ダイキン工業株式会社

2026 年 3 月期第 1 四半期決算説明会

2025 年 8 月 5 日

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]	2026 年 3 月期第 1 四半期決算説明会
[決算期]	2026 年度　第 1 四半期
[日程]	2025 年 8 月 5 日
[ページ数]	34
[時間]	16:30 – 17:30 （合計：60 分、登壇：15 分、質疑応答：45 分）
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	3 名 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） 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	諫山　裕一郎
	野村證券	前川　健太郎
	シティグループ証券	グレーム・マクドナルド
	UBS 証券	佐々木　翼
	SMBC 日興証券	谷中　聡
	みずほ証券	伊藤　辰彦
	大和証券	田井　宏介
	マッコーリーキャピタル証券	潘　文東

*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、2026 年 3 月期、第 1 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、多数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、本日メールでご案内しておりますとおり、当社のホームページ、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。取締役兼副社長執行役員 経理財務・予算担当　髙橋孝一、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、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、以上 3 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、初めに髙橋より決算の概要について 15 分ほどご説明させていただきました後、質疑応答とさせていただきます。終了時刻は 17 時 30 分を予定しております。それでは髙橋副社長、お願いいたします。

決算概要

為替を除く実質ベースで増収増益を達成。利益は過去最高を更新。
米国住宅市場の低迷、中国不動産不況の長期化など厳しい事業環境が続くなか、
販売力・営業力の強化、戦略的売価施策、コストダウンの取組みを推進し、増益。
米国の関税措置による直接影響（営業利益 約75億円）は、価格転嫁とコストダウンで吸収。

- ✓ 空調事業：米州・中国の住宅用の需要減少、アジアでの景気低迷と天候不順の影響を受けるなか、アプライド・業務用など需要が好調な事業で販売を拡大。日本で高付加価値商品を拡販したこと、米州で住宅用ユニタリーのシェア挽回に努めたことに加え、中国でも、住宅用マルチエアコンの販売に資源を集中。為替を除く実質ベースで増収増益。
- ✓ 化学事業：半導体向けの需要低迷、自動車向けの需要回復遅れの影響を受け、減収減益。

足元も事業環境は厳しいが、第2四半期以降、経営トップ直轄の全社横断6テーマや、昨年来取り組んでいる重点施策（欧米での販売力・営業力強化、差別化新商品の開発の前倒し、売価アップとシェア拡大の両立）の成果創出を加速し、年間計画のさらなる上積みをめざす。

(億円)	1Q実績 2024年度	1Q実績 2025年度	前年度比
売上高	12,510	**12,138**	97%
営業利益	1,154	**1,213**	105%
(利益率)	(9.2%)	**(10.0%)**	
経常利益	1,052	**1,189**	113%
(利益率)	(8.4%)	**(9.8%)**	
親会社株主に帰属する四半期純利益	631	**815**	129%
(利益率)	(5.0%)	**(6.7%)**	
USドル／円	¥156	**¥145**	
ユーロ／円	¥168	**¥164**	
中国元／円	¥21.5	**¥20.0**	

為替影響（対前年度）
売上高 ▲680億円
営業利益 ▲75億円

為替除く前年度比
売上高 102%
営業利益 112%

2

髙橋：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。2026 年 3 月期第 1 四半期決算の概要につきまして、資料に沿って説明させていただきます。

2 ページをご覧ください。第 1 四半期決算は、為替を除く実質ベースで増収増益を達成いたしました。米国住宅市場の低迷、中国不動産不況の長期化など、厳しい事業環境が続く中にあって、昨年来、先手、先手で施策を展開し、欧米を中心に各地域で販売力・営業力の強化に努めたことに加えまして、戦略的売価施策やコストダウンの取り組みを推進し、利益は過去最高を更新しております。

米国関税措置により、営業利益ベースで約 75 億円の直接的なマイナス影響がありましたが、売価転嫁とコストダウンで全て吸収いたしました。稼ぐ力を取り戻すべく、今期は収益重視の予算運営を全社で強く意識しております。特に、空調事業で高付加価値商品の拡販、コストダウンの積み増し、経費の効率化に努めた結果、第 1 クォーターの営業利益率は社内計画を上回る 10%を達成することができました。

今後の見通しですが、経営環境については、その厳しさが増しているのが現状です。米国でも住宅市場の回復遅れ、欧州での景気低迷に加えまして、東南アジア各国では米国関税措置による間接的な影響が出ており、空調需要が落ち込んでおります。

このような中ではありますが、当社は施策を次々と展開することで、第 1 四半期業績につなげたことを踏まえ、年間計画で掲げた営業利益 4,350 億円のさらなる上積みを目指したいと考えております。第 2 四半期以降も、経営トップ直轄で取り組んでいる全社横断 6 テーマに加えまして、昨年来取り組んでいる重点施策の成果創出を加速し、事業環境の変化に応じて手を打ってまいります。

＜参考＞経営トップ直轄の全社横断6テーマ

1. 販売力・営業力強化
   - 利益率重視の販売施策や、差別化商品の投入加速など
2. 新商品・差別化商品投入の加速
   - 厳しい事業環境下で拡販と売価維持・アップの両立をめざす
3. 米国関税措置の対応を含むサプライチェーンの強化
4. コストダウンの極大化
   - ベースモデルのコストダウン
   - 銅からアルミ、ステンレスなどへの材料置換
   - 米国関税措置の対応
5. グローバルでのサービス・ソリューション事業
   - 市場・用途別のソリューション展開
   - 保守・修理サービス・部品販売の収益化
6. デジタル投資、プロセスイノベーションの成果創出

3

3 ページは、経営トップ直轄で取り組んでいる全社横断 6 テーマの詳細です。

参考情報になりますので、説明は割愛させていただきます。

事業セグメント別実績

(億円)		1Q実績 2024年度	1Q実績 2025年度	前年度比
全社	売上高	12,510	**12,138**	97%
	営業利益	1,154	**1,213**	105%
	(利益率)	(9.2%)	**(10.0%)**	
空調	売上高	11,689	**11,327**	97%
	営業利益	1,044	**1,147**	110%
	(利益率)	(8.9%)	**(10.1%)**	
化学	売上高	623	**599**	96%
	営業利益	112	**65**	58%
	(利益率)	(18.0%)	**(10.9%)**	
その他	売上高	199	**212**	107%
	営業利益	▲ 1	**1**	ー
	(利益率)	ー	**(0.5%)**	

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業は空調事業に含む。

為替影響（対前年度）

	空調事業	化学事業
売上高	▲654億円	▲26億円
営業利益	▲71億円	▲4億円

為替除く前年度比

	空調事業	化学事業
売上高	102%	100%
営業利益	117%	62%

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。

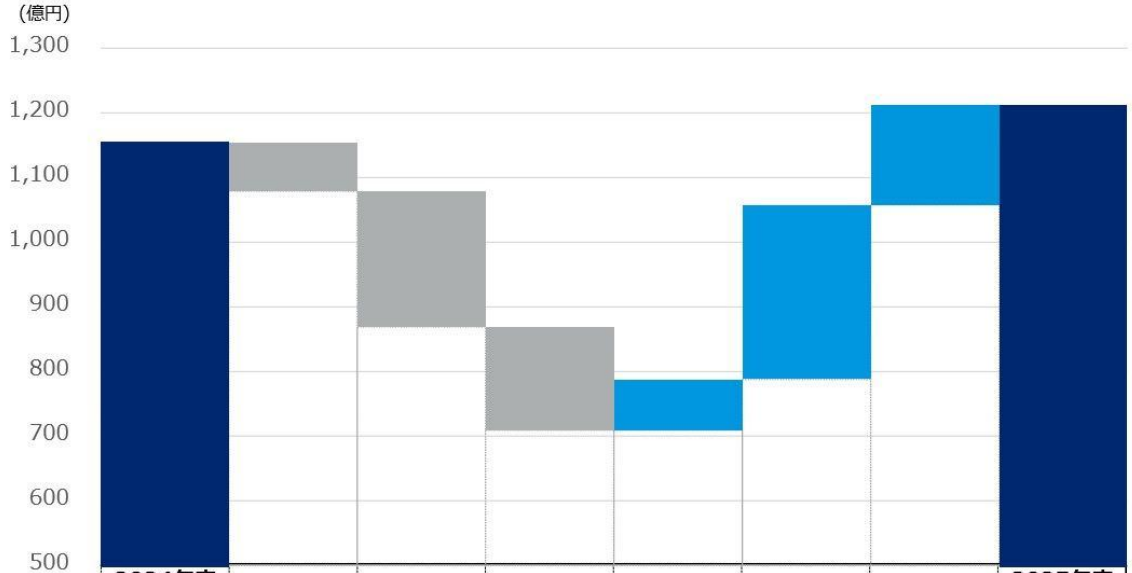
空調事業は、米州・中国の住宅用の需要減少や、アジアでの景気低迷・天候不順の影響を受けるなか、アプライド・業務用など、需要が好調な事業で販売を拡大しました。また、日本で高付加価値商品を拡販したこと、米州で住宅用ユニタリーのシェア挽回に努めたことに加え、中国でも住宅用マルチエアコンの販売に資源を集中し、為替を除く実質ベースで増収増益となりました。

一方、化学事業は大幅な減収減益となりました。半導体向けの需要低迷、自動車向けの需要回復遅れなど、主力事業を取り巻く環境は大変厳しく、その中で新たな用途開発により、データセンター向けの電線被覆材や、環境対応の撥油剤などの販売拡大に努めました。

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。

営業利益増減分析-実績の対前年度比

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業は空調事業に含む。



	2024年度 1Q実績	為替	原材料 ※	固定費ほか	拡販	売価	ｺｽﾄﾀﾞｳﾝ	2025年度 1Q実績
計	**1,154**	**▲75**	**▲210**	**▲160**	**+79**	**+270**	**+155**	**1,213**
空調	1,044	▲71	▲201	▲148	+104	+267	+152	1,147
化学	112	▲4	▲8	▲10	▲29	+2	+2	65
その他	▲1	-	▲1	▲2	+3	+1	+1	1

※米国関税による直接影響 75億円、物流費含む

5

5 ページをご覧ください。営業利益の対前年増益分析です。

需要減少の影響を大きく受ける中、高付加価値商品の拡販シェアアップや、売価政策の徹底に努めるとともに、製造費コストダウンや固定費の効率的な運用など、トータルコストダウンを推進しました。なお、米国関税措置の直接影響約 75 億円については、売価アップで約 50 億円、コストダウンで約 25 億円の対策効果を出し、全て吸収しております。

＜参考＞米国関税措置が及ぼす影響①　直接影響

足元の状況変化を踏まえ、米国関税措置が及ぼす2026年3月期業績計画への影響を再試算。
営業利益への影響額は、5月9日に公表した約470億円を若干下回る見通し。
本影響は、価格転嫁とコストダウンで吸収する。なお、メキシコ工場生産の完成品については、USMCAの基準を満たしているため対象外。

※以下の関税を反映。

- ✓ 中国(54%)・メキシコ(30%)・カナダ(35%)に対する関税と、鉄・アルミ・銅に対する関税(50%)
- ✓ 全輸入品に対する一律10%の相互関税、各国の相互関税
- ✓ 中国・カナダによる報復関税

計画に織り込み済み

① DNA社
- ✓ 完成品輸入の影響：日本・アジア・欧州から輸入しているFit・RA・SKY・VRV
- ✓ 米国生産品への影響：中国・アジアから輸入している部品。なお、R32については、米国生産の冷媒を購入しているため、影響なし

② DAA社
- ✓ 完成品輸入の影響：欧州から輸入しているアプライド機器
- ✓ 米国生産品への影響：アジアから輸入している部品

③ 化学事業、油機事業：日本・中国・欧州・アジアから輸入している商材

6

6、7ページをご覧ください。

米国関税措置が2026年3月期業績に及ぼす直接的な影響について、5月の決算発表時点では約470億円としておりました。この影響額については完全に吸収されるための施策を既に展開しております。関税を巡る状況はめまぐるしく変化しておりまして、現時点では影響額は470億円を下回る見通しであります。

＜参考＞米国関税措置が及ぼす影響②　間接影響

関税措置の間接影響による景気減速リスクに対しては、複数のシナリオを想定した構えをとり、事業環境の変化に迅速に手を打つ。

想定されるリスク

- ✓ 報復関税など関税政策の変更
- ✓ グローバルサプライチェーンの寸断による経済成長の鈍化
- ✓ 製品価格上昇による消費者の購買意欲の減退
- ✓ 企業の設備投資の手控え

グローバルでの景気減速リスクに対する構え

- ✓ 商品開発の加速・前倒し、主力商品の改良
- ✓ 差別化商品の追加増販
- ✓ 好調な地域/事業など成長分野を見極めたリソースのシフト
- ✓ 全社横断6テーマの成果創出
- ✓ 先行投資の抜本的な見直し
- ✓ 緊急的な経費削減

7

今後も状況は変化すると思われますが、当社としてはその都度対策を講じ、影響額を売価アップやコストダウン、調達先・生産地変更などで吸収する方針であることに変わりはありません。

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)	2021年度1Q		2022年度1Q		2023年度1Q		2024年度1Q		**2025年度1Q**	
日本	117%	1,364	97%	1,323	106%	1,398	107%	1,499	**109%**	**1,631**
欧州	157%	1,370	112%	1,538	114%	1,749	100%	1,743	**100%**	**1,741**
中国	146%	1,300	95%	1,233	118%	1,460	100%	1,466	**86%**	**1,267**
米州	133%	2,216	147%	3,251	116%	3,781	128%	4,836	**97%**	**4,688**
アジア	138%	735	143%	1,050	112%	1,174	126%	1,484	**85%**	**1,261**
オセアニア	138%	225	129%	291	100%	290	117%	340	**95%**	**322**
中近東	186%	134	136%	182	130%	236	123%	291	**131%**	**381**
アフリカ	115%	13	194%	25	117%	29	101%	30	**124%**	**37**
計	137%	7,356	121%	8,893	114%	10,118	116%	11,689	**97%**	**11,327**
海外売上高比		81%		85%		86%		87%		**86%**
USドル/円		¥110		¥130		¥137		¥156		**¥145**
ユーロ/円		¥132		¥138		¥149		¥168		**¥164**
中国元/円		¥17.0		¥19.6		¥19.6		¥21.5		**¥20.0**

8

8 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。

為替影響を除く実質の売上高前年比は、欧州 102%、中国 93%、米州 104%、アジア 90%となっております。

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)	2021年度1Q		2022年度1Q		2023年度1Q		2024年度1Q		**2025年度1Q**	
日本	147%	132	128%	170	94%	159	95%	151	**91%**	**138**
米州	135%	103	131%	136	78%	107	98%	104	**107%**	**111**
中国	133%	123	123%	151	86%	130	131%	170	**89%**	**150**
アジア	127%	60	132%	78	99%	77	84%	65	**113%**	**73**
欧州	173%	84	121%	101	132%	134	96%	129	**97%**	**124**
その他	179%	2	139%	3	55%	2	208%	4	**64%**	**3**
計	142%	504	127%	639	95%	609	102%	623	**96%**	**599**
海外売上高比		74%		73%		74%		76%		**77%**
USドル/円		¥110		¥130		¥137		¥156		**¥145**
ユーロ/円		¥132		¥138		¥149		¥168		**¥164**
中国元/円		¥17.0		¥19.6		¥19.6		¥21.5		**¥20.0**

9

9 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。

為替影響を除く実質の売上高前年比は、米州 115%、中国 95%、欧州 99%となっております。

事業/地域別概況-空調事業

日本

当社は、販売力・営業力の強化に取り組み、高付加価値商品の拡販に加え、売価効果もあり、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：業界需要は、猛暑予測により4月から増加し、6月に入り記録的な暑さとなったことにより、前年度を上回った。当社は、電気料金の上昇や新築住宅での省エネニーズの拡大を背景に、『うるさらX』のユーザー提案を強化。
- ✓ 業務用：業界需要は、インバウンド需要を背景に小売・店舗の建築着工件数が増加したことで前年度を上回った。当社は、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。

前年度比（台数ベース）		1Q 実績
住宅用	業界	109%
	当社	101%
業務用	業界	105%
	当社	104%
アプライド	業界	107%
	当社	113%

※アプライドは売上高ベース

10

10 ページをご覧ください。ここから、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る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大きく上回りました。

当社は、電気料金の上昇や省エネニーズの拡大を背景に、販売力・営業力の強化に取り組み、高付加価値商品を拡販したことに加えまして、売価政策を徹底し、売上高は前年を上回りました。住宅用におきましては、ハイエンド商品の販売は好調に推移しましたが、収益性を重視した結果、価格競争が激化しているボリュームゾーンでシェアダウンとなりました。

事業/地域別概況-空調事業

米州

長引くインフレや住宅ローン金利の高止まりにより、住宅用の業界需要の低迷が継続。当社は、ダクトレスとアプライドで拡販。為替のマイナス影響により、円ベースの売上高は前年度を下回ったが、現地通貨ベースの売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用ユニタリー：冷媒のGWP値規制の変更による駆け込み需要の反動があるなか、新規販売店の開発や顧客の取戻し（ウィンバック）に注力し、シェアアップ。環境プレミアム商品「Fit」は、販売店の開発・支援を強化し、販売が大きく伸長した。
- ✓ ダクトレス：RA/SKYは、自前卸・独立卸での販売が好調に推移。VRVは、受注案件のきめ細かなフォローにより、販売が拡大。
- ✓ アプライド：データセンター向けの堅調な需要を捉え、メキシコ新工場や米国内の既存工場での生産能力増強により機器を拡販。計装・エンジニアリング会社を活用してソリューション事業でも販売を拡大し、売上高は前年度を上回った。

前年度比（台数ベース）		1Q 実績
住宅用ユニタリー		87%
ダクトレス	RA/SKY	108%
	VRV	113%
アプライド		108%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

11

11 ページをご覧ください。

米州空調事業は、長引くインフレや住宅ローン金利の高止まりにより、住宅用の業界需要は低迷する厳しい事業環境の中、ダクトレスとアプライドで販売を拡大し、現地通貨ベースの売上高は前年を上回りました。ダイキンノースアメリカ（DNA）社の売上高は、現地通貨ベースで前年比 113%となりました。

DNA 社の増収要因のブレークダウンのイメージでありますが、数量マイナス 8 ポイントに対し、売価でプラス 7 ポイント、商品構成の改善でプラス 6 ポイント、M&A でプラス 1 ポイントとなっております。加えて、今期から中南米空調各社が DNA 傘下となったことがプラス 7 ポイントの増収要因となっております。

住宅用ユニタリーの販売は、冷媒の GWP 規制の変更により、駆け込み需要の反動影響を大きく受けましたが、新規販売店の開発や顧客の取り戻し（ウィンバック）に注力し、シェアアップしております。ウィンバックの進捗は、6 月末の実績で約 45%となっております。今後もディーラーへの個別訪問を強化を継続することで、この数字をさらに引き上げてまいります。

ダイキンアプライドアメリカ（DAA）社は、データセンターを中心に機器の販売が好調を維持し、サービスソリューション事業も順調に拡大しており、売上高を伸ばすことができました。

各社の営業利益率ですが、DNA 社は 11%で、対前年 2 ポイントの改善、DAA 社は 9%で、対前年同水準の実績となりました。

事業/地域別概況-空調事業

中国

不動産市況の悪化、消費の冷え込みなど厳しい事業環境が続き、売上高は前年度を下回った。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、ソリューション事業の強化、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・空気質センサーなどのシステム商品の販売に加え、IoTやデータ分析を活用し、顧客ごとのライフスタイルに合わせた最適な空気質を提案する住宅用ソリューションを強化。
- ✓ 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：保守・メンテナンス事業の強化につとめたが、製造業を中心に投資控えの影響を受けた。

前年度比 (現地通貨ベース)	1Q 実績
住宅用	98%
業務用	81%
アプライド	82%

12

12 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、厳しい事業環境が継続するなか、顧客ダイレクトの販売活動に注力しました。高付加価値商品の拡販、ソリューション事業の強化、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 99%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むなど、当社の販売力の強みを発揮することで、最大限販売を確保できたと考えております。

事業/地域別概況-空調事業

欧州・中近東・アフリカ

地域全体の売上高は前年度を上回った。
欧州は、ヒートポンプ暖房の需要の回復は力強さを欠くが、当社は、住宅用・業務用の販売に注力したことにより、売上高は前年度並み。中近東では、トルコで住宅用の販売が拡大したことに加え、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：6月前半までの天候不順によりイタリア・フランスなどで販売が落ち込んだが、空調機器の普及率が低い中欧やドイツ、イギリスで拡販。
- ✓ 業務用：環境意識の高まりを背景に、R32を採用した商品の販売が伸長。
- ✓ H/P暖房：昨年度後半に需要減少に底打ちの兆しがみられたが、本格的な回復には至っていない。当社は、販売店開発や補助金申請支援などの販売力強化に注力。需要が比較的好調なイギリスやドイツで販売を拡大。
- ✓ アプライド：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：主要顧客の投資抑制の影響を受けた。

前年度比(台数ベース)		1Q 実績
住宅用		105%
業務用	SKY	103%
	VRV	102%
H/P暖房		110%
アプライド		117%
冷凍・冷蔵		83%

※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

13

13 ページをご覧ください。

欧州はヒートポンプ暖房の需要の回復は力強さを欠いておりますが、住宅用・業務用の販売に注力したことで、売上高は前年並みとなりました。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、売上高は前年を大きく上回りました。

ヒートポンプ暖房の需要は、昨年度後半の底打ち以降横ばいで推移しており、いまだ本格的な回復には至っておりません。そのような中にあって当社は販売店開発や補助金申請支援などに注力し、需要が比較的好調なイギリスやドイツで販売を伸ばしております。

事業/地域別概況-空調事業

アジア・オセアニア

アセアン地域での景気減速や、インドでの天候不順の影響により、地域全体の売上高は前年度を下回った。

- ✓ 住宅用：販売店開発や消費者への販促施策の強化に取り組んだが、アセアン地域では、米国関税措置の影響で需要が低迷し、価格競争が激化。インドでは、冷夏や雨季の早期到来により一時的に需要が減速。地域全体での販売は大きく減少。
- ✓ 業務用：プロジェクトの遅延や投資の見直しが発生するなか、販売店の開発・育成に注力。インドでは、継続的に販売を拡大。
- ✓ アプライド：工場・データセンター向けの販売を強化するとともに、保守・メンテナンスなどサービス事業に注力。

売上高上位国の前年度比（現地通貨ベース）
オーストラリア：105%　インド：87%　ベトナム：86%
マレーシア：90%　インドネシア：89%　タイ：71%

前年度比 (台数ベース)		1Q 実績
住宅用		73%
業務用	SKY	98%
	VRV	101%
アプライド		83%

※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。

アジア・オセアニア空調事業は、ASEAN 地域での景気減速、インドでの天候不順の影響により、地域全体の売上高は前年を下回りました。

住宅用は販売店開発や消費者への販促施策の強化に取り組みましたが、ASEAN 各国で需要が低迷したことや、冷夏や雨季の早期到来の影響でインドの需要が一時的に減速したことで販売が大きく減少しました。業務用は、プロジェクトの遅延や投資見直しが発生するなか、販売店の開発・育成に注力し、インドを中心に販売を伸ばしました。

事業/地域別概況-化学事業

半導体分野での需要低迷、自動車分野での需要回復遅れ、それに伴う流通在庫調整の影響に加え、為替のマイナス影響もあり、売上高は前年度を下回った。

- ✓ フルオロカーボンガス：需要の落ち込みと市況軟化の影響を受けたが、売価維持と米国での拡販により売上高が拡大。
- ✓ 樹脂・ゴム
  - -フッ素樹脂：LAN電線やデータセンター向け電線の被覆材の販売を拡大したが、半導体造装置向けの需要減少の影響を受けた。
  - -フッ素ゴム：自動車分野での流通在庫調整の影響を受け、販売が減少。
- ✓ 化成品ほか：表面防汚コーティング剤やテキスタイル向け撥水撥油剤の需要減少の影響を受けた。

前年度比 (売上高ベース)	1Q 実績
合計	96%
ガス	107%
樹脂・ゴム	93%
化成品ほか	96%

15

15 ページをご覧ください。

化学事業は、半導体分野での需要低迷や、自動車分野での需要回復遅れ、それに伴う流通在庫調整の影響に加え、為替のマイナス影響もあり、売上高は前年を下回りました。

フッ素樹脂は、LAN 電線やデータセンター向け電線の被覆材の販売を拡大しましたが、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やテキスタイル向け撥水撥油剤で販売減となりました。

事業/地域別概況-フィルタ事業

総じて需要が堅調に推移したが、半導体市況の回復遅れや為替のマイナス影響により、売上高は前年度を下回った。

- ✓ エアフィルタ：米国は、大手リテール店舗で販売が伸長。欧州は、北欧で販売が拡大。アジアでは、製薬市場向けに販売が拡大。
- ✓ P&I(※)：欧州での景気低迷の影響を受け、大型案件の減少や物件遅延などにより販売が減少。売上高は前年度を下回った。

※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

16

16 ページをご覧ください。

フィルター事業は総じて需要が堅調に推移しましたが、半導体市況の回復遅れや為替のマイナス影響により、売上高は前年を下回りました。

設備投資・減価償却費・研究開発費

(億円)	2024年度		2025年度	
	1Q実績	年間実績	1Q実績	年間計画
設備投資	954	3,246	613	2,900
減価償却費	483	1,974	511	2,250
研究開発費	348	1,357	364	1,500

17

17 ページをご覧ください。

設備投資、減価償却費、研究開発費の第 1 四半期実績は記載のとおりであります。将来の成長・発展に向けた生産能力増強投資や研究開発投資、デジタル投資を予定どおり実行しており、年間計画はいずれも変更しておりません。

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。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、ご質問の内容は簡潔にいただけますと幸いです。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。よろしくお願いいたします。1 問目、アメリカについて、ぜひお話をお伺いさせてください。髙橋副社長のご説明の中で、ウィンバックでシェアを少し取り戻したよというようなお話だったんですが、いただいた DNA 社の数量マイナス 8 ポイント、売価 7 ポイント、構成 6 ポイントって、レノックスさんが同じような数字を出していて、彼らは数量マイナス 9 ポイント、売価・構成を合わせて 12 ポイントなんで、正直あんまり変わってないなっていう印象を抱いております。

R454B がタイトになって R32 機が売れるんじゃないのかとか、R410A 機の在庫はまだちょっとあるから販売は少し良くなるかなとか、ヒートウエーブがあったんで御社に勝機があるのかなということから、この四半期は、正直もう少しアメリカでトップラインが出るかなと見ていたんですけれども、あんまり競合と変わってないような水準感に見えます。

改めて、アメリカの DNA 社、特にユニタリーの販売動向についてどういった状況だったのか、ヒートウエーブとかウィンバックの話、R454B がタイトで R32 機にチャンスがあったんじゃないのかとか、そういったお話をぜひお伺いしたいと思います。これが 1 つ目ですよろしくお願いします。

髙橋 [A]：ありがとうございます。今ご質問ありましたように、もっとトップラインがいけたんじゃないかということについて、それは私も個人的には思っておったんですけども、想定以上にアメリカの住宅用エアコンの需要は、恐らく R410A 機を中心とした流通在庫がまだ業界に溜まっているという状況でした。メーカー出荷を中心とした業界需要は、第 1 クォーターでは 84～85%ぐらいかなと見ておりまして、そういう意味では業界全体が厳しかったと見ております。当社はその中で業界を上回る伸びになっております。

その要因として、今ご指摘あったように、ウィンバックにつきましては、第 1 クォーター末で大体 45%ぐらいのところに来ておりまして、想定どおりというところであります。また、R 454B につ

いては、年初からタイト感は出ておったんですけれども、第 1 クォーター終わりのほうで、他社さんの情報によれば、だいぶ解消されてきたというお話も聞いておりますので、私共としてももっとシェアアップしていきたいと思っておったんですけども、想定よりはシェアは上がっておりません。ただし、前年に比べますとシェアアップはできており、第 2 クォーター以降もこの傾向を続けていきたいと思っております。以上です。

諌山 [Q]：髙橋副社長、ありがとうございます。R32 のほうが R454B よりもプライスアップ分が少ないので、元々のプライスポイントも考えると、御社のほうが売価構成もっと上がらないのかなと思ったんですが、これは予定どおりの数字ですか。予定より良い、悪いとかコメントあればいただけると幸いです。

髙橋 [A]：基本的には予定どおりでありまして、プライスリスト的にといいますか、総論でいくと R32 機の対応で 4 月に約 5%、5 月にはトランプ関税の影響ということで約 5%、標準的に売価を上げています。ただ、個別の商品構成等もございますので、売上高に効いたのは 7 ポイントぐらいかなという試算をしておるということでございます。

諌山 [Q]：ありがとうございます。2 つ目の質問は、全社の在庫についてお伺いをさせていただけないかなと思っております。円高であることも考えると、製品の在庫水準見ると為替調整したら結構高い水準な気がしているんですが、稼働を上げられるんですかね。むしろ、稼働を止めて在庫を吐くとかしなきゃいけないのかなと疑問に思っていたところなんですけれども、今の在庫水準についての評価と、今後の生産の見通しをどう考えてらっしゃるのか、伺わせていただけると幸いです。

髙橋 [A]：まず在庫の見方は、対前年でいきますと、今ご指摘ありましたとおり、前年同期、6 月末と比較しますと為替を除く実質ベースでは若干増加しております。増加している所は地域としてある程度限定されておりまして、一つは先ほど申し上げましたアジア地域の需要が非常に低迷しておりまして、若干生産調整が遅れたということで在庫が増えております。それから 2 つ目は化学で、化学事業も若干需要が低迷しているということと、トランプ関税の影響を考慮し、アメリカでの在庫を補充したというような影響がございます。

もう一点は DNA 社であります。今年から大きくシェアを上げていくということで、生産も相当強めに走っておったんですけども、第 1 クォーターは若干数量が弱かったということで、少し在庫が積み上がっております。ただ、諌山さんからご指摘ありましたように、われわれは R32 機は R454B 機よりも良いと思っておりますので、ここは減産もせず意図的に在庫を積みながら、第 2 クォーター以降に備えております。

それ以外、例えば欧州とか中国に関しましては生産調整をかけておりまして、対前年で実質ベースで在庫を減らしております。なお、公表しておりませんけども、社内の経営計画と比較してどうかということでいきますと、今申し上げたとおり、事業部ごとの凸凹はあるんですが、全体では経営計画に比べて若干少なめに決算終わったと思っておりますので、在庫に関しては特段全社として大きな問題とは思っておりません。以上です。

諌山 [Q]：流通在庫っていう観点では、今明らかにまだ過多だなっていうのはアメリカくらいですか。全社の在庫っていうところをご解説いただいたので、流通在庫に関しても一言だけ補足をいただけると幸いです。

髙橋 [A]：流通在庫はなかなか統計値ございませんけれども、現在把握しておりますのはアメリカの住宅用関係は流通在庫が高止まりしているというのが一点。もう一点は、化学事業。半導体の製造装置向けや自動車向け等において、流通関係、モルダーの在庫が増えておりますので、この 2 事業で少し流通在庫が多いという見方をしております。

諌山 [M]：大変よく分かりました。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、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 2 点お願いいたします。1 点目、重ねて米州で恐縮なんですけど、こちらの流通在庫についてはまだ R410A 機が多いというお話でした。25 年 3 月末時点だと通常よりも 2 割程度多いというお話だったんですけど、その水準感が今どれぐらいになってるかということと、あとは 7-9 月期、暑くて需要期でもありますので、この 7-9 月を終えてくればそういった R410A 機の流通在庫もなくなって、いよいよウィンバックも加速してくるというような状況なのかどうか。このあたりも含めて教えていただければと思います。お願いいたします。

髙橋 [A]：流通在庫の水準感でございますが、冒頭申し上げたとおり、メーカー出荷は非常に厳しいんですが、実販もそれほど強くないという見方をしておりまして、対前年でいきますと、流通在庫の水準感はあまり改善されていないという見方をしております。

第 2 クォーター以降どうかということですが、6 月と 7 月、先ほど諌山さんのヒートウエーブというお話もあったんですが、一部の地域で天気が良かったということもございます。ご指摘あったように、これからは私共を含めて各メーカーから出てくるのは新冷媒の機器になってまいります。そこで R32 機の優位性を、とにかくディーラー1 軒 1 軒回って訴求しておりますので、こちらで挽回していきたいと思ってございます。ただ、需要全体がやや弱含み、ライバル各社も住宅用の需要

はやや弱含みと見ておりますので、その需要とわれわれがシェアアップしていくということの関係で、流通在庫どうなるかなという見方になります。

前川 [Q]：そうしますと、御社からの出荷という意味でいくと、もう当然、旧型の生産はできないと思うので、代理店からの販売もだんだん新型冷媒機種に変わってきているのかどうか、その点だけお願いいたします。

髙橋 [A]：もうメーカーからの出荷はほぼ全てが R32 機になっておりまして、流通もできるだけそれを売っていただくようにしておりますけど、まだ流通在庫として R410A 機が残っておりますので、併売されているのではないかなと、推定でございますけども思っております。

前川 [Q]：そういう意味では、この 7-9 月期で R410A 機の流通在庫がなくなるかどうかっていうのは、住宅市場もありますし、天候要因もありますし、結構まだ変数が多いので、そこはまだ確かなところとして見える部分はまだそれほどないというところでしょうかね。

髙橋 [A]：そうです。ただ、もう R410A 機は全く新しい供給はございません。結果、実販では減っていくので、9 月末もしくはそれ以降に R410A 機の在庫はほぼゼロに近づいていくんじゃないかと推定しております。

前川 [Q]：分かりました。どうもありがとうございます。2 点目のところは関税影響に関しまして、5 月公表の 470 億円よりは影響額は下回るということだったんですけど、御社の場合、現地生産比率も高いと思いますから、日本から持ってく税率が下がっても、例えばアルミの税率が上がったりとか、そういうことで全体として若干下回るぐらいに留まるっていう理解でいいのか。

ただ、それでも売価は引き上げて、今回の 4-6 月期でも全て吸収したということですので、今後の追加値上げなんかも含めて、残りの期間においてはクオーターで 75 億円よりは大きくなると思うんですけど、取り返し可能とおっしゃっていただきましたが、具体的にどういった値上げを考慮されているかとか、そういうところも含めて教えてください。

髙橋 [A]：まず 5 月の段階で 470 億円と申し上げまして、その後の変化どういうことがあったかといいますと、鉄・アルミの 50%の関税が悪化要因になります。銅に関しても 50%上がりますが、地金がベースということで、加工品には掛からないということです。DNA 社は多くの物量をアメリカ国内で確保しておりますので、銅の影響は想定したよりかは少なかったかなという見方をしております。

一方で、われわれにとってのメリット要因なんですが、EU やタイ、マレーシアの暫定税率が直近では引き下げられるということになっており、前回の 470 億円から減っておるという状況です。

毎日毎日情報が変わっているんで、若干ではなくそこそこ減る可能性もあると私は思うんですが、相互関税の見直しが決着している影響が大きいと思ってございます。

今申し上げましたように鉄・アルミ、銅の部分については、追加で売価アップさせていただきたいと思っておりまして、アプライドに関しては受注ごとの対応になりますけど、DNA 社につきましては、追加の価格改定をしようということを現地とも話しております。ただし、どれくらいのパーセンテージ上げていくかということにつきましては、今の需要の見方と、ライバル他社さんがどんな価格改定されてくるかということを合わせて決めていきたいと思ってございます。現状、当初想定していたより影響額が低いので、追加の価格改定を多少でもできれば、大きく改善できるんじゃないかなという見方をしております。

前川 [M]：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、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]：冒頭、髙橋さんから、収益重視の予算運営をされたとコメントがあり、3 カ月前と変わったなという印象を受けました。この体制が変わってきたことが非常に大事かなと思うんですけど、たとえば、日本の空調事業の収益性がどのぐらい良くなってきたとか、今後どのぐらい良くなりそうなのかなど、その辺のコメントいただけますか。

髙橋 [A]：ありがとうございます。日本の空調市場においては、特に家庭用ルームエアコンは、各社かなり値段を下げて売っておられるなか、当社はそれに対抗しないということで中高級機中心に拡販しましたので、大きく収益性は高まっておるということであります。

第 1 クォーターの利益率だけで議論をしても意味ないと思うんですけども、前年同期と比較いたしますと、利益率は相当上がっております。

マクドナルド [Q]：元々日本空調の営業利益率は、何%で計画されていましたか。

髙橋 [A]：年間 7%～8%で計画しておりました。それを上振れて着地するのではないかという見方を今はしております。

マクドナルド [Q]：OK。よかったと思います。もう一つ、今回、ASEAN やインドのマイナスが目立っています。インドについては、あくまで天候要因によるマイナスで、影響は一時的なことだと理解して問題ないですか。

髙橋 [A]：ありがとうございます。インドの需要が弱かった要因としては、冷夏であるということと、雨季が早く来たということであります。現地法人に話を聞きますと、気温が 34 度、35 度でも、インドにおいては冷夏であると。われわれの感覚からすると十分猛暑なんですが、インドでは 38 度～40 度になってようやく暑い夏という評価らしく、今年はそこまで上がらなかったという状況です。

インドにおいては、一昨年も同じような状況だったと認識しています。天候要因で第 1 クォーターの販売が今一つだった。しかし、第 2 クォーター以降、販売店開発でシェアを上げていくという努力を続けまして、第 1 クォーターのマイナスを年間でカバーした実績がございます。今年のこの状況につきましても、第 1 クォーターの一時的な現象であると見ております。

マクドナルド [M]：分かりました。私から以上です。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、UBS 証券の佐々木様、ご質問をお願いいたします。

佐々木 [Q]：UBS 証券の佐々木と申します。私からも 2 つ質問をさせてください。よろしくお願いします。1 つ目が、結局この 1 クォーター決算っていうのは、会社計画に対してどうだったかっていうのを教えていただけませんか。今までのお話からすると、売上は厳しかったけれど、ミックスの改善とか値上げを頑張って収益はよかったと聞こえましたけれども、計画対比で社内の評価がどうだったのかという点について教えていただけると助かります。よろしくお願いします。

髙橋 [A]：ありがとうございます。第 1 クォーター、計画に対してどういう進捗なのかということでございますけども、売上高に関しましては、若干未達となっております。日本を除く主要な地域で、需要が非常に厳しかったものですから、シェアは予定どおり上げておりますけども、売上高は若干の計画未達でございます。一方、営業利益以下の利益については、計画を若干上振れました。

佐々木 [Q]：利益が上振れた要因というのを整理して教えていただけませんか。

髙橋 [A]：収益を非常に意識して、高粗利商品の販売、粗利率の改善に注力いたしました。各地域で売価施策を徹底し、業務用空調機、住宅用空調機とも、粗利率が経営計画を大きく上回っております。

またダイキンノースアメリカ社は、昨年は売価の管理が甘く、数量に対して粗利が出なかったんですけども、今期につきましては、売価を引き上げただけでなく、その売価水準をきっちり守るというフォローアップをしております。その結果、DNA 社の粗利に関しても、計画をやや上回る水準

で進捗しておりますので、販売数量は未達ではありましたけど、粗利は計画を上回っているというのが各地域に共通した事象であります。

佐々木 [Q]：クリアです。ありがとうございます。2 つ目が、まさに今おっしゃられた収益性の話ですけれども、ダイキンは今までどちらかというと売上成長重視で、利益率が下がってきていたことを問題視する声が株式市場でもあると思います。利益率の低下については、ダイキンとしても強い危機意識を持っておられて、これから方針を転換して、収益重視の事業運営をやっていくっていう、こういう理解でいいのか。

その上で、既に 1 クォーターでもある程度実績が出ているとおり、そういう収益重視の経営をやると、元々製品競争力は非常に強いものをお持ちですから、やはり結果が出せるんだ、そういう手応えっていうのを感じていらっしゃるのか。ぜひ現時点の手応えやお考えというのを教えていただけないでしょうか。よろしくお願いします。

髙橋 [A]：ありがとうございます。投資家の皆さんはじめ、マーケットの皆さんからは、昨今の収益性の低下について厳しいご指摘を頂戴していると認識しております。中長期的には、成長投資をきっちりやっていきながら、成長戦略を着実に実行して成果を刈り取っていく、この大きな方針については、今も変わっておりません。ただし、意識が売上高拡大に行き過ぎていたなという反省がございましたので、収益性の向上と資本効率の向上、これを意識した経営にシフトしていこうと今考えております。

収益性につきましては、特に営業利益率が下がってきているということでございますので、各地域で粗利率を意識したマネジメントを徹底しているということでございますし、当然のことながら経費の効率的な運用、それから間接業務の効率化、そういうところも全社で進めております。

もう一点、ご質問にはなかったんですけど、皆様にご心配をおかけしているのは ROE が下がっているということだと思っています。これは利益率の低下に加えて、資本効率も下がっているということでございますので、今申し上げました、利益を意識して稼ぐ力の再強化を徹底してやることに加えまして、資本政策に関しても、ROE をより重視した取り組みをやっていくべきということで、具体的な内容は本日申し上げられませんが、社内でそれを十分検討して、ある程度決まった段階では外部に発表したいと思っています。

佐々木 [Q]：ありがとうございます。今のお話を踏まえた上で、この 1 クォーター、OP マージン 10%まで改善していますし、総じて利益率が戻っているという実績ですけど、そこに対する手応えとか評価というのを最後に教えていただいてよろしいですか。長くなってすみません。

髙橋 [A]：第 1 クォーターの実績を見る限り、想定よりも収益を意識するというのが定着しつつあるかなとは思っています。ですからこれを継続していきたいと思っております。

佐々木 [M]：大変よく分かりました。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、SMBC 日興証券の谷中様、ご質問をお願いいたします。

谷中 [Q]：SMBC 日興証券の谷中でございます。よろしくお願いいたします。2 点ありまして、第 1 クォーターに、競合の米国メーカーの R454B 機の供給不足の話があったと思います。そういった競合の状況が、御社の第 1 クォーターのウィンバックに寄与したのか。もし寄与したのであれば、今後、そのアドバンテージがなくなっていく中で、今後はどのようにシェアを取り返していくのか、その確からしさを改めて伺ってよろしいでしょうか。

髙橋 [A]：ありがとうございます。ご指摘の通り、期初、R454B 機に関する供給不足の話がございました。ただ競合各社も、何も策を講じないというわけではなく、対策を打たれてきたということで、われわれが想定しているよりも品薄感の解消は早かったかなという印象でございます。ライバルメーカーの発表を見ても、供給不足の問題はほぼ解消できたとおっしゃっております。

R454B 機の供給不足が当社のウィンバックに寄与したかといいますと、一部のお客様の間で供給不安の声はございましたので、寄与していないということはございません。ただそれ以上に、とにかく一店一店きっちりディーラーを回って、われわれの R32 機の良さ、供給体制の確からしさというのを訴求したことで、ダイキンと取引を再開していただいているということでございます。

R454B 機の供給問題による追い風は恐らく今後なくなっていくと思います。われわれとしては、R32 機の優位性と供給安定性という本質的な強みをきっちりご説明しており、ウィンバックに関しましても今のところ予定どおり進んでおりますので、シェア挽回に向けて取り組みを継続したいと思っております。

谷中 [Q]：ありがとうございます。2 点目は、通期計画に対する販売台数の進捗についてです。米国の住宅ユニタリーは年間で対前年プラス 11%増加の計画ですが、1Q 実績はマイナス 13%、中国の住宅用も、年間計画で対前年プラス 3%に対して 1Q 実績はマイナス 2%となっております。販売台数だけでいうと、年間計画の達成のハードルは高いように感じます。2Q 以降、どういうふうに YoY でプラスに持っていくのか、その確からしさについてコメントいただけますでしょうか。

髙橋 [A]：ありがとうございます。アメリカに関しましては、全体の需要が非常に厳しくなってきていますので、この需要減の影響をカバーするのは非常に厳しいかなというのが正直なところで

す。ただ、シェアの奪還は計画どおりやっていきたいと思っており、第 1 クォーターにつきましては対前年でシェアアップできております。2 クォーター以降も、R32 機の優位性を訴求することにより、年間でのシェアを大幅に挽回していきたいと思っております。

もしかしたら、販売数量は計画に対して若干未達となるかもしれませんけども、先ほどから申し上げておりますとおり、粗利を予定以上に出せておりますので、収益という点では、あまり心配しておりません。

それから中国に関しまして、住宅用の業界需要は 80%強程度ではないかと思います。その中で、当社主力の住宅用マルチの販売は、ほぼ前年並みとなっております。厳しい事業環境ではありますけども、われわれの強みである商品力やオンラインとオフラインの販売力をもって、できるだけ前年と同水準の販売を維持するべく、頑張っております。

谷中 [M]：大変よく分かりました。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、みずほ証券の伊藤様、ご質問お願いいたします。

伊藤 [Q]：お世話になります。みずほ証券、伊藤と申します。本日はありがとうございます。質問 2 点ありまして、1 点目の質問が、収益性に関して、粗利率を上げていくという取り組みについて、もう少し背景を教えていただければと思います。

先ほどの質疑応答でも、利益率が高まっているのではないかという話がありましたが、同じ印象を持っております。例えば地域や商品によって、社内において、どのくらいまで上げていきたいという目標や数値感があれば教えていただけますか。あとこのような施策をいつごろから社内的には始めていて、実際に効果が発現したのはいつぐらいなのか。

例えば、取り組みは既に全てやっているので、今その分の効果はある程度出きっているのか、もしくは矢継ぎ早にやろうとしている施策がまだ残っているので、下期や来年度にかけてまだ伸びしろがあり、製品の収益性をさらに上げられるのか、その点についてコメントいただけますでしょうか。

髙橋 [A]：ありがとうございます。収益性の重視に関しては、経営陣、トップマネジメント含めてなんですけれども、稼ぐ力が落ちてきていることを昨年からずっと問題視しておりまして、この再強化ということを社内にも徹底しております。

安易に安値販売しないこと、全体の物量が伸びないのであればできるだけ高付加価値商品のウエートを上げていくということを、全事業に徹底しておりまして、この成果が今ようやく出てきているかなという見方をしております。2 クォーター以降もこれは継続していきたい。逆に申し上げます

と、1 クォーターでそれが実現しておりますので、このままやれば 2 クォーター以降もそれは続くはずだということで、決して安値販売とか量を追って安い商品に流れるとか、これだけはやらないようにというようなことを全グループで徹底しています。

まだ他にやる施策があるのかということについては、収益性を上げていく取り組みについてはまだまだ十分にできているとは思ってございませんので、例えば冒頭申し上げましたように、トップマネジメントがリードする 6 テーマという中に、さらなるコストの強化ということをテーマアップしてございます。コスト改善が挑戦的な目標で、まだ経営計画に十分織り込めておりませんけど、これができれば、結果的には粗利率が上がってくるということになってまいります。

それから業務プロセス改革ということで、デジタル投資も相当進めておりますので、これによる間接の効率化が進んだ分、重点テーマでの付加価値創出に力を入れて、アウトプットを増やしていく、こういうようなことを今一生懸命やっています。これらの取り組みが 2 クォーター、3 クォーターと数字に結実していくことで、需要環境が厳しい分のマイナスをカバーし、経営計画をしっかりやりきって、年間計画に対しプラスを残していくというのが今の会社全体の方針であります。

伊藤 [Q]：ありがとうございます。2 点目の質問が、ヒートポンプについて教えてください。ヨーロッパのヒートポンプ暖房事業での御社の取り組みについて、現状マーケット対比ではどのようなご評価をされていらっしゃるのか。年間では、ヒートポンプの需要が元々期初計画に対して目論見どおりにいくかどうか。もしいかなかった場合のシナリオとしては、採算性や数量をどう考えるか、シェアはマーケット以上の伸びを目指していきたいのか、そのあたりを含めて、現状認識について教えてください。

髙橋 [A]：ヒートポンプ給湯暖房につきましては、需要は昨年の終わりのほうで下げ止まりましたが、そこからは回復の力が弱いと見ております。そういう意味では当初の段階でも需要はほぼ前年並みというような見方をしていたかと思いますが、足元はあまりそこから変わっていないということであります。

その中で当社は、新しいプロパン冷媒を使った機器を出してラインアップを増やす、今まで暖房を扱っていなかった空調の販売店に暖房機を売っていただく、というような取り組み等も続けています。それにより第 1 クォーターではヒートポンプ暖房の販売が前年比 110%ということで、恐らく業界は前年と同じぐらいだと思いますので、シェアは上げていると思っています。

年間の見通しですけども、需要は当初計画どおりか、やや当初計画いかないかぐらいになると思っております。その中では当社はシェアアップで物量を確保するという方針で、非常に挑戦的な経営計画を組んでおります。需要にはあまり期待をしていないというのが実態であります。

伊藤 [M]：よく分かりました。ご説明ありがとうございました。以上です。

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

田井 [Q]：田井です。1 つが、アメリカの住宅用ユニタリーの在庫水準が通常時よりも 30%ぐらい多いっていうお話が以前あったかと思いますが、在庫を R410A と R32 に分けたときにそれぞれどれぐらいの量になりますか。

あともう一つ、R454B と R32 の戦いとしては、R32 に力入れて出荷しますというお話をいただいきましたが、代理店やディーラーの立場からすると、去年の夏までに仕入れた R410A を年内に売り切らないと廃棄になるだけですので、R32 を一生懸命売ろうと思っても、R410A の在庫がはけないと難しいんじゃないかという気がしていまして。そのあたりをどう見ておけばいいでしょうか。

髙橋 [A]：ありがとうございます。まず R410A と R32 の流通在庫の状況と申しますか、新冷媒がどれぐらいの在庫水準になっているかについては、今手元に数字がないので分からないんですけども、流通在庫として R410A はそこそこ量があるのではと推測はしております。

それから、販売店は R410A を売らなければいけないので、R32 もしくは新冷媒はあまり売らないんじゃないですかというご指摘につきまして、R410A は価格も安いですし、在庫をはかないと今年が終われば捨てるだけになってしまうので、販売店としてはそういうことはあると思います。ただ、恐らく今年度の後半に関しては、市場に出てくるのは新冷媒のみになってくるかと思いますので、結果的にはそちらも売っていかざるを得ないというように、流通サイドもなると見ています。

そういう意味でわれわれは、従来から申し上げているとおり、ライバルの R454B と当社の R32 の戦いが 2 クォーター以降本格化するということですので、当然のことながら R410A の拡販に対する支援もやりますけれども、本来の R454B に対する戦いを本格的にやっていきたいと思っております。

田井 [Q]：販売店に対する R410A の在庫削減のご協力をされているというお話ですが、本当にダイキンがサポートして、売り切ってもらったほうが販売店としてもダイキンとしても気持ちが楽になると思うんですけど、いつぐらいから R410A について議論せずによくなりそうな感じですか。この夏が終わる 10 月ぐらいからは R410A の話は終わってそうな見込みですか。

髙橋 [A]：半分期待も含めてですけど、今ご指摘あったように、2 クォーターぐらいにはそうしていきたいと思っております。

田井 [Q]：分かりました。ちなみに R410A だけを見たときに、御社と競合との在庫の余り度合いの差はどのような状況ですか。御社のほうが多いのか、あるいはヘルシーなのか。

髙橋 [A]：先ほど申し上げたように、R410A と新冷媒機の流通在庫の状況は分からないので、ここからは私の推測ですが、去年は当社が R410A の競争で負けて、ライバルのほうがたくさんマーケットに出していますから、流通にはライバルの在庫のほうが多いと見ています。ただしこれは定量的なデータは持っておりませんので、あくまで私の憶測です。

田井 [M]：分かりました。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。では最後に、マッコーリー証券の潘様、お願いいたします。

潘 [Q]：マッコーリー証券の潘です。最後に簡単に 1 点だけお聞きしたいのが、地域別のマージンの話ですけれども、中国は対前年比でかなり落ちてしまっているかと思います。

中国のマージンが今まで御社のマージンの 3 割くらいを貢献していたかと思いますが、単純にガイダンスの 22%で試算すれば、この減少の影響は大きいんじゃないか、対前年比で 50 億円ぐらいの営業利益へのマイナス影響がこの四半期で出たんじゃないかと思いまして、これをどこで挽回されたのでしょうか。それと、中国ではこのマージンの減少をどのように挽回するかについても教えていただけますか。

髙橋 [A]：ありがとうございます。確かに中国のウエートが下がると全体の利益率が減るんじゃないかというようなご指摘をたくさん頂いており、事実だと思いますが、中国の売上規模は全体の 14～15%ぐらいですので、これが 13%になったときのマイナス影響は、たしかに大きいですけども、全社の利益率が激変するというようなことではないと思っております。

それに対しまして、この第 1 四半期、もしくは今年度の見方につきましては、去年大幅に採算性を落としたヨーロッパが、今年は少し改善していくということのプラスがあるのと、それと冒頭申し上げましたとおり、国内空調、それから DNA、このあたりが収益重視ということで取り組んできた結果が出て利益率が上がってきております。これにより全体の底上げがされているということになります。

次に、中国は今でも 20%を超える利益率を出しております。売上高を出すことが本当に厳しい環境でありますけれども、ライバルに対して差別性のある商品・サービスをどんどん出して、値段は絶対下げないという取り組みをしておりますので、ほぼ前年に近い物量を確保できれば、当然コストダウンもしますので、採算性はそれほど落ちないということで、引き続き高い利益率が維持できていると思っております。

潘 [M]：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、以上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、決算説明会を終了とさせていただきます。最後までご参加いただきました皆様、誠に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。