け込み需要が見込まれます R410A 機におきましても、増産ときめ細かな販売管理により、シェア挽回を図ってまいります。

なお、当社は戦略経営計画 FUSION 25 後半計画におきまして、北米空調事業 No.1 の実現を掲げております。Daikin Comfort Technologies North America 社、Daikin Applied Americas 社は別々の会社ではありますが、同じ空調事業を担う会社として、クロスセルやメキシコ新工場の共同運営など、一体的な運営を進めており、両社が一丸となって北米市場で売上高トップの地位を目指しております。

空調事業-中国

上期の概況

不動産市況の悪化に加え、消費の冷え込みもあり、厳しい事業環境が続く。当社は、PROSHOPへの支援やカスタマーセンター、ライブコマースの強化などユーザーへの直接販売に資源を集中。高付加価値商品の拡販、コストダウンの取組みにより、営業利益は高水準を維持。

- ✓ 住宅用：ユーザーダイレクトのオフラインの小売販売に、ショールームを活用したライブ放送、Web広告、SNSなどオンラインを組み合わせた、当社独自の販売活動に注力。空調・換気・ヒートポンプ床暖房に、省エネや空気質提案などのソリューションサービスを組み合わせたシステム商品の新シリーズも投入し、幅広い顧客ニーズに対応。
- ✓ 業務用：カーボンニュートラル政策の推進による政府物件、工場、グリーンビルなどの市場の伸びを受け、省エネを切り口としたソリューション提案を強化。
- ✓ アプライド：インフラ関連・半導体関連など成長分野に資源を投入したことに加え、保守・メンテナンス事業を強化。

下期の施策

住宅用：新築住宅市場に加え、リフォーム・中古住宅市場にも注力。オンラインとオフラインを組み合わせた販売活動のさらなる強化、住宅用ソリューション商材の強化による差別化を図る。

業務用：ビル・工場向けなど、カーボンニュートラルを背景に需要が拡大する市場に注力する。

前年度比 (現地通貨ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	92%	89%	95%
業務用	93%	90%	96%
アプライド	81%	86%	89%

15

15 ページをご覧ください。中国空調事業は、不動産市況の悪化、消費の冷え込みなど、景気の減速がより鮮明になるなか、顧客ダイレクトの販売活動に注力いたしました。高付加価値商品の拡販、コストダウン、固定費削減に取り組み、営業利益は高水準を維持しております。

住宅用マルチエアコンの販売は、前年比 92%となりました。オフラインとオンラインを組み合わせた独自の販売活動を進めたことに加え、システム商品の新シリーズを投入して幅広い顧客ニーズを取り込んだことにより、厳しい事業環境の中で最大限、販売を確保できたと思っております。

下期も厳しい事業環境が継続する見込みですが、新築住宅市場だけでなく、リフォーム・中古住宅市場向けの販売活動も強化してまいります。さらに、ソリューションサービスを組み合わせた提案営業を強化し、住宅用マルチエアコンを中心に販売確保に努めてまいります。

訂正のお知らせ（2025 年 2 月）
上期実績(表、右下)の数字に誤りございました。正しい数字は決算説明資料に記載されておりますので、ご参照いただけますと幸いです。

空調事業-欧州・中近東・アフリカ

上期の概況

地域全体の売上高は前年度を上回った。
欧州は、インフレの鎮静化が進み、景気は緩やかな回復基調のなか、ヒートポンプ暖房の需要が大きく減少する厳しい事業環境が継続。当社は、アプライドでの販売拡大に加え、為替効果もあり、売上高は前年度を上回った。
中近東は、トルコで猛暑効果により住宅用の販売が伸びたことに加え、サウジアラビアでも業務用の販売が伸び、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：フランス・スペインなどで販売が落ち込んだが、イタリア・中欧で販売店開発を進めたことにより、販売が拡大。
- ✓ 業務用：ホテル・レストラン向けなど需要が堅調な市場で販売を拡大。
- ✓ H/P暖房：販売店開発や補助金申請支援などの販売力強化に注力。イタリア・ドイツ・フランスでは、補助金制度の見通しへの不安から買い控えが継続。イギリスでは、補助金制度の強化や燃焼式暖房の禁止の動きがあり、販売が拡大。
- ✓ アプライド：欧州・中近東ともに、データセンター向けに中・大型チラーを拡販。サービス事業でも販売を拡大。
- ✓ 冷凍・冷蔵：販売力を強化し、フードリテールチェーンの需要回復を捉えた。

下期の施策

住宅用：販売店の開発・育成により販売力を強化し、シェアアップをめざす。

業務用：需要回復が見込めるホテル・レストラン向けへの提案営業を強化。環境・省エネを切り口に、オフィス向けの更新需要の獲得につとめる。

H/P暖房：ポーランド新工場で11月よりR290機の生産を開始し、R290機の需要が回復傾向にあるドイツを中心に市場投入。低外気温でも高温出湯でき、静音性・デザイン性を追求したR32機を、フランス・イタリアなどで拡販し、シェアアップをめざす。

アプライド：データセンターなど需要が堅調な市場を見極め、販売を拡大。

冷凍・冷蔵：商品ラインアップを拡充し、提案営業を強化。

前年度比(台数ベース)		上期実績	年間計画 需要	年間計画 当社
住宅用		**108%**	98%	120%
業務用	SKY	**97%**	98%	109%
	VRV	**115%**	100%	117%
H/P暖房		**71%**	76%	114%
アプライド		**108%**	106%	107%
冷凍・冷蔵		**139%**	110%	139%

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

16

16 ページをご覧ください。欧州・中近東・アフリカ空調事業の売上高は前年を上回りました。

欧州は、ヒートポンプ暖房の需要が大きく減少する中、アプライドで販売を拡大したことに加え、為替効果もあり、売上高は前年を上回りました。

中近東では、トルコで住宅用の販売が伸長し、サウジアラビアでも業務用の販売を拡大したことで、売上高は前年を上回りました。

ヒートポンプ暖房につきましては、需要の低迷が続く厳しい事業環境にありますが、イギリスでの補助金の強化や、燃焼暖房禁止の動きが出ていることに加え、ドイツでも自然冷媒 R290 機の需要が回復傾向にあります。当社は、ポーランド新工場で 11 月より R290 機の生産を開始し、ドイツを中心に市場投入してまいります。また、フランス・イタリアなどでは、機能性・デザイン性に優

れた R32 機の差別化商品の販売に注力し、シェアアップを目指します。将来の成長に向けまして、商品開発、販売体制、サービス体制など、引き続き事業の競争力強化に努めてまいります。

空調事業-アジア・オセアニア

上期の概況

インフレ率の高止まりにより需要が低迷する厳しい事業環境のなか、販売店の開発・支援につとめたこと、インドでの販売が好調を維持したことにより、地域全体の売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ 住宅用：インドでは、強化した販売網や供給力を活かし、経済成長を背景に成長する需要を取り込み拡販。アセアン地域では、 9月に台風・洪水の影響を受けたものの、販売店や消費者への販売施策の展開により、ベトナム、マレーシアなどで販売を拡大。
- ✓ 業務用：大型物件着工の遅延・中止が続いたが、販売店の開発・支援や、ソリューション提案の強化により、小口案件を着実に受注につなげ、販売を拡大。
- ✓ アプライド：工場・データセンター向けの需要拡大を捉え、機器を拡販。
  また、保守・メンテナンスなどサービス事業に注力し、販売を拡大。

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：106%　インド：133%　ベトナム：106%
マレーシア：113%　インドネシア：117%　タイ：102%

下期の施策

住宅用：インドでは、地方都市での販売網拡充、Eコマース販売の強化、新工場での生産能力増強により拡販につなげる。また、インドネシア・マレーシアなどインバータ普及率の低い地域で、コスト競争力の高いインバータ機の販売を促進。インドネシアで、12月に新工場を稼働させ現地生産を開始。

業務用：ビルオーナーへの直接提案、更新物件の探索により、拡販をめざす。省エネ、IAQ、保守・メンテナンスなど付加価値の高いソリューション提案を強化。

アプライド：生産能力の増強に加え、保守・メンテナンスなどサービス事業に注力し、販売を拡大。

前年度比(台数ベース)		上期実績	年間計画 需要	年間計画 当社
住宅用		119%	113%	118%
業務用	SKY	114%	111%	114%
	VRV	114%	117%	119%
アプライド		109%	105%	111%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

17

17 ページをご覧ください。アジア・オセアニア空調事業は、インフレ率の高まりにより需要が低迷する厳しい環境のなか、各国で販売店の開発・支援を進めたこと、さらにインドでの販売が好調を維持したことにより、地域全体の売上高は前年を大きく上回りました。

住宅用は、インドで強化した販売網や供給力を活かし、経済成長を背景に拡大する需要を取り込み、販売を大きく伸ばしました。また、ベトナム・マレーシアでもこれまで築いてきた販売網を活用し、販売が伸長いたしました。

業務用は、大型物件の着工延期や着工中止が続きましたが、販売店の開発・支援やソリューション提案の強化により、小口案件を確実に受注につなげ、販売を拡大しました。

下期もコスト競争力の高いインバータ機の普及拡大や、業務用のソリューション提案の強化、インドネシア新工場の供給力を活かした拡販などにより、事業拡大を図ります。

化学事業

上期の概況

半導体製造プロセス向け・自動車分野での需要回復遅れに加え、それに伴う流通在庫調整の影響を受けたが、撥剤の拡販に加え、為替効果もあり、売上高は前年度を上回った。

- ✓ フルオロカーボンガス：需要が落ち込む厳しい環境のなか、売価維持につとめた。
- ✓ 樹脂・ゴム
  - -フッ素樹脂：LAN電線の需要回復遅れや半導体製造装置の需要減少の影響を受けた。
  - -フッ素ゴム：自動車分野の流通在庫調整の影響を受け、販売が減少。
- ✓ 化成品ほか：流通在庫の減少に伴い、表面防汚コーティング剤や撥水撥油剤の販売を拡大。

下期の施策

半導体分野では、製造装置向け材料の供給力強化により、拡販をめざす。
自動車分野では、リチウムイオン電池向け正極用バインダー、シール材の用途開発を強化。
撥剤は、テキスタイル市場向けに環境先進商品を拡販。

前年度比 (売上高ベース)		上期 実績	年間計画	
			需要	当社
合計		**104%**	101%	105%
	ガス	**110%**	97%	104%
	樹脂・ゴム	**101%**	101%	106%
	化成品ほか	**108%**	100%	105%

18

18 ページをご覧ください。化学事業は、半導体製造プロセスや自動車向けの需要回復遅れと、それに伴う流通在庫調整の影響を受けましたが、撥剤を拡販したことに加え、為替効果もあり、売上高は前年を上回りました。

フッ素樹脂は、LAN 電線の需要回復遅れや半導体製造装置向けの需要減少の影響を受けました。フッ素ゴムは、自動車分野での流通在庫調整の影響を受け、販売が減少しました。化成品は、表面防汚コーティング剤、撥水撥油剤の販売が伸長しました。

下期も半導体製造装置向けの高機能材料の販売拡大に努めるとともに、環境対応商品の需要の高まりに対応した用途開発を加速してまいります。

フィルタ事業

上期の概況

半導体市況の回復遅れの影響はあるものの、総じて需要が堅調に推移したことに加え、為替効果もあり、売上高は前年度を上回った。

- ✓ エアフィルタ：米国で、熱波の影響によりフィルタの交換需要が増加し、売上が伸長。
  欧州では、北欧で省エネ・空気質ニーズを捉え、販売が堅調に推移。
- ✓ P&I※：油田向け特殊フィルタの販売が好調に推移。

※P&I・・・ガスタービン、大規模プラント等の業務用集塵システム

下期の施策

エアフィルタ：米国で、自前販売店の強化により高粗利商品の拡販につとめる。また、日本・アジア・欧州で、半導体・製薬・データセンターなどハイエンド市場で拡販するとともに、生産性改善やコストダウンにも注力し、収益性の向上に取り組む。

P&I：アフターサービスなど好調な事業に注力。集塵機向けで、強化したラインアップを活かして拡販を図る。

19

19 ページをご覧ください。フィルタ事業は、半導体市況の回復遅れの影響はありましたが、総じて需要が堅調に推移したことに加え、為替効果もあり、売上高は前年を上回りました。

下期も引き続きハイエンド市場での販売拡大に努め、収益性向上を図ってまいります。

その他事業

上期の概況

油機事業：建機・産機ともに需要が低迷するなか、建機・車両用は、日本・米国向けの販売が減少。
産業機械用も、日本・欧州向けの販売が減少。売上高は前年度を下回った。

特機事業：防衛省向けの受注増加、酸素濃縮装置や低酸素システム（酸素濃度をコントロールすることで高い運動効果を得られる機器）の販売拡大により、売上高は前年度を上回った。

電子システム事業：設計・開発分野向けデータベースシステムの販売が減少し、売上高は前年度を下回った。

下期の施策

油機事業：環境規制強化やカーボンニュートラルなどの環境変化を捉え、省エネ性の高いハイブリッド機器の拡販をめざす。

特機事業：酸素濃縮装置の販路拡大、低酸素システムの提案強化により拡販をめざす。

電子システム事業：製造業のR&D支援、建設業向けのソリューション提案を強化。

20

20 ページをご覧ください。油機事業は需要低迷の影響を受け、建機・車両用、産業機械用とも販売が減少し、減収となりました。特機事業は、防衛省向けの受注増加、酸素濃縮装置や低酸素システムの販売拡大により、増収となりました。電子システム事業は、設計・開発分野向けデータベースシステムの販売が落ち込み、減収となりました。

下期も各事業で顧客ニーズを捉え、需要が堅調な市場での拡販を図ってまいります。

Ⅳ. 株主還元

中間配当は185円（創業100周年記念配当50円を含む）、年間配当は320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%を維持するようつとめるとともに、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。

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度（予想）
1株当たり配当金	中間	80円	90円	100円	120円	185円
	年間	160円	200円	240円	250円	320円
1株当たり純利益	上期	289.2円	475.3円	534.3円	522.7円	518.0円
	年間	534.0円	743.9円	880.6円	889.9円	912.0円
（参考）	DOEの推移	3.0%	3.2%	3.3%	3.0%	3.5%

21

21 ページをご覧ください。中間配当は、創業 100 周年記念配当 50 円を含む 185 円、年間配当は 320 円を予定しており、いずれも期初の配当予想からの変更はございません。経営環境の先行きが不透明ではありますが、業績拡大に努め、引き続き株主の皆様に報いたいと考えております。

《補足データ》　為替前提

為替レート

	2023年度実績			2024年度		
	上期	下期	年間	上期実績	下期計画	年間計画
USドル	141円	148円	145円	**153円**	**140円**	**146円**
ユーロ	153円	161円	157円	**166円**	**155円**	**160円**
中国元	19.8円	20.5円	20.1円	**21.2円**	**20.0円**	**20.6円**
タイバーツ	4.1円	4.2円	4.1円	**4.3円**	**4.0円**	**4.1円**
豪ドル	93円	97円	95円	**101円**	**97円**	**99円**

為替感応度（１円の変動による営業利益への影響）

	2024年度計画
USドル	19億円※
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。

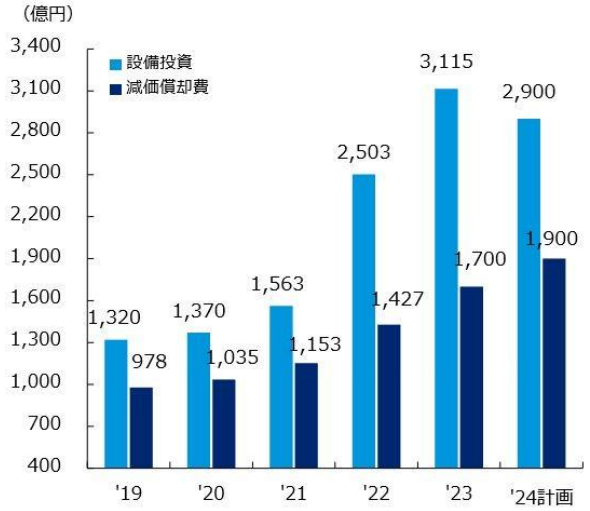
22

22 ページをご覧ください。為替の 24 年度上期実績および 24 年度下期の前提レートにつきましては、記載のとおりです。

為替感応度につきましては、期初の想定から変更はございません。営業利益に対しまして、対ドル 1 円の変動で 19 億円の影響、対ユーロ 1 円の変動で 8 億円の影響と試算しております。ただし、対ドル 1 円の変動につきましては、バーツ・中国元など他通貨も連動して動く前提での試算です。

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

<参考>上期実績の推移

(億円)	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
設備投資	633	648	950	1,504	1,647
減価償却費	503	557	679	809	945
研究開発費	330	387	476	598	668

23

最後に、23 ページをご覧ください。設備投資、減価償却費、研究開発費の上期実績は記載のとおりです。年間計画はいずれも変更しておりません。

足元の事業環境が厳しい中でも、将来の成長発展に向けました生産能力増強投資や研究開発投資、デジタル投資を着実に実行していきたいと考えております。

私からの説明は以上でございます。ありがとうございました。

質疑応答

阪本 [M]：それでは、これより質疑応答の時間とさせていただきます。

ご質問のある方は、Zoom 画面の下中央にございます、手を挙げるボタンにてお知らせください。

現在挙手いただいている方が 7 名いらっしゃいます。順番に当てさせていただきますが、時間に限りがございますので、一度のご質問につきましては 2 問まで、またご質問は簡潔にお願いできますと幸いです。ご協力のほどよろしくお願いいたします。

それでは、ゴールドマン・サックス証券の諫山様、ご質問をお願いいたします。

諫山 [Q]：ゴールドマン・サックス証券、諫山でございます。ありがとうございます。よろしくお願いいたします。アメリカについて、今起こっていることと、中期の話をそれぞれお伺いしたいと思います。

まず、DNA、DAA、そしてアメリカ全体の収益性について、上期の実績をお聞かせください。併せて、DNA の売上高成長率が対前年マイナス 1%となっていることについて、その要因を分解してご教示いただければと思います。

住宅用ユニタリーの販売は 2Q にかけても落ち込んでいて、シェアも落としているという認識です。1Q も落ちたけれど、2Q も引き続き厳しいのかなと思っております。

R410 機の増産対応等々やっても、収益性もシェアもまだ厳しい状態のように感じたので、あらためて今、どういう状況なのか、定量データをいただいた上で定性的な評価をいただきたいと思っております。これが一つ目です。よろしくお願いいたします。

竹中 [A]：社長の竹中です。DNA につきましては、R410A 機の増産、これを 2Q にスタートしましたが、実際に出荷し、その効果が出始めたのは、2Q の後半からでした。ご指摘のとおり、シェアという面ではダウンということでございます。

ただ、来年から R410A 機は販売できなくなるということで、この 10、11、12 月分の在庫は確保しておりますし、来年以降は、R32 機の差別性を武器に R32 機を一気に拡販してまいります。

今回の冷媒切り替えは当社にとって絶好のチャンスと考えており、全営業マンの予算に紐付けて、R32 機の拡販施策を展開しているとご理解いただければと思います。詳しい数字は髙橋からご説明申し上げます。

髙橋 [A]：米州空調事業の全体の収益性でありますけれども、8 ないし 9%程度とご認識いただければと思います。DAA のアプライド事業の収益性が近年高まってきておりますので、現状では、DNA との収益性の差は縮まってきているという見方をしています。

DNA 社の減収要因ですが、物量ベースで 4 ポイントほど落としましたが、商品構成が改善し、トータルで若干のマイナスという構図です。今上期においては、M&A というのはそれほど大きな影響はないとご理解いただきたいと思っております。

諫山 [Q]：よく分かりました。ありがとうございます。2 点目の質問です。米州の来期の目線、リスクをどのように評価しているのか、どういう施策を打とうとしているのかを、ぜひ竹中社長にお伺いさせてください。

具体的には、旧機種の R410A 機の駆け込み需要の反動減が起こってしまうのではないかと非常に気になっています。また、この上期で販売シェアが下がっているので、ディーラーシェアが下がったことで、来年以降の R32 機の浸透に影響あるのではないかと。御社自前のディーラーというよりは、独立系ディーラーへの浸透に苦労するのではないかなと懸念しています。

ご説明の中で、R32 機のコスト競争力、優位性とおっしゃったのは、言い換えると売価での訴求となってきてしまうのかなという懸念も持っております。これらのリスクについて、何か施策であるとか、心配は要らないよというような前向きな話をいただければうれしいのですが。

竹中 [A]：非常に的を射たご質問といいますか、重要なポイントだと私どもも認識しております。

まず前提として、トランプ大統領が誕生して金利がどう動くか、市場環境がどうなるかということに注目しています。住宅着工件数が増えることを期待しております。

2Q から R410A 機の増産を開始したわけですけれども、商品は独立卸に優先して出荷をしております。自前卸はわれわれの卸ですのでコントロールできるということで、独立卸で他社に負けてはいけないと考えております。

大手卸による R410 機の在庫確保の動きは顕著で、われわれの認識では、流通在庫は対前年で 10%以上増えていると認識しています。この影響は、来年にもやや残るであろうという認識です。

一方で、先ほど髙橋も説明しましたけれども、例えばこの上期で申し上げますと、Fit は前年比 174%という大きく伸ばしている。R32 機についても、もう出荷を始めております。10 項目ほどにまとめた R32 の優位性を、お客様、販売店あるいは工事店、ディーラー、それぞれのメリットということに落とし込みまして、営業マンの行動と予算に紐付けて、今、展開しておる最中です。

独立卸はそういう形で動いていますけれども、自前卸については、R410A 機の在庫が少ないことを逆手に、一気に R32 機の販売を立ち上げるチャンスと思っております。

冷媒の切り替えについては、商品仕様の観点から、他社にとっては相当なコストアップになると認識しています。当然、コストアップに対する売価アップはしてくるだろうと想定しておりますので、その中で当社も、高付加価値の新商品については価格を上げて展開することで、売価効果も取り込んでいく考えです。

諫山 [M]：今後に注目しております。どうもありがとうございました。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、JP モルガン証券の佐野様、ご質問をお願いいたします。

佐野 [Q]：JP モルガンの佐野と申します。2 点お願いします。

1 点目が、第 2 クォーターの着地の評価と通期の若干の上方修正の意味合いについて、補足をいただきたいです。上期につきましては、期初のご計画に対して営業利益で 36 億円程度上振れていると思うのですけれども、為替を除いてどうであったのかというのを教えてください。また、通期計画の営業利益を 30 億円上方修正したというのは、上期の為替のプラス効果を乗せた形にも見えるのですけれども、改めて意味合いについて教えてください。

竹中 [A]：竹中でございます。ありがとうございます。私が社長に就任した直後の第 1 クォーターが減益という結果でございましたので、私自身、相当危機感を持って、この第 2 クォーターの経営、事業運営に携わってまいりました。

第 1 クォーターの需要減というのは期初から想定していましたので、そこに対して、好調な事業・地域で販売を伸ばすといった具体的かつ実行可能なアクションを、第 1 クォーターから実施してきました。その効果が第 2 クォーターに表れてきた部分もありまして、結果的に第 2 クォーターは予算を上回って着地しました。

1 クォーター、2 クォーターの実績を基に、各事業部門が下期の計画をやり切るということと、上期にプラスが出た部分は当然年間で残すという判断のもとで、今回上方修正させていただいたということでございます。

髙橋 [A]：ご指摘がありましたとおり、当初の計画に対して為替は円安に振れておりますので、為替のプラス効果がこの中には入っております。

円ベースでは当初計画から若干の上振れという形でございますけれども、為替を除きますと若干の計画未達ということで社内では見ております。その要因としては、やはり需要減の影響が非常に大きかったです。これをコストダウン等の施策で打ち返してまいりましたけれども、少し足りなかったというのが社内的な評価であります。

佐野 [Q]：どうもありがとうございます。2 点目に、欧州のヒートポンプ暖房事業の戦略についてお伺いできればと思います。冒頭、竹中社長から、北米のソリューション事業比率の目標値引き上げとか、インドの目標値の引き上げとか、好調な事業でのポジティブなお話をいただきました。一方で欧州ヒートポンプ事業については、需要が明らかに下がっていることに対して、生産計画ですとか、売価ですとか、こういったところの動きがなかなか見えないのが正直なところです。

今一度、この先 2〜3 年どのように戦略を立てて、それをどうアップデートしていかれるかについて補足をいただけないでしょうか。お願いします。

竹中 [A]：なるほど。分かりました。ありがとうございます。FUSION 25 の定量目標達成のためのドライバーとして期待していた欧州ヒートポンプ暖房事業ですが、近年の需要減によりまして、計画に対してほぼ需要が半減している状況です。これが復調する、もともと計画していた販売台数に戻るには、2 年から 3 年かかるだろうという認識であります。

とは言いながら、中期的には必ず成長するということで、われわれとしてここに対する投資は惜しまずに、特にサービス網と販売店網の構築にこの 1 年半、注力をしてまいりました。

そんな中、先ほど申し上げましたとおり、例えば UK で言いますと、こういった復調の兆しもございまして、相当伸ばすことができている。私自身の認識としては、需要の底は打ったのではないかと考えております。これまで磨いてきた、あるいは投資してきた営業力、サービス力、さらに加えて商品力というものを、これからの復調に向けて一気呵成に果実化させるということであります。

サービス網、販売網の自前化教育を、計画を掲げて徹底してやっておりますので、この下期以降、その果実化を図るということで、挑戦的な販売計画を立てて実行に入っているということであります。

佐野 [M]：分かりました。私からは以上です。ありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、野村證券の前川様、ご質問をお願いいたします。

前川 [Q]：野村證券の前川でございます。ご説明どうもありがとうございます。私からも 2 点お願いいたします。

1 点目は、欧州に関してということで重ねて恐縮ですが、この 7-9 月期 3 カ月間で見ますと、住宅用空調の販売が大きく戻っているのかなと思っています。上期で 108%ということでしたが、1Q では 92%でした。説明では、イタリア、セントラルヨーロッパで販売店開発を進めたということでしたが、7-9 月のこの販売の強さが持続するものなのかどうか。

ヒートポンプ暖房については、需要の底を打ったという認識と社長がおっしゃっていましたが、欧州全体としても、住宅用も含めて、在庫水準も含めて底を打って、ここから先ではプラス転換してくるのかどうか。欧州の住宅用と全体としての今後の動向について教えていただきたいのが 1 点目です。お願いいたします。

竹中 [A]：欧州の住宅用についてですが、今上期は、南欧の猛暑もあってルームエアコンは販売を伸ばしておりますけれども。全体的な市場環境として申し上げますと、ドイツの景気悪化などもあり、非常に厳しいというのが本音であります。

そういう中で、繰り返しになりますけれども、商品力と営業力で他社をどう上回れるかということが重要になってくるとご理解をいただければと思います。

前川 [Q]：イタリアやセントラルヨーロッパでの販売店開発など、自助努力の面で、需要を上回る販売が実現できているのでしょうか。

竹中 [A]：そうです。

前川 [Q]：分かりました。どうもありがとうございます。2 点目も竹中社長にお伺いします。

社長というお立場でこの席に立たれるのは初めてかなと思います。冒頭、施策の効果や次期 FUSION についてコメントいただいたところで恐縮ですが、様々な成長の布石を打たれている御社におかれまして、足りていないところであるとか、社長として特にここはやりたいということがあれば、焦点を絞ってコメントいただけると幸いです。お願いいたします。

竹中 [M]：足りないところですか。

前川 [Q]：足りないところ、ないしは社長様として注力したいというか、特にここだけは変えてきいきたいとか、やりたいとか。

竹中 [A]：なるほど。先ほど少し述べましたとおり、今が絶好のチャンスだと思っておりまして。それぞれの地域で当社優位な、当社が得意な分野での市場の変化が起きておりますので、そこでの市場形成力といいますか、販売力・商品力、アドボカシー、こういったものを活用して、事業を拡大するチャンスだと思っております。

一方で、足元の経営環境の変化が激しいので、そこに対して手を打っていく。さらに事業成長させていくには、私自身は商品力が鍵だと認識をしておりまして。社長になって 4 カ月たちましたけれども、そこに相当注力して、研究部門ですとか、開発部門の幹部と定期的に議論しております。他社に勝つための差別化商品というものを、どうハイサイクルで出していくか。

具体例として日本で申し上げますと、『うるさら』を超える商品をどう出していくかということを、まず最優先でやりたいと思っています。当然、ソリューション事業というのは FUSION25 の大きなテーマでありますので、これは継続してやっていくということで。

今下期の事業拡大を考えたとき、ソリューションという点では、DAA 社でのデータセンター向けビジネスでいい事例が出てきています。この領域に関しては、社長直轄の横串プロジェクトを発足しておりまして、成功事例をいかに横展開して収益を拡大させるかという観点で取り組んでいるところでございます。

前川 [M]：よく分かりました。どうもありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、モルガン・スタンレーMUFG 証券の井原様、お願いいたします。

井原 [Q]：モルガンの井原でございます。

1 点目は、増減益の中の拡販の効果についてです。第 1 クォーターと第 2 クォーターを比べたときに、全社で見ても第 1 クォーターでマイナス 40 だったところが第 2 クォーターではプラス 213 となっており、第 2 クォーターの拡販効果が、かなり営業利益に効いた形になっています。

過去のご説明では、採算性の高い中国事業がこの数字に影響するということもありました。今回は、中国事業が厳しい中で、拡販効果が第 1 クォーターに比べてもかなり利益拡大に寄与しています。この背景というのは、例えば日本ですとか、南欧の猛暑効果のところが、プライシングも含めて予想以上に利益に効いているということでしょうか。

もしくは製品構成とか未実現利益、第 2 クォーターで拡販効果が大きく業績に効いた背景を、もし分析がございましたら教えていただけますでしょうか。これが 1 点目になります。

髙橋 [A]：今ご指摘があったところがございまして、例えば国内空調で大きく猛暑効果を刈り取って業績を上げております。住宅用は、業界に比べて少し伸び率が落ちていますが、これは低価格帯に関してはあえて出していかないということで、非常に収益重視の展開をしておりました。まず、国内空調事業の収益性が上がっています。

それから、アメリカのアプライドにつきましても、大きく事業が拡大しております。業界全体が堅調という中で、われわれも着実に対応ができておりますので、業績貢献も大きくなってきています。

今回売上が増えた事業において、安く売っているということではなくて、収益性を高めながら拡販効果を上げていくことができたというのは、今のご質問に対する答えになるのではないかなと思っております。

井原 [Q]：国内では猛暑効果による物量に加えて、選別受注もできて、高いものがきちんと売れているということと、加えてアプライド事業の採算改善効果もあったことが主な理由ということですか。

髙橋 [A]：はい。それとインドも物量が増えて収益性も上がってきております。そういう意味で、収益性を上げていくような形での物量増が主な理由ということであります。

井原 [Q]：ありがとうございます。2 点目は、社長様にお伺いできればと思います。過去 10 年ぐらいを見ると、利益額は営業利益とか非常に増えていらっしゃいますが、全体の利益率を見たときに、昔は 11%とかあったところが、1 桁に下がってきています。

外部から見ていますと、利益を増やされることに非常に KPI として注力されていらっしゃるなという印象を持つのと同時に、利益率はどちらかというと結果として付いてくるという考えをされている印象があります。例えば事業を見直すとか、お金の使い方を考えて利益率を改善するというところよりも、利益額の最大化というのを中心に進められたような印象が外から見るとあるんですけれども。

今後、事業を運営されていく中でも、少しでも利益額を増やしていくというこだわりを持っていらっしゃるのでしょうか。当初買収されたときは売却する可能性もあるとおっしゃっていたエアフィルタで、逆に事業を継続されて、新たな買収もされています。冷凍冷蔵事業のショーケース向けのところも必ずしも採算性がよくないのですが、そういった製品群の見直しでありますとか、場合によっては投資もより投資効果が高いものに行うといった形で、今後はより高い利益率を目指そうとされているのか。今後の社長様の方針として新しく何かありますでしょうか。それともやはりダイキンのやり方を貫いていかれるのか、その辺りを教えていただけませんでしょうか。

竹中 [A]：かせぐ力を上げなければならないという思いというか、危機意識を持っております。とりわけここ数年、原材料、労務費も含めた原材料と、労務費アップが急速でしたので、きょうの説

明にもありましたとおり、粗利率といいますか、限界利益率といいますか、その部分がまだまだ回復しないという認識であります。

当然原材料や労務費のアップは、価格アップや売価アップにより吸収することで実行中でありますけれども。足元、この需要減で、今現在は数量が伸ばせないことも課題です。それも、かせぐ力が落ちている原因の一つであるという認識であります。

それらを克服しようと思うと、当たり前ですけれども商品力と販売力を強化することが必要になります。そういった問題意識のもと、拡大していく事業ですから先行投資は当然続けますけれども、より重点テーマに集中した優先順位付けというのは必要であろうという認識はしております。かつ、間接効率化にも継続的に取り組んでいるということであります。

ですから、地域別・商品別に見た収益構造や、売価とコストと固定費、こういう中で課題を浮き彫りにして、そこにしっかり手を打っていくことです。また、これは FUSION 25 にもありますけれども、収益性の高いビジネスですね。具体的にはソリューション事業になりますが、それをいかに拡大していくかということとの並行だと思っています。当然額は成長させていかねばなりませんけれども、ご指摘のとおり、率についての問題意識を持って取り組んでいくという意志を持っております。

井原 [Q]：収益性が高いところに経営のリソースを集中される一方で、製品ラインナップの中でなかなか付加価値を上げにくい部分では、撤退するであるとか、商品を減らすであるとか、そういった可能性はございますか。

竹中 [A]：ゼロではないです。頭の中にはそういう意識もありますけれども、まだ具体的にはここでは言及は控えさせていただきます。

井原 [M]：分かりました。ありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、ジェフリーズ証券の福原様、お願いいたします。

福原 [Q]：ジェフリーズ証券の福原です。

一つ目に中国事業に関してです。今回、中国の通期計画は前年比横ばいという数字に修正されました。それに伴いまして、営業利益率の考え方をお願いできたらと思います。というのも、他の住設メーカーさんが中国で赤字を出すなど苦戦している中、御社の中国事業につきましても競争が激しくなっていますし、コスト増も今後考えられます。売上が伸びていかないようであれば、利益率は下がっていくのでしょうか。懸念要素がもしあるようでしたら教えていただけたらと思います。

竹中 [A]：ご指摘のとおり、中国の景気の動向は、住宅の販売、不動産を中心に非常に悪いと認識をしております。一方で、違う見方をしますと、中古市場は伸びているといいますか、そこまで落ちていないという認識でもあります。

そういった市場の変化に対して、いかにハイサイクルで差別化商品、差別化システムを投入し、時代にマッチした形で展開するかが重要です。具体的には、ライブコマースですとか Web を使ってオンラインで獲得した引き合いを、プロショップという対面の場に誘導して、丁寧に販売していく。この密度を高めることで利益率は維持していきたいと思っています。

ですから、変化を見つけ出して、俊敏に手を打って実行していくことにより、これまでどおりの高収益モデルを維持していきたいという意思でございます。

福原 [Q]：今回の上期の実績を踏まえまして、今期の中国の営業利益率ですけれども、当初考えていらっしゃった 23～24%に対して、上振れや下振れの可能性はありますか。

あと、数字の確認ですけれども、先ほどおっしゃった上期の住宅用マルチエアコンの売上が確か 92%でしたが、通期計画は今どのように見ていらっしゃいますでしょうか。よろしくお願いします。

髙橋 [A]：まず、利益率に関しましては、今ご指摘があったとおり 23%から 24%、これは下がっておりません。竹中が申し上げましたとおり、当社は、基本的に値段は守るという方針で、高付加価値商品の提供を続けておりますから、利益率についてはあまり変わっておりません。

それから、住宅用マルチの年間計画につきましては、こちらも少し前年を下回るという見方をしております。

福原 [Q]：分かりました。二つ目の質問ですけれども、社長さんにお願いします。現在、中計はまだ走っている最中ですけれども、事業環境はかなり変わっています。中計の内容の見直しについて、会長さんと意見が一致しているところと意見が違うところなど、もしコメントできるような話があればお願いできますでしょうか。

竹中 [A]：意見不一致なところはないといいますか、中計に関しては来年度が最終年度です。きょう申し上げた、インドですとか、アプライドですとか、ソリューションですとか、好調な領域については当然中期経営計画を超えてやっていきたいということでございます。今回、上期の決算も踏まえて年間計画を修正しましたけれども、それも来年度に向けた意思であり、特に会長と意見が異なるところはないと思います。

会長はCEOですので、その先の2030年に向けて、次の成長に注力しています。私はこの短期の、25年に向けてどう目標を達成するかということに邁進するということで、今、実行中であります。

福原 [M]：なるほど、分かりました。ありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。

では次に、岡三証券の諸田様、お願いいたします。

諸田 [Q]：お願いします。井原さんのところで質問が出ていましたけれども、私も拡販のところが気になっています。今回、クォーターベースで見ると久しぶりに拡販がプラスになり、213億のプラスが出ましたが、そうは言っても下期計画では656億円も拡販効果を出さなければいけないというところが気になっています。

気になるのはこれの定義が何なのかということですが、例えば営業利益に対してプラス213億円になっていますが、これに見合う売上高はどれぐらい増えているのでしょうか。また、下期の計画656億円のプラスに対して売上高はどれぐらい増えると見ているのでしょうか。その中身を教えていただけますでしょうか。

的場 [A]：ご質問の回答をさせていただきます、的場でございます。増減分析のところにあります拡販効果といったところは、主に数量の増加によるものと、あと製品の販売構成が変わるミックスの効果、つまり、より付加価値の高い商品の販売でありますとか、業務用でシステム販売により物件当たりの付加価値を上げていくことによる増益の効果を見ております。

数字につきましてはご指摘のとおりで、空調事業だけでは、営業利益における拡販効果は、第1四半期のところはプラス3億円でございました。こちらが第2四半期のところで申し上げますと、プラス213億円となっており、下期だけで見ると約プラス500億円の空調部門での増益を見込んでおります。

ですので、引き続き下期につきましても販売数量の増加、シェアアップといったところと、製品の付加価値を上げていくことによるミックスの効果を出していきたいという計画にしております。

諸田 [Q]：売上がどれぐらい増えているか、これに見合う売上がどれぐらいかの開示は難しいですか。

的場 [A]：それぞれのところは、第 1 四半期ですと、売上の効果は約プラス 500 億円でございました。第 2 四半期の 3 カ月でいきますと、約 750 億円に相当いたします。下期は約 1,600 億円のプラスとなります。

諸田 [Q]：この中身が、例えばデータセンターなのか、インドなのかみたいな分解は難しいでしょうか。

的場 [A]：そうですね。ブレークダウンはできていないですが、トータルで達成していこうということでございます。

諸田 [M]：分かりました。ありがとうございました。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、BofA 証券の堀田様、お願いいたします。

堀田 [Q]：BofA 証券の堀田です。よろしくお願いします。

スライド 14 ページのアプライドのところで、上期の実績が 131%で、年間計画は 116%となっています。逆算すると、下期は対前年比ではスローダウンという見方ですが、この背景をお伺いしたいです。

北米アプライドは全般的にまだ顕著なイメージがございますので、どういった背景があるのかを教えていただきたいです。また、先ほどの拡販効果のところで、比較的良かったのが、例えばアプライドという話もありましたが、下期、例えば米州でアプライドが上期対比で少し減速気味になるのであれば、拡販効果にどう影響が出てくるのかというところも教えてください。よろしくお願いします。

髙橋 [A]：数字だけ申し上げますとご指摘のとおりでありまして、まだ伸びるんですけれども、伸びの比率は若干鈍化するという見方が、現地サイドを中心に出てきています。

社内的には、もう少し下期も勢いが付くんじゃないかという議論をしており、プラスアルファができないかというのは今検討している最中であります。いったん、やや鈍化するという見方を現地サイドはしております。

堀田 [Q]：鈍化するのは、データセンターとか一般産業とか、どういうエンドマーケットでしょうか。

髙橋 [A]：データセンターは引き続き堅調ということですので、一般の工場、製造工場向け等で、伸びますけれども、去年後半や今年前半に比べると少し伸びが柔らかになるという見方を現場サイドはしております。

ただ、そこも日々の受注の動向を見ながら判断しておりますので、毎月毎月の受注の数字を見ながら、もう少し積めるものは積んでいきたいと思っております。

堀田 [M]：分かりました。ありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、大和証券の田井様、お願いいたします。

田井 [Q]：田井です。よろしくお願いします。

一つは化学事業について、あらためて今考えていらっしゃる戦略のお話をいただきたいなと思っていまして。最近、Honeywell が分社上場みたいな話があったり、冷媒とか製品のところで業界の動きもあります。その辺りと、PFAS のアップデート等も絡めながらお話いただきたいです。

もう一つ、竹中さんにお伺いしたいのは、さっき事業再編みたいなものも頭の隅にはというお話でしたが、例えば外から見ていると、フィルタとか、冷凍・冷蔵、これはキャリアが売却したりとかしていますが、ノンコア的な事業もいくつかあると思うんですね。一方で、ソリューションをやるためには必要なものもあったりするのかもしれませんが、プレーヤーも競争相手もいろいろと変わってきています。頭の隅にあるノンコアなんじゃないかなと思っているようなものをお話しいただければなと思うのですが。以上です。

竹中 [M]：まず、化学事業については、担当の平賀からご回答させていただきます。

平賀 [A]：ご質問ありがとうございます。化学の戦略ということですけれども。われわれはまだまだフッ素事業というのは、半導体やカーボンニュートラル、そういったことに対して大変重要な素材という認識を持っておりますし、お客様からもそういう期待をいただいております。

そういうことで、われわれのフッ素化学事業を伸ばしていくわけですけれども、物によって、例えば撥水撥油剤などに関しては、お客様からはフッ素以外のものをというお声もありますので、そういったものを早期に開発して、今、市場に投入しているところです。上期はそういった商品の販売が好調だったことで撥水撥油剤の売上が伸びました。

もう一つは、フッ素以外の他素材の高機能材というものもポートフォリオに入れて、その素材とフッ素とのシナジーも併せて求め、大きくしていくといった戦略を考えております。ターゲット市場は、やはり半導体、自動車、情報通信、そしてメディカルと、そういった分野になると思います。

さらに、今後のものづくりということでは、2030 年にはリサイクル事業をスタートさせていきたいと思っております。以上です。

竹中 [A]：竹中です。化学については、今、平賀が言ったとおりであります。この 4 カ月間、私もエンドユーザーであったり、出荷先のモルダーとも面会を重ねましたけれども、フッ素に対するニーズというのは半導体業界を中心に相当強いという認識であります。PFAS に対する世界的な動きはありますけれども、当然、環境社会への貢献と併せて、こういったエッセンシャルな事業ではまだまだ伸ばしていきたいと思っています。

2 点目のご質問ですけれども、事業の撤退ということは考えてはいないです。それよりも、地域で見たとき、あるいは商品で見たときに、これは検討したいというようなところは私の頭の中にもあります。ただ、社内に対する影響もありますので、これから具体的になった段階で発信させていただくということでご容赦いただければと思います。

田井 [M]：分かりました。ありがとうございます。私からは以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、シティグループ証券のマクドナルド様、ご質問をお願いいたします。

マクドナルド [Q]：今日はありがとうございました。質問というよりは、意見、お願いをさせてもらいます。

次期中計の FUSION 30 に向けてと、役員報酬の業績連動に関してです。今日、説明会の中で収益性に関する質問やコメントが色々ありましたが、別の観点で言うと、ROE がこの数年間でずっと下がりっぱなしです。営業利益率が低下していることもありますが、設備投資をやめないことや、研究開発の相対的なコストがかさみ、バランスシートが膨らんでいることがあると思います。

外国人投資家といろいろお話すると、ダイキンがトップライン重視であるという指摘を受けており、もうちょっと収益重視、ROE とか ROIC の観点を意識したほうがいいと思っています。今期はしょうがないですが、次の中期計画を発表するときには、こういった ROE、ROIC 経営のスタンスと、総合的な収益重視を示すことで、再び評価されてくると思いますが、いかがですか。私からは以上です。

竹中 [A]：ありがとうございます。まさに来年度、次の中期経営計画の策定に入りますので、その中ではそういったテーマ、論点での議論もスタートします。例えば、役員報酬のあり方についても、具体的な中期のテーマと併せて、今おっしゃられたような目標と併せて見直さねばならないという認識もあります。非常に参考になるご意見ですので、検討していきたいと思っています。

マクドナルド [Q]：社長が冒頭で、危機感があるとおっしゃっていました。1Q は決算が悪かったことで、2Q で反動があって今日の株価は戻っていますが、この数年間、株価がずっと低迷してい

ますので、株主の立場や株価に対してもうちょっと危機感を持ったほうがいいんじゃないかなと思います。

竹中 [A]：承知しました。経営効率というものが、より関心高く重要であるということは認識をしております。ありがとうございます。

マクドナルド [M]：今後ともよろしくお願いします。

阪本 [M]：ありがとうございました。これで質疑応答を終了させていただきます。

以上をもちまして、決算説明会を終了させていただきます。最後までご参加いただき、誠にありがとうございました。

竹中 [M]：どうもありがとうございました。

［了］

脚注

1. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。